

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ. د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ. د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد الكلية.

مساعدو رئيس التحرير:

أ. د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ. د/ فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

أ. د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ. د/ جلال الدين الشيخ زيادة - عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د/ محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير: د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ رامى جمال مهدي - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق اللغة العربية: أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: أ/ محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد الثامن والخمسون - الجزء الثاني - ذو القعدة ١٤٤٢هـ - يوليو ٢٠٢١ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٩٢-٢٦٨٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ١١١٠-٩٢٩٧

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د/ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د/ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د/ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د/ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د/ مي العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د/ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د/ محمود عبدالعاطي (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة الأزهر.
١١. أ.د/ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

محتويات العدد

- ٥٦٣ جرائم الاتصال عبر الإنترنت وضبط أخلاقياته في ضوء الاتجاهات
البحثية الحديثة (رؤية تحليلية ونقدية) أ.م.د. رشا عادل لطفي
- ٦٣١ رؤية مستقبلية لتفعيل دور أخصائي الإعلام التربوي في تطبيق التربية
الإعلامية لدى طلاب المرحلة الإعدادية- دراسة ميدانية على الممارسين
والأكاديميين أ.م.د. علاء محمد عبد العاطي
- ٦٩٧ توظيف القائم بالاتصال للأخبار الرائجة في الشبكات الاجتماعية
وتأثيرها على الممارسة المهنية والأخلاقية - دراسة ميدانية
د. إسماعيل عبد الرازق رمضان الشرنوبلي
- ٧٥٧ دور المبادرات الرقمية المتخصصة في تنقية المحتوى الصحفي من الأخبار
الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين
المصريين - دراسة ميدانية د. مصطفى عبد الحي عبد العليم
- ٨١٣ مصداقية القنوات الفضائية العربية ووسائل التواصل الاجتماعي في
تناول الأزمات الأسرية لدى الفتاة الجامعية السعودية - دراسة ميدانية
د. هناء حفناوي يوسف
- ٨٧٥ مستقبل حرية الإعلام المرئي والمسموع في فلسطين: دراسة استشرافية
حتى عام ٢٠٤١ د. غسان إبراهيم أحمد
- ٩٢٣ محددات عزوف الشباب عن المشاركة في انتخابات مجلس النواب لعام
٢٠٢٠م، وعلاقتها بمستوى مشاركتهم الافتراضية على شبكات التواصل
الاجتماعي د. شيماء أبو مندور عبد الغني أبو مندور

٩٧٩

■ إدارة العمل الصحفي عن بُعد خلال جائحة كورونا: دراسة في ضوء نموذج غرف الأخبار الموزعة
د. فاطمة الزهراء عبد الفتاح

١٠٣١

■ تعرض الشباب المصري للشائعات الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمشاركتهم السياسية
د. وسام صلاح محمد

١٠٨٥

■ How Personality Affects Social Media Self-Presentation of Egyptian Female University Students through Selfies?

Prof. Dr. Shaima'a Zoelfakar Hamed Zoghaib

ISSN- O	ISSN- P	نقاط المجلة (يونيو 2020)	نقاط المجلة (مارس 2020)	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	التصنيف	م
2682- 292X	1110- 9207	7	6.5	جامعة الأزهر	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2314- 873X	2314- 8721	7	6	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	2
2636- 9393		5	5	جامعة الأهرام الكنتية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	3
2366- 9891		4	4	Cairo University	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2636- 9237		3.5	3.5	جامعة جنوب الوادي	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	5
2367- 0407		6.5	3.5	اكاديمية الشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	6
2366- 9131		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	7
2366- 914X		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	8
2366- 9168		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110- 6836		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110- 6844		6.5	3	Cairo University, Center of Public Opinion Research	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	11

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي ستنشر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس 2020 مطبقا على كل الأبحاث التي ستنشر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات

رؤية مستقبلية لتفعيل دور أخصائي الإعلام التربوي في تطبيق
التربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الإعدادية
دراسة ميدانية على الممارسين والأكاديميين

- **A future vision to activate the role of
the educational media specialist in applying
media education to middle school students
A field study on practitioners and academics**

أ.م.د. علاء محمد عبد العاطي ●

أستاذ مساعد الإذاعة والتلفزيون بقسم الإعلام التربوي

كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة

alaa0abdelati@gmail.com

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على دور أخصائي الإعلام التربوي في نشر مفاهيم التربية الإعلامية لدى الطلاب في المدارس، وإبراز معوقات الأداء لدى أخصائي الإعلام التربوي؛ مما يفيد في تعزيز نقاط القوة والضعف، وتحديد رأي الخبراء في مفهوم التربية الإعلامية، وأهدافها، ومهاراتها، وأنشطتها، ومدى تطبيقها في مصر، والمستويات التي يجب أن يطبق مفهوم التربية الإعلامية من خلالها، وتقديم مجموعة من الرؤى والتصورات المستقبلية من خلال التوصيات والمقترحات التي تسهم في تفعيل دور أخصائي الإعلام التربوي في نشر مفهوم التربية الإعلامية لدى الطلاب.

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي؛ للتعرف على الرؤية المستقبلية للممارسين والأكاديميين في مجال الإعلام التربوي لتفعيل دور أخصائي الإعلام التربوي في تطبيق مفهوم التربية الإعلامية.

تمثل مجتمع الدراسة في الممارسين من أخصائي الإعلام التربوي، وموجهي الإعلام التربوي بالمدارس الإعدادية الحكومية والخاصة، والأكاديميين، وقد تم سحب عينة قوامها 150 مفردة.

أهم النتائج: ارتفعت نسبة من يؤكدون على أن من أهم أهداف التربية الإعلامية من وجهة نظر أفراد العينة حماية النشء والشباب من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام ومضامينها المختلفة بنسبة 83%، أما عن المعوقات التي تواجه أخصائي الإعلام التربوي أثناء عملية تطبيق ونشر التربية الإعلامية تتمثل في: القصور في فهم التربية الإعلامية من قبل بعض القائمين على المدرسة، والميزانية المخصصة لأنشطة التربية الإعلامية داخل المدرسة بنسبة 79.3%.

الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية- أخصائي الإعلام التربوي- الممارسين والأكاديميين- المرحلة الإعدادية.

Abstract

The current study aimed at identifying the role of the educational media specialist in disseminating the concepts of media education among students in schools, highlighting the obstacles to the performance of the educational media specialist, which is useful in strengthening the strengths and weaknesses, and determining the experts' opinion on the concept of media education, its objectives, skills, activities and the extent of its application in Egypt and the levels that The concept of media education should be applied through it, by presenting a set of visions and future perceptions through recommendations and proposals that contribute to activating the role of the educational media specialist in spreading the concept of media education among students.

The most important results:

- The percentage of those who assert that one of the most important objectives of media education from the point of view of the sample members is to protect young people from the negative effects of the media and their various contents by 83%. In understanding, media education by some of the school administrators, and the budget allocated to media education activities within the school is 79.3%.

key words: Media education- Educational media specialist- Practitioners and academics- middle School.

يعتبر الإعلام التربوي أحد المحاور الرئيسية في بناء شخصية الطلاب، وعليه، فإذا كانت المدرسة لها مهمة تتشبه وإعداد أجيال اليوم للغد؛ فإنه أصبح لزامًا عليها التحكم في التدفق المعلوماتي لمختلف المجالات التربوية، والعلمية، والتكنولوجية، والاجتماعية، والاقتصادية؛ لتمكين الأجيال الصاعدة من التكيف والتأقلم مع مستجدات العصر والتطورات على مختلف الأصعدة.

وهو ما يلزم على المدرسة مواكبة هذا التطور بإدخال التربية الإعلامية ضمن النشاطات التربوية الأساسية لبلوغ أهدافها وغاياتها المنشودة، والمتمثلة في بناء إنسان إيجابي ومندمج مع مجتمعه، ومنضبط وفق قيمه وقوانينه، وأن يكون واعيًا لقيمه في ظل التحديات الراهنة.

بالإضافة إلى أن وسائل الإعلام اليوم تتطلب منا تعلم كيفية استخدام مهارات التفكير الناقد، والمساعدة على كيفية التواصل مع الآخرين، وأن نتعلم تبني تكنولوجيا رائدة ومبتكرة تساعد في فهم العالم بما يحويه من قيم وأفكار، وأيضًا مساعدة الفرد على أن يفهم نفسه والآخرين والحياة عامة، من خلال رسائل فكرية وسياسية متنوعة تقدم في المؤسسات التعليمية من خلال أخصائي الإعلام التربوي.

كما أن حياتنا اليوم بحاجة إلى أن نحقق إعلامًا تربويًا عمليًا يحقق أهدافه، ويسهم في التثقيف الأخلاقي والاجتماعي، إلى جانب التربوي والتعليمي، نحتاج إلى إعلام تربوي قادر على الإفادة من وسائل الاتصال الحديثة وتطويعها لخدمة الفعل التربوي؛ لأن الإعلام التربوي يعتبر أحد أركان الفعل التربوي الأساسية، والذي بواسطته يتم الارتقاء بالطالب إلى مستوى الاختبار، واتخاذ القرارات المناسبة فيما يخص مستقبله الدراسي، والمهني، وأيضًا الاجتماعي، وعن طريقه تنفتح المدرسة على المحيط الخارجي، وبفضله تتمكن من مسايرة التطورات الناتجة عن المستوى العلمي والتقني والمعرفي، وبالتالي التغييرات الطارئة على كافة المستويات.

لذا، لا يمكن إغفال دور الإعلام التربوي في تزويد الطلاب بالمعلومات والأخبار الصحيحة والصادقة والمعارف التي تشبعهم، وتشبع فيهم حب الاستطلاع، كما يقدم لهم ألواناً من العلوم والمعارف بصورة مشوقة تقوم على الشرح والتحليل والتفسير والتبسيط، ويسعى إلى إكسابهم مهارات الاتصال ومهارة التعبير عن أفكارهم، والثقة في تفكيرهم وقدراتهم العقلية، كما تنمي فيهم القدرة على التحليل والاستنباط والاستدلال، سواء للمناهج الدراسية أو للمضامين الإعلامية في الإذاعة، والتلفزيون، والصحافة، وغيرها من مواد إعلامية تعرض عليهم وتشجعهم على التفكير العلمي واكتشاف مواهبهم ورعايتها. من هنا رأى الباحث تعاضم دور الإعلام التربوي في تكوين أجيال جديدة قادرة على التعلم الذاتي، والتفكير النقدي، ولهذا كان موضوع هذا البحث لوضع تصور ورؤية مستقبلية من وجهة نظر الممارسين والأكاديميين لتفعيل دور أخصائي الإعلام التربوي في تطبيق مفهوم التربية الإعلامية لدى طلاب المدارس الإعدادية.

مشكلة الدراسة:

في ظل تزايد الانفجار المعرفي وتطور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في القرن الحادي والعشرين، لا تستطيع المناهج الدراسية تغطية الثورات العلمية والتكنولوجية بمفردها، وهذا يتطلب توفير الأنشطة والتدريبات المنهجية وغير المنهجية التي يكون فيها الطالب محور العملية التعليمية؛ ليتمكنوا من مواجهة التحديات والمستجدات التكنولوجية في جميع المجالات وتعليمهم كيف يستنبطون ويستتجون، وكذلك كيف يتمكنون من صقل شخصياتهم التي تسهم في تنمية مجتمعاتنا.

ومن هنا ظهرت الحاجة إلى ظهور مفهوم التربية الإعلامية؛ ليتمكن الطالب من التعامل الواعي مع تلك الثورات والمستجدات المعاصرة؛ للحد من التأثيرات السلبية الناتجة عن الاستخدام الخاطئ وغير الواضح لمفهوم التربية الإعلامية.

ولأن التربية الإعلامية حاجة ملحة وضرورة لا يمكن الاستغناء عنها في مجتمعاتنا العربية خاصة، وحيث إن الإعلام التربوي من أهم الوسائل التعليمية التي تسهم في تنمية الطالب في كل المجالات داخل المدرسة، كان لزاماً علينا الاهتمام بالمشكلات والصعوبات التي تعوق أدائه.

وبناءً على ما سبق، تبلورت المشكلة البحثية من خلال الدراسة الاستطلاعية التي قام بها الباحث لمعرفة مدى وعي أخصائي الإعلام التربوي لمفهوم التربية الإعلامية، وآلية تنفيذ تلك المفاهيم وتطبيقها على أرض الواقع من خلال المؤسسات التعليمية سواء كانت حكومية أو خاصة.

لذا، انطلقت المشكلة البحثية من خلال الدراسة الاستطلاعية التي قام بها الباحث على عينة من أخصائي الإعلام التربوي العاملين بمديرية التربية والتعليم بمحافظة الدقهلية؛ للوقوف على مدى تطبيق مفهوم التربية الإعلامية، ومدى وعي أخصائي الإعلام التربوي بهذه المفاهيم وإجراءات تطبيقها بالمدارس العامة (الحكومية- والخاصة).

وانطلاقاً من مبدأ المصادقية في اختيار العينة، اختار الباحث العينة لتكون ممثلة للمجتمع الأصلي من جميع الحقب الزمنية، وجددير بالذكر أن مهنة أخصائي الإعلام التربوي ارتبطت بشكل أساسي منذ إنشاء كليات التربية النوعية لقسم الإعلام التربوي عام 1990 وحتى الآن، ومن ثم قام الباحث باختيار 50 أخصائيًا، منهم 25 أخصائيًا تخرجوا على اللائحة القديمة وهو الإعلام الكلاسيكي، و25 أخصائيًا ممن تخرجوا على اللائحة الجديدة التي تلاحق وتساير التطورات التكنولوجية الحديثة وبصفة خاصة الإعلام الجديد.

جاءت نتائج الدراسة الاستطلاعية على النحو التالي:

- بلغت نسبة الذين لا يعرفون مجرد معرفة عن مفاهيم التربية الإعلامية 92% من إجمالي حجم العينة، في حين بلغت نسبة الذين يعرفون مفهوم التربية الإعلامية 8% من إجمالي العام للعينة، كما أوضحت النتائج أن جميع من تخرجوا على اللائحة القديمة من أقسام الإعلام التربوي لا يعرفون ماذا تعني التربية الإعلامية، وذكر بعضهم أنهم أول مرة يسمعون هذا المصطلح.
 - وبسؤال أفراد العينة حول آلية تنفيذ مفهوم التربية الإعلامية داخل المدارس سواء كانت حكومية أو خاصة؛ أسفرت النتائج عن أن جميع أخصائي الإعلام التربوي يستخدمون الأدوات والأشكال القديمة المتعارف عليها في تطبيق مفهوم التربية الإعلامية، وهذا يعكس عدم وعيهم الكامل بآلية التطبيق والتنفيذ.
- بناءً على ما سبق من نتائج الدراسة الاستطلاعية التي تعكس الوضع الحقيقي لأخصائي الإعلام التربوي، وعدم وعيهم الكامل لمفاهيم التربية الإعلامية، كانت فكرة البحث الحالي التي تدور حول وضع تصور مقترح من وجهة نظر الخبراء والأكاديميين لتفعيل دور أخصائي الإعلام التربوي في التوعية بأهمية التربية الإعلامية، وتحديدًا في ظل الأوضاع الراهنة التي تشهدها المنطقة العربية عامة والمجتمع المصري خاصة من تحديات واستهداف سواء كان من الداخل أو الخارج، وذلك بهدف حماية جيل من شباب اليوم رجال المستقبل الذين يحملون لواء المسؤولية في القريب العاجل.

لذا، ومن خلال العرض السابق يكمن صياغة المشكلة البحثية في التساؤل الرئيس التالي: ما التصور المقترح من قبل الخبراء والأكاديميين لتفعيل أدوار أخصائي الإعلام التربوي في تطبيق مفهوم التربية الإعلامية داخل مدارس المرحلة الإعدادية؟

ويتفرع من التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية، أهمها:

- 1- ما دور أخصائي الإعلام التربوي في نشر مفاهيم التربية الإعلامية لدى الطلاب في المدارس؟
- 2- ما أهم معوقات الأداء لدى أخصائي الإعلام التربوي مما يفيد في تعزيز نقاط القوة والضعف؟
- 3- ما رأي الخبراء في مفهوم التربية الإعلامية وأهدافها ومهاراتها وأنشطتها، ومدى تطبيقها في مصر، والمستويات التي يجب أن يطبق مفهوم التربية الإعلامية من خلالها؟
- 4- ما دور أخصائي الإعلام التربوي في التعريف بالتربية الإعلامية وتوفيرها لآليات تطبيقها بداية من ممارسة الأنشطة الإعلامية؟
- 5- ما دور أخصائي الإعلام التربوي في تدريب الطلاب على تطبيق الخدمة الطلابية والمهارات التي يجب توافرها؟

أهمية الدراسة:

1- الأهمية النظرية:

تكمن الأهمية النظرية للدراسة الحالية في العناصر التالية:

- تناولها لموضوع تربوي في غاية الأهمية وهي التربية الإعلامية السليمة، والتي يجب إكسابها لأخصائي الإعلام التربوي في ظل انتشار وسائل الإعلام المختلفة لمواجهة الآثار السلبية لهذه الوسائل، من خلال الاستخدام الأمثل لها، والتعامل السليم معها.
- يكتسب البحث أهميته من أهمية دور الإعلام التربوي في النمو المتكامل للطلاب- معرفيًا ومهاريًا- في بناء كافة الجوانب من خلال ممارساتهم للأنشطة الإعلامية المختلفة.
- التربية الإعلامية تعتبر تربية متكاملة، حيث إنها تنظر للجانب العقلي والنفسي والسلوكي للفرد، باعتباره جزءًا من المجتمع، وتعيّنه على تحقيق التوازن والتكامل في التعامل مع كافة مستويات الدولة؛ مما يساعد في تكوين شخصية سوية ومتوازنة.

2- الأهمية التطبيقية:

تتمثل الأهداف التطبيقية للدراسة الحالية فيما يلي:

- يحاول البحث الحالي رصد الصعوبات التي تواجه أخصائي الإعلام التربوي في تحقيق دوره في نشر مفاهيم التربية الإعلامية والوعي به، ومن ثم محاولة إيجاد حلول ومقترحات للتغلب على تلك الصعوبات.
- تستمد مشكلة البحث الحالي أهميتها من خلال موضوعه؛ حيث يهتم بوضع تصور ورؤية مستقبلية من جانب الخبراء في مجال العمل الإعلامي المدرسي، والأكاديميين في مجال الإعلام والتربية؛ لتفعيل دور أخصائي الإعلام التربوي في نشر مفهوم التربية الإعلامية لدى الطلاب، حيث إن اكتساب الطلاب لمهارات التربية الإعلامية يساعد في تحسين العملية التعليمية، والرفقي بمستوى الطلاب.
- إمكانية الاستفادة من نتائج الدراسة الحالية في لفت نظر القائمين بعملية التربية والتعليم إلى أهمية دمج التربية الإعلامية في مناهج التعلم بكافة مراحلها الدراسية؛ لأن التربية الإعلامية لم تحظ لسنوات طويلة باهتمام القائمين على التعليم في مصر.

أهداف الدراسة:

يستهدف البحث الحالي تحقيق الأهداف التالية:

- 1- التعرف على دور أخصائي الإعلام التربوي في نشر مفاهيم التربية الإعلامية لدى الطلاب في المدارس.
- 2- إبراز أهم معوقات الأداء لدى أخصائي الإعلام التربوي مما يفيد في تعزيز نقاط القوة والضعف.
- 3- تحديد رأي الخبراء في مفهوم التربية الإعلامية وأهدافها ومهاراتها وأنشطتها، ومدى تطبيقها في مصر، والمستويات التي يجب أن يطبق مفهوم التربية الإعلامية من خلالها.
- 4- التعرف على دور أخصائي الإعلام التربوي في التعريف بالتربية الإعلامية، وتوفيرها لآليات تطبيقها بداية من ممارسة الأنشطة الإعلامية.
- 5- توضيح دور أخصائي الإعلام التربوي في تدريب الطلاب على تطبيق الخدمة الطلابية والمهارات التي يجب توافرها.

6- تقديم مجموعة من الرؤى والتصورات المستقبلية من خلال التوصيات والمقترحات التي تسهم في تفعيل دور أخصائي الإعلام التربوي في نشر مفهوم التربية الإعلامية لدى الطلاب.

مصطلحات الدراسة:

أخصائي الإعلام التربوي:

هو أحد خريجي أقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية، والقائم على تنفيذ خطة الأنشطة الإعلامية المدرسية من خلال الطلاب؛ لتقديم رسائل إعلامية من خلال أدوات الإعلام المدرسي ذات أهداف تربوية، وإعداد الطلاب معرفيًا ووجدانيًا ومهاريًا، مع توفير كافة الإمكانيات اللازمة على أساس تخطيط مسبق لكافة أنواع الأنشطة المستخدمة في كل مرحلة تعليمية.

التربية الإعلامية:

هي العملية التي يتم من خلالها إكساب الأفراد مهارات الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام وصولاً، وفهمًا، وتحليلًا، ونقدًا، وتقييمًا، وتقويماً للمضامين الإعلامية بأشكالها المختلفة والإسهام في إنتاج مضامين إعلامية مسئولة وتخزينها والرجوع إليها.

تعريف J Share: (1) "إكساب المعرفة والفهم والتطبيق الصحيح للمهارات والمواقف التي تسمح للطلاب بالتعامل مع العالم الإعلامي المعقد والمتغير بطريقة واعية وهادفة، كما يعبر عن إكساب القدرة على استخدام الإعلام بطريقة نشطة وحيوية بهدف المشاركة الاجتماعية الفعالة".

تعريف Jose M. Brown للتربية الإعلامية بأنها: "الأسلوب الذي يستخدم لتوضيح مهارات وقدرات الطلاب التي تتطلب الوعي بالتعليم المتطور في مجال الاتصالات الحديثة، مثل التعليم الإلكتروني، الوسائط المتعددة في مجتمع المعلومات" (2).

الإطار النظري:

مقدمة:

سيطرت وسائل الإعلام القديمة والجديدة بأدواتها ونفوذها على عالم اليوم، وأصبحت تؤدي أدوارًا كثيرة وكبيرة في تأثيرها في مختلف المجالات، وأصبح المزيج الإعلامي المقدم عبر هذه الوسائل عبارة عن مزيج من التسلية والترفيه والتضليل والتعبئة، وقد امتدت هذه الوسائل في تأثيرها أيضًا إلى المؤسسات المعنية بدور التربية والتوجيه والتنشئة

الاجتماعية، بل وأصبحت من أخطر الوسائل التي تهيمن على عقل الجماهير عامة والنشء بصفة خاصة، وأصبح تأثير تلك الوسائل على الجمهور بفئاته المختلفة سواء بالسلب أو الإيجاب واضحًا.

ويؤكد الشمري (2018) على أن وسائل الإعلام أصبحت أقوى الوسائل أثرًا، وأكثرها فاعلية في توجيه السلوك، ونشر المفاهيم والتأثير على بنية الثقافة⁽³⁾.

وفي نفس السياق، تؤكد حنان العجاجي (2018) على أن تلك الوسائل تؤدي إلى فرض واقع جديد على العملية التربوية؛ مما أصبح يهدد المدرسة، ويضعها أمام تحديات جديدة وعديدة لتحقيق أهدافها⁽⁴⁾.

وتأسيسًا على ما سبق، لابد من وجود خريطة تربوية تقوم بدورها الصحيح في التربية الإعلامية، تستند على الرقابة الواعية التي تساعد الجمهور المستقل لتلك الرسائل من طلبة المرحلة الإعدادية على الفهم والتحليل، لنشر ثقافة التربية الإعلامية في المدارس لإعداد جيل من الطلاب إعدادًا يتفق مع مستجدات العصر، فيصبحوا قادرين على الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام المختلفة، واكتساب المهارات، والتواصل مع الآخرين على نحو إيجابي يسهم في تنمية المجتمع.

ومن ثم يصبح امتلاك أبنائنا لكفايات التربية الإعلامية هو تحصين لهم من الاختراق الثقافي، والمحافظة على هويتهم الإسلامية والعربية، فالأمم لا تتقدم إلا بعقول مفكرة، وناقدة، ومبدعة، ومعلمين يسهمون في بناء هذه العقول بإكسابهم كفايات التربية الإعلامية، من خلال رسائل صادقة وجادة، يهدف كل معلم من ورائها إلى بناء جيل مثقف مبدع صحيح العقيدة، متين الخلق، منفتح على الثقافات الأخرى⁽⁵⁾.

فظهرت الحاجة إلى التربية الإعلامية، وأصبحت مطلبًا ملجأًا لتنمية المواطنة الواعية المسؤولة الفعالة، والإسهام النشط الشامل في صنع الحضور الوطني؛ لأنها تحتوي على مجموعة من المهارات؛ كالتفكير الناقد، والإبداع، والعلمي الذي يمكن المتلقي من بناء أحكام مستقلة عن المضامين الإعلامية وإنتاجها.

كما أن التربية الإعلامية مطالبة بمتابعة سلوكيات الطلاب داخل المؤسسة التعليمية وخارجها، وهي بذلك تُنمّي عدة مظاهر سلوكية للمسؤولية الاجتماعية، وذلك من خلال التأكيد على الحفاظ على المؤسسة التعليمية بمبناها ومعناها، والمحافظة على سلوكيات طالب العلم، ومنها: التحلي بالأخلاق الكريمة، واحترام المعلم، وحب الوالدين، والرغبة

المُلحَّة في العلم، وحبه لزملائه، وولائه لوطنه، والحفاظ على النظام، والنظافة، والبعد عن كل ما هو مُشين، والتعاون في الخير، والارتباط بالأسرة والمجتمع، والمحافظة على البيئة. وقد حددت اليونسكو أسباب الحاجة للتربية الإعلامية، كما يلي⁽⁶⁾:

- التدفق الإعلامي الهائل الذي يعيشه العالم حاليًا، مع ما يتعرض له المتلقون من تنوع- خاصة الشباب- بما له من تأثير على الحياة الاجتماعية للشباب.
- لم يعد من الممكن الاكتفاء بإدانة وسائل الإعلام، بل يجب الاعتراف بأنها تُشكل جزءًا من مكونات الحياة الحديثة، ويمكن أن تُمثل أحد المكونات التي تعمل على تنمية المشاركة الإيجابية لأفراد المجتمع.
- هناك بعض الاختلافات بين المنظومة التعليمية والحياة الواقعية، وهو ما يعوق إعداد الشباب بالأسلوب السليم للدخول للحياة العملية.

مفهوم التربية الإعلامية:

تعد التربية الإعلامية إطارًا عامًا يضم مهارات القدرة على الوصول إلى الرسائل الإعلامية، وتحليلها، وتقويمها، وإنتاجها في كافة أشكالها المطبوعة، والمرئية والمسموعة، بالإضافة إلى أنها مدخل تربوي يمكن اعتماده- ضمن مداخل كثيرة - في القرن الحادي والعشرين، وتتعدد المصطلحات المستخدمة للإشارة إلى مجال اكتساب الوعي الإعلامي؛ أي مهارات التعامل مع وسائل الإعلام، ومنها: الثقافة الإعلامية، المعرفة الإعلامية، التعليم الإعلامي، التربية الإعلامية، محو الأمية الإعلامية، التوعية الإعلامية⁽⁷⁾.

ويرى الباحث أن منظومة المفاهيم التربوية والإعلامية تشكل الهيكل البنائي الذي ينمو ويتطور في إطاره علم التربية الإعلامية، وتربط تلك المفاهيم داخل الإطار البحثي الشامل لعلم التربية الإعلامية عبر علاقات الاستدلال المنطقي المعتمدة في الأساس على المنهج الاستقرائي، الذي ينطلق من الملاحظات، أو المعطيات النظرية إلى الفروض، أو الأفكار التي تُطرح للتفسير، ثم يتحقق تجريبيًا، أو إمبيريقيًا، أو بالتحليل النظري من صحة الأطروحات، ومن ثم تأسيس مستويات أعلى من المفاهيم والأفكار يندرج أسفلها المزيد من عناصر المجال.

تعتمد مبادئ التربية الإعلامية اعتمادًا كليًا على الاتصال؛ وذلك من أجل تحقيق عددٍ من الأهداف الإعلامية التربوية المُعدَّة خصيصًا لطلبة العلم، التي تُقدِّم بدورها مجموعة من المهارات والمعلومات والأساليب الضرورية للتعامل الأمثل مع وسائل الإعلام الكلاسيكية والجديدة وما تُبثُّه هذه الوسائل المتنوعة من مضامين واضحة ومُستترَّة، وعليه فإنَّ

مفهوم التربية الإعلامية يُعتبر مفهومًا شموليًا يُعنى بالإفادة والفهم والتقييم والنقد الإعلامي، والوعي والتعرّف على جوانب الإفادة والضّرر من هذه الوسائل المُختلفة.

وللتربية الإعلامية مصطلحات أخرى مشابهة وهي: التربية الإعلامية، والتعليم الإعلامي، ومحو الأمية الإعلامية، وترى هناك العمودي (2009) أن مصطلح التربية الإعلامية Media Education هو المستخدم حاليًا في الدول العربية بناء على استخدام ذات المصطلح في مؤتمر التربية الإعلامية الأول المنعقد في الرياض، والمؤتمر السادس للمعلمات المنعقد في دولة الكويت (8).

ومن أبرز التعريفات التي تناولت مفهوم التربية الإعلامية- بناء على الأدبيات النظرية التي اطلع عليها الباحث في حدود إمكانياته- ما يلي:

عرّفها المؤتمر القومي للتربية الإعلامية في أمريكا بأنها "تمية قدرة الطالب على الوصول للرسائل الإعلامية وتحليلها، وتقويمها، وإنتاجها لأغراض متعددة عبر مختلف وسائل الإعلام، ويعتبر هذا التعريف من أبرز التعريفات تداولًا في الدراسات التربوية (9).

في حين عرّفها سيلفريلات وزلوبين (Silver blatt & Zlobin) وهما من الرواد الأوائل في التربية الإعلامية، أن المقصود بها "التدريب الذي يمد الفرد باستراتيجيات تمكنه من تحليل ومناقشة المعلومات المنقولة عبر قنوات الاتصال الجماهيري العالمية، حيث يكون قادرًا على إصدار أحكامه الشخصية فيما يتعلق بماهية البرامج التي يختار مشاهدتها، أو قراءتها، أو سماعها، وكيفية تفسير المعلومة التي يتلقاها من قنوات الاتصال الجماهيري (10).

أما اليونسكو فقد عرفت التربية الإعلامية على أنها تساعد على التعامل مع جمهور وسائل الاتصال بما تشمله من كلمات مطبوعة، أو رسومات، أو صوتيات، أو رسوم متحركة، وتمكن الأفراد من اكتساب وفهم مهارات استخدام هذه الوسائل، للتواصل مع الآخرين في مجتمعاتهم، فتضمن تعلم الأفراد كيفية التفكير النقدي، للتحليل وإنشاء النصوص لوسائل الإعلام وتحديد مصادرها، ومصالحها السياسية والتجارية والثقافية، ثم تفسير هذه الرسائل والقيم التي تقدمها وسائل الإعلام، واختيار الوسائط المناسبة للرد وإيصال رسائلهم الخاصة (11).

وترى ابتسام الجندي أن Media Literacy المصطلح الأساسي والشامل مقارنةً بالمصطلحات الأخرى، فالبعض يرون أنها مهارة، وآخرون يرونها معرفة مكتسبة، والبعض الآخر يرونها منظورًا للعالم، وقد تكون هذه الاختلافات بين الباحثين سببًا في رؤيتهم

للتربية الإعلامية، وسبباً آخر يؤدي إلى اختلاف التعريفات لأهمية التربية الإعلامية، أما الجمعية الوطنية للتربية الإعلامية فتضع مصطلح للتربية الإعلامية يجمع بين المصطلحين السابقين وهو "Media Literacy Education"، ويعد هذا المصطلح أعم وأشمل؛ لأن تعليم الإعلام يعد جزءاً أساسياً من التربية الإعلامية⁽¹²⁾.

في حين رأت فاطمة العتيبي (2018) بأن التربية الإعلامية هي "عملية تعليمية يتم من خلالها تزويد الطلبة بالمعارف والمهارات الإعلامية، بحيث يهتم فيها إعداد الفرد للإفادة منها وفق ضوابط مرجعية، للتعامل مع مقتضيات العصر الحديث"⁽¹³⁾.

ويعرفها مركز التربية الإعلامية (CML: Center of Media Literacy 2003) بالولايات المتحدة الأمريكية، بأنها: "المقدرة على تفسير وبناء المعنى الشخصي من الرسائل الإعلامية، والمقدرة على الاختيار وتوجيه الأسئلة، والوعي بما يجري حول الفرد، بدلاً من أن يكون سلبياً ومعرضاً للاختراق"، أما المنظمة الدولية للتربية الإعلامية

(NAMLE: National Association for Media Literacy Education, 2006) تعرفها بأنها: "القدرة على المعرفة وتحليل وتقييم وتوصيل المعلومات بطرق مختلفة متداخلة بطبيعتها، وهي تُمثل رد فعل طبيعي ودافعي للبيئة المعقدة الإلكترونية والإعلامية التي تُحيط بنا"⁽¹⁴⁾.

ويعرف مؤتمر التربية الإعلامية بالكويت (٢٠٠٧)⁽¹⁵⁾ التربية الإعلامية، بأنها: "تربية تختص بتقديم إطار علمي، وأصول تدريس منهجية للثقافة الإعلامية التي تُسهم في بناء مواطن القرن الحادي والعشرين، فهي تعني بتتمة أساليب التفكير الناقد، وتنمية مهارات المتعلم في البحث، والتحقق، والتحليل، والتقويم لكل ما يعرض عبر الوسائل الإعلامية.

كما تُعرف هبة السمري (2004) التربية الإعلامية، بأنها: "قدرة الطفل على فهم كيف تعمل وسائل الإعلام المختلفة، وكيف تُنظم، وكيف يتم إعداد المادة التي تُقدم من خلالها، وكيف يتم استخدامها بحكمة؛ أي كيف يمكن لنا أن نخلق من الأطفال مفكرين ناقدين ومنتجين ومبدعين للعديد من الرسائل التي تستخدم الصوت والصورة واللغة"⁽¹⁶⁾.

ويعرف محمد عبد الحميد (٢٠١٢- 118) التربية الإعلامية في تعريف آخر له، بأنها: "الجهود المخططة للمؤسسات التربوية والتعليمية الرسمية وغير الرسمية، التي تهدف إلى تمكين الأفراد من وسائل الإعلام ومنتجاتها، وممارسة حقوقها الاتصالية عليها، من خلال تنمية المعارف والمهارات الخاصة باختيار الوسائل، والتحليل الناقد للرسائل،

والمشاركة الإبداعية في إنتاج الرموز والمعاني، لبناء المواطن الصالح الذي يسهم في نمو المجتمع واستقراره، وثبات النظام الاجتماعي، ودعم المعايير الثقافية والأخلاقية والمشاركة الديمقراطية⁽¹⁷⁾.

عناصر التربية الإعلامية:

يتبين من التعريفات السابق ذكرها؛ أن التربية الإعلامية تتكون من عناصر رئيسة عدة، منها: التحليل، والتقييم، والإنتاج، والإبداع، وتعني تلك العناصر بالنهوض وتنمية الجوانب الشخصية المتمثلة في الوعي والتفكير الناقد والقدرة على المشكلات بشكل إبداعي، وتُعطي عناصر التربية الإعلامية رؤية شاملة لمفهوم التربية الإعلامية، وهناك عدة عناصر للتربية الإعلامية، يكاد يجمع عليها الباحثون والمتخصصون في هذا المجال، وإن أضاف عليها البعض عناصر أخرى، وتلك العناصر التي قام بتحديدتها كل من Silver (1995) ، وهي كما يلي⁽¹⁸⁾:

- الوعي بتأثير وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع: إن الإنسان اليوم خاصةً النشء والشباب يعيش في بيئة غنية ومشبعة بوسائل الإعلام، ويتعامل ويتفاعل مع العديد من الرسائل الإعلامية بوعي أو بدون وعي؛ بالتالي فهي تؤثر في طريقة تفكير الإنس إن وإدراكه لذاته والآخرين والعالم، وتؤثر في قيمه واتجاهاته وأحكامه وسلوكه، فيعتمد على ما ينشر ويبحث ليمنه بفهم واضح لأحداث العالم.
- تطوير استراتيجيات تمكن من تحليل ومناقشة المضامين الإعلامية: يتطلب تكوين الرسائل الإعلامية الكثير من الجهد والعمل والمال، من أجل التخطيط والإعداد الجيد والإنتاج المتميز لها، فالجمهور يتم دراسته، وتتحدد ملامح الاتصال، ويتم تقويم المحتوى عدة مرات لتحقيق أقصى كفاءة وفاعلية ممكنة لعملية الاتصال، فليس من المقبول أن تُستهلك الرسالة وتُفسر قيمتها الظاهرة، وهذه الاستراتيجيات يحتاج إليها الفرد كأساس يؤسس عليه تفكيره وإدراكه للمحتوى الإعلامي.
- الوعي بأن المضمون الإعلامي يمد الأفراد برؤية متبصرة لأنفسهم وثقافتهم: إن وسائل الإعلام ما هي إلا رواة للثقافة في وقتنا الحالي، فعند النظر للرسائل المقدمة في مختلف وسائل الإعلام بدولة ما يمكن حصد العديد من الإشارات والدلائل المرتبطة بثقافة هذه الدولة وسمات أفرادها، ذلك بفحص القيم

المقدمة، ومنها: التفكير، والتسلية، والمخاوف، والاتجاهات، والأكاذيب، والحقائق، والأساطير، وغيرها، كما أن وسائل الإعلام يمكنها أن تُشكل فهم النشء لنفسه وللآخرين، ورؤيته لثقافته وللثقافات الأخرى، فمعرفة ثقافة المجتمع يساعد على فهم ما يقدمه في رسائله الإعلامية.

- **التفكير الناقد:** إن التفكير الناقد جزء من التربية الإعلامية ومعياري رئيس لها، وممارسة التفكير الناقد فيما يقدمه الإعلام بأسلوب سهل وإيجابي يتيح تنمية المهارات اللازمة كأدوات للدخول لوسائل الإعلام وتحليل مضامينها وإنتاجها، فيتعلم الفرد السؤال والبحث عن إجابات، فيكتشف المعاني ويتعلم التفكير في كيفية استخدام وسائل الإعلام، وكيفية تلقي رسائله، كما أنه من خلال التفكير الناقد تتم مناقشة القضايا والموضوعات التي تُثيرها وسائل الإعلام وتؤثر فيها فيتتيح للفرد منافذ ينظر منها على العالم المشبع بالإعلام، ويسمح له بالنمو الشخصي وتبني اتجاه ثقافي في ناقد مستقل، ويضع استراتيجيات للتفاعل والحركة التي تزداد ضرورتها في ظل ثقافة قد تتسم بالجمود.

- **القدرة على إنتاج مضامين إعلامية إبداعية فعالة:** مؤثرة مسئولة: إن التربية الإعلامية لا تتحصر مهمتها ومفهومها على الفهم الجيد للمحتوى الإعلامي، لكنها تمتد لتشمل استعماله بكفاءة، وبناءً على ذلك فالمتعلم للتربية الإعلامية يجب أن ينمي مهارات الإنتاج والاتصال التي تسمح له بالتعبير الناجح عن وجهة نظره وآرائه، ومن ثم إعداد رسائل إعلامية جديدة مؤثرة مسئولة، ويجب التأكيد على إنتاج المحتوى في أي شكل من أشكاله أكثر صعوبة من استهلاكه، وهذا العنصر هو بمثابة ممارسة وتطبيق للنظرية، فالقدرة على الإنتاج تزيد من فهمه للعملية الإعلامية بعناصرها وتأثيراتها، فالممارسة العملية للتربية الإعلامية تُسهم بشكل فعال في تعليم وتعلم أكثر عمقاً.

أهداف التربية الإعلامية:

يرى الباحث أن 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⁽¹⁹⁾.

ويحدد (Massey 2001) الهدف الرئيس للتربية الإعلامية في: "جعل الأفراد مشاركين نشطين في عملية الاتصال، وفي إيجاد المعنى بدلاً من أن يكونوا كقطع الشطرنج في يد القائمين بالاتصال"؛ أي تمكينهم بأن يصبحوا مواطنين مسئولين، ذوي معرفة في استهلاكهم لوسائل الإعلام، ويتضمن هذا الهدف العديد من الأهداف التي يؤكد عليها الكثير من باحثي التربية الإعلامية كمخرجات مرغوبة للتعليم الإعلامي، وهي أهداف مترابطة ومرتالية، قد حددها وهي كما يلي (20):

- **زيادة الفهم لجوانب الإعلام المتعددة:** هدف التربية الإعلامية الأول يتمثل في قيادة الأفراد لفهم أكثر عمقاً للإعلام ورسائله الإعلامية المعرفية والوجدانية والفنية والأخلاقية؛ أي الدخول بهم لفهم التراكمات الإعلامية وتأثيراتها، وقدراتها، وأشكالها، وفنياتها، وأبعادها الجمالية، وما تتضمنه من سياقات وما تحمله من معان ظاهرة وكامنة، حيث يكون الفرد قادراً على رؤية الرسالة الإعلامية المعطاة بمنظور أكبر وأوسع يحمل الكثير من تفاصيلها وخفاياها، ويكون أكثر إدراكاً لمستويات المعنى الظاهر والكامن؛ مما يثري ويزيد الفهم عبر تنمية التفكير والتحليل الناقد، حيث يمكنهم من اكتشاف القيم الكامنة في الإعلام (21).

- **زيادة التحكم على عملية تفسير الرسائل الإعلامية بأشكالها المختلفة:** الأفراد ذوو التربية الإعلامية أكثر قدرةً على صنع واختيار المعنى؛ مما يزيد من تحكمهم على فهم الرسائل الإعلامية التي تخضع لتفسيرات القائم بالاتصال، وتفسيرها من أبعاد متعددة؛ مما يمد المتلقي باختيارات عديدة لمعانيها وينمي قدرته على فرز تلك الاختيارات، وتقرير قبوله أو رفضه لمحتوى الرسالة الإعلامية، واختيار المعنى الأكثر مناسبة وفائدة.

- **تعزيز وزيادة التقدير السليم للمضامين الإعلامية:** مع الفهم الأعمق للإعلام والتحكم الأكبر في التعرض له وتفسيره يأتي التقييم للعمل المقدم ككل مظهرًا وجوهراً، وذلك من خلال العديد من الطُرق، فمع التعليم والتدريب يتمكن الفرد من تقدير الكثير من الملامح والأبعاد في العمل المقدم التي يأخذها غيره كأمر مسلم بها، وبالتالي يغفل عنها في حكمه على الرسالة المقدمة، لكن التربية الإعلامية تقود الفرد إلى التقدير والاستحسان لبعض المضامين ونبذ ورفض البعض الآخر أو التقليل من قيمتها، فالأفراد ذوو التربية الإعلامية أكثر ملاحظة لعناصر المضامين الإعلامية المقدمة وفنياتها وتأثيراتها.

- تعليم الأفراد تقييم وتقويم المضامين الإعلامية وإنتاجها: معرفة الأفراد بالأبعاد المختلفة للإعلام وتمية قدراتهم للحكم فيما يتعرضون له وتعلمهم تحليل ونقد المضامين الإعلامية، يمكنهم من تعلم كيفية إنتاج المضامين ومشاركتها، وهو ما يتطلب تعلم العديد من المهارات؛ ليتمكن الفرد من بناء وإنتاج مضامين إعلامية، فالهدف الإنتاجي هنا هدفًا تعليميًا، وليس هدفًا تجاريًا، بالتالي فهو يتحقق بتمكين الفرد من التعبير عن ذاته، وتوصيل ما يريد قوله في إطار وشكل إعلامي مناسب للآخرين.
- كما طرحت وثيقة المعلومات الأساسية لليونسكو الأهداف التي تسعى التربية الإعلامية لتحقيقها، وهي⁽²²⁾:

 - فهم دور ومهام وسائل الإعلام.
 - فهم الأوضاع التي تجعل وسائل الإعلام تقوم بوظائفها.
 - التحليل الناقد لمضامين وسائل الإعلام وتقييمها.
 - استخدام وسائل الإعلام للمشاركة الديمقراطية والحوار بين الحضارات والثقافات.
 - إنتاج الجمهور لمضامين وسائل الإعلام.

- كما حددت المفوضية الأوروبية في ندوتها الخاصة بالتربية الإعلامية عام ٢٠٠٧ م عدة أهداف وهي: (Tibor, 2011)⁽²³⁾

 - الشعور بالراحة نحو وسائل الإعلام جميعها، واستغلال أفضل الإمكانيات لها للترفيه والحصول على الثقافة.
 - وجود منهج ناقد لجودة ودقة المضامين الإعلامية.
 - الاستخدام الأخلاقي لوسائل الإعلام.
 - فهم اقتصاد وسائل الإعلام، والفرق بين التعددية وملكية وسائل الإعلام.
 - فهم قضايا حقوق المؤلف والتي تُعد ضرورة خاصةً لجيل الشباب.

- وفي ضوء ما سبق، يشير البحث الحالي إلى أن استقبال الطلاب للمضامين المختلفة يُحدث اندماجًا قويًا يؤدي إلى تقوية مستويات الإدراك والشعور والسلوك عند حصولهم على معلومات وأخبار يستطيعون تقييمها ويتأثرون بها. كما يشير إلى اتجاهات التربية الإعلامية، ووسائلها، ودوافعها، ويمكن إيجاز أهمها فيما يلي:

- 1- حماية النشء والشباب من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام ومضامينها المختلفة، خاصة لما نعيشه في زمن العولمة وعصر السماوات المفتوحة.
- 2- تنمية مهارات التفكير الناقد والمشاهدة الواعية.
- 3- إكساب طلاب الجامعات المبادئ الأساسية لتحليل وتفسير ونقد كل ما يُقدم من مضامين إعلامية ذات أهداف مقصودة وغير مقصودة.
- 4- مساعدة الطلاب على التعبير عن آرائهم بحرية.
- 5- دعم الهوية الثقافية والمحافظة عليها.
- 6- إمداد طلاب الجامعات بالمعلومات والمعارف لفهم الأيديولوجيات الخاصة بوسائل الإعلام التي تسعى لتحقيقها.
- 7- تحقيق التمسك بالعتيدة والقيم الدينية عند التقييم والحكم على صلاحية المضامين الإعلامية.
- 8- تحقيق الاتصال الفعال بين كافة طوائف المجتمع ووسائل الإعلام.
- 9- تزويدهم بالثقافة الإعلامية الهادفة لحصر ونقد ما يُشاهدون ويتلقون.
- 10- تكوين جيل قوي منتج ومبدع يُسهم في تنمية بلاده، وعلى وعي بمصالحها.

أهمية التربية الإعلامية:

تبرز أهمية التربية الإعلامية أكثر في ظل الاختراق الثقافي الذي يحاول طمس الهوية الثقافية، وإحكام سيطرته عليها من خلال توظيف الإعلام ووسائله التي تستهدف القيم الإسلامية والعربية، فمن خلال التربية الإعلامية يمكن بناء فرد واع يستطيع أن يدرك الأهداف الخفية للمضامين الإعلامية المنوعة، وعدم الانبهار بها أو الانسياق وراء ما تهدف إليه من أفكار؛ قد تكون مخالفة للدين والقيم والأخلاق والمصلحة العامة للمجتمع. ويرى الصالح (2007) أن التربية الإعلامية ضرورة ملحة للتعامل مع الواقع الجديد للمعرفة والإعلام للأسباب التالية⁽²⁴⁾:

- إن الرسائل الإعلامية مسئولة عن أغلب الخبرات التي من خلالها يبني الفهم الشخصي للعالم، إضافة إلى أن الكثير من وجهات النظر مبنية على أساس تلك الرسائل التي يتم بناءها مسبقاً، وتحمل اتجاهات ووجهات نظر قررت مسبقاً.

- إن المتلقي يناقش المعنى من الرسالة الإعلامية بناء على عوامل فنية وحاجات شخصية، وخلفية ثقافية، وهذا يعني أن الرسالة الإعلامية الواحدة تكون لدى الأفراد خبرات وانطباعات تختلف من فرد لآخر.

كما يرى الباحث أننا أصبحنا نجد أنفسنا محاصرين بواسطة رسائل موجهة- من جميع الوسائل الإعلامية بشكل منفرد أو بشكل جماعي- تُشكّل الآراء والمعارف لدينا حول الشئون العامة؛ بل والخاصة أيضًا، ومع التقارب في الثقافات والتصادم الحادث بين الإعلام الجديد والتقليدي، وتصارع رأس المال حول السلطة والسيطرة على الجمهور من خلال قوة المنتج الإعلامي، كل هذا جعل من التربية الإعلامية أهمية ضرورية ويجب غرسها لدى جميع أفراد وفئات المجتمع؛ وذلك للإسهام في الحوار العام على نحو فعال، كما تُساعد في تطوير مهاراتهم الإعلامية لحماية أنفسهم من كل الأضرار والمخاطر المحيطة بهم⁽²⁵⁾.

مبررات أهمية التربية الإعلامية في عصر المعلوماتية:

تكمُن أهمية التربية الإعلامية من خلال عدة مبررات قد دعا إليها التربويون؛ وذلك لاعتمادها في مواجهة متغيرات العصر كجزء لا يتجزأ من دورهم في المجتمع. ويمكن سرد تلك المبررات على النحو التالي⁽²⁶⁾:

- التكيف مع التطور التكنولوجي لوسائل الإعلام والاتصال: شهدت الخريطة الاتصالية قفزات تكنولوجية وإعلامية هائلة ومتسارعة، فمنذ منتصف الستينات عندما وُضع أول قمر صناعي للاتصالات في مدار قريب من الأرض والدخول في الألفية الثالثة، فأصبحت تكنولوجيا الاتصال عنصرًا ملازمًا لكل مظاهر الحياة العصرية، فتكنولوجيا الاتصال والمعلومات تعني كل ما ترتب على الاندماج بين تكنولوجيا الكمبيوتر والتكنولوجيا السلكية واللاسلكية؛ أدى هذا الاندماج إلى ظهور العديد من الوسائل الإعلامية الحديثة مثل الصحافة الإلكترونية، والتلفزيون الكابلي والراديو الرقمي، أو ما يعرف براديو الإنترنت، كما يلاحظ أن انتشار الوسائل الحديثة لم يؤدي إلى انتهاء الوسائل التقليدية، بل أصبحت كل وسيلة يقع عليها عبء التواصل مع جماهيرها.
- الحفاظ على الهوية الثقافية: أصبحت وسائل الإعلام بمختلف أشكالها هي الوسائل التي استخدمها رواد الغزو الفكري والثقافي المعاصر لرمي أُمَّتنا بوابل من السموم الفتاكة، ويمكن القول بأن المضامين الإعلامية والثقافية المزينة

للاستهلاك والمجتملة بنمط الحياة الغربي باتجاه البلدان النامية، هي من أسوء ما ينتجه 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، إذ 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 (27).

الإعلام غير التربوي: الإعلام إذ ما لم يصبغ بصبغة تربوية، يجب أن يُطلق عليه مسمًى جديدًا، ففي الوقت الذي أصبح فيه لاعبو الكرة والفنانون هم نجوم الإعلام والمجتمع وهم القدوة، وفي الوقت التي انحدرت فيه اللغة في وسائل الإعلام من لغة القرآن إلى اللغة العامية الرديئة، وفي الوقت الذي تنقل فيه وسائل الإعلام كل ما هو غربي دون تنقية أو تصحيح؛ فهذا قد قادنا إلى إعلام غير تربوي، ففي حقيقة الأمر ليس لهذا المفهوم أي سابقة لتعريفه أو ذكره في الأدبيات أو الدراسات أو الوسائط المعرفية الأخرى- في حدود علم الباحث-، ويمكن تعريفه على أنه: "تهميش لمعايير التربية في توظيف وسائل الإعلام لصياغة رسائله وتقديمها للجمهور بطريقة غير تربوية". فكل هذا قد جعل من التربية الإعلامية أهمية ضرورية (28).

في ضوء ما سبق، يمكن للباحث القول إن التربية الإعلامية أداة تثقيفية مؤثرة بشكل كبير في تكوين الفرد والمجتمع في الجوانب التالية: الجانب الإعلامي، والأخلاقي، والاجتماعي، ولذلك فالمسئولية الملقاة على عاتقها كبيرة، فمن خلالها يمكن النهوض بمستوى الوعي الإعلامي لدى الطلبة لإكسابهم ثقافة التفكير النقدي التأملي؛ لئلا يتمكنوا من مواجهة الرسائل المغرضة التي تهدف إلى انتشار التضليل، وتزييف الوعي، وإخفاء الحقائق.

الدراسات السابقة:

من خلال مسح التراث النظري الذي اعتمد عليه الباحث في موضوع البحث الحالي تم عرض الدراسات السابقة في محورين، هما:

- الدراسات التي تناولت التربية الإعلامية في مؤسسات التعليم بشكل عام.
 - الدراسات التي تناولت أخصائي الإعلام التربوي والتربية الإعلامية.
- أولاً: الدراسات التي تناولت التربية الإعلامية في مؤسسات التعليم:

1- دراسة: فاطمة أحمد القرني (2019): بعنوان: واقع التربية الإعلامية في مؤسسات التعليم العام في المملكة العربية السعودية: محافظة جدة نموذجاً⁽²⁹⁾.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن موضوعات التربية الإعلامية في المناهج الدراسية، والكشف عن ممارساتها في إدارات التعليم في محافظة جدة، تشخيص واقع التربية الإعلامية في مؤسسات التعليم العام من وجهة نظر المعلمين في محافظة جدة من حيث (مفهومها، أهميتها، أنشطتها، مهاراتها، معوقاتها)، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي (التحليلي)، وقد أسفرت الدراسة عن مجموعة من النتائج من أبرزها: تقدم المناهج الدراسية موضوعات متفرقة للتربية الإعلامية معتمدة على المدخل التكامل في جميع المراحل التعليمية، وأن 64% يرون أن الأسباب التي تدعو إلى الاهتمام بالتربية الإعلامية درجتها متوسطة، وأن 56% يرون أن أنشطة التربية الإعلامية أحياناً تقدم داخل المدرسة، وأن 55% يرون أن مهارات التربية الإعلامية تقدم أحياناً للطلاب في المدرسة، 73% يتفقون على أن المعوقات غالباً ما تعوق تطبيق التربية الإعلامية في المدرسة.

2- دراسة حسن محمد خليل (2018): بعنوان: دور الإعلام التربوي الحالي والمأمول في تحقيق الأمن الفكري لطلاب المرحلة الثانوية من وجهة نظر مشرفي النشاط الإعلامي، دراسة مقارنة بين عينة من مشرفي النشاط الإعلامي بمدارس التعليم العام في المملكة العربية السعودية وأخرى بجمهورية مصر العربية⁽³⁰⁾:

هدفت الدراسة إلى تحديد قائمة بدور الإعلام التربوي الحالي والمأمول ومعوقاته في تحقيق الأمن الفكري لطلاب المرحلة الثانوية، من وجهة نظر مشرفي النشاط الإعلامي بعينة من مدارس التعليم العام الثانوية في المملكة العربية السعودية وأخرى بجمهورية مصر العربية، وبناء مقياس لتعرف درجة ممارسة مشرفي النشاط الإعلامي للدور الحالي، واستقرائهم لأهمية ممارسة الدور المأمول، وتحديد معوقاته، والتوصل لأهم مقترحات تفعيل المشرفين للدور الحالي واستشرافهم للدور المأمول، واستخدمت

الدراسة الأسلوب المقارن، وطبقت على عينة قوامها (200) مشرف، (100) مشرف بالمدارس الثانوية السعودية، و(100) مشرف بالمدارس الثانوية المصرية، توصلت الدراسة الى عدد من النتائج أهمها يمارس مشرفو النشاط الإعلامي الدور الحالي بدرجة متوسطة، وارتفعت درجة استقرائهم لأهمية ممارسة الدور المأمول، ومعوقاته، لا توجد فروق دالة إحصائيًا بين مشرفي النشاط الإعلامي في الدور الحالي، ومعوقات الدور المأمول تعزى لمتغيري تخصص آخر، وعدد سنوات الخبرة.

3- دراسة: صالح عابر صالح الشمري (2018): بعنوان: التربية الإعلامية وطرق تضمينها في الإطار العام للمناهج في المؤسسات التعليمية في دولة الكويت⁽³¹⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية إمداد طلاب مرحلة التعليم الابتدائي في الكويت بالتربية الإعلامية في نطاق النظام التعليمي وتحديد أهم سمات تعليم التربية الإعلامية بمدارس مرحلة التعليم الابتدائي من خلال المناقشات الجماعية مع الطلبة، اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج المسحي ومنهج البحوث الكيفية، كما تم استخدام تحليل المحتوى والمقابلات المتعمقة والمناقشات الجماعية لجمع المعلومات والبيانات التي تحقق أهداف الدراسة، ويتمثل مجتمع البحث الأصلي في هذه الدراسة المدارس الحكومية التي تتبع وزارة التربية والتعليم في دولة الكويت، توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها المؤشر السلبي الملفت للنظر وهو نقطة البدء والتي تكمن في مفهوم التربية الإعلامية الذي غاب عن جميع المبحوثين الطلبة، وبالتالي لم يكن هناك اطلاع على هذا المفهوم ولا مصدر المعرفة به، هناك دور إيجابي للأسرة من حيث المراقبة والتوجيه والإرشاد للأبناء والتدخل فيما يتم استخدامه لوسائل الإعلام المختلفة.

4- دراسة: أشجان حامد، خلود الخصاونة (2017): بعنوان: واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها⁽³²⁾:

سعت الدراسة إلى معرفة واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها لدى طلاب المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية، وتكونت عينة البحث من (100) طالب من طلبة الصف العاشر الأساسي بالمدارس الخاصة في العاصمة عمان للعام الدراسي 2016/2017، وقد أشارت النتائج إلى أن مستوى التربية الإعلامية في المدارس الخاصة مرتفع بشكل عام، كذلك بينت النتائج أن أكثر العوامل المؤثرة في التربية الإعلامية هو تركيز التربية الإعلامية على أركان العملية التعليمية، وتوصي الباحثان

بضرورة تثقيف المسؤولين بأهمية التربية الإعلامية؛ وذلك لأن التربية الإعلامية تركز على أركان العملية التعليمية، وتعزز قيمة الانتماء للوطن لدى الطلبة، وتساعد على تكوين رأي عام متجانس قائم على مبدأ احترام التعددية والمصلحة العامة، وتعزز قدرة الطالب لاستخدام وسائل الإعلام، وتساعد الشباب في التصدي للغزو الثقافي، وتكشف عن الميول والاهتمامات من خلال الاندماج في البرامج الإعلامية، وتتمى القيم الإعلامية من الصدق والموضوعية وعدم التحيز وتغليب الصالح العام.

5-دراسة " كيسي لام بورس Kasey L Powers (2017) بعنوان: العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعية والتربية الإعلامية بفهم المراهقين للإنترنت⁽³³⁾:"

هدفت الدراسة إلى الكشف عن استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي وأثره على فهم المراهقين للإعلام في ثلاثة مجالات: التربية الإعلامية، وفهم التعقيد الفنى (الوظيفي) للإنترنت، وفهم التعقيد الاجتماعي للإنترنت، وتمت مناقشة البحث والتعليم في مجال التربية الإعلامية من وجهة نظر التمكين التي تضم ثلاثة مجالات أساسية: 1) المؤلفون والجماهير، 2) الرسائل والمعاني، 3) التمثيل والواقع، تم إجراء مقابلات مع عينة من الطلاب في إحدى المدارس المتوسطة الريفية تمثلت في (78 مفردة) من سن (11-15 سنة)، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها، لم يظهر مقياس التربية الإعلامية في وسائل الإعلام سوى صدقية داخلية معتدلة مع تحليلات ذلك العامل التي تكشف عن ثلاث مجموعات متميزة من الأسئلة؛ مما يوحي بأن التربية الإعلامية قد تكون محددة بمجال معين، وليس متغيرًا محددًا.

6- دراسة أحمد جمال 2015 بعنوان: برنامج مقترح لتنمية مهارات تحليل وفقد صحافة المواطن وإنتاجها على مواقع الشبكات الاجتماعية لدى طلاب الجامعة⁽³⁴⁾:"

سعت الدراسة إلى قياس أثر برنامج مقترح في تنمية مهارات نقد وتحليل صحافة المواطن وإنتاجها على مواقع الشبكات الاجتماعية، وتم استخدام منهجين بحثيين، هما: المنهج الوصفي التحليلي لتحديد مهارات نقد وتحليل صحافة المواطن وإنتاجها على مواقع الشبكات الاجتماعية المراد إكسابها للطلاب عينة الدراسة، والمنهج شبه التجريبي ذو المجموعة التجريبية الواحدة، وتمثلت أدوات القياس في استبانة استخدام وإنتاج صحافة المواطن، وبطاقة تقييم نقد وتحليل صحافة المواطن على مواقع الشبكات الاجتماعية التي أنتجها الطلاب، وتمثلت مادة المعالجة في محاضرات تم تقديمها من خلال موقع كأحد أنماط مواقع الشبكات الاجتماعية، وخلصت الدراسة إلى: تحسن أداء "Facebook" طلاب عينة الدراسة في التطبيق البعدي مقارنة بالتطبيق القبلي لاستبانة

استخدام وإنتاج صحافة المواطن على مواقع الشبكات الاجتماعية، والجانب المهاري لمهارات نقد وتحليل صحافة المواطن وإنتاجها على مواقع الشبكات الاجتماعية.

ثانياً: الدراسات التي تناولت أخصائي الإعلام التربوي والتربية الإعلامية:

1- دراسة عايذة المر (2020) بعنوان: أساليب تطبيق التربية الإعلامية في مدارس التعليم العام من منظور أخصائي الإعلام التربوي⁽³⁵⁾:

أشارت النتائج إلى أنه ليس هناك إجماع بين المتخصصين بالإعلام التربوي في المدارس على تعريف موحد للتربية الإعلامية، وأن عدم استقرارهم هذا يأتي بسبب اختلاف الهدف الذي يريد تحقيقه من خلال تطبيق تلك المفاهيم في التدريس، وهدفت الدراسة إلى التعرف على رؤية وأساليب تطبيق التربية الإعلامية في مدارس التعليم العام من منظور أخصائي الإعلام التربوي؛ وذلك بالتطبيق على عينة عشوائية قوامها 300 مفردة من طلاب الفرقة الرابعة إعلام تربوي من جامعتي عين شمس والمنصورة، كذلك تم التطبيق على عينة من المتخصصين في مجال الإعلام التربوي في مدارس التعليم العام، ومجموعة من موجهي الصحافة المدرسية في الإدارات التعليمية بمحافظة القاهرة والدقهلية، وذلك باستخدام استمارة استبانة، وذلك خلال الفترة من 2/15 إلى 15/6/2020، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: هناك اتفاق حول الحاجة الماسة لوجود التربية الإعلامية، وضرورة تفعيل دور المدرسة في تحقيق تربية إعلامية للطلاب بهدف تنمية قدراتهم على التفكير الناقد، والبحث، والاستقصاء، والتصدي للغزو الثقافي والفكري.

2- دراسة: على إمان زاده، جواد كريمي، فاطمة فراجبور بوناب (2020) بعنوان: فاعلية التربية الإعلامية في تقليل القلق بشأن المعلومات لدى طلاب جامعة تبريز⁽³⁶⁾:

تم فحص فاعلية تعليم محو الأمية الإعلامية في تقليل القلق بشأن المعلومات لدى طلاب جامعة تبريز، باستخدام دراسة شبه تجريبية، مع تصميم الاختبار القبلي والبعدي مع المجموعة الضابطة. وتكوّن المجتمع الإحصائي من جميع طلاب جامعة تبريز، من بينهم 30 طالباً تم اختيارهم عشوائياً إلى مجموعتين تجريبية (عدد = 15) ومجموعة ضابطة (ن = 15). تم جمع البيانات من خلال استبانة الباحث عن القلق من المعلومات للاختبار القبلي والبعدي. تم تنفيذ المنهج المصمم في 9 جلسات مدة كل منها ساعتان، بواقع جلستين في الأسبوع كمتغير مستقل. أخيراً، تم تحليل البيانات باستخدام التحليل متعدد المتغيرات ووحيد المتغيرات بواسطة برنامج SPSS. أظهرت النتائج انخفاضاً معنوياً في

متوسط درجات القلق المعلوماتي في المجموعة التجريبية مقارنة بالمجموعة الضابطة. بشكل عام، أدى التثقيف الإعلامي إلى تقليل القلق بشأن المعلومات ومكوناته بشكل كبير. لذلك، يوصى بأن يولى مسؤولو وسائل الإعلام وصناعات السياسات مزيداً من الاهتمام للتثقيف الإعلامي.

3- دراسة: حنان محمد إسماعيل (2020) بعنوان: تقييم كفاءة ممارسة مهارات التربية الإعلامية لدى الطلاب بأقسام الإعلام التربوي⁽³⁷⁾:

يهدف هذا البحث إلى التعرف على استخدام طلاب أقسام الإعلام التربوي لوسائل الاتصال التقليدية والرقمية، والتعرف على مستوى الاستهلاك الناقد للوسائل بينهم، ومستوى المهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية، ومدى وجود علاقة بين الاستهلاك الناقد ومستوى المهارات الشخصية في التربية الإعلامية، استخدمت الباحثة منهج المسح وجمعت بين الدراسة الكمية والكيفية، وطبقت على عينة حصرية بلغ قوامها 360 مبحوثاً من طلاب الفرقتين الثالثة والرابعة بأقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية جامعة القاهرة وجامعة المنوفية وجامعة المنيا، توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، من أهمها: تبين وجود ارتباط دال إحصائياً بين استخدام الصحف الورقية والتلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستهلاك الناقد لهذه الوسائل، في حين لم يثبت وجود علاقة دالة إحصائياً بين استخدام الراديو واستخدام مواقع الصحف الإلكترونية والاستهلاك الناقد، وبذلك تثبت صحة الفرض الأول جزئياً.

4- دراسة: هناء سيد شعبان عبد الله (2018) بعنوان: تقويم دور أخصائي الإعلام التربوي في ضوء المعايير القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد⁽³⁸⁾:

هدفت الدراسة إلى تقويم دور أخصائي الإعلام التربوي في ضوء المعايير القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد، وضع تصور مقترح للدور الأمثل لأخصائي الإعلام التربوي في ضوء معايير الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد، تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح بالعينة، تمثلت العينة الأولى للدراسة في 400 مفردة من أخصائي الإعلام التربوي من مديرية التربية والتعليم بمحافظة الغربية، وتمثلت العينة الثانية للدراسة في 100 مفردة من خبراء الجودة التابعين للهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد التابعة لمجلس الوزراء من محافظات مصر المختلفة، استخدمت الباحثة الأدوات التالية: صحيفة الاستبانة لأخصائي الإعلام التربوي، المقابلة الشخصية لخبراء ومراجعي الجودة.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: وجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس أهمية تطبيق معايير الجودة فى الإعلام التربوي تعزى لمتغير النوع، كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس أهمية تطبيق معايير الجودة فى الإعلام التربوي تعزى لمتغير مكان المدرسة.

5- دراسة: عبير عطية حسين إبراهيم غنيم (2017) بعنوان: فعالية برنامج مقترح لتنمية مهارات الصحافة الاستقصائية لدى طلاب الإعلام التربوي: دراسة تجريبية (39).

تهدف الدراسة إلى قياس مدى فاعلية البرنامج المقترح في تنمية مهارات الصحافة الاستقصائية لدى طلاب الإعلام التربوي، استعانت الباحثة بالمنهج التجريبي للعينة، وطبق البرنامج على عينة من طلاب الفرقة الرابعة، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، وبلغ عددهم (20) مفردة، اعتمدت الدراسة على تطبيق برنامج تربوي وصحيفة استبانة، توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط درجات طلاب المجموعة التجريبية، وطلاب المجموعة الضابطة في القياس البعدي على مقياس مهارات الصحافة الاستقصائية، وكانت لصالح المجموعة التجريبية؛ مما يدل على فاعلية البرنامج المقترح لدى أفراد العينة (ذكور، إناث) في تنمية مهارات الصحافة الاستقصائية.

6- دراسة: السيد محمود عثمان أحمد (2017) بعنوان: اتجاهات أخصائي الإعلام التربوي بالمدارس الحكومية نحو تطبيق معايير الجودة في الأنشطة الإعلامية: "دراسة ميدانية" (40).

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات أخصائي الإعلام التربوي بالمدارس الحكومية نحو تطبيق معايير الجودة في الأنشطة الإعلامية في ضوء المعايير التي أقرتها الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد، حيث تعد الدراسة من البحوث الوصفية، مستخدمة منهج المسح بالعينة، وتعتمد الدراسة على استمارة الاستبانة التي طبقت على 200 مفردة من أخصائي الإعلام التربوي بالمدارس الحكومية بمحافظة القليوبية، توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: أن نسبة 52.5% من المبحوثين يرون أن نظام الجودة يسهم في تحقيق معايير أداء أنشطة الإعلام التربوي بدرجة متوسطة، وأن أخصائي الإعلام التربوي يحقق أعلى مستوى في ممارسة مجال المهارات العملية، ثم المهارات الذهنية، ثم المهارات العامة والقابلة للنقل.

7- دراسة: صباح إمام أحمد على سويلم (2017) بعنوان: العلاقة بين ممارسة طلاب

المرحلة الإعدادية لأنشطة الإعلام التربوي وتنمية قدراتهم الإعلامية⁽⁴¹⁾:

تهدف الدراسة دراسة وتحليل ماهية العلاقة ومتغيراتها التي تربط بين ممارسة طلاب المرحلة الإعدادية لأنشطة الإعلام التربوي ومدى قدرتها على تنمية العمل الإعلامي لديهم، تنتمي الدراسة إلى حقل البحوث الوصفية، وتعتمد الدراسة على منهج المسح بشقيه (الوصفي والتحليلي)، وتكونت عينة الدراسة الميدانية من (400) مفردة، تم الحصول على بيانات الدراسة باستخدام استمارة "استقصاء بالمقابلة"، توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: جاءت نسبة من اكتسب مهارات الإعلام المختلفة من ممارستهم لنشاط الإعلام التربوي "بدرجة كبيرة" بلغت 59.2% من إجمالي مفردات العينة، وبلغت نسبة من اكتسب مهارات الإعلام المختلفة من ممارستهم لنشاط الإعلام التربوي "بدرجة متوسطة" 31.6% من إجمالي مفردات العينة، وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس اكتساب القدرات الإعلامية الناتجة عن ممارسة الأنشطة الإعلامية طبقاً لاختلاف الإدارات التعليمية.

8- دراسة نهى سامي إبراهيم (2016) بعنوان: فاعلية تطبيق برنامج للتربية الإعلامية

من خلال استخدام ألعاب الفيديو في تنمية مهارات النقد والتحليل لدى المراهقين⁽⁴²⁾:

هدفت الدراسة إلى التعرف على فاعلية تطبيق برنامج للتربية الإعلامية من خلال استخدام ألعاب الفيديو في تنمية مهارات النقد والتحليل لدى المراهقين، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات التجريبية والتي استخدمت المنهج شبه التجريبي، وقد تكونت عينة الدراسة من (40) طالباً من طلاب مدرسة أبو زهرة الخاصة، إضافة إلى عينة تحليلية شملت مجموعة من الألعاب هي: Fifa 2016, San Andreas, Black, Gta. واعتمدت الدراسة في جميع بياناتها على استمارتين لتحليل المضمون، ومقياس للتفكير الناقد، برنامج للتربية الإعلامية من خلال ممارسة ألعاب الفيديو والمكون من ثلاث مراحل، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: أن معظم أفراد العينة لم يتعرفوا على الاتجاه السياسي الذي يؤيده أحد أفراد اللعبة، وأن عينة الإناث أكثر وعياً للرسائل الضمنية وغير المباشرة عن الذكور، كما بينت نتائج التحليل الكيفي أن الألعاب الإلكترونية تتوافر بها كثيرٌ من مهارات التفكير الناقد، وأكدت الدراسة التجريبية وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات الطلاب على مقياس مهارات التفكير الناقد

والتحليل من خلال ممارسة ألعاب الفيديو قبل تطبيق البرنامج وبعده لصالح التطبيق البعدي.

9- دراسة مازن محمد، وفاطمة نبيل (2015) بعنوان: إدراك أخصائي الإعلام التربوي لمفهوم التربية الإعلامية والإعلام التربوي واتجاهاتهم نحوها⁽⁴³⁾:

سعت الدراسة للتعرف على مدى إدراك أخصائي الإعلام التربوي لمفهوم التربية الإعلامية والإعلام التربوي واتجاههم نحو كل منهما، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية المسحية، وقد شملت عينة الدراسة ١٢٠ أخصائيًا من أخصائي الإعلام التربوي بالمدارس (الابتدائية- الإعدادية- الثانوية) المصرية؛ كما استخدم الباحثان استمارة استبانة، ومقياسين، الأول لدراسة مفهوم التربية الإعلامية، والآخر لدراسة مفهوم الإعلام التربوي واتجاه عينة الدراسة نحو كل منهما، وخلصت الدراسة إلى: أن أكثر الأنشطة الإعلامية فاعلية لتدريب المعلمين على معايير التربية الإعلامية جاء في مقدمة الأنشطة الإذاعية (الإذاعة المدرسية) بنسبة ٧.٥١٪، ثم في المرتبة الثانية الأنشطة التلفزيونية (البرامج الإخبارية والأفلام الوثائقية) بنسبة ٣.٢٨٪، ثم في المرتبة الثالثة الأنشطة الصحفية (الجرائد والمجلات وصحف الحائط والتصوير الصحفي) بنسبة ٧.١١٪.

10- دراسة أسماء بكر (٢٠١٤) بعنوان: تصور مقترح لدور أخصائي الإعلام التربوي في المدارس الإعدادية في ضوء المفاهيم الحديثة للتربية الإعلامية⁽⁴⁴⁾:

سعت الدراسة إلى وضع تصور للدور الذي يقوم به أخصائيو الإعلام التربوي في نشر المفاهيم الحديثة للتربية الإعلامية، وكذلك التعرف على أهم المعوقات التي تعوق أخصائي الإعلام التربوي عن أداء دوره في نشر مفاهيم التربية الإعلامية، وكذلك التوصل إلى مجموعة من النتائج والتوصيات والمقترحات التي من الممكن أن تساعد على استخدام التربية الإعلامية في المدرسة، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية المستخدمة لمنهج المسح الشامل والمسح بالعينة، وقد شملت عينة الدراسة مجموعة من أخصائي الإعلام التربوي في المدارس الإعدادية، وتم تطبيق دراسة ميدانية أخرى على عينة من طلاب المرحلة الإعدادية قد شملت (٤٠٠) طالب من طلاب المدارس الإعدادية ممن امتدت أعمارهم بين 12 - 15 عامًا، وخلصت الدراسة إلى أن مفهوم التربية الإعلامية غير مرسخ بالمدارس الإعدادية بمحافظة دمياط، كما أظهرت النتائج نقص الاهتمام بتدريب أخصائي الإعلام التربوي على المفاهيم الحديثة في التربية الإعلامية، حيث إن (82٪) من أفراد العينة أفادوا بأنهم لم يحصلوا على دورات تدريبية في التربية

الإعلامية، كما أظهر (23%) من أفراد العينة بأن ضعف الإمكانيات المادية بالمدرسة من أهم الصعوبات التي تقف عائقًا أمام تطبيق التربية الإعلامية في المدارس الإعدادية. وقد أوضحت النتائج أن غالبية طلاب المرحلة الإعدادية ليس لديهم معلومات عن التربية الإعلامية.

11- دراسة Chi-Kim Cheung (2010) بعنوان: تأثير التعليم الإعلامي على مهارات تحليل الوسائط لدى الطلاب⁽⁴⁵⁾:

هدفت الدراسة إلى الإجابة على سؤالها الرئيس: هل التربية الإعلامية فعالة في تطوير قدرات التحليل الإعلامي لطلبة المدارس الثانوية في هونج كونج؟ وإذا كانت كذلك: ما العوامل التي تحدد مدى فعاليتها؟ وخلصت الدراسة إلى أن المتعلمين الذين شاركوا في برامج التربية الإعلامية تحسنت مستوياتهم وحصلوا على درجات أعلى، وأن المتعلمين الذين اهتموا بنقد الإعلانات التجارية كانوا يظنون أنهم محصنون من تأثيرات الإعلان، ولكنهم بعد دراستهم التحليلية للإعلان التجاري أدركوا أنهم كانوا يجهلون الكثير من التفاصيل الهامة في تقنيات الإعلان، ولاحظت الدراسة أن المتعلمين الذين يكونون أكثر هدوءًا وسلبية في بقية الدروس، كانوا أكثر تفاعلًا مع دروس التربية الإعلامية، وتطورت أسئلتهم التي كانت سطحية وساذجة إلى أسئلة عميقة. وأكدت نتائج الدراسة صعوبة الاعتقاد بأن التربية الإعلامية تؤدي إلى التقليل من الوقت الذي يقضيه الطلبة أمام وسائل الإعلام، لكنها تجزم أن الطلبة أصبحوا أكثر قدرة على انتقاء البرامج الإعلامية النافعة، وأكدت الدراسة أنها لا تستبعد أن تكون المهارات التي حصل عليها الطلبة من خلال التربية الإعلامية مهارات وقتية ولا يستفيد منها الطلبة لوقت أطول، وأوصت بإجراء دراسات للتأكد من التأثير طويل المدى.

12- دراسة Nonthasruang (2010) بعنوان: الإعلان ومحو الأمية الإعلامية: الشباب وفهمهم لعالم الإعلان في أستراليا وتايلاند⁽⁴⁶⁾:

استهدفت الدراسة تقييم تأثيرات التربية الإعلامية على عدة مجموعات في (أستراليا) و(تايلاند) وعدد من المقيمين في (أستراليا وتايلاند) من دول أخرى؛ لتوضيح أثر الاختلافات الاجتماعية والثقافية على استيعاب التربية الإعلامية، واقتصر البحث على عينة من الشباب تتراوح أعمارهم بين 18 و 25 عامًا، وخلصت الدراسة إلى أن هناك تفاوتًا في استخدامات وسائل الإعلام وتعلم مهاراتها، كما تفاوتت ردود الأفعال عند مختلف المجموعات المشاركة، ووجدت الدراسة أن المشاركين الأستراليين أكثر وعيًا بالمضامين الإعلانية والإعلامية وقدرة على نقدها وتحليلها، وفي نفس الوقت أقل تعرضًا

لشاشات التلفزيون وكانوا قادرين على انتقاد المطالبات غير المنطقية للتسويق والدعاية الاستهلاكية، ولم تظهر المجموعة التايلندية نفس الدرجة من المقاومة لثقافة الاستهلاك المتأثرة بالدعاية الإعلانية، رغم ما كانت تتمتع به من المعرفة الأفضل لحقيقة صناعة الإعلان وتقنياته الإنتاجية وأشكال التلاعب وإنتاج القيم، وأكدت الدراسة تأثير القيم الاجتماعية العامة المتعلقة بالتوفير وترشيد الإنفاق واستهلاك الضروريات، وفلسفة الاكتفاء الذاتي على التجاوب مع الدعاية الإعلانية الهادفة لإثارة رغبات الشراء وصناعة ثقافة الاستهلاك، ورغم أن المجموعة التايلندية كانت قادرة على تقديم تفسير واضح لكيفية صناعة تقنيات الإعلان، وقادرة على قراءة النصوص وتفاصيل الرسالة الإعلامية؛ ومع ذلك كانت أيضًا في كثير من الأحيان أقل رغبة في الانتقاد المباشر للإعلانات، وأعدت الدراسة ذلك إلى الثقافة الاجتماعية في الخطاب الاجتماعي التايلاندي المتعلقة بالحفاظ على الانسجام الاجتماعي.

13- حنان بنت ممدوح العنزي (2020) بعنوان: واقع التربية الإعلامية في مدارس التعليم الثانوي لتحفيظ القرآن الكريم في مدينة الرياض⁽⁴⁷⁾:

هدف البحث إلى الكشف عن واقع التربية الإعلامية في مدارس التعليم الثانوي في مدينة الرياض، من وجهة نظر المعلمات. ولتحقيق أهداف البحث تم اتباع المنهج الوصفي، والاستبانة أداة للبحث، وقد وزعت على عينة عشوائية مكونة من (30) معلمة من معلمات المرحلة الثانوية في مدارس تحفيظ القرآن في مدينة الرياض للعام الدراسي 1441-1440هـ، وقد أظهرت نتائج البحث حصول واقع التربية الإعلامية في مدارس التعليم الثانوي في مدينة الرياض على متوسط كلي 2.77 من 3، بدرجة (كبيرة)، وعلى مستوى المجال: تحصل مجال أهمية تدريس التربية الإعلامية على أعلى متوسط كلي بلغ 2.85، يليه مجال معوقات تطبيق التربية الإعلامية بمتوسط 2.78، وأخيرًا مفهوم التربية الإعلامية بمتوسط 2.67، وجميعها بدرجة (كبيرة)، واستنادًا للنتائج تم تقديم التوصيات والمقترحات؛ لإزالة المعوقات، والتوعية بأهمية تدريس التربية الإعلامية، والتعريف بها وبفوائدها في مدينة الرياض وعموم المملكة.

تعقيب على الدراسات السابقة:

- تناول الباحث في الدراسات السابقة محورين رئيسين، هما: الدراسات التي تناولت التربية الإعلامية في مؤسسات التعليم بشكل عام، والدراسات التي تناولت أخصائي الإعلام التربوي والتربية الإعلامية.

- تعرضت الدراسات السابقة للعديد من القضايا البحثية، أهمها: أساليب تطبيق التربية الإعلامية من وجهة نظر أخصائي الإعلام التربوي (2020)، واقع التربية الإعلامية في مؤسسات التعليم العالي بالمملكة العربية السعودية (2019)، الإعلام التربوي وتحقيق الأمن الفكري (2018)، التربية الإعلامية والمناهج الدراسية، واقع التربية الإعلامية في المملكة الأردنية الهاشمية (2017)، وغيرها من القضايا البحثية التي تنوعت واختلفت حسب المتغيرات التي تسعى الدراسات التحقق منها.
- لم تتعرض دراسة- في حدود علم الباحث- إلى رؤية مستقبلية لتفعيل دور أخصائي الإعلام التربوي في تطبيق التربية الإعلامية في المدارس الإعدادية؛ وهذا ما يجعل المشكلة البحثية التي يتعرض لها الباحث مختلفة عن بقية القضايا البحثية في الدراسات السابقة.
- أفاد الباحث من عرضه للدراسات السابقة في الاختيار الأمثل للمنهج المستخدم، وتصميم الأداة البحثية التي اعتمد عليها في جمع معلوماته، وصولاً للأهداف التي يسعى البحث إلى تحقيقها.
- اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في أن الدراسة الحالية طبقت على الخبراء من الأكاديميين والممارسين من أهل الخبرة الفنية، في حين أن جميع الدراسات السابقة طبقت إما على طالب التعليم العام، أو التعليم الجامعي، أو أخصائي الإعلام التربوي، وهذا ما يجعل العينة في الدراسة الحالية تختلف عن جميع العينات في الدراسات السابقة.

فروض الدراسة:

- 1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة (الأكاديميين والممارسين) وتقديرهم لواقع ومهام أخصائي الإعلام التربوي.
- 2- توجد علاقة ارتباطية بين إدراك عينة البحث للصعوبات التي تواجه أخصائي الإعلام التربوي وتقييمهم للدور المتوقع منه في نشر وتطبيق مفهوم التربية الإعلامية لدى الطلاب.
- 3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراك العينة للمعوقات التي يواجهها أخصائي الإعلام التربوي في تطبيق مفهوم التربية الإعلامية وفقاً لمتغيرات (الخبرة- التخصص- النوع).

4- توجد فروق دالة إحصائيًا بين الرؤى والمقترحات من جانب كل من الأكاديميين والممارسين لتفعيل دور أخصائي الإعلام التربوي في تطبيق مفهوم التربية الإعلامية لدى الطلاب.

نوع الدراسة ومنهجها:

يعد هذا البحث من البحوث والدراسات الوصفية التي تسعى إلى وصف ودراسة ظاهرة معينة في ضوء بعض المتغيرات، وهذا النوع من البحوث لا يقف عند حد جمع المعلومات، وإنما يمتد لتطبيقها، وتفسيرها، وتحليلها تحليلًا شاملاً، نستخلص نتائج ودلالات مفيدة، مما يساعدنا من إصدار أحكام بشأن الظاهرة موضوع الدراسة.

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي؛ للتعرف على الرؤية المستقبلية للممارسين والأكاديميين في مجال الإعلام التربوي لتفعيل دور أخصائي الإعلام التربوي في تطبيق مفهوم التربية الإعلامية لدى الطلاب.

مجتمع وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في الممارسين من أخصائي الإعلام التربوي، وموجهي الإعلام التربوي بالمدارس الإعدادية الحكومية والخاصة، والأكاديميين من تخصصات الإعلام- الإعلام التربوي- التربية، وقد تم سحب عينة قوامها 150 مفردة جاءت على النحو التالي:

جدول رقم (1)

يوضح خصائص عينة الدراسة

تصنيف العينة وفقاً للمتغيرات	المتغيرات	
	ك	%
النوع	ذكر	23,3
	أنثى	76,7
الوظيفة	أستاذ جامعي في الإعلام	10
	أستاذ جامعي في الإعلام التربوي	31,3
	أخصائي إعلام تربوي	43,3
	موجه إعلام تربوي	15,4
الخبرة	الإجمالي	100
	من 5 إلى أقل من 10	56
	من 10 إلى أقل من 15	23,3
	من 15 إلى أقل من 20	12
	من 20 فأكثر	8,7
طبيعة جهة العمل	الإجمالي	100
	حكومي	74,6
	خاص	25,4
الإجمالي	150	100

أداة جمع البيانات:

اعتمد الباحث على استمارة استبانة كأداة لجمع البيانات، من خلال عدة محاور لقياس المتغيرات وفقاً لمجموعة من الخطوات، جاءت على النحو التالي:

- تحديد أهداف الدراسة والبيانات المطلوبة وترجمتها إلى مجموعة من الأسئلة والمقاييس داخل الاستمارة.
 - إعداد الاستمارة في صورتها الأولية ومراجعتها منهجياً وفقاً لتساؤلات وفروض الدراسة، وعرضها على مجموعة من المتخصصين من المحكمين.
- اختبار الصدق والثبات:

لاختبار الصدق: قام الباحث بإعداد استمارة الاستبانة وعرضها على السادة المحكمين* للتأكد من صدق أداة القياس، وقد قام بإحداث تعديلات عليها في ضوء ملاحظات السادة المحكمين.

كما تم إجراء اختبار قبلي Pre-Test على عينة تمثل 10% من حجم العينة الأصلي، وذلك للتأكد من صياغة الأسئلة، وتم تعديل بعض بدائل الإجابات، وإضافة البعض الآخر لتوضيح بعض بنود المقاييس.

ولاختبار الثبات: قام الباحث بإعادة تطبيق الاختبار على عينة تمثل 10% من عينة الدراسة وذلك بعد مرور أسبوعين من التطبيق الأول، بلغت نسبة الثبات 91%.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم التعامل مع البيانات الإحصائية باستخدام برنامج الحزم الإحصائية SPSS لإجراء المعاملات الإحصائية التالية:

- معامل ارتباط بيرسون.
- تحليل التباين أحادي الاتجاه.
- اختبارات للمجموعات المستقلة.
- حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي.

نتائج الدراسة:

1- مفهوم التربية الإعلامية:

جدول رقم (2)

يوضح آراء عينة الخبراء في طبيعة مفهوم التربية الإعلامية

النسبة المئوية	التكرار	مفهوم التربية الإعلامية
22.04	70	تنمية الوعي لدى الطلاب بوظيفة وسائل الإعلام في المجتمع
19.18	61	التدريب على الاستخدام الناقد لوسائل الاتصال بالمدارس
17.29	55	تنمية مهارة التعامل الواعي مع وسائل الإعلام وذلك خارج ساعات العمل المدرسي
16.03	51	تعليم الطلاب كيفية تقويم الصورة الإعلامية التي تُحيط بهم
15.09	48	تدريب الطلاب على إنتاج وإبداع الرسائل الإعلامية الخاصة بهم
5.66	18	توعية الطلاب بالتربية الإعلامية من الآثار السلبية للرسائل الإعلامية
4.71	15	تزويد الطلاب بالقيم والأخلاقيات السليمة عبر الأنشطة الإعلامية
100	318	الإجمالي

أوضحت نتائج الجدول السابق ما أكد عليه الأدب النظري الذي اعتمد عليه الباحث في متن الدراسة، حيث جاءت النتائج لتؤكد على أن مفهوم التربية الإعلامية جاء ليعبر عن الحقب التاريخية من الاهتمام بمفهوم التربية الإعلامية على مر العصور، فكل مفهوم من المفاهيم التي تناولها أفراد العينة تمثل فترة زمنية من الاهتمام بالمفهوم من وجهة نظر الخبراء، فمفاهيم التربية الإعلامية قد تنوعت بتنوع مجالات التطبيق؛ فشملت محو الأمية الإعلامية، والتدريس باستخدام وسائل الإعلام، وتدريب أساليب إنتاج المضمون الإعلامي، لذا جاءت على النحو التالي: في الترتيب الأول جاء المفهوم الذي يدور فحواه حول توعية طلاب المرحلة الإعدادية بماهية وسائل الإعلام وأدوارها ووظيفتها داخل المجتمع بنسبة 22.04% من الإجمالي العام، يليها مفهوم التربية الإعلامية بشأن التدريب على الاستخدام الناقد لوسائل الاتصال بالمدارس 19.18% من الإجمالي العام، يليها في الترتيب الثالث تنمية مهارة التعامل الواعي مع وسائل الإعلام وذلك خارج ساعات العمل المدرسي، يليه في الترتيب الرابع تعليم الطلاب كيفية تقويم الصورة الإعلامية التي تُحيط بهم وحجم المغالطات التي تنج من استخدام تكنولوجيا الصورة بنسبة 16.03% من الإجمالي، يليه مباشرة- وبفارق نسبي لا يذكر- تدريب الطلاب على إنتاج رسائل إعلامية بنسبة 15.09%، وفي الترتيب السادس جاء توعية الطلاب بالتأثيرات السلبية لوسائل الإعلام والأضرار السلبية التي تؤثر على الجمهور بنسبة 5.66%.

2-

تطبيق مفهوم التربية الإعلامية:

جدول رقم (3)

يوضح آراء عينة الدراسة في تطبيق مفهوم التربية الإعلامية

النسبة المئوية	التكرار	مفهوم التربية الإعلامية
10	15	أحياناً
72.67	109	نادراً
16.67	25	لا يطبق
0.66	1	دائماً
100	150	الإجمالي

عكست نتيجة الجدول السابق ما أكد عليه الباحث في الدراسة الاستطلاعية؛ من أن تطبيق مفهوم التربية الإعلامية غير مفعّل في المدارس الإعدادية بصفة خاصة؛ وهذا ما دعا الباحث إلى القيام بالدراسة الحالية، فأسفرت نتائج الجدول سالف الذكر عن أن مفهوم التربية الإعلامية يطبق نادراً بنسبة 72.67٪، في حين جاء في الترتيب الثاني لا يطبق على الإطلاق بنسبة 16.67٪، وفي الترتيب الثالث يطبق المفهوم من قبل أخصائي الإعلام التربوي أحياناً بنسبة 10٪ من الإجمالي العام.

ويرى الباحث أن هذه النتيجة كانت السبب الرئيس وراء هذه الورقة البحثية؛ لأن الباحث شعر أن العالم يتحدث في وادٍ والأخصائي في وادٍ آخر، فجميع المحافل الدولية تتحدث عن التربية الإعلامية، وكذلك توصيات المؤتمرات العلمية، وما زالت نظرة الأخصائي قاصرة على ما قام بدراسته من إعلام كلاسيكي لا يلاحق التطورات المعاصرة ولا المستجدات على الساحة المحلية والعربية والدولية، الأمر الذي أدى إلى عدم تطبيق مفهوم التربية الإعلامية في المدارس؛ نتيجة عدم وعي أخصائي الإعلام التربوي بهذا المفهوم.

تتفق هذه النتيجة مع عدد من الدراسات السابقة التي أوضحت أنه لا يزال هناك قصور أو عدم فهم لأهمية التربية الإعلامية لدى البعض، ومنها دراسة محمد بن إبراهيم العاصم (2007) على عينة عشوائية بسيطة من طلاب الصف الثالث الثانوي في المدارس الحكومية بمحافظة عنيزة بالملكة العربية السعودية، والتي خلصت إلى أن مفهوم التربية الإعلامية لم يتضح في أذهان المعلمين بالقدر الكافي⁽⁴⁸⁾.

3- الأدوار التي يقوم بها أخصائي الإعلام التربوي:

جدول رقم (4)

يوضح الأدوار التي يقوم بها أخصائي الإعلام التربوي

لا يوجد		إلى حد ما		درجة كبيرة		العبارات
ك	%	ك	%	ك	%	
2	13.33	20	85.33	128	85.33	متابعة الإذاعة المدرسية والإشراف عليها
3	17.3	26	80.6	121	80.6	متابعة الصحافة المدرسية وإخراجها
8	29.33	44	65.33	98	65.33	مساعدة الطلاب في إنتاج المواد الإعلامية باستخدام أدوات مختلفة
2	22	33	76.66	115	76.66	متابعة الإشراف على إخراج الصحافة المدرسية الإلكترونية
2	25.33	38	73.33	110	73.33	تدريب الطلاب على بعض المهارات الإعلامية
5	32.66	49	64	96	64	تنظيم المسابقات والأنشطة الإعلامية
6	37.34	56	58.66	88	58.66	إقامة المعارض الإعلامية للأعمال المنتقاة للطلاب
5	40	60	56.66	85	56.66	يتابع صرف ميزانية الأنشطة الإعلامية بالمدرسة
4	25.34	38	72	108	72	إعداد مناظرات وأنشطة مرتبطة بالإلقاء والحوار بين الطلاب
5	29.33	44	67.33	101	67.33	إعداد مناظرات وأنشطة مرتبطة بالحوار بين الطلاب
30	30	45	50	75	50	تنظيم الإشراف على أنشطة المسرح المدرسي
12	27.33	41	64.67	97	64.67	اكتشاف المواهب الطلابية في المجالات المختلفة
10	33.33	50	60.1	90	60.1	تشجيع الطلاب على إنتاج مواد توعوية وإرشادية
		547		1312		الإجمالي

أوضحت نتائج الجدول السابق أهم الأدوار التي يقوم بها أخصائي الإعلام التربوي

بمدارس المرحلة الإعدادية، والتي جاءت على النحو التالي:

- ارتفعت نسبة الذين أكدوا على مهمة أخصائي الإعلام التربوي في الإشراف على الإذاعة المدرسية 85.33%، يليها متابعة الصحافة المدرسية وإخراجها بنسبة 80.6%، يليها متابعة الإشراف على إخراج الصحف المدرسية الإلكترونية بنسبة 76.66%، يليها تدريب الطلاب على بعض المهارات الإعلامية بنسبة 73.33%، ويليهما إعداد المناظرات وأنشطة مرتبطة بالإلقاء والحوار بين الطلاب بنسبة 72%.
- تساوت نسبة الذين أكدوا بدرجة كبيرة أن مهمة أخصائي الإعلام التربوي تنظيم المسابقات والأنشطة الإعلامية بنسبة 64%، يليها اكتشاف المواهب الطلابية في المجالات المختلفة بنسبة 64.67%، مساعدة الطلاب في إنتاج مواد إعلامية باستخدام أدوات تكنولوجية حديثة بنسبة 65% من الإجمالي العام لأفراد العينة.
- جاء في ترتيب متأخر في قائمة الأدوار التي يقوم بها أخصائي الإعلام التربوي تشجيع الطلاب على مواد توعوية وإرشادية بنسبة 60%، يليها إقامة معارض إعلامية

للأعمال المنتقاة من تنفيذ الطلاب بنسبة 58.66%، يليه يتابع صرف ميزانية الأنشطة الإعلامية بنسبة 56.66%.

- لاحظ الباحث من خلال بيانات الجدول السابق أن إجمالي المهام التي يقوم بها أخصائي الإعلام التربوي- ولها علاقة بمفهوم التربية الإعلامية بدون أن يشعر الأخصائي- حصل على نسبة ضعيفة إذا ما قورنت بنسبة المهام التي يقوم بها أخصائي بشكل نمطي وتقليدي، مثل متابعة الإذاعة المدرسية والإشراف على متابعة الصحف المدرسية وإخراجها، وهذا ما أكدت عليه الدراسة الاستطلاعية التي قام بها الباحث في مستهل دراسته الحالية.

4- نشر مفهوم التربية الإعلامية:

جدول رقم (5)

يوضح دور أخصائي الإعلام التربوي في نشر مفهوم التربية الإعلامية

النسبة المئوية	التكرار	مفهوم التربية الإعلامية
9.33	14	إلى حد ما (ضعيفة)
90	135	ليس له دور
0.66	1	نعم بدرجة كبيرة
100	150	الإجمالي

جاءت نتائج الجدول السابق لتؤكد على ما جاء في الجدول رقم (3) من نتيجة على النحو التالي:

في الترتيب الأول ليس لأخصائي الإعلام التربوي دور في نشر مفهوم التربية الإعلامية بنسبة 90%، وفي الترتيب الثاني جاء دور أخصائي الإعلام التربوي بدور ضعيف في نشر مفهوم التربية الإعلامية بنسبة 9.33%، وفي الترتيب الثالث جاء أخصائي الإعلام التربوي له دور كبير في نشر مفهوم التربية الإعلامية بنسبة 0.66% من الإجمالي العام. كما تؤكد هذه النتيجة على ما جاء في الدراسة الاستطلاعية التي أجراها الباحث من قبل والتي تؤكد على أن أخصائي الإعلام التربوي لا يعي مفهوم التربية الإعلامية، ولا يعي أيضاً كيف يقوم بعملية نشر المفهوم من خلال أدواته داخل المدرسة.

تتفق هذه النتيجة مع ما جاء به هاني نادي عبد المقصود (2020) ⁽⁴⁹⁾ في دراسته، حيث أثبتت الدراسة أن نسبة الذين لا يعرفون مفهوم التربية الإعلامية بلغت نسبتهم 48.74% لتحتل بذلك الترتيب الأول، كما تتفق أيضاً مع دراسة الشمري (2018) ⁽⁵⁰⁾ والتي أوضحت أن النسبة الأكبر من طلاب الجامعة لا يعرفون مفهوم التربية الإعلامية، هذا بالإضافة إلى أن هذه النتيجة تتفق مع (Guofang Wan (2006) ⁽⁵¹⁾ والتي أكدت

على أنه بالرغم من العلاقة الوثيقة بين التربية الإعلامية والعديد من المقررات؛ إلا أنه يوجد قلق لدى المعلمين حول إضافة مادة التربية الإعلامية للمناهج الدراسية نظراً لتكدس المناهج الدراسية، ووجدت دراسة (Silver blatt 2004) أن هناك رؤية غير واضحة لمفهوم التربية الإعلامية لدى مؤسسات التعليم العام والتعليم العالي بالولايات المتحدة الأمريكية⁽⁵²⁾.

5- أهداف التربية الإعلامية:

جدول رقم (6)

يوضح آراء العينة حول أهداف التربية الإعلامية

النسبة المئوية	التكرار	أهداف التربية الإعلامية
17.36	83	حماية النشء والشباب من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام ومضامينها المختلفة
15.89	76	تنمية مهارات التفكير الناقد والمشاهدة الواعية
14.64	70	مساعدة الطلاب على التعبير عن آرائهم بحرية
12.76	61	تساعد في تكوين شخصية الطالب
11.50	55	إكساب الطلاب مهارات التحليل وحل المشكلات
10.46	50	تحفيز الطلاب على المشاركة في ممارسة العمل الإعلامي
9.20	44	تنمية مهارة الحوار والمشاركة فيه
8.19	39	تدريب الطلاب على مهارة البحث عن المعلومات وتصنيفها
100	478	الإجمالي

أوضحت نتائج الجدول السابق ما يلي:

- جاء حماية النشء والشباب من التأثيرات السلبية ومضامينها المختلفة في الترتيب الأول بنسبة 17.36% من إجمالي الإجابات، في حين جاء في الترتيب الثاني تنمية مهارات التفكير الناقد والمناقشة الواعية بنسبة 15.89% من إجمالي الإجابات، ويؤكد بذلك على أن الهدف الرئيس للتربية الإعلامية يتمثل في تكوين النظرة النقدية، والوعي النقدي للرسائل الإعلامية.
- وجاء الهدف الخاص بمساعدة الطلاب على التعبير عن آرائهم بحرية في الترتيب الثالث بنسبة 14.64% من إجمالي الإجابات، أما الترتيب الرابع جاء الهدف الخاص بمساعدة الطلاب على تكوين شخصيتهم بنسبة 12.76% من إجمالي الإجابات.
- وفي الترتيب الخامس جاء الهدف الخاص بإكساب الطلاب مهارات التحليل وحل المشكلات بنسبة 11.5%، وفي الترتيب السادس وبفارق نسبي قليل جاء الهدف

الخاص بتحفيز الطلاب على المشاركة في ممارسة العمل الإعلامي بنسبة 10.46% من إجمالي الإجابات.

- وفي الترتيب الأخير جاء هدف تدريب الطلاب على مهارة البحث عن المعلومات وتصنيفها بنسبة 8.19% من إجمالي العام.

يرى الباحث أن هذه النتيجة جاءت كرد فعل لما يحدث على مختلف الأصعدة في الوقت الحالي من غزو ثقافي وغياب القيم والأخلاق؛ بالإضافة إلى الأهداف غير المعلنة من بعض المضامين الإعلامية سواء من الداخل أو الخارج؛ لذلك جاء الهدف الخاص بتوعية وحماية الشباب والطلاب من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام، ثم بعد أن يتم حماية الشباب والطلاب تبدأ عملية التربية الإعلامية في تحقيق بقية أهدافها والمتمثلة في التفكير النقدي، تدريب الطلاب على مهارة حل المشكلات، وغيرها من الأهداف الأخرى.

كما تتفق هذه النتيجة مع ما جاء به كل من Massey, Brereton⁽⁵³⁾ حيث تناول كل منهما الهدف الرئيس من التربية الإعلامية يتمثل في حماية النشء والشباب من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام المختلفة، وجعل الأفراد جمهوراً نشطاً أثناء مشاركته في عملية الاتصال.

6- المهارات التي تنميها التربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الإعدادية:

جدول رقم (7)

يوضح آراء العينة حول المهارات التي تنميها التربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الإعدادية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		درجة الموافقة	العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
95	0.44	2.84	1.4	2	16.6	25	82	123	تحديد احتياجات وأهداف الطالب قبل التعرض لوسائل الإعلام	
93	0.45	2.81	7.4	11	12.6	19	80	120	تدريب الطالب على الوصول إلى الرسائل الإعلامية	
91	0.41	2.75	6.8	10	16.6	25	76.6	115	يُدرّب الطالب على اختيار الوسائل الإعلامية المناسبة	
92	0.44	2.7	13.4	20	13.3	20	73.3	110	ينتقي الطالب الرسائل الإعلامية التي تشبع احتياجاته	
90	0.55	2.66	8.6	13	6.8	10	84.6	127	تحديد رموز وعناصر الرسالة الإعلامية	

92	0.43	2.77	6.1	9	13.3	20	80.6	121	تفسير رموز الرسالة الإعلامية للوصول إلى معناها
90	0.42	2.80	9	13	13.3	20	78	117	تدريب الطالب على قراءة الرسالة الإعلامية قراءة جيدة
92	0.45	2.68	10.1	15	16.6	25	73.3	110	تحديد أجزاء الرسالة الإعلامية وجوانبها الداخلية
91	0.44	2.75	3.4	5	20	30	76.6	115	تمييز بين الأخبار والآراء
88	0.48	2.51	10.7	16	23.3	35	66	99	تدريب الطالب على تمييز بين الحقيقة والخيال
85	0.92	2.4	12.7	19	20	30	67.6	101	تحديد تأثير تقنيات الوسيلة على الرسالة
82	0.75	2.35	13.4	20	16.6	25	70	105	تحديد تأثير المحتوى إذا عرض في وسائل أخرى
80	0.91	2.22	3.4	5	20	30	76.6	115	تحديد الجمهور المستهدف من الرسالة
85	0.80	2.35	15.4	23	21.3	32	63.3	95	يكون اتجاه أو رؤية عن الرسالة الإعلامية
88	0.75	2.71	7.4	11	12.6	19	80	120	تحديد ردود فعل الجمهور المستهدف من الرسالة الإعلامية
94	0.75	2.80	3.4	5	13.3	20	83.3	125	ينتقد الرسالة الإعلامية نقدًا إيجابيًا
85	0.66	2.75	4.8	7	14.6	22	80.6	121	يناقش ويتحاور حول مضمون الرسالة الإعلامية
90	0.40	2.75	5.4	8	12	18	82.6	124	يستخدم اللغة الإعلامية أو الرموز المرتبطة بنوعية الرسالة الإعلامية لنقل المعنى
85	0.45	2.61	5.4	8	13.3	20	81.3	122	يستخدم الأدوات والوسائل التكنولوجية لإنتاج الرسالة
78	0.55	2.70	10	15	20	30	70	105	يُنْتِج رسائل إعلامية بطريقة متسلسلة مترابطة، لجذب انتباه واهتمام مستقبل الرسالة
88	0.65	2.35	10	15	22	33	68	102	يُنْتِج عدد من الأفكار الإعلامية المرتبطة بموقف غير محدد بدقة

أوضحت نتائج الجدول السابق أهم المهارات التي تتميزها التربية الإعلامية لدى طلبة المدارس، والتي جاءت على النحو التالي:

- أولاً: مهارة الوصول إلى الرسالة الإعلامية:

شملت مهارات الوصول إلى الرسالة الإعلامية التي تتميزها التربية الإعلامية لدى الطلاب في حال تطبيقها عددًا من العبارات؛ على رأسها وفي الترتيب الأول جاء تحديد احتياجات وأهداف الطالب قبل التعرض لوسائل الإعلام بمتوسط حسابي 2.84 ووزن نسبي 95%، وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة تدريب الطلاب على الوصول إلى الرسالة الإعلامية بمتوسط حسابي 2.81 ووزن نسبي 93%، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة يدرب الطلاب على اختيار الوسائل الإعلامية المناسبة بمتوسط حسابي 2.76 ووزن نسبي 91%، وفي الترتيب الرابع جاءت عبارة ينتقي الطالب الرسائل الإعلامية التي تشبع رغباته بمتوسط حسابي 2.7 ووزن نسبي 92%، وفي الترتيب الخامس جاءت عبارة تحديد رموز وعناصر الرسالة الإعلامية بمتوسط حسابي 2.61 ووزن نسبي 90%، وفي الترتيب الأخير جاءت عبارة تفسير رموز الرسالة الإعلامية للوصول إلى المعنى بمتوسط حسابي 2.77 ووزن نسبي 92%.

ويرى الباحث أن مهارات الوصول إلى الرسالة الإعلامية تعتبر من الأهمية بمكان؛ لأنها تؤكد على أن الوصول إلى الرسالة الإعلامية غاية في حد ذاتها، كما تؤكد على أن الوصول إلى الرسالة الإعلامية لا يحدث بشكل عشوائي؛ وإنما يحكم عملية الوصول إلى الرسالة الإعلامية عدد من المتغيرات والعوامل التي تضبط العملية الاتصالية، كما تؤكد على أن الوصول إلى الرسالة الإعلامية يعني قراءتها، وتفكيك رموزها سواء كانت كتابية أو صوتية كالتأثيرات الصوتية الموسيقية وغيرها.

تتفق هذه النتيجة مع ما كشفت عنه دراسة (Adam Maksi (2014)⁽⁵⁴⁾ -على مجموعة من الشباب تحت العشرين- أن أفراد المجموعة التي درست التربية الإعلامية الإخبارية أفرادها أكثر وعياً بأهداف التغطية الإخبارية، ويعتقدون أنهم لا يخضعون لتأثير وسائل الإعلام ولديهم مستوى عال من المعارف الأساسية المتعلقة بصناعة الإعلام، كما أكدت دراسة (Joslyn Young(2012 على أن اكتساب مهارات التربية الإعلامية يخلق لدى الطلاب دافعاً لمزيد من التعامل بوعي مع المهارات التقليدية كالقراءة، وكتابة المقالات، علاوة على تنمية القدرة على الفهم وتقييم المناقشات⁽⁵⁵⁾.

ثانياً: المهارات التحليلية لمضمون الرسائل الإعلامية:

أما المهارات التحليلية التي تتميها التربية الإعلامية- في حال تطبيقها على طلاب المرحلة الإعدادية- من وجهة نظر أفراد العينة، جاءت على النحو التالي: في الترتيب الأول جاءت عبارة تدريب الطلاب على قراءة الرسالة الإعلامية قراءة جيدة بمتوسط حسابي 2.8 ووزن نسبي 90٪، ويرى الباحث أن القراءة الجيدة لمضمون الرسالة الإعلامية ينعكس على ما يأتي بعدها من مراحل مثل التقييم والتقييم أو النقد؛ لأن تلك المراحل تبنى على القراءة الجيدة. وتنعكس القراءة الجيدة أيضاً على قدرة الطالب على التمييز بين الأخبار والآراء والتي جاءت في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي 2.75 ووزن نسبي 91٪، وأيضاً من تأثيرات القراءة الجيدة تحديد نقاط القوة والضعف في مضمون الرسالة الإعلامية، وتحديد جوانبها الداخلية، والتي جاءت في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي 2.68 ووزن نسبي 92٪.

ويرى الباحث أن امتلاك الفرد أو الطالب لمهارة التحليل يجعله يتعرف على أجزاء الرسالة الإعلامية وجوانبها الداخلية، فيتوقف على التعامل مع الرسالة الإعلامية ككيان كلي، وبذلك يتمكن من تقدير قيمتها وفهمها بشكل سليم، بالإضافة إلى الاستفادة من المعارف والخبرات السابقة للتنبؤ بالنتائج، وتفسير الرسالة باستخدام مفاهيم منها الغرض، الجمهور، وجهة النظر، كما تستطيع القراءة الجيدة أن تساعد الطالب على التمييز بين الخيال والواقع والتي جاءت في الترتيب الأخير بمتوسط حسابي 2.45 ووزن نسبي 85٪.

تتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه نتائج دراسة أشجان الشديقات وخلود الخصاونة (2012) إلى أن التربية الإعلامية قد تساعد على امتلاك المهارات والقدرات التحليلية⁽⁵⁶⁾.

ثالثاً: المهارات النقدية:

حددت عينة النخبة عدداً من المهارات النقدية التي يمكن للتربية الإعلامية أن تتميها في حال تطبيقها على طلبة المدارس الإعدادية، حيث جاءت النتائج على النحو التالي: جاءت عبارة "ينقد الرسالة الإعلامية نقداً إيجابياً" في الترتيب الأول بمتوسط حسابي 2.8 ووزن نسبي 94٪، وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة " يناقش ويتحاور حول مضمون الرسالة الإعلامية" بمتوسط حسابي 2.75 ووزن نسبي 90٪، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة "تحديد ردود فعل الجمهور المستهدف من الرسالة الإعلامية" بمتوسط حسابي

2.71 ووزن نسبي 88%، وفي الترتيب الرابع جاءت عبارة "تحديد الجمهور المستهدف من الرسالة" بمتوسط حسابي 2.37 ووزن نسبي 85%.

ويرى الباحث أنه من خلال هذه المهارة يستطيع الطالب أن يصدر حكمه عليه وتقييمها من خلال مقارنتها بالبناء المعرفي وهو يعتمد على التفكير الناقد.

كما لاحظ الباحث من خلال تحليل الجدول السابق تفوق مهارتي التقييم والتقييم على مهارة الاستنتاج؛ لأن مهارتي التقييم والتقييم مرتبطتين معاً، فبعد أن يقوم الطالب بتحليل الرسالة الإعلامية ونقدها وترتبط مهارة التقييم بالتقييم، فبعد تحليل الرسالة الإعلامية ونقدها يكون في مقدور الفرد أن يصدر حكماً على الرسالة، بناءً على خلفيته المعرفية والدينية والثقافية، وتجاربه الحياتية، ويستطيع في مرحلة نقد الرسائل الإعلامية تقييم الرسالة فنياً وموضوعياً وتحديد مدى صدق الرسالة وجودتها وصلتها بالموضوع.

كما أن عملية تقييم وتقييم الرسالة الإعلامية تُحتم أن يكون لدى المتلقي معايير ثابتة يمكن من خلالها الحكم على ما يستقبله من رسائل بعد تحليلها إلى مكوناتها الأساسية، ومن الطبيعي أن قدرة الفرد على التقييم السليم ترتبط بشكل وثيق بوجود معايير على جودتها وثباتها.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة (Monica Chahal 2013)، حيث أوضحت في دراستها أهمية التفكير الناقد كمهارة من المهارات التي تكسبها التربية الإعلامية للفرد، والتي تمكنه من التعرف على تكتيكات وسائل الإعلام الجديد والتقليدي، وتقديم ما يتعرض له من رسائل، وعدم إغلاق ذهنه على وجهة نظر واحدة، وسؤال نفسه باستمرار عن الهدف من الرسالة المقدمة⁽⁵⁷⁾.

7- معوقات تطبيق التربية الإعلامية داخل المدارس:

جدول رقم (8)

معوقات تطبيق التربية الإعلامية بمدارس المرحلة الإعدادية

الوزن النسبي	المتوسط	لا توجد		إلى حد ما		بدرجة كبيرة		المشكلات	٢
		%	ك	%	ك	%	ك		
96	2.91	0.8	1	6.6	10	92.6	139	قصور في فهم التربية الإعلامية من قبل بعض القائمين على المدرسة	1
91	2.88	0.8	1	9.9	15	89.3	134	الميزانية المخصصة لأنشطة التربية الإعلامية في المدرسة غير كافية	2
90	2.80	11.3	17	22.1	33	66.6	100	لا توجد في الوزارة برامج خاصة بالتربية الإعلامية	3
87	2.79	7.3	11	11.4	17	81.3	122	المصادر والمراجع حول التربية الإعلامية في المدرسة قليلة	4
85	2.70	3.3	5	9.9	15	86.6	130	ضعف التنمية المهنية للقائمين على التربية الإعلامية داخل المدرسة	5
90	2.75	2.6	4	18.1	27	79.3	119	المحاضرات والندوات حول كيفية التعامل مع وسائل الإعلام قليلة	6
88	2.84	3.3	5	13.4	20	83.3	125	يوجد ضعف في الدعم المعنوي المقدم من إدارة المدرسة للقائمين على الأنشطة الإعلامية	7
85	2.65	3.3	5	20.1	25	76.6	115	يوجد نقص في التجهيزات التقنية الاتصالية داخل المدرسة	8
80	2.80	3.3	5	16.6	25	80	120	مهام أخصائي الإعلام التربوي لا تتعلق بدوره بالمدرسة	9
85	2.77	2	3	8	12	90	135	الأنشطة المتاحة تقليدية ولا تشجع على الابتكار	10
90	2.80	5.4	8	12.6	19	82	123	عدم توزيع الطلاب على الأنشطة التي تتناسب مع قدراتهم ومواهبهم	11
84	2.60	4.7	7	15.3	23	80	120	عدم تخصيص وقت أو مكان للممارسة الأنشطة الإعلامية	12
80	2.55	7.4	11	19.3	29	73.3	110	عدم وجود معايير محددة لتقييم الأنشطة الخاصة بالطلاب	13
75	2.75	8	12	20	30	72	108	عدم ربط المنهج بالمهام الدراسية والأنشطة التي تعبر عن إبداع الطلاب وتعمق فهمهم للمناهج	14

أكدت نتائج الجدول السابق ما ذكره الباحث في الإطار النظري، وأيضًا ما جاءت به نتائج الدراسة الاستطلاعية التي استعرضها الباحث في مشكلة البحث، فجاءت النتائج على النحو التالي:

- من أهم المعوقات التي تحول دون تطبيق التربية الإعلامية في المدارس قصور في فهم التربية الإعلامية من قبل بعض القائمين على إدارة المدرسة بمتوسط حسابي 2.91

وبوزن نسبي 96%، يليها الميزانية المخصصة لأنشطة التربية الإعلامية غير كاف بمتوسط حسابي 2.88 وبوزن نسبي 91، ويرى الباحث أن ضعف الميزانية المخصصة لأنشطة التربية الإعلامية ينعكس بطبيعة الحال على مستوى إنتاج المادة الإعلامية في المدارس، لأنه من المعلوم والواضح أن ضعف الميزانية ينعكس بشكل سلبي على جودة الإنتاج من عدمه.

- وفي الترتيب الثالث جاءت لا توجد في الوزارة برامج خاصة بالتربية الإعلامية بمتوسط حسابي 2.8 وبوزن نسبي 90%، ويليه في نفس الترتيب عدم توزيع الطلاب على الأنشطة الإعلامية التي تتناسب وقدراتهم ومواهبهم؛ ليؤكد الباحث بهذه النتيجة على ما يحدث داخل أروقة المدارس بشأن التربية الإعلامية دون أساس ودون مرجعية يستند عليها في حالة الرغبة في المعرفة.
- وفي الترتيب الرابع ضعف في الدعم المعنوي المقدم من إدارة المدرسة للقائمين على الأنشطة الإعلامية.

مما سبق يتضح للباحث ما يلي:

- الكثير من معوقات تطبيق التربية الإعلامية في المدرسة الإعدادية يرجع في الأساس إلى الجانب البشري والمتمثل في أخصائي الإعلام التربوي، وموجهي الإعلام التربوي في الإدارات التعليمية، وكذلك القائمين على إدارة المدرسة، لذا يوصي الباحث بعقد العديد من الدورات التدريبية وورش العمل لأخصائي الإعلام التربوي، وكذلك موجهي الإعلام التربوي لدى الإدارات التعليمية؛ وذلك بهدف بناء الإنسان لكي يكون قادرًا على مواجهة التحديات التي تطل علينا بين الحين والآخر.
- أخصائي الإعلام التربوي في حاجة شديدة لمعرفة أهم التحديات التي تواجه مهنته وخطورتها؛ لأنه من المعلوم أن عدم وعي أخصائي الإعلام التربوي يترتب عليه ضعف عام في جميع مؤسسات الدولة.

الرؤى المستقبلية التي تسهم في فعالية قيام أخصائي الإعلام التربوي بدوره في تطبيق التربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الإعدادية:

اقترحت عينة البحث مجموعة من المقترحات لوضع الرؤى المستقبلية لتمكين أخصائي الإعلام التربوي من تطبيق مفهوم التربية الإعلامية لدى الطلاب، وجاءت النتائج في المحاور التالية:

8- الرؤى المستقبلية لدور أخصائي الإعلام التربوي في تطبيق التربية الإعلامية:

جدول رقم (9)

يوضح الرؤى المستقبلية لدور أخصائي الإعلام التربوي في تطبيق التربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الإعدادية

م	الرؤى والحلول	درجة كبيرة		درجة متوسطة		درجة ضعيفة		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
		%	ك	%	ك	%	ك		
1	توفير ميزانية كافية لتمويل أنشطة التربية الإعلامية	96	145	2.6	4	0.7	1	2.91	96
2	توزيع الأنشطة على الطلاب بما يتفق مع قدراتهم ومواهبهم	90	135	8.6	13	1.4	2	2.88	94.2
3	يجب تخصيص حصتين أسبوعياً لممارسة أنشطة التربية الإعلامية	66.6	100	26.6	40	12.8	10	2.30	92.1
4	منح أخصائي الإعلام التربوي صلاحيات تساعد في تنمية التفكير الناقد لدى الطلاب	87.3	130	10	15	3.4	5	2.85	89.6
5	تنظيم لقاءات مفتوحة بين أخصائي الإعلام التربوي فيما بينهم	81.3	122	16.6	25	2.1	3	2.77	88.5
6	توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة وربطها بالممارسات اليومية التي يقوم بها أخصائي الإعلام التربوي	89.3	134	10	15	0.7	1	2.84	90.3
7	عقد دورات تدريبية لتأهيل أخصائي الإعلام التربوي في نشر وتطبيق التربية الإعلامية	87.3	130	12	18	1.4	2	2.74	92.2
8	ربط المهارات الدراسية والمنهجية بأنشطة التربية الإعلامية	80.1	120	13.3	20	6.6	10	2.65	86.1
9	تشجيع أخصائي الإعلام التربوي وتحفيزه فيما يقوم به من أعمال في خدمة مجال التربية الإعلامية	83.3	125	13.3	20	3.4	5	2.70	89.1
10	استبدال الخطط السنوية التقليدية والكلاسيكية في الأنشطة الإعلامية بخطط تتفق مع أنشطة التربية الإعلامية الحديثة	76.6	115	20	30	3.4	5	2.75	90.4

أوضحت نتائج الجدول السابق ما يلي:

جاءت المقترحات والرؤى المستقبلية من وجهة نظر عينة البحث لمحور دور أخصائي الإعلام التربوي في نشر وتطبيق مفهوم التربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الإعدادية على النحو التالي:

- جاء اقتراح عينة الدراسة بتوفير ميزانية لتمويل أنشطة التربية الإعلامية بدرجة كبيرة في الترتيب الأول بنسبة 96% ومتوسط حسابي 2.91 ووزن نسبي 96%، لتؤكد عينة الدراسة على أن التمويل عنصر مهم وفاعل في عملية الإنتاج، وبدون التمويل سيصبح الإنتاج هشاً وضعيفاً، وربما يصل إلى دون المستوى، يليها في الترتيب الثاني جاء اقتراح عينة البحث بتوزيع الأنشطة الإعلامية على الطلاب بما يتفق وقدراتهم ورغباتهم واستعدادهم بدرجة كبيرة بنسبة 90% ومتوسط حسابي 2.88 ووزن نسبي 94.2%، لتؤكد أيضاً عينة البحث على حقيقة أنه إذا لم يوجد لدى الطلاب استعداد وموهبة فلا جدوى من النشاط الإعلامي نفسه، وبالتالي كلما وزعت الأعمال على الطلاب بما يتفق وقدراتهم ساعد ذلك في عملية الإبداع وتقديم كل ما لديهم من طاقات؛ لأنه يتفق واستعدادهم وقدراتهم، وفي الترتيب الثالث جاء اقتراح عينة البحث بتوظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عملية الإنتاج بنسبة كبيرة بنسبة 89.3% ومتوسط حسابي 2.84 ووزن نسبي 90.3%، ويرى الباحث أن فطرة الطالب في هذه المرحلة على توظيف التكنولوجيا الحديثة في عملية الإنتاج يعكس قدرة الطالب على تقديم الجديد في الإنتاج الإعلامي الذي يخدم البيئة المدرسية والمجتمع المحيط بالمدرسة أيضاً.
- وفي الترتيب الرابع جاء اقتراح عينة البحث لكل من إعطاء أخصائي الإعلام التربوي كل الصلاحيات لتساعده في عملية التفكير الناقد، وعقد دورات تدريبية بدورها تساعد في عملية نشر مفهوم التربية الإعلامية لدى المستهدفين، جاء كلا الاقتراحين بنسبة 87.3% وبمتوسط حسابي 2.74، 2.85 على التوالي لكل منهما.
- وفي الترتيب الأخير جاء اقتراح عينة البحث بتخصيص حصتين أسبوعياً لممارسة الأنشطة الإعلامية بنسبة 66.6% ومتوسط حسابي 2.30 ووزن نسبي 92.1%.

9- الرؤى والحلول المستقبلية فيما يتعلق بالطلاب:

جدول رقم (10)

يوضح الرؤى المستقبلية فيما يتعلق بطلاب المرحلة الإعدادية والتربية الإعلامية

م	الرؤى والحلول	درجة كبيرة		درجة متوسطة		درجة ضعيفة		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
		%	ك	%	ك	%	ك		
1	تشجيع الطلاب واستثارة قدراتهم ومواهبهم	93.3	140	6	9	0.7	1	2.85	95
2	عقد حوارات للطلاب لمناقشة آرائهم بهدف تعديل بعض المفاهيم الخاطئة لديهم	88.6	133	10	15	1.4	2	2.80	92.2
3	تحفيز وتشجيع الطلاب على استخدام الأسلوب العلمي في التفكير	76.6	115	20	30	3.4	5	2.45	90.1
4	عمل لقاءات بين أخصائي الإعلام التربوي والطلاب لنشر ثقافة التربية الإعلامية	90	135	8.6	13	1.4	2	2.75	88.9
5	إقامة معارض من إنتاج الطلاب في شتى المجالات الإعلامية	86.6	130	10	25	3.4	5	2.77	90.1
6	تشجيع الطلاب على استخدام التكنولوجيا الحديثة في إنتاج بعض الأعمال الإعلامية	83.3	125	13.3	20	3.4	5	2.77	88.5
7	تدريب الطلاب على إنتاج مواد إعلامية تخدم البيئة المحيطة والمجتمع المدرسي باستخدام التكنولوجيا الحديثة في الاتصال	86.6	130	12.7	19	0.7	1	2.88	90.3
8	إنشاء مواقع إلكترونية للمدرسة من أجل تفاعل الطلاب معها بهدف إنتاج بعض الأنشطة الطلابية	83.3	125	13.3	20	3.4	5	2.74	88.3
9	تدريب الطلاب على مهارات الاستماع والإنصات الجيد سواء عند القراءة أو الاستماع	90	135	9.3	14	0.7	1	2.80	88.5
10	تدريب الطلاب على مهارة تقبل الحوار والمناقشة الهادفة بعيداً عن التعصب	83.3	125	15.3	23	1.4	2	2.66	87.6

من خلال قراءة الجدول السابق يمكن استخلاص أهم النتائج فيما يتعلق بمقترحات ورؤى عينة البحث بما يتعلق بالطلاب فيما يلي:

- جاء مقترح عينة البحث بتشجيع الطلاب واستثارة قدراتهم ومواهبهم بدرجة كبيرة بنسبة 93.3% ومتوسط حسابي 2.85 ووزن نسبي 95%. وفي الترتيب الثاني جاء مقترح عينة البحث بعمل لقاءات بين أخصائي الإعلام التربوي والطلاب لنشر مفهوم التربية الإعلامية بدرجة كبيرة بلغت نسبتها 90% ومتوسط حسابي 2.77 ووزن نسبي 88.9%، وفي الترتيب الثالث جاء مقترح عينة البحث بعقد حوارات للطلاب لمناقشة آرائهم بهدف تعديل بعض المفاهيم الخاصة لديهم بدرجة كبيرة بلغت نسبتهم 88.6% ومتوسط حسابي 2.8 ووزن نسبي 92.2%.
- كما اقترحت 86.6% من عينة البحث إقامة معارض من إنتاج الطلاب في شتى المجالات الإعلامية، وتدريب الطلاب على إنتاج مواد إعلامية تخدم البيئة المحيطة والمجتمع المدرسي باستخدام التكنولوجيا الحديثة في الاتصال.
- وجاء في مقترح عينة الدراسة كل من تشجيع الطلاب على استخدام التكنولوجيا الحديثة في إنتاج بعض الأعمال الإعلامية، وإنشاء مواقع إلكترونية للمدرسة من أجل تفاعل الطلاب معها بهدف إنتاج بعض الأنشطة الطلابية، وتدريب الطلاب على مهارة تقبل الحوار والمناقشة الهادفة بعيداً عن التعصب بدرجة كبيرة بلغت نسبتها لكل منهم 83.3% ومتوسط حسابي 2.77، 2.74، 2.66 على التوالي لكل منها، ووزن نسبي 88.5، 88.3، 88.55 لكل منهم على التوالي.

جدول رقم (11)

يوضح الرؤى المستقبلية فيما يتعلق بتقويم أنشطة التربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الإعدادية

م	الرؤى والحلول	درجة كبيرة		درجة متوسطة		درجة ضعيفة		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
		ك	%	ك	%	ك	%		
1	عقد مسابقات وتشجيع الطلاب على المنافسة داخل وخارج المدرسة	135	90	13	8.6	2	1.4	2.85	93
2	عمل زيارات ميدانية مستمرة من قبل أخصائي الإعلام التربوي لتقييم الإنتاج الطلابي	130	86.6	15	10	5	3.4	2.80	92.2
3	توزيع الأنشطة على الطلاب بما يتفق وقدراتهم وميولهم ومواهبهم	129	86	18	12	3	2	2.75	90.3
4	عمل جدول زمني لتابعة إنتاج أنشطة التربية الإعلامية داخل المدرسة وخارجها	122	81.3	25	16.7	3	2	2.70	85.3
5	إقامة معارض مستمرة لنشر آخر الأعمال التي يقوم بإنتاجها الطلاب في مجال الأنشطة الإعلامية	120	80	25	16.6	5	3.4	2.65	84.1
6	التحفيز والتشجيع من خلال رصد مكافآت مالية ومعنوية للذين يشاركون بفاعلية في إنتاج الأنشطة الإعلامية	118	78.6	30	20	2	1.4	2.60	81.2

فيما يتعلق بمحور تقويم أنشطة التربية الإعلامية فقد أوضحت العينة مجموعة من الرؤى تتمثل فيما يلي:

- جاء اقتراح عقد مسابقات وتشجيع الطلاب على المنافسة داخل وخارج المدرسة في مقدمة اقتراحات ورؤى العينة بدرجة كبيرة بلغت نسبتها 90%، يليه اقتراح عمل زيارات ميدانية مستمرة من قبل أخصائي الإعلام التربوي لتقييم الإنتاج الطلابي بدرجة كبيرة بلغت نسبتها 86.6%، يليه توزيع الأنشطة على الطلاب بما يتفق وقدراتهم وميولهم ومواهبهم بدرجة كبيرة بلغت نسبتها 86% من إجمالي حجم العينة.
- جاءت اقتراحات بدرجة كبيرة لكل من عمل جدول زمني لمتابعة إنتاج أنشطة التربية الإعلامية داخل المدرسة وخارجها بنسبة 81.3%، وإقامة معارض مستمرة لنشر آخر الأعمال التي يقوم بإنتاجها الطلاب في مجال الأنشطة الإعلامية بنسبة 80%، التحفيز والتشجيع من خلال رصد مكافآت مالية ومعنوية للذين يشاركون بفاعلية في إنتاج الأنشطة الإعلامية بنسبة 78.6% من الإجمالي العام لعينة الدراسة.

ثانياً: نتائج اختبار الفروض:

الفرض الأول: توجد فروق دالة إحصائية بين أفراد العينة (الأكاديميين والممارسين) في درجات تقديرهم لواقع مهام أخصائي الإعلام التربوي.

جدول (12)

اختبار (ت) لدلالة الفروق بين الأكاديميين والممارسين في درجات تقديرهم لواقع مهام أخصائي

الإعلام التربوي

المجموعات	عدد المبحوثين	المتوسط	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة ت	مستوى المعنوية
الأكاديميين	65	1.6707	0.48306	148	2.915	0.005
الممارسين	85	1.8809	0.28091			

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائية بين الأكاديميين والممارسين في درجات تقديرهم لواقع مهام أخصائي الإعلام التربوي، حيث جاءت قيمة ت (2.915) عند مستوى دلالة 0,001 لصالح الممارسين وبذلك تثبت صحة الفرض الأول.

ويرى الباحث أن هذه الفروق ربما تكون منطقية، كما تعكس هذه النتيجة حقيقة أن الممارسين ربما يكونون أكثر تقديرًا لذاتهم، حيث بلغ متوسط تقديرهم لذاتهم 1.8809 فهم يقدرون ذاتهم والمهام التي يقومون بها مهما كانت الظروف والمعوقات التي تحيط بهم.
الفرض الثاني:

توجد علاقة ارتباطية بين إدراك عينة البحث لل صعوبات التي تواجه أخصائي الإعلام التربوي وتقييمهم للدور المتوقع منه في نشر وتطبيق مفهوم التربية الإعلامية لدى الطلاب.

جدول رقم (13)

يوضح العلاقة بين إدراك عينة الدراسة لل صعوبات التي تواجه أخصائي الإعلام التربوي وتقييمهم للدور المتوقع منه في تطبيق التربية الإعلامية

الارتباط	قيمة معامل بيرسون	مستوى الدلالة
بيرسون	0.321	0.029

وللتحقق من صحة الفرض الثاني قام الباحث باستخدام معامل بيرسون، وجاءت النتائج لتؤكد عدم صحة الفرض الثاني في وجود علاقة ارتباطية دالة بين إدراك العينة لل صعوبات التي يتعرض لها أخصائي الإعلام التربوي وتقييمهم للدور المتوقع منه في نشر وتطبيق التربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الإعدادية، حيث جاءت قيمة معامل بيرسون 0.321 وهي قيمة غير دالة عند مستوى معنوية 0.05 وبذلك ثبت عدم صحة الفرض الثاني للبحث.

تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه سهير صالح في دراستها، حيث أثبتت أنه لا توجد علاقة عكسية دالة بين تطبيق التربية الإعلامية في المجتمع المصري واتجاهات المبحوثين نحو الاستخدام الإيجابي لوسائل الإعلام⁽⁵⁸⁾.

كما يرى الباحث أن هذه النتيجة تتفق مع ما أثبتته الفرض الأول بالبحث أنه رغم الصعوبات التي تواجه أخصائي الإعلام التربوي، فهذا لا يقلل من تقدير دوره الحالي أو المتوقع.

الفرض الثالث:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراك العينة للمعوقات التي يواجهها أخصائي الإعلام التربوي في تطبيق مفهوم التربية الإعلامية وفقاً لمتغيرات (الخبرة- التخصص- النوع).

وللتحقق من صحة هذا الفرض وقياس الفروق بين المجموعات فيما يتعلق بالمتغيرات المراد قياسها تم استخدام اختبار T-Test وتحليل التباين ANOVA، وجاءت النتائج كما يعرضها الجدول التالي:

جدول (14)

يوضح دلالة الفروق بين عينة البحث من الممارسين والأكاديميين في إدراك المعوقات التي

تواجه أخصائي الإعلام التربوي

نتائج الاختبار							الاختبار	المتغيرات
مستوى المعنوية	قيمة ت	درجات الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط	عدد المبحوثين	المجموعات		
0.364	1.148	148	0.63541	2.7543	35	ذكور	T TEST	النوع وإدراك المعوقات
			0.59214	2.8762	511	إناث		
0.000	0.858	148	0.45347	2.9532	112	حكومي	T TEST	طبيعة العمل
			0.84047	2.3463	38	خاص		
0.514	0.946	قيمة F	متوسط المجموعات	مجموع المربعات	درجات الحرية	مصادر التباين	تحليل التباين	سنوات الخبرة وإدراك المعوقات
			0.354	0.834	3	بين المجموعات		
			0.353	30.347	146	داخل المجموعات		
				31.181	149	الإجمالي		
0.000	5.278	148	0.36954	2.8432	62	أكاديميين	T قيمة TEST	الوظيفة وإدراك المعوقات
			0.64339	2.62391	88	ممارسين		

أوضحت نتائج الجدول السابق ما يلي:

- اتضح من بيانات الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ذكور

وإناث العينة في إدراكهم للمعوقات التي تعوق أخصائي الإعلام التربوي أثناء تطبيق مفهوم التربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الإعدادية، بالتالي لم يثبت صحة الفرض فيما يتعلق بمتغير النوع.

ويرى الباحث أن هذه النتيجة تؤكد على أنه ليس هناك فروق جوهرية بين الذكور والإناث بشأن المعوقات التي تعوق تطبيق التربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الإعدادية، وتؤكد على أن كلا الجنسين يدركون تلك المعوقات، ولا يوجد اختلاف بينهما في إدراكهم لتلك المعوقات.

تتفق هذه النتيجة مع الدراسة التي قام بها صابر الجيدوري (2014) والذي أوضح فيها عدم وجود فروق بين الجنسين (ذكور وإناث العينة) بشأن المعوقات التي تعوق أخصائي الإعلام التربوي والتفكير الناقد⁽⁵⁹⁾.

- كما اتضح أيضاً من خلال قراءة الجدول السابق وبحساب قيمة (ت) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئتي عينة البحث في إدراك الصعوبات التي تواجه أخصائي الإعلام التربوي عند مستوى معنوية (0.001) ودرجة حرية (148)، وذلك لصالح الذين يعملون في القطاع الحكومي سواء كان مكان العمل داخل مدرسة أو جامعة.

ويرى الباحث أن هذه النتيجة ربما تكون منطقية أيضاً بعض الشيء والسبب في ذلك يرجع إلى أن البيئة التعليمية سواء في المدرسة أو الجامعة الحكومية ربما يحتاج إلى أكثر من ذلك إتقاناً وتنظيماً واستعداداً، فالسبب الذي أدى إلى ضعف مستوى البيئة التعليمية يعود إلى ضعف الإمكانيات المادية والبشرية ونقص الكوادر البشرية المؤهلة والمتخصصة في عملية التطبيق ذاتها، الأمر الذي يجعل أخصائي الإعلام التربوي لديه من العراقيل والصعوبات التي تحول بينه وبين تطبيق التربية الإعلامية داخل المؤسسات التعليمية الكثير والكثير أيضاً.

- اتضح أيضاً من خلال قراءة الجدول، وبحساب الفروق بين مجموعات العينة وفقاً لسنوات الخبرة في متوسط درجات إدراكهم للصعوبات التي تواجه أخصائي الإعلام التربوي، تم استخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه، ولم تسفر النتائج عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات العينة وفقاً لمتغير سنوات الخبرة لإدراك تلك الصعوبات التي تواجه أخصائي الإعلام التربوي، حيث جاءت قيمة (ف = 0.946).

ويرى الباحث أنه يمكن تفسير هذه النتيجة بأن عينة البحث سواء كانت عدد سنوات خبراتهم قليلة أو متوسطة أو كبيرة فإن لديهم الوعي المتقارب بالصعوبات التي يواجهها النظام التعليمي بشكل عام، بما ينعكس على وجود معوقات أمام أخصائي الإعلام التربوي.

- اتضح من بيانات الجدول أيضاً، وللتأكد من تأثير متغير نوع الوظيفة (ممارسين- أكاديميين) على إدراك العينة للمعوقات التي تواجه أخصائي الإعلام التربوي؛ تم إجراء اختبار T-Test، وأظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية بين الأكاديميين والممارسين (من أساتذة الإعلام والتربية والإعلام التربوي)، والممارسين (من أخصائي إعلام تربوي- موجهي الإعلام التربوي)، حيث بلغت قيمة (ت=5.278) عند مستوى معنوية (0.001) ودرجة حرية (148).

ويرى الباحث أنه يمكن تفسير هذه النتيجة بأن الأكاديميين ربما ينظرون إلى المعوقات التي تواجه أخصائي الإعلام التربوي بشكل نظري، في حين ينظر الممارسون إلى تلك الصعوبات بشيء من الواقعية؛ لأنهم يعيشون الحالة ويتعرضون لتلك المشكلات بالفعل، لذا انعكس ذلك على إدراك الممارسين لتلك المعوقات التي تحول دون تطبيق التربية الإعلامية من قبل أخصائي الإعلام التربوي.

ومن خلال ما سبق يمكن القول بأن الفرض الثالث تحقق جزئياً، حيث ثبتت صحته فيما يتعلق بمتغيرات نوع الوظيفة وطبيعة العمل، في حين لم يتحقق الفرض بالنسبة لمتغيرات النوع وسنوات الخبرة.

الفرض الرابع: توجد فروق دالة إحصائية بين الرؤى والمقترحات من جانب كل من الأكاديميين والممارسين لتفعيل دور أخصائي الإعلام التربوي في تطبيق مفهوم التربية الإعلامية لدى الطلاب:

جدول رقم (15)

يوضح اختبار T-Test دلالة الفروق بين الأكاديميين والممارسين في محاور الرؤى والحلول المستقبلية لتطبيق أخصائي الإعلام التربوي لمفهوم التربية الإعلامية

الرؤى والحلول	المجموعات	المتوسط	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة ت	مستوى المعنوية
الإدارة	الأكاديميين	2.9288	2.9088	148	1.523	0.172
	الممارسين	2.7982	2.7321			
الطلاب	الأكاديميين	2.9853	2.9423	148	2.6521	0.049
	الممارسين	2.8654	2.8864			
تقييم الأنشطة	الأكاديميين	2.9078	2.9077	148	1.795	0.117
	الممارسين	2.8251	2.8462			

أوضحت نتائج الجدول السابق ما يلي:

- عدم وجود فروق دالة إحصائية بين رؤى الأكاديميين والممارسين بالمحاور التي تتعلق بكل من أخصائي الإعلام التربوي والإدارة وتقييم الأنشطة الإعلامية، في حين وجدت فروق دالة إحصائية بين فئتي العينة من الأكاديميين والممارسين في الرؤى المتعلقة بالطلاب، حيث جاءت قيمة (ت = 2.651)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية (148)، وبذلك ثبت صحة الفرض الرابع جزئياً.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن إدراك واقع الطلاب ومشكلاتهم من الطبيعي أن تكون أعلى لدى الممارسين؛ باعتبارهم أكثر احتكاكاً بهم، والأكثر دراية بطبيعتهم وقدراتهم ومشكلاتهم، وطرق تحقيق رغباتهم بدرجة تفوق الأكاديميين.

تتفق هذه النتيجة مع ما توصل إليه (Mun-Young and Hyang (2015) ⁽⁶⁰⁾ حيث ركّز في دراسته على المعلم كوسيلة فعالة في نشر وتطبيق التربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الإعدادية، وذلك من خلال العلاقة القائمة بينهما داخل المدرسة.

التوصيات:

بناءً على نتائج الدراسة الميدانية التي أجراها الباحث على عينة قوامها (150) من الممارسين (أخصائي الإعلام التربوي- موجهي الإعلام التربوي بمديرية التربية والتعليم بمحافظة الدقهلية)، والأكاديميين (من أساتذة أقسام الإعلام- الإعلام التربوي- والتربية)، توصي الدراسة بما يلي:

- 1- تخصيص ميزانية كافية لأخصائي الإعلام التربوي تساعده في ممارسة الأنشطة وإنتاجها؛ بما تؤهله لتنمية التفكير الناقد والإبداعي لدى الطلاب في مراحل تعليمهم المختلفة.
- 2- تضافر جميع جهود القائمين بالعملية التعليمية داخل المدارس الحكومية والخاصة على تفعيل وتطبيق التربية الإعلامية داخل المدارس سواء فيما يتعلق بالأنشطة اللاصفية أو المناهج الدراسية.
- 3- تنمية قدرات أخصائي الإعلام التربوي لمساعدته في اكتشاف المواهب الطلابية في مجال الإعلام التربوي.
- 4- تشجيع الطلاب من خلال عمل أخصائي الإعلام التربوي على إنتاج مضامين إعلامية تستهدف التوعية والإرشاد والتوجيه، من خلال عمل بعض الإصدارات الإعلامية من صحافة وإذاعة وتلفزيون في مجال التوعية.
- 5- تدريب الطلاب على مهارات البحث العلمي والبحث عن المعلومات من مصادرها الأصلية.
- 6- دعم مبادرة لدعم التربية الإعلامية، وذلك من خلال برنامج يهدف إلى خلق مشاهدين يتمتعون بمهارة التفكير الناقد، يتمثل في التعاون بين مقدمي البرامج ومعلمي التربية الإعلامية في تحليل ونقد الجوانب والآثار الأخلاقية والاجتماعية للأعمال التلفزيونية.
- 7- تشجيع الطلاب على إنتاج مشروعات إعلامية، وقيام أخصائي الإعلام التربوي بتدريب الطلاب على تحليل عناصر التربية الإعلامية من خلال تعريضهم للوسائل الإعلامية.
- 8- التعاون بين الممارسين والأكاديميين؛ من أجل تعليم الأطفال ممارسات تنصب على التفكير الناقد والاختيار الجيد للبرامج.

- 9- يجب أن يتسع مفهوم التربية الإعلامية بحيث لم يعد قاصراً على الصحافة والإذاعة والتلفزيون فقط؛ وإنما يمتد إلى بقية وسائل الإعلام الجديد، ضمناً لنجاح الفرد في حياته الدراسية والعملية.
- 10- ضرورة الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات والاتصال بالمدارس وتوفير الأخصائي المؤهل لاستخدامها، والحرص على التدريب المستمر على استخدام تقنيات المعلومات استخداماً مسئولاً في التعامل مع القضايا الإعلامية وتحليل المحتوى الإعلامي ونقده ونشره.
- 11- استخدام برامج للتربية الإعلامية لتحسين الأطفال ضد التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام، وتدريبهم على التمييز بين المادة الإخبارية والإعلانية.
- 12- إيجاد طرق فاعلة للممارسات النقدية للتربية الإعلامية، وذلك من خلال تسهيل تكوين العلاقات بين الطلاب وبعضهم مهما تباعدت المسافات.
- 13- توجيه برامج التربية الإعلامية للآباء لإكسابهم سلوكاً واعياً بشأن التعامل مع وسائل الإعلام من جهة، وإقناعهم بأهمية قيامهم بدر الوسيط من جهة أخرى.
- 14- تفعيل دور المؤسسات الاجتماعية (الأسرة- المؤسسة الدينية) لتنمية استراتيجية متكاملة لتطبيق التربية الإعلامية؛ فتقوم الأسرة بدورها في تشجيع الأبناء على التعرض الإيجابي للنشاط للمواد الإعلامية، وتمارس دورها في دعم التعامل النقدي للمواد المشاهدة، وتقوم المؤسسة الدينية بدعم المضمون الجيد وحث الشباب على تجنب المواد الإعلامية غير المسؤولة.
- 15- دعم أقسام الإعلام التربوي في كليات التربية النوعية؛ باعتبارها أجدر الأقسام العلمية على تدريس وتطبيق التربية الإعلامية، مع ربطها بقضايا مجتمعية للكشف عن السلوكيات الخاطئة مع وسائل الإعلام.

المراجع:

- 1- Share, j (2013) Media Literacy is Elementary: Teaching Youth to Crucially Read and Create Media. New York: Peter Lang
- 2- James Brown, (2001). Media Literacy and Critical Television Viewing in Education, Handbook of Children and the Media, eds. D. Singer and G. Singer (Thousand Oaks, CA: Sage Publications)
- 3- صالح الشمري (2018). التربية الإعلامية وطرق تضمينها في الإطار العام للمناهج في المؤسسات التعليمية في دولة الكويت، رسالة دكتوراه (جامعة القاهرة: كلية الإعلام).
- 4- حنان سليمان العجايي (2018). دور التربية الإعلامية في تدعيم القيم الاتصالية، ط1 (المملكة العربية السعودية: الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية).
- 5- سماح محمد الدسوقي (2008). التربية الإعلامية بمرحلة التعليم الأساسي في جمهورية مصر. العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: معهد الدراسات والبحوث التربوية).
- 6- ندوة التربية الإعلامية للشباب أشبيلية (٢٠٠٢). توصيات موجهة إلى منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو)، إسبانيا.
- 7- محمد عبد الحميد (2017). التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي، (القاهرة: عالم الكتب).
- 8- هناء محمد سعيد العمودي (٢٠٠٩). واقع مساهمات معلمات الصف الأول الثانوي في التربية الإعلامية من وجهة نظر الطالبات والمشرفات التربويات بمدينة مكة المكرمة، رسالة ماجستير غير منشورة، (المملكة العربية السعودية: جامعة أم القرى، كلية التربية).
- 9- عبد العزيز الشهري (2017). واقع تفعيل القيادة المدرسية للتربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة المتوسطة الحكومية بمدينة الرياض، رسالة ماجستير، (جامعة الإمام محمد بن سعود، الرياض) ص 11.
- 10- Silverblatt, zolbin. (2004). International Communication: A media Literacy Approach. New York, M E Sharap.p7
- 11- Fedorov, A. (2008) media education around the world brief history. Acte Didactic a Napochnsia, Russia, Vol, (1) Num (2). PDF File Retrieved: 22/6/2021, Available at: goo.gl/Ohnl5y, p56
- 12- ابتسام الجندي (٢٠٠٩). مفهوم ومبادئ التربية الإعلامية، ورقة عمل مقدمة للدورة التدريبية الأولى، عن مشروع نشر. وتعليم مبادئ ومهارات التربية الإعلامية للعاملين 2008، اليونسكو، اللجنة الوطنية للتربية والدارسين في مجال الإعلام والعلوم والثقافة، القاهرة.
- 13- فاطمة فيصل العتيبي (٢٠٠٧). الإعلام والتعليم شركاء في التنمية، دراسة مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية: وعي ومهارة اختيار مارس ٢٠٠٧، الرياض: وزارة التربية والتعليم بالمملكة العربية السعودية بالتعاون مع المنظمة الدولية للتربية الإعلامية، ص 21.
- 14- National Association for Media Literacy Education (NAMLE), (2006) Available at: <http://namle.net/publications/media-literacydefinitions>
- 15- المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية بالرياض (٢٠٠٧) الموقع الإلكتروني للمؤتمر <http://www.meducomf.com>

- 16- هبة الله السمري (٢٠٠٤). الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث تأثيرات الإنترنت على الأطفال، بحث غير منشور، جامعة القاهرة: كلية الإعلام ص 23.
- 17- محمد عبد الحميد (٢٠١٢). التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي، مرجع سابق، ص 118.
- 18- Silverblatt, A. (1995). Media literacy: Key elements to interpreting media messages. Praeger: London, p2-3.
- 19- Master man, L. (1989). Media Awareness Education: Eighteen Basic Principles, University of Nottingham, Retrieved: 4/12/2020, Available at goo.gl/4AOcTe.p59.
- 20- Potter, W. James. (2001). Media Literacy. (2). th ed. thousand oaks London new Delhi, Sage Publications p135.
- 21- Victor C. Strasburger and Barbra J. Wilson. (2002). Children, Adolescents, and the Media. London: Sage Publications, p96.
- 22- Alicelee, Jesuslou and other Adults, (2013), conceptual relationship of information literacy and media literacy knowledge societies, UNESCO, p69.
- 23- Tibor Koltay, (2011), The media and the literacies, media literacy: information literacy, digital (California: sage publications, Available at www.sagepublication.com
- 24- بدر الدين عبد الله الصالح (2007). مدخل دمج تقنية المعلومات في التعليم للتربية الإعلامية، إطار مقترح للتعليم العام السعودي، قُدِّم إلى المؤتمر الدولي للتربية الإعلامية، "وعي ومهارة اختيار"- وزارة التربية والتعليم بالتعاون مع اليونسكو- الرياض.
- 25- Johanna's martin soon, (2009). the role of media literacy in the Governance reform agenda ,Washington Comm. GAP, p13.
- 26- شريف درويش اللبان (٢٠٠٠) تكنولوجيا الاتصال، المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، القاهرة: المكتبة الإعلامية. ص 101-103.
- 27- عبد المهيمن الدير شوي (٢٠٠٩). الغزو الثقافي وتأثيراته التربوية، ورقة بحثية منشورة بموقع المنشاوي للدراسات والبحوث، ملف PDF تمت زيارته 2020/ 12/1، ومتاح على الرابط: goo.gl/D7RohP. ص 7-8.
- 28- عصمت سويدان (٢٠٠٧). تكامل أم تناقض أنا والآخرون في ضوء الثقافة التربوية والثقافة الإعلامية. دراسة مقدمة للمؤتمر الدولي للتربية الإعلامية: وعي ومهارة اختيار مارس ٢٠٠٧، الرياض: وزارة التربية والتعليم بالمملكة العربية السعودية بالتعاون مع المنظمة الدولية للتربية الإعلامية، ص 2.
- 29- عايذة عوض المر (2020). أساليب تطبيق التربية الإعلامية في مدارس التعليم العام من منظور أخصائي الإعلام التربوي، مجلة بحوث الشرق الأوسط، العدد 28، 2020.
- 30- هاني نادي عبد المقصود (2020). إدراك طلاب الجامعة لمفاهيم التربية الإعلامية وعلاقته بمستوى الرقابة الذاتية على المضمون المقدم بوسائل الإعلام التقليدية والجديدة: دراسة ميدانية، مجلة بحوث الاتصال والإعلام، العدد 29، جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام، ص 232-267.

- 31- ماجد بن عبد الله بن محمد (2020). إسهام الأقسام التربوية بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في تفعيل التربية الإعلامية لدى طلاب وطالبات الدراسات العليا في ظل عولمة القيم مجلة العلوم التربوية، العدد 22، المجلد 3 (المملكة العربية السعودية: جامعة الإمام محمد بن سعود).
- 32- فاطمة أحمد القرني (2019). واقع التربية الإعلامية في مؤسسات التعليم العام في المملكة العربية السعودية: محافظة جدة نموذجًا، مجلة العلوم التربوية والنفسية، العدد 12، المجلد 3، (المملكة العربية السعودية، جامعة الملك عبد العزيز، كلية التربية).
- 33- الكاف بنت عبد اللطيف (2019). دور قائدات المدارس في تفعيل مهارات التربية الإعلامية لدى طالبات المرحلة الابتدائية بمحافظة الأحساء، رسالة ماجستير (جامعة الملك فيصل: كلية التربية).
- 34- حسن محمد خليل (2019). دور الإعلام التربوي الحالي والمأمول في تحقيق الأمن الفكري لطلاب المرحلة الثانوية من وجهة نظر مشرفي النشاط الإعلامي، دراسة مقارنة بين عينة من مشرفي النشاط الإعلامي بمدارس التعليم العام في المملكة العربية السعودية وأخرى بجمهورية مصر العربية، مجلة دراسات الطفولة، العدد 70، مجلد 19 (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة).
- 35- صالح عابر صالح الشمري (2018). التربية الإعلامية وطرق تضمينها في الإطار العام للمناهج في المؤسسات التعليمية في دولة الكويت، رسالة دكتوراه (جامعة القاهرة: كلية الإعلام).
- 36- أشجان حامد، خلود الخصاونة (2017). واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها، المجلة التربوية الدولية المتخصصة، العدد 6، مجلد 1، (المملكة العربية السعودية: جامعة حائل، كلية التربية).
- 37- Kasey L Powers (2017). Social Media Use and Media Literacy in Relation to Adolescents' Understanding of the Internet. Ph.D. (United States New York: City University of New York).
- 38- أميرة مصطفى محمود (2020). استخدام أنشطة الإعلام التربوي في توعية تلاميذ المرحلة الابتدائية بمفاهيم الجودة، رسالة دكتوراه (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة).
- 39- حنان محمد إسماعيل (2020). تقييم كفاءة ممارسة مهارات التربية الإعلامية لدى الطلاب بأقسام الإعلام التربوي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 71 (جامعة القاهرة: كلية الإعلام).
- 40- دعاء عبد الله محمد سالم (2019). ممارسة أنشطة الإعلام التربوي وعلاقتها بتنمية مهارات التربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الثانوية، رسالة ماجستير (جامعة المنوفية: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي).
- 41- دعاء عوض محمد طه (2018). تعرض طلاب المرحلة الثانوية لأدوات الإعلام الجديد وتأثيرها على اتجاهاتهم نحو وسائل الإعلام التربوي، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير (جامعة المنيا: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي).
- 42- هناء سيد شعبان عبد الله (2018). تقويم دور أخصائي الإعلام التربوي في ضوء المعايير القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد، رسالة ماجستير (جامعة المنوفية كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي).
- 43- صباح إمام أحمد علي سويلم (2017). العلاقة بين ممارسة طلاب المرحلة الإعدادية لأنشطة الإعلام التربوي وتنمية قدراتهم الإعلامية، رسالة ماجستير، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة).

- 44- عبير عطية حسين إبراهيم غنيم (2017). فعالية برنامج مقترح لتنمية مهارات الصحافة الاستقصائية لدى طلاب الإعلام التربوي: دراسة تجريبية، رسالة ماجستير (جامعة المنصورة: كلية التربية النوعية).
- 45- السيد محمود عثمان أحمد (2017). اتجاهات أخصائي الإعلام التربوي بالمدارس الحكومية نحو تطبيق معايير الجودة في الأنشطة الإعلامية، "دراسة ميدانية"، مجلة دراسات الطفولة بكلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، مجلد20، العدد75، يونيو).
- 46- نهى سامي إبراهيم (2016). فاعلية تطبيق برنامج للتربية الإعلامية من خلال استخدام ألعاب الفيديو في تنمية مهارات النقد والتحليل لدى المراهقين، رسالة دكتوراه (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة).
- 47- صابر جيدوري (2015). دور الإعلام التربوي في تنمية أداء طلاب الثانوية العامة تعليمياً وثقافياً، مجلة جامعة القدس للأبحاث والدراسات، العدد 34، مجلد 2.
- 48- محمد بن إبراهيم العاصم (2007). تأثير الوسيطة الإعلامية على أداء المعلمين من وجهة نظر الطلاب: دراسة ميدانية على طلبة المرحلة الثانوية الحكومية بمحافظة عنيزة.
- 49- هاني نادي عبد المقصود (2020). إدراك طلاب الجامعة لمفاهيم التربية الإعلامية وعلاقته بمستوى الرقابة الذاتية على المضمون المقدم بوسائل الإعلام التقليدية والجديدة: دراسة ميدانية، مرجع سابق، ص 257.
- 50- صالح عابر صالح الشمري (2018). التربية الإعلامية وطرق تضمينها في الإطار العام للمناهج في المؤسسات التعليمية في دولة الكويت، مرجع سابق، ص161.

- 51- Guofang Wan (2006), Integrating media literacy into the curriculum, Academic Exchange, (1), 174- 177
- 52- Silver blatt Art. (2004), Media as social institution, American Behavioral Scientist ,48(2), 35-41

• أسماء السادة المحكمين لاستمارة الاستبانة:

م	اسم المحكم	التخصص	الجامعة
1	أ. د / فؤاد محمد موافي	أستاذ الصحة النفسية	جامعة المنصورة
2	أ. د / عبد العظيم السعيد مصطفى	أستاذ أصول التربية	جامعة المنصورة
3	أ. د / محمد إبراهيم عطوة	أستاذ أصول التربية	جامعة المنصورة
4	أ. د / سامي السعيد النجار	أستاذ الإعلام	جامعة المنصورة
5	أ. د / فانتن الطنباري	أستاذ الإعلام	جامعة عين شمس

- 53- Potter, W. James. (2001). Media Literacy. (2).th ed .thousand oaks London new Delhi,ibid,p172
- 54- Adam Maksl, Seth Ashley, and Stephanie Craft (2014), Measuring News Media Literacy, Ibid, 29-45.

- 55- Joslyn Sarles Young (2011), The Other Side of Media Literacy Education: Possible Selves, Social Capital, and Positive Youth Development Teachers, I bid, 230-237.
- 56- أشجان حامد، خلود الخصاونة (2017). واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها، مرجع سابق، ص 154.
- 57- Monica Chahal (2013), Professional Resource: Dedicative, The National Association for Media Literacy Education's, Journal of Media Literacy Education, Professional Resource, 5 (1, 357– 358
- 58- سهير إبراهيم صالح (2014). دور برامج التربية الإعلامية في تنمية مهارات استخدام الطلاب لوسائل الإعلام: رؤية مستقبلية مقترحة من الخبراء والتربويين، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد 13، مجلد 2، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، ص 88.
- 59- صابر جيدوري (2015). دور الإعلام التربوي في تنمية أداء طلاب الثانوية العامة تعليمياً وثقافياً، مجلة جامعة القدس للأبحاث والدراسات، مرجع سابق، ص 25.
- 60- Mun-Young Chung and Hyang -Sook Kim (2015), College Students' Motivations for Using Podcasts, The National Association for Media Literacy Education's, Journal of Media Literacy Education, 7 (3), 13– 28.

References

- Aabd Allatif, A. (2019). dawr qayidat almadaris fi tafeil maharat altarbiat al'ielamiat ladaa talibat almarhalat alaibtidayiyat bimuhafazat Al-Ahsa, risalat majistir (jamieat Almalik Faisal: kuliyyat Altarbia).
- Abd Alhamid, M. (2017). altarbiat al'ielamiat walwaey bial'ada' Al'ielamii, (Alqahira: Alam Alkutab).
- Abd Almaqsud, H. (2020). 'iidrak tulaab aljamieat limafahim altarbiat al'ielamiat waealaqatih bimustawaa alraqabat aldhaatiat ealaa almadmun almuqadam biwasayil al'ielam altaqlidiat waljadidati: dirasat maydaniatun, majalat buhuth Alaitisal wal'ielami, jamieat Al'ahram Alkanadiati, kuliyyat Al'ielami, 29, 232-267.
- Abdullah, H. (2018). taqwm dawr 'akhisaayiy al'ielam altarbawii fi daw' almaeayir alqawmiat lidaman jawdat altaelim walaetimadi, risalat majistir (jamieat Almunufia kuliyyat Altarbiat alnaweiyati, qism Al'ielam Altarbawii).**
- Adam Maksl, Seth Ashley, and Stephanie Craft (2014), Measuring News Media Literacy, Ibid, 29-45.
- Ahmed, A. (2017). aitijahat 'akhisaayiy al'ielam altarbawii bialmadaris alhukumiyyat nahw tatbiq maeayir aljawdat fi al'anshitat al'ielamiyyati, "dirasat maydaniyyati", majalat dirasat altufulat bikuliyyat aldirasat aleulya liltufulati, jamieat Eayn shamsa, 75(20)).**
- Al-Ajaji, H. (2018). dawr altarbiat al'ielamiyyati fi tadeim alqiam alaitisaliyyati, ta1 (almamlakat Alearabiyyat Alsa'udiyyati: Alrayad, maktabat Almalik Fahd Alwataniyyati).
- Alamudi, H. (2009). waqie musahamat muealimat alsafi al'awal althaanawii fi altarbiat al'ielamiyyati min wijhat nazar altaalibat walmushrifat altarbawiaat bimadinat makat almukaramati, risalat majistir ghayr manshuratin, (almamlakat alearabiyyat Aalsaeudiyyati: jamieat 'Om Alquraa, kuliyyat Altarbia).
- Aldisuqi, S. (2008). altarbiat al'ielamiyyati bimarahalat altaelim al'asasiyyi fi jumhuriyyat misr alearabiyyati, risalat dukturah ghayr manshuratin, (jamieat Alqahira: maehad aldirasat walbuhuth Altarbawiyati).
- Aldiyarshuyi, M. (2009). alghazw althaqafiu watathiratu altarbawiyatu, waraqat bahthiyyat manshurat bimawqie almunshawi lildirasat walbuhuthi, .
- Aleasim, M. (2007). tathir alwasitat al'ielamiyyati ealaa 'ada' almuealimin min wijhat nazar altulaabi: dirasat maydaniyyati ealaa talbat almarhalat althaanawiyati alhukumiyyati bimuhafazat Unaizah.
- Alicelee, Jesuslou and other Adults, (2013), conceptual relationship of information literacy and media literacy knowledge societies, UNESCO, p69.

- Al-Jundi, I. (2009). mafhum wamabadi altarbiat al'ielamiati, waraqat eamal muqadimat lildawrat altadriyat al'uwlaa, ean mashrue nashr wataelim mabadi wamaharat altarbiat al'ielamiat lileamilin 2008, Alyunisku, allajnat alwataniat liltarbiat waldaarisin fi majal Al'ielam waleulum walthaqafati, Alqahira.
- Allaban, S. (2000). tiknulujia aliatisali, almakhatir waltahadiyat waltaathirat aliajtimaeiati, alqahiratu: almaktabat Al'ielamia, 101-103.
- Almur, A. (2020). 'asalib tatbiq altarbiat al'ielamiat fi madaris altaelim aleami min manzur 'akhisaayiy al'ielam altarbawi, majalat buhuth Alsharq Al'awsat, 28 .
- Al-Otaibi, F. (2007). al'ielam waltaelim shuraka' fi altanmiati, dirasat muqadimat lilmutamar alduwalii al'awal liltarbiat al'ielamiati: waey wamaharat aikhtiar maris 2007, Alriyad: wizarat altarbiat waltaelim bialmamlakat Alearabiat Alsaediati bialtaeawun mae almunazamat Alduwaliat liltarbiat al'ielamiati, 21.
- Alqarani, F. (2019). waqie altarbiat al'ielamiat fi muasasat altaelim aleami fi almamlakat alearabiat alsaediati: muhafazat jidat nmwdhjana, majalat aleulum altarbawiat walnafsiati, (almamlakat Alearabiat Alsaediati, jamieat Almalik Abd Aleaziza, kuliya Altarbiati), 12(3).
- Alsaalih, B. (2007). madkhal damj taqniat almaelumat fi altaelim liltarbiat al'ielamiati, 'iitar muqtarah liltaelim aleami alsaedii, quddim 'iilaa almutamar alduwalii liltarbiat al'ielamiati, "wey wamaharat aikhtiar"- wizarat Altarbiat waltaelim bialtaeawun mae Alyunisku- Alriyad.
- Alsamari, H. (2004) alaitijahat alealamiat alhadithat fi buhuth tathirat al'iintirnit ealaa al'atfali, bahth ghayr manshur, jamieat Alqahira: kuliya Al'ielam 23
- Alshahri, A. (2017). waqie tafeil alqiadat almadrasiat liltarbiat al'ielamiat ladaa tulaab almarhalat almutawasitat alhukumiati bimadinat alriyad, risalat majistir, (jamieat al'iimam muhamad bin Saud, Alriyad) 11.
- Alshamri, S. (2018). altarbiat al'ielamiat waturuq tadminiha fi al'iitar aleami lilmanahij fi almuasasat altaelimiati fi dawlat alkuayti, risalat dukturah (jamieat Alqahira: kuliya Al'ielam).
- Fedorov, A. (2008) media education around the world brief history. Acte Didactic a Napochnsia, Russia, Vol, (1) Num (2). PDF File Retrieved: 22/6/2021, Available at: goo.gl/Ohnl5y, p56
- Ghunim, A. (2017). faeaaliat barnamaj muqtarah litanmiati maharat alsahafat alaistiqsayiyat ladaa tulaab al'ielam altarbwi: dirasatan tajribiyan, risalat majistir (jamieat Almansura: kuliya Altarbiat Alnaweati).**
- Gidouri, S. (2015). dawr al'ielam altarbawii fi tanmiati 'ada' tulaab althaanawiat aleamat telymyana wthqafyana, majalat jamieat Alquds lil'abhath waldirasati, 34(2).

- Guofang Wan (2006), Integrating media literacy into the curriculum, Academic Exchange, (1), 174- 177
- Hamid, A., Al-Khasawneh, K. (2017). waqie altarbiat al'ielamiat waleawamil almuathirat biha fi almadaris alkhassat fi almamlakat al'urduniyat alhashimiat min wijhat nazar tulaabiha, almajalat altarbawiat alduwaliat almutakhasisati, (almamlakat Alearabiat Alsaediati: jamieat Hayl, kuliyyat Altarbiati) 6(1).
61- <http://www,meducomf.com>
- Ibrahim, N. (2016). faeiliat tatbiq barnamaj liltarbiat al'ielamiat min khilal aistikhdam 'aleab alfidyu fi tanmiat maharat alnaqd waltahlil ladaa almurahiqina, risalat dukturah (jamieat Eayn shams: kuliyyat aldirasat aleulya liltufulati).
- Ismaeil, H. (2020). taqyim kafa'at mumarasat maharat altarbiat al'ielamiat ladaa altulaab bi'aqşam al'ielam altarbawii, almajalat Almisriat libuhuth Al'ielam, 71.
- James Brown, (2001). Media Literacy and Critical Television Viewing in Education, Handbook of Children and the Media, eds. D. Singer and G. Singer (Thousand Oaks, CA: Sage Publications)
- Johanna's martin soon, (2009). the role of media literacy in the Governance reform agenda ,Washington Comm. GAP, p13.
- Joslyn Sarles Young (2011), The Other Side of Media Literacy Education: Possible Selves, Social Capital, and Positive Youth Development Teachers, I bid, 230-237.
- Kasey L Powers (2017). Social Media Use and Media Literacy in Relation to Adolescents' Understanding of the Internet. Ph.D. (United States New York: City University of New York).
- Khalil, H. (2019). dawr al'ielam altarbawii alhalii walmamul fi tahqiq al'amn alfikrii litulaab almarhalat althaanawiat min wijhat nazar musharafi alnashat al'ielamii, dirasat muqaranat bayn eayinat min musharafi alnashat al'ielamii bimadaris altaelim aleami fi almamlakat alearabiat alsaediati wa'ukhraa bijumhuriat misr alearabiati, majalat dirasat altufulati, (jamieat Eayn shams: kuliyyat Aldirasat Aleulya liltufulati) 70(19).
- Mahmud, A. (2020). aistikhdam 'anshitat al'ielam altarbawii fi taweiat talamidh almarhalat alaibtidayiyat bimafahim aljawdat, risalat dukturah (jamieat Eayn shams: kuliyyat aldirasat aleulya liltufulati).
- Master man, L. (1989). Media Awareness Education: Eighteen Basic Principles, University of Nottingham, Retrieved: 4/12/2020, Available at goo.gl/4AOcTe.p59.

- Monica Chahal (2013), Professional Resource: Dedicative, The National Association for Media Literacy Education's, Journal of Media Literacy Education, Professional Resource, 5 (1, 357– 358
- Muhamed, M. (2020). 'iisham al'aqşam altarbawiat bijamieat al'iimam muhamad bin sueud al'iislamiat fi tafeil altarbiat al'iielamiat ladaa tulaab watalibat aldirasat aleulya fi zili eawlamat alqiam majalat Aleulum Altarbawiat, (Almamlakat Alearabiat Alsaediati: jamieat Al'iimam Muhammad bin Saeud), 22(3).
- Mun-Young Chung and Hyang -Sook Kim (2015), College Students' Motivations for Using Podcasts, The National Association for Media Literacy Education's, Journal of Media Literacy Education, 7 (3), 13– 28.
- Naduat Altarbiat Al'iielamiat lilshabab Ashbilia (2002). tawsiat muajahat 'iilaa munazamat al'umam almutahidat liltarbiat walthaqafat waleulum (Alyunisku), 'Isbania.
- National Association for Media Literacy Education (NAMLE), (2006) Available at: <http://namle.net/publications/media-literacydefinitions>
- Potter, W. James. (2001). Media Literacy. (2). th ed. thousand oaks London new Delhi, Sage Publications p135.
- Potter, W. James. (2001). Media Literacy. (2).th ed .thousand oaks London new Delhi,ibid,p172**
- Salih, S. (2014). dawr baramij altarbiat al'iielamiat fi tanmiat maharat aistikhdam altulaab liwasayil al'iielami: ruyat mustaqbaliatan muqtarahatan min alkhubara' waltarbawiiyn, almajalat almisriat libuhuth Alraay Aleam, (jamieat Alqahira: kuliyyat Al'iielami), 13(2), 88.
- Salim, D. (2019). mumarasat 'anshitat al'iielam altarbawii waealaqatuha bitanmiat maharat altarbiat al'iielamiat ladaa tulaab almarhalat althaanawiati, risalat majistir (jamieat Almanufiati: kuliyyat Altarbiat Alnaweati, qism Al'iielam Altarbawi).
- Share, j (2013) Media Literacy is Elementary: Teaching Youth to Crucially Read and Create Media. New York: Peter Lang
- Silver blatt Art. (2004), Media as social institution, American Behavioral Scientist ,48(2), 35-41
- Silverblatt, A. (1995). Media literacy: Key elements to interpreting media messages. Praeger: London, p2-3.
- Silverblatt, zolbin. (2004). International Communication: A media Literacy Approach. New York, M E Sharap.p7

-Suaydan, E. (2007). takamul 'um tanaqud 'ana walakhirun fi daw' althaqafat altarbawiat walthaqafat al'ielamiati. dirasatan muqadimatan lilmutamar alduwalii al'awal liltarbiat al'ielamiati: waey wamaharat aikhtiar maris 2007, Alriyad: wizarat Altarbiat waltaelim bialmamlakat Alearabiat Alsaewudiat bialtaeawun mae almunazamat Alduwaliat liltarbiat Al'ielamia, 2.

-Suaylim, S. (2017). alealaqat bayn mumarasat tulaab almarhalat al'iedadiat li'anshitat al'ielam altarbawii watanmiat qudratihim al'ielamiati, risalat majistir, (jamieat Eayn shams: maehad aldirasat aleulya liltufulati).

-Taha, D. (2018). taearad tulaab almarhalat althaanawiat li'adawat al'ielam aljadid watathiruha ealaa aitjahatihim nahw wasayil al'ielam altarbwi, dirasatan maydaniatan, risalat majistir (jamieat Alminya: kuliyyat Altarbiat Alnaweiat, qism Al'ielam Altarbawi).

-Tibor koltay, (2011), The media and the literacies, media literacy: information literacy, digital (California: sage publications, Available at. www.sagepublication.com

-Victor C. Strasburger and Barbra J. Wilson. (2002). Children, Adolescents, and the Media. London: Sage Publications, p96.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Mohamed Elmahrasawyd

President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Vice-President of Imam Muhammad bin Saud University for Graduate Studies and Scientific Research (Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Dean of the Faculty of Mass Communication, Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Dr. Mohamed Fouad El Dahrawy

Lecturer at Public Relations and Advertising Department, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ramy Gamal: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editor : Omar Ghonem: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Designed by: Mohammed Kamel - Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

● Issue 58 July 2021 - part 2

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition» 9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.