



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

Ethar khudhur Abdulhusein

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 المتتسارع في استخدام الإنترن特 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 والمرأهقين. 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 الوسائل الإعلامية بطريقة نقدية ووعائية. كما تُعزز التربية الإعلامية القدرة على التمييز بين المحتوى الآمن والخطر، وتُرسيخ 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 تساهمن في الحد من انتشار الإلctرونوني، 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.

تتأتي أهمية هذا الموضوع من الانتشار الواسع للإلctrononi في ظل الاستخدام المتزايد للتكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي، خاصة بين فئة الشباب الذين قد يفتقرن إلى المهارات الضرورية 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 لصناعة القرار التربوي، والمعلمين، وأولياء الأمور، وكل الجهات المعنية ببناء أجيال قادرة على التعامل الوعي مع الإعلام الرقمي، لما له من دور كبير في تحصين المجتمع، والحد من آثارجرائم الإلctrononi على الأفراد والأسرة والمجتمع.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث

مع تزايد استخدام التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي، أصبح الإلctrononi أحد التحديات الخطيرة التي تواجه الأفراد والمجتمعات. تتتنوع أساليب الإلctrononi 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 الإلctrononi، حيث يمكنها تعزيز وعي الأفراد بمخاطر العالم الرقمي، وتزويدهم بالمعرفة 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 الإلctrononi من خلال تمكين الأفراد، خاصة الشباب، من امتلاك المهارات والمعرفة التي تساعدهم على التعامل بحذر ووعي مع المعلومات والوسائل الرقمية. ومشكلة هذا البحث تمثل في الانتشار المتزايد لظاهرة الإلctrononi وتاثيراتها السلبية على الأفراد والمجتمعات، خاصة بين فئة الشباب والمرأة 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 يزال عقبة أساسية في حماية الأفراد من الوقوع ضحايا للإلctrononi. لذلك، يسعى هذا البحث للإجابة عن السؤال الرئيسي: ما هي استخدامات التربية الإعلامية في الحد من ظاهرة الإلctrononi؟

ويترفع منها الأسئلة الفرعية الآتية:

- 1- ما هي استخدامات التي تلعبها التربية الإعلامية في زيادة الوعي بمخاطر الإلctrononi 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 الإنترت؟

ثانياً: أهمية البحث

تكمّن أهمية هذا البحث في تسليط الضوء على الدور الحاسم الذي تلعبه التربية الإعلامية في الحد من ظاهرة الإلctrononi، والتي تشكل خطراً متزايداً على الأفراد والمجتمعات، خاصة في ظل التوسيع الكبير في استخدام الإنترت ووسائل التواصل الاجتماعي. ويسهم البحث في زيادة الوعي بأساليب الحماية الرقمية ومهارات الأمان التي تساعدهم في الحد من ظاهرة الإلctrononi، خاصة الشباب، على حماية خصوصياتهم عبر الإنترت. ويقدم البحث حلولاً عملية وأدوات لتطبيقها عبر المناهج التعليمية والبرامج الإعلامية لمساعدة الأفراد على تجنب الوقوع في الإلctrononi. ومن خلال تعزيز مهارات التفكير النقدي والتمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة، يمكن لهذا البحث أن يساعد في بناء مجتمع واع ومحصن ضد محاولات الإلctrononi والاستغلال. ويوفر البحث رؤى مهمة تساعدهم في تطوير برامج توعوية ومناهج تعليمية تركز على الأمان الرقمي، مما يسهم في بناء جيل واعٍ قادر على مواجهة تحديات الإنترت. ويساعد البحث على فهم كيف يمكن أن تؤدي فلطة الوعي الإعلامي إلى زيادة المخاطر الرقمية، وبالتالي يدعم جهود الحد منجرائم الإلctrononi. وبالتالي، يشكل هذا البحث إضافة علمية هامة تساهمن في الوقاية من مخاطر الإلctrononi وتحقيق بيئة رقمية آمنة للجميع.

ويكتسب هذا البحث أهمية خاصة بسبب تأثير ظاهرة الإلctrononi 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):

- تسهم 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 والثقافة الرقمية من الجرائم الإلctrononi.
- توضح العلاقة بين التربية الإعلامية والرقمية والسلوكيات الرقمية الآمنة، مما يعزز تطوير سياسات تعليمية فعالة.

2. الأهمية المجتمعية:

- تساهمن في رفع مستوى وعي الأفراد بمخاطر الإلctrononi وكيفية الوقاية منه.
- تدعم الجهود المجتمعية للحد من الأضرار النفسية والاجتماعية التي يسببها الإلctrononi.
- 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 لتنقیل معدلات الابتزاز الإلكتروني.
- تساهمن 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 الناقد والمتميزة 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 موضوعية، وطبيعة موضوع البحث وأهدافه تحدد الباحث فيه، ومن حيث نوع المنهج وبما أن هدف دراستنا هو التعرف على استخدامات التربية الإعلامية والرقابية في الحد من ظاهرة الابتزاز الإلكتروني، يصنف كدراسة وصفية تعتمد على كيفية حدوث الظاهرة وجمع معلومات حقيقة ودقيقة عنها لوصفها وإظهار خصائص ظهورها وتحديد أسبابها الحقيقة وإيجاد الحلول المناسبة لها، منهج البحث الكمي المحسني 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 الاستبيانات أو المقابلات كأدوات رئيسية لجمع البيانات، ويعتبر من أكثر الأساليب استخداماً في العلوم الاجتماعية، مثل علم النفس، وعلم الاجتماع، وإدارة الأعمال⁽¹⁾.

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

أنواع الأسئلة المستخدمة:

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

سادساً: مجتمع وعينة البحث

1- مجتمع البحث: هو المجموعة الكلمة من الأفراد أو العناصر التي يسعى الباحث لدراستها 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⁽³⁾. وعليه فإن مجتمع دراستنا يتمثل في طلبة كلية الإعلام، وجمع البيانات من خلال استخدام أداة من أدوات جمع البيانات استنارة 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، خاصةً إذا كان حجمه كبيراً جداً أو يصعب الوصول إلى جميع أفراده. يجب أن تكون العينة ممثلة للمجتمع بشكل جيد لتحقيق دقة وتعزيزها على المجتمع الأصلي⁽⁴⁾.

فيينة البحث في هذه الدراسة هي «طلبة جامعة ذي قار كلية الإعلام وطلبة كلية الامام الكاظم (ع) قسم الاعلام في ذي قار». وتم اختيارهم بالطريقة العشوائية القصدية. وقد سعت الباحثة إلى 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 الأنجلوس، 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 الأنجلوس، 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 يحتاجه أصغر. لكن إذا لم تكن لدينا معلومات عن حالة المجتمع، فنأخذ L_p و Q قيمة تعادل 0.5.
 تم توزيع الاستبيان لأكثر من 100 شخص من الطلبة وقد تم جمع 100 استبيان منها لدراستها كعينة البحث.

سابعاً: حدود البحث

- الحدود الموضوعية: يتناول البحث استخدامات التربية الإعلامية وال الرقمية في رفع الوعي حول مخاطر الابتزاز الإلكتروني، وأليات الحماية منه، ودورها في تعزيز السلوكيات الوقائية لدى الطلبة . كما يركز على مدى تأثير التربية الإعلامية والرقمية في تمكين الطلبة من مواجهة مخاطر الابتزاز الإلكتروني من خلال المعرفة والمهارات الإعلامية الرقمية.
- الحدود الزمنية: يغطي البحث الفترة الزمنية [من 11/15/2024 إلى 10/3/2025]، حيث تم إجراء الدراسة الميدانية وجمع البيانات خلال هذه الفترة لقياس تأثير التربية الإعلامية والرقمية على الحد من ظاهرة الابتزاز الإلكتروني بين طلبة كلية الإعلام.
- الحدود المكانية: تم إجراء الدراسة الميدانية في جامعة ذي قار / كلية الإعلام كلية الإمام الكاظم (ع) قسم الإعلام بـ [محافظة ذي قار]، حيث تم استهداف طلبة الكلية كمجتمع بحثي نظرًا لطبيعة دراستهم ذات الصلة بوسائل الإعلام والاتصال الرقمي.
- الحدود البشرية: يشمل البحث طلبة جامعة ذي قار / كلية الإعلام كلية الإمام الكاظم (ع) قسم الإعلام 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

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

- الثبات: وهذا هو الثبات في نتائج المقاييس، لأنّه يعطي نفس النتائج بعد تطبيقه مرتين في وقتين مختلفين على نفس الأشخاص. تم حساب الثبات باستخدام معامل ألفا كورباج. معامل (ألفا) للاتساق الداخلي: يمنحك معامل ألفا تقييراً جيداً في معظم المواقف. واستخلاص الثبات بناءً على هذه الطريقة تم استخدام جميع نماذج البحث ومن ثم تم استخدام المعادلة (ألفا). وقد بلغ معامل ثبات المقاييس (0.896) ويعد المقاييس متسلقاً داخلياً، لأن هذه المعادلة تعكس مدى اتساق الفقرات داخلياً.

الفا كورباج	عدد الأسئلة
0.896	20

تاسعاً: الدراسات السابقة

- 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 الوسائل السمعية أو المرئية أو الإلكترونية أو غيرها، حيث أصبحت كل المعلومات في جزء صغير، يتم الحصول عليها من الثنائي والوسائل، وفي عصرنا الحالي لها حلقة مهمة في الابتزاز الإلكتروني، ولكن هناك من يحاول تطوير كل أنواع الوسائل لتحقيق أهداف دنيئة ومدمرة مثل الابتزاز المالي والأخلاقي، ولهذا فإن هذه التصرفات تسبب لهم الضرار، كما أن وجود واستقرار المجتمع ونتيجة لاستخدامه غير السليم من خلال الوسائل الإلكترونية بشكل خاص يؤثر سلباً على مهنة الإعلام، لأن هذه السلوكيات تؤثر سلباً على جميع الجوانب الاجتماعية والاقتصادية، لذلك يجب أن تلعب دوراً مهمأً وفعلاً، لذا يأتي هذا البحث للإجابة على التساؤلات التالية: ما مفهوم الابتزاز الإلكتروني؟.
- 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). وتحقيق هدف البحث استخدم الباحث نظرية التراث 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 اشتراكوا في تطبيقات التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاثة سنوات، وأكّدت النتائج دعم جمهور الدراسة بنسبة 88.7% (TikTok) أن تطبيق TikTok ساعد في انتشار الإلكتروني يكون الجرائم.
- دراسة فاطمة دحماني (2022) بعنوان: التربية الإعلامية كآلية للحد من ظاهرة التنمّر الإلكتروني عبر موقع التواصل الاجتماعي. لقد خلق ظهور الإنترنّت بشكل عام وموقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص وسائل حديثة وأسهل للتواصل والتعبير عن الآراء والمعتقدات والتوجهات السياسية والاجتماعية والعقائد والتي تمارس من خلالها الحريات حتى تدعها بعض المستخدمين وفرضوا عليها قيوداً على احترام حرية وخصوصية الآخرين مما حول هذه المنصات إلى ساحة يمارس فيها العنف بشكل كبير من خلال النص أو الصوت أو الصورة وهو ما يسمى

بـ "التمر الإلكتروني" حيث يستخدم موقع الإنترن特 مثل شبكات التواصل الاجتماعي لإرسال رسائل عدوانية متعددة بلغة قوية وهي كلها سب وقذف حتى قذف بهدف تشويه صورة المتنقي والأضرار بحالته النفسية وصولاً إلى حد الاكتئاب والانتحار.

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

5- دراسة أيمان سيد علي (2018) بعنوان: اتجاهات النخبة الأكademية نحو تفعيل مبادىء التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات. تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات النخبة الأكademية نحو استخدام التربية الإعلامية في الجامعات المصرية. هذا البحث وصفي ويعتمد على المنهج المحسني. وشملت عينة البحث (200) من النخبة الأكademية 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 يتتناوله، وذلك من خلال إثبات توله للفاطحة الجديدة غير موجودة في الدراسات السابقة.
5. استفادت الباحثة من خلال اطلاعه على الدراسات السابقة في الابتعاد عن الموضوعات المكررة، وتساعده على خلق موضوعات جديدة لم يتم الحديث عنها في السابق.

الفصل الثاني: الإطار النظري

المبحث الأول: التربية الإعلامية

المطلب الأول: مفهوم التربية الإعلامية

بعد مفهوم التربية الإعلامية غالباً عند الكثرين، ويحتاج إلى الوقوف عنده وتوضيحه، كما وان الجدل ما زال مستمراً بين التربويين والإعلاميين في الوطن العربي على هذا مفهوم كمصطلاح لكنهم متقوون على مدى أهميته في المنهج التربوي، فال التربية الإعلامية ضرورة واحتياج العصر حيث تهدف إلى تقديم إطار علمي في أصول التدريس والمنهج الثقافي الذي يساعد في بناء الإنسان في أي مكان، حيث تهتم بتنمية أساليب التفكير الناقد وتدعم مهارات المتعلم في البحث والتحليل والتقييم لكل ما يعرض عبر وسائل الإعلام.

والتربية الإعلامية مصطلح مركب من كلمتين هما: التربية والإعلام، فهو ترجمة الكلمة الإنجليزية (Media Education) ويعني التربية الإعلامية أو التعليم الإعلامي، وهناك من يرى أنها ترجمة للمصطلح الإنجليزي (Media Literacy) وهو ما يسمى بمحو الأمية الإعلامية⁽⁵⁾.

حيث تتخل التربية الإعلامية على الاتصال اعتماداً كلياً من أجل تحقيق أهداف إعلامية تربوية بناء على معطيات ما يقدم لخدمة الطالب وإعطائه كما من المعلومات والمهارات للتعامل مع الإعلام وما يبيه من رسائل مختلفة ذات مضامين ظاهرة أو خفية، تمثل التربية الإعلامية مفهوماً شاملًا يعني بطريقة التعبير والوصول إلى الإعلام والفهم الإعلامي سواء السلبي أو الإيجابي، وتقييم الإعلام تقييمًا ناقداً والوعي بإمكانيات ومخاطر الإعلام الجديد⁽⁶⁾.

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

⁽⁵⁾ العبد الكريم، راشد، المناهج الدراسية وتنمية ملكات النقد لوسائل الإعلام، مؤتمر التربية الإعلامية، الرياض، 2007، ص 66

⁽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 يبيثه من رسائل مختلفة ذات مضامين ظاهرة أو خفية.
وتعزز التربية الإعلامية: على أنها فهم الجمهور لأالية عمل الإعلام والكيفية التي يؤثر بها على حياتنا وطريقة استخدام الإعلام بشكل امثل بصورة حكيمة وإيجابية⁽⁹⁾.
ويعرفها(غرينباي) على أنها مجموعة المبادئ الأساسية والمعلومات التي يكتسبها الفرد من الوسائل في مواجهة التقدم والعنوانية الإعلامية، والتعریف بالأسلوب الصحيح للتعامل معها⁽¹⁰⁾.
وعرفاها أيضاً (كوبى) بأنها التعليم بهدف إكساب القدرة على بناء المعنى الشخصي من الرموز البصرية واللفظية المستمدة يومياً من وسائل الإعلام التقليدية وال الرقمية أكثر من مجرد تفسير المعلومات، وبذلك فهي عملية بصرية تتمي بقدرة مشاهدة الواقعية، وعملية عقلية تعزز التفكير السليم والفهم الصحيح والنقد البناء لما يتلقاه شباب الجامعات من مضامين ظاهرة ومضامين خفية⁽¹¹⁾.

المطلب الثاني: نشأة وتطور التربية الإعلامية

برزت حركة التربية الإعلامية في أوروبا في الفترة ما بين ١٩٢٠-١٩٤٠، تحديداً 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 ١٩٢٢م، ذلك أثناء المؤتمر الإقليمي الأول لأقسام الفيلم التعليمي⁽¹²⁾.

وفي عام ١٩٣٣م 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 الصحفية تطبق في الفصل الدراسي باستخدام بعض المواد الصحفية الشعبية والإعلانات، وهي المواد المتاحة في ذلك الوقت⁽¹³⁾. 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 الملاذات بدلاً من القيم الأصيلة والأداب، وعليه كان الهدف من التربية الإعلامية ووظيفتها حينها، هو تشجيع الطلاب على التمييز، والمقاومة، وتنمية الحكم الصحيح والذوق لديهم، من خلال استيعابهم لاختلافات الأساسية بين القيم الخالدة والثقافة الراقية، وبين الثقافة الوضعية والقيم التجارية لوسائل الإعلام⁽¹⁴⁾.

وأن أول ظهور لمفهوم التربية الإعلامية لأول مرة في المؤتمر السنوي لمنظمة اليونسكو سنة 1982، حيث صدرت توصيات تナادي بضرورة إعداد الأفراد لعالم يمتاز بقوة الرسائل المصورة والمكتوبة والمسموعة، وكان ظهور مفهوم التربية الإعلامية بالأساس كوسيلة لحماية المواطنين من الآثار السلبية لوسائل الإعلام⁽¹⁵⁾.

تطور مفهوم الإعلام في العصر الحديث بصورة متسرعة، وتطور وفقاً لذلك الفهم لطريقة عمل الإعلام، وكيف يتعامل الناس مع وسائل الإعلام، وللتربية الإعلامية تعاريفات متعددة ذات مضمون مشابه ورؤى واحدة إجمالاً، فهي جميعاً تتفق في أنها تلك التربية التي تقدم للفرد معرفة كيفية التعامل الوعي مع وسائل الإعلام، وقد تعدد المصطلحات المستخدمة للإشارة لمجال اكتساب الوعي والمهارات الازمة للتعامل مع وسائل الإعلام⁽¹⁶⁾.

إن جذور الاهتمام بالتربية الإعلامية تعود إلى النصف الثاني من القرن العشرين حيثما نشطت العديد من المؤسسات الغربية بإدخال "ثقافة الشاشة" إلى المؤسسات التعليمية، فيما تتبه المجتمع الدولي مبكراً 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، وصنع 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⁽¹⁷⁾.

⁽⁹⁾ الحданى، 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"

⁽¹⁴⁾ (Uk, A report to the discovery channel New Jersy, 2001) p33

⁽¹⁵⁾ (عيسى، إسماعيل، دور التربية الإعلامية في إصلاح المنظومة التعليمية، مجلة دفاتر، ع5، الجزائر، 2015، ص24)

⁽¹⁶⁾ (حسن، احمد جمال، التربية الإعلامية، دار المعرفة للطباعة، ط1، القاهرة، 2015، ص35).

⁽¹⁷⁾ (الطوسي، باسم، التربية الإعلامية والمعلوماتية، معهد الإعلام الأردني، عمان، 2016، ص23)

⁽¹⁸⁾ (جمال حسن، احمد، التربية الإعلامية، دار المعرفة للطباعة والنشر، ط1، القاهرة، 2015، ص57.)

بنهاية القرن العشرين، حدث تغير تدريجي في مفهوم التربوية الإعلامية، فتحول الاتصال الجماهيري التقليدي إلى تناول المعلومات الحديثة وتقنيات الاتصال المعاصرة، فانصب التركيز على الوسائل 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⁽¹⁸⁾.



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 المتنقي النشط "Critical Autonomy" من خلال هذا المنظور يصبح هدف التربية الإعلامية متمثل في تحويل استهلاك الرسائل الإعلامية إلى عملية ناقلة نشطة ، ومساعدة الأفراد على تكوين الوعي النقدي حول طبيعة تلك الرسائل ، وفهم دورها في بناء وجهات النظر حول الواقع الذي يعيشون فيه واستخدم مفهوم التربية الإعلامية في ذلك الوقت بصفة كلاسيكية حيث كان الاتصال الجماهيري مستنداً على علم أصول التربية كما موضح بشكل التالي⁽¹⁹⁾.



حيث ركز خبراء التربية الإعلامية على إمكانية استخدام أدوات الاتصال ووسائل الإعلام لتحقيق منافع تربوية ملموسة، (كوسيلة تعليمية). وبحلول السبعينيات 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⁽²⁰⁾.

(18) جابر، عصام، رؤية مستقبلية للتربية الإعلامية بمرحلة التعليم الجامعي في ضوء تحديات الثقافة التشاركية، مجلة كلية التربية جامعة الأزهر، ع 137، ج 2، القاهرة، 2008، ص 13

(19) الصالح، بدر عبد الله، مدخل دمج تقنية المعلومات في التعليم للتربية الإعلامية، وزارة التربية والتعليم، الرياض، 2007، ص 73

(20) الشمرى، فهد عبد الرحمن، التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام، مكتبة الملك فهد، ط 1، الرياض، 2010، ص 19

المطلب الثالث: أهمية التربية الإعلامية

- تكمن 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 ومتسرعة، فمنذ منتصف السنتينيات 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⁽²¹⁾.
 - 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 للتغيير 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 مخاطرها 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.
 - تاثراً وتاثيراً، 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 الموجدة 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، وعلى البحث عن حلول هذه المشاكل من واقع مجتمعه. كما تتشعب التربية الإعلامية على تنشئة المواطن الفعالة، والعمل الجماعي، وربط المنهج الدراسي بالحياة الواقعية وهي متسقة مع التوجه لتربية مهارات التفكير العليا⁽²²⁾.
 - الحفاظ على الهوية الثقافية: أصبحت وسائل الإعلام بمختلف أشكالها هي الوسائل التي استخدمها رواد الغزو الفكري والثقافي المعاصر لرمي أمننا بوابل من السموم الفتاك و يمكن القول بأن المضامين الإعلامية والثقافية المزينة للاستهلاك والمجملة بنمط الحياة الغربي باتجاه البلدان النامية، هي من أسوأ ما ينتجه الغرب والتي تعمل على افساد الثقافة الوطنية وتهميشه وتسريب وإشاعة أنماط حياتية تستهلك أكثر ما يمكن من البضائع والسلع. في 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 وموافق، كالترويج للعنف والوحشية والقتل والجنس، وتمجيد المغامرة الفردية، والشعور بالعظمة الذاتية وقتل الإحساس بالجماعية، وإلغاء العقل في فهم الأشياء وال العلاقات والأحداث.
 - دستورياً الإعلام: أصبحت وسائل الإعلام دستورياً مجعة في العصر الحالي، فيحدث اصطدام بمضامينها التي لا حريات فيها ولا عدالة؛ مسامين 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⁽²³⁾.

المطلب الرابع: أهداف التربية الإعلامية

إن الغرض الأساسي للتربية الإعلامية ليس تكوين الوعي الناقد فحسب، بل تكوين الحكم الذاتي المستقل بشأن مسامين وسائل الإعلام المختلفة؛ بمعنى تعلم عملية تكوين الأحكام الذاتية بما يمكن للفرد أن يقوم به بعد أن يترك الدراسة وواجه وسائل الإعلام طيلة حياته، وبهذا يتعلق جوهر التربية الإعلامية بوعية الأطفال ضد الآثار السلبية الناتجة عن تعرضهم لوسائل الإعلام، وهذا عن طريق إرشادهم إلى الانقائية في التعرض، وإدراك المحددات الأساسية التي تحكم عمل وسائل الإعلام⁽²⁴⁾، كما أنها لا تهدف فقط للنظر إلى وسائل الإعلام من منظور واحد، وإنما تتشعب وجهات النظر المختلفة، فجوهرها يتمثل في وقاية النشء والشباب من التأثيرات السلبية الناتجة من تعرضهم لوسائل الإعلام، وهذا عن طريق إرشادهم إلى الانقائية في التعرض للمضامين الإعلامية ، وإدراك المحددات الأساسية التي تحكم وسائل الإعلام⁽²⁵⁾. 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 مسامين الإعلام لتحقيق التربية الإعلامية، دراسة مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، وزارة التربية والتعليم، الرياض، 2007، ص 48.

⁽²²⁾ حمدي، حسن، دور التربية في مواجهة تداعيات العولمة على البوابة الثقافية، مجلة دراسات في التعليم الجامعي، 7، القاهرة، 2004، ص 151.

⁽²³⁾ إيناس إبراهيم، رباح رمزي، تصور مقترن لدور في المدرسة التربية الإعلامية في ضوء خبرات بعض الدول، جامعة سوهاج، القاهرة، 2011، ص 622.

⁽²⁴⁾ مجيب، عبد الله، تصور مقترن للتربية الإعلامية بمراحل التعليم الأساسي في اليمن، كلية التربية، صنعاء، 2013، ص 74.

⁽²⁵⁾ الخيري، طلال، تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية، جامعة أم القرى، رسالة دكتوراه، الرياض، 2009، ص 136.

الذاتية؛ ليصبحوا أشخاصاً كباراً ناضجين مسئولين⁽²⁶⁾. 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 نادراً يتحكم بتفسير ما يتلقاه، وهو ما يعرف بـ(نموذج المتنقي النشط)، وعلى الصعيد الإسلامي والعادات والتقاليد الاجتماعية من المهم إضافة القيم الإسلامية ضمن أهداف التربية الإعلامية ضمن المجتمعات الإسلامية، وتربية القيم الإسلامية، وتحقيق الاعتزاز بالعقيدة وتنمية روح التسامح والتعايش الإيجابي مع الآخرين⁽²⁷⁾.

فالتربيـة الإعلامـية تهـدـي إـلـى تـبـصـير الرأـيـ العامـ والـجـماـهـيرـ بـمـخـرـجـاتـ وـسـائـلـ الإـلـعـامـ،ـ وـآلـيـاتـ عـلـمـهـاـ،ـ وـتـأـثـيرـاتـهـاـ عـلـىـ الـفـردـ وـالـمـجـتمـعـ،ـ وـلـاـ يـقـفـ الـأـمـرـ عـنـ حدـودـ هـذـهـ الأـهـدـافـ،ـ وـلـكـ هـذـهـ الأـهـدـافـ يـمـكـنـ أـنـ تـتـطـورـ أوـ تـتـغـيـرـ بـتـطـورـ الـعـمـلـيـاتـ الإـلـعـامـيـةـ وـوـسـائـلـهـاـ،ـ وـاتـجـاهـاتـهـاـ فيـ عـلـاقـتهاـ بـالـسـيـاقـاتـ الـتـيـ تـعـلـمـ فـيـ إـطـارـهـاـ،ـ كـذـلـكـ عـلـاقـتهاـ بـالـنـظـمـ الـاجـتمـاعـيـةـ وـجـمـهـورـهـذهـ الـوـسـائـلـ،ـ وـبـتـطـورـ مـسـتـوـيـاتـ تـحـقـيقـ هـذـهـ الأـهـدـافـ،ـ وـالـتـقـدـمـ الـحـادـثـ فـيـ مـسـتـوـيـ الـوعـيـ وـالـنـقـاشـ الـإـلـعـامـيـةـ الـتـيـ حـقـقـهـاـ التـرـبـيـةـ الـإـلـعـامـيـةـ مـعـ الـمـوـاـطـنـيـنـ وـالـمـجـتمـعـ،ـ مـعـ مـرـاعـةـ حـقـوقـ الـفـنـانـيـنـ الـمـهـمـشـةـ وـالـشـرـائـجـ الـضـعـيفـةـ اـقـتصـاديـاـ وـاجـتمـاعـيـاـ وـذـوـيـ الـاحـتـياـجـاتـ الـخـاصـةـ فـيـ رـسـمـ هـذـهـ الأـهـدـافـ وـتـحـقـيقـهـاـ.ـ وـكـانـ مؤـتـمـرـ فـيـنـاـ قدـ طـرـحـ عـدـدـاـ مـنـ أـهـدـافـ التـرـبـيـةـ الـإـلـعـامـيـةـ وـمـبـادـئـهـاـ،ـ التـيـ يـنـبـغـيـ السـعـيـ إـلـىـ تـحـقـيقـهـاـ مـنـ خـلـالـ تـعـلـيمـ أـفـرـادـ الـمـجـتمـعـ،ـ وـهـيـ:

- التعريف بمصادر النصوص الإعلامية ومقدارها.
- فهم الرسائل الإعلامية وتفسيرها وما تحمله مضمونها من قيم.
- التحليل وتقييم الآراء النقدية للمضمون الإعلامي.
- اختيار وسائل الإعلام المناسبة للتعبير عن الرأي وتوصيل الرسائل للجمهور المستهدف.
- التواصل مع الإعلام أو المطالبة بذلك بهدف التأثير والإنتاج⁽²⁸⁾.

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 المبتزرون على وسائل التواصل الاجتماعي والتطبيقات الإلكترونية لاستهداف الضحايا واستدرجهم⁽²⁹⁾. 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⁽³⁰⁾.

مع التطور السريع للتكنولوجيا وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي، أصبح الابتزاز الإلكتروني أحد أخطر الجرائم الرقمية التي تهدد الأفراد والمجتمعات. يقوم المبتزرون باستغلال الفضاء الإلكتروني لتهديد الضحايا بنشر معلومات حساسة أو صور أو مقاطع فيديو خاصة بهم، بهدف الحصول على المال أو تنفيذ مطالب غير مشروعة. وتنشر 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 تسلیط الضوء على مفهوم الابتزاز الإلكتروني، أنواعه، أسبابه، وأثره السلبي، بالإضافة إلى طرق الوقاية منه وكيفية التعامل مع مثل هذه التهديدات لضمان بيئة إلكترونية آمنة للجميع⁽³¹⁾.

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 المبتزرون على الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي للوصول إلى الضحايا، مستغلين ضعف الأمان الرقمي أو الثقة

⁽²⁶⁾ أبو عزام، محمد خالد، التربية الإعلامية، دار زايد 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 ماجister، القدس- فلسطين، 2019، ص24

⁽³⁰⁾ لغبيان، 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

الزاده⁽³²⁾. 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 معيناً. غالباً ما يستخدم المبتزرون التهديد المستمر لزيادة المبلغ المطلوب.
 2. الابتزاز العاطفي أو الشخصي: يحدث عندما يستغل المبتز علاقة عاطفية أو صدقة 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 انتشاراً وخطورة⁽³³⁾.

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 شيوعاً، حيث يطالب المبتزون الضحية بدفع مبالغ مالية مقابل عدم نشر معلومات حساسة، سواء كانت صوراً، محادثات، أو بيانات شخصية.
2. تحقيق السيطرة والهيمنة: يسعى بعض المبتزين إلى فرض سيطرتهم على الضحايا نفسياً أو عاطفياً، من خلال التهديد المستمر والتلاعب بهم لإجبارهم على تنفيذ مطالب معينة.
3. تشويه السمعة والإضرار بالحياة الاجتماعية: قد يكون الابتزاز الإلكتروني وسيلة لانتقام 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 كأدلة 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 الفلق: في بعض الحالات، لا يكون الهدف مادياً، بل يسعى المبتز إلى نشر الفوضى أو التلاعب بمشاعر الضحايا لدفع شخصية أو انتقامية⁽³⁴⁾.

المطلب الرابع: أسباب انتشار الابتزاز الإلكتروني

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

1. الانـتشار الواسـع لوسائل التواصل الاجتماعي: أصبحت مواقع مثل فيسبوك، إنستغرام، واتساب، وتيك توك منصات يستخدمها المبتزون لاستدراج الضحايا والتواصل معهم، خاصة مع ضعـف الوعي الأمنـي لدى بعض المستخدمـين.

⁽³²⁾ لمطيري، نوف على، دور شبكات التواصل الاجتماعي في الابتزاز المؤدي إلى الجريمة غير أخلاقية، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، ص45

⁽³³⁾ سامي مزروق، المسـؤولـية الجنـائيـة عن الابتـزاـز الإـلكـتروـني في النـظام السـعـودـي، رسـالـة مـاجـسـتـير، جـامـعـة نـاـيف العـربـيـة لـلـعـلـوم الـآمـنـيـة، الـرـياـضـ، صـ32

⁽³⁴⁾ حـاسـي مـلـيـكـة، شـرـارـة حـيـاة، التـنـمـر الإـلـكـتروـني درـاسـة نـظـرـيـة في الأـبعـاد وـالـمـارـسـاتـ، مجلـة الإـلـاعـامـ وـالـمـجـتمـعـ، المـجلـدـ4، العـدـدـ1، 2020، صـ70

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 المحتذين 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 الزائفية، حيث يتلقون 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 المحتذين 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 للخصوص للمحتذين 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 والراهقين: يقع الكثير من الشباب والراهقين ضحية للابتزاز بسبب غياب الرقابة الأبوية، وضعف التوعية حول مخاطر مشاركة الصور والمعلومات الشخصية عبر الإنترنت⁽³⁵⁾.

المبحث الثالث: نموذج جيمس بوتر لمحو الأممية الإعلامية

المطلب الأول: مفهوم نموذج جيمس بوتر

نموذج جيمس بوتر لمحو الأممية 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⁽³⁶⁾. يشير نموذج جيمس بوتر لمحو الأممية الإعلامية إلى إطار نظري يساعد الأفراد على تطوير القدرة على تحليل وسائل الإعلام وفهمها والتفاعل معها بوعي نقدي. يركز النموذج على تكين الأفراد من تقييم الرسائل الإعلامية بموضوعية، مما يسمح لهم باتخاذ قرارات مستنيرة بشأن المحتوى الذي يستهلكونه أو ينتجونه. وأبرز ملامح النموذج:

- الوعي الإعلامي: فهم كيفية عمل وسائل الإعلام، بما في ذلك آليات الإنتاج والتأثير.
- التفكير النقدي: تحليل المحتوى الإعلامي بطريقة نقية للكشف عن التحيزات أو الرسائل المضللة.
- الإدراك العاطفي: القدرة على التفاعل مع المحتوى الإعلامي دون أن يكون التأثير العاطفي مسيطرًا على الحكم.
- التحليل البنائي: دراسة كيفية تنظيم المحتوى الإعلامي وتأثير العوامل الاقتصادية والسياسية عليه.
- إنتاج المحتوى: القدرة على إنشاء محتوى إعلامي يعكس وعيًا نقديًا ويعزز المسئولية الاجتماعية⁽³⁷⁾.

في عصر الإعلام الرقمي والمعلومات السريعة، أصبحت وسائل الإعلام تلعب دوراً محوريًا في تشكيل الوعي الفردي والجماعي. ومن هنا ظهر نموذج جيمس بوتر لمحو الأممية الإعلامية كأدلة رئيسية لتمكن 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 بوتر إلى جعل الأفراد أكثر وعيًا 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⁽³⁸⁾.

المطلب الثاني: المكونات الأساسية لنموذج جيمس بوتر

يتضمن النموذج عدة مكونات تساعد على تحليل المحتوى الإعلامي وتقييمه:

1. المعرفة الإعلامية (Media Knowledge): تتعلق بفهم كيفية عمل وسائل الإعلام، بما في ذلك هيكلها 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 تقييمها.

⁽³⁵⁾ علاوة، فوزي، التربية الإعلامية كآلية لمواجهة الجريمة الإلكترونية، المجلد 1، العدد 2، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، 2020، ص 50

⁽³⁶⁾ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط 3، عالم الكتب، القاهرة، 2010، ص 271

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

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

3. التفكير الناقد (Critical Thinking): تطوير مهارات التفكير الناقد لتمييز المعلومات الموثوقة من المعلومات المضللة، وتقدير 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 وعيًا نقدياً ويعزز القيم الإيجابية⁽³⁹⁾.

المطلب الثالث: أهمية نموذج جيمس بوتر

- يعتبر نموذج جيمس بوتر لمحو الأمية الإعلامية من الأدوات الحيوية التي تساهم في تطوير الوعي الناقد حول كيفية استهلاك الإعلام وفهمه. تكمن أهميته في عدة جوانب رئيسية:
1. تعزيز التفكير الناقد: يساعد النموذج الأفراد على تطوير مهارات التفكير الناقد 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 والموافقات، يمكن للمستخدمين اتخاذ قرارات أكثر وعيًا 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 الناقد للمحتوى، بل يشمل أيضاً إنتاج المحتوى الإعلامي. حيث يعزز الوعي بكيفية خلق رسائل إعلامية ذات مغزى وذات تأثير إيجابي، مع الحفاظ على المسئولية الأخلاقية في هذا الإنتاج.
 5. تمكين الأفراد في مواجهة التأثيرات الثقافية التجارية: 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 وعيًا واتزانًا.
 6. دعم تطور المجتمع الديمقراطي: تعليم محو الأمية الإعلامية من خلال هذا النموذج يسهم في تعزيز المشاركة الفعالة في المجتمع الديمقراطي. الأشخاص الذين يمتلكون القدرة على التفكير الناقد 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 الوسائل الرقمية الجديدة، مثل وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية، التي أصبحت المصدر الرئيسي للمعلومات والترفيه. يمنح الأفراد الأدوات اللازمة لتحليل محتوى هذه الوسائل والتمييز بين الأنماط الإعلامية المختلفة.
- بذلك، يعتبر نموذج جيمس بوتر لمحو الأمية الإعلامية أداة حيوية لمساعدة الأفراد على أن يصبحوا أكثر وعيًا ومدرkin للتأثيرات التي تمارسها وسائل الإعلام عليهم وعلى المجتمع ككل⁽⁴⁰⁾.

⁽³⁹⁾ James Potter, *Media Literacy in the Information Age: A Reader*, Publisher: Routledge, 2010, p71

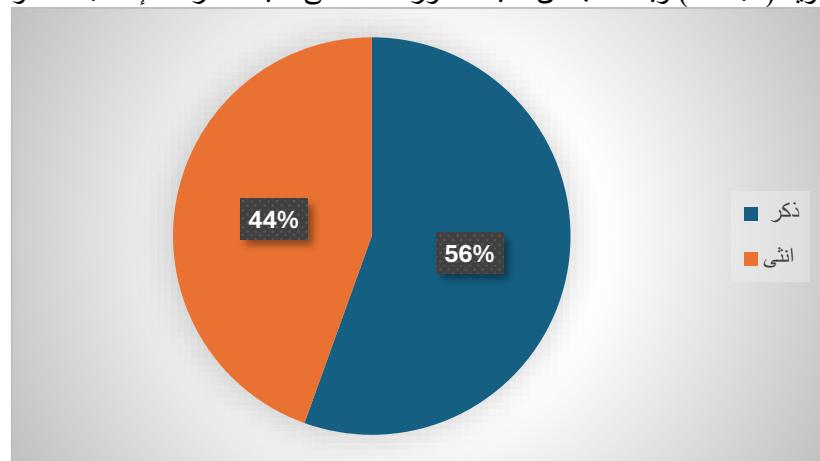
⁽⁴⁰⁾ James Potter, *Media Literacy*, Publisher: SAGE Publications, Edition: Seventh, 2017, p43

الفصل الثالث: الأطار العلمي

جدول رقم (1) الجنس

النسبة المئوية	النسبة المئوية	الجنس
% ٥٥.٥	١١١	ذكر
% ٤٤.٥	٨٩	أنثى
% ١٠٠	١٠٠	المجموع

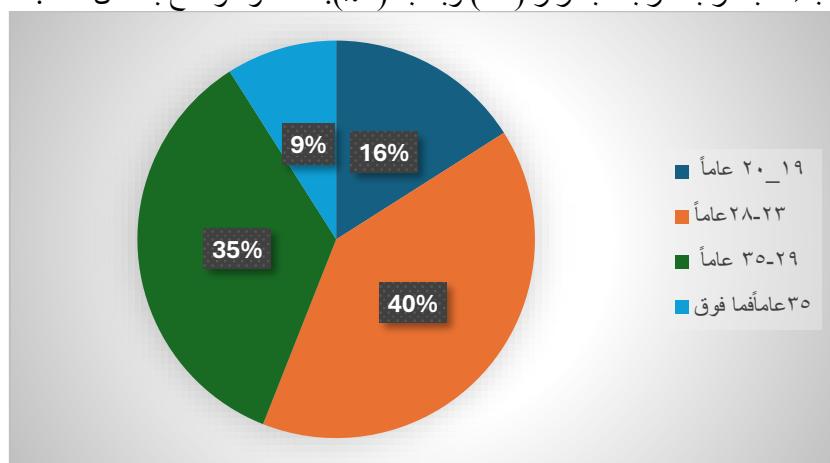
وقد تبين لنا من خلال الجدول أعلاه رقم (١) أن الذكور جاءت بالمرتبة الأولى بتكرار (١١١) وبنسبة مئوية (٥٥.٥٪) بينما كان الإناث بالمرتبة الثانية التكرار (٨٩) وبنسبة مئوية (٤٤.٥٪) وبذلك نجد أن نسبة الذكور فاقت على نسبة مشاركة الإناث. كما هو موضح بالشكل أدناه:



جدول رقم (2) العمر

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

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 الثالث بتكرار (٣٢) وبنسبة (١٦٪) أما الأعمار من ٣٥ عاماً فما فوق جاءت بالمرتبة الرابعة بتكرار (١٨) وبنسبة (٩٪). كما هو موضح بالشكل أدناه:

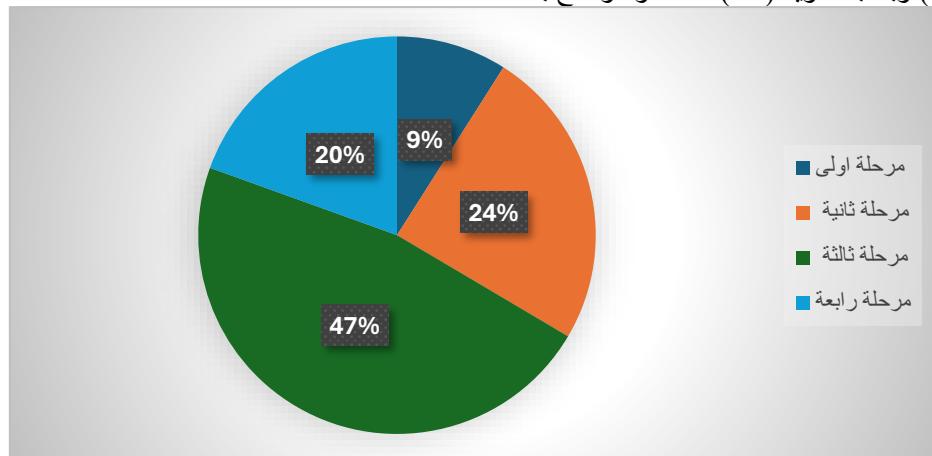


جدول رقم (3) المرحلة الدراسية

النسبة المئوية	النكرار	مرحلة الدراسة
% ٩	١٨	مرحلة أولى

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

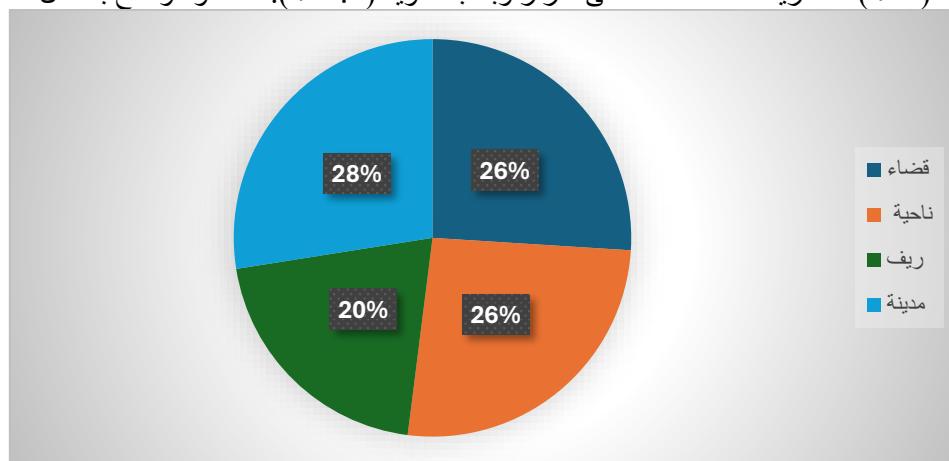
تبين لنا من جدول أعلاه رقم (٣) أن النسبة الأكبر بالمراحل الدراسية هي المرحلة الثالثة حصلت على تكرار (٩٤) وبنسبة مئوية (٤٧٪) ونأتي المرحلة الثانية بتكرار (٤٩) وبنسبة مئوية (٢٤.٥٪) أما المرحلة الرابعة حصلت على تكرار (٣٩) وبنسبة مئوية (١٩.٥٪) أما المرحلة الأولى حصلت على تكرار (١٨) وبنسبة مئوية (٩٪). كما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



جدول رقم (٤) السكن

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

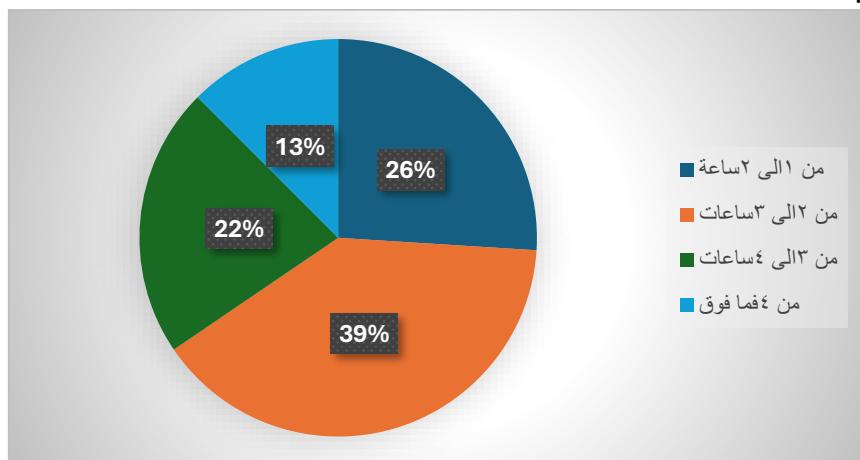
من جدول رقم (٤) تبين لنا حصول أعلى نسبة بدراسة للسكن هي المدينة بتكرار (٥٥) وبنسبة مئوية (٢٧.٥٪) وحصول القضاء والناحية على تكرار (٥٢٪) وبنسبة (٢٦٪) أما الريف فقد حصلت على تكرار وبنسبة مئوية (٢٠.٥٪). كما هو موضح بالشكل أدناه:



جدول رقم (٥) كم من الوقت تستخدم الإنترنت يومياً؟

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

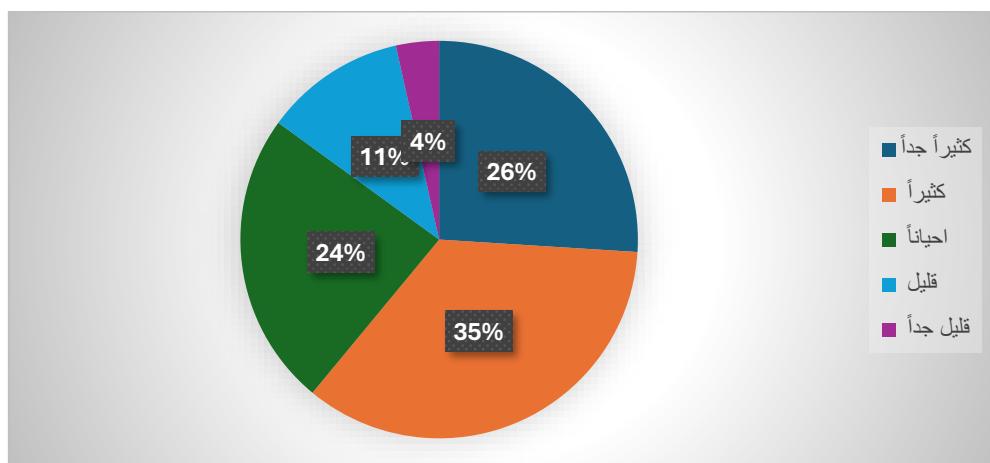
من الجدول رقم (٥) تبين لنا حصول على مرتبة الأولى نسبة من ساعات مشاهدة البرامج الثقافية هي من ٢ إلى ٣ ساعات بتكرار (٧٩٪) وبنسبة مئوية (٣٩.٥٪) أما من ١ إلى ٢ ساعة فقد حصلت على المرتبة الثانية بتكرار (٥٢٪) وبنسبة مئوية (٢٦٪) أما من ٣ إلى ٤ ساعات حصلت على المرتبة الثالثة بتكرار (٤٤٪) وبنسبة مئوية (٢٢٪) أما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



جدول رقم (٦) تلعب التربية الإعلامية دوراً مهماً في التوعية بمخاطر الابتزاز الإلكتروني؟

النسبة المئوية	التكرار	تلعب التربية الإعلامية دوراً مهماً في التوعية بمخاطر الابتزاز الإلكتروني
% ٢٦	٥٢	كثيراً جداً
% ٣٥	٧٠	كثيراً
% ٢٤	٤٨	احياناً
% ١١.٥	٢٣	قليل
% ٣.٥	٧	قليل جداً
% ١٠٠	١٠٠	المجموع

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

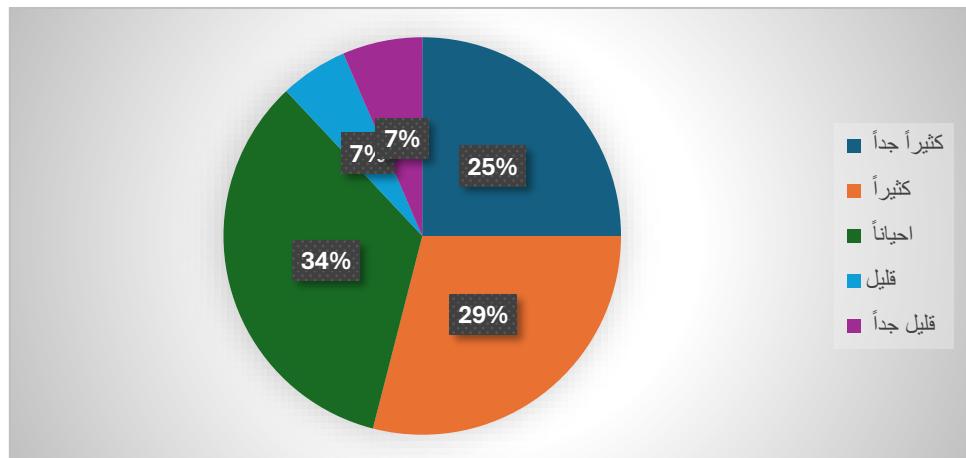


جدول رقم (٧) ساهمة البرامج التوعوية للتربية الإعلامية على فهمك لمخاطر الابتزاز الإلكتروني؟

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

%٣٤	٦٨	احياناً
%٥.٥	١١	قليل
%٦.٥	١٣	قليل جداً
%١٠٠	١٠٠	مجموع

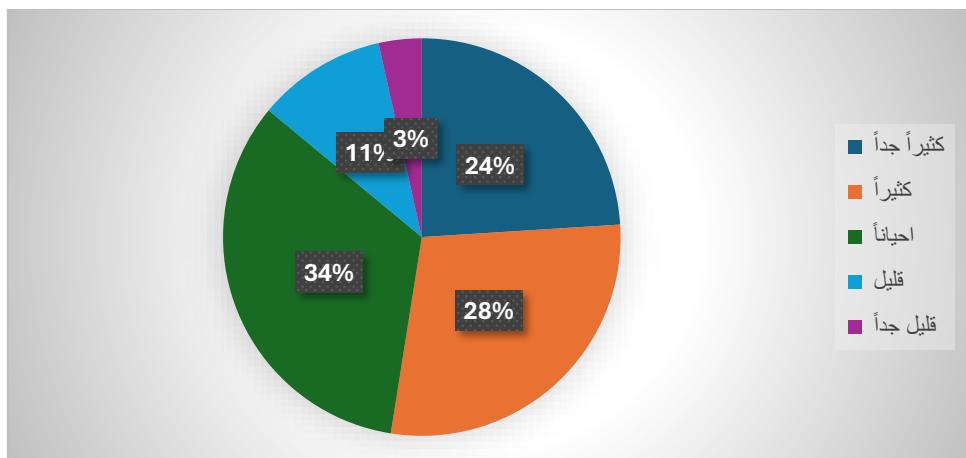
من الجدول أعلاه رقم (٧) تبين لنا في المرتبة الأولى احياناً حصلت على تكرار (٦٨) وبنسبة مئوية (٣٤٪) وحصلت كثيراً على المرتبة الثانية بتكرار (٥٨) وبنسبة مئوية (٢٩٪) وحصلت كثيراً جداً على المرتبة الثالثة بتكرار (٥٠) وبنسبة مئوية (٢٥٪) وحصلت قليل جداً على المرتبة الرابعة بتكرار (١٣) وبنسبة مئوية (٦.٥٪) وحصلت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



جدول رقم (٨) توفر التربية الإعلامية المهمات الازمة لحماية الأفراد من الابتزاز الإلكتروني؟

النسبة المئوية	التكرار	توفر التربية الإعلامية المهمات الازمة لحماية الأفراد من الابتزاز الإلكتروني
%٢٤	٤٨	كثيراً جداً
%٢٨.٥	٥٧	كثيراً
%٣٣.٥	٦٧	احياناً
%١٠.٥	٢١	قليل
%٣.٥	٧	قليل جداً
%١٠٠	١٠٠	المجموع

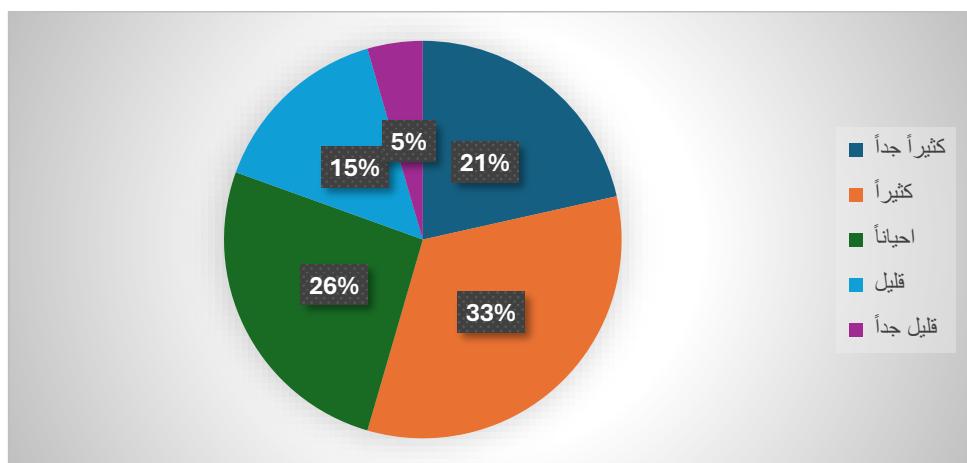
ومن الجدول أعلاه رقم (٨) تبين لنا حصلت أحياناً على المرتبة الأولى بتكرار (٦٧) وبنسبة مئوية (٣٣.٥٪) وحصلت على المرتبة الثانية كثيراً بتكرار (٥٧) وبنسبة مئوية (٢٨.٥٪) وحصلت على المرتبة الثالثة كثيراً جداً بتكرار (٤٨) وبنسبة مئوية (٢٣٪) وحصلت على المرتبة الرابعة قليل بتكرار (٢١) وبنسبة مئوية (١٠.٥٪) وحصلت على المرتبة الخامسة قليل جداً بتكرار (٧) وبنسبة مئوية (٣.٥٪). كما هو موضح بالشكل أدناه:



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

النسبة المئوية	النكرار	هل ترى أن المناهج الدراسية تحتوي على مواد كافية لتنمية الطلاب حول الابتكار الإلكتروني
% ٢١.٥	٤٣	كثيراً جداً
% ٣٣	٦٦	كثيراً
% ٢٦	٥٢	احياناً
% ١٥	٣٠	قليل
% ٤.٥	٩	قليل جداً
% ١٠٠	١٠٠	المجموع

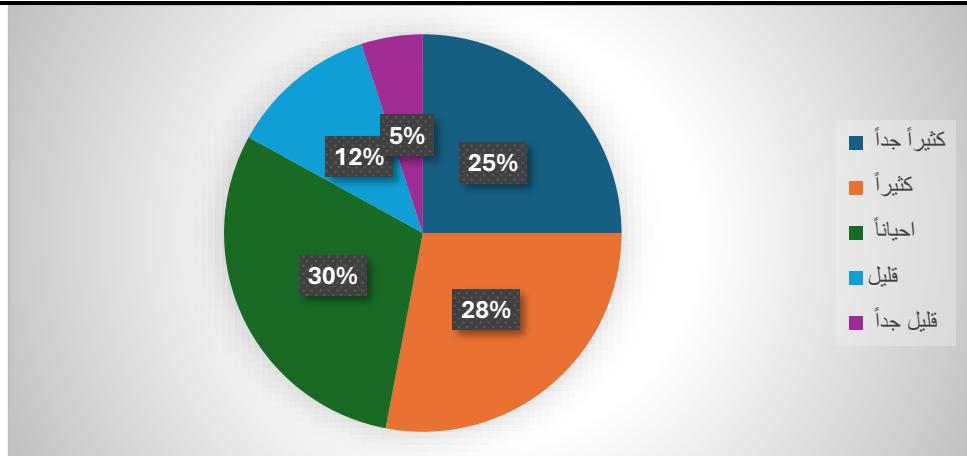
وتبين لنا من الجدول أعلاه رقم (٩) أن حصلت كثيراً على المرتبة الأولى بتكرار (٦٦) وبنسبة مئوية (٣٣٪) وحصلت على المرتبة الثانية أحياناً بتكرار (٥٢) وبنسبة مئوية (٢٦٪) وحصلت على المرتبة الثالثة كثيراً جداً بتكرار (٤٣) وبنسبة مئوية (٢١.٥٪) وحصلت على المرتبة الرابعة قليلاً بتكرار (٣٠) وبنسبة مئوية (١٥٪) وحصلت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



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

النسبة المئوية	النكرار	هل أصبحت أكثر وعيًا بأهمية حماية بياناتك الشخصية بعد التعرف على التربية الإعلامية
% ٢٥	٥٠	كثيراً جداً
% ٢٨	٥٦	كثيراً
% ٣٠	٦٠	احياناً
% ١٢	٢٤	قليل
% ٥	١٠	قليل جداً
% ١٠٠	١٠٠	المجموع

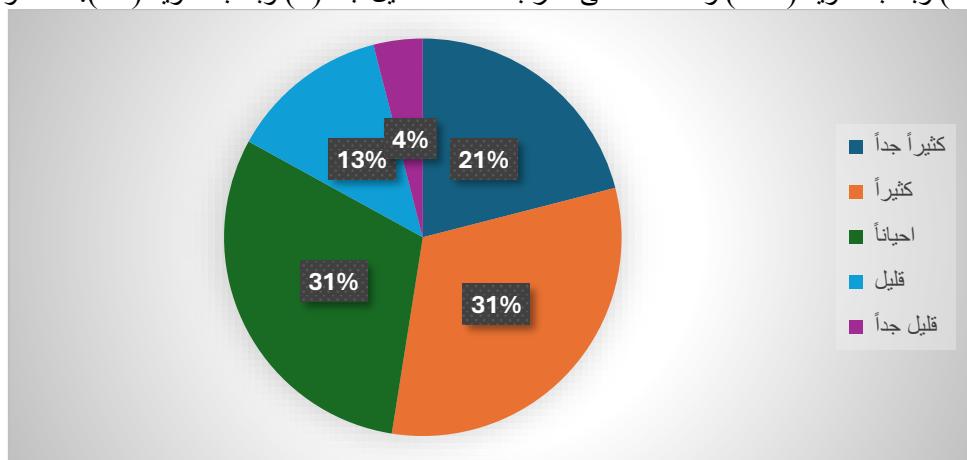
من الجدول أعلاه رقم (١٠) تبين لنا حصلت على المرتبة الأولى أحياناً بتكرار (٦٠) وبنسبة مئوية (٣٠٪) وحصلت على المرتبة الثانية كثيراً بتكرار (٥٦) وبنسبة مئوية (٢٨٪) وحصلت على المرتبة الثالثة كثيراً جداً بتكرار (٥٠) وبنسبة مئوية (٢٥٪) وحصلت على المرتبة الرابعة قليلاً بتكرار (٢٤) وبنسبة مئوية (١٢٪) وحصلت على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



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

النسبة المئوية	النكرار	أثر التربية الإعلامية على طريقة استخدامك لوسائل التواصل الاجتماعي؟
% 21	٤٢	كثيراً جداً
% 31.5	٦٣	كثيراً
% 30.5	٦١	احياناً
% 13	٢٦	قليل
% 4	٨	قليل جداً
% 100	١٠٠	المجموع

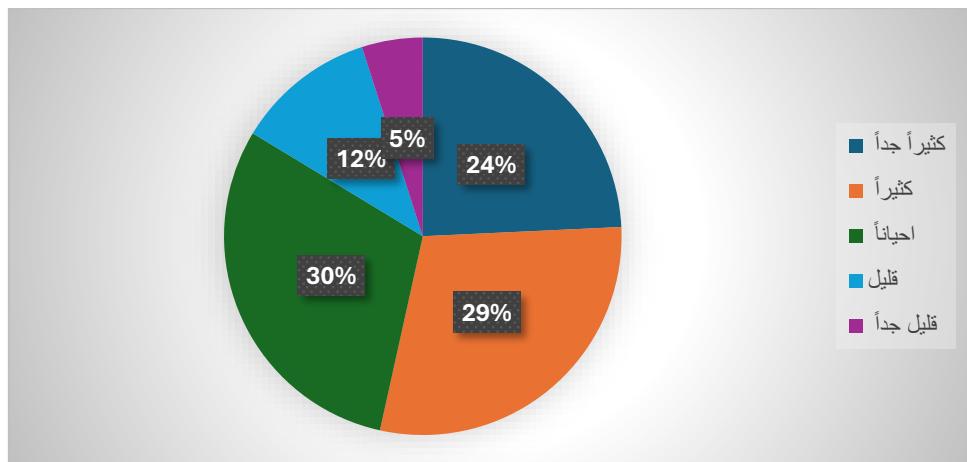
وتبين لنا من الجدول أعلاه رقم (11) حصلت على المرتبة الأولى كثيراً بتكرار (٦٣) وبنسبة مئوية (٪ ٣١.٥) وحصلت على المرتبة الثانية أحياناً بتكرار (٦١) وبنسبة مئوية (٪ ٣٠.٥) وحصلت على المرتبة الثالثة كثير جداً بتكرار (٢٤) وبنسبة مئوية (٪ ٢١) وحصلت على المرتبة الرابعة قليل بتكرار (٢٦) وبنسبة مئوية (٪ ١٣) وحصلت على المرتبة الخامسة قليل جداً (٨) وبنسبة مئوية (٪ ٤). كما هو موضح بالشكل أدناه:



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

النسبة المئوية	النكرار	ساعدتك التربية الإعلامية في التفاعل بشكل أكثر إيجابية ومسؤولية على منصات التواصل الاجتماعي؟
% 24.5	٤٧	كثيراً جداً
% 29.5	٥٩	كثيراً
% 30.5	٦١	احياناً
% 11.5	٢٣	قليل
% 5	١٠	قليل جداً
% 100	١٠٠	المجموع

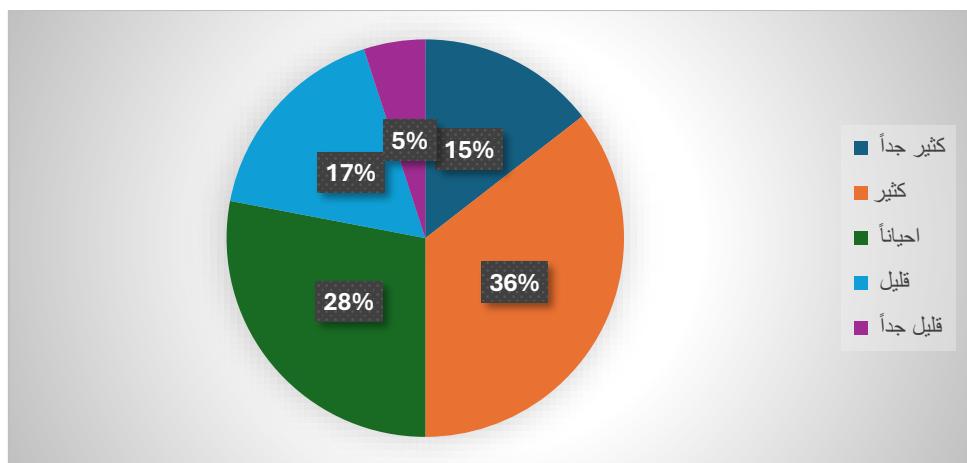
تبين لنا من الجدول أعلاه رقم (١٢) أن حصلت على المرتبة الأولى أحياناً بتكرار (٦١) وبنسبة مئوية (٣٠.٥٪) وحصلت على المرتبة الثانية كثيراً بتكرار (٥٩) وبنسبة مئوية (٢٩.٥٪) وحصلت على المرتبة الثالثة كثيراً جداً بتكرار (٤٧) وبنسبة مئوية (٢٤.٥٪) وحصلت على المرتبة الرابعة قليلاً بتكرار (٢٣) وبنسبة مئوية (١١.٥٪)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



جدول رقم (١٣) أن التربية الإعلامية تساهم في تقليل السلوكيات السلبية على الإنترنٌت مثل التنمُّر الإلكتروني ونشر الشائعات؟

النسبة المئوية	النوع	أن التربية الإعلامية تساهم في تقليل السلوكيات السلبية على الإنترنٌت مثل التنمُّر الإلكتروني ونشر الشائعات
٪١٤.٥	٢٩	كثير جداً
٪٣٥.٥	٧١	كثير
٪٢٨	٥٧	احياناً
٪١٧	٣٤	قليل
٪٥	١٠	قليل جداً
٪١٠٠	٪١٠٠	المجموع

تبين لنا من الجدول أعلاه 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 قليلاً بتكرار (٣٤) بنسبة مئوية (١٧٪) وحصلت على المرتبة الخامسة قليل جداً بتكرار (١٠) وبنسبة مئوية (٥٪). كما هو موضح بالشكل أدناه:

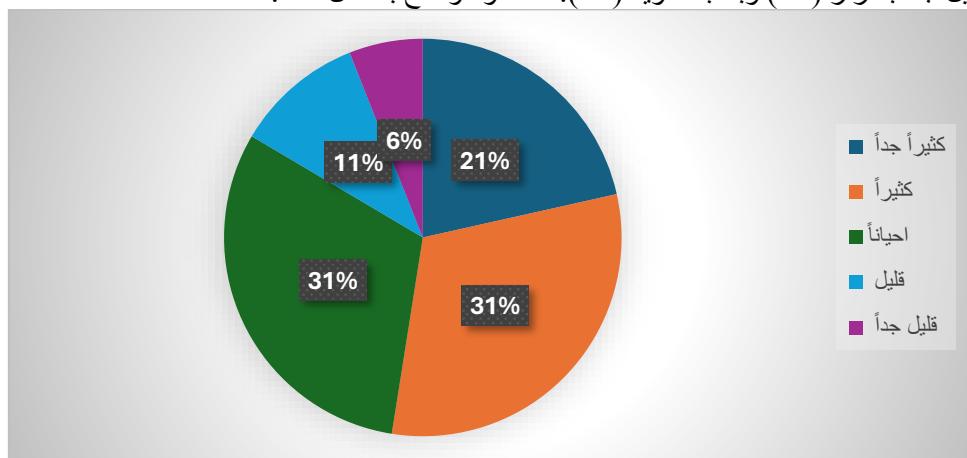


جدول رقم (١٤) تشجع الآخرين (الأصدقاء/العائله) على تبني سلوكيات آمنة ومسؤوله على الإنترنٌت بعد اكتساب الوعي بال التربية الإعلامية؟

النسبة المئوية	النوع	تشجع الآخرين (الأصدقاء/العائله) على تبني سلوكيات آمنة ومسؤوله على الإنترنٌت بعد اكتساب الوعي بال التربية الإعلامية
١٠٠٪	المجموع	

%٢١.٥	٤٣	كثيراً جداً
%٣١	٦٢	كثيراً
%٣١	٦٢	احياناً
%١٠.٥	٢١	قليل
%٦	١٢	قليل جداً
%١٠٠	١٠٠	المجموع

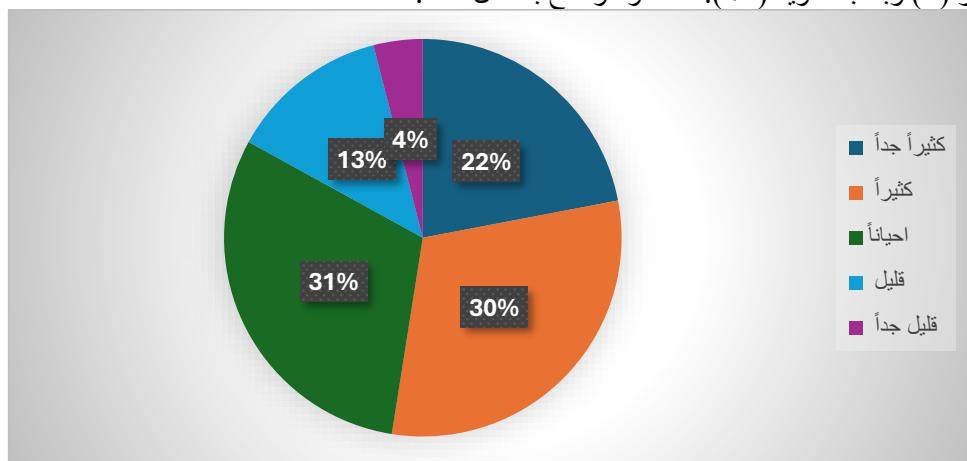
وتبيّن لنا من الجدول أعلاه رقم (١٤) حصلت على المرتبة الأولى كثيراً وأحياناً بنفس النسبة بـ تكرار (٦٢) وبنسبة مئوية (%)٣١) وحصلت على المرتبة الثانية كثيراً جداً بـ تكرار (٤٣) وبنسبة مئوية (%)٢١.٥) وحصلت على المرتبة الثالثة قليل بـ تكرار (٢١) وبنسبة مئوية (%)١٠.٥) وحصلت على المرتبة الرابعة قليل جداً بـ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



جدول رقم (١٤) أن التربية الإعلامية تعزز سلوكيات الأمان الرقمي بين الأفراد؟

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

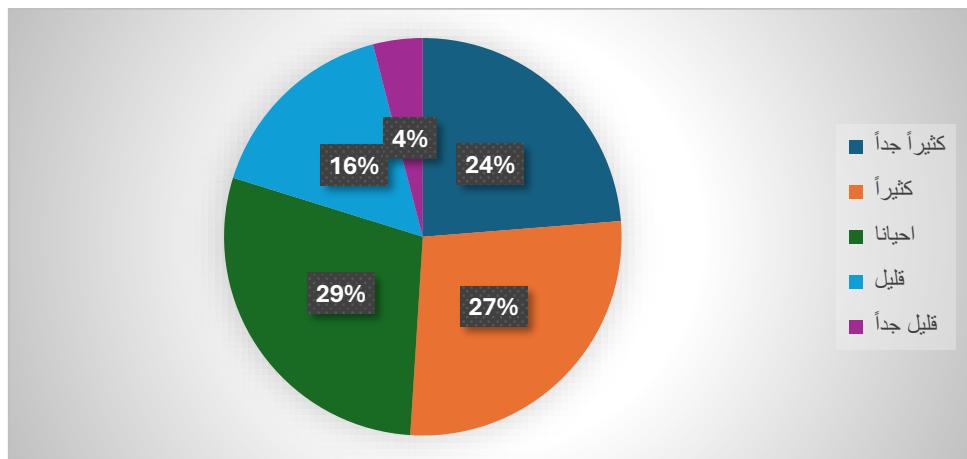
وتبيّن لنا من الجدول أعلاه رقم (١٥) حصلت على المرتبة الأولى كثيراً وأحياناً بنفس النسبة (٦١) وبنسبة مئوية (%)٣٠.٥) وحصلت المرتبة الثانية كثيراً جداً بـ تكرار (٤٤) وبنسبة مئوية (%)٢٢) وحصلت على المرتبة الثالثة قليل بـ تكرار (٢٦) وبنسبة مئوية (%)١٣) وحصلت على المرتبة الرابعة قليل جداً بـ تكرار (٨) وبنسبة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



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

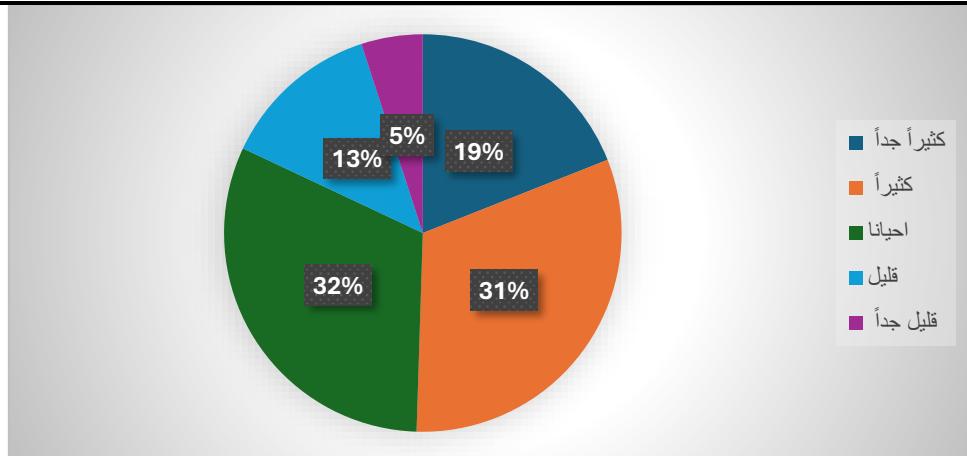
النسبة المئوية	النسبة المئوية	أن التربية الإعلامية تساعد في التصدي للمعلومات المضللة والخداع على الإنترنت
%٢٣.٥	٤٧	كثيراً جداً
%٢٧	٥٤	كثيراً
%٢٨.٥	٥٩	أحياناً
%١٦	٣٢	قليل
%٤	٨	قليل جداً
%١٠٠	١٠٠	المجموع

تبين لنا من الجدول أعلاه رقم (١٦) حصلت على المرتبة الأولى أحياناً بتكرار (٥٩) وبنسبة مئوية (٢٩.٥٪) وحصلت على المرتبة الثانية كثيراً بتكرار (٤٧) وبنسبة مئوية (٢٧٪) وحصلت على المرتبة الثالثة كثيراً جداً بتكرار (٤٧) وبنسبة مئوية (٢٣.٥٪) وحصلت على المرتبة الرابعة قليلاً بتكرار (٣٢) وبنسبة مئوية (١٦٪) وحصلت على المرتبة الخامسة قليلاً جداً بتكرار (٨) وبنسبة مئوية (٤٪). كما هو موضح بالشكل أدناه:

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

النسبة المئوية	النكرار	إلى أي مدى تعتقد أن التربية الإعلامية تؤثر على قدرتك على التفكير النقدي عند قراءة الأخبار والمعلومات عبر الإنترنت؟
%١٩	٣٨	كثيراً جداً
%٣١.٥	٦٣	كثيراً
%٣١.٥	٦٣	أحياناً
%١٣	٢٦	قليل
%٥	١٠	قليل جداً
%١٠٠	%١٠٠	المجموع

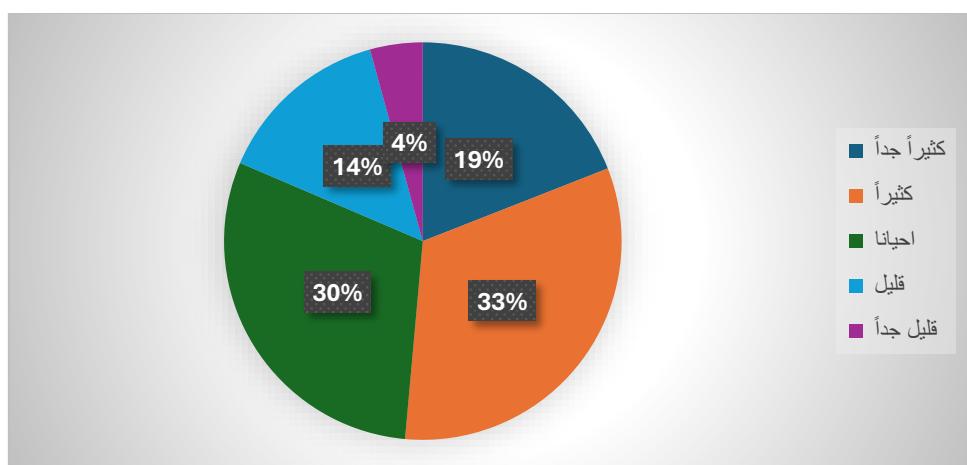
وتبيّن لنا من الجدول أعلاه رقم (١٧) حصلت على المرتبة الأولى كثيراً جداً بتكرار (٦٣) وبنسبة مئوية (٣١.٥٪) وحصلت على المرتبة الثانية كثيراً جداً بتكرار (٣٨) وبنسبة مئوية (١٩٪) وحصلت على المرتبة الثالثة قليلاً بتكرار (٢٦) وبنسبة مئوية (١٣٪) وحصلت على المرتبة الرابعة قليلاً جداً بتكرار (١٠) وبنسبة مئوية (٥٪). كما هو موضح بالشكل أدناه:



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

النسبة المئوية	النوعية	النوعية
% ٢٠	٤٠	كثيراً جداً
% ٣٤	٦٨	كثيراً
% ٣١.٥	٦٣	احياناً
% ١٥	٢٠	قليل
% ٤.٥	٩	قليل جداً
% ١٠٠	% ١٠٠	المجموع

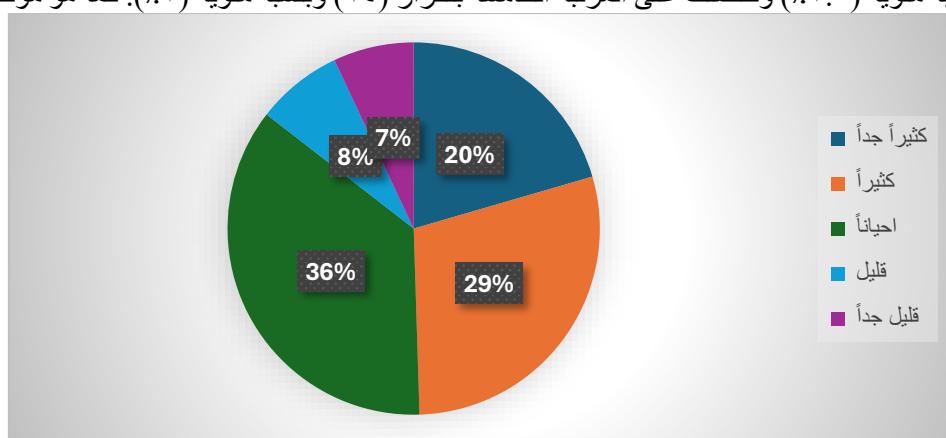
وتبين لنا من الجدول أعلاه رقم (١٨) أن حصلت على المرتبة الأولى كثيراً بـ٤٠ بتكرار (%) وبنسبة مئوية (٣٤%) وحصلت على المرتبة الثانية أحياناً بـ٦٣ بتكرار (%) وبنسبة مئوية (٣١.٥%) وحصلت على المرتبة الثالثة كثيراً جداً بـ٦٨ بتكرار (%) وبنسبة مئوية (٢٠%) وحصلت على المرتبة الرابعة قليلاً بـ٢٠ بتكرار (%) وبنسبة مئوية (١٥%) وحصلت على المرتبة الخامسة قليل جداً بـ٩ بتكرار (%) وبنسبة مئوية (٤.٥%). كما هو موضح بالشكل أدناه:



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

النسبة المئوية	النوعية	النوعية
% ٢٠.٥	٤١	كثيراً جداً
% ٢٩	٥٨	كثيراً
% ٣٦	٧٢	احياناً
% ٧.٥	١٥	قليل
% ٧	١٤	قليل جداً
% ١٠٠	% ١٠٠	المجموع

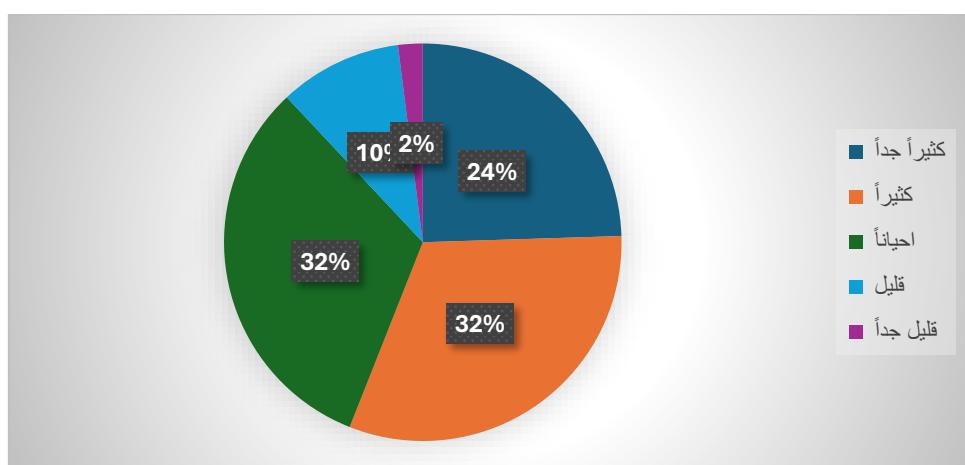
وتبيّن لنا من الجدول أعلاه رقم (١٩) أن حصلت على المرتبة الأولى أحياناً بتكرار (٧٢) وبنسبة مئوية (٣٦٪) وحصلت على المرتبة الثانية بتكرار (٥٨) وبنسبة مئوية (٢٩٪) وحصلت على المرتبة الثالثة كثيراً جداً بتكرار (٤١) وبنسبة مئوية (٢٠.٥٪) وحصلت على المرتبة الرابعة قليلاً بتكرار (١٥) وبنسبة مئوية (٧.٥٪) وحصلت على المرتبة الخامسة بتكرار (٤) وبنسبة مئوية (١٪). كما هو موضح بالشكل أدناه:



جدول رقم (٢٠) هل ترى أن المناهج الدراسية يجب أن تتضمن محتوى عن التربية الإعلامية والتفكير النقدي؟

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

وتبيّن لنا من الجدول أعلاه رقم (٢٠) حصلت على المرتبة الأولى أحياناً بتكرار (٦٤) وبنسبة مئوية (٣٢٪) وحصلت على المرتبة الثانية بتكرار (٦٣) وبنسبة مئوية (٣١.٥٪) وحصلت على المرتبة الثالثة كثيراً جداً بتكرار (٤٩) وبنسبة مئوية (٢٤.٥٪) وحصلت على المرتبة الرابعة قليلاً بتكرار (٤) وبنسبة مئوية (٢٪) وحصلت على المرتبة الخامسة قليلاً جداً بتكرار (٤) وبنسبة مئوية (١٪). كما هو موضح بالشكل أدناه:



الخاتمة

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

في ختام الحديث عن دور التربية الإعلامية في الحد من ظاهرة الابتزاز الإلكتروني، يتبيّن أن التربية الإعلامية تمثل أداة وقائية فاعلة تسهم في بناء وعي رقمي لدى الأفراد، خاصة فئة الشباب والراهقين، من خلال تعزيز فهمهم للمخاطر التي قد يتعرضون لها في الفضاء الرقمي، وتمكنهم 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 أماناً، تحترم فيها الخصوصية وتُثمن فيها الكرامة الإنسانية.

أولاً: الاستنتاجات

- 1- التربية الإعلامية تسهم 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 يمكن الأفراد من التحقق من صحة المعلومات وعدم الواقع ضحية للرسائل أو الصور المفبركة 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 نفقة المستخدمين الزائدة بالغراء عبر الإنترن特، مما يقلل من فرص استدراجهم إلى موافق قد تؤدي للابتزاز.
- 5- تعلم السلوكيات الآمنة على الإنترن特 من خلال التربية الإعلامية يساعد في منع المبتزين من الوصول إلى ضحايا محتملين.
- 6- تعزيز التربية الإعلامية في المناهج الدراسية يمكن الشاب والراهقين من التعامل بوعي ومسؤولية مع الوسائل الرقمية.
- 7- وجود توعية مجتمعية وإعلامية دورية يُسهم في بناء جدار حماية معرفي ضد الابتزاز الإلكتروني.
- 8- تمكين الأسر من مراقبة وتوجيه استخدام الأبناء للإنترنط من خلال التربية الإعلامية يقلل من فرص التعرض للابتزاز.
- 9- التربية الإعلامية تُثمني القدرة على طلب المساعدة عند التعرض للابتزاز، دون خوف أو تردد، من خلال كسر حاجز الصمت.
- 10- تعزيز الوعي القانوني ضمن التربية الإعلامية يُبيّن 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 وشيقه 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 مجرّمة للضحية.
- 8- تعليم مهارات الحماية الذاتية الرقمية، مثل: استخدام كلمات مرور قوية، عدم مشاركة الصور أو المعلومات الحساسة، وتقعيل إعدادات الأمان والخصوصية.
- 9- إنشاء منصات إلكترونية رسمية تقدم محتوى تربوي توعوي عن الاستخدام الآمن للإنترنط 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

1. أبو عرام، محمد خالد، التربية الإعلامية، دار زايد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2020، ص73
2. أزهـر سهيل نجم، منهج البحث الإعلامي بين النظرية والتطبيق، ط1، دار شمس الأنجلـسـ، بغداد، 2024، ص93.
3. إيناس إبراهيم، رباح رمزي، تصور مقتـرح لدور في المدرسة التربية 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، شرارـة حـيـاة، التـنـمـيـة الـإـلـكـتـرـوـنـيـة درـاسـة نـظـريـة فيـ الأـبعـادـ وـالـمـارـسـاتـ، مجلـةـ إـلـاعـامـ وـالـجـمـعـمـ، المـجـلـدـ 4ـ، العـدـدـ 1ـ، 2020ـ، صـ70ـ
8. حـسـنـ، اـحـمـدـ جـمـالـ، التـرـبـيـةـ إـلـاعـامـيـةـ، دـارـ الـمـعـرـفـةـ لـلـطـبـاعـةـ، طـ1ـ، القـاهـرـةـ، 2015ـ، صـ35ـ
9. الحـمـدـانـيـ، بشـرىـ حـسـينـ، التـرـبـيـةـ إـلـاعـامـيـةـ وـمـحـوـ الـأـمـيـةـ الرـقـمـيـةـ، دـارـ وـائـلـ لـلـنـشـرـ وـالـتـوزـيعـ، طـ1ـ، عـمـانـ، 2015ـ، صـ89ـ
10. حـمـدـيـ، حـسـنـ، دورـ التـرـبـيـةـ فـيـ مـواجهـةـ تـداـعـيـاتـ الـعـولـمـةـ عـلـىـ الـبـواـبـةـ الـقـافـيـةـ، مجلـةـ درـاسـاتـ فـيـ التـعـلـيمـ الجـامـعـيـ، عـ7ـ، القـاهـرـةـ، 2004ـ، صـ151ـ
11. الخـيرـيـ، طـلـالـ، تـقـعـيلـ التـرـبـيـةـ إـلـاعـامـيـةـ فـيـ الـمـرـحـلـةـ الـجـامـعـيـةـ، جـامـعـةـ أـمـ القرـىـ، رسـالـةـ دـكـتوـرـاهـ، الـرـيـاضـ، 2009ـ، صـ136ـ
12. دـعـاءـ سـليمـانـ التـيـمـيـيـ، جـريـمةـ الـابـتـازـ إـلـكـتـرـوـنـيـ درـاسـةـ مـقـارـنـةـ، رسـالـةـ مـاجـيـسـتـيرـ، الـقـيسـ، فـلـسـطـينـ، 2019ـ، صـ24ـ
13. رـجـاءـ وـحـيدـ نـويـنـيـ، الـبـحـثـ الـعـلـمـيـ: أـسـاسـيـاتـ الـنـظـرـيـةـ وـمـارـسـاتـ الـعـلـمـيـةـ، طـ1ـ، دـارـ الـفـكـرـ، دـمـشـقـ، 2000ـ، صـ183ـ
14. رـسـميـ، محمدـ حـسـنـ، المنـظـورـ الـعـالـمـيـ لأـدـوارـ أـخـصـائـيـ الـصـحـافـةـ الـمـدـرـسـيـةـ، مجلـةـ كـلـيـةـ التـرـبـيـةـ، جـامـعـةـ بـهـاـ، طـ2ـ، مـصـرـ، 2015ـ، صـ260ـ
15. سـاميـ مـرـزوـقـ، الـمـسـئـولـيـةـ الـجـانـيـةـ عـنـ الـابـتـازـ إـلـكـتـرـوـنـيـ فـيـ النـظـامـ السـعـودـيـ، رسـالـةـ مـاجـيـسـتـيرـ، جـامـعـةـ نـايـفـ الـعـرـبـيـةـ لـلـعـلـومـ الـآـمـنـيـةـ، الـرـيـاضـ، صـ32ـ
16. الشـمـرـيـ، فـهـدـ عـبـدـ الرـحـمـنـ، التـرـبـيـةـ إـلـاعـامـيـةـ: كـيـفـ تـنـتـعـامـ مـعـ الـإـلـاعـامـ، مـكـتبـةـ الـمـلـكـ فـهـدـ، طـ1ـ، الـرـيـاضـ، 2010ـ، صـ19ـ
17. الصـالـحـ، بـدرـ عـبـدـ اللهـ، مـدـخلـ دـمـجـ تقـنـيـاتـ الـمـعـلـومـاتـ فـيـ التـعـلـيمـ لـلـتـرـبـيـةـ إـلـاعـامـيـةـ، وزـارـةـ التـرـبـيـةـ وـالـتـعـلـيمـ، الـرـيـاضـ، 2007ـ، صـ73ـ
18. الطـوـيـسيـ، باـسـمـ، التـرـبـيـةـ إـلـاعـامـيـةـ وـالـمـعـلـومـاتـيـةـ، معـهـدـ الـإـلـاعـامـ الـأـرـدـنـيـ، عـمـانـ، 2016ـ، صـ23ـ
19. عـادـلـ مـحـمـدـ عـدـلـ، مـنهـجـ الـبـحـثـ فـيـ الـعـلـومـ الـإـنسـانـيـةـ، طـ1ـ، دـارـ الشـرـوقـ لـلـنـشـرـ وـالـتـوزـيعـ، الـأـرـدنـ، 2014ـ، صـ287ـ
20. عـاـيـلـ، حـسـنـ، رـؤـىـ حـولـ التـرـبـيـةـ وـالـإـلـاعـامـ، دـارـ الـتـرـبـيـةـ وـالـتـعـلـيمـ، الـرـيـاضـ، 2007ـ، صـ48ـ. درـاسـةـ مـقـدـمةـ لـلـمـؤـتمرـ الـدـولـيـ الـأـوـلـ لـلـتـرـبـيـةـ إـلـاعـامـيـةـ، وزـارـةـ التـرـبـيـةـ وـالـتـعـلـيمـ، الـرـيـاضـ، 2007ـ، صـ48ـ.
21. العـبـدـ الـكـرـيمـ، رـاشـدـ، الـمـنـاهـجـ الـدـرـاسـيـةـ وـتـنـميةـ مـلـكـاتـ الـنـقـدـ لـوـسـائـلـ الـإـلـاعـامـ، مؤـتـمـرـ التـرـبـيـةـ إـلـاعـامـيـةـ، الـرـيـاضـ، 2007ـ، صـ66ـ
22. عـلاـوةـ، فـوزـيـ، التـرـبـيـةـ إـلـاعـامـيـةـ كـآلـيـةـ لـمـوـاجـهـةـ الـجـرـيـمةـ إـلـكـتـرـوـنـيـةـ، المـجـلـدـ 1ـ، العـدـدـ 2ـ، مجلـةـ بـحـوثـ وـدـرـاسـاتـ فـيـ الـمـيـديـاـ الـجـدـيـدـ، 2020ـ، صـ50ـ
23. عـيـدـ، نـوـالـ الـابـتـازـ الـمـفـهـومـ الـأـسـبـابـ الـعـالـجـ، وـرـقـةـ عـلـمـ مـقـدـمةـ فـيـ نـدوـةـ الـابـتـازـ -ـ الـمـفـهـومـ الـأـسـبـابـ الـعـالـجـ، جـامـعـةـ الـمـلـكـ، 2011ـ، صـ67ـ
24. لـعـيـسـ، إـسـمـاعـيلـ، دورـ التـرـبـيـةـ إـلـاعـامـيـةـ فـيـ إـصـلاحـ الـمـنـظـومـةـ الـتـعـلـيمـيـةـ، مجلـةـ دـفـاتـرـ، عـ5ـ، الـجـزـائـرـ، 2015ـ، صـ24ـ
25. لـغـيـانـ، سـليمـانـ بـنـ عـبـدـ الـراـزـقـ وـآخـرـونـ، صـورـ جـرـائمـ الـابـتـازـ إـلـكـتـرـوـنـيـ وـدـوـافـعـهـ وـالـأـثـارـ الـنـفـسـيـةـ الـمـتـرـبـةـ عـلـيـهـاـ، كـلـيـةـ الـمـلـكـ فـهـدـ، 2018ـ، صـ45ـ
26. مجـبـ، عـبـدـ اللهـ، تـصـورـ مـقـتـرحـ لـلـتـرـبـيـةـ إـلـاعـامـيـةـ بـمـرـحـلـةـ الـتـعـلـيمـ الـأـسـاسـيـ فـيـ الـيـمـنـ، كـلـيـةـ التـرـبـيـةـ، صـنـعـاءـ، 2013ـ، صـ74ـ
27. محمدـ عبدـ الـحـمـيدـ، نـظـريـاتـ الـإـلـاعـامـ وـاتـجـاهـاتـ التـأـثـيرـ، طـ3ـ، عـالـمـ الـكـتـبـ، الـقـاهـرـةـ، 2010ـ، صـ271ـ
28. محمدـ عبدـ الـحـمـيدـ، دـعـمـ التـرـبـيـةـ إـلـاعـامـيـةـ فـيـ الـمـؤـسـسـاتـ الـتـعـلـيمـيـةـ، وـرـقـةـ عـلـمـ مـقـدـمةـ فـيـ الـمـؤـتـمـرـ الـعـلـمـيـ الـثـالـثـ الـتـعـلـيمـ وـتـحـديـاتـ الـقـرنـ الـحـادـيـ وـالـعـشـرـينـ، كـلـيـةـ التـرـبـيـةـ، جـامـعـةـ حـلوـانـ، الـقـاهـرـةـ، 2006ـ، صـ142ـ
29. المـطـيريـ، نـوفـ عـلـيـ، دورـ شبـكـاتـ التـوـاـصـلـ الـاجـتمـاعـيـ فـيـ الـابـتـازـ الـمـؤـدـيـ إـلـىـ الـجـرـيـمةـ غـيرـ أـخـلـاقـيـةـ، رسـالـةـ مـاجـيـسـتـيرـ، جـامـعـةـ نـايـفـ الـعـلـومـ الـآـمـنـيـةـ، الـرـيـاضـ، صـ45ـ

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 Jersy, 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
استماراة 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 الإنترن特 يومياً؟

- من 1 إلى 2 ساعة
- من 2 إلى 3 ساعات
- من 3 إلى 4 ساعات
- من 4 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- ساهمت البرامج التوعوية للتربية الإعلامية على فهمك لمخاطر الابتزاز الإلكتروني؟

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

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

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

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

- كثيراً جداً
- كثيراً
- أحياناً
- قليلاً

قليلاً جداً

10- هل أصبحت أكثر وعيًا 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 التنمث الإلكتروني ونشر الشائعات؟

كثيراً جداً

كثيراً

أحياناً

قليلاً

قليلاً جداً

14- تشجع الآخرين (الأصدقاء/العائله) على تبني سلوكيات آمنة ومسؤولة على الإنترنت بعد اكتسابك الوعي بال التربية 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

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

16- أن التربية الإعلامية تساعده 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

18- ساعدتك التربية الإعلامية على أن تكون أكثر انتقائية عند تصفح الأخبار والمعلومات؟

- قليلاً
- قليلاً جداً
- 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