



# The Uses of Media Education to Reduce the Phenomenon of Cyber Blackmail-A field study of students of Thi Qar University College of mass media and the college of Imam al-Kadhim media department

Ethar khudhur Abdulhusein

[ethar.khudhur@utq.edu.iq](mailto:ethar.khudhur@utq.edu.iq)

Thi Qar University College of mass media Department of radio and television IRAQ

## ABSTRACT

The study, titled "The Uses of Media Education in Reducing the Phenomenon of Electronic Blackmail," aims to identify the uses of media education in reducing the phenomenon of electronic blackmail. It also aims to understand the role media education plays in raising awareness of the dangers of electronic blackmail and ways to prevent it. It also aims to understand its impact on individuals' behavior when using social media. It also aims to understand the impact of media education in building critical thinking skills and distinguishing between accurate and misleading information online. The researcher relied on a quantitative survey approach using a questionnaire on a sample of (100) male and female students from the University of Dhi Qar/College of Media and Imam al-Kadhim College (peace be upon him), Department of Media. To answer the main question and sub-questions, the researcher reached the following conclusions: Media education contributes to raising digital awareness, which helps individuals understand the potential risks when using the internet and social media. Enhancing critical thinking skills through media education enables individuals to verify the accuracy of information and avoid falling victim to fabricated messages or images that may be used for blackmail. Media and digital literacy promotes a culture of privacy, as individuals learn the importance of protecting their personal data and determining what can be shared online. Media literacy reduces users' overtrust of strangers online, reducing the chances of being drawn into situations that could lead to blackmail. The researcher also recommends the following: Integrating media literacy concepts into school curricula at all educational levels, with a focus on digital safety, privacy, and awareness of cyber risks; organizing workshops and training courses for students, teachers, and parents on how to deal with and prevent cyberbullying; preparing simplified and engaging educational materials that address cyberbullying issues in a way that suits all age groups, with an emphasis on interactive aspects; and launching awareness campaigns through traditional and new media to inform the public about the dangers of cyberbullying and how to prevent it

### Keywords:

Media education . Reduce . Phenomenon . Cyber Blackmail

### المقدمة

مع التوسع المتسارع في استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، ظهرت العديد من التحديات والمشكلات الأخلاقية والأمنية، من أبرزها ظاهرة الابتزاز الإلكتروني، التي باتت تهدد فئات متعددة في المجتمع، خصوصاً فئة الشباب والمراهقين. وتعد هذه الظاهرة أحد أشكال الجريمة الإلكترونية التي تستغل الجهل الرقمي، وضعف الوعي، وقلة الحذر لدى الأفراد في التعامل مع العالم الرقمي.

وفي هذا السياق، تبرز التربية الإعلامية كأداة فعالة وأساسية للوقاية من مثل هذه الظواهر، حيث تهدف إلى تمكين الأفراد من فهم وتحليل واستخدام الوسائط الإعلامية بطريقة نقدية وواعية. كما تُعزز التربية الإعلامية القدرة على التمييز بين المحتوى الآمن والخطر، وتُرسخ مفاهيم الخصوصية الرقمية، والأمان السيبراني، والسلوك الأخلاقي على الإنترنت.

إن استخدامات التربية الإعلامية والرقمية لا يقتصر على التعليم التقني فقط، بل يمتد ليشمل بناء الوعي المجتمعي والثقافة الرقمية التي تساهم في الحد من انتشار الابتزاز الإلكتروني، وتحصين الأفراد من الوقوع ضحية له. ومن هنا تكتسب هذه الدراسة أهميتها في تسليط الضوء على العلاقة بين التربية الإعلامية والحد من هذه الظاهرة، وبيان دورها في بناء مجتمع رقمي آمن.

تأتي أهمية هذا الموضوع من الانتشار الواسع للابتزاز الإلكتروني في ظل الاستخدام المتزايد للتكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي، خاصة بين فئة الشباب الذين قد يفتقرون إلى المهارات اللازمة لحماية أنفسهم في الفضاء الرقمي. كما يبرز دور التربية الإعلامية كخط دفاع أول للوقاية من هذا النوع من الجرائم من خلال تعزيز الوعي، وبناء ثقافة الاستخدام الآمن والمسؤول للتقنية. ويمثل هذا الموضوع أهمية خاصة لصناع القرار التربوي، والمعلمين، وأولياء الأمور، وكل الجهات المعنية ببناء أجيال قادرة على التعامل الواعي مع الإعلام الرقمي، لما له من دور كبير في تحصين المجتمع، والحد من آثار الجرائم الإلكترونية على الأفراد والأسرة والمجتمع.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي

### أولاً: مشكلة البحث

مع تزايد استخدام التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي، أصبح الابتزاز الإلكتروني أحد التحديات الخطيرة التي تواجه الأفراد والمجتمعات. تتنوع أساليب الابتزاز بين تهديدات باستخدام الصور أو البيانات الشخصية للحصول على مكاسب مادية أو معنوية، مما يؤدي إلى آثار نفسية واجتماعية واقتصادية خطيرة على الضحايا. وفي ظل هذه التحديات، تبرز التربية الإعلامية كأداة هامة للحد من ظاهرة الابتزاز الإلكتروني، حيث يمكنها تعزيز وعي الأفراد بمخاطر العالم الرقمي، وتزويدهم بالمعارف والمهارات التي تساعدهم على حماية أنفسهم. ومع ذلك، هناك نقص في الدراسات التي تربط بشكل واضح بين دور التربية الإعلامية والحد من هذه الظاهرة، مما يبرز الحاجة إلى دراسة معمقة تسلط الضوء على هذا الجانب. والتربية الإعلامية تلعب دوراً أساسياً في الحد من ظاهرة الابتزاز الإلكتروني من خلال تمكين الأفراد، خاصة الشباب، من امتلاك المهارات والمعارف التي تساعدهم على التعامل بحذر ووعي مع المعلومات والوسائط الرقمية. ومشكلة هذا البحث تتمثل في الانتشار المتزايد لظاهرة الابتزاز الإلكتروني وتأثيراتها السلبية على الأفراد والمجتمعات، خاصة بين فئة الشباب والمراهقين الذين يشكلون الفئة الأكثر استخداماً للإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. ورغم الجهود المبذولة من الجهات المعنية، إلا أن نقص الوعي الإعلامي وضعف مهارات الأمان الرقمي لا يزالان يمثلان عقبة أساسية في حماية الأفراد من الوقوع ضحايا للابتزاز الإلكتروني. لذلك، يسعى هذا البحث للإجابة عن السؤال الرئيسي: ما هي استخدامات التربية الإعلامية في الحد من ظاهرة الابتزاز الإلكتروني؟ ويتفرع منها الأسئلة الفرعية الآتية:

- 1- ما هي الاستخدامات التي تلعبها التربية الإعلامية في زيادة الوعي بمخاطر الابتزاز الإلكتروني وطرق الوقاية منه؟
- 2- ما مدى تأثير التربية الإعلامية على سلوكيات الأفراد عند استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي؟
- 3- ما هو التأثير الذي يميز التربية الإعلامية في بناء القدرة على التفكير النقدي والتمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة عبر الإنترنت؟

### ثانياً: أهمية البحث

تكمن أهمية هذا البحث في تسليط الضوء على الدور الحاسم الذي تلعبه التربية الإعلامية في الحد من ظاهرة الابتزاز الإلكتروني، والتي تشكل خطراً متزايداً على الأفراد والمجتمعات، خاصة في ظل التوسع الكبير في استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. ويسهم البحث في زيادة الوعي بأساليب الحماية الرقمية ومهارات الأمان التي تساعد الأفراد، خاصة الشباب، على حماية خصوصياتهم عبر الإنترنت. ويقدم البحث حلولاً عملية وأدوات للتوعية يمكن تطبيقها عبر المناهج التعليمية والبرامج الإعلامية لمساعدة الأفراد على تجنب الوقوع في الابتزاز الإلكتروني. ومن خلال تعزيز مهارات التفكير النقدي والتمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة، يمكن لهذا البحث أن يساعد في بناء مجتمع واع ومحصن ضد محاولات الابتزاز والاستغلال. ويوفر البحث رؤى مهمة تساعد المؤسسات التعليمية والإعلامية وصناع السياسات في تطوير برامج توعوية ومناهج تعليمية تركز على الأمان الرقمي، مما يساهم في بناء جيل واع وقادر على مواجهة تحديات الإنترنت. ويساعد البحث على فهم كيف يمكن أن تؤدي قلة الوعي الإعلامي إلى زيادة المخاطر الرقمية، وبالتالي يدعم جهود الحد من الجرائم الإلكترونية. وبالتالي، يشكل هذا البحث إضافة علمية هامة تساهم في الوقاية من مخاطر الابتزاز الإلكتروني وتحقيق بيئة رقمية آمنة للجميع. ويكتسب هذا البحث أهمية خاصة بسبب تأثير ظاهرة الابتزاز الإلكتروني على الأفراد والمجتمعات، والدور الحيوي الذي يمكن أن تلعبه التربية الإعلامية في التصدي لها. يمكن توضيح أهمية البحث من الجوانب التالية:

1. الأهمية العلمية (الأكاديمية):
  - تساهم الدراسة في إثراء المعرفة العلمية حول استخدامات التربية الإعلامية والرقمية كأداة فعالة للحد من المخاطر الرقمية.
  - تفتح المجال لإجراء أبحاث مستقبلية تربط بين الإعلام والتكنولوجيا والوقاية من الجرائم الإلكترونية.
  - توضح العلاقة بين التربية الإعلامية والرقمية والسلوكيات الرقمية الآمنة، مما يعزز تطوير سياسات تعليمية فعالة.
2. الأهمية المجتمعية:
  - تساهم في رفع مستوى وعي الأفراد بمخاطر الابتزاز الإلكتروني وكيفية الوقاية منه.
  - تدعم الجهود المجتمعية للحد من الأضرار النفسية والاجتماعية التي يسببها الابتزاز الإلكتروني.
  - تسلط الضوء على أهمية تعزيز التربية الإعلامية لدى مختلف الفئات العمرية، خاصة الشباب الأكثر استخداماً للإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي.

## 3. الأهمية العملية:

- تقدم توصيات عملية يمكن تطبيقها من قبل الجهات الحكومية والمؤسسات التعليمية لتقليل معدلات الابتزاز الإلكتروني.
- تساهم في تحسين المناهج الدراسية وبرامج التوعية لتشمل مفاهيم التربية الإعلامية ومهارات الحماية الرقمية.
- تساعد المؤسسات الإعلامية على تطوير محتوى توعوي يدعم الوقاية من الظاهرة.

## ثالثاً: أهداف البحث

الهدف الرئيسي: التعرف على استخدامات التربية الإعلامية في الحد من ظاهرة الابتزاز الإلكتروني.

الأهداف الفرعية:

- 1- معرفة الاستخدامات التي تلعبها التربية الإعلامية في زيادة الوعي بمخاطر الابتزاز الإلكتروني وطرق الوقاية منه.
- 2- معرفة تأثير التربية الإعلامية على سلوكيات الأفراد عند استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي.
- 3- معرفة التأثير الذي يميز التربية الإعلامية في بناء القدرة على التفكير النقدي والتمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة عبر الإنترنت.

## خامساً: منهج البحث

إن المنهج ضروري في أي بحث علمي، لأنه المنهج الذي يستخدمه الباحث في جميع مراحل دراسته ويعتمد عليه للوصول إلى نتائج علمية وموضوعية، وطبيعة موضوع البحث وأهدافه تحدد الباحث فيه، ومن حيث نوع المنهج وبما أن هدف دراستنا هو التعرف على استخدامات التربية الإعلامية و الرقمية في الحد من ظاهرة الابتزاز الإلكتروني، يصنف كدراسة وصفية تعتمد على كيفية حدوث الظاهرة وجمع معلومات حقيقية ودقيقة عنها لوصفها وإظهار خصائص ظهورها وتحديد أسبابها الحقيقية وإيجاد الحلول المناسبة لها، منهج البحث الكمي المسحي هو أحد أنواع البحث الكمي الذي يهدف إلى جمع بيانات كمية من مجموعة كبيرة من الأفراد لفهم توجهاتهم، آرائهم، أو سلوكياتهم حول موضوع معين. يعتمد هذا المنهج على الاستبانات أو المقابلات كأدوات رئيسية لجمع البيانات، ويعتبر من أكثر الأساليب استخداماً في العلوم الاجتماعية، مثل علم النفس، وعلم الاجتماع، وإدارة الأعمال<sup>(1)</sup>.

يعتمد المنهج الكمي المسحي على أدوات بحثية كمية لجمع البيانات بطريقة دقيقة ومنهجية، ومن أبرز هذه الأدوات: الاستبيان (Questionnaire) وهو أهم وأشهر أداة لجمع البيانات في الدراسات المسحية، ويتكون من مجموعة أسئلة مغلقة أو مفتوحة تقيس آراء واتجاهات العينة حول موضوع الدراسة، ويمكن توزيعه ورقياً أو إلكترونياً عبر منصات مثل Google Forms أو SurveyMonkey. أنواع الأسئلة المستخدمة:

- الأسئلة المغلقة: (نعم/لا، موافق/غير موافق، مقياس ليكرت...)
- الأسئلة المفتوحة: (تتيح للمشارك التعبير بحرية عن رأيه)
- الأسئلة التصنيفية: (العمر، الجنس، المستوى الدراسي...)<sup>(2)</sup>.

## سادساً: مجتمع وعينة البحث

1- مجتمع البحث: هو المجموعة الكاملة من الأفراد أو العناصر التي يسعى الباحث لدراساتها أو استقصاء سماتها. ويمثل مجتمع البحث كل من يحمل الخصائص أو السمات التي تتعلق بمشكلة البحث، مثل الطلاب، الموظفين، المرضى، أو أي فئة معينة. ويتميز مجتمع البحث بكونه المرجع الأساسي الذي يرغب الباحث في تعميم نتائج دراسته عليه<sup>(3)</sup>. وعليه فإن مجتمع دراستنا يتمثل في طلبة كلية الإعلام، وجمع البيانات من خلال استخدام أداة من أدوات جمع البيانات استمارة الاستبيان.

2- عينة البحث: عينة البحث هي مجموعة فرعية من مجتمع البحث يتم اختيارها لتمثيله في الدراسة. يعتمد الباحث على العينة لجمع البيانات بدلاً من دراسة المجتمع بأكمله، خاصة إذا كان حجمه كبيراً جداً أو يصعب الوصول إلى جميع أفرادها. يجب أن تكون العينة ممثلة للمجتمع بشكل جيد لتحقيق نتائج دقيقة وتعميمها على المجتمع الأصلي<sup>(4)</sup>.

فعينة البحث في هذه الدراسة هي «طلبة جامعة ذي قار كلية الإعلام و طلبة كلية الامام الكاظم (ع) قسم الاعلام في ذي قار». وتم اختيارهم بالطريقة العشوائية القصدية. وقد سعت الباحثة الى اختيار العينة وفقاً للعدد المحدد من قبل قانون كوكران، وإن قانون كوكران لاختيار العينة يكون على الشرح التالي:

$$n = \frac{\frac{z^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left[ \frac{z^2 pq}{d^2} - 1 \right]}$$

- (1) رجاء وحيد نوينري، البحث العلمي: أساسياته النظرية وممارساته العلمية، ط1، دار الفكر، دمشق، 2000، ص183.
- (2) أزهر سهيل نجم، منهج البحث الإعلامي بين النظرية والتطبيق، ط1، دار شمس الأندلس، بغداد، 2024، ص93.
- (3) عادل محمد العدل، منهج البحث في العلوم الإنسانية، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص287.
- (4) أزهر سهيل نجم، منهج البحث الإعلامي بين النظرية والتطبيق، ط1، دار شمس الأندلس، بغداد، 2024، ص103.

حيث:

تبلغ قيمة  $z$  عند مستوى ثقة 95٪، 1.96. $d$  هو مقدار الخطأ المسموح به، والذي يعتبر عادةً بمقدار يساوي 0.05. $N$  هو حجم المجتمع. $Pq$  هي حالة تجانس الأشخاص في المجتمع؛ فكلما زادت درجة التجانس بين أفراد المجتمع، كان حجم العينة الذي نحتاجه أصغر. لكن إذا لم تكن لدينا معلومات عن حالة المجتمع، فسنأخذ  $p$  و  $q$  قيمة تعادل 0.5.

تم توزيع الاستبانة لأكثر من 100 شخص من الطلبة وقد تم جمع 100 استبانة منها لدراستها كعينة البحث.

**سابعاً: حدود البحث**

1. الحدود الموضوعية: يتناول البحث استخدامات التربية الإعلامية و الرقمية في رفع الوعي حول مخاطر الابتزاز الإلكتروني، وآليات الحماية منه، ودورها في تعزيز السلوكيات الوقائية لدى الطلبة. كما يركز على مدى تأثير التربية الإعلامية و الرقمية في تمكين الطلبة من مواجهة محاولات الابتزاز الإلكتروني من خلال المعرفة والمهارات الإعلامية الرقمية.

2. الحدود الزمانية: يغطي البحث الفترة الزمنية [من 2024/11/15 إلى 2025/3/10]، حيث تم إجراء الدراسة الميدانية وجمع البيانات خلال هذه الفترة لقياس تأثير التربية الإعلامية و الرقمية على الحد من ظاهرة الابتزاز الإلكتروني بين طلبة كلية الإعلام.

3. الحدود المكانية: تم إجراء الدراسة الميدانية في جامعة ذي قار /كلية الإعلام كلية الامام الكاظم (ع) قسم الاعلام بـ [محافظة ذي قار]، حيث تم استهداف طلبة الكلية كمجتمع بحثي نظراً لطبيعة دراستهم ذات الصلة بوسائل الإعلام والاتصال الرقمي.

4. الحدود البشرية: يشمل البحث طلبة جامعة ذي قار /كلية الإعلام كلية الامام الكاظم (ع) قسم الاعلام بمختلف مراحلهم الدراسية، وذلك لقياس مدى وعيهم بمخاطر الابتزاز الإلكتروني، ومعرفة تأثير التربية الإعلامية في تعزيز قدراتهم على الحماية والتعامل مع هذه الظاهرة.

**ثامناً: صدق وثبات البحث**

1- الصدق: يعد الصدق من الشروط الضرورية واللازمة لبناء الاختبارات والمقاييس والصدق يدل على مدى قياس الفقرات للظاهرة المراد قياسها، وإن أفضل طريقة لقياس الصدق هو الصدق الظاهري والذي هو عرض فقرات المقياس على مجموعة من الخبراء للحكم على صلاحيتها، وقد تحقق صدق المقياس ظاهرياً من خلال عرض الفقرات على مجموعة من المتخصصين في الإعلام.

2- الثبات: وهذا هو الثبات في نتائج المقياس، لأنه يعطي نفس النتائج بعد تطبيقه مرتين في وقتين مختلفين على نفس الأشخاص. تم حساب الثبات باستخدام معامل ألفا كورباخ. معامل (ألفا) للاتساق الداخلي: يمحنا معامل ألفا تقديراً جيداً في معظم المواقف. ولاستخلاص الثبات بناءً على هذه الطريقة تم استخدام جميع نماذج البحث ومن ثم تم استخدام المعادلة (ألفا). وقد بلغ معامل ثبات المقياس (0.896) ويعد المقياس متنسفاً داخلياً، لأن هذه المعادلة تعكس مدى اتساق الفقرات داخلياً.

عدد الأسئلة	الفا كورنباخ
20	0.896

**تاسعاً: الدراسات السابقة**

1- دراسة كرم عبد الله فاضل (2024) بعنوان: دور الإعلام في محاربة الابتزاز الإلكتروني. لقد أصبح العالم اليوم قرية صغيرة يستطيع كل الناس فيها شراء وبيع واكتساب كل المعلومات والبيانات من خلال الوسائط السمعية أو المرئية أو الإلكترونية أو غيرها، حيث أصبحت كل المعلومات في جزء صغير، يتم الحصول عليها من الثواني والوسائط، وفي عصرنا الحالي لها حلقة مهمة في الابتزاز الإلكتروني، ولكن هناك من يحاول تطوير كل أنواع الوسائط لتحقيق أهداف دنيئة ومدمرة مثل الابتزاز المالي والأخلاقي، ولهذا فإن هذه التصرفات تسبب لهم الضرر، كما أن وجود واستقرار المجتمع ونتيجة لاستخدامه غير السليم من خلال الوسائط الإلكترونية بشكل خاص يؤثر سلباً على مهنة الإعلام، لأن هذه السلوكيات تؤثر سلباً على جميع الجوانب الاجتماعية والاقتصادية، لذلك يجب أن تلعب دوراً مهماً وفعالاً، لذا يأتي هذا البحث للإجابة على التساؤلات التالية: ما مفهوم الابتزاز الإلكتروني؟.

2- دراسة علي سعد عباس الحداد (2024) بعنوان: الابتزاز الإلكتروني في الإعلام الرقمي دراسة ميدانية. أجريت هذه الدراسة بهدف التعرف على دور وسائل الإعلام الرقمية في انتشار الابتزاز الإلكتروني في المجتمع العراقي. كما هدفت إلى التعرف على أنماط تعرض أفراد المجتمع لوسائل الإعلام الرقمية والوصول إلى الابتزاز الإلكتروني وتأثيرها على المجتمع العراقي. يعتبر هذا البحث دراسة وصفية وتم من خلاله استخدام أسلوب المسح الإعلامي الميداني لجزء من المجتمع العراقي (450 فرداً). ولتحقيق هدف البحث استخدم الباحث نظرية الثراء الإعلامي لتوافق هذه النظرية مع وسائل الاتصال الحديثة. تم جمع البيانات من خلال الاستبيان. وخلصت الدراسة إلى أن النتائج أظهرت أن 85.6% من إجمالي العينة اشتركوا في تطبيقات التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاث سنوات، وأكدت النتائج دعم جمهور الدراسة بنسبة (88.7%) أن تطبيق TikTok ساعد في انتشار الإلكترونية يكون الجرائم.

3- دراسة فاطمة دحماني (2022) بعنوان: التربية الإعلامية كآلية للحد من ظاهرة التتمر الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي. لقد خلق ظهور الإنترنت بشكل عام ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص وسائل حديثة وأسهل للتواصل والتعبير عن الآراء والمعتقدات والتوجهات السياسية والاجتماعية والعقائدية والتي تمارس من خلالها الحريات حتى تعادها بعض المستخدمين وفرضوا عليها قيوداً على احترام حرية وخصوصية الآخرين مما حول هذه المنصات الى ساحة يمارس فيها العنف بشكل كبير من خلال النص أو الصوت أو الصورة وهو ما يسمى

بـ "التنمر الإلكتروني" حيث يستخدم مواقع الإنترنت مثل شبكات التواصل الاجتماعي لإرسال رسائل عدوانية متعددة بلغة قوية وهي كلها سب وقذف وحتى قذف بهدف تشويه صورة المتلقي والأضرار بحالته النفسية وصولاً إلى حد الاكتئاب والانتحار.

4- دراسة حكمة جاب الله (2020) بعنوان: التربية الإعلامية وتحديات الإعلام الجديد. توفير القدرة على فهم وتفسير المحتوى الإعلامي واكتشاف قيمه وأفكاره، القدرة على تقديم آراء نقدية حول المحتوى الذي يتعرض له المتلقي سواء كان إيجابياً أو سلبياً، القدرة على اختيار الوسائط والوسائط المناسبة. المحتوى، والقدرة على إنتاج المحتوى الإعلامي وإيصاله للجمهور، والقدرة على توجيه الأسرة والمجتمع للاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام.

5- دراسة أيمان سيد علي (2018) بعنوان: اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات. تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات النخب الأكاديمية نحو استخدام التربية الإعلامية في الجامعات المصرية. هذا البحث وصفي ويعتمد على المنهج المسحي. وشملت عينة البحث (200) من النخبة الأكاديمية في كليات الإعلام بالجامعات الحكومية والخاصة في مصر. وكانت أداة البحث عبارة عن استبيان. وأهم النتائج كما يلي: إن أفضل طريقة لتعليم التربية الإعلامية للطلاب هي: ورش العمل والمناقشة وتبادل الأفكار بين الطلاب والمعلمين، والتجربة الحقيقية من خلال إنتاج المواد الإعلامية التي يشارك فيها الطلاب. وتمت طريقة العرض من خلال محاضرات المعلم للطلاب بأحدث طرق التدريس.

#### الاستفادة من الدراسات السابقة:

1. العمل على صياغة مشكلة الدراسة بصورة صحيحة وجيدة.
2. العمل على صياغة التساؤلات الخاصة بالدراسة بصورة صحيحة وجيدة.
3. استفادت الباحثة من خلال اطلاعه على الدراسات السابقة في معرفة كيفية عمل الدراسة، وعلى الركائز التي تبدأ الدراسة من خلالها.
4. استفادت الباحثة من خلال اطلاعه على الدراسات السابقة معرفة الباحث أن يبرهن على أهمية الدراسة العلمية التي يتناولها، وذلك من خلال إثبات تنوله للنقاط جديدة غير موجودة في الدراسات السابقة.
5. استفادت الباحثة من خلال اطلاعه على الدراسات السابقة في الابتعاد عن الموضوعات المكررة، وتساوده على خلق موضوعات جديدة لم يتم الحديث عنها في السابق.

### الفصل الثاني: الإطار النظري

#### المبحث الأول: التربية الإعلامية

##### المطلب الأول: مفهوم التربية الإعلامية

يعد مفهوم التربية الإعلامية غائباً عند الكثيرين، ويحتاج إلى الوقوف عنده وتوضيحه، كما وإن الجدل ما زال مستمراً بين التربويين والإعلاميين في الوطن العربي على هذا مفهوم كمصطلح لكنهم متفقون على مدى أهميته في المنهج التربوي، فالتربية الإعلامية ضرورة واحتياج العصر حيث تهدف إلى تقديم إطار علمي في أصول التدريس والمنهج النقابي الذي يساعد في بناء الإنسان في أي مكان، حيث تهتم بتنمية أساليب التفكير الناقد وتدعيم مهارات المتعلم في البحث والتحليل والتقييم لكل ما يعرض عبر وسائل الإعلام.

والتربية الإعلامية مصطلح مركب من كلمتين هما: التربية والإعلام، فهو ترجمة للكلمة الإنجليزية (Media Education) ويعني التربية الإعلامية أو التعليم الإعلامي، وهناك من يرى أنها ترجمة للمصطلح الإنجليزي (Media Literacy) وهو ما يسمى بمحو الأمية الإعلامية<sup>(5)</sup>. حيث تتكفل التربية الإعلامية على الاتصال اعتماداً كلياً من أجل تحقيق أهداف إعلامية تربوية بناء على معطيات ما يقدم لخدمة الطالب وإعطائه كماً من المعلومات والمهارات للتعامل مع الإعلام وما يبيته من رسائل مختلفة ذات مضامين ظاهرة أو خفية. تمثل التربية الإعلامية مفهوماً شاملاً يعني بطريقة التعبير والوصول إلى الإعلام والفهم الإعلامي سواء السلبي أو الإيجابي، وتقييم الإعلام تقييماً ناقداً والوعي بإمكانيات ومخاطر الإعلام الجديد<sup>(6)</sup>.

حيث تجدر الإشارة إلى أن التربية الإعلامية تعمل على مجموعة من المحاور العملية من ضمنها عملية تكنولوجيا المعلومات، والاطلاع والتعامل بسلاسة مع وسائل الإعلام المختلفة، والوعي الإعلامي القائم على التواصل، واكتساب المعلومات الحيوية والاستراتيجية الخاصة بالإعلام، والاستخدام الآمن له<sup>(7)</sup>. وهناك تعاريف عديدة تخص موضوع التربية الإعلامية ومن أبرز هذه التعاريف يعتبر سلف بلات أن التربية الإعلامية هي الوعي بتأثير وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع، وإدراك عملية الاتصال الجماهيري، وتطوير استراتيجيات تمكننا من فهم وتحليل ومناقشة الرسائل الإعلامية، وتنمية الاستمتاع الجمالي، والتقدير لمضمون وسائل الإعلام<sup>(8)</sup>. حيث تعتمد التربية الإعلامية على الاتصال اعتماداً كاملاً

(5) العبد الكريم، راشد، المناهج الدراسية وتنمية ملكات النقد لوسائل الإعلام، مؤتمر التربية الإعلامية، الرياض، 2007، ص66

(6) Schwarz, G. "What is media literacy, who cares, and why" (USA. Malden, MA: Blackwell Publishing, 2013) P15.

(7) Smet, P, "Media Education: A Qualitative Study of Media Education Awareness Among Youths of Moscow University in Terms of National Academic Standards". (Moscow. Institute Technologies. 2013) p41.

(8) Silveblatt, A "Media literacy: Keys to interpreting media messages "(CT, ed2, Westport, 2001) p18.

من أجل تحقيق أهداف إعلامية تربوية بناء على معطيات ما يقدم لخدمة الطالب وإعطائه كما من المعلومات والمهارات للتعامل مع الإعلام وما يبيته من رسائل مختلفة ذات مضامين ظاهرة أو خفية. وتعرف التربية الإعلامية: على أنها فهم الجمهور لألية عمل الإعلام والكيفية التي يؤثر بها على حياتنا وطريقة استخدام الإعلام بشكل امثل بصورة حكيمة وإيجابية<sup>(9)</sup>. ويعرفها (غريناوي) على أنها مجموعة المبادئ الأساسية والمعلومات التي يكتسبها الفرد من الوسائل في مواجهة التقدم والعشوائية الإعلامية، والتعريف بالأسلوب الصحيح للتعامل معها<sup>(10)</sup>. وعرفها أيضا (كوبي) بأنها التعليم بهدف إكساب القدرة على بناء المعنى الشخصي من الرموز البصرية واللفظية المستمدة يوميا من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية أكثر من مجرد تفسير المعلومات، وبذلك فهي عملية بصرية تنمي مبادئ المشاهدة الواعية، وعملية عقلية تعزز التفكير السليم والفهم الصحيح والنقد البناء لما يتلقاه شباب الجامعات من مضامين ظاهرة ومضامين خفية<sup>(11)</sup>.

### المطلب الثاني: نشأة وتطور التربية الإعلامية

برزت حركة التربية الإعلامية في أوروبا في الفترة ما بين 1920-1940م، تحديدا في فرنسا - رائدة صناعة السينما - حيث جرت أولى محاولات استغلال هذه الصناعة في العملية التعليمية، أن أول فيلم تعليمي يهدف إلى تنمية مهارة التحليل والنقد لدى المتعلمين تم عرضه عام 1922م، ذلك أثناء المؤتمر الإقليمي الأول لأقسام الفيلم التعليمي<sup>(12)</sup>. وفي عام 1933م نشر كتاب بعنوان: " الثقافة والبيئة: تدريب التوعية الناقدة، دعا فيه المؤلفان "Leavis & Thompson" إلى ضرورة التدريب على تنمية الوعي الناقد، ومن هنا انتشرت الدعوة إلى التدريب على الاستخدام الناقد لوسائل الاتصال بالمدارس، حيث تضمن الكتاب سلسلة من التمارين الصفية تطبق في الفصل الدراسي باستخدام بعض المواد الصحفية الشعبية والإعلانات، وهي المواد المتاحة في ذلك الوقت<sup>(13)</sup>. وبذلك أصبح هذا الكتاب يمثل أول منهج لتدريس وسائل الإعلام في المدارس، وكان ينظر إلى وسائل الإعلام حينها على أنها ذات تأثير مفسد، وأنها وسيلة لعرض الملذات بدلا من القيم الأصيلة والأدب، وعلية كان الهدف من التربية الإعلامية ووظيفتها حينها، هو تشجيع الطلاب على التمييز، والمقاومة، وتنمية الحكم الصحيح والذوق لديهم، من خلال استيعابهم للاختلافات الأساسية بين القيم الخالدة والثقافة الراقية، وبين الثقافة الوضعية والقيم التجارية لوسائل الإعلام<sup>(14)</sup>. وأن أول ظهور لمفهوم التربية الإعلامية لأول مرة في المؤتمر السنوي لمنظمة اليونسكو سنة 1982، حيث صدرت توصيات تنادي بضرورة إعداد الأفراد لعالم يمتاز بقوة الرسائل المصورة والمكتوبة والمسموعة، وكان ظهور مفهوم التربية الإعلامية بالأساس كوسيلة لحماية المواطنين من الآثار السلبية لوسائل الإعلام<sup>(15)</sup>. تطور مفهوم الإعلام في العصر الحديث بصوره متسارعة، وتطور وفقا لذلك الفهم لطريقة عمل الإعلام، وكيف يتعامل الناس مع وسائل الإعلام، وللتربية الإعلامية تعريفات متعددة ذات مضمون متشابه وروية واحدة إجمالاً، فهي جميعا تتفق في أنها تلك التربية التي تقدم للفرد معرفة كيفية التعامل الواعي مع وسائل الإعلام، وقد تعددت المصطلحات المستخدمة للإشارة لمجال اكتساب الوعي والمهارات اللازمة للتعامل مع وسائل الإعلام<sup>(16)</sup>. إن جذور الاهتمام بالتربية الإعلامية تعود الى النصف الثاني من القرن العشرين حيثما نشطت العديد من المؤسسات الغربية بإدخال "ثقافة الشاشة" إلى المؤسسات التعليمية، فيما تنبه المجتمع الدولي مبكرا لأهمية حشد الجهود وتبادل الخبرات فيما يتعلق بمفاهيم التربية الإعلامية والمعلوماتية وبرعاية من منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو)، فجاء إعلان جرانولد، والذي أصدر في ندوة اليونسكو الدولية عام 1982 في ألمانيا وأبرز توصياته: إن التربية الإعلامية تصبح أكثر تأثيراً عندما تتكامل أدوار الآباء، والمعلمين، والمختصين في الإعلام، وصناع القرار، لخلق وعي نقدي أكبر لدى المستمعين، والمشاهدين والقراء. وأن الدمج أكثر بين نظم الاتصال والتعليم سيكون بلا شك بمثابة خطوة إلى الأمام نحو تعليم أكثر فعالية<sup>(17)</sup>.

(9) الحمداني، بشرى حسين، التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015، ص89

(10) رسمي، محمد حسن، المنظور العالمي لأدوار أخصائي الصحافة المدرسية، مجلة كلية التربية، جامعة بها، ط2، مصر، 2015، ص260.

(11) Kubey, R. "Obstacles to the Development of Media" (USA, Education in the U.S. Journal of Communication, F 48, vol 1, 2014) p58

(12) الجندي، ابتسام، مفهوم ومبادئ التربية الإعلامية، اليونسكو اللجنة الوطنية للتربية والعلوم، القاهرة، 2008، ص10  
(13) Robert Kubey, Gina Marcello Serafin "Final Evaluation of Assignment: Media Literacy" (Uk, A report to the discovery channel New Jersy, 2001) p33

(14) لعيس، إسماعيل، دور التربية الإعلامية في إصلاح المنظومة التعليمية، مجلة دفاتر، ع5، الجزائر، 2015، ص24

(15) حسن، احمد جمال، التربية الإعلامية، دار المعرفة للطباعة، ط1، القاهرة، 2015، ص35.

(16) الطويسى، باسم، التربية الإعلامية والمعلوماتية، معهد الإعلام الأردني، عمان، 2016، ص23

(17) جمال حسن، احمد، التربية الإعلامية، دار المعرفة للطباعة والنشر، ط1، القاهرة، 2015، ص57.



بنهاية القرن العشرين، حدث تغير تدريجي في مفهوم التربية الإعلامية، فتحول الاتصال الجماهيري التقليدي إلى تناول المعلومات الحديثة وتقنيات الاتصال المعاصرة، فانصب التركيز على الوسائط المتعددة الرقمية، حيث أكدت النظرة المعاصرة على ضرورة أن تهتم التربية الإعلامية بتحليل الأدوات والاستراتيجيات والبرامج الإعلامية من خلال التطبيقات التربوية كما موضح بشكل التالي<sup>(18)</sup>.



فقد بدأت التربية الإعلامية أساساً كأداة لحماية المواطنين من الآثار السلبية للرسائل الإعلامية، وهو ما يعرف بنموذج الحماية Protectionist Approach، وعندما أصبحت وسائل الاتصال الجماهيري جزءاً من الثقافة اليومية للفرد، اتسعت معها النظرة إلى التربية الإعلامية ليصبح الفرد قادراً على تحليل وتفسير ونقد ما يشاهده أو يسمعه، وهو ما يعرف بنموذج المتلقي النشط "Critical Autonomy" من خلال هذا المنظور يصبح هدف التربية الإعلامية متمثل في تحويل استهلاك الرسائل الإعلامية إلى عملية ناقدة نشطة، ومساعدة الأفراد على تكوين الوعي النقدي حول طبيعة تلك الرسائل، وفهم دورها في بناء وجهات النظر حول الواقع الذي يعيشون فيه واستخدام مفهوم التربية الإعلامية في ذلك الوقت بصفة كلاسيكية حيث كان الاتصال الجماهيري مستنداً على علم أصول التربية كما موضح بشكل التالي<sup>(19)</sup>.



حيث ركز خبراء التربية الإعلامية على إمكانية استخدام أدوات الاتصال ووسائل الإعلام لتحقيق منافع تربوية ملموسة، (كوسيلة تعليمية). وبحلول السبعينات بدأ النظر إلى التربية الإعلامية على أنها تعليم يخص الإعلام، وأنها (مشروع دفاع) يتلخص هدفه في حماية الأطفال والشباب من المخاطر التي استحدثتها وسائل الإعلام، وانصب التركيز على كشف الرسائل المزيفة، والقيم غير الملائمة، وتشجيع الطلاب على رفضها وتجاوزها. أما في السنوات الأخيرة تطور مفهوم التربية الإعلامية حيث لم يعد (مشروع دفاع) فحسب، بل (مشروع تمكين) أيضاً، يهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم، وحسن الانتقاء والتعامل معها، والمشاركة فيها بصورة فعالة ومؤثرة<sup>(20)</sup>.

(18) جابر، عصام، رؤية مستقبلية للتربية الإعلامية بمرحلة التعليم الجامعي في ضوء تحديات الثقافة التشاركية، مجلة كلية التربية جامعة الأزهر، ع137، ج2، القاهرة، 2008، ص13

(19) الصالح، بدر عبد الله، مدخل دمج تقنية المعلومات في التعليم للتربية الإعلامية، وزارة التربية والتعليم، الرياض، 2007، ص73

(20) الشمري، فهد عبد الرحمن، التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام، مكتبة الملك فهد، ط1، الرياض، 2010، ص19

**المطلب الثالث: أهمية التربية الإعلامية**

تكمُن أهمية التربية الإعلامية من خلال عدة مبررات قد دعا إليها التربويين، وذلك لاعتمادها في مواجهة متغيرات العصر كجزء لا يتجزأ من دورهم في المجتمع، ويمكن سرد تلك المبررات على النحو الآتي:

- التكيف مع التطور التكنولوجي لوسائل الإعلام والاتصال: شهدت الخريطة الاتصالية قفزات تكنولوجية وإعلامية هائلة ومتسارعة، فمنذ منتصف الستينيات عندما وضع أول قمر صناعي للاتصالات في مدار قريب من الأرض والدخول في الألفية الثالثة، فأصبحت تكنولوجيا الاتصال عنصراً ملازماً لكل مظاهر الحياة العصرية، فتكنولوجيا الاتصال والمعلومات تعني كل ما ترتب على الاندماج بين تكنولوجيا الكمبيوتر والتكنولوجيا السلكية واللاسلكية<sup>(21)</sup>.

- تعظيم الاستفادة من الفرص التي توفرها وسائل الإعلام: في الوقت الحاضر هناك اتجاه في التربية الإعلامية نحو الاستفادة مما تمنحه وسائل الإعلام من فرص، حيث وجد أن وسائل الإعلام يمكن أن تعمل على إتاحة فرصة هائلة في العملية التعليمية، والعمل على تشجيع الأفراد للتعبير عن آرائهم، ومشاركة المؤسسات التربوية الأخرى في التوعية والتثقيف وإحداث التنمية.

- مواجهة مخاطر العولمة الإعلامية: يشير الواقع إلى استغلال التقدم في وسائل الإعلام في تحقيق أهداف العولمة، والتربية الإعلامية ضرورة لمواجهة مخاطر من خلال دورها في تعزيز الهوية الثقافية وترسيخ العقيدة وإعداد الفرد لفهم وتقبل الآخر. فالعولمة الإعلامية أبرزت الدور المستقبلي للإعلام والاتصال كما أكدت على التفاعل.

- تأثيراً وتأثيراً، مع المضامين الإعلامية القوية؛ حيث يتم التعديل والتطوير المستمر القائم على الوعي والعلم والمعرفة بالوسائل والرسائل، خاصة مضامين العنف والعدوان والإثارة التي اعتاد الجمهور على مشاهدتها بدرجة كبيرة من السلبية واللامبالاة دون تفاعل أو تحليل ناقد لها، كما تثير معظم مضامين وسائل الإعلام المشاكل الموجودة في المجتمع دون تقديم حلول عملية للجمهور؛ مما يعزل الجمهور عن واقعه ومجتمعه، لذا يجب على الجمهور عدم الأخذ بالحلول المقدمة من قبل وسائل الإعلام للمشاكل الاجتماعية كأمر مسلم به، وعلية البحث عن حلول هذه المشاكل من واقع مجتمعه. كما تشجع التربية الإعلامية على تنشئة المواطنة المسؤولة الفعالة، والعمل الجماعي، وربط المنهج الدراسي بالحياة الواقعية وهي متسقة مع التوجه لتنمية مهارات التفكير العليا<sup>(22)</sup>.

- الحفاظ على الهوية الثقافية: أصبحت وسائل الإعلام بمختلف أشكالها هي الوسائل التي استخدمها رواد الغزو الفكري والثقافي المعاصر لرمي أمتنا بوابل من السموم الفتاكة ويمكن القول بأن المضامين الإعلامية والثقافية المزينة للاستهلاك والمجملّة بنمط الحياة الغربي باتجاه البلدان النامية، هي من أسوأ ما ينتج الغرب والتي تعمل على إفساد الثقافة الوطنية وتهميشها وتسريب وإشاعة أنماط حياتية تستهلك أكثر ما يمكن من البضائع والسلع. ففي الوقت الحاضر تعمل المضامين الإعلامية الغربية - الأمريكية خاصة - على اختراق كل وسائل الاتصال الجماهيري، ويحدث هذا الاختراق والتغلغل تغيرات أساسية في المحيط الثقافي إذا ينقل ويولد مفاهيم ومواقف، كالترويج للعنف والوحشية والقتل والجنس، وتمجيد المغامرة الفردية، والشعور بالعظمة الذاتية وقتل الإحساس بالجماعية، وإلغاء العقل في فهم الأشياء والعلاقات والأحداث.

- دستوريا الإعلام: أصبحت وسائل الإعلام دستورياً مفجعة في العصر الحالي، فيحدث اصطدام بمضامينها التي لا حريات فيها ولا عدالة؛ مضامين قائمة على الحرمان ولا قيمة ولا خرمة للحياة البشرية فيها، فقيام وسائل الإعلام ببث مواد غير مسؤولة في ظل الحرية التي تحظى بها الأنظمة الإعلامية في الفترة الحالية، وعدم فهم المجتمع للدور الخطير الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام في تنشئة أفراده، وانتشار الثقافة البصرية، تجعل التربية الإعلامية ضرورة لحياتنا اليومية<sup>(23)</sup>.

**المطلب الرابع: أهداف التربية الإعلامية**

إن الغرض الأساسي للتربية الإعلامية ليس تكوين الوعي الناقد فحسب، بل تكوين الحكم الذاتي المستقل بشأن مضامين وسائل الإعلام المختلفة؛ بمعنى تعلم عملية تكوين الأحكام الذاتية عما يمكن للفرد أن يقوم به بعد أن يترك الدراسة ويواجه وسائل الإعلام طيلة حياته، وبهذا يتعلق جوهر التربية الإعلامية بوقاية الأطفال ضد الآثار السلبية الناتجة عن تعرضهم لوسائل الإعلام، وهذا عن طريق إرشادهم إلى الانتقائية في التعرض، وإدراك المحددات الأساسية التي تحكم عمل وسائل الإعلام<sup>(24)</sup>، كما أنها لا تهدف فقط للنظر إلى وسائل الإعلام من منظور واحد، وإنما تشجع وجهات النظر المختلفة، فجوهاً يتمثل في وقاية النشء والشباب من التأثيرات السلبية الناتجة من تعرضهم لوسائل الإعلام، وهذا عن طريق إرشادهم إلى الانتقائية في التعرض للمضامين الإعلامية، وإدراك المحددات الأساسية التي تحكم وسائل الإعلام<sup>(25)</sup>. وحاول "Percival" اختزال الهدف من التربية الإعلامية، في نشر تعريف الإعلام للواقع، وتقويم أدوات شاملة للطلبة لمساعدتهم على تطوير قدراتهم

(21) عايل، حسن، رؤى حول التربية والإعلام وأدوار المناهج لتنمية التفكير في مضامين الإعلام لتحقيق التربية

الإعلامية، دراسة مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، وزارة التربية والتعليم، الرياض، 2007، ص48.

(22) حمدي، حسن، دور التربية في مواجهة تداعيات العولمة على البوابة الثقافية، مجلة دراسات في التعليم الجامعي،

ع7، القاهرة، 2004، ص151

(23) إيناس إبراهيم، رباح رمزي، تصور مقترح لدور في المدرسة التربية الإعلامية في ضوء خبرات بعض الدول،

جامعة سوهاج، القاهرة، 2011، ص622

(24) مجيب، عبد الله، تصور مقترح للتربية الإعلامية بمرحلة التعليم الأساسي في اليمن، كلية التربية، صنعاء، 2013،

ص74

(25) الخيري، طلال، تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية، جامعة أم القرى، رسالة دكتوراه، الرياض، 2009،

ص136



الذاتية؛ ليصبحوا أشخاصاً كباراً ناضجين مسؤولين<sup>(26)</sup>. فقد بدأت التربية الإعلامية بهدف أساسي يتمثل في حماية المواطنين من الآثار السلبية للرسائل الإعلامية، وتطور هذا الهدف عندما أصبحت وسائل الاتصال الجماهيرية جزءاً من الثقافة اليومية للفرد، فاتسعت أهداف التربية الإعلامية، لتشمل تحويل الجمهور من الاستهلاك السلبي لوسائل الإعلام وفهم دورها في بناء وجهات النظر تجاه الواقع الذي يعيشه أي تمكن الفرد؛ ليكون قادراً يتحكم بتفسير ما يتلقاه، وهو ما يعرف ب (نموذج المتلقي النشط)، وعلى الصعيد الإسلامي والعادات والتقاليد الاجتماعية من المهم إضافة القيم الإسلامية ضمن أهداف التربية الإعلامية في المجتمعات الإسلامية، وتنمية القيم الإسلامية، وتحقيق الاعتزاز بالعقيدة وتنمية روح التسامح والتعايش الإيجابي مع الآخرين<sup>(27)</sup>.

فالتربية الإعلامية تهدف إلى تبصير الرأي العام والجماهير بمخرجات وسائل الإعلام، وآليات عملها، وتأثيراتها على الفرد والمجتمع، ولا يقف الأمر عند حدود هذه الأهداف، ولكن هذه الأهداف يمكن أن تتطور أو تتغير بتطور العمليات الإعلامية ووسائلها، واتجاهاتها في علاقتها بالسياسات التي تعمل في إطارها، كذلك علاقتها بالنظم الاجتماعية وجمهور هذه الوسائل، ويتطور مستويات تحقيق هذه الأهداف، والتقدم الحادث في مستوى الوعي والثقافة الإعلامية التي حققتها التربية الإعلامية مع المواطنين والمجتمع، مع مراعاة حقوق الفئات المهمشة والشرائح الضعيفة اقتصادياً واجتماعياً وذوي الاحتياجات الخاصة في رسم هذه الأهداف وتحقيقها. وكان مؤتمر فيينا قد طرح عدداً من أهداف التربية الإعلامية ومبادئها، التي ينبغي السعي إلى تحقيقها من خلال تعليم أفراد المجتمع، وهي:

- التعريف بمصادر النصوص الإعلامية ومقاصدها.
- فهم الرسائل الإعلامية وتفسيرها وما تحملها مضامينها من قيم.
- التحليل وتقديم الآراء النقدية للمضامين الإعلامية.
- اختيار وسائل الإعلام المناسبة للتعبير عن الرأي وتوصيل الرسائل للجمهور المستهدف.
- التواصل مع الإعلام أو المطالبة بذلك بهدف التلقي والإنتاج<sup>(28)</sup>.

### المبحث الثاني: الابتزاز الإلكتروني

#### المطلب الأول: مفهوم الابتزاز الإلكتروني

الابتزاز الإلكتروني هو أحد الجرائم الإلكترونية التي يتم فيها تهديد الضحية بنشر معلومات حساسة أو صور أو مقاطع فيديو خاصة مقابل المال أو تنفيذ مطالب معينة. ويعتمد المبتزون على وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات الإلكترونية لاستهداف الضحايا واستدراجهم<sup>(29)</sup>. الابتزاز الإلكتروني هو نوع من الجرائم الإلكترونية، لكنه يختلف عن الاختراق الإلكتروني أو سرقة الهوية، حيث يركز على التهديد والمساومة باستخدام بيانات أو معلومات شخصية للضحية<sup>(30)</sup>.

مع التطور السريع للتكنولوجيا وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي، أصبح الابتزاز الإلكتروني أحد أخطر الجرائم الرقمية التي تهدد الأفراد والمجتمعات. يقوم المبتزون باستغلال الفضاء الإلكتروني لتهديد الضحايا بنشر معلومات حساسة أو صور أو مقاطع فيديو خاصة بهم، بهدف الحصول على المال أو تنفيذ مطالب غير مشروعة. وتنتشر هذه الظاهرة بسبب سهولة الوصول إلى البيانات الشخصية وضعف الوعي الأمني لدى بعض المستخدمين، مما يجعلهم عرضة للاستهداف. ولأن الابتزاز الإلكتروني لا يقتصر على الأفراد فقط، بل قد يستهدف أيضاً الشركات والمؤسسات، أصبح من الضروري تعزيز الوعي الرقمي واتخاذ التدابير اللازمة للوقاية منه. ويهدف هذا الموضوع إلى تسليط الضوء على مفهوم الابتزاز الإلكتروني، أنواعه، أسبابه، وآثاره السلبية، بالإضافة إلى طرق الوقاية منه وكيفية التعامل مع مثل هذه التهديدات لضمان بيئة إلكترونية آمنة للجميع<sup>(31)</sup>.

الابتزاز الإلكتروني هو جريمة رقمية يتم فيها تهديد شخص أو مؤسسة بنشر معلومات حساسة أو صور أو مقاطع فيديو خاصة مقابل المال أو تنفيذ مطالب معينة. يعتمد المبتزون على الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي للوصول إلى الضحايا، مستغلين ضعف الأمان الرقمي أو الثقة

(26) أبو عزام، محمد خالد، التربية الإعلامية، دار زاهد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2020، ص73

(27) Stanly. J. Baran, Dennis. k. Davis "Mass Communication theory" United States, ed4, 2006) p137

(28) محمد، عبد الحميد، دعم التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية، ورقة عمل مقدمة في المؤتمر العلمي الثالث التعليم وتحديات القرن الحادي والعشرين، كلية التربية، جامعة حلوان، القاهرة، 2006، ص142

(29) دعاء سليمان التميمي، جريمة الابتزاز الإلكتروني دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، القدس- فلسطين، 2019، ص24

(30) لغديان، سليمان بن عبد الرزاق وآخرون، صور جرائم الابتزاز الإلكتروني ودوافعها والآثار النفسية المترتبة عليها، كلية الملك فهد، 2018، ص45

(31) عيد، نوال الابتزاز المفهوم الأسباب العالج، ورقة عمل مقدمة في ندوة الابتزاز - المفهوم الأسباب العالج، جامعة الملك، 2011، ص67

الزائدة<sup>(32)</sup>. ويعد الابتزاز الإلكتروني جريمة خطيرة، والتوعية حول أساليب الوقاية والتعامل معه أمر ضروري لحماية الأفراد والمجتمع من مخاطره.

### المطلب الثاني: أشكال الابتزاز الإلكتروني

يأخذ الابتزاز الإلكتروني عدة أشكال تختلف بحسب الهدف والأسلوب المستخدم من قبل المبتزين، ومن أبرز هذه الأشكال:

1. الابتزاز المالي: يتمثل في تهديد الضحية بنشر معلومات أو صور حساسة ما لم تدفع مبلغًا ماليًا معينًا. وغالبًا ما يستخدم المبتزون التهديد المستمر لزيادة المبلغ المطلوب.
2. الابتزاز العاطفي أو الشخصي: يحدث عندما يستغل المبتز علاقة عاطفية أو صداقة إلكترونية لخداع الضحية، ثم يهددها بنشر محادثات خاصة أو صور شخصية إذا لم تستجب لمطالبه.
3. الابتزاز الأخلاقي: يستهدف سمعة الضحية، حيث يقوم المبتز بتهديدها بنشر معلومات محرجة أو مزيفة تؤثر على صورتها الاجتماعية أمام العائلة أو الأصدقاء أو المجتمع.
4. الابتزاز الوظيفي أو المهني: يتم تهديد الموظفين أو الشخصيات العامة بنشر معلومات تؤثر على مستقبلهم الوظيفي ما لم ينفذوا مطالب المبتز، مثل دفع أموال أو تقديم خدمات معينة.
5. الابتزاز السياسي: يستهدف شخصيات سياسية أو مؤسسات بهدف التأثير على قراراتهم أو الحصول على معلومات حساسة قد تؤثر على الأمن القومي أو الاستقرار السياسي.
6. الابتزاز عبر القرصنة الإلكترونية: يتم من خلال اختراق الأجهزة أو الحسابات الإلكترونية للضحايا، ثم سرقة البيانات الحساسة واستخدامها للتهديد والابتزاز.
7. الابتزاز الجنسي: يحدث عندما يجبر المبتز الضحية على إرسال صور أو مقاطع فيديو غير لائقة، ثم يهددها بنشرها إن لم تستجب لمطالبه، وقد يكون هذا النوع من الابتزاز الأكثر انتشارًا وخطورة<sup>(33)</sup>.

### المطلب الثالث: أهداف الابتزاز الإلكتروني

يختلف الهدف من الابتزاز الإلكتروني بناءً على نوايا المبتز ونوع الضحية، لكن بشكل عام، يمكن تصنيف الأهداف الرئيسية لهذه الجريمة إلى عدة فئات:

1. الحصول على المال: يُعد الدافع المالي من أكثر الأهداف شيوعًا، حيث يطالب المبتزون الضحية بدفع مبالغ مالية مقابل عدم نشر معلومات حساسة، سواء كانت صورًا، محادثات، أو بيانات شخصية.
2. تحقيق السيطرة والهيمنة: يسعى بعض المبتزين إلى فرض سيطرتهم على الضحايا نفسيًا أو عاطفيًا، من خلال التهديد المستمر والتلاعب بهم لإجبارهم على تنفيذ مطالب معينة.
3. تشويه السمعة والإضرار بالحياة الاجتماعية: قد يكون الابتزاز الإلكتروني وسيلة للانتقام أو الإضرار بسمعة شخص ما عبر نشر معلومات محرجة أو مفبركة، مما يؤثر على علاقاته العائلية أو المهنية.
4. الاستغلال العاطفي أو الجنسي: في بعض الحالات، يكون الهدف من الابتزاز هو إجبار الضحية على إرسال مزيد من الصور أو مقاطع الفيديو غير اللائقة، مما يؤدي إلى تورطها في دائرة مستمرة من الابتزاز.
5. التجسس أو سرقة المعلومات: قد يستخدم بعض المبتزين الابتزاز كأداة للحصول على معلومات حساسة، سواء كانت شخصية أو تخص مؤسسة معينة، لاستخدامها في أغراض أخرى مثل الاختراق الإلكتروني أو التلاعب بالبيانات.
6. التأثير على قرارات الأفراد أو الشركات: يستخدم بعض المجرمين الابتزاز الإلكتروني للضغط على شخصيات سياسية أو رجال أعمال أو موظفين لإجبارهم على اتخاذ قرارات تصب في مصلحة المبتز.
7. نشر الفوضى وإثارة القلق: في بعض الحالات، لا يكون الهدف ماديًا، بل يسعى المبتز إلى نشر الفوضى أو التلاعب بمشاعر الضحايا لدوافع شخصية أو انتقامية<sup>(34)</sup>.

### المطلب الرابع: أسباب انتشار الابتزاز الإلكتروني

تزايدت حالات الابتزاز الإلكتروني في السنوات الأخيرة بسبب عدة عوامل ساهمت في تسهيل وقوع الضحايا في فخ المبتزين. ومن أهم هذه الأسباب:

1. الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي: أصبحت مواقع مثل فيسبوك، إنستغرام، واتساب، وتيك توك منصات يستخدمها المبتزون لاستدراج الضحايا والتواصل معهم، خاصة مع ضعف الوعي الأمني لدى بعض المستخدمين.

<sup>(32)</sup> لمطيري، نوف علي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في الابتزاز المؤدي إلى الجريمة غير أخلاقية، رسالة

ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ص45

<sup>(33)</sup> سامي مرزوق، المسؤولية الجنائية عن الابتزاز الإلكتروني في النظام السعودي، رسالة ماجستير، جامعة نايف

العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ص32

<sup>(34)</sup> حاسي مليكة، شرارة حياة، التمر الإلكتروني دراسة نظرية في الأبعاد والممارسات، مجلة الإعلام والمجتمع،

المجلد4، العدد1، 2020، ص70

2. ضعف الوعي بالأمان الرقمي: العديد من الأشخاص لا يدركون أهمية حماية بياناتهم الشخصية، مثل استخدام كلمات مرور ضعيفة أو مشاركة المعلومات الحساسة مع الغرباء، مما يجعلهم عرضة للاختراق والاستغلال.
3. سهولة اختراق الحسابات والأجهزة: مع تطور تقنيات القرصنة، أصبح من السهل على المبتزين اختراق الحسابات الإلكترونية أو الأجهزة وسرقة البيانات والصور الخاصة لاستخدامها في الابتزاز.
4. الثقة الزائدة والتعامل العشوائي عبر الإنترنت: يقع بعض المستخدمين في فخ العلاقات الزائفة، حيث يتقنون بأشخاص مجهولين عبر الإنترنت ويرسلون لهم صوراً أو معلومات خاصة، ليتم استخدامها لاحقاً في الابتزاز.
5. ضعف القوانين أو عدم تنفيذها بصرامة: في بعض الدول، قد لا تكون هناك قوانين صارمة لمكافحة الابتزاز الإلكتروني، أو قد يكون هناك ضعف في تنفيذها، مما يشجع المجرمين على الاستمرار في جرائمهم.
6. الدوافع المادية للمجرمين: يستخدم العديد من المبتزين الابتزاز كوسيلة سهلة للحصول على المال، خاصة مع انتشار العملات الرقمية التي تصعب تتبع عمليات الدفع.
7. قلة الوعي المجتمعي بخطورة الابتزاز الإلكتروني: لا يزال الكثير من الناس يجهلون طرق التعامل مع الابتزاز الإلكتروني، مما يدفع الضحايا للخضوع للمبتزين بدلاً من الإبلاغ عنهم للجهات المختصة.
8. انتشار المحتوى غير الأخلاقي والابتزاز الجنسي: بعض المحتويات غير الأخلاقية تسهل على المجرمين استدراج الضحايا، خاصة في حالات الابتزاز العاطفي أو الجنسي، حيث يتم تهديد الضحية بنشر صور أو فيديوهات محرجة.
9. غياب الرقابة الأسرية والتوعية لدى الشباب والمراهقين: يقع الكثير من الشباب والمراهقين ضحية للابتزاز بسبب غياب الرقابة الأبوية، وضعف التوعية حول مخاطر مشاركة الصور والمعلومات الشخصية عبر الإنترنت<sup>(35)</sup>.

### المبحث الثالث: نموذج جيمس بوتنر لمحو الأمية الإعلامية

#### المطلب الأول: مفهوم نموذج جيمس بوتنر

نموذج جيمس بوتنر لمحو الأمية الإعلامية هو إطار نظري يهدف إلى مساعدة الأفراد على فهم وسائل الإعلام بشكل نقدي، والتفاعل معها بوعي أكبر، مما يعزز التفكير النقدي واتخاذ قرارات مستنيرة حول استهلاك المحتوى الإعلامي<sup>(36)</sup>. يشير نموذج جيمس بوتنر لمحو الأمية الإعلامية إلى إطار نظري يساعد الأفراد على تطوير القدرة على تحليل وسائل الإعلام وفهمها والتفاعل معها بوعي نقدي. يركز النموذج على تمكين الأفراد من تقييم الرسائل الإعلامية بموضوعية، مما يسمح لهم باتخاذ قرارات مستنيرة بشأن المحتوى الذي يستهلكونه أو ينتجون. وأبرز ملامح النموذج:

- الوعي الإعلامي: فهم كيفية عمل وسائل الإعلام، بما في ذلك آليات الإنتاج والتأثير.
- التفكير النقدي: تحليل المحتوى الإعلامي بطريقة نقدية للكشف عن التحيزات أو الرسائل المضللة.
- الإدراك العاطفي: القدرة على التفاعل مع المحتوى الإعلامي دون أن يكون التأثير العاطفي مسيطراً على الحكم.
- التحليل البنوي: دراسة كيفية تنظيم المحتوى الإعلامي وتأثير العوامل الاقتصادية والسياسية عليه.
- إنتاج المحتوى: القدرة على إنشاء محتوى إعلامي يعكس وعياً نقدياً ويعزز المسؤولية الاجتماعية<sup>(37)</sup>.

في عصر الإعلام الرقمي والمعلومات السريعة، أصبحت وسائل الإعلام تلعب دوراً محورياً في تشكيل الوعي الفردي والجماعي. ومن هنا، ظهر نموذج جيمس بوتنر لمحو الأمية الإعلامية كأداة رئيسية لتمكين الأفراد من فهم كيفية تأثير الإعلام على حياتهم اليومية. يهدف هذا النموذج إلى مساعدة الناس على التفاعل مع وسائل الإعلام بوعي، من خلال تطوير مهارات التفكير النقدي التي تسمح لهم بفهم رسائل الإعلام وتحليلها بشكل أكثر عمقاً. ومن خلال هذا النموذج، يسعى بوتنر إلى جعل الأفراد أكثر وعياً وتحكماً في المعلومات التي يستهلكونها، مما يساعدهم على اتخاذ قرارات أفضل في حياتهم اليومية، سواء من خلال اختيار المحتوى الإعلامي أو التفاعل معه بشكل بناء<sup>(38)</sup>.

#### المطلب الثاني: المكونات الأساسية لنموذج جيمس بوتنر

يتضمن النموذج عدة مكونات تساعد على تحليل المحتوى الإعلامي وتقييمه:

1. المعرفة الإعلامية (Media Knowledge): تتعلق بفهم كيفية عمل وسائل الإعلام، بما في ذلك هياكلها الاقتصادية، وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، والأساليب التي تستخدمها للتأثير على الجمهور.
2. تحليل المحتوى (Content Analysis): القدرة على تحليل الرسائل الإعلامية من حيث أهدافها، والجمهور المستهدف، والتقنيات المستخدمة في تقديمها.

<sup>(35)</sup> علاوة، فوزي، التربية الإعلامية كآلية لمواجهة الجريمة الإلكترونية، المجلد 1، العدد 2، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، 2020، ص50

<sup>(36)</sup> محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2010، ص271

<sup>(37)</sup> W. JAMES POTTER, Media literacy, university of California, Santa Barbara, SAGE Publications, INC. 2018, p44

<sup>(38)</sup> James Potter, Critical Thinking, Media Literacy, and Digital Media, Publisher: Routledge, 2017, p56

3. التفكير النقدي (Critical Thinking): تطوير مهارات التفكير النقدي لتمييز المعلومات الموثوقة من المعلومات المضللة، وتقييم مصداقية المصادر الإعلامية.
4. فهم التأثيرات الإعلامية (Understanding Media Effects): دراسة كيفية تأثير وسائل الإعلام على الأفراد والمجتمع من حيث القيم والمعتقدات والسلوكيات.
5. الإنتاج الإعلامي (Media Production): القدرة على إنشاء محتوى إعلامي يعكس وعياً نقدياً ويعزز القيم الإيجابية<sup>(39)</sup>.

### المطلب الثالث: أهمية نموذج جيمس بوتنر

- يعتبر نموذج جيمس بوتنر لمحو الأمية الإعلامية من الأدوات الحيوية التي تساهم في تطوير الوعي النقدي حول كيفية استهلاك الإعلام وفهمه. تكمن أهميته في عدة جوانب رئيسية:
1. تعزيز التفكير النقدي: يساعد النموذج الأفراد على تطوير مهارات التفكير النقدي عند التعامل مع الرسائل الإعلامية. بدلاً من قبول المحتوى كما هو، يمكنهم فحصه بعمق والتساؤل عن أهدافه وكيفية تأثيره عليهم. هذا يُعد أساسياً في عصرنا الحالي، حيث تتعدد مصادر المعلومات وغالباً ما تكون بعضها مضللة.
  2. التمييز بين الحقائق والمعلومات المضللة: في ظل وجود الكثير من الأخبار الكاذبة والمعلومات غير الدقيقة، يعزز النموذج القدرة على التمييز بين المحتوى الموثوق والمضلل. من خلال تعلم كيفية تحليل الرسائل الإعلامية وفهم التأثيرات الخفية التي قد تؤثر على السلوكيات والمواقف، يمكن للمستخدمين اتخاذ قرارات أكثر وعياً في استهلاك الإعلام.
  3. تحليل التأثيرات الإعلامية: يقدم النموذج فهماً أعمق للتأثيرات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي تتركها وسائل الإعلام على الأفراد والمجتمعات. يفيد ذلك في تقوية قدرة الأفراد على فهم كيف يتم تشكيل آرائهم ومعتقداتهم نتيجة للرسائل الإعلامية.
  4. تطوير الإنتاج الإعلامي المسؤول: النموذج لا يقتصر فقط على الاستهلاك النقدي للمحتوى، بل يشمل أيضاً إنتاج المحتوى الإعلامي. حيث يعزز الوعي بكيفية خلق رسائل إعلامية ذات مغزى وذات تأثير إيجابي، مع الحفاظ على المسؤولية الأخلاقية في هذا الإنتاج.
  5. تمكين الأفراد في مواجهة التأثيرات الثقافية والتجارية: يساهم النموذج في تمكين الأفراد من التعامل مع تأثيرات الثقافة التجارية والإعلانات التي تحاول التأثير على قراراتهم الشرائية أو الفكرية. من خلال الفهم الأفضل لكيفية استخدام وسائل الإعلام لتشكيل الآراء والعادات، يمكنهم اتخاذ مواقف أكثر وعياً واتزاناً.
  6. دعم تطور المجتمع الديمقراطي: تعليم محو الأمية الإعلامية من خلال هذا النموذج يساهم في تعزيز المشاركة الفعالة في المجتمع الديمقراطي. الأشخاص الذين يمتلكون القدرة على التفكير النقدي وفهم الإعلام سيكونون أكثر قدرة على المشاركة في المناقشات العامة واتخاذ قرارات مدروسة بشأن القضايا الاجتماعية والسياسية.
  7. مواكبة التغيرات التكنولوجية: في عالم سريع التغير التكنولوجي، يساعد النموذج الأفراد على التكيف مع الوسائط الرقمية الجديدة، مثل وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية، التي أصبحت المصدر الرئيسي للمعلومات والترفيه. يمنح الأفراد الأدوات اللازمة لتحليل محتوى هذه الوسائط والتمييز بين الأنماط الإعلامية المختلفة.
- بذلك، يعتبر نموذج جيمس بوتنر لمحو الأمية الإعلامية أداة حيوية لمساعدة الأفراد على أن يصبحوا أكثر وعياً ومدركين للتأثيرات التي تمارسها وسائل الإعلام عليهم وعلى المجتمع ككل<sup>(40)</sup>.

<sup>(39)</sup> James Potter, Media Literacy in the Information Age: A Reader, Publisher: Routledge, 2010, p71

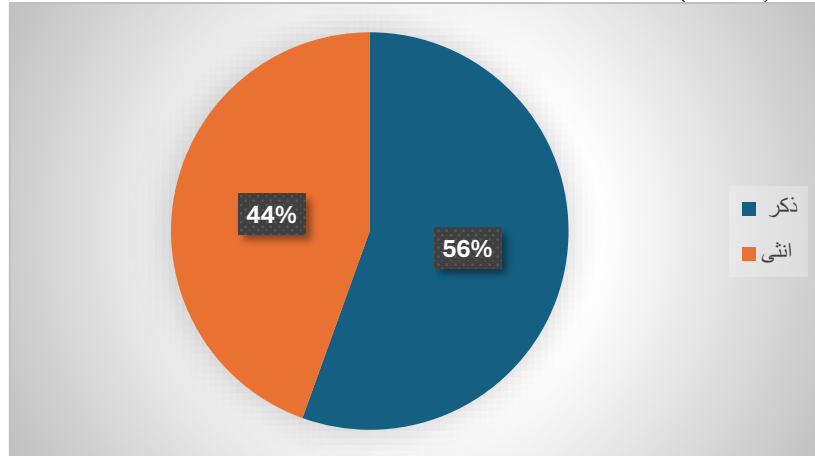
<sup>(40)</sup> James Potter, Media Literacy, Publisher: SAGE Publications, Edition: Seventh, 2017, p43

## الفصل الثالث: الإطار العملي

جدول رقم (1) الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	١١١	٥٥.٥٪
أنثى	٨٩	٤٤.٥٪
المجموع	١٠٠	١٠٠٪

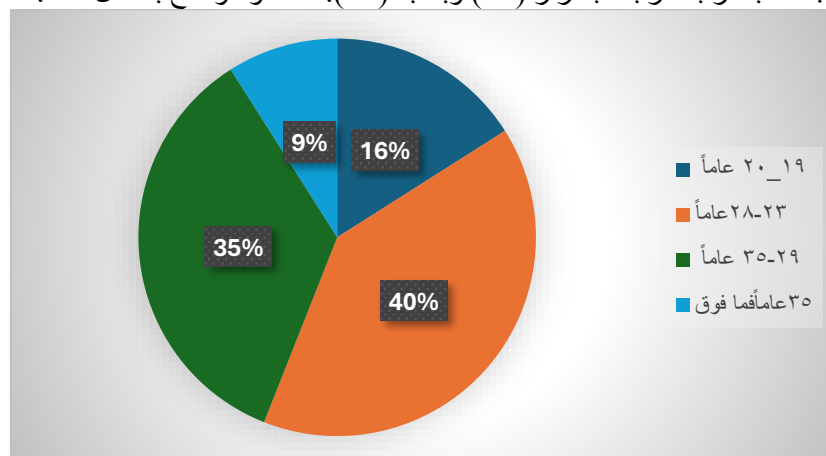
وقد تبين لنا من خلال الجدول أعلاه رقم (١) أن الذكور جاءت بالمرتبة الأولى بتكرار (١١١) وبنسبة مئوية (٥٥.٥٪) بينما كان الإناث بالمرتبة الثانية التكرار (٨٩) وبنسبة مئوية (٤٤.٥٪) وبذلك نجد أن نسبة الذكور فاقت على نسبة مشاركة الإناث. كما هو موضح بالشكل أدناه:



جدول رقم (2) العمر

العمر	التكرار	النسبة المئوية
٢٠-١٩ عاماً	٣٢	١٦٪
٢٨-٢٣ عاماً	٨٠	٤٠٪
٣٥-٢٩ عاماً	٧٠	٣٥٪
٣٥ عاماً فما فوق	١٨	٩٪
المجموع	١٠٠	١٠٠٪

تبين لنا من الجدول أعلاه رقم (٢) أن الأعمار من ٢٨-٢٣ عاماً جاءت بالمرتبة الأولى بتكرار (٨٠) وبنسبة (٤٠٪) أما الأعمار من ٣٥-٢٩ عاماً جاءت بالمرتبة الثانية بتكرار (٧٠) وبنسبة (٣٥٪) أما الأعمار من ٢٠-١٩ عاماً جاءت بالمرتبة الثالثة بتكرار (٣٢) وبنسبة (١٦٪) أما الأعمار من ٣٥ عاماً فما فوق جاءت بالمرتبة الرابعة بتكرار (١٨) وبنسبة (٩٪). كما هو موضح بالشكل أدناه:

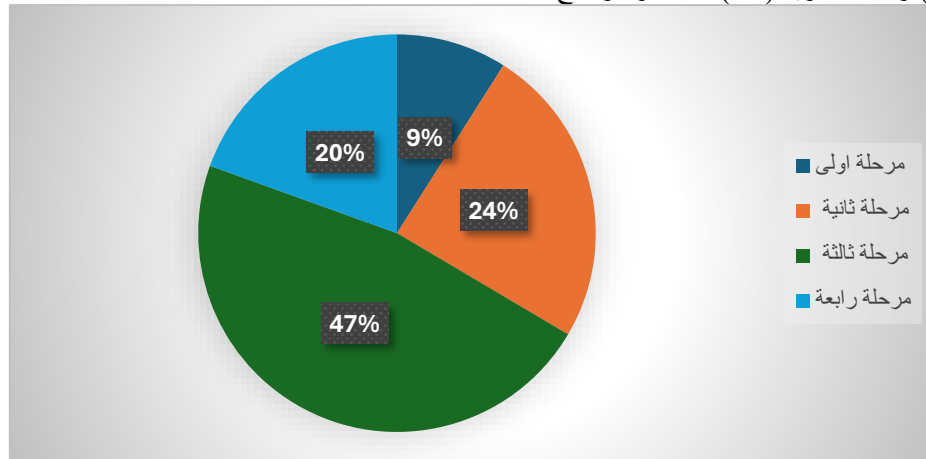


جدول رقم (3) المرحلة الدراسية

مرحلة الدراسة	التكرار	النسبة المئوية
مرحلة أولى	١٨	٩٪

مرحلة ثانية	٤٩	٢٤.٥%
مرحلة ثالثة	٩٤	٤٧%
مرحلة رابعة	٣٩	١٩.٥%
المجموع	١٠٠	١٠٠%

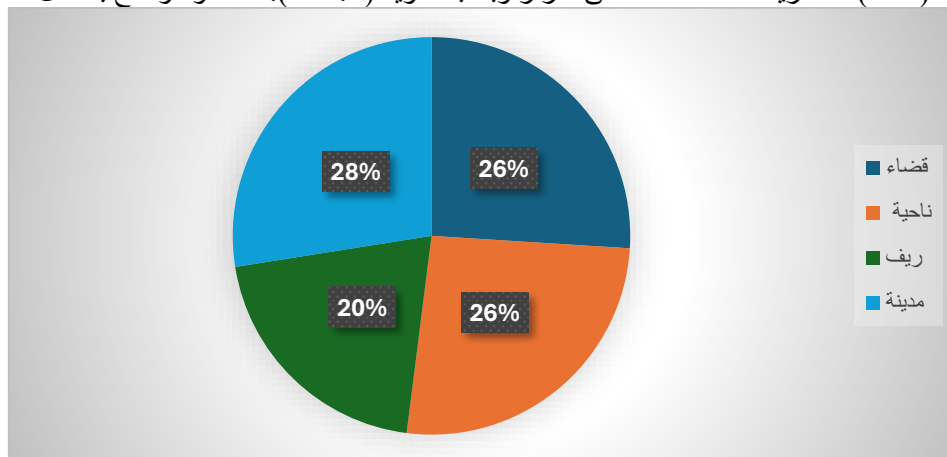
تبين لنا من جدول أعلاه رقم (٣) أن النسبة الأكبر بالمراحل الدراسية هي المرحلة الثالثة حصلت على تكرار (٩٤) ونسبة مئوية (٤٧%) وتأتي المرحلة الثانية بتكرار (٤٩) ونسبة مئوية ٢٤.٥% أما المرحلة الرابعة حصلت على تكرار (٣٩) ونسبة مئوية (١٩.٥%) أما المرحلة الأولى حصلت على تكرار (١٨) ونسبة مئوية (٩%). كما هو موضح بالشكل أدناه:



جدول رقم (4) السكن

النسبة المئوية	التكرار	السكن
٢٦%	٥٢	قضاء
٢٦%	٥٢	ناحية
٢٠.٥%	٤١	ريف
٢٧.٥%	٥٥	مدينة
١٠٠%	١٠٠	مجموع

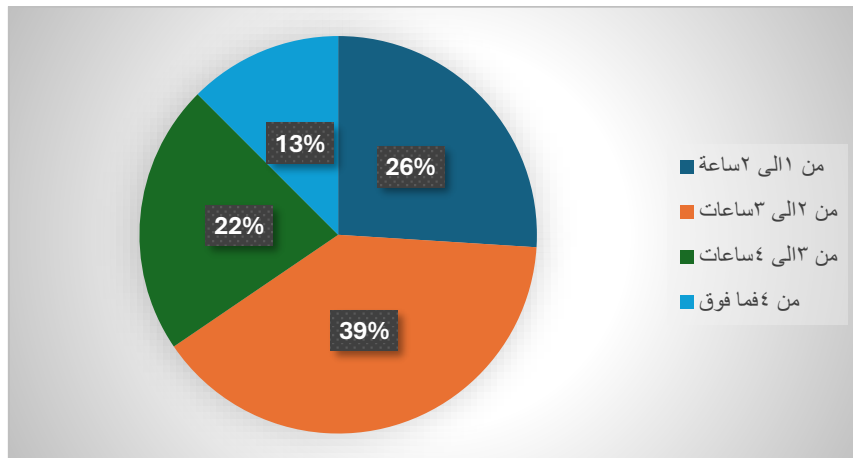
من جدول أعلاه رقم (٤) تبين لنا حصول أعلى نسبة بدراسة للسكن هي المدينة بتكرار (٥٥) ونسبة مئوية (٢٧.٥%) وحصول القضاء والناحية على تكرار (٥٢) ونسبة (٢٦%) أما الريف فقد حصلت على تكرار ونسبة مئوية (٢٠.٥%). كما هو موضح بالشكل أدناه:



جدول رقم (5) كم من الوقت تستخدم الإنترنت يوميًا؟

النسبة المئوية	التكرار	كم من الوقت تستخدم الإنترنت يوميًا
٢٦%	٥٢	من ١ إلى ٢ ساعة
٣٩.٥%	٧٩	من ٢ إلى ٣ ساعات
٢٢%	٤٤	من ٣ إلى ٤ ساعات
١٢.٥%	٢٥	من ٤ فما فوق
١٠٠%	١٠٠	المجموع

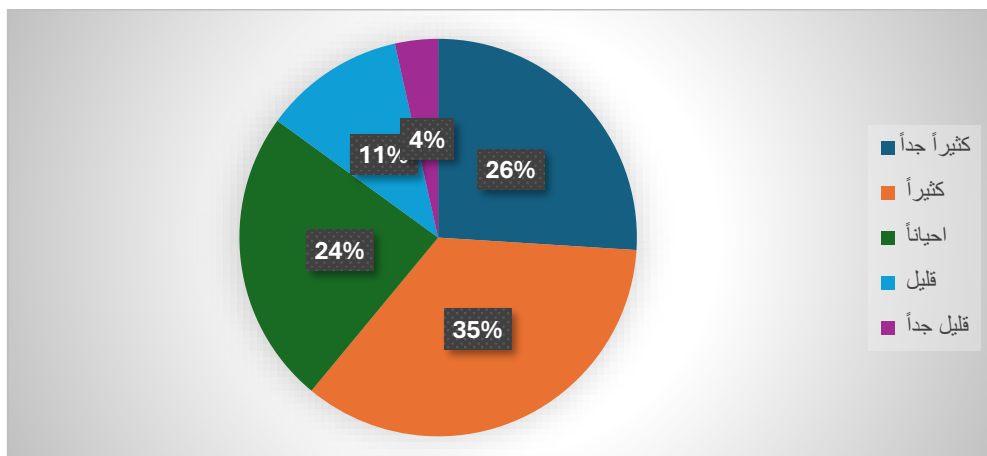
من الجدول رقم (٥) تبين لنا حصول على مرتبة الأولى نسبة من ساعات مشاهدة البرامج الثقافية هي من ٢ الى ٣ ساعات بتكرار (٧٩) ونسبة مئوية (٣٩.٥٪) أما من ١ الى ٢ ساعة فقد حصلت على المرتبة الثانية بتكرار (٥٢) ونسبة مئوية (٢٦٪) أما من ٣ الى ٤ ساعات حصلت على المرتبة الثالثة بتكرار (٤٤) ونسبة مئوية (٢٢٪) أما من ٤ ساعات فما فوق حصلت على المرتبة الرابعة بتكرار (٢٥) ونسبة مئوية (١٢.٥٪). كما هو موضح بالشكل أدناه:



جدول رقم (6) تلعب التربية الإعلامية دوراً مهماً في التوعية بمخاطر الابتزاز الإلكتروني؟

تلعب التربية الإعلامية دوراً مهماً في التوعية بمخاطر الابتزاز الإلكتروني	التكرار	النسبة المئوية
كثيراً جداً	52	26%
كثيراً	٧٠	٣٥%
أحياناً	٤٨	٢٤%
قليل	٢٣	١١.٥%
قليل جداً	٧	٣.٥%
المجموع	١٠٠	١٠٠%

من الجدول أعلاه رقم (٦) تبين لنا حصول كثيراً على المرتبة الأولى بتكرار (٧٠) ونسبة مئوية (٣٥٪) أما بالمرتبة الثانية حصلت كثيراً جداً على تكرار (٥٢) ونسبة مئوية (٢٦٪) وحصلت أحياناً على المرتبة الثالثة بتكرار (٤٨) ونسبة مئوية (٢٤٪) وحصلت قليل على المرتبة الرابعة بتكرار (٢٣) ونسبة مئوية (١١.٥٪) وحصلت قليل جداً على المرتبة الخامسة بتكرار (٧) ونسبة مئوية (٣.٥٪). كما هو موضح بالشكل أدناه:



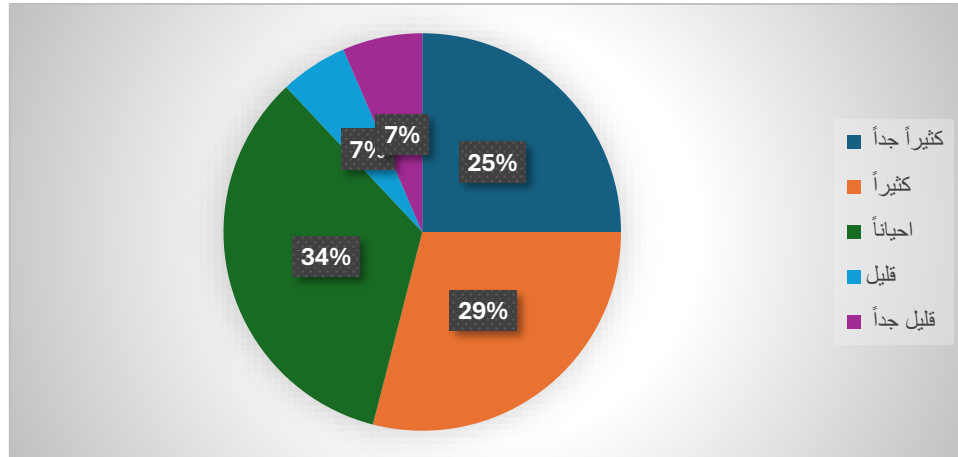
جدول رقم (7) ساهمة البرامج التوعوية للتربية الإعلامية على فهمك لمخاطر الابتزاز الإلكتروني؟

ساهمة البرامج التوعوية للتربية الإعلامية على فهمك لمخاطر الابتزاز الإلكتروني	التكرار	النسبة المئوية
كثيراً جداً	٥٠	٢٥%
كثيراً	٥٨	٢٩%



أحياناً	٦٨	٣٤٪
قليل	١١	٥.٥٪
قليل جداً	١٣	٦.٥٪
مجموع	١٠٠	١٠٠٪

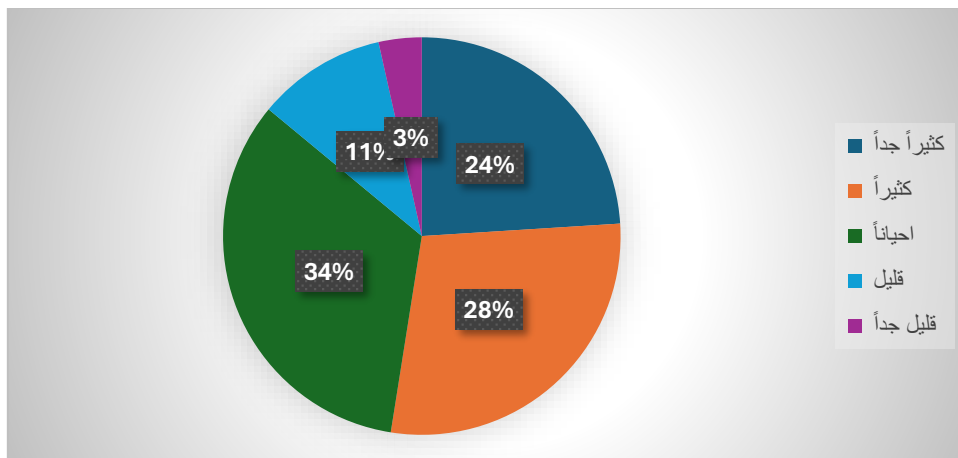
من الجدول أعلاه رقم (٧) تبين لنا في المرتبة الأولى أحياناً حصلت على تكرار (٦٨) ونسبة مئوية (٣٤٪) وحصلت كثيراً على المرتبة الثانية بتكرار (٥٨) ونسبة مئوية (٢٩٪) وحصلت كثيراً جداً على المرتبة الثالثة بتكرار (٥٠) ونسبة مئوية (٢٥٪) وحصلت قليلاً جداً على المرتبة الرابعة بتكرار (١٣) ونسبة مئوية (٦.٥٪) وحصلت قليلاً على المرتبة الخامسة بتكرار (١١) ونسبة مئوية (٥.٥٪). كما هو موضح بالشكل أدناه:



جدول رقم (8) توفر التربية الإعلامية المهارات اللازمة لحماية الأفراد من الابتزاز الإلكتروني؟

توفر التربية الإعلامية المهارات اللازمة لحماية الأفراد من الابتزاز الإلكتروني	التكرار	النسبة المئوية
كثيراً جداً	٤٨	٢٤٪
كثيراً	٥٧	٢٨.٥٪
أحياناً	٦٧	٣٣.٥٪
قليل	٢١	١٠.٥٪
قليل جداً	٧	٣.٥٪
المجموع	١٠٠	١٠٠٪

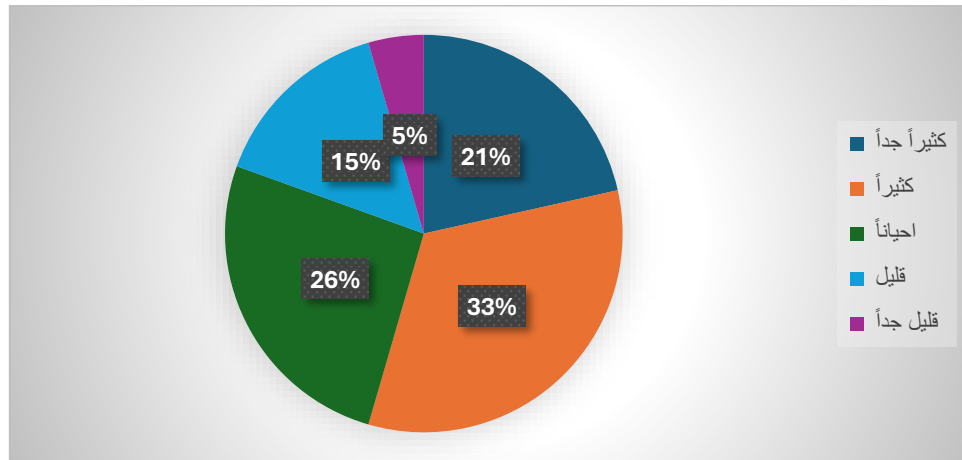
ومن الجدول أعلاه رقم (٨) تبين لنا حصلنا أحياناً على المرتبة الأولى بتكرار (٦٧) ونسبة مئوية (٣٣.٥٪) وحصلت على المرتبة الثانية كثيراً بتكرار (٥٧) ونسبة مئوية (٢٨.٥٪) وحصلت على المرتبة الثالثة كثيراً جداً بتكرار (٤٨) ونسبة مئوية (٢٤٪) وحصلت على المرتبة الرابعة قليلاً بتكرار (٢١) ونسبة مئوية (١٠.٥٪) وحصلت على المرتبة الخامسة قليلاً جداً بتكرار (٧) ونسبة مئوية (٣.٥٪). كما هو موضح بالشكل أدناه:



جدول رقم (9) هل ترى أن المناهج الدراسية تحتوي على مواد كافية لتوعية الطلاب حول الابتزاز الإلكتروني؟

هل ترى أن المناهج الدراسية تحتوي على مواد كافية لتوعية الطلاب حول الابتزاز الإلكتروني	التكرار	النسبة المئوية
كثيراً جداً	٤٣	٢١.٥٪
كثيراً	٦٦	٣٣٪
أحياناً	٥٢	٢٦٪
قليل	٣٠	١٥٪
قليل جداً	٩	٤.٥٪
المجموع	١٠٠	١٠٠٪

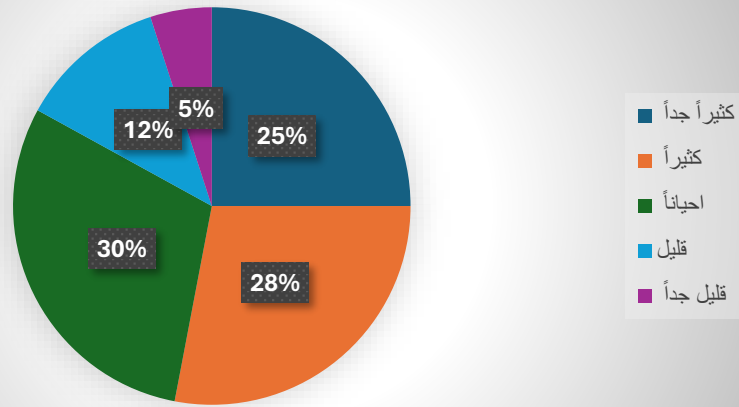
وتبين لنا من الجدول أعلاه رقم (٩) أن حصلت كثيراً على المرتبة الأولى بتكرار (٦٦) وبنسبة مئوية (٣٣٪) وحصلت على المرتبة الثانية أحياناً بتكرار (٥٢) وبنسبة مئوية (٢٦٪) وحصلت على المرتبة الثالثة كثيراً جداً بتكرار (٤٣) وبنسبة مئوية (٢١.٥٪) وحصلت على المرتبة الرابعة قليل بتكرار (٣٠) وبنسبة مئوية (١٥٪) وحصلت على المرتبة الخامسة قليل جداً بتكرار (٩) وبنسبة مئوية (٤.٥٪). كما هو موضح بالشكل أدناه:



جدول رقم (10) هل أصبحت أكثر وعياً بأهمية حماية بياناتك الشخصية بعد التعرف على التربية الإعلامية؟

هل أصبحت أكثر وعياً بأهمية حماية بياناتك الشخصية بعد التعرف على التربية الإعلامية	التكرار	النسبة المئوية
كثيراً جداً	٥٠	٢٥٪
كثيراً	٥٦	٢٨٪
أحياناً	٦٠	٣٠٪
قليل	٢٤	١٢٪
قليل جداً	١٠	٥٪
المجموع	١٠٠	١٠٠٪

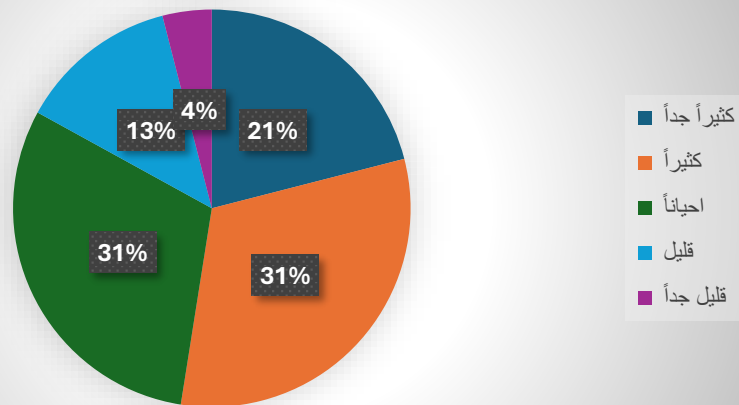
من الجدول أعلاه رقم (١٠) تبين لنا حصلت على المرتبة الأولى أحياناً بتكرار (٦٠) وبنسبة مئوية (٣٠٪) وحصلت على المرتبة الثانية كثيراً بتكرار (٥٦) وبنسبة مئوية (٢٨٪) وحصلت على المرتبة الثالثة كثيراً جداً بتكرار (٥٠) وبنسبة مئوية (٢٥٪) وحصلت على المرتبة الرابعة قليل بتكرار (٢٤) وبنسبة مئوية (١٢٪) وحصلت على المرتبة الخامسة قليل جداً بتكرار (١٠) وبنسبة مئوية (٥٪). كما هو موضح بالشكل أدناه:



جدول رقم (11) أثرت التربية الإعلامية على طريقة استخدامك لوسائل التواصل الاجتماعي؟

أثرت التربية الإعلامية على طريقة استخدامك لوسائل التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
كثيراً جداً	٤٢	٢١٪
كثيراً	٦٣	٣١.٥٪
أحياناً	٦١	٣٠.٥٪
قليل	٢٦	١٣٪
قليل جداً	٨	٤٪
المجموع	١٠٠	١٠٠٪

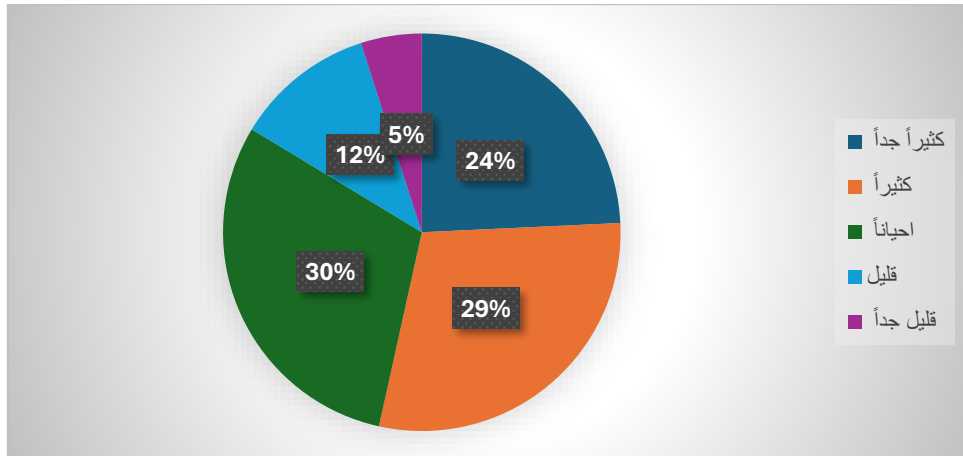
وتبين لنا من الجدول أعلاه رقم (١١) حصلت على المرتبة الأولى كثيراً بتكرار (٦٣) ونسبة مئوية (٣١.٥٪) وحصلت على المرتبة الثانية أحياناً بتكرار (٦١) ونسبة مئوية (٣٠.٥٪) وحصلت على المرتبة الثالثة كثيراً جداً بتكرار (٢٤) ونسبة مئوية (٢١٪) وحصلت على المرتبة الرابعة قليل بتكرار (٢٦) ونسبة مئوية (١٣٪) وحصلت على المرتبة الخامسة قليل جداً (٨) ونسبة مئوية (٤٪). كما هو موضح بالشكل أدناه:



جدول رقم (12) ساعدتك التربية الإعلامية في التفاعل بشكل أكثر إيجابية ومسؤولية على منصات التواصل الاجتماعي؟

ساعدتك التربية الإعلامية في التفاعل بشكل أكثر إيجابية ومسؤولية على منصات التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
كثيراً جداً	٤٧	٢٤.٥٪
كثيراً	٥٩	٢٩.٥٪
أحياناً	٦١	٣٠.٥٪
قليل	٢٣	١١.٥٪
قليل جداً	١٠	٥٪
المجموع	١٠٠	١٠٠٪

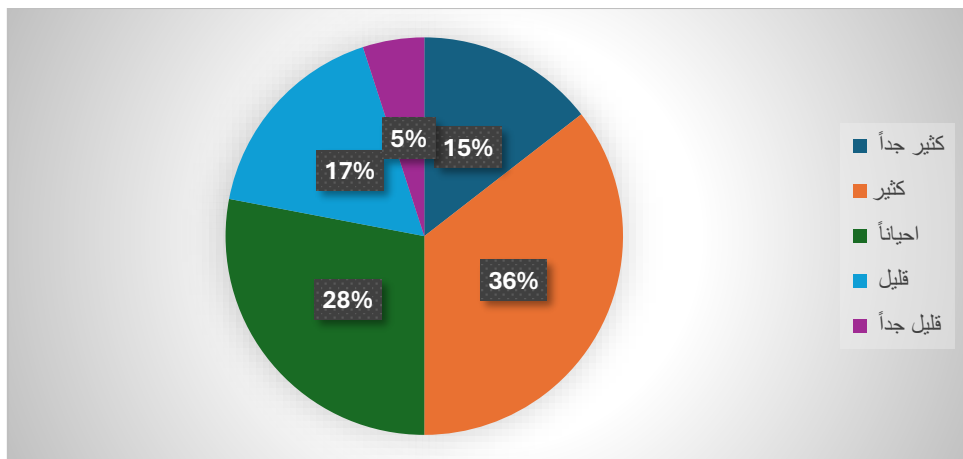
تبين لنا من الجدول اعلاه رقم (١٢) أن حصلت على المرتبة الأولى أحياناً بتكرار (٦١) وبنسبة مئوية (٣٠.٥٪) وحصلت على المرتبة الثانية كثيراً بتكرار (٥٩) وبنسبة مئوية (٢٩.٥٪) وحصلت على المرتبة الثالثة كثيراً جداً بتكرار (٤٧) وبنسبة مئوية (٢٤.٥٪) وحصلت على المرتبة الرابعة قليل بتكرار (٢٣) وبنسبة مئوية (١١.٥٪) وحصلت على المرتبة الخامسة قليل جداً بتكرار (١٠) وبنسبة مئوية (٥٪). كما هو موضح بالشكل أدناه:



جدول رقم (13) أن التربية الإعلامية تساهم في تقليل السلوكيات السلبية على الإنترنت مثل التنمر الإلكتروني ونشر الشائعات؟

النسبة المئوية	التكرار	أن التربية الإعلامية تساهم في تقليل السلوكيات السلبية على الإنترنت مثل التنمر الإلكتروني ونشر الشائعات
١٤.٥٪	٢٩	كثير جداً
٣٥.٥٪	٧١	كثير
٢٨٪	٥٧	أحياناً
١٧٪	٣٤	قليل
٥٪	١٠	قليل جداً
١٠٠٪	١٠٠٪	المجموع

تبين لنا من الجدول اعلاه رقم (١٣) وحصلت على المرتبة الأولى كثيراً بتكرار (٧١) وبنسبة مئوية (٣٥.٥٪) وحصلت على المرتبة الثانية أحياناً بتكرار (٥٧) وبنسبة مئوية (٢٨٪) وحصلت على المرتبة الثالثة كثيراً جداً بتكرار (٢٩) وبنسبة مئوية (١٤.٥٪) وحصلت على المرتبة الرابعة قليل بتكرار (٣٤) وبنسبة مئوية (١٧٪) وحصلت على المرتبة الخامسة قليل جداً بتكرار (١٠) وبنسبة مئوية (٥٪). كما هو موضح بالشكل أدناه:

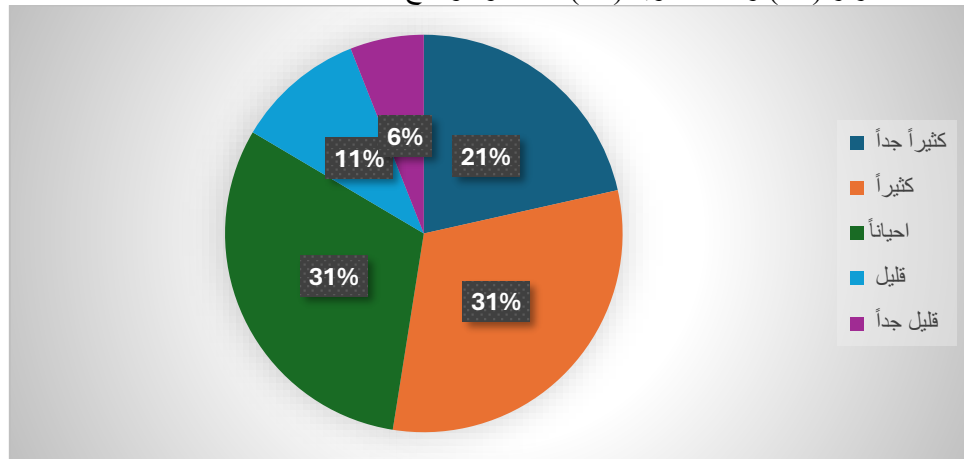


جدول رقم (14) تشجع الآخرين (الأصدقاء/العائلة) على تبني سلوكيات آمنة ومسؤولة على الإنترنت بعد اكتسابك الوعي بالتربية الإعلامية؟

النسبة المئوية	التكرار	تشجع الآخرين (الأصدقاء/العائلة) على تبني سلوكيات آمنة ومسؤولة على الإنترنت بعد اكتسابك الوعي بالتربية الإعلامية
----------------	---------	---

كثيراً جداً	٤٣	٪٢١.٥
كثيراً	٦٢	٪٣١
أحياناً	٦٢	٪٣١
قليل	٢١	٪١٠.٥
قليل جداً	١٢	٪٦
المجموع	١٠٠	٪١٠٠

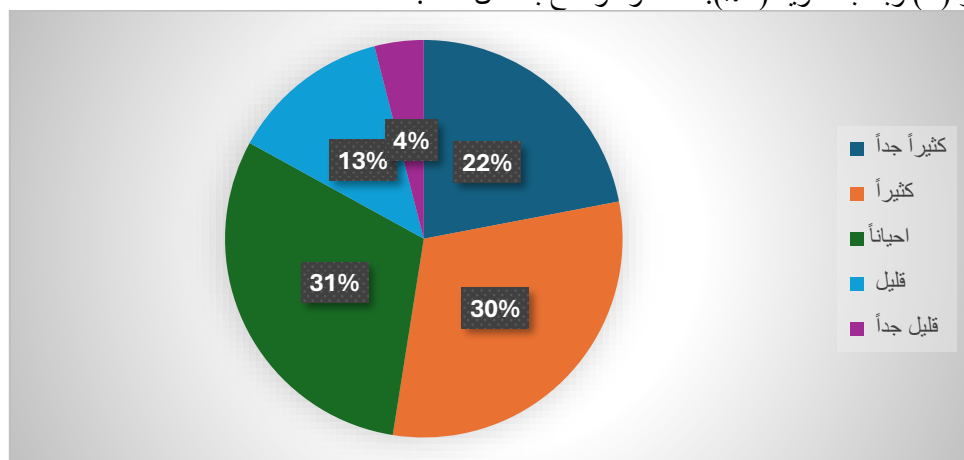
وتبين لنا من الجدول أعلاه رقم (١٤) حصلت على المرتبة الأولى كثيراً وأحياناً بنفس النسبة بتكرار (٦٢) ونسبة مئوية (٣١٪) وحصلت على المرتبة الثانية كثيراً جداً بتكرار (٤٣) ونسبة مئوية (٢١.٥٪) وحصلت على المرتبة الثالثة قليل بتكرار (٢١) ونسبة مئوية (١٠.٥٪) وحصلت على المرتبة الرابعة قليل جداً بتكرار (١٢) ونسبة مئوية (٦٪). كما هو موضح بالشكل أدناه:



جدول رقم (15) أن التربية الإعلامية تعزز سلوكيات الأمان الرقمي بين الأفراد؟

أن التربية الإعلامية تعزز سلوكيات الأمان الرقمي بين الأفراد	التكرار	النسبة المئوية
كثيراً جداً	٤٤	٪٢٢
كثيراً	٦١	٪٣٠.٥
أحياناً	٦١	٪٣٠.٥
قليل	٢٦	٪١٣
قليل جداً	٨	٪٤
المجموع	٪١٠٠	٪١٠٠

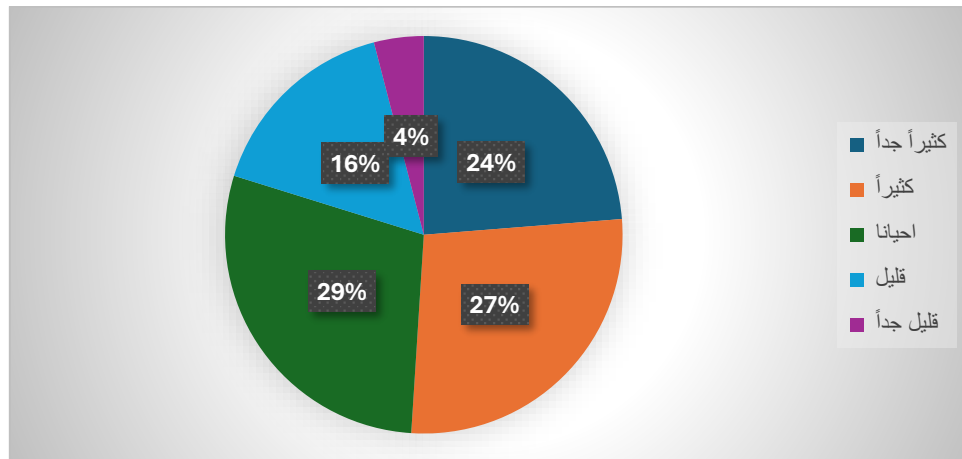
وتبين لنا من الجدول أعلاه رقم (١٥) حصلت على المرتبة الأولى كثيراً وأحياناً بنفس النسبة (٦١) ونسبة مئوية (٣٠.٥٪) وحصلت على المرتبة الثانية كثيراً جداً بتكرار (٤٤) ونسبة مئوية (٢٢٪) وحصلت على المرتبة الثالثة قليل بتكرار (٢٦) ونسبة مئوية (١٣٪) وحصلت على المرتبة الرابعة قليل جداً بتكرار (٨) ونسبة مئوية (٤٪). كما هو موضح بالشكل أدناه:



## جدول رقم (16) أن التربية الإعلامية تساعد في التصدي للمعلومات المضللة والخداع على الإنترنت؟

النسبة المئوية	التكرار	أن التربية الإعلامية تساعد في التصدي للمعلومات المضللة والخداع على الإنترنت
23.5%	٤٧	كثيراً جداً
27%	٥٤	كثيراً
28.5%	٥٩	أحياناً
16%	٣٢	قليل
4%	٨	قليل جداً
100%	١٠٠	المجموع

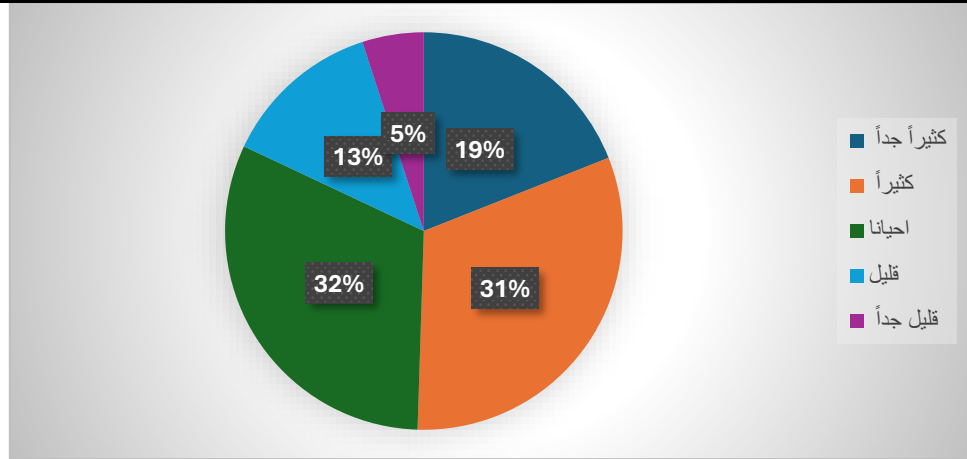
تبين لنا من الجدول أعلاه رقم (١٦) حصلت على المرتبة الأولى أحياناً بتكرار (٥٩) وبنسبة مئوية (28.5%) وحصلت على المرتبة الثانية كثيراً بتكرار (٥٤) وبنسبة مئوية (27%) وحصلت على المرتبة الثالثة كثيراً جداً بتكرار (٤٧) وبنسبة مئوية (23.5%) وحصلت على المرتبة الرابعة قليل بتكرار (٣٢) وبنسبة مئوية (16%) وحصلت على المرتبة الخامسة قليل جداً بتكرار (٨) وبنسبة مئوية (4%). كما هو موضح بالشكل أدناه:



## جدول رقم (17) إلى أي مدى تعتقد أن التربية الإعلامية تؤثر على قدرتك على التفكير النقدي عند قراءة الأخبار والمعلومات عبر الإنترنت؟

النسبة المئوية	التكرار	إلى أي مدى تعتقد أن التربية الإعلامية تؤثر على قدرتك على التفكير النقدي عند قراءة الأخبار والمعلومات عبر الإنترنت؟
19%	٣٨	كثيراً جداً
31.5%	٦٣	كثيراً
31.5%	٦٣	أحياناً
13%	٢٦	قليل
5%	١٠	قليل جداً
100%	100	المجموع

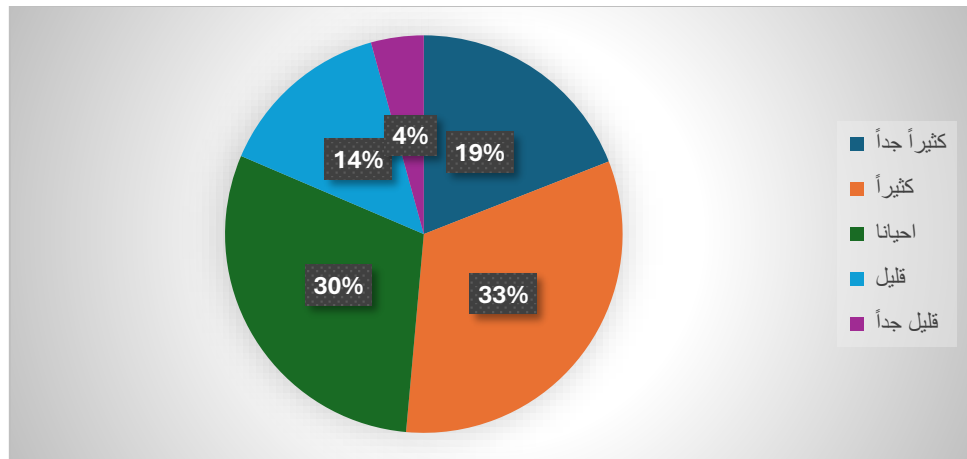
وتبين لنا من الجدول أعلاه رقم (١٧) حصلت على المرتبة الأولى كثيراً وأحياناً بنفس النسبة بتكرار (٦٣) وبنسبة مئوية (31.5%) وحصلت على المرتبة الثانية كثيراً جداً بتكرار (٣٨) وبنسبة مئوية (19%) وحصلت على المرتبة الثالثة قليل بتكرار (٢٦) وبنسبة مئوية (13%) وحصلت على المرتبة الرابعة قليل جداً بتكرار (١٠) وبنسبة مئوية (5%). كما هو موضح بالشكل أدناه:



جدول رقم (18) ساعدتك التربية الإعلامية على أن تكون أكثر انتقائية عند تصفح الأخبار والمعلومات؟

النسبة المئوية	التكرار	ساعدتك التربية الإعلامية على أن تكون أكثر انتقائية عند تصفح الأخبار والمعلومات؟
20%	40	كثيراً جداً
34%	68	كثيراً
31.5%	63	أحياناً
15%	20	قليل
4.5%	9	قليل جداً
100%	100	المجموع

وتبين لنا من الجدول أعلاه رقم (18) أن حصلت على المرتبة الأولى كثيراً بتكرار (68) وبنسبة مئوية (34%) وحصلت على المرتبة الثانية أحياناً بتكرار (63) وبنسبة مئوية (31.5%) وحصلت على المرتبة الثالثة كثيراً جداً بتكرار (40) وبنسبة مئوية (20%) وحصلت على المرتبة الرابعة قليل بتكرار (20) وبنسبة مئوية (15%) وحصلت على المرتبة الخامسة قليل جداً بتكرار (9) وبنسبة مئوية (4.5%). كما هو موضح بالشكل أدناه:

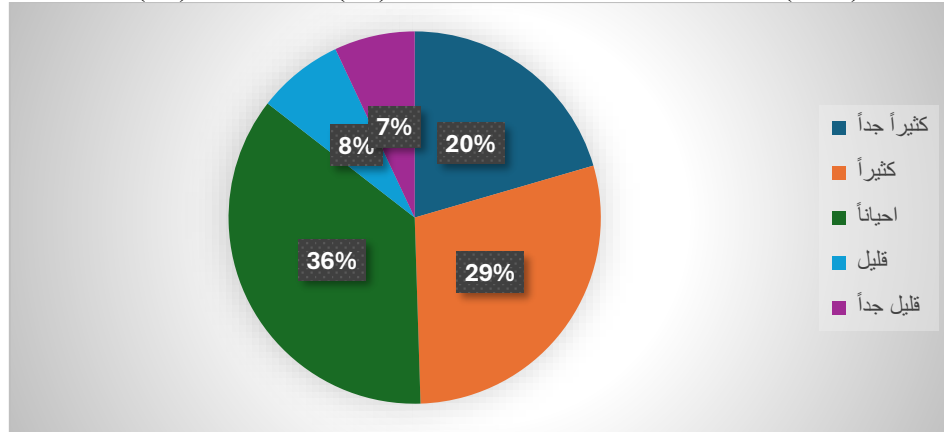


جدول رقم (19) هل ساعدتك التربية الإعلامية على أن تكون أكثر انتقائية عند استهلاك الأخبار والمعلومات؟

النسبة المئوية	التكرار	هل ساعدتك التربية الإعلامية على أن تكون أكثر انتقائية عند استهلاك الأخبار والمعلومات؟
20.5%	41	كثيراً جداً
29%	58	كثيراً
36%	72	أحياناً
7.5%	15	قليل
7%	14	قليل جداً
100%	100	المجموع



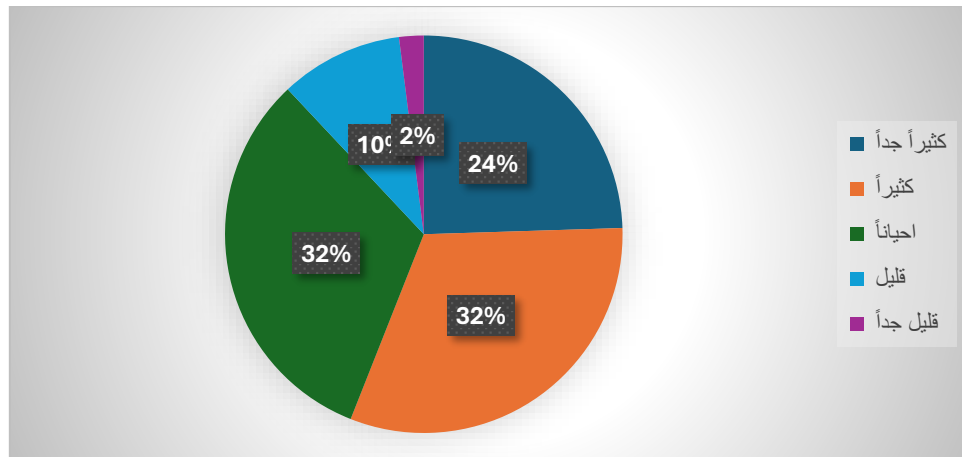
وتبين لنا من الجدول أعلاه رقم (١٩) أن حصلت على المرتبة الأولى أحياناً بتكرار (٧٢) وبنسبة مئوية (٣٦٪) وحصلت على المرتبة الثانية بتكرار (٥٨) وبنسبة مئوية (٢٩٪) وحصلت على المرتبة الثالثة كثيراً جداً بتكرار (٤١) وبنسبة مئوية (٢٠.٥٪) وحصلت على المرتبة الرابعة قليل بتكرار (١٥) وبنسبة مئوية (٧.٥٪) وحصلت على المرتبة الخامسة بتكرار (٤) وبنسبة مئوية (٧٪). كما هو موضح بالشكل أدناه:



جدول رقم (20) هل ترى أن المناهج الدراسية يجب أن تتضمن محتوى عن التربية الإعلامية والتفكير النقدي؟

هل ترى أن المناهج الدراسية يجب أن تتضمن محتوى عن التربية الإعلامية والتفكير النقدي؟	التكرار	النسبة المئوية
كثيراً جداً	٤٩	٢٤.٥٪
كثيراً	٦٣	٣١.٥٪
أحياناً	٦٤	٣٢٪
قليل	٢٠	١٠٪
قليل جداً	٤	٢٪
المجموع	١٠٠٪	١٠٠٪

وتبين لنا من الجدول أعلاه رقم (٢٠) حصلت على المرتبة الأولى أحياناً بتكرار (٦٤) وبنسبة مئوية (٣٢٪) وحصلت على المرتبة الثانية كثيراً جداً بتكرار (٦٣) وبنسبة مئوية (٣١.٥٪) وحصلت على المرتبة الثالثة كثيراً جداً بتكرار (٤٩) وبنسبة مئوية (٢٤.٥٪) وحصلت على المرتبة الرابعة قليل بتكرار (٢٠) وبنسبة مئوية (١٠٪) وحصلت على المرتبة الخامسة قليل جداً بتكرار (٤) وبنسبة مئوية (٢٪). كما هو موضح بالشكل أدناه:



### الخاتمة

تُعد التربية الإعلامية عنصرًا أساسيًا في الوقاية من ظاهرة الابتزاز الإلكتروني، من خلال تعزيز الوعي الرقمي، وتنمية مهارات التفكير النقدي، والتمكين من الاستخدام الآمن والمسؤول لوسائل الإعلام. ويُشكل دمجها في البرامج التعليمية والتوعوية وسيلة فعالة للحد من مخاطر الفضاء الإلكتروني، وحماية الأفراد من الوقوع ضحايا لمثل هذه الانتهاكات.

في ختام الحديث عن دور التربية الإعلامية في الحد من ظاهرة الابتزاز الإلكتروني، يتبين أن التربية الإعلامية تمثل أداة وقائية فاعلة تسهم في بناء وعي رقمي لدى الأفراد، خاصة فئة الشباب والمراهقين، من خلال تعزيز فهمهم للمخاطر التي قد يتعرضون لها في الفضاء الرقمي، وتمكينهم من استخدام وسائل الإعلام والتكنولوجيا بشكل آمن ومسؤول. فكلما زادت ثقافة المستخدم الرقمية، تراجعت فرص وقوعه ضحية للابتزاز أو غيره من أشكال الاستغلال الإلكتروني. ومن هنا، فإن دمج التربية الإعلامية في المناهج التعليمية، ودعم المبادرات المجتمعية والتوعوية، يمثل خطوة جوهرية نحو خلق بيئة رقمية أكثر أمانًا، تُحترم فيها الخصوصية وتُصان فيها الكرامة الإنسانية.

### أولاً: الاستنتاجات

- 1- التربية الإعلامية تساهم في رفع الوعي الرقمي، مما يساعد الأفراد على فهم المخاطر المحتملة عند استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي.
- 2- تعزيز مهارات التفكير النقدي من خلال التربية الإعلامية يمكّن الأفراد من التحقق من صحة المعلومات وعدم الوقوع ضحية للرسائل أو الصور المفيكرة التي قد تُستخدم للابتزاز.
- 3- تُعزز التربية الإعلامية ثقافة الخصوصية، حيث يتعلم الأفراد أهمية حماية بياناتهم الشخصية وتحديد ما يمكن مشاركته عبر الإنترنت.
- 4- التربية الإعلامية تقلل من ثقة المستخدمين الزائدة بالغرباء عبر الإنترنت، مما يقلل من فرص استدراجهم إلى مواقف قد تؤدي للابتزاز.
- 5- تعليم السلوكيات الآمنة على الإنترنت من خلال التربية الإعلامية يساعد في منع المبتزّين من الوصول إلى ضحايا محتملين.
- 6- تعزيز التربية الإعلامية في المناهج الدراسية يُمكن الشباب والمراهقين من التعامل بوعي ومسؤولية مع الوسائط الرقمية.
- 7- وجود توعية مجتمعية وإعلامية دورية يُسهم في بناء جدار حماية معرفي ضد الابتزاز الإلكتروني.
- 8- تمكين الأسر من مراقبة وتوجيه استخدام الأبناء للإنترنت من خلال التربية الإعلامية يقلل من فرص التعرض للابتزاز.
- 9- التربية الإعلامية تُنمّي القدرة على طلب المساعدة عند التعرض للابتزاز، دون خوف أو تردد، من خلال كسر حاجز الصمت.
- 10- تعزيز الوعي القانوني ضمن التربية الإعلامية يُبين للمستخدمين حقوقهم وسبل الحماية القانونية من الابتزاز.

### ثانياً: التوصيات

- 1- إدراج مفاهيم التربية الإعلامية في المناهج الدراسية في جميع المراحل التعليمية، مع التركيز على السلامة الرقمية، الخصوصية، والوعي بالمخاطر الإلكترونية.
- 2- تنظيم ورش عمل ودورات تدريبية للطلبة والمعلمين وأولياء الأمور، تُعنى بكيفية التعامل مع الابتزاز الإلكتروني وطرق الوقاية منه.
- 3- إعداد مواد تعليمية مبسطة وشيقة تتناول قضايا الابتزاز الإلكتروني بأسلوب يناسب مختلف الفئات العمرية، مع التركيز على الجانب التفاعلي.
- 4- إطلاق حملات توعوية عبر وسائل الإعلام التقليدي والجديد لتعريف الجمهور بخطورة الابتزاز الإلكتروني وكيفية الوقاية منه.
- 5- التعاون بين المؤسسات التعليمية، الأمنية، والإعلامية في إعداد برامج توعية شاملة للحد من الابتزاز الإلكتروني.
- 6- تعزيز الوعي القانوني لدى الجمهور من خلال التربية الإعلامية، بتوضيح العقوبات المتعلقة بالابتزاز الإلكتروني وحقوق الضحية.
- 7- تحفيز الأفراد على الإبلاغ عن الابتزاز الإلكتروني عبر القنوات الرسمية، من خلال خلق بيئة داعمة وغير مُجرّمة للضحية.
- 8- تعليم مهارات الحماية الذاتية الرقمية، مثل: استخدام كلمات مرور قوية، عدم مشاركة الصور أو المعلومات الحساسة، وتفعيل إعدادات الأمان والخصوصية.
- 9- إنشاء منصات إلكترونية رسمية تقدم محتوى تربوي توعوي عن الاستخدام الآمن للإنترنت والتعامل مع التهديدات الرقمية.
- 10- تعزيز دور الإرشاد النفسي والاجتماعي في المدارس والجامعات لتقديم الدعم للضحايا المحتملين أو من لديهم سلوكيات رقمية محفوفة بالمخاطر.

## المصادر والمراجع

## المصادر العربية

## القرآن الكريم

1. أبو عزام، محمد خالد، التربية الإعلامية، دار زاهد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2020، ص73
2. أزهري سهيل نجم، منهج البحث الإعلامي بين النظرية والتطبيق، ط1، دار شمس الأندلس، بغداد، 2024، ص93.
3. إيناس إبراهيم، رباح رمزي، تصور مقترح لدور في المدرسة التربوية الإعلامية في ضوء خبرات بعض الدول، جامعة سوهاج، القاهرة، 2011، ص622
4. جابر، عصام، رؤية مستقبلية للتربية الإعلامية بمرحلة التعليم الجامعي في ضوء تحديات الثقافة التشاركية، مجلة كلية التربية جامعة الأزهر، ع137، ج2، القاهرة، 2008، ص13
5. جمال حسن، احمد، التربية الإعلامية، دار المعرفة للطباعة والنشر، ط1، القاهرة، 2015، ص57.
6. الجندي، ابتسام، مفهوم ومبادئ التربية الإعلامية، اليونسكو اللجنة الوطنية للتربية والعلوم، القاهرة، 2008، ص10
7. حاسي مليكة، شرارة حياة، التمر الإلكتروني دراسة نظرية في الأبعاد والممارسات، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد4، العدد1، 2020، ص70
8. حسن، احمد جمال، التربية الإعلامية، دار المعرفة للطباعة، ط1، القاهرة، 2015، ص35.
9. الحمداني، بشرى حسين، التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015، ص89
10. حمدي، حسن، دور التربية في مواجهة تداعيات العولمة على البوابة الثقافية، مجلة دراسات في التعليم الجامعي، ع7، القاهرة، 2004، ص151
11. الخيري، طلال، تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية، جامعة أم القرى، رسالة دكتوراه، الرياض، 2009، ص136
12. دعاء سليمان التميمي، جريمة الابتزاز الإلكتروني دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، القدس- فلسطين، 2019، ص24
13. رجاء وحيد نويني، البحث العلمي: أساسياته النظرية وممارساته العلمية، ط1، دار الفكر، دمشق، 2000، ص183.
14. رسمي، محمد حسن، المنظور العالمي لأدوار أخصائي الصحافة المدرسية، مجلة كلية التربية، جامعة بها، ط2، مصر، 2015، ص260.
15. سامي مرزوق، المسؤولية الجنائية عن الابتزاز الإلكتروني في النظام السعودي، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ص32
16. الشمري، فهد عبد الرحمن، التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام، مكتبة الملك فهد، ط1، الرياض، 2010، ص19
17. الصالح، بدر عبد الله، مدخل دمج تقنية المعلومات في التعليم للتربية الإعلامية، وزارة التربية والتعليم، الرياض، 2007، ص73
18. الطويسي، باسم، التربية الإعلامية والمعلوماتية، معهد الإعلام الأردني، عمان، 2016، ص23
19. عادل محمد العدل، منهج البحث في العلوم الإنسانية، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص287.
20. عايل، حسن، رؤى حول التربية والإعلام وأدوار المناهج لتنمية التفكير في مضامين الإعلام لتحقيق التربية الإعلامية، دراسة مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، وزارة التربية والتعليم، الرياض، 2007، ص48.
21. العبد الكريم، راشد، المناهج الدراسية وتنمية ملكات النقد لوسائل الإعلام، مؤتمر التربية الإعلامية، الرياض، 2007، ص66
22. علاوة، فوزي، التربية الإعلامية كآلية لمواجهة الجريمة الإلكترونية، المجلد1، العدد2، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، 2020، ص50
23. عيد، نوال الابتزاز المفهوم الأسباب العلاج، ورقة عمل مقدمة في ندوة الابتزاز - المفهوم الأسباب العلاج، جامعة الملك، 2011، ص67
24. لعيس، إسماعيل، دور التربية الإعلامية في إصلاح المنظومة التعليمية، مجلة دفاتر، ع5، الجزائر، 2015، ص24
25. لعديان، سليمان بن عبد الرزاق وآخرون، صور جرائم الابتزاز الإلكتروني ودوافعها والآثار النفسية المترتبة عليها، كلية الملك فهد، 2018، ص45
26. مجيب، عبد الله، تصور مقترح للتربية الإعلامية بمرحلة التعليم الأساسي في اليمن، كلية التربية، صنعاء، 2013، ص74
27. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2010، ص271
28. محمد، عبد الحميد، دعم التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية، ورقة عمل مقدمة في المؤتمر العلمي الثالث التعليم وتحديات القرن الحادي والعشرين، كلية التربية، جامعة حلوان، القاهرة، 2006، ص142
29. المطيري، نوف علي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في الابتزاز المؤدي إلى الجريمة غير أخلاقية، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ص45

## المصادر الأجنبية

1. James Potter, Critical Thinking, Media Literacy, and Digital Media, Publisher: Routledge, 2017, p56
2. James Potter, Media Literacy in the Information Age: A Reader, Publisher: Routledge, 2010, p71
3. James Potter, Media Literacy, Publisher: SAGE Publications, Edition: Seventh, 2017, p43

4. Kubey, R. "Obstacles to the Development of Media" (USA, Education in the U.S. Journal of Communication, F 48 ,vol 1, 2014) p58
5. Robert Kubey, Gina Marcello Serafin "Final Evaluation of Assignment: Media Literacy" (Uk, A report to the discovery channel New Jersey, 2001) p33
6. Schwarz, G. "What is media literacy, who cares, and why" (USA. Malden, MA: Blackwell Publishing, 2013) P15.
7. Silveblatt, A "Media literacy: Keys to interpreting media messages "(CT, ed2, Westport, 2001) p18.
8. Smet, P, "Media Education: A Qualitative Study of Media Education Awareness Among Youths of Moscow University in Terms of National Academic Standards". (Moscow. Institute Technologies. 2013) p41.
9. Stanly. J. Baran, Dennis. k. Davis "Mass Communication theory" United States, ed4, 2006) p137
10. W. JAMES POTTER, Media literacy, university of California, Santa Barbara, SAGE Publications, INC. 2018, p44

الملاحق  
استمارة الاستبيان

المحور الأول: المعلومات الديمغرافية

1- الجنس:

- ☐ ذكر
- ☐ أنثى

2- العمر:

- ☐ من 18-25 سنة
- ☐ من 26-35 سنة
- ☐ من 36-45 سنة
- ☐ أكثر من 45 سنة

3- المرحلة الدراسية:

- ☐ المرحلة الأولى
- ☐ المرحلة الثانية
- ☐ المرحلة الثالثة
- ☐ المرحلة الرابعة

4- السكن

- ☐ قضاء
- ☐ ناحية
- ☐ ريف
- ☐ مدينة

5- كم من الوقت تستخدم الإنترنت يومياً؟

- ☐ من ١ الى ٢ ساعة
- ☐ من ٢ الى ٣ ساعات
- ☐ من ٣ الى ٤ ساعات
- ☐ من ٤ فما فوق

المحور الثاني: استخدامات التربية الإعلامية في زيادة الوعي بمخاطر الابتزاز الإلكتروني

6- تلعب التربية الإعلامية دوراً مهماً في التوعية بمخاطر الابتزاز الإلكتروني؟

- ☐ كثيراً جداً
- ☐ كثيراً
- ☐ أحياناً
- ☐ قليلاً
- ☐ قليلاً جداً

7- ساهمة البرامج التوعوية للتربية الإعلامية على فهمك لمخاطر الابتزاز الإلكتروني؟

- ☐ كثيراً جداً
- ☐ كثيراً
- ☐ أحياناً
- ☐ قليلاً
- ☐ قليلاً جداً

8- توفر التربية الإعلامية المهارات اللازمة لحماية الأفراد من الابتزاز الإلكتروني؟

- ☐ كثيراً جداً
- ☐ كثيراً
- ☐ أحياناً
- ☐ قليلاً
- ☐ قليلاً جداً

9- هل ترى أن المناهج الدراسية تحتوي على مواد كافية لتوعية الطلاب حول الابتزاز الإلكتروني؟

- ☐ كثيراً جداً
- ☐ كثيراً
- ☐ أحياناً
- ☐ قليلاً

- قليلاً جداً
- 10- هل أصبحت أكثر وعياً بأهمية حماية بياناتك الشخصية بعد التعرف على التربية الإعلامية؟
- كثيراً جداً
- كثيراً
- أحياناً
- قليلاً
- قليلاً جداً

المحور الثاني: تأثير التربية الإعلامية على سلوكيات الأفراد

11- أثرت التربية الإعلامية على طريقة استخدامك لوسائل التواصل الاجتماعي؟

- كثيراً جداً
- كثيراً
- أحياناً
- قليلاً
- قليلاً جداً

12- ساعدتك التربية الإعلامية في التفاعل بشكل أكثر إيجابية ومسؤولية على منصات التواصل الاجتماعي؟

- كثيراً جداً
- كثيراً
- أحياناً
- قليلاً
- قليلاً جداً

13- أن التربية الإعلامية تساهم في تقليل السلوكيات السلبية على الإنترنت مثل التنمر الإلكتروني ونشر الشائعات؟

- كثيراً جداً
- كثيراً
- أحياناً
- قليلاً
- قليلاً جداً

14- تشجع الآخرين (الأصدقاء/العائلة) على تبني سلوكيات آمنة ومسؤولة على الإنترنت بعد اكتسابك الوعي بالتربية الإعلامية؟

- كثيراً جداً
- كثيراً
- أحياناً
- قليلاً
- قليلاً جداً

15- أن التربية الإعلامية تعزز سلوكيات الأمان الرقمي بين الأفراد؟

- كثيراً جداً
- كثيراً
- أحياناً
- قليلاً
- قليلاً جداً

المحور الرابع: تأثير التربية الإعلامية في بناء القدرة على التفكير النقدي والتمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة عبر الإنترنت

16- أن التربية الإعلامية تساعد في التصدي للمعلومات المضللة والخداع على الإنترنت؟

- كثيراً جداً
- كثيراً
- أحياناً
- قليلاً
- قليلاً جداً

17- إلى أي مدى تعتقد أن التربية الإعلامية تؤثر على قدرتك على التفكير النقدي عند قراءة الأخبار والمعلومات عبر الإنترنت؟

- كثيراً جداً
- كثيراً
- أحياناً



- قليلاً  
○ قليلاً جداً
- 18- ساعدتك التربية الإعلامية على أن تكون أكثر انتقائية عند تصفح الأخبار والمعلومات؟
- كثيراً جداً  
○ كثيراً  
○ أحياناً  
○ قليلاً  
○ قليلاً جداً
- 19- هل ساعدتك التربية الإعلامية على أن تكون أكثر انتقائية عند استهلاك الأخبار والمعلومات؟
- كثيراً جداً  
○ كثيراً  
○ أحياناً  
○ قليلاً  
○ قليلاً جداً
- 20- هل ترى أن المناهج الدراسية يجب أن تتضمن محتوى عن التربية الإعلامية والتفكير النقدي؟
- كثيراً جداً  
○ كثيراً  
○ أحياناً  
○ قليلاً  
○ قليلاً جداً