دور برامج التربية الإعلامية في تنمية مهارات استخدام الطلاب لوسائل الإعلام

(رؤية مستقبلية مقترحة من الخبراء والتربويين)

د. سهير صالح إبراهيم*

مقدمة:

أصبح الإعلام العالمى وتكنولوجيا المعلومات هو الفاعل القوى صاحب التأثير فى الهويات والانتماءات القومية يسعى إلى إعادة تشكيلها بما يتوافق مع مصالح واحيتاجات قوى العولمة، ولتحقيق ذلك بدأ انتزاع عملية التنشئة الاجتماعية من مؤسساتها التاريخية كالأسرة والمدرسة ليصبح فى يد الإعلام، بعد أن كانت الأسرة هى الوحدة المركزية التى تقوم بالتنشئة مروراً بالمؤسسات التعليمية، غير أنه بسيطرة تفاعلات العولمة ممتطية آليات الإعلام وتكنولوجيا المعلومات، فأننا نجدها قد انتزعت التنشئة من مركز الأسرة ليتلقفها الإعلام الذى أصبح الفاعل المحورى فى تشكيلها[1].

ولعل من أبرز سمات إعلام العولمة أنه إعلام متقدم من الناحية التكنولوجية ومؤهل لتطورات مستقبلية جديدة، ويشكل جزءاً من البنية الاتصالية الدولية التى مكنتها من تحقيق عولمة رسائلها ووسائلها[2].

وبقدر ما أسهمت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات فى توسيع حرية التعبير بقد ما فتحت الباب على مصراعيه أمام أنماط جديدة من الانتهاكات الأخلاقية، وأثارت إشكاليات جديدة[3].

وفى هذا الإطار يعمل الإعلام على تقديم ما يسمى التنشئة المتناقضة لتعدد وسائل الإعلام وجميعها تقدم مضامين قيمية، ومن المؤكد أنها لن تكون متطابقة لأنها من ناحية لا تعبر عن توجهات أيديولوجية، ومن ناحية ثانية تفتقد مرجعية القيم والفضائل التى تنطلق منها، الأمر الذى يعنى أنها تقدم كل أطياف المضامين والقيم، كما أنها تتضمن تناقضات عادة بين المضامين، وهو ما يشيع حالة من الفوضى الأخلاقية والقيمية عند الطفل، ويزلزل إمكان اليقين لديه، وفى هذه المرحلة إذا لم يتأسس يقين قيمى وأخلاقى، فإن نفس هذا الطفل سوف يفقد عادة الإلتزام بأية

* أستاذ الإعلام المساعد بكلية التربية النوعية - جامعة القاهرة

معـايير أو مضـامين أخلاقيـة محـددة. ومـن ثـم تهـبط القـيم والأخـلاق لديـه لتصـبح لتعددها وتناقضها أضعف من أن تشكل معايير للسلوك[4]

تعد التربية من أهم منطلقات السلوك الإنسانى فى التقويم، وتقوم المؤسسات التربوية بدور فاعل فى إعداد الإنسان السوى.

وتواجه التربية الحديثة قضية تعلم القيم، خاصة مع تفشى الظواهر السلبية فى المجتمع والتى تنقلها وسائل الإعلام، وحاجتنا لترسيخ معايير أخلاقية تقودها الرقابة الذاتية للإنسان. وهذا لن يتأتى إلا من خلال إكساب الطالب الوعى بما يمكنه من اكتشاف حقول معرفية جديدة، والارتقاء بمواهبه ووعيه الناقد.

وفـى إطـار هـذا الواقـع الثقـافي الجديـد بايجابياتـه وسـلبياته الـذي أفرزتـه لنـا تكنولوجيـا الاتصـال الحديثـة، أصـبح وضـع قواعـد واليـات لتعامـل الأفـراد خاصـة المـراهقين والشـباب مـع هـذا الواقـع أمـراً ضـرورياً حرصـا علـي سـلامة البنـاء القيمـي والأخلاقي في المجتمعات العربية ، لذلك كان من الضروري البحث عن طرق وآليات جديدة لتوعية أفراد المجتمع وتحصينهم ضد التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام[5] .

يعبر عن ذلك مفهوم التربية الإعلامية كوسيلة لفهم الشباب للثقافة الإعلامية، والقدرة على التعامل معها ونقدها، والمشاركة فيها. وقد بدأت التربية الإعلامية كأداة لحماية النشء من الآثار السلبية للرسائل الإعلامية، ثم اتسعت النظرة لها لتمكن الفرد من أن يكون ناقداً يتحكم بتفسير ما يتعرض له، وتحولت لعملية نقدية نشطة لمساعدة الأفراد على تكوين الوعى حول طبيعة تلك الرسائل وفهم دورها فى بناء أراء للواقع الذى نعيش فيه.

إن وسـائل الإعـلام تتطلـب منـا تعلـم كيفيـة اسـتخدام مهـارات التفكيـر الناقـد والمسـاعدة علـى التعـرف علـى كيفيـة التواصـل مـع الآخـرين وان نـتعلم مـن تبنـى تكنولوجيـا رائـدة ومبتكـرة وتفسـير كيـف نفهـم العـالم بمـا يحويـه مـن قـيم وأفكـار عبـر مساعدة الفرد على فهم نفسه والآخرين والحياة عامه، من خلال اختبار رسائل فكرية وسياسية متنوعة تقدم فى وسائل الإعلام. [6]

من هنا أصبحت التربية الإعلامية مطلباً ضرورياً لمواجهة ما تبثه وسائل الإعلام ، ويحتـاج تطبيقهـا فـى مجتمعاتنـا العربيـة لتكـاتف جهـود المعنيـين بالتربيـة والإعـلام والمؤسسـات الاجتماعيـة، وإدمـاج المفهـوم وتطبيقاتـه فـى السياسـات التعليميـة لتحقيـق أهدافها.

مشكلة الدراسة:

تلعب وسائل الإعلام دوراً رئيسياً فى تشكيل السلوك الاجتماعى للصغار، فقد أصبحت عاملاً مهماً فى توحيد الأفكار والعادات وأنماط السلوك والقيم ، وقد ساعد على تعاظم هذا الدور ضعف المؤسسات الاجتماعية الأخرى كالمدرسة، والأسرة ، والمؤسسة الدينية ، فى إنتاج ونقل القيم الاجتماعية والأخلاقية والثقافية للصغار.

وتنطلق مشكلة الدراسة الحالية من إشكالية العلاقة بين وسائل الإعلام والنشء، فى ضوء التطورات التكنولوجية التى ضاعفت من تأثير الإعلام، وافتقاد الصغار للقدرة على التعامل بوعى مع ما يقدم من رسائل إعلامية. وهو ما أدى للحاجة لمفهوم التربية الإعلامية لحماية الأبناء من التأثيرات السلبية المحتملة لوسائل الإعلام، واكتساب القدرة على تحليل المحتوى المقدم فى الرسائل الإعلامية، وإتخاذ قرار مستنير وواعى نحوها، وتنمية مهارات التفكير الناقد لما يقدم، وتمييزه بين الحقائق والإدعاءات.

ومن ثم تتحدد مشكلة الدراسة فى دور برامج التربية الإعلامية فى تنمية مهارة استخدام الطلاب لوسائل الإعلام، والوعى بالتأثيرات السلبية للاستخدام غير الواعى لها، من خلال تصور مقترح للخبراء الإعلاميين والتربويين لتفعيل برامج ومعايير التربية الإعلامية فى المجتمع المصرى، وتطبيق مفهومها لدى مؤسساته كالأسرة والمدرسة ووسائل الإعلام.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة الحالية فى عدة نقاط منها:

1- خطورة التحدى الإعلامى والتكنولوجى وتأثيره على النشء ، وأهمية تحصينهم لمواجهة هذا التاثير، خاصة فى ضوء عالمية الوسائل ، وعدم وجود ضوابط أخلاقية تسيطر على المضامين الإعلامية التى أصبحت المصدر الرئيسى للمعرفة.

2- تزايد الإهتمام العالمى بالتربية الإعلامية والذى يواكب التوجه التربوى الحديث فى القيام بدور فى تشكيل عقلية تحليلية نقدية للطلاب ، ليتحول المتعلم من متلقى سلبى لباحث مكتشف ومنتج، وهذا الاهتمام تدعمه اليونسكو من خلال اهتمامها بالتربية الإعلامية ورغبتها فى إدماجها كمنهج أساسى فى التعليم المدرسى.

3- ضعف الإهتمام الحالى فى مصر بأهمية تطبيق التربية الإعلامية سواء من

قبل الإعلام أو المسئولين عن التربية والتعليم، ومن ثم يمكن للبحث العلمى أن يقوم بدور فى جذب الإنتباه لخطورة ما تنقله وسائل الإعلام، وأهمية دعم المؤسسات والجماعات لوضع تصورات لعلاقة إيجابية تربط الجمهور بالوسيلة الإعلامية ، وتمكينه من امتلاك المهارات للوقاية وتحصين النشء والشباب خاصة من تأثيراتها السلبية.

4- أهمية الاستعانة برؤية الخبراء والتربويين فى وضع استراتيجية متكاملة لدعم التربية الإعلامية فى المدارس كمنهج نقدى لوسائل الإعلام، ووضع تصور لتطوير المناهج الدراسية بما يسمح بتشجيع ميول الطلاب على جمع المعلومة وتفسيرها وتحليلها، وتطوير أساليب التدريس لتمكين الطلاب من التعامل مع ثورة المعلومات.

أهداف الدراسة:

1- التعرف على رأى الخبراء فى مفهوم التربية الإعلامية وأهدافها ومهاراتها وأنشطتها ومدى تطبيقها فى مصر والمستويات التى يجب أن تطبق من خلالها.

2- التعرف على دور المؤسسات التعليمية فى تعريف الطلاب بالتربية الإعلامية ، وتوفيرها لآليات تطبيقها بداية من ممارسة الأنشطة الإعلامية ، وحتى إدماج المفهوم فى المناهج ، وخطوات تفعيل ذلك فى الإستراتيجية التعليمية.

3- التعرف على دور المعلم فى تدريب الطلاب على تطبيق التربية الإعلامية والمهارات التى يجب توافرها لديه لتحقيق هذا الهدف.

4- التعرف عل مسئولية الأسرة المصرية فى حماية أبنائها من مخاطر وسائل الإعلام وتشجيعهم على الحوار الفعال والنقد البناء لما يتعرضون له.

5- تحديد دور وسائل الإعلام فى إرساء معايير التربية الإعلامية فى المجتمع.

6- تحديد دور المتلقى النشط الذى يستطيع الاستخدام الإيجابى لوسائل الإعلام ، وقراءة النص الإعلامى بشكل نقدى، والوعى بالمخاطر التى يمكن أن يواجهها من الاستخدام السئ للإعلام.

7- التعرف على أهم العقبات والمشكلات التى تواجه تطبيق برامج التربية الإعلامية وسبل التغلب عليها.

8- وضع مقترح لبرنامج يفعل الرؤية المستقبلية المستمدة من آراء الخبراء لدعم

وتطبيق التربية الإعلامية فى البيئة التعليمية والحياتية للنشء.

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات العربية

1- دراسة شريفه رحمه الله سليمان (2013) بعنوان: "استخدام تكنولوجيا الاتصال فى نشر مفهوم التربية الإعلامية بمدارس دولة الإمارات": (7)

تهدف الدراسة لقياس أثر برنامج لتضمين مفهوم التربية الإعلامية فى المنهج الدراسى لطلبة المدارس الحكومية لتحديد مستوى استقبالهم وفهمهم للمواد الإعلامية ، وقياس مهاراتهم النقدية والتحليلية والإدراكية من خلال منهج التربية الوطنية المقرر على طلبة الإعدادية، من خلال دراسة مسحية طبقت على عينة تحديد قوامها 187 طالب وطالبة فى مدرستين فى دبى باستخدام المقابلات والاستبيان. أكدت نتائج الدراسة وجود أثر ايجابى لتطبيق البرنامج على الطلاب فى فهم وتقييم الرسائل بطريقة ناقدة وإبداعية ،عبر استخدام آليات البحث عن المعلومات المتعلقة بموضوع دور الشيخ زايد فى بناء دولة الإمارات .

2- دراسة وليد فتح الله بركات وآخرون (2011) بعنوان: "التربية الإعلامية: بحوث الإعلام فى مصر والعالم فى نصف قرن": (8)

وهى دراسة توثيقية تناولت عرض نقدى للتراث العلمى والبحثى فى مجال التربية الإعلامية فى نصف قرن (من عام 1960م وحتى 2010م)، شملت 34 بحثاً قدم من خلالها توصياً كاملاً للمفهوم وتطوره والمجالات التطبيقية له، والطموحات المستقبلية المقترحة لتطبيقه فى مصر والعالم العربى.

أظهرت نتائج الدراسة اختلاف الرؤى فى نشر مفاهيم التربية الإعلامية باختلاف الدول والتى بدأتها كندا ثم بريطانيا و الدول الأوربية، واختلاف الرؤى بين الباحثين بين مفهومى الحماية من التأثيرات السلبية للإعلام، وبين التمكين للجمهور لتوصيل رأيه للإعلام ، وقضايا المنهج و التطبيق والخلاف بين تدريس التربية الإعلامية كمقرر مستقل أم داخل مقررات أخري ، وأوصت الدراسة بادراجها كمقرر فى المدارس والجامعات وأن تشترك مؤسسات المجتمع المدنى فى نشر الوعى بالمفهوم.

3- دراسة رشا عبد اللطيف (2011) بعنوان: "معايير التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها فى مصر على المضامين التليفزيونية من منظور الخبراء": (9)

استهدفت التعرف على معايير تطبيق التربية الإعلامية فى مصر من خلال دراسة

ميدانية طبقت على عينة من 200 خبير فى الإعلام والتربية وعلم النفس والاجتماع، وأظهرت نتائج الدراسة تأكيد الخبراء على حاجة المجتمع المصرى لتطبيق مفهوم التربية الإعلامية وخاصة لدى الآباء والأطفال والمراهقين، وجاء معيار التفكير النقدى لما يقدم فى وسائل الإعلام فى مقدمة المعايير التى يجب أن تطبقها، وأيضاً من أهم الأهداف التى تسعى لها التربية الإعلامية ، وذلك لتحصين الصغار من التأثير السلبى للرسائل الإعلامية ولمراعاة المسئولية الاجتماعية لها.

4- دراسة صالح سلامة بركات (2009) بعنوان: "التربية الأسرية وعلاقتها بمضامين البرامج فى القنوات الفضائية الأردنية": (10)

وهى دراسة تطبيقية على عينة من الأسر وأعضاء هيئة التدريس فى جامعة أردنية وطلاب المرحلة الثانوية، وذلك بهدف التعرف على اتجاهات الأسر فى توجيه أبنائهم نحو برامج الفضائيات ومدى التوافق بين قيمها والقيم التى تسعى لها القنوات.

وأظهرت النتائج اتفاق الآباء على أن الفضائيات طرحت قيم سلبية ، وأنها تعمل على إضعاف الحوار الأسرى، إضافة لتأثيراتها الخاصة بتعزيز قيم الاستقلال فى الرأى والرغبة فى الحوار، والميل للتفكير النقدى مما يجبر الكبار على التعامل معهم كمتلقين إيجابيين، ولذا أوصت الدراسة بالاهتمام بالتربية الإعلامية للصغار ليكونوا مشاهدين ناقدين ، وجعلهم قادرين على التمييز بين الواقع والخيال ، وبين المواد المفيدة والتافهة ، من خلال رسم استراتيجية تربوية إعلامية.

5- المؤتمر الدولى الأول للتربية الإعلامية فى السعودية فى عام (2007) (11)
بالتعاون مع اليونسكو بهدف تعميم مفهوم التربية الإعلامية فى الدول العربية ودعم فكرة إدخاله فى المناهج الدراسية، وقدمت فى إطاره عدة دراسات وأوراق بحثية أكدت على أهمية إعداد برامج تدريبية لمهارات التربية الإعلامية للطلاب والإستفادة من تكنولوجيا الإتصال ومنها:

* **دراسة مقداد بالحسن، الثقافة التربوية والثقافة الإعلامية تكامل أو تناقض (2007):** والتى تناولت أهمية وجود تكامل بين الثقافتين ، وطرق تحقيقه، وأبعاده والنماذج والمناهج المقترحة من تطبيقات الدول فى الشرق والغرب، ومعايير تحقيق هذه الاستراتيجية.
* **دراسة محمد الخطيب. دور المدرسة فى التربية الإعلامية:** وتناولت أهمية ومزايا التربية الإعلامية المدرسية وميادين تحقيقها فى الفنون المدرسية وأهدافها والمعوقات التى تحول دون تحقيق فاعلية هذه التربية.

* **ودراسة حسن بن عايل. رؤى حول التربية والإعلام وأدوار المناهج لتنمية التفكير فى مضامين الإعلام لتحقيق التربية الإعلامية**، والتى طرحت عدة نقاط وآليات لتضمين التربية الإعلامية فى المناهج التعليمية والمواد التربوية ولدى المتعلمين، ووضع تصور متكامل لتحقيق أهدافها لدى المؤسسات التربوية والدعوية.
* **ودراسة بدر الصالح. مدخل دمج تقنية المعلومات فى التعليم للتربية الإعلامية:** وهى دراسة نظرية قدمت مقترح لاستراتيجية تدريس التربية الإعلامية فى التعليم العام السعودى.
* **ودراسة عبد الرحمن الشاعر. التربية الإعلامية الأسس والمعالم**، والتى أصلت لدور المدرسة فى التربية الإعلامية والتخطيط لبرنامج متكامل لتطبيقها.

6- دراسة سماح الدسوقى (2008) بعنوان: "التربية الإعلامية بمرحلة التعليم الأساسى: تصور مقترح": (12)

وهى دراسة وصفية قدمت رصد واستقراء لمفهوم التربية الإعلامية وأوضاعها وعناصرها فى بعض الدول، إضافة إلى التعليم المصرى ومدى توظيفها فى المدارس المصرية ، لمواكبة متغيرات القرن الحادى والعشرين، ودور المؤسسات الأخرى ،وأهمها الأسرة ، فى مجال التربية الإعلامية ، وعرض الاتجاهات العالمية فى تطبيقها ووضع تصور مقترح لها فى مرحلة التعليم الأساسى.

7- دراسة عبد الرحيم درويش (2007) بعنوان: "قضايا التربية الإعلامية واتجاهاتها الحديثة": (13)

وهى دراسة نظرية عرض فيها اتجاهات التربية الإعلامية الحديثة وناقش عدة قضايا من أهمها : اختلاف تعريفاتها وتحديد المصطلحات المستخدمة لتوصيفها، إضافة للمهارات الأساسية لها ، واعتبر المفهوم الخاص بالتفكير النقدى أهم هذه المهارات، أيضاً كيفية تدريسها كمنهج مستقل ، أم ضمن مواد أخرى ، أم كنشاط منفصل خارج الدرس.

8- دراسة غادة حسام الدين (2006) بعنوان: "أثر استخدام برنامج للمشاهدة الناقدة على عينة من الأطفال المصريين": (14)

وهى دراسة تجريبية باستخدام برنامج للمشاهدة الناقدة على طلاب المرحلة الابتدائية، وأظهرت فعالية البرنامج المستخدم فى إكساب الأطفال مهارات منها إدراك

الفرق بين الواقعية والخيالية فى المادة المصورة ، وكيفية إعداد البرامج تقنياً، وأكدت النتائج إمكانية نقد الأطفال للبرنامج السئ ، وتنمية المهارات الإيجابية فى المشاهدة ، ونمو الوعى الإعلامى لديهم.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

المحور الأول: استخدامات التربية الإعلامية وتطورها:

1- دراسة ستيفن جودمان وكارولين كوكا S. Goodman and C. Cocca (2013) بعنوان: "بناء فعالية سياسية ومشاركة مدنية عبر التربية الإعلامية الرقمية": (15)

تناول البحث مناقشة مشروع منظمة غير ربحية أمريكية مقرها نيويورك سيتى تقوم بدعم مركز الفيديو التعليمى، بتطبيق دراسة حالة على الشباب الأمريكى من ذوى الدخول المنخفضة ، لدعم كيفية استخدام الوسائل الإبداعية والنقدية للتربية الإعلامية فى وسائل الإعلام الرقمية فى بناء المهارات وتعزيز الفعالية السياسية والمشاركة المدنية لمناقشة القضايا الاجتماعية، من خلال مجموعة ورش عمل تستهدف إنتاج مجموعة أفلام وثائقية للشباب فى المدارس والجامعات ، لتطبيق التربية الإعلامية النقدية فى تناول قضايا عدة (مثل الناجين من الإعصار، تناول قضايا سياسية وبيئة، العنف فى السلوك وتأثيره...) ووزعت الأفلام على المدارس والمنظمات الشبابية والاجتماعية ودارت حولها مناقشات شارك فيها الجمهور، وتم تحميل الأفلام على الإنترنت، وبشكل عام أدت هذه المواد لمزيد من التواصل مع المجتمع ، وقامت بدور فى تعليم المشاركين أن يصبحوا أكثر وعياً وقدرة على النقد، وتكوين وجهة نظر، والمشاركة فى قضايا المجتمع كخطوة لمزيد من الفعالية السياسية.

2- دراسة انطونيو فينى Antonio C. A. Fani (2011) بعنوان: "الكفاءة الرقمية للأجيال الشابة للمراهقين الإيطاليين فى المدارس الثانوية": (16)

قدمت الدراسة إطاراً نظرياً للتعرف على الكفاءات الرقمية للشباب فى مواجهة الإستخدام المكثف لوسائل الإعلام الرقمية، ودورها فى تطوير كفاءاتهم المعرفية ، وأساليب التعليم الجديدة، وأكدت الدراسة وجود دليل حول التأثير الإيجابى للممارسات التكنولوجية الحديثة على تطوير القدرات، من خلال دراسة أجريت على طلاب المدارس الإيطالية من المراهقين من سن 14 وحتى 16 عاماً، بدأت بنموذج نظرى وإنتهت بإستبيان للكفاءة الرقمية.

3- دراسة جيون يون Jiwon Yoon (2010) بعنوان: "دور التربية الإعلامية فى تعزيز الثقافة والتكيف بين الطلاب دراسة حالة على الكوريين الشماليين فى كوريا الجنوبية": (17)

تهدف الدراسة للتعرف على الكيفية التى يمكن بها للتربية الإعلامية تعزيز فعالية الكفاءة الثقافية لدى اللاجئين الكوريين، من خلال الفصول الدراسية وردود أفعال الطلاب ، من خلال نماذج لدروس الرسم والأفلام ووسائل التعبير عن الرأى فى المجلات والإنترنت والمناقشات، واعتبرت النماذج الستة واستجابة الطلاب عليها خلال فترة الصيف مقياساً مستخدماً للبحث أظهرت النتائج دوراً مهماً لاكتساب الطلاب الثقة فى قدراتهم على تبادل الأفكار والخبرات والتحليل النقدى للمصادر الإعلامية، والمشاركة فى الخطاب ، والعثور على مصدر الأخبار الموثوق بها ، وأهمية إحداث توازن بين الصور المختلفة للفئات التى يمكن أن يسئ الناس فهمها بشكل نمطى، وتنمية المشاركة المباشرة فى إنتاج القصص الإعلامية عن أنفسهم وإيصالها للآخرين.

4- دراسة اليزابيث وود Elizabeth Wood (2009) بعنوان: "تقييم التربية الإعلامية فى مدارس كلورادو": (18)

قدمت الدراسة تقييماً للممارسات الإعلامية والتقنيات المطبقة فى المدارس العامة الأساسية والثانوية فى ولاية كلورادو الأمريكية، بهدف مزج مهارات القراءة والتحليل النقدى للمواد الإعلامية ، ودورها فى تشجيع الطلاب على التعلم فى جميع المراحل التعليمية.

استخدمت الدراسة أسلوب التحليل النظرى للمواد الأرشيفية أو النظرية المتاحة، ليقيم تجربة تطبيق التربية الإعلامية فى الولايات المتحدة ومفاهيمها، والتى شملت التقييم النقدى والتعلم المستقل وتحليل المعلومات ، ودورها فى إنتاج مجموعة مهارات ومعلومات لقراءة النص الإعلامى والرسالة ، بما تتضمنه من معلومات ضمنية وكونها رسالة موجهه تستخدم تقنيات مبتكرة لجذب الانتباه ، إضافة لاختبار مفاهيم بوتر النظرية للتربية الإعلامية.

أيضاً استخدمت دراسة مسحية على المدرسين لقياس تصوراتهم نحو فوائد وتحديات استخدام التربية الإعلامية فى الفصول الدراسية ، وأظهرت النتائج دورها فى تشجيع المشاركة، وتعلم وجهات النظر عبر دمج التربية الإعلامية بالمواد التكنولوجية المستخدمة كأدوات تعليمية ، وعبر المبحوثون عن عدم رضائهم لأن عدد المعلمين غير كاف ، وعدم توافر فرص تدريب ، أو مواد تكنولوجية كافية تساعدهم فى عمل

المعلم النوعى.

5- دراسة بول ستيفن نورو Paul Steven Noro (2009) بعنوان: "تأثير وقوة وسائل الإعلام المرئية على المراهقين والحاجة للتربية الإعلامية فى المدارس": (19)

وهى دراسة نظرية تناولت تحليل وتفسير نقدى لدور وسائل الإعلام المرئية فى حياة الصغار والشباب، وأهمية وجود تربية إعلامية مدرسية ، لتكوين تفسير وتحليل نقدى لديهم للرسائل المقدمة فى وسائل الإعلام المرئية، لمقاومة التأثيرات السلبية لها فى عدة مجالات تشمل : الجنس، وإدمان الكحول، والمخدرات، وصورة الجسم ، وممارسة العنف.

وبحثت الدراسة كيفية تفسير المراهقين للصور المرئية فى وسائل الإعلام وكيفية تنظيم اعتقاداتهم فى فهم العالم المحيط بهم، ودور التربية الإعلامية فى مكافحة النزعة الاستهلاكية الرأسمالية المقدمة فى وسائل الإعلام الأمريكية المرئية ، وخاصة فى مجال الإعلانات ، ولفتت الدراسة النظر لخطورة الدور الذى تقدمه هذه الوسائل للمراهقين وأهمية وجود مناهج تتبع سياسة عامة فى التعليم العام المؤسس لتوفر مناهج تعكس ثقافة ما بعد الحداثة.

6- دراسة رانجيت تيجا Ranjit Tigga (2009) بعنوان: "ارتفاع وانخفاض وعودة ظهور التربية الإعلامية فى الولايات المتحدة الأمريكية (من عام 1960 وحتى عام 2000": (20)

تناولت الدراسة رصد لطبيعة نمو التربية الإعلامية فى الولايات المتحدة خلال فترة زمنية طويلة، وتمثلت التجربة فى عوامل للصعود بدأت منذ الستينيات وحتى بداية الثمانينات التى ضعفت فيها وعادات للنمو فى التسعينيات، وفترة الضعف هذه نتيجة لنمو مفهوم أمية الحاسب الآلى، والرغبة فى إدخاله بقوة فى التعليم ، وضعف الدعم الشعبى والمادى للتربية الإعلامية ، وغياب الدعم المؤسسى، وإزدحام المناهج الدراسية.

استخدمت الدراسة مقابلات متعمقة لعشرة أشخاص يمثلون مصادر أساسية فى التعليم والتربية ، وإجراء مقابلات استمرت عشرون عاماً ثم أخذت عينات متعددة من المربيين الإعلاميين فى المدارس، واستخدم التحليل المقارن للفترات الزمنية عينة الدراسة.

وتوصلت الدراسة لوجود اهتمام كبير بالمفهوم وتطبيقه بداية من التسعينيات،

بسبب القلق العام من عنف الشباب فى المدارس ، وتركيز المؤسسات على دور وسائل الإعلام فى تربية الشباب.

7- دراسة ميليسا ماكدونالد Melissa MacDonald (2008) بعنوان : "استكشاف دور التربية الإعلامية واستخداماها فى بناء ممارسات يومية للطلاب فى الفصول الدراسية": (21)

وهى دراسة تجريبية طبقت على فصلين فى المرحلة الرابعة والسادسة من التعليم الأمريكى فى المدارس الابتدائية، للتعرف على مدى تمسك الطلاب بالتطبيق العملى لقيم التربية الإعلامية فى التعلم والاستفسار، من خلال تحديد الأنشطة والممارسات الإعلامية التى أظهر فيها التلاميذ سلوكيات ومهارات مكتسبة من تلقيهم للقيم التربوية الإعلامية، باستخدام الملاحظة والمقابلة والمسح .

وكشفت نتائج الدراسة عن دور المدرس فى الممارسة الإعلامية التعليمية، وفى المناقشات داخل الفصول. وعبر الطلاب عن مهارات فى القراءة والكتابة النقدية للنصوص الإعلامية، ومن ثم قدرة عالية على فهم وتطبيق التربية الإعلامية التى درست فى الفصل.

8- دراسة شيهى كولين Sheehy Colleen (2007) بعنوان: "تأثير خطة وسائل الإعلام التربوية على اختبار فلوريدا للتقييم الشامل من خلال تقييم طلاب المرحلة الثانوية": (22)

تناولت الدراسة تأثير وسائل الإعلام التربوية المستخدمة فى المرحلة الثانوية فى الخطة التعليمية فى فلوريدا المطبقة فى المناطق الحضرية فى مجال تطوير مهارات اللغة والتعامل مع أشكال مختلفة من وسائل الإعلام ، وشملت الإعلانات التليفزيونية ، والصور الفوتوغرافية ، وشبكة الإنترنت خلال أربعة أشهر. أظهرت الدراسة ضرورة تبنى وسائل الإعلام الحديثة كأدوات قابلة للحياة فى الفصول الدراسية التعليمية، وأهمية إجراء مزيد من البحوث النوعية، وإدراج وسائل الإعلام التربوية فى المناهج الصيفية فى المرحلة الثانوية.

المحور الثانى: تنمية المهارات النقدية فى التربية الإعلامية:

1- دراسة أنى بيثكام Annie Peshkam (2012) بعنوان: "كيف تدعم التربية الإعلامية من الدراسات الأمريكية": (23)

تناولت الدراسة دور التربية الإعلامية فى تعليم الطلاب كيف يناقشوا، ويتواصلوا، ويفكروا، وينقدوا الرسائل الإعلامية المتنوعة التى يتعرضون لها. وهذا ما أدركت أهمية

الولايات المتحدة لبناء مهارات إعلامية للطلاب تجاه مضامين محددة، ولذا اهتمت الدراسة الحالية بكيفية قراءة الطلاب للرسائل الإعلامية بمساعدة المنهج الدراسى.

أظهرت النتائج أن الطلاب زاد انتباههم للقراءة النقدية للنص الإعلامى، مثل مصدر المعلومة ، عندما يشاهدوا الأخبار، ومن ملاحظة الفصول الدراسية ، ووجد أن المعلمين يستفيدوا من القراءة النقدية للنص الإعلامى حسب خبراتهم ، ومصادر معلوماتهم و وتاريخهم فى العمل التدريسى، وأنهم ينقلون للطلاب هذه الخبرات، ويتعلمون منهم من خلال تسهيل قراءة النص التقليدى بشكل مختلف.

2- دراسة بنيامين جوزيف Benjamin Joseph (2012) بعنوان: "الاتجاه النقدى فى التربية الإعلامية، نظرية التوحد والسياسات والممارسات فى التربية الإعلامية": (24)

شهدت الدراسة اختبار منهجية التربية الإعلامية للتشجيع على المشاركة السياسية النقدية لدى الشباب، من خلال برنامج طبق فى مدرسة ثانوية ، عبر مشاركة الشباب من الطلاب فى بحوث تربوية إعلامية موجهة لاستخدام التربية الإعلامية فى أنشطة جمع وتحليل المعلومات عن القضايا المجتمعية. وقامت المجموعات بخلق وسائل إعلام بديلة تعالج هذه القضايا. واستخدمت أساليب الملاحظة والمقابلات المتعمقة. وتم تحليل البيانات التى أكدت دوراً مهماً للتربية الإعلامية فى تشجيع وتنمية الوعى النقدى لدى الطلاب، وفى المشاركة المدنية فى قضايا اجتماعية.

3- دراسة كورى ميشيل T. Corey Michael (2006) بعنوان: "أثر برنامج التربية الإعلامية على التفكير النقدى ومهارات الكتابة فى الفصول الدراسية الثانوية": (25)

استهدفت الدراسة معرفة مدى فعالية برامج التربية الإعلامية فى تنمية مهارات التفكير النقدى فى مجال التعليم فى مرحلة التعليم الأساسى فى مجال الإنتاج التليفزيونى ، لدعم استراتيجية تعلم لتحسين المهارات الفكرية والتعبير عن الذات لدى الطلاب.

أظهرت الدراسة أن تطبيق البرنامج داخل الفصول الدراسية عبر أجهزة التليفزيون جعل الطلاب أكثر قدرة على التفكير الناقد، وقوى من مهارات الكتابة لديهم.

ودعمت نتائج الدراسة معايير ولاية فلوريدا فى تطوير منهج التفكير النقدى ، لأنها توفر دليل على إمكانية تعزيز مهارات النقد والكتابة لدى الطلاب باستخدام منهج متكامل للتربية الإعلامية.

4- دراسة ايريكا تشارر Erica Scharrer (2006) بعنوان: "تأثيرات برامج التربية الإعلامية على الاتجاهات النقدية نحو العنف فى وسائل الإعلام": (26)

وهى دراسة تجريبية طبقت على طلاب المرحلة الابتدائية فى الولايات المتحدة الأمريكية لمعرفة مدى تأثير تطبيق مفهوم التربية الإعلامية ،وبرامجها على تنمية اتجاهات الطلاب النقدية نحو مضمون المواد الإعلامية التى تحوى عنف، وأظهرت الدراسة دوراً مؤثراً لبرامج التربية الإعلامية فى مساعدة الطلبة على تطوير تفكيرهم النقدى للمحتوى الإعلامى العنيف وربطه بمفاهيم أخلاقية.

5- دراسة ميلدا يلدز Melda Yildiz (2002) بعنوان: "تقنيات الإنتاج التليفزيونى فى تعليم التربية الإعلامية": (27)

والتى تناولت تأثير الأنشطة الإعلامية المنتجة باستخدام الفيديو على تدريس التربية الإعلامية لدى عينة من المشاركين من المعلمين قوامها 39 معلم فى ثلاث مناطق أمريكية باستخدام المقابلات، والاستبيان، والملاحظة، لتقييم استخدام التقنيات المنتجة على تطبيق المفهوم فى البيئة التعليمية. ووجدت النتائج أن المشاركين تحسنت معارفهم ومهاراتهم الإعلامية باستخدامها، وجعلتهم المشاركة فى الإنتاج الإعلامى أكثر إيجابية فى التعرض للإعلام ، وسجلت له تأثيرات إيجابية على تنمية مهارات التدريس، وتنمية مهارات حل المشكلات ، والتفاعل مع الطلاب.

تعليق على الدراسات السابقة:

أظهرت الدراسات السابقة عدداً من الملاحظات منها:

- ضعف الدراسات العربية مقارنة بالدراسات الأجنبية، مما يشير لعدم وضوح المفهوم وتطبيقاته وبرامجه فى الدول العربية ، وإن كانت بعض الدول منها مصر ، والسعودية قد أدركت أهمية وخطورة تطبيق التربية الإعلامية فى المجتمعات العربية، لحماية النشء والشباب من مخاطر الوسائل الإعلامية، وتدريبهم على مهاراتها، ورصدت العديد من المعوقات أمام تطبيقها فى الدول العربية.
- تنوعت المناهج والأدوات المستخدمة فى الدراسات الأجنبية ، واعتمدت على مداخل نظرية متعددة ، ووصلت لمرحلة من التطور لرصد تأثير التربية الإعلامية خلال فترات زمنية طويلة على الصغار والشباب.
- طبقت الدراسات الأجنبية التربية الإعلامية داخل الفصول الدراسية فى جميع المراحل التعليمية ، من المرحلة الابتدائية وحتى الجامعية، وتنوعت فى اختبار

مهارات التربية الإعلامية ، بدءاً من المفهوم وحتى تأثيراته الاجتماعية، كما اختبرته لدى الطلاب والمعلمين.

- استفادت الباحثة من عرض هذه الدراسات فى التعرف على واقع التربية الإعلامية ،وأهمية تطبيقها فى المرحلة الراهنة، وفى صياغة تساؤلات الدراسة وفروضها.

الإطار النظرى

اعتمدت الباحثة فى الدراسة على كلا من النظرية النقدية، ومدخل الحماية من تأثير وسائل الإعلام

أولاً: النظرية النقدية:

يرى الباحثون أن النظرية النقدية تتميز بتأكيد حق الفرد فى الحرية والاختيار، ورفض الصور المختلفة لفرض أنواع معينة من الثقافات، أو الأفكار من البنية الفوقية، وبالتالى رفض كل أنواع الهيمنة التى تمارسها الصفوة على أفراد المجتمع. (28)

تتسم البحوث النقدية فى نظرتها إلى الجمهور بالتفاؤل، حيث يصنفون الجمهور بأنه عنيد يقاوم جهود المنتجين فى وسائل الإعلام الذين يفرضون خبراتهم عليه، ويرى ستيورات هول أن هذا الجمهور قد يستوعب الفكرة فى خطوطها العريضة، ولكنه يقاومها عند التطبيق فى حالات محددة. (29)

وقد واجهت الرؤية التى تعتبر الإعلام أداة للسيطرة الطبقية نقداً مبنى على أساس أن الجمهور هو الذى ينتج المعنى الخاص به ، لأنه يفسر المضمون من خلال أفكاره المسبقة والتى تتفق مع تكوينه وتنشئته وتجعله ينتج المعانى والتفسيرات للمضامين الإعلامية التى يشاهدها.

فالجمهور يستهلك الصور الإعلامية ولكنه لا يستهلك معانيها ، ويطرح ذلك رؤية تصحيحية لموقع ودور الجمهور فى العملية الاتصالية، فقد كان ينظر إليه كعنصر متلق سلبى ولكن الدراسات الإعلامية الراهنة تحاول التأكيد على الجانب الإيجابى للجمهور، الذى يتمثل فى تفسيراته للنصوص والمضامين الإعلامية التى قد تختلف وتتناقض مع رؤية واتجاهات واضعى السياسة الإعلامية ورؤية القائمين بالاتصال. (30)

وتركز أبرز الاتجاهات الحديثة فى الفكر النقدى المعاصر على دراسة مختلف النظريات التى تختبر آثار التعليم فى علاقته بالأنماط السائدة للاتصال فى المجتمعات المعاصرة. وذلك فى إطار تصاعد الاهتمام العالمى بدراسة مشكلات

التربية والتعليم وعلاقتها بكل من الثقافة والإعلام. [31]

ثانياً: مدخل الحماية من تأثير الإعلام وتطوره:

ويعد مدخل الحماية Protection approach من أقدم المداخل المطبقة فى التربية الإعلامية، ويسعى لفرض فكرة محاولة إقناع الطلاب بالامتناع عن ، أو الإقلال من الاستمتاع بالمواد الإعلامية المفضلة. ولذلك فهو يركز على الفهم والتحليل النقدى ومشاركة الطلاب أنفسهم فى إنتاج رسائل إعلامية خاصة بهم.

ويسعى المدخل فى جوهره إلى تسليح الطلاب من مخاطر وسائل الإعلام فى ظل تنامى القلق من تأثيراتها السلبية، خاصة بالنسبة لقضايا العنف والجنس. وتزايد الاعتقاد بدور الإعلام واتهامه بأنه المسئول عن تعزيز المعتقدات الخاطئة والترويج لها[32].

ووجد الحل الأمثل لمكافحة هذا التأثير فى التربية الإعلامية، خاصة بعد ظهور شبكة الانترنت ومشكلاتها العديدة، التى دفعت لمزيد من الاهتمام بدوافع الحماية لإبقاء الصغار بعيداً عن تأثيرات الإنترنت والأذى المتوقع منه.

بدأ تطور المفهوم من مجرد حماية الصغار إلى تمكينهم من اتخاذ قرارات مستنيرة ، وتطوير فهم الشباب للمشاركة فى وسائل الإعلام ،وليس التبعية لموقف محدد مسبقاً، وذلك عبر تطوير إبداع الشباب ومشاركتهم بشكل ديمقراطى فى وسائل الإعلام فى المستقبل.

ومن هنا خرج المفهوم من مجرد الحماية Protection إلى الإعداد preparation عن طريق: تغيير التنظيمات المسيطرة على الإعلام ، وعلى وسائله، وعلى صناع الإعلام أنفسهم ، وتغيير أفكار الشباب ، وإقناعهم بالمشاركة الفعالة، وتغيير الممارسات التعليمية للمعلمين والمربين ، وإشراك الطلاب فى العملية التعليمية[33].

هذه المحاولات لتعديل المدخل وتطويره ليصبح أكثر إقناعا بحيث يكون الامتناع ذاتياً واختياريا، هو ما تأخذ به بعض المدارس الأمريكية التى يدرك طلابها أن الإعلام يتدخل فى حياتهم، ولذا فهم يختارون بأنفسهم أن يقللوا من ساعات التعرض مع تطبيق موقف أعمق وأقوى يتمثل فى نقد الإعلام مع ترك مساحة كبيرة من التعرض له[34].

فقد أثبتت الأبحاث والتطورات الحديثة عدم جدوى مواجهة الرسائل الإعلامية

بالوقوف ضدها وحماية النشء منها ، ولكن عبر مدخل جديد يعلم المتلقى كيف يستخدم الإعلام لتوصيل رسالته، ونقد الرسائل التى يطرحها.

وفى هذا العصر لابد أن تعمل المؤسسات الاجتماعية على خلق ما يسمى بمهارات الاستكشاف Navigational Skills والتى تتضمن[35]:

- القدرة على الوصول للمعلومات من مصادر متنوعة.
- القدرة على تحليل وبحث الرسائل وكيف تم تشكيلها معرفياً.
- القدرة على تقييم الرسائل الإعلامية الصريحة والضمنية.
- القدرة على استخدام الإعلام للتعبير وخلق الرسائل الخاصة به.

وقد تبنت اليونسكو هذا المدخل كجزء من برامجها لإعادة توجيه النشء تجاه الرسائل الإعلامية عبر التعليم، ليصبح بإمكانه تحليل وتفسير المعلومات التى تبث من خلال الإعلام، ويصبح لديه الدراية بالجوانب التفاعلية لتكنولوجيا الاتصال، بهدف إعدادهم بفعالية للمشاركة فى التثقيف الإعلامى عبر حماية الشباب لأنفسهم من خلال جعلهم أكثر وعياً، ونقداً للتأثيرات السلبية للرسائل الإعلامية.

مفاهيم الدراسة

تعريف التربية الإعلامية Media Literacy:

يعرفها مركز الثقافة الإعلامية بأنها: القدرة على تفسير وبناء المعنى الشخصى للرسائل الإعلامية والقدرة على الاختيار وتوجيه الأسئلة، والوعى بما يدور حول الفرد بدلاً من أن يصبح سلبياً ومعرضاً للاختراق. [36]

ويعرفها سلفر بلات Silver Blatt (2001) بأنها تشتمل على التفكير الناقد الذى يمكن المتلقى من بناء أحكام مستقلة عن المحتوى الإعلامى. [37]

ويعرفها ماك ديرومت McDeromtt (2007) بأنها القدرة على معرفة عناصر الاتصال، وتحليليه، وتقييمه ،وإنتاجه، فهى تتعدى مجرد الوعى لتصل للنقد ثم المشاركة الهادفة لإنتاج رسالة إعلامية. [38]

وقدمت اليونسكو تعريفاً حاولت تطبيقه فى عدة دول وهو: الانخراط فى المجتمع الرقمى الذى يؤهل الفرد ليكون قادراً على الاستخدام والفهم ، والتواصل ،والتفكير النقدى لوسائل الإعلام، والوصول بشكل فعال لتنظيم وتحليل وتقييم وإنشاء رسائل إعلامية بأشكال متعددة متضمنة أعمال إبداعية وخلق معرفة جديدة، وهو ما يتطلب مسئولية أخلاقية وثقافية تعتمد على الفهم الاجتماعى. [39]

وقد طبق المفهوم فى عدة دول منها: بريطانيا عبر مواقع الكترونية عديدة ، والولايات المتحدة التى وضعت منهجاً محدداً لتدريس التربية الإعلامية، ودعمت تنفيذه بعدة جمعيات دولية، ووضعت له معايير محددة. وكندا التى أدخلته فى الكورسات الدراسية كدورة قائمة بذاتها وحددت له معايير للأداء، ودرجات للصفوف الدراسية التى يطبق فيها، وفى آسيا طبق فى سنغافورة وهونج كونج كمنهج دراسى رسمى.

وقدم برنامج ساليزبورج (2012)[40] ثلاث ضرورات تساعده فى رسم إطار التربية الإعلامية كشبكة أقوى للتواصل المجتمعى الحالى تضمنت:

1- التربية الإعلامية ككفاءة فردية:

وتهتم فى ذلك بالترويج لكيفية تحليل وتقييم أفضل للرسائل الإعلامية والتبادل، والتواصل ، والمساهمة فى حوار مدنى من خلال دعم عادات الاختيار، والتحدث ، والخلق ،والتعاون كأساس للمشاركة فى الشبكات الاجتماعية.

2- التربية الإعلامية ككفاءة تعاونية:

وفرت الشبكات الاجتماعية التعاون مع الأصدقاء والتواصل مع الآخر، وتبنى التربية الإعلامية على تبنى تكنولوجيا تعاونية، وطرق الحفاظ على التواصل.

3- التربية الإعلامية ككفاءة تشاركية:

فهى تعلم الشباب مهارات المشاركة فى عصر الإعلام الرقمى ، وتجاوز المسافة المادية لمساحات على الإنترنت.

ويهدف تعليم التربية الإعلامية لإشراك الناس فى أنماط الحياة المدنية النشطة بناء على مهارات التفكير النقدى، والقدرة على تقييم وتحليل وإنتاج المعلومات، كما يهدف إلى تقاسم مهارات الإنتاج، وإتخاذ قرارات مستنيرة، والمشاركة الفعالة فى الحوار المحلى والوظيفى والعالمى، وتعلم كيفية التواصل مع الآخر، أو التعامل مع القضايا العامة، إضافة لتعليم المواطن كيف يفهم الشبكات التى تنبض بالحياة والحوار مع العالم، وذلك لتسهيل التفاعلات اليومية، واستخدام الشبكات الاجتماعية فى التفاعل والمشاركة فى المجتمعات الكبيرة.

شملت الحلقة الدراسية للتربية الإعلامية للشباب (2002) عدد من التوجيهات العملية لمفهوم التربية الإعلامية منها: [42]

* ربط مفهوم التربية الإعلامية بالتعليم والتعلم عن طريق وسائل الإعلام.
* التحليل النقدى الإبداعى لما يقدم فى وسائل الإعلام.

* تفعيل التربية الإعلامية باستخدام الأنظمة التربوية رسمية وغير رسمية.
* الموازنة بين المسئولية الاجتماعية وذاتية الأفراد.
* الأولوية لتحقيق مفهوم التربية الإعلامية فى سن الطفولة والشباب (15 وحتى 18 سنة).

وتتمثل **أضلاع التربية الإعلامية** فى ثلاث نقاط هى: القدرة على الوصول للمعلومة، والقدرة على تحليل الرسالة، والقدرة على تقويم الرسالة.

وفى هذا الإطار قدم مشروع بحثى يتضمن أبحاث تطبيقية لتدريب الشباب ما بين أعوام 2005 وحتى 2008، على وسائل الإعلام الرقمية، ومنها برنامج للتربية الإعلامية وتطبيقاتها فى التعلم الرسمى (المدارس) ، وغير الرسمى (فى المكتبات، والمتاحف والمؤسسات).

وطبق المشروع باستخدام وسائل الإعلام عبر برامج منظمة لتعلم مهارات فنية وتقنية واجتماعية للإنتاج الإعلامى ونشرها فى المواقع الشبكية، واستخدمت إمكانات الإنتاج الذاتى لممارسات العرض والتقييم ، والتعليق على المادة الإعلامية ، والتى شملت أشرطة فيديو، ويوتيوب ، ومدونات وصفحات مای سبيس، ومواد تعليمية برامجية، ومواد سمعية وبصرية، وأمكن من خلالها بناء صداقات وعمل جماعى عبر شبكة تواصلية للفرق البحثية. (43)

لفتت هذه الدراسات والتطبيقات الأنظار لأهمية دمج التربية الإعلامية بشكل فعال فى الممارسات الدراسية وغير الدراسية للطلاب، لتدريبهم على الاستخدام الفعال للوسائل الرقمية؛ والتى اعتبرت فرصة للمدارس لإعداد استراتيجيات للتوجيه السليم بما يضمن استخدام الأدوات التكنولوجية للمزج بين الجوانب التقنية والكفاءة الفكرية ، وتوظيفها لأهداف تربوية، بهدف الانتقال من مرحلة استخدام البرمجيات للوصول لمرحلة التفكير الناقد والإبداعى.

وقد صادف تطبيق التربية الإعلامية عديد من العقبات منها مشكلات فى البنية الأساسية للمدارس ، وأنظمة الدعم ، وعقبات فى المناخ الدراسى والتى تشمل سوء استخدام الأدوات التكنولوجية بشكل أخلاقى، إضافة لمشكلات القوى البشرية المنفذة، والتى تخطط وتستخدم المفهوم، وضعف التنسيق مع الجهات ذات الاختصاصات المتقاربة.

تطبيق التربية الإعلامية:

تعددت وجهات نظر الباحثين حول أسلوب تفعيل التربية الإعلامية، فطالب

البعض بتعلم الطلاب مهاراتها عبر مادة أو مقرر خاص لها، وأكد البعض الآخر ضرورة دمج التربية الإعلامية فى المناهج الدراسية بدلاً من تدريسها فى مادة منفصلة بذاتها. (44)

عبر الباحثون عن إمكانية تطبيق التربية الإعلامية من خلال بث القيم التربوية والأخلاقية فى محتوى الرسالة الإعلامية، بحيث يكون تأثيرها فى المتلقى متدرجاً وغير مباشراً حتى يأتى ذلك بنتائجه المرجوة. (45)

وفى محاولة لوضع نموذج لبرنامج تربية إعلامية تبدأ بالتخطيط السليم وفق برامج محددة، وتوظف الإمكانات المادية والبشرية. ويكون من أهداف هذا النموذج تحقيق الهدف التربوى فى المجال المعرفى، والمهارى ، والوجدانى ، ويشمل محتواه مجموعة حقائق ومفاهيم وممارسات تربوية، ثم إبراز الممارسات السليمة للحقائق والمفاهيم والقيم فى البرامج الإعلامية، وإجراء مقارنة معرفية وقيمية لما ورد فى الأهداف والمحتوى، ثم وضع توصيات لتحقيقها.(46)

ويمكن تنفيذ هذا النموذج عبر الموقف الصفى ، والأنشطة الصفية ، واللاصفية فى حدود نطاق البيئة المدرسية، ثم يمتد لرحاب التربية بمفهومها الشامل عبر مفردات الحياة الإنسانية، وقد أثبتت البحوث والدراسات التربوية أن النشاط الموجه لا يقل أهمية عن المادة الدراسية، وعن طريقه يستطيع الطلاب اكتساب خبرات ومواقف تعليمية يصعب تعلمها داخل الفصل.

وتساعد الفنون المدرسية فى تنمية الإدراك ، والارتقاء بالذوق ، والارتباط بالحياة الواقعية، وزرع الثقة فى الطالب وإنجازاته ومكتسباته، وتوسيع دائرته المعرفية والثقافية، واستخدام التقنيات المتنوعة فى التقديم والعرض، وإكتساب مهارات النقد والتقويم ، والمهارات القيادية التشاركية ، وإتخاد القرار ،وزيادة الانتماء ،والمنافسة مع الآخرين. وهذه الفنون يمكن أن تتم داخل المدارس أو خارجها، حتى يستفيد منها الطلاب فى إطار التربية الإعلامية المدرسية.(47)

وقد أكدت عديد من الدراسات أن الفصول الدراسية يمكن تحويلها لبيئة مبدعة إضافة لتركيزها الشديد على التعلم عبر المضامين الإعلامية، وهنا يبدأ دور المعلم وتوجيهاته للطلاب على اختلاف قدراتهم، سواء موهوبين ومتفوقين، أو ذوى احتياجات خاصة، من خلال مراعاة الفروق الفردية بينهم، وتشجيعهم على التواصل مع العالم المحيط بهم من خلال تطبيقات الفنون المختلفة.(48)

وفى سبيل تطبيق ذلك عملياً قدمت وزارة التربية والتعليم المصرية منهجاً مقترحاً لمرحلة التعليم الأساسى، من أهدافه الرئيسية تنمية الفكر وممارسة النقد والنقد

الـذاتى، وتنميـة الشخصـية المتكاملـة للطـلاب، ومسـاعدتهم علـى اكتشـاف قـدراتهم الذهنيـة وملكـاتهم العقليـة والإدراكيـة ، والعمـل علـى ثقلهـا وتوجيههـا التوجيـه السـليم، إضـافة لتدريب الطـلاب علـى النقد الذاتى والخـارجى، وتنمية مهاراتهم فـى المناقشـة ، وإدارة الحـوار، والمسـاعدة علـى تكـوين رأى صـحيح حـول الأحـداث الجاريـة، وجعـل الطالب عضو إيجابى. (49)

وأهتمت دول عربيـة أخـرى بتطبيـق هـذه الأهـداف عبـر دراسـات عديـدة منهـا: دراسـة فـى فلسـطين(50) أكـدت ضـرورة وجـود آليـة للتنسـيق بـين المؤسسـات التربويـة والثقافيـة للتنشـئة الإعلاميـة للشـباب ، وتحقيـق الالتـزام الخلقـى والتربـوى فـى محتـوى وسـائل الإعـلام، صـوناً للهويـة الوطنيـة للشـباب. ودراسـة ليبيـة(51) رصـدت واقـع الممارسة لدى القائمين بالعملية التعليمية للأنشطة الإعلامية بالمدارس.

وقامـت الـدول الخليجيـة بتقـديم نموذجـاً تطبيقيـاً فـى إطـار اسـتراتيجية إعلاميـة تربوية، والاهتمام بتطبيقها عبر إدارة سياسية واعية ، وعمل عربى جاد ، وانفتـاح علـى التجربة العالمية(52).

تعريف التفكير النقدى ومهاراته:

يعـد الاهتمـام بتطـوير القـدرة علـى التفكيـر الناقـد مـن أبـرز مهـارات التربيـة الإعلاميـة التـى يجـب تنميتهـا، لأن المعلومـات التـى تتـوافر عبـر أجهـزة الكمبيـوتر ووسـائل الإعـلام تخطـت قـدرة الفـرد علـى تحليـل المعلومـة واسـتعمالها، وهـو مـا يلفـت النظـر لأهميـة إتقـان الصـغار لمهـارات التفكيـر التـى يحتاجونهـا لتحليـل واسـتعمال كـم المعلومات التى يتعرضون لها، وهو ما يجب أن تقوم بـه وسـائل التعليم التقليديـة عبـر تنمية وتدريب مهاراته التفكير الناقد للطلاب.

تعريف التفكير الناقد:

يعـرف بأنـه نـوع مـن التفكيـر المـنظم الـذى ييسـر عمليـات الوصـول للقـرار ، ويعتمـد علـى معـايير ومحكـات خاصـة، وعلـى التقويم الـذاتى، وتشـجيع روح التسـاؤل والبحث، وعدم التسليم بحقائق دون تحرى أو اكتشاف. (53)

التفكير الناقد هو حل المشكلات أو التحقق من الشئ وتقييمـه بالاستناد إلـى معايير متفق عليها مسبقاً.

وهـو التفكيـر الـذى يتطلـب اسـتخدام المسـتويات المعرفيـة العليـا الـثلاث فـى تصنيف بلوم وهى: التحليل، والتركيب ، والتقويم. (54)

ويعـرف بأنـه العمليـة التـى تـتم بواسـطتها تقـدير صـحة ،ودقـة ، وقيمـة أى إدعـاءات معرفيـة ومناقشـتها. كمـا أنـه يـرتبط بمهـارات أخـرى مثـل التفكيـر الإبـداعى،

ويركز على تقييم الأفكار الإبداعية. [55]

ويعرف محمد عبد الحميد الثقافة الإعلامية النقدية Critical Media Literacy بأنها تطوير لحركة الثقافة الإعلامية لتطوير المعارف والمهارات وأنماط السلوك التى تدعم نمو الوعى النقدى بأداء وسائل الإعلام ومخرجاتها. [56]

قدم ترينزينى Terenzini بحثاً حول العوامل المؤثرة على تنمية مهارات التفكير الناقد أظهر وجود ثلاث عوامل لتنميته تشمل: المناهج الدراسية ، والتعليم الرسمى، والخبرات والأنشطة التى تمارس خارج الفصل الدراسى والتى تسهم فى زيادة مهارات الطلاب فى التفكير الناقد. [57]

وتتضمن مهارات التفكير النقدى القدرة على فهم الرسالة ، وتحليلها ،وتقييمها بشكل عقلى، وجعل الطلاب موجهين ذاتياً عبر مراحل من التحليل وحتى الإنتاج، مع الأخذ فى الاعتبار بالتأثيرات الاجتماعية والسياق الذى يقدم فيه الإعلام، والتركيز على خبرة الطلاب بوسائل الإعلام، ونظام القيم لديهم بما يمكنهم من فهم الرسالة داخل سياقها ،وتقديم تفسيرات متعددة لها. [58]

وحددتها ليفنجستون S. Livingstone (2003) [59] بأنها القدرة على التمييز بين الواقع والخيال، وفهم الآليات الخاصة بإنتاج المواد الإعلامية وأساليب الدعاية لها، والقدرة على تقييم الرسائل التجارية فى الإعلانات بصفة خاصة، وفى البرامج بصفة عامة ، وتفسير أسباب تركيز وسائل الإعلام على بعض القضايا وأهمال أخرى.

وهذه المهارات هى نفسها التى قدمها بير Beyer قديماً فى 1988[60] والتى حددها فى التمييز بين الحقيقة والإدعاء وتحديد مصداقية مصدر المعلومة ومدى دقتها، واعتمادها على المغالطات ، ومعرفة أوجه التناقض وعدم الاتساق فى الاستدلال من المقدمات.

وتشمل مهارات التفكير الناقد ثلاث مجموعات رئيسية هى: [61]

* **التفكير الإبداعى:** والمتمثل فى إنتاج مواد إعلامية على المستوى الشخصى (بالنسبة للفرد نفسه) وعلى المستوى الثقافى (من خلال إضافة هادفة لمجال ثقافى محدد).
* **توظيف مهارات التفكير العليا:** مثل التحليل والمقارنة والاستنتاج والتفسير والتقويم والدمج عند تناول قضايا إعلامية معينة.
* **اصدار الأحكام:** حول الثقة والمصداقية لمصادر إعلامية محددة.

ويؤدى تدريس مهارات التفكير الناقد للمشاهدة الناقدة التى تعرف بأنها: مهارات يتمكن من خلالها المشاهد من النفاذ لطبقات متعددة للرسالة الإعلامية للوصول للمعانى التى تخدم أهداف المشاهدة، ويتطلب ذلك مهارات متركزة على الرسالة الإعلامية ، والتى تمكن الطلاب من فهم وبناء المعنى للمحتوى من خلال عمليات عقلية مثل: تحليل مكونات الرسالة، وتقدير دقتها، والتفرقة بين الخبر والرأى، والحقيقة والإنطباع، ومهارات الرسالة لمساعدة الطلاب على إيجاد علاقة بينها وبين المبادئ العامة من خلال عمليات الاختصار والاختزال، والتى تتمثل فى التخلص من المعلومات غير الضرورية. ومهارة التركيب والتى تشمل إعادة تجميع مكونات الرسالة لإيجاد بناء معرفى جديد للمتلقى يشارك به فى البناء الإعلامى.[62]

وقد عبر داڤيد روبنسون D. Robinson (2012)[63] عن قائمة – قدمتها المنظمات والمؤسسات التعليمية – لمهارات القرن الواحد والعشرين ، التى ينبغى توافرها فى المجال التعليمى للنشء تضمنت:

* مهارات المعرفة والفهم، والتحليل ،والوعى بالموضوعات العالمية والمحلية Thinking Skills.
* مهارات التفكير الإبداعى ، والتكيف والابتكار ، والوعى الإعلامى ، وحل المشكلات والتفكير النقدى Critical Thinking Skills.
* مهارات تكنولوجية فى التعامل مع أدوات ووسائل الاتصال، والمعلومات الحديثة Communication and Technology Skills.
* مهارات التواصل الحياتية ،والعمل فى فريق، والمهارات الشخصية ،والتوجيه الذاتى والمسئولية الاجتماعية Life Skills.

وأكدت الدراسات على الطلاب أهمية التعلم النقدى القائم على قراءة النصوص المرئية فى ضوء العلوم الاجتماعية والتعليمية لتعلم نقد الرسائل الإعلامية، وعبر الطلاب عن أنفسهم بدقة من خلال نقد وسائل الإعلام الرئيسية، ورفضوا المنهج المتركز على المعلم ، واستبدلوه بالمنهج القائم على التعلم النقدى فى دراسة وسائل الإعلام عبر مناقشات الطلاب، وتفسيراتهم للقضايا المقدمة فى الرسائل الإعلامية.[64]

التفاعلية والانتقائية للمضامين الإعلامية:

بدأت وسائل الإعلام فى التجاوب التدريجى مع هذه التحولات ، عبر البحث عن طرق جديدة لتوصيل محتواها الإعلامى لتتلائم مع طبيعة مستخدميها، وإفساح

المجال للجمهور المستخدم للمساهمة فى صناعة محتواها الإعلامى، باعتبار أن تمكين الجمهور إعلامياً يساعد فى الاحتفاظ به ، كما يتلاءم مع طبيعة التطورات الحديثة فى صناعة الإعلام.[65]

وأكدت الدراسات التطبيقية الحديثة أن الإعلام يستخدم لتنمية مهارات التفكير الناقد مدللين أن التعلم يحدث فى البيئة المدرسية التى يمارس فيها الطلاب أنشطة إعلامية وفنية تدعم التفكير ، وحل المشكلات ، وجمع المعلومات ، والاستدلال المنطقى على القرار قبل تحليله ،وهو ما يتحقق فى البيئة التعليمية التى توفر التواصل الإعلامى لدى طلابها.[66]

وقد أكد الميثاق الأوربى للثقافة الإعلامية 2009 (E.M.L)[67] على مبادئ مهمة خاصة باستخدام فعال لوسائل الاتصال وتقنياته، شملت فهم كيفية إنتاج المضمون الإعلامى والتحليل الناقد له ، والاستخدام الإبداعى له للتعبير عن الرأى ، وتوصيل المعلومات والأفكار مروراً بالاستخدام الفعال للوسائل الإعلامية ليمارس الشاب حقه فى الديمقراطية رغم اختلاف الثقافات أو المؤسسات التى ينتمى لها.

يظهر ما سبق حقيقة واضحة أن التربية الإعلامية أصبحت ضرورة فى العمل التعليمى والإعلامى ، يجب توظيفها لتحقيق شراكة حقيقية فاعلة لدى المؤسسات الإعلامية والتربوية ،عبر الاستفادة من التقنيات الحديثة التكنولوجية، لخدمة الأهداف والبرامج التعليمية والتربوية.

نوع الدراسة ومنهجها:

تعد الدراسة الحالية من الدراسات الوصفية التى تقوم بوصف وتحليل وتقويم خصائص الظاهرة للحصول على معلومات وبيانات كافية عنها دون الدخول فى أسبابها أو التحكم فيها.. وهذا النوع من البحوث لا تقف عند حد جمع البيانات ، وإنما يمتد لتطبيقها ،وتفسيرها ،وتحليلها تحليلاً شاملاً ليستخلص نتائج ودلالات مفيدة ، مما يمكننا من إصدار أحكام بشأن الظاهرة موضوع الدراسة.[68] وسيتم تطبيق ذلك على التربية الإعلامية ودورها فى استخدام الطلاب لوسائل الإعلام. وفى إطارها سيتم استخدام المنهج المسحى الذى يعد جهداً علمياً منظماً للحصول على معلومات وأوصاف الظاهرة والأساليب التى اتبعت لمواجهتها. من خلال مسح لعينة من الخبراء.

مجتمع الدراسة والعينة:

يتمثل مجتمع الدراسة الحالية فى الخبراء التربويين والإعلاميين ، والعاملين فى

المدارس فى تخصص الإعلام التربوى، إضافة لمسئولى المدارس ، ولذلك لجأت الباحثة لأسلوب العينة العمدية لاختيار محدد لعدد من الخبراء ذوى التخصص فى مجال التربية الإعلامية ويتمثل حجم العينة فى 100 مفردة. والجدول التالى يوضح خصائص عينة الدراسة.

جدول رقم (1)

خصائص عينة الدراسة

المتغيرات		ك	%
النوع	ذكر	33	33
	انثى	67	67
	الاجمالى	100	100
المؤهل العلمى	جامعى	47	47
	ماجستير	23	23
	دكتوراة	30	30
	الاجمالى	100	100
التخصص	اعلام	42	42
	تربية	33	33
	علم نفس	14	14
	علم اجتماع	11	11
	الاجمالى	100	100
سنوات الخبرة	من 5 الى اقل من 10 سنوات	31	31
	من 10 الى اقل من 15 سنة	19	19
	من 15 الى اقل من 20 سنة	18	18
	اكثر من 20 سنة	32	32
	الاجمالى	100	100
الوظيفة الحالية	ممارسين	50	50
	اكاديمين	50	50
	الاجمالى	100	100

الأداة المستخدمة:

اعتمدت الباحثة على استمارة استبيان بالمقابلة للخبراء عينة الدراسة. والتى تم إعدادها وفق خطوات محددة هى:

1- تحديد أهداف الدراسة والبيانات المطلوبة، وترجمتها إلى مجموعة من الأسئلة والمقاييس داخل الاستمارة.

2- إعداد الاستمارة فى صورة أولية ومراجعتها منهجياً وفقاً لتساؤلات وفروض الدراسة، وعرضها على مجموعة من المتخصصين والمحكمين.

اختبارا الصدق والثبات:

اختبرت الباحثة صدق الاستمارة من خلال عرضها على عدد من المحكمين وتم تعديل بعض البنود بناء على ملاحظاتهم(*).

تم إجراء اختبار قبلى Pre-test على عينة تمثل 5% من حجم العينة الأصلى، وذلك للتأكد من صياغة الأسئلة، وتم تعديل بعض بدائل الإجابات، إضافة لتوضيح بعض بنود المقاييس.

ولاختبار الثبات أجرت الباحثة إعادة تطبيق الاستمارة على 5% من عينة الدراسة بعد مرور أسبوعين من التطبيق الأول، وبلغت نسبة الثبات 80% وهى نسبة جيدة يمكن الوثوق بها.

تساؤلات الدراسة:

1- ما مفهوم التربية الإعلامية من وجهة نظر الخبراء التربويين عينة الدراسة؟

2- ما أهداف التربية الإعلامية؟ وما المهارات الإدراكية والتحليلية والنقدية التى يكتسبها النشء من تطبيقها؟

3- ما دور مؤسسات التعليم فى تطبيق برامج التربية الإعلامية من وجهة نظر الخبراء والخطوات المقدمة لتطبيق ذلك فى الإستراتيجية التعليمية؟

4- ما المرحلة الدراسية الأنسب لتطبيقها وما الأنشطة العامة والمدرسية التى يمكن أن تنقل للطالب مفهوم التربية الإعلامية؟

5- ما دور المعلم فى تطبيق برامج التربية الإعلامية ؟ وما المهارات التى يجب أن تتوافر لديه؟

6- ما دور الأسرة المصرية فى توجيه أبنائها للاستخدام الجيد لوسائل الإعلام؟ وما مدى وجود رقابة أسرية على الأبناء؟ وما طبيعة هذه الرقابة؟

7- كيف تقوم وسائل الإعلام بتطبيق مفهوم التربية الإعلامية ؟ وما أنسب الوسائل لتحقيق ذلك؟

8- كيف يستخدم النشء وسائل الإعلام بإيجابية ؟ وما المخاطر التى يحتمل أن يتعرض لها من الاستخدام السلبى لها؟

9- ما عقبات تطبيق برامج التربية الإعلامية ؟ وكيف يمكن مواجهتها فى الواقع الفعلى؟

فروض الدراسة:

1- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين رأى الخبراء فى مدى تطبيق مفهوم التربية الإعلامية والمهارات التى تنميها لدى الطلاب .

2- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى تطبيق التربية الإعلامية ومهارات الاستخدام الإيجابى الفعال لوسائل الإعلام.

3- توجد فروق دالة إحصائياً لدى عينة الخبراء وفقاً لمتغيراتهم الديموجرافية فى اتجاهاتهم نحو المهارات التى تنميها التربية الإعلامية لدى الطلاب.

المتغيرات الديموجرافية تشمل:

1- **النوع** : وشمل الذكور والإناث.

2- **المؤهل العلمى** والذى شمل: مؤهل جامعى – حاصلون على الماجستير – حاصلون على الدكتوراه.

3- **التخصص** وقسم إلى أربعة تخصصات هى: الإعلام – التربية – علم النفس – علم الاجتماع.

4- **مدى الخبرة** والتى اعتمدت على عدد السنوات التى قضاها الخبير فى التخصص وقسمت إلى:

- من 5 وحتى أقل من 10 سنوات.
- من 10 وحتى أقل من 15 سنة.
- من 15 حتى أقل من 20 سنة.
- أكثر من 20 سنة.

5- **الوظيفة أو العمل** و قسم إلى:

- الممارسين للعمل فى مجال الإعلام التربوى أو العمل التعليمى .
- والأكاديميين الذين يعملون فى الجامعات من المدرسين المساعدين والمدرسين والأساتذة المساعدين والأساتذة فى التخصصات التى شملتها العينة.

المعالجة الإحصائية للبيانات :

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها –بعد ترميزها– إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام

برنامج **SPSS** ، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية :

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
- الوزن المئوي والوزن المرجح .
- معامل ارتباط بيرسون **(Pearson Correlation)** لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية .
- اختبار (ت) **T-Test** لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين.
- تحليل التباين ذو البعد الواحد **ANOVA** ، والاختبارات البعدية **(Post Hoc Tests)** بطريقة أقل فرق معنوي **(LSD)** لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات.

*** النتائج العامة للدراسة الميدانية**

1- مفهوم التربية الإعلامية :

جدول رقم (2)

رأى عينة الخبراء فى طبيعة مفهوم التربية الإعلامية

التكرار والنسبة / طبيعة المفهوم	ك	%
تنمية الوعى لدى الصغار بدور وسائل الإعلام فى المجتمع وأهدافها وسياستها.	61	25.4
تكوين الوعى النقدى والحكم الذاتى المستقل على الرسائل الإعلامية.	49	20.4
تمكين النشء من التعامل مع المضامين الإعلامية بشكل اختيارى وانتقائى.	47	19.6
تشجيع الصغار على ممارسة العمل الإعلامى وإنتاج رسائل إعلامية خاصة بهم.	45	18.8
توعية النشء بالتأثيرات السلبية لوسائل الإعلام.	36	15.0
تعرف الصغار القيم والأخلاقيات السليمة عبر الأنشطة الإعلامية.	2	0.8
إجمالى	240	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن مفهوم التربية الإعلامية طبقاً لوجهة نظر عينة الدراسة من الخبراء جاء لتنمية الوعى لدى الصغار بدور وسائل الإعلام فى المجتمع وأهدافها وسياستها بنسبة 25.4% من إجمالى إجابات العينة. يليها تكوين الوعى النقدى والحكم الذاتى المستقل على الوسائل الإعلامية بنسبة 20.4%. ، وفى المرتبة الثالثة تمكين النشء من التعامل مع المضامين الإعلامية بشكل اختيارى وانتقائى بنسبة 19.6%.

وسجل الاختيار الخاص بتشجيع الصغار على ممارسة العمل الإعلامى وإنتاج رسائل إعلامية خاصة بهم بنسبة 18.8%. وتوعية النشء بالتأثيرات السلبية لوسائل الإعلام بنسبة 15%. وأضاف المبحوثون لتعريف المفهوم تعريف الصغار القيم والعادات والأخلاق عبر الأنشطة الإعلامية التربوية بنسبة 0.8%.

تظهر هذه النتيجة طبيعة مفهوم التربية الإعلامية من قبل الخبراء وهو ما يتوافق مع ما قدمته اليونسكو والدراسات العديدة ، والتى ركزت على دورها فى توعية الصغار وتكوين الوعى النقدى ، وتنمية المهارات النقدية تجاه ما تبثه وسائل الإعلام من رسائل، وتحليل وتقويم الرسالة ،إضافة لتشجيع الصغار على إنتاج مادة إعلامية خاصة بهم، وهو ما يمثل إضلاع التربية الإعلامية.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة شريفة سليمان (2013)[69] التى حددت مفهوم التربية الإعلامية فى تنمية المهارات النقدية والوعى بالمفاهيم لدى الصغار.

2- رأى عينة الدراسة فى مدى تطبيق مفهوم التربية الإعلامية فى المجتمع المصرى:

جدول رقم (3)

رأى عينة الدراسة فى مدى تطبيق مفهوم التربية الإعلامية فى المجتمع المصرى

التكرار والنسبة / مدى تطبيق مفهوم	ك	%
يطبق بصفة دائمة.	1	1
يطبق أحياناً.	39	39
يطبق نادراً.	45	45
لا يطبق على الإطلاق.	15	15
الاجمالى	100	100

أظهرت عينة الدراسة من الخبراء أن مفهوم التربية الإعلامية يطبق نادراً بنسبة 45% ويطبق أحياناً بنسبة 39%، فى حين ترى نسبة 15% منهم أنه لا يطبق على الإطلاق.

تشير هذه النتيجة إلى ضعف شديد فى تطبيق المفهوم فى المجتمع المصرى ، والذى يعكس عدم الاهتمام بالتربية الإعلامية أو بمفهومها بمعناه الواسع، فقد اظهرت نسبة 99% من عينة الدراسة أنه يطبق أحياناً ونادراً أو لا يطبق أبداً، فى حين عبر

1% فقط على أنه يطبق بصفة دائمة.

3- المستويات التى يمكن تطبيق التربية الإعلامية من خلالها:

جدول رقم (4)

رأى عينة الدراسة فى المستويات التى يمكن تطبيق التربية الإعلامية من خلالها

التكرار والنسبة / المستوى	ك	%
مستوى التعليم الرسمى (ممثلاً فى المدارس والجامعة والمؤسسات التربوية والتعليمية).	23	23
مستوى التعليم غير الرسمى (ممثلاً فى الأسرة ووسائل الإعلام...).	2	2
كلاهما معاً.	75	75
الاجمالى	100	100

جاءت نتيجة الدراسة الخاصة بالمستويات التى يمكن تطبيق التربية الإعلامية من خلالها لتؤكد أن نسبة 75% من إجمالى العينة يرون أنه يمكن تطبيقها من خلال مستوى التعليم الرسمى ممثلاً فى المدارس، والجامعات ، والمؤسسات التربوية والتعليمية المختلفة، إضافة إلى مستوى التعليم غير الرسمى ممثلاً فى الأسرة ، ووسائل الإعلام ، وجماعات التنشئة الأخرى.

فى حين عبرت نسبة 23% منهم عن رأيها أنه يمكن تطبيقها بفعالية عن مستوى التعليم الرسمى ، لأنه منوط به القيام بهذا الدور الحيوى وهو أقدر على توفير الكوادر القادرة على تنفيذه فى الواقع. ويؤكد ذلك نتيجة أنه يمكن تطبيقه عبر المؤسسات التعليمية غير الرسمية لم تتجاوز نسبة 2% فقط.

- تتفق هذه النتيجة مع نتائج المؤتمر الدولى الأول للتربية الإعلامية فى السعودية (2007)[70] ، والتى أظهرت عديد من الدراسات التى قدمت فيه أهمية تطبيق التربية الإعلامية عبر برامج تدريبية فى المناهج الدراسية وفى الفنون المدرسية، ومن خلال المؤسسات الاجتماعية المسئولة عن التنشئة الاجتماعية، من خلال تكامل الأدوار بين المستويات التعليمية الرسمية وغير الرسمية.

4- أهداف التربية الإعلامية:

جدول رقم (5)

رأى عينة الخبراء فى أهداف التربية الإعلامية

التكرار والنسبة / أهداف التربية الإعلامية	ك	%
تنمى مهارات التفكير النقدى للأبناء تجاه ما يتلقونه من الإعلام.	71	20.2
تساعد فى بناء شخصية الأبناء وتعودهم على النقد البناء.	66	18.7
توعى الأبناء بالتأثيرات السلبية لوسائل الإعلام.	56	15.9
تساعدهم على المشاركة فى الحوار العام.	55	15.6
تكسب الأبناء مهارات التحليل وحل المشكلات.	39	11.1
تدرب الأبناء على التفكير العلمى وطرح التساؤلات.	31	8.8
تدرب الأبناء على أساليب البحث عن المعلومات وتصنيفها.	28	8.0
التشجيع على الإبداع وممارسة العمل الإعلامى.	6	1.7
اجمالى الاجابات	352	100

جاء الهدف الخاص بتنمية مهارات التفكير النقدى للأبناء تجاه ما يتلقونه من وسائل الإعلام على رأس الأهداف التى قدمتها عينة الدراسة بنسبة 20.2% من إجمالى الإجابات، وفى نفس السياق سجل الهدف الثانى الخاص بالمساعدة فى بناء شخصية الأبناء وتعودهم على النقد البناء نسبة 18.7 % ، يؤكد ذلك أن الهدف الرئيسى للتربية الإعلامية يتمثل فى تكوين النظرة النقدية، والوعى النقدى للرسائل الإعلامية ، وتنمية الحكم الذاتى المستقل، وبناء الفكر الاتصالى للشباب الذى يجعلهم مدركين لأبعاد العملية الإعلامية.

- وجاء الهدف الخاص بتوعية الأبناء بالتأثيرات السلبية لوسائل الإعلام، والمساعدة على مشاركتهم فى الحوار العام فى المرتبة الثالثة والرابعة بنسبة متقاربة 15.9%، ونسبة 15.6%، تشير هذه الاختيارات لجوهر التربية الإعلامية وهو وقاية الأبناء من الآثار السلبية الناجمة عن تعرضهم لبعض وسائل الإعلام، وارشادهم إلى أهمية المشاركة فى الأحداث العامة عبر الحوار الجاد.

- وحققت الأهداف الخاصة باكساب الأبناء مهارات التحليل وحل المشكلات،

وتدريبهم على التفكير العلمى وطرح التساؤلات، وتدريبهم على أساليب البحث عن المعلومات وتصنيفها المراتب التالية بنسبة متقاربة هى 11.1%، 8.8%، وأخيراً 8% ، وتعد هذه الأهداف المحددات الأساسية لتنمية المهارات الاتصالية لدى الشباب وجعلهم قادرين على القراءة والاستماع والمشاهدة بشكل علمى ممنهج ، ويمتلكون أدوات الاختيار ، والتحليل ، والإدراك والتمييز بين الجيد والرديء.

– وأضاف المبحوثون للأهداف التى تحققها التربية الإعلامية تشجيع الصغار على الابتكار والإبداع ، وتدريبهم على ممارسة العمل الإعلامى، وعدم الانسياق وراء الثقافات الغريبة بنسبة 1.7%.

اتفقت النتيجة الحالية مع دراسة رشا عبد اللطيف (2011)[71]، التى أظهرت أن أهم الأهداف التى تسعى لها التربية الإعلامية هو تنمية التفكير النقدى لما يقدم فى الإعلام، وتحصين الصغار من التأثير السلبى للرسائل الإعلامية.

5- ترتيب الأنشطة التى يمكنها تشكيل شخصية الطالب تجاه التربية الإعلامية :

جدول رقم (6)

ترتيب الأنشطة التى يمكنها تشكيل شخصية الطالب تجاه التربية الإعلامية

الترتيب / العبارة	الترتيب الاول	الترتيب الثانى	الترتيب الثالث	الترتيب الرابع	الوزن المرجح	
					النقاط	%
الأنشطة الإعلامية التربوية فى المدارس.	62	22	4	1	323	44.0
المناقشات الأسرية والحوار مع الأصدقاء.	25	35	2	1	210	28.6
المشاركة فى مواد وبرامج إعلامية فى وسائل الإعلام المختلفة.	4	21	19	7	124	16.9
النشاط المجتمعى فى مؤسسات ذات طبيعة خدمية.	2	4	23	11	77	10.5
مجموع الاوزان					734	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى ان ترتيب أفراد العينة للأنشطة التى يمكنها تشكيل شخصية الطالب تجاه التربية الإعلامية جاء على رأسها الأنشطة الإعلامية التربوية فى المدارس بوزن مرجح 44%. حيث احتلت الترتيب الأول فى اختيارات المبحوثين بعدد62 تكرار، تتفق هذه النتيجة مع النتائج السابقة التى أكدت أن عينة الخبراء تعول على المؤسسات التعليمية والتربوية كأساس لتشكيل شخصية الطالب تجاه تطبيق المفهوم.

جاء فى المرتبة الثانية المناقشات الأسرية والحوار مع الأصدقاء بوزن مرجح 28.6%.

وفى المرتبة الثالثة المشاركة فى مواد وبرامج إعلامية فى وسائل الإعلام المختلفة بوزن مرجح 16.9%. وفى المرتبة الأخيرة المشاركة فى أنشطة مجتمعية فى مؤسسات ذات طبيعة خدمية بوزن مرجح 10.5%.

6- خطوات تطبيق مؤسسات التعليم لبرامج التربية الإعلامية :

جدول رقم (7)
رأى عينة الخبراء فى خطوات تطبيق برامج التربية الإعلامية

التكرار والنسبة / خطوات التطبيق	ك	%
الاعتماد على وسائل وأدوات الإعلام الحديثة لتطوير العملية التعليمية (مثل: التعلم عن بعد – الوسائط المتعددة – الفيديو كونفرانس – المواقع التعليمية...).	58	17.3
جعل عملية التعلم أكثر متعة واثارة عقلية من خلال التجديد والابتكار.	56	16.7
تطوير برامج التعليم للمراحل المختلفة بما يسمح باستثمار الخبرات التى يكتسبها الطالب من تعرضه للمضامين الإعلامية.	49	14.6
تصميم بيئة تدريس وتعلم تدفع للتفكير وإعمال العقل فى مصادر المعلومات.	46	13.7
اتاحة الفرصة للطالب لاكتساب المعارف والمهارات اللازمة لمجتمع المعلومات.	43	12.8
تنمية القدرة لدى الطالب على الاختيار.	41	12.3
تغيير طبيعة عملية التعليم والتعلم وتحويلها لعملية بناء معرفى ذاتى.	39	11.7
تنمية مهارات الطالب لنقد المواد التى يدرسها.	3	0.9
اجمالى	335	100

اظهرت نتائج الدراسة أن الخبراء يرون مؤسسات التعليم قادرة على تطبيق برامج التربية الإعلامية من خلال عناصر عدة من أهمها: الاعتماد على وسائل وأدوات الإعلام الحديثة لتطوير العملية التعليمية مثل استخدام أساليب التعلم عن بعد والوسائط المتعددة والفيديو كونفرانس والمواقع التعليمية وذلك بنسبة 17.3% من اجمالى الاختيارات، وهو ما أكده الاختيار التالى بأن ذلك يجعل عملية التعلم أكثر متعة وإثارة عقلية من خلال التجديد والابتكار بنسبة 16.7%.

وجاء فى المرتبة الثالثة تطوير برامج التعليم للمراحل المختلفة بما يسمح باستثمار الخبرات التى يكتسبها الطالب من تعرضه للمضامين الإعلامية بنسبة 14.6%.

تشير هذه الاختيارات لدور مهم لاستخدام وسائل الإعلام ومضامينها فى تطوير الفكر الابتكارى وجعل التعلم متعة.

وجاءت الاختيارات التالية لتعبر عن أهمية البيئة التعليمية نفسها وتطويرها لمساعدة النشء على تنمية قدراتهم وتشمل: تصميم بيئة تدريس وتعلم تدفع للتفكير وإعمال العقل فى مصادر المعلومات بنسبة 13.7%، يليها إتاحة الفرصة للطالب

لاكتساب المعارف والمهارات اللازمة لمجتمع المعلومات، وتنمية القدرة لدى الطالب على الاختيار، وتغيير طبيعة عملية التعليم والتعلم وتحويلها لبناء معرفى ذاتى ، يعتمد فيه الطالب على نفسه وعلى قدراته وليس مجرد التلقى والتلقين الذى يخاطب أدنى القدرات العقلية على الحفظ.

وأخيراً أضاف المبحوثون استخدام التربية الإعلامية لتنمية مهارات الطلاب النقدية للمواد الأخرى التى يدرسونها.

- اتفقت هذه النتائج مع دراسة حسن بن عايل وبدر الصالح (2007)[72] التى طرحت خطوات لتضمين التربية الإعلامية فى المناهج التعليمية.

7- ترتيب المراحل الدراسية التى يمكن أن يطبق فيها مفهوم التربية الإعلامية بنجاح:

جدول رقم (8)

ترتيب المراحل الدراسية التى يمكن أن يطبق فيها مفهوم التربية الإعلامية

الترتيب / المرحلة الدراسية	الترتيب الاول	الترتيب الثانى	الترتيب الثالث	الترتيب الرابع	الوزن المرجح	
					النقاط	%
المرحلة الإعدادية.	33	41	3	1	262	33.9
المرحلة الإبتدائية.	51	2	3	3	219	28.4
المرحلة الثانوية.	13	29	26	2	193	25.0
المرحلة الجامعية.	5	9	15	21	98	12.7
مجموع الاوزان					772	100

جاء ترتيب عينة الخبراء للمراحل الدراسية التى يفضل أن يطبق فيها مفهوم التربية الإعلامية ليبدأ بالمرحلة الإعدادية فى المرتبة الأولى بوزن مرجح قيمته 33.9%، وتأتى أهمية هذه المرحلة فى أنها المرحلة الوسط التى تتكون فيها شخصية الطالب ، ويبدأ يدرك ويعمل قدراته الذهنية بنجاح فى الاختيار والنقد ، وهو ما نحتاجه فى تطبيق التربية الإعلامية كمفهوم وبرامج ، ولذا فهى من أهم وأخطر المراحل التى يمكن أن يطبق فيها المفهوم بنجاح.

وجاءت المرحلة الابتدائية فى المرتبة الثانية بوزن مرجح قيمته 28.4% ، وتتمثل أهمية المرحلة الابتدائية فى أنها المرحلة الأساسية التى يكتسب فيها النشء المفاهيم، ويتعرف على المجتمع حوله ويبدأ فى تكوين مفاهيمه الخاصة عن نفسه والآخرين، ولذلك فهى مرحلة مهمة يمكن فيها غرس مفهوم التربية الإعلامية ، والتعريف بمبادئها كمرحلة أولية، خاصة فى ظل اختلاف الوضع مؤخراً نتيجة تمتع

الصغار بوسائل اتصال عديدة جعلتهم أكثر وعياً بما حولهم ، وأثرت على مدركاتهم وعلى تطورها.

وجاءت المرحلة الثانوية فى المرتبة الثالثة بوزن مرجح قيمته 25%، وتمثل مرحلة التعليم الثانوى أهمية خاصة فى تطبيق المفهوم والبرامج الخاصة بالتربية الإعلامية ليستطيع الشاب الصغير مواجهة مجتمعه بآرائه ، وتكوين وجهات نظر فيما يحدث حوله، ويستطيع أن يعرف بدقة ما هو الصواب وما هو الخطأ فيما يشاهد أو يقرأ فى وسائل الإعلام، ويبدأ فى إنتاج مادة تواصلية خاصة به مع أقرانه ، يعبر فيها عن وجهة نظره سواء من خلال مواقع التواصل الاجتماعى أو الأنشطة المدرسية.

وجاءت المرحلة الجامعية فى المرتبة الرابعة والأخيرة بوزن مرجح قيمته 12.7% ، وهو ما يشير إلى اعتقاد عينة الخبراء أنها أقل أهمية من المراحل الأخرى، ويرجع ذلك لأن التربية الإعلامية يبدأ تطبيقها فى المراحل الدراسية الأولى وتأتى المرحلة الجامعية لتتويج ما تم بثه فى نفوس الصغار وممارستها بشكل جيد.

8- الخطوات التى تقترح عينة الخبراء وضعها فى استراتيجية التعليم قبل الجامعى لدعم برامج التربية الإعلامية:

جدول رقم (9)

الخطوات التى تقترح عينة الخبراء وضعها فى استراتيجية التعليم قبل الجامعى لدعم برامج التربية الإعلامية

الخطوات المقترحة / التكرار والنسبة	ك	%
إعداد الكوادر المؤهلة لتدريس التربية الإعلامية من خلال كليات التربية النوعية.	67	21.5
تطوير المناهج الدراسية لتشمل موضوعات تشجع ميول الطالب لجمع المعلومات وتفسيرها وتحليلها.	53	17.0
تطوير أساليب التدريس فى المدارس لتسمح بتبادل الرأى وتفعيل الحوار.	51	16.3
تخصيص حصة أسبوعياً للتربية الإعلامية وتدريسها كمنهج منفصل	50	16.0
تطبيق الاستخدام الفعال لوسائل اتصالية وتكنولوجية ليتعامل الطالب مع ثورة المعلومات.	45	14.4
تحويل التربية الإعلامية لمقرر دراسى مستقل.	43	13.8
ادماج التربية الإعلامية فى المناهج الدراسية	3	1.0
الاجمالى	312	100

اقترحت عينة الدراسة من الخبراء مجموعة من الخطوات يمكن وضعها فى استراتيجية متكاملة لدعم برامج التربية الإعلامية فى مرحلة التعليم قبل الجامعى، وجاء على رأسها: إعداد الكوادر المؤهلة لتدريس التربية الإعلامية من خلال كليات التربية النوعية بنسبة 21.5% من إجمالى الاقتراحات، وهو ما يؤكد أهمية دور هذه

الكليات فى إعداد المعلم النوعى القادر على إيصال مفهوم التربية الإعلامية، وتطبيقه بنجاح لدى طلاب المراحل التعليمية المختلفة.

وجاء تطوير المناهج الدراسية لتشمل موضوعات تشجع ميول الطلاب لجمع المعلومات وتفسيرها وتحليلها فى المرتبة الثانية بنسبة 17%، وهو ما يمكن الطالب من مناقشة معانى الرسالة الإعلامية التى يتعرض لها.

وجاء الاقتراحان بتطوير أساليب التدريس فى المدارس لتسمح بتبادل الرأى وتفعيل الحوار، وتخصيص حصة أسبوعياً للتربية الإعلامية بنسب متقاربة 16.3%، و16%، وتظهر هذه الخطوات المقترحة ضرورة تغيير العلاقة بين المعلم والطالب عبر تبادل حوارات أكثر انفتاحاً وديمقراطية بين الطرفين.

وسجل الاقتراح الخاص بتطبيق الاستخدام الفعال لوسائل اتصالية وتكنولوجية ليتعامل الطالب مع ثورة المعلومات ، والقيام بدور صانع القرار فى ضوء ضوابط من أخلاقيات المجتمع الفعلى نسبة ***14.4***%.

وأخيراً جاءت خطوة تحويل التربية الإعلامية لمقرر دراسى مستقل بنسبة 13.8%. وأضاف المبحوثون خطوة إدماج عناصر التربية الإعلامية فى المناهج الدراسية بنسبة 1%.

تشير هذه النتائج لكيفية تطبيق التربية الإعلامية سواء من خلال المؤسسات التعليمية كمنهج دراسى مستقل وقائم بذاته، أو تضمينه فى سياق محتوى المناهج الدراسية. يرى البعض ان التربية الإعلامية يجب تدريسها بشكل تقليدى كمقرر دراسى ، ويرى آخرون تدريسها داخل المقررات الآخرى .

9- المهارات الإدراكية التى تنميها التربية الإعلامية لدى الطلاب:

جدول رقم (10)

اتجاهات عينة الدراسة نحو المهارات الإدراكية التى تنميها التربية الإعلامية لدى الطلاب

درجة الموافقة / العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	الوزن النسبى
	ك	%	ك	%	ك	%			
1- تساعد الطالب على فهم قضايا محلية واقليمية ودولية.	76	76	22	22	2	2	2.74	0.48	91.3
2- تدفع الطالب للمشاركة فى إيجاد حلول للمشكلات.	74	74	23	23	3	3	2.71	0.52	90.3
3- تعد الطالب للتعايش مع الآخر والتفاهم مع الغير.	69	69	30	30	1	1	2.68	0.49	89.3
4- تعرف الطالب بالمفاهيم مثل الديمقراطية وحقوق الإنسان.	69	69	28	28	3	3	2.66	0.54	88.7

5- تؤدى بالطالب لنبذ عوامل الفرقة والاختلاف.	50	50	44	44	6	6	2.44	0.61	81.3
جملة من سئلوا	100								

عبرت عينة الدراسة عن مجموعة من المهارات الإدراكية التى تنميها التربية الإعلامية لدى الطلاب فى حال تطبيقها شملت خمس عبارات ، جاء على رأسها: أنها تساعد الطالب على فهم قضايا محلية ،وإقليمية ،ودولية بأعلى متوسط حسابى ووزن نسبى 91.3% ، وهو ما يشير إلى الدور الإدراكى الذى يقدمه المفهوم للطالب بتعريفه بالقضايا المحيطة ومساعدته على فهمها، ويشير ذلك للبدء فى المعرفة والفهم كمرحلة أولى ثم تأتى المراحل الأرقى فى الإدراك ، وهو ما أكدته العبارة التالية الخاصة بدفع الطالب للمشاركة فى إيجاد حلول للمشكلات وهو الخطوة التالية بعد فهم القضية أو المشكلة ثم محاولة إيجاد حل مناسب لها .

وجاءت العبارة الثالثة والخاصة بإعداد الطالب للتعايش مع الآخرين والتفاهم مع الغير لتخاطب مهارة إدراكه مهمة تتمثل فى دفع النشء لتقبل الآخر والتعامل معه ، يليها الاختيار الرابع الخاص بمعرفة المفاهيم العامة كالديمقراطية وحقوق الإنسان، وهو ما يؤكد الاختيار الخامس بأنها تؤدى به لنبذ عوامل الفرقة والاختلاف وهذا ما يخاطب المراتب العليا فى الإدراك.

10- اتجاهات العينة نحو المهارات التحليلية التى يمكن أن تنميها التربية الإعلامية لدى الطلاب:

جدول رقم (11)

اتجاهات العينة نحو المهارات التحليلية التى يمكن أن تنميها التربية الإعلامية لدى الطلاب

درجة الموافقة / العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	الوزن النسبى
	ك	%	ك	%	ك	%			
1- تعطى للطالب فرصة للتعبير عن ذاته والحوار والنقاش.	78	78	20	20	2	2	2.76	0.47	92
2- تنمى مهارات الطالب القرائية والكتابية والإدراكية.	73	73	24	24	3	3	2.70	0.52	90
3- تدرب الطالب على البحث عن المعلومات وتنظيمها وتحليلها.	66	66	31	31	3	3	2.63	0.54	87.7
4- تساعد الطالب فى حل مشكلات اجتماعية وثقافية مثل الأمية والتعددية.	64	64	33	33	3	3	2.61	0.55	87
5- تدرب الطالب على التفكير العلمى والموضوعى.	62	62	36	36	2	2	2.60	0.53	86.7
6- تحمى الطالب من المؤثرات الضارة بالقيم والمعتقدات	59	59	33	33	8	8	2.51	0.64	83.7

شملت المهارات التحليلية التى تنميها التربية الإعلامية لدى الطلاب فى حال تطبيقها عدداً من العبارات جاء على رأسها أنها تعطى الطالب فرصة للتعبير عن ذاته بالحوار والمناقشة وذلك بوزن نسبى 92% وأعلى متوسط حسابى، وهذا يعكس أهمية تعبير الطالب عن رأيه التى تسعى لها التربية الإعلامية بصفة أساسية وهذا هو جوهر المفهوم فبعد أن يدرك الطالب ما يحدث حوله يبدأ مهارته فى تحليل الموقف والنقاش حوله كمرحلة وسط يكتسب بها آراء ويعبر عن نفسه ووجهة نظره الخاصة. وهذا ما تؤكده العبارات التالية والتى تشمل أنها تنمى مهاراته القرائية والكتابية، وتدربه على البحث عن المعلومة وتنظميها وتحليليها، وتدريبه على التفكير العلمى الموضوعى، ومساعدته فى حل مشكلات اجتماعية وثقافية تحيط به مثل الأمية والتعددية وغيرها. وأخيراً أنها تحمى الطالب من المؤثرات الضارة بالقيم والمعتقدات المحلية وتشكل حائط صد أمام الانفلات الأخلاقى المحيط به من جهات عديدة.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة شريفة سليمان (2013)[73] التى أظهرت أن تطبيق برنامج للتربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الإعدادية يؤثر على مهاراتهم التحليلية والإدراكية.واتفقت مع رؤية دراسة رشا عبد اللطيف (2011)[74] التى عبر فيها الخبراء عن معايير التربية الإعلامية والتى شملت المعيار الإدراكى والتحليلى والنقدى فى مواجهة التأثير السلبى للرسائل الإعلامية.

11- اتجاهات عينة الدراسة نحو المهارات النقدية التى يمكن أن تنميها التربية الإعلامية للطالب:

جدول رقم (12)
اتجاهات عينة الدراسة نحو المهارات النقدية التى يمكن أن تنميها التربية الإعلامية للطالب

درجة الموافقة / العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	الوزن النسبى
	ك	%	ك	%	ك	%			
1- يفرق الطالب بين الأخبار والآراء الشخصية.	72	72	23	23	5	5	2.67	0.57	89
2- يناقش الطالب ما يقدم فى الإعلام كموضوعات قابلة لتعدد الآراء	69	69	29	29	2	2	2.67	0.51	89
3- يتخذ الطالب ردود أفعال حاسمة تجاه المضمون الإعلامي.	61	61	37	37	2	2	2.59	0.53	86.3
4- يعطى الطالب القدرة على التمييز بين الواقع والخيال.	63	63	32	32	5	5	2.58	0.59	86
5- يفسر الطالب أسباب تركيز الإعلام على قضايا معينة وتجاهل أخرى.	63	63	32	32	5	5	2.58	0.59	86
6- يميز الطالب بين الحقائق والإدعاءات.	62	62	31	31	7	7	2.55	0.63	85
7- يحدد الطالب مصداقية مصدر المعلومة ومدى صحة الخبر.	59	59	36	36	5	5	2.54	0.59	84.7
8 يستطيع الطالب فهم كيف تنتج المواد الإعلامية وأساليب الدعاية لها.	59	59	31	31	10	10	2.49	0.67	83
9- يقيم الطالب الرسائل الإعلامية التجارية فى البرامج والإعلانات.	54	54	36	36	10	10	2.44	0.67	81.3
جملة من سئلوا	100								

حددت عينة النخبة عدداً من المهارات النقدية التى يمكن للتربية الإعلامية أن تنميها والتى شملت قدرة الطالب على التفرقة بين الأخبار المقدمة فى المواد الإعلامية وبين الآراء الشخصية ، ومناقشته لما يقدم فى الإعلام كموضوعات قابلة لتعدد الآراء بنفس الوزن النسبى 89%، وتعتبر هذه العبارات أعلى مراتب الرؤية النقدية التى يكونها النشء من برامج التربية الإعلامية ، لأنها متضمنة التفرقة بين طبيعة كل مادة إعلامية ، والقدرة على مناقشتها فى ضوء تعدد وجهات النظر ، واتخاذ مواقف حيالها أو القدرة على الفعل والقيام بسلوك محدد.

وسجلت العبارات التالية أوزان نسبية متقاربة : وهى أن يتخذ الطالب ردود أفعال حاسمة تجاه المضمون الإعلامى، وإعطاؤه القدرة على التمييز بين الواقع والخيال، وأن يستطيع تفسير أسباب تركيز الإعلام على قضايا معينة وتجاهل قضايا أخرى، (بوزن نسبى 86%).

وفى ضوء ذلك يستطيع الطالب أن يميز بين الحقائق والإدعاءات (بوزن نسبى 85%)، وأن يحدد مصداقية مصدر المعلومة ومدى صحة الخبر (بوزن نسبى 84.7%).

وجاءت عبارتان تعبران عن قدرة الطالب على فهم العملية الإعلامية كاملة بوعى تام وهى: أن يستطيع الطالب فهم كيف تنتج المواد الإعلامية وأساليب الدعاية لها، وأن يقيم الرسائل الإعلامية التجارية فى البرامج والإعلانات.

12- مدى ما توفره المدرسة والمعلمين للطلاب من فرص للتعبير عن رأيهم بموضوعية وحرية فى المقررات الدراسية أو القضايا العامة:

جدول رقم (13)

مدى ما توفره المدرسة والمعلمين للطلاب من فرص للتعبير عن رأيهم بموضوعية وحرية فى المقررات الدراسية أو القضايا العامة

التكرار والنسبة / توفير المدرسة فرص للتعبير عن الرأى	ك	%
توفر	6	%6
لا توفر	29	%29
نادرا	65	%65
الاجمالى	100	100

عبرت عينة الخبراء عن رأيها فى أن المدرسة – والمعلم بصفة خاصة– نادراً ما يوفر فرصة للطلاب للتعبير عن آرائهم بموضوعية وحرية فى المقررات الدراسية أو فى القضايا العامة وذلك بنسبة 65%. يليها أنها لا توفر لهم هذه الفرصة للتعبير عن الرأى بنسبة 29% ، فى حين أشارت نسبة 6% فقط إلى أنها توفر لهم فرصة لشرح وجهة النظر والتعبير عن الرأى.

13- ترتيب الأنشطة الإعلامية المدرسية المفيدة للطالب لاكتساب معايير التربية الإعلامية:

جدول رقم (14)

ترتيب الأنشطة الإعلامية المدرسية المفيدة للطالب لاكتساب معايير التربية الإعلامية

الترتيب / العبارة	الترتيب الاول	الترتيب الثانى	الترتيب الثالث	الترتيب الرابع	الترتيب الخامس	الوزن المرجح النقاط	الوزن المرجح %
النشاط الصحفى (إنتاج صحف ومجلات حائطية والتصوير..).	33	32	11	2	1	331	28.0
الإذاعة المدرسية.	38	16	11	10	3	310	26.2
الندوات والمسابقات والمناقشات الجماعية.	16	24	19	8	2	251	21.2
الانشطة الخاصة بالمسرح المدرسى	8	10	16	15	4	162	13.7
الأنشطة التكنولوجية والالكترونية (إعداد مواقع على الإنترنت...).	5	7	10	11	25	130	11.0
مجموع الاوزان						1184	100

جاء ترتيب عينة الخبراء للأنشطة الإعلامية المدرسية التى يرون أنها أكثر إفادة لاكتساب الطلاب لمعايير التربية الإعلامية ليحتل النشاط الصحفى ، المتمثل فى إنتاج صحف ومجلات حائطية وتصوير وغيرها ، المرتبة الأولى بوزن مرجح قيمته 28%، وهذه نتيجة منطقية باعتبار أن النشاط الصحفى من أبرز الأنشطة المدرسية التى يقبل عليها الطلاب ،ويمكنها مساعدتهم على اكتساب معايير التربية الإعلامية التى تعتمد عليها البرامج المقترحة للتطبيق ، بما يتيحه النشاط الصحفى للطالب من قدرة على التعبير عن وجهات نظره بحرية وممارسة حق النقد، وإبداء الرأى عبر الأشكال الصحفية المختلفة.

وجاءت الإذاعة المدرسية فى المرتبة الثانية بوزن مرجح قيمته 26.2% ، لأنها تسمح للطالب بالتعبير عن رأيه والإعلان عنه بوضوح وصراحة مباشرة ، وتكسبه القدرة على التواصل الحى المباشر مع الآخرين.

وفى المرتبة الثالثة جاءت الندوات والمناقشات الجماعية والمسابقات المدرسية

بوزن مرجح 21.2%، والتى توفر القدرة على تبادل وجهات النظر ،وطرح الآراء ،ومناقشتها والتدليل عليها، والاختلاف مع الآخرين.

وفى المرتبة الرابعة جاءت الأنشطة الخاصة بالمسرح المدرسى ، بوزن مرجح قيمته 13.7% ، توفر العروض المسرحية مساحة جيدة للتواصل والابتكار، وتنمية الوعى النقدى ، من خلال إنتاج رسالة إعلامية خاصة بالصغار، وهو نفس ما تقدمه الأنشطة التكنولوجية والالكترونية مثل إعداد المواقع على الإنترنت، والتى جاءت فى المرتبة الخامسة (بوزن مرجح قيمتة 11%) ، والتى تشجع الطلاب على ممارسة العمل الإعلامى بأنفسهم ، وتحقق مميزات التواصل مع الآخر، وإيصال الرأى وتبادله بحرية .

14- الأشخاص الذين يمكنهم تطبيق مفهوم التربية الإعلامية:

جدول رقم (15)

الأشخاص الذين يمكنهم تطبيق مفهوم التربية الإعلامية

التكرار والنسبة / الشخص الذى يطبق المفهوم	ك	%
الأب أو الأم.	79	29.4
المعلم فى المدرسة.	73	27.1
أخصائى الإعلام فى المدرسة.	68	25.2
الإعلامي في وسائل الإعلام.	44	16.4
قادة الرأى والأصدقاء	5	1.9
الإجمالى	269	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن رؤية عينة الدراسة لمن يطبق مفهوم التربية الإعلامية وينشرها بين النشء والصغار تتمثل فى الأب والأم بنسبة 29.4% ، وهو ما يشير إلى أهمية الدور الذى تلعبه الأسرة المصرية فى تربية أبنائها ، ونقل المفاهيم الإيجابية لديهم وقناعة الخبراء بأن هذا الدور مازال مستمراً ومتواصلاً خاصة فى مجتمعنا العربى ويجب تدعيمه.

يليه دور المعلم فى المدرسة بنسبة 27.1%، ثم اخصائى الإعلام فى المدارس بنسبة 25.2 %. وهو ما يؤكد أهمية وخطورة دور المدرسة فى نقل المفهوم وتطبيقه ، لأنها أقرب المؤسسات التعليمية والاجتماعية لنشر التربية الإعلامية ، من خلال طرق عدة سواء داخل الفصول الدراسية عبر المعلم التقليدى ،أومن خلال الأنشطة عبر الأخصائي الإعلامى بما يقدمه من أنشطة إعلامية تربوية للطلاب لتشجيعهم وتدريبهم على تطبيق المفهوم.

وجاء فى المرتبة الرابعة الإعلامى فى وسائل الإعلام بنسبة 16.4% وهو ما يؤكد أن وسائل الإعلام والقائمين بالاتصال فيها لهم دورهم المهم فى تطبيق المفهوم، وإقناع المجتمع به ،لأنه السبيل الوحيد لمواجهة المشكلات الإعلامية التى يتعرض لها الصغار، وأضاف المبحوثون فئة قادة الرأى وجماعات الأصدقاء أو الأقران بنسبة 1.9%.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة اليزابيث وود E. Wood (2009)[75] التى أظهرت دوراً بارزاً للمعلم فى تطبيق التربية الإعلامية فى المدارس، ودراسة رانجيت تيجا R. Tigga (2009)[76] التى ركزت على دور الإعلاميين فى تربية الشباب.

15- دور المعلم فى تدريب الطلاب على التعامل بوعى مع وسائل الإعلام :

جدول رقم (16)

دور المعلم فى تدريب الطلاب على التعامل بوعى مع وسائل الإعلام

التكرار والنسبة / دور المعلم	ك	%
النقاش مع الطلاب في المضمون الذى يتعرضون له في وسائل الإعلام.	72	20.7
تدريب الطلاب على التعامل بوعى مع وسائل الاتصال الحديثة مثل الانترنت.	66	19.0
تشجيع الطلاب على طرح وجهات نظرهم فى القضايا المختلفة.	62	17.8
توعية الطلاب بسلبيات وسائل الإعلام وكيفية تجنبها.	62	17.8
تشجيع الطلاب على إنتاج مواد إعلامية خاصة بهم للتعبير عن أنفسهم.	47	13.5
اكتشاف قدرات ومواهب الطلاب وابرازها.	39	11.2
جملة الاجابات	348	100

وصّف الخبراء دور المعلم فى تدريب الطلاب على التعامل بوعى مع وسائل الإعلام كمبدأ رئيسى فى مفهوم التربية الإعلامية، بأنه يبدأ من خلال: النقاش مع الطلاب فى المضمون الذى يتعرضون له فى وسائل الإعلام وذلك بنسبة 20.7% من إجمالى الاختيارات. يليه تدريب الطلاب على التعامل بوعى مع وسائل الاتصال الحديثة مثل الانترنت بنسبة 19%، وهو ما يمكنهم من بناء أحكام مستقلة عن المحتوى المقدم فيها.

وجاء الاختيار الخاص بتشجيع الطلاب على طرح وجهات نظرهم فى القضايا المختلفة وتوعية الطلاب بسلبيات وسائل الإعلام وتدريبهم على كيفية تجنبها بنفس النسبة 17.8%، وتعبر هذه الاختيارات عن استراتيجية التعلم التى يستخدمها المعلم فى الفصل لتنمية قدرات الطلاب ، وغرس مهارات الاستخدام الواعى للمعرفة لديهم ،وتوظيفها فى إطار سياق ثقافى متكامل.

وحقق اختيار تشجيع الطلاب على إنتاج مواد إعلامية خاصة بهم للتعبير عن

أنفسهم نسبة 13.5%، والتى تشير لأهمية دور المعلم فى مساعدة الطلاب للمشاركة الفعلية فى الإعلام وليس أن يصبح متلقى فقط، بل قادر على التواصل والتفاعل مع تكنولوجيا الاتصال.

وأخيراً مساعدة الطلاب على اكتشاف مواهبهم وإبرازها بنسبة 11.2%.

اتفقت نتيجة الدراسة الحالية مع دراسة ميلسا ماكدونالد M. MacDonald (2008)[77] التى كشفت عن دور المدرس فى الممارسة الإعلامية التعليمية ، وفى المناقشة داخل الفصول مع الطلاب ,وفى تدريبهم على المهارة النقدية للرسائل الإعلامية.

15- المهارات التى يجب توافرها فى المعلم الذى يطبق التربية الإعلامية فى المدارس:

جدول رقم (17)

المهارات التى يجب توافرها فى المعلم الذى يطبق التربية الإعلامية فى المدارس

العبارة / درجة الموافقة	بدرجة كبيرة		بدرجة متوسطة		بدرجة ضعيفة		المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	الوزن النسبى
	ك	%	ك	%	ك	%			
فهم أهداف التربية الإعلامية وبرامجها.	84	84	14	14	2	2	2.82	0.44	94
التمكن من التخصص واتقان فنونه وأساليبه.	78	78	19	19	3	3	2.75	0.50	91.7
متابعة ما يستجد فى مجال التخصص.	72	72	28	28	0	0	2.72	0.45	90.7
القدرة على استخدام الأدوات التكنولوجية الحديثة.	76	76	20	20	4	4	2.72	0.53	90.7
فهم الطلاب ومعرفة اهتماماتهم.	71	71	29	29	0	0	2.71	0.46	90.3
إثارة اهتمام الطلاب بالمفهوم وتطبيقاته.	72	72	25	25	3	3	2.69	0.53	89.7
الدراية بالعملية التربوية ومتطلباتها.	71	71	26	26	3	3	2.68	0.53	89.3
التخطيط للنشاط الإعلامى وجدولته وتنفيذه فى إطار زمن محدد.	72	72	24	24	4	4	2.68	0.55	89.3
القدرة على اكتساب حصيلة ثقافية متنوعة.	66	66	32	32	2	2	2.64	0.52	88
إجمالى	100								

أشارت عينة الخبراء لعدد من المهارات يجب توافرها فى المعلم الذى يطبق التربية الإعلامية فى المدارس والتى جاء على رأسها ضرورة فهم أهداف التربية الإعلامية وبرامجها بأعلى متوسط حسابى ووزن نسبى 94%.

وجاء فى المرتبة الثانية التمكن من التخصص واتقان فنونه وأساليبه بوزن نسبى قدره 91.7% ، وهو ما يلفت النظر لأهمية أن يكون المعلم الذى يطبق التربية الإعلامية وأسسها على وعى بكيفية التطبيق والأسلوب الأمثل لها ، وتم تدريبه على ذلك وهو ما يفضل له المعلم التربوى وخريجى تخصص الإعلام التربوى بصفة خاصة.

وجاء بنفس الوزن النسبى توفر مهارة متابعة ما يستجد فى مجال التخصص والقدرة على استخدام الأدوات التكنولوجية الحديثة (90.7%).

وجاء الاختيار الخامس من حيث الأهمية خاص بجانب نفسى يتمثل فى فهم الطلاب ومعرفة اهتماماتهم بوزن نسبى 90.3%، يليه إثارة اهتمام الطلاب بالمفهوم وتطبيقاته وهو ما يشير لضرورة توافر مهارات نفسية للمعلم يستطيع من خلالها التأثير على طلابه من خلال فهم نفسيتهم وإثارة دوافع محفزة لسلوكياتهم واتجاهاتهم.

وجاءت مهارة الدراية بالعملية التربوية ومتطلباتها، ثم التخطيط للنشاط الإعلامى وجدولته وتنفيذه فى إطار زمنى محدد بوزن نسبى واحد (89.3%) ، لتشير لأهمية ودور الدراسة الأكاديمية التربوية للمعلم لتأهيله وتدريبه ومساعدته على التخطيط الجيد.

وجاءت آخر مهارة مطلوبة تتمثل فى مهارة عامة يجب توافرها تتمثل فى القدرة على اكتساب حصيلة ثقافية متنوعة.

16- ترتيب الجماعات القادرة على حماية النشء والشباب من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام:

جدول رقم (18)

ترتيب الجماعات القادرة على حماية النشء والشباب من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام

الترتيب / الجماعة أو المؤسسة	الترتيب الأول	الترتيب الثانى	الترتيب الثالث	الترتيب الرابع	الترتيب الخامس	الوزن المرجح النقاط	الوزن المرجح %
الأسرة.	78	18	1	1	2	469	30.7
المؤسسة التعليمية (المدرسة – الجامعة).	19	46	27	6	2	374	24.5
المؤسسة الدينية (المسجد – الكنيسة).	6	13	34	34	13	265	17.4
جماعات الأقران والأصدقاء.	6	17	25	27	25	252	16.5
المؤسسة الاجتماعية (النادى – الجمعية...).	2	4	8	30	56	166	10.9
مجموع الأوزان						1526	100

أظهرت نتائج الدراسة أن ترتيب الخبراء للجماعات القادرة على حماية الصغار

والشباب من التأثيرات السلبية المحتملة لوسائل الإعلام جاء على رأسها: الأسرة بوزن مرجح قيمته 30.7، تتفق هذه النتيجة مع دراسة صالح بركات (2008) [78] التى ركزت على دور الأسرة فى توجيه الأبناء نحو برامج الفضائيات، واعتبرتها أهم مؤسسة تربوية تعمل ضد ما يقدمه الإعلام من سلبيات.

يليها فى المرتبة الثانية المؤسسة التعليمية سواء المدرسة أو الجامعة بوزن مرجح قيمته 24.5% ، وهو ما يؤكد أهمية دور المدرسة والجامعة فى تعليم وتدريب النشء على التعامل الإيجابى مع وسائل الإعلام ، والذى يضمن لهم الحماية من التأثيرات الإعلامية غير المرغوبة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة محمد الخطيب (2007)[79] التى اعتبرت المدرسة أهم مؤسسة تحقق أهداف التربية الإعلامية.

وجاء فى المرتبة الثالثة المؤسسة الدينية المتمثلة فى المسجد والكنيسة بوزن مرجح 17.4%.

واحتلت جماعة الأقران والأصدقاء الترتيب الرابع بوزن مرجح قيمته 16.5% وهو ما يمثل أهمية قصوى للصغار والشباب فى مرحلة المراهقة وبدايات الشباب ، حيث تميل خصائصهم النفسية والاجتماعية للتعلق بالأقران والأصدقاء ويستمدون منها القدوة والمثل، ويتأثرون بأفكار وآراء الأصدقاء ، ويكونون أكثر ميلاً لتقليدهم والاندماج معهم وخاصة فى تعاملاتهم مع وسائل الإعلام.

وجاءت المؤسسة الاجتماعية والتى تشمل النادى أو الجمعيات المدنية فى المرتبة الأخيرة بوزن مرجح قيمته 10.9%.

17- مدى ما تضعه الأسرة من قواعد وضوابط محددة للمضمون الإعلامى الذى يتعرض له الأبناء:

جدول رقم (19)

مدى ما تضعه الأسرة من قواعد وضوابط محددة للمضمون الإعلامى الذى يتعرض له الأبناء

التكرار والنسبة / مدى ما تضعه الأسرة من ضوابط	ك	%
دائما	9	9
احيانا	52	52
نادرا	21	21
لاتضع ضوابط	18	18
الاجمالى	100	100

اعتبرت عينة الدراسة أن الأسرة المصرية تضع ضوابط وقواعد محددة للمضمون

الإعلامى الذى يتعرض له الأبناء فى المنزل، فى بعض الأحيان فقط بنسبة 52% من إجمالى العينة، يليها أنها نادراً ما تضع قواعد أو ضوابط للأبناء بنسبة 21%، ثم نسبة 18% يعتقدون أن الأسرة لا تضع أى ضوابط على الإطلاق. وجاء نسبة 9% فقط ممن يعتقدون أن الأسرة تضع ضوابط بصفة دائمة.

تشير هذه النتيجة لرؤية الخبراء بضعف دور الأسرة فى الرقابة على أبناءها تجاه ما يتعرضون له فى وسائل الإعلام ، وأن محدودية هذا الدور جاء نتيجة عدة عوامل ومتغيرات فى المجتمع ، مما أدى لضعف تأثير الأسرة على أبنائها من الصغار والشباب ،وهو نتيجة طبيعية لانشغال العديد من الأسر عن أبنائها، وتركهم فريسة سهلة لأى مضمون إعلامى يقدم.

18 – طبيعة الضوابط التى تضعها الأسرة المصرية لأبنائها على وسائل الإعلام:

جدول رقم (20)

طبيعة الضوابط التى تضعها الأسرة المصرية لأبنائها على وسائل الإعلام

التكرار والنسبة / الضوابط التى تضعها الأسرة	ك	%
ضوابط أخلاقية (مثل تجنب مواد العنف والمواد الاباحية).	75	37.1
ضوابط على عدد ساعات المشاهدة أو التعرض لوسائل الإعلام.	48	23.8
ضوابط على المشاركة والتواصل عبر المواقع الالكترونية بشكل غير محدود مع الآخرين.	44	21.8
ضوابط على التعرض لوسائل إعلام معينة تعتبرها مضللة أو غير مناسبة لسن الأبناء	35	17.3
إجمالى	202	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى ان الضوابط والقواعد التى تضعها الأسرة لأبنائها فى تعرضهم لوسائل الإعلام تشمل : ضوابط أخلاقية مثل تجنب مواد العنف والمواد الاباحية بنسبة 37.1% من إجمالى الاختيارات، والتى تمثل أخطر وأهم أنواع السلبيات الناجمة عن المواد الإعلامية تأثيراً فى نفوس الصغار والشباب لما لها من أثر سئ على نفسية الصغار وسلوكهم. وفى المرتبة التالية الضوابط على عدد ساعات المشاهدة أو التعرض لوسائل الإعلام بنسبة 23.8%، وهو ما يمثل التحدى الأكبر أمام الأسرة المصرية التى تصطدم بتعرض أبنائها لعدد غير محدود من الساعات لكافة وسائل الإعلام، بما تمثله من مضيعة للوقت والجهد ، وعدم وجود وقت كاف لممارسة أنشطة أخرى أو رياضة مفيدة.

وجاء الاختيار الثالث والمتمثل فى ضوابط على مشاركة الأبناء وتواصلهم عبر

المواقع الالكترونية بشكل غير محدود مع آخرين بنسبة 21.8% ، وهو ما يمثل مشكلة كبيرة تعانى منها الأسر فى الفترة الأخيرة فى تعامل أبنائهم مع مواقع الكترونية ، وأفراد مجهولى التوجهات ولا نعلم ما يبثونه فى نفوس الصغار من أفكار أو قيم أو عادات ، قد لا تتوافق مع أسلوب التربية العربية الشرقية. وأخيراً جاءت الضوابط على التعرض لوسائل الإعلام تعتبرها الأسرة مضللة أو غير مناسبة لسن الأبناء بنسبة 17.3%.

19- دور الأسرة فى تشجيع الأبناء على الاستخدام الإيجابى لمضمون وسائل الإعلام

جدول رقم (21)

دور الأسرة فى تشجيع الأبناء على الاستخدام الإيجابى لمضمون وسائل الإعلام

درجة الموافقة / العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	الوزن النسبى
	ك	%	ك	%	ك	%			
تشجع الأسرة الأبناء للتعبير عن رأيهم بحرية فيما يروه فى الإعلام.	68	68	28	28	4	4	2.64	0.56	88
تعرف الأسرة الأبناء بوجود ايجابيات وسلبيات للمحتوى الإعلامى.	68	68	27	27	5	5	2.63	0.58	87.7
تشارك الأسرة فى نقد المحتوى الإعلامى الذى يتعرض له الأبناء.	68	68	25	25	7	7	2.61	0.62	87
ترحب الأسرة باستخدام تقنيات الاتصال الحديثة فى التعامل والتواصل مع وسائل الإعلام.	66	66	28	28	6	6	2.60	0.60	86.7
تساعد الأسرة الأبناء على انتقاء المضمون الذى يتعرضون له فى وسائل الإعلام.	64	64	28	28	8	8	2.56	0.64	85.3
تشجع الأسرة الأبناءعلى التفكير والتحليل والمقارنة عند التعرض لقضايا إعلامية.	51	51	39	39	10	10	2.41	0.67	80.3
تساعد الأسرة فى اختيار مصادر معلومات لها قدر من الكفاءة والصدق.	47	47	42	42	11	11	2.36	0.67	78.7
تعاون الأسرة فى إصدار أحكام ذاتية للثقة فى مصادر إعلامية محددة.	42	42	45	45	13	13	2.29	0.69	76.3
تسمح الأسرة لأبنائها بالمشاركة فى المواد الإعلامية وانتاج مواد خاصة بهم للتعبير عن أنفسهم.	46	46	37	37	17	17	2.29	0.74	76.3
جملة من سئلوا	100								

تقوم الأسرة المصرية بدور فى تشجيع أبنائها على الاستخدام الإيجابى لمضمون وسائل الإعلام الذى يتعرضون له من خلال عدة طرق عبرت عنها عبارات جاء على رأسها "تشجع الأسرة الأبناء للتعبير عن رأيهم بحرية فيما يروه فى الإعلام"

بـوزن نسـبى 88%، وتعـرف الأسـرة الأبنـاء بوجـود إيجابيـات وسـلبيات للمحتـوى الإعلامى بوزن نسبى 87.7%، إضافة إلى دور الأسرة فى مشاركة الأبناء فى نقد المحتوى الإعلامـى بـوزن نسـبى 87%، تشـير العبـارات السـابقة التـى حققـت أعلـى مستوى حسابى إلى أهمية دور الأسرة فى توعية أبنائها وتشجيعهم على النظر للرسالة الإعلامية بشكل مختلف يجعل الأبناء نشطين فى التعرض وليسوا متلقين سلبيين لما يشاهدونه، وتؤكد على النظر للمحتوى الإعلامى كمادة قابلة للتعليق والنقد والمراجعة مما يضمن إيجابية الاستخدام والتعرض لها.

وجاء فـى المرتبـة التاليـة عبـارات أخرى مثل: ترحيب الأسرة باسـتخدام تقنيـات الاتصـال الحديثـة فـى التعامـل والتواصـل مـع وسـائل الإعـلام لطـرح وجهـات نظـر الأبناء، ومساعدتهم على انتقاء المضمون الجيد الذى يتعرضون لـه، وتشـجيعهم علـى التفكيـر والتحليـل والمقارنـة عنـد طـرح قضـايا إعلاميـة، تؤكـد هـذه العبـارات عناصـر الاسـتخدام الإيجـابى النشـط للرسـالة الإعلاميـة التـى تحـاول الأسـرة أن تغرسـه فـى أبنائها.

وحققت عدة عبـارات عنصـراً مهمـاً للتعرض الإيجـابى للإعـلام والمتمثـل فـى حسن اختيار الوسيلة التى تراعى الضوابط المهنية والأخلاقية ، وتمثلت فى: مساعدة الأسرة للأبناء على اختيار مصادر معلومات صادقة وذات كفاءة مهنية، ومعاونتها للأبنـاء علـى إصـدار أحكـام ذاتيـة للثقـة فـى مصـادر إعلاميـة محـددة، والسـماح لهـم بالمشاركة فى إنتاج مادة إعلامية خاصة بهم تعبر عن آرائهم.

20- ترتيب المؤسسات الإعلامية حسب درجة أهميتها فى تطبيق برامج التربية الإعلامية

جدول رقم (22)

ترتيب المؤسسات الإعلامية حسب درجة أهميتها فى تطبيق برامج التربية الإعلامية

الترتيب / المؤسسة الإعلامية	الترتيب الاول	الترتيب الثانى	الترتيب الثالث	الترتيب الرابع	الترتيب الخامس	الوزن المرجح النقاط	الوزن المرجح %
التليفزيون	59	31	6	2	1	442	30.2
الانترنت	33	38	15	4	9	379	25.9
الصحف	5	14	39	30	7	265	18.1
الاذاعة	3	9	23	26	35	207	14.2
المجلات	0	6	14	32	39	169	11.6
مجموع الأوزان						1462	100

سـجل التليفزيـون أعلـى وزن مـرجح قـدرة 30.2% ، فـى ترتيـب عينـة الخبـراء

للمؤسسات الإعلامية الأكثر أهمية فى تطبيق برامج التربية الإعلامية وجاء فى الترتيب الأول لاختيار 59 مفردة من عينة الدراسة، واحتل المرتبة الثانية لدى 31 مفردة أيضاً مما يشير لخطورة وأهمية دوره كوسيلة مثلى من وسائل الإعلام لنقل المفهوم وتطبيقاته وبرامجه لدى الصغار والشباب . وتتوافق هذه النتيجة مع نتائج الدراسات الأخرى التى اعتبرت التليفزيون مازال يحتل المرتبة الأولى فى وسائل الإعلام الأكثر تعرضاً والأكثر تأثيراً لدى عينة الصغار والشباب خاصة.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة ملينا يلدز M. Yildiz (2002)[80] التى أظهرت تأثير إيجابى لتنمية وتعلم التربية الإعلامية عبر تقنيات الإنتاج التليفزيونى.

وجاء اختيار الانترنت كثانى أهم وسيلة إعلام فى تطبيق برامج التربية الإعلامية بوزن مرجح قيمته 25.9%، واختاره 33 مبحوث فى الترتيب الأول، و38 آخرين فى الترتيب الثانى للوسائل الإعلامية. مما يؤكد أهمية وسائل الاتصال الالكترونية الحديثة فى نقل المفاهيم الحديثة وتطبيقها لدى الصغار والشباب ، وهم يمثلون الجمهور الأكبر فى التعامل معها والأكثر ميلاً لاستخدامها بمهارة وحرفية.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة انطونيو فينى A. C. Fain (2011)[81] التى أكدت أن الكفاءة الرقمية للشباب فى استخدامهم للانترنت لها دور أساسى فى تعليمهم ونقل أساليب متطورة للممارسات الإعلامية لهم.

وجاءت فى المراتب الثلاث الأخيرة الصحف بوزن مرجح قيمته 18.1%، والإذاعة 14.2%، وأخيرا المجلات 11.6%.

21- دور وسائل الإعلام فى تطبيق مفهوم التربية الإعلامية:

جدول رقم (23)

دور وسائل الإعلام فى تطبيق مفهوم التربية الإعلامية

التكرار والنسبة / دور وسائل الإعلام	ك	%
التنسيق مع المؤسسات التعليمية للتعريف بالاتجاهات الحديثة نحو التعليم والتربية.	63	22.3
إعداد مجموعة برامج ومواد إعلامية لتوعية الطلاب وأسرهم بأهمية التربية الإعلامية.	59	20.9
مراعاة أخلاقيات العمل الإعلامى ومهنيته والالتزام بالمسئولية الاجتماعية.	58	20.6
إتاحةالمجال للإعلاميين لإثراء البرامج التعليمية ليؤثروا بأنشطتهم فى شخصية الطالب.	54	19.2
التغطية الإعلامية للأنشطة المدرسية التى تتناول التربية الإعلامية.	48	17.0
اجمالى	282	100

تشير بيانات الجدول السابق لآراء الخبراء فى دور وسائل الإعلام فى تطبيق

مفهوم التربية الإعلامية ويتمثل فى: التنسيق مع المؤسسات التعليمية فى التعريف بالاتجاهات الحديثة والإيجابية نحو التعليم والتربية، وإعداد مجموعة برامج ومواد إعلامية لتوعية الطلاب وأسرهم بأهمية التربية الإعلامية. وتشير هذه الاختيارات الى جاءت فى المراتب الأولى لدور الإعلام فى التوعية بالمفهوم وأهميته والمساهمة فى وضع برامج خاصة به لتوصيله للصغار وأسرهم.

جاء فى المرتبة الثالثة دور الإعلام فى إصلاح الرسالة الإعلامية وتحقيق التزامها نحو الجمهور من خلال مراعاة أخلاقيات العمل الإعلامى ومهنيته ، والالتزام بقيم المسئولية الاجتماعية، وأيضاً إتاحة المجال أمام الإعلاميين أنفسهم للمساهمة فى إثراء البرامج التعليمية والتربوية ليؤثروا بموادهم الإعلامية على تكوين شخصية الطالب ، من خلال دمج عنصر التشويق والجذب فى العمل التعليمى وهو ما يستطيع الإعلامى القيام به ببراعة.

وأخيراً جاء الدور الخاص بالتغطية الإعلامية للأنشطة المدرسية التى تتناول التربية الإعلامية مما يكسبها الذيوع والانتشار، ويصل بها لجمهور أكبر، ويؤكد على التوعية بالمفهوم وممارسته.

واتفقت هذه النتيجة مع دراسة شيهى كولين S. Colleen (2007)[82] التى أظهرت تأثير لوسائل الإعلام التربوية على طلاب المرحلة الثانوية.

22- المخاطر التى يحتمل أن يتعرض لها النشء والشباب فى استخدامهم لوسائل الإعلام:

جدول رقم (24)

المخاطر التى يحتمل أن يتعرض لها النشء والشباب فى استخدامهم لوسائل الإعلام

التكرار والنسبة / المخاطر المحتملة	ك	%
تعطلهم عن مذاكرة دروسهم.	72	14
تؤثرعلى قيمهم وعاداتهم المجتمعية.	68	13.2
تثير غرائزهم الجنسية.	61	11.9
تجعلهم يتبنون ثقافات غريبة.	60	11.7
الانعزال عن المجتمع المحيط بهم.	59	11.5
تزيد من عنفهم وعدوانيتهم.	54	10.5
تجعلهم يتمردوا على الواقع.	48	9.3
تؤدى لضياع الوقت فيما لا يفيد.	46	8.9
تهدم عقيدتهم الدينية.	44	8.6
تعلمهم ألفاظ بذيئة	2	0.4
إجمالى	514	100

حددت عينة الدراسة مجموعة من المخاطر يحتمل أن يتعرض لها النشء

والشباب فى استخداماتهم لوسائل الإعلام جاء على رأسها أنها تعطلهم عن مذاكرة دروسهم بنسبة 14%، وهو ما يشير إلى التركيز على المواد الدراسية على قمة الأولويات التى يعطيها المجتمع للطالب، وأن استخداماته للإعلام تستغرق وقتاً أساسياً من متابعة دورسه ومذاكرته ،وخاصة مع ضعف الوعى لدى الصغار ولدى أسرهم بأهمية الوقت وتنظيمه، وهو ما يؤكده اختيارهم التاسع أنها تضيع الوقت فيما لا يفيد.

ومن المخاطر المهمة أيضاً أنها تؤثر على قيمهم وعاداتهم المجتمعية، وتثير غرائزهم الجنسية، وتجعلهم يتبنون ثقافات غريبة عن مجتمعهم، وهذه السلبيات لا شك من مخاطر التعرض لوسائل الإعلام دون وقاية أو رؤية محددة من الصغار، وهى التى يمكن اكتسابها عبر تطبيق التربية الإعلامية. وخاصة أن المواد الإعلامية فى السنوات الأخيرة تشكل خطورة بالغة على الصغار، بما تحويه من مواد جنسية، وعادات قبيحة ، وثقافات بعيدة عن واقعنا الشرقى والإسلامى، ولذلك جاءت المخاطر الخاصة بأنها تزيد من عنف الصغار وعدوانيتهم فى المرتبة السادسة، وأنها قد تساهم فى هدم عقيدتهم الدينية فى المرتبة العاشرة والأخيرة ، بالنظر إلى أن العقيدة الدينية أكثر رسوخاً من المفاهيم الأخرى.

وجاءت بعض المخاطر النفسية الأخرى مثل أنها تؤدى لانعزال الصغار عن المجتمع،وتجعلهم يتمردوا على الواقع، فى المرتبة الخامسة والسابعة، لتؤكد أن سلبيات التعرض لوسائل الإعلام قد تنتج مشكلات نفسية للشباب وتجعلهم يرفضون المجتمع المحيط بهم، وينفصلون عنه ويعيشون فى عالم افتراضى خاص بهم.

وأخيراً أضاف المبحوثون أنها قد تعلمهم ألفاظ بذيئة ولغة غريبة عن المجتمع تفتقد للجانب الأخلاقى.

23- اتجاهات عينة الخبراء نحو الاستخدام الإيجابى للطالب لوسائل الإعلام :

جدول رقم (25)

اتجاهات عينة الخبراء نحو الاستخدام الإيجابى للطالب لوسائل الإعلام

درجة الموافقة / العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	الوزن النسبى
	ك	%	ك	%	ك	%			
ينتقى المضمون الجيد الذى يتعرض له.	80	80	15	15	5	5	2.75	0.54	91.7
يعرف أنه يجب أن تلتزم وسائل الإعلام بأخلاقيات العمل الإعلامى ومهنيته.	76	76	22	22	2	2	2.74	0.48	91.3
يدرك أن ما يقدم فى وسائل الإعلام جزء من الواقع وليس الحقيقة كاملة.	77	77	20	20	3	3	2.74	0.50	91.3
يستخدم وسائل الإعلام بوعى ويتجنب	75	75	21	21	4	4	2.71	0.54	90.3

المواد الضارة والمضللة المقدمة فيها.									
يتفاعل مع وسائل الإعلام ويشارك فيها ويبدى رأيه فيما يشاهده.	69	69	26	26	5	5	2.64	0.58	88
يدرك أهداف القائم بالاتصال.	62	62	32	32	6	6	2.56	0.61	85.3
يعرف سياسة المؤسسات الإعلامية التى تحدد طبيعة عملها.	55	55	39	39	6	6	2.49	0.61	83
جملة من سئلوا	100								

اظهرت نتائج الدراسة أن رؤية عينة الخبراء لما ينبغى للطالب أن يقوم به ليكون قادراً على استخدام وسائل الإعلام بإيجابية من خلال عدة عبارات جاء على رأسها القدرة على انتقاء المضمون الجيد الذى يتعرض له والتى حققت أعلى وزن نسبى 91.7%، وحققت ثلاث عبارات نفس الوزن النسبى 91.3% وهى أن يعرف أنه يجب أن تلتزم وسائل الإعلام بأخلاقيات العمل الإعلامى ومهنيته، وأن يدرك أن ما يقدم فى وسائل الإعلام جزء من الواقع وليس الحقيقة كاملة، وأن يستخدم وسائل الإعلام بوعى ويتجنب المواد الضارة والمضللة التى تقدم فيها. وتمثل هذه العبارات معايير رئيسية للاستخدام الإيجابى لوسائل الإعلام.

وجاءت العبارات الثلاث الأخيرة لتعبر عن مهارات التفكير الناقد التى يجب أن يكتسبها الطالب من التربية الإعلامية والتى شملت: التفاعل مع وسائل الإعلام والمشاركة فيها وإبداء الرأى فيما يشاهده، وأن يدرك أهداف القائم بالاتصال، وأن يعرف سياسة المؤسسات الإعلامية التى تحدد طبيعة عملها، والتى حققت أوزان نسبية متقاربة، وتعبر عن أهمية تنمية الوعى النقدى بأداء وسائل الإعلام عبر معرفة أهدافها، وسياستها، وتقييم الرسالة المقدمة من خلالها كمحدد رئيسى فى الاستخدام الإيجابى لوسائل الإعلام.

24- العقبات التى تواجه تطبيق التربية الإعلامية فى المجتمع المصرى:

جدول رقم (26)

العقبات التى تواجه تطبيق التربية الإعلامية فى المجتمع المصرى

التكرار والنسبة / عقبات تطبيق التربية الإعلامية	ك	%
انخفاض مستوى وعى الأسر بأهمية تطبيق التربية الإعلامية.	80	19.9
ضعف دور المدرسة فى تدريب الطلاب على المفهوم.	64	15.9
عدم اهتمام وسائل الإعلام بنشر المفهوم.	61	15.2
عدم وجود المعلم الكفؤ القادر على توظيف المفهوم لأغراض تربوية.	52	12.9

خطة تنفيذ أهداف التربية الإعلامية غير واضحة أو محددة.	49	12.2
عدم توفير دعم مالى جيد وضعف الميزانية المخصصة لها.	48	11.9
صعوبة التنسيق بين جهود الإعلاميين والتربويين لوضع خطط لتوصيل المفهوم .	48	11.9
إجمالى	402	100

حددت عينة الدراسة من الخبراء مجموعة من العقبات التى تواجه تطبيق التربية الإعلامية فى مصر وشملت : انخفاض مستوى وعى الأسر المصرية بأهمية تطبيق التربية الإعلامية بنسبة 19.9%، وهو ما يعكس أهمية وخطورة دور الدعم الأسرى لتطبيق المفهوم والتشجيع عليه، كسبيل وحيد لحماية أبنائهم من سلبيات وسائل الإعلام فى الفترة الحالية.

جاء بنفس النسبة تقريباً ضعف دور المدرسة فى تدريب الطلاب على المفهوم، وعدم اهتمام وسائل الإعلام بنشر المفهوم، وهو ما يؤكد أهمية دور المؤسسات الاجتماعية فى التوعية والدعم للمفهوم الحديث نسبياً على المجتمع المصرى، والتى تشمل الأسرة ، والمدرسة ، ووسائل الإعلام.

سجلت بعض المعوقات الخاصة بالوسائل أو الأشخاص المعينة على تطبيق المفهوم والبرامج ، وشملت عدم وجود معلم كفؤ قادر على توظيف المفهوم لأغراض تربوية، وعدم وجود خطة تنفيذ واضحة ومحددة لتحقيق أهداف التربية الإعلامية، إضافة لعدم توفير الدعم المالى وضعف الميزانية المخصصة لذلك، وصعوبة التنسيق بين جهود الأطراف المشاركة مثل الإعلاميين والتربويين لوضع وتنفيذ خطط مشتركة لتوصيل المفهوم للطلاب.

25- رأى عينة الخبراء فى طرق مواجهة العقبات والمشكلات لتطبيق التربية الإعلامية فى مصر:

جدول رقم (27)

رأى عينة الخبراء فى طرق مواجهة العقبات والمشكلات لتطبيق التربية الإعلامية فى مصر

التكرار والنسبة / طرق مواجهة المشكلات	ك	%
تفعيل دور جماعات الإعلام بالمدارس ودعمها.	78	17.2
الاهتمام بالطلاب الموهوبين إعلامياً واشراكهم فى برامج وسائل الإعلام المحلية.	68	15
استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة لدعم الأنشطة الإعلامية المدرسية.	59	13.0
الحوار الفعال داخل الأسر وقاعات الدرس مع الشباب لتنمية مهاراتهم الاتصالية.	55	12.1
توفير دعم مادى مناسب لتطبيق التربية الإعلامية.	54	11.9
تضمين الجداول الدراسية لمادة التربية الإعلامية أو تدريسها عبر الأنشطة الإعلامية المدرسية.	53	11.7
إكساب الطلاب أنماط سلوكية عبر الأنشطة الإعلامية لتنمية التفكير الناقد.	47	10.4
طبع كتيبات ونشرات للتوعية بالمفهوم وتطبيقه.	40	8.8

100	454	إجمالى

اقترحت عينة الدراسة مجموعة من الطرق للتغلب على العقبات التى سبق طرحها فى سبيل تطبيق التربية الإعلامية فى مصر والتى جاء على رأسها: تفعيل دور جماعات الإعلام بالمدارس ودعمها بنسبة 17.2% ، لما لها من دور فاعل فى تشجيع الطلاب للتعبير عن أنفسهم وطرح وجهات نظرهم ، ونقل أصول الديمقراطية لديهم ، ومن ثم المساعدة فى تكوين رؤية ناقدة لما يقدم لهم فى الإعلام، وهو ما أكده الاختيار التالى وهو الاهتمام بالطلاب الموهوبين إعلامياً واشراكهم فى وسائل الإعلام المحلية، لمساعدتهم على نقل آرائهم لمجال أكبر، وتحقيق تواصل مشترك مع الإطار الاجتماعى.

جاء استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة لدعم الأنشطة الإعلامية المدرسية فى المرتبة الثالثة وهو ما يتوافق مع روح العصر واستخدامات الشباب الحديثة للوسائل الالكترونية.

سجل الحوار الفعال داخل الأسر وقاعات الدرس مع الشباب لتنمية مهاراتهم الاتصالية الترتيب الرابع ، وهو ما تطالب به التربية الإعلامية لتشجيع الشباب للتعبير عن أنفسهم داخل الأسرة والمدرسة. إضافة لتوفير دعم مادى مناسب لتطبيق المفهوم، وتضمين الجداول الدراسية لمادة التربية الإعلامية ، أو تدريسها عبر الأنشطة الإعلامية المدرسية، مما يساعد فى نشر المفهوم وبرامجه وتوفير المجال اللوجستى المناسب للتطبيق داخل البيئة المدرسية.

جاءت الطرق الخاصة باكساب الطلاب أنماط سلوكية عبر الأنشطة الإعلامية لتنمية التفكير الناقد لديهم، وطبع كتيبات ونشرات للتوعية بالمفهوم، لتحتل الترتيب السابع والثامن، وهى تعبر عن ضرورة توفير بعض الأنشطة والمواد المطبوعة لاستكمال النشاط المدرسى والمجتمعى لنشر المفهوم وتطبيقاته

ثانيا : نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين رأى الخبراء فى مدى تطبيق مفهوم التربية الإعلامية والمهارات التى تنميها لدى الطلاب.

جدول رقم (28)

العلاقة بين مدى تطبيق التربية الإعلامية والمهارات التى تنميها لدى الطلاب

تنمية المهارات	قيمة معامل بيرسون	مستوى الدلالة
المهارات الادراكية	0.016	0.875 غير دال احصائياً
المهارات التحليلية	0.070	0.492 غير دال احصائياً
المهارات النقدية	0.023	0.823 غير دال احصائياً
ن = العينة	100	

أظهرت نتائج الجدول السابق عدم وجود علاقة ارتباطية بين رأى المبحوثين فى مدى تطبيق مفهوم التربية الإعلامية فى المجتمع المصرى، وبين اتجاهاتهم نحو المهارات التى تنميها التربية الإعلامية لدى الطلاب، حيث جاءت قيم معامل بيرسون غير دالة بالنسبة للمهارات الثلاث الإدراكية والتحليلية والنقدية عند مستوى معنوية قدرة 0.875، 0.492، 0.823 على التوالى.

الفرض الثانى

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى تطبيق التربية الإعلامية ومهارات الاستخدام الإيجابى الفعال لوسائل الإعلام.

جدول رقم (29)

العلاقة بين مدى تطبيق التربية الإعلامية فى المجتمع المصرى واتجاهات المبحوثين نحو مهارات الاستخدام الإيجابى لوسائل الإعلام

مدى تطبيق المفهوم / الاستخدام الايجابى الفعال لوسائل الإعلام	مدى تطبيق مفهوم التربية الإعلامية فى المجتمع المصرى	
	قيمة معامل بيرسون	مستوى الدلالة
/الاستخدام الإيجابى الفعال لوسائل الإعلام	0.059	0.563 غير دال احصائياً
ن = العينة	100	

تظهر بيانات الجدول السابق لعدم صحة الفرض الثانى، حيث لم يجد علاقة ارتباطية دالة بين تطبيق التربية الإعلامية فى المجتمع المصرى، واتجاهات المبحوثين نحو مهارات الاستخدام الإيجابى الفعال لوسائل الإعلام. فقد سجل اختبار بيرسون 0.059 وهى قيمة غير دالة عند مستوى معنوية قدرة 0.563.

الفرض الثالث:

توجد فروق دالة إحصائياً بين المتغيرات الديموجرافية لعينة الخبراء، واتجاهاتهم نحو المهارات التى تنميها التربية الإعلامية لدى الطلاب.

وشملت المتغيرات الديموجرافية : النوع، والعمل، والمؤهل العلمى، والتخصص، ومدى الخبرة ، وشملت مهارات التربية الإعلامية: المهارات الإدراكية، والتحليلية ، والنقدية.

وينقسم الفرض الثالث لثلاثة فروض فرعية، جاءت نتائجها كما يلى:

الفرض الفرعى الأول:

توجد فروق دالة إحصائياً بين المتغيرات الديموجرافية لعينة الخبراء واتجاهاتهم نحو المهارات الإدراكية التى تنميها التربية الإعلامية لدى الطلاب.

جدول رقم (30)

الفروق بين عينة الخبراء فى اتجاهاتهم نحو المهارات الإدراكية التى تنميها التربية الإعلامية وفقاً لمتغيراتهم الديموجرافية

المهارات الإدراكية		العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	درجة الحرية	اختبارات إحصائية	مستوى المعنوية
النوع	ذكر	33	2.70	0.53	98	قيمة ت: 0.191	0.894 غير دالة
	أنثى	67	2.72	0.45			
العمل	ممارسين	50	2.68	0.47	98	قيمة ت: 0.626	0.533 غير دالة
	أكاديميين	50	2.74	0.49			
المؤهل العلمى	جامعى	47	2.74	0.44	2 97	قيمة ف: 0.254	0.776 غير دالة
	ماجستير	23	2.70	0.74			
	دكتوراه	30	2.67	0.55			
التخصص	إعلام	42	2.62	0.54	3 96	قيمة ف: 1.528	0.212 غير دالة
	تربية	33	2.73	0.45			
	علم نفس	14	2.93	0.27			
	علم اجتماع	11	2.73	0.47			
سنوات الخبرة	من 5-10 سنوات	31	2.77	0.43	3 96	قيمة ف: 0.743	0.529 غير دالة
	من 10-15 سنة	19	2.79	0.42			
	من 15-20سنة	18	2.67	0.49			
	أكثر من 20سنة	32	2.63	0.55			
		ن = 100					

تم اختبار مدى صحة الفرض الفرعى الأول فى الجدول السابق. وكشف تحليل البيانات عن عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الخبراء عينة الدراسة وفقاً لخصائصهم الديموجرافية بالنسبة لاتجاهاتهم نحو المهارات الإدراكية التى تنميها التربية الإعلامية لدى الطلاب.

فتبين عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً لمتغيرى النوع (ذكور – إناث) والعمل أو الوظيفة (ممارسين وأكاديميين) حيث أثبت اختبار ت (T. Test)

قيم غير دالة عند مستوى معنوية 0.849 و0.533.

وأظهر اختبار تحليل التباين فى اتجاه واحد ANOVA ، لمعرفة الفروق بين المتوسطات الحسابية بين المجموعات ، عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين عينة الدراسة بالنسبة لاتجاهاتهم نحو المهارات الإدراكية للتربية الإعلامية، طبقاً لمتغيراتهم الديموجرافية والتى تشمل المؤهل العلمى (جامعى – ماجستير – دكتوراه)، والتخصص ، ومستوى الخبرة، حيث جاءت قيم مستوى المعنوية على التوالى 0.533، 0.776، 0.212، وهى غير دالة.

الفرض الفرعى الثانى:

توجد فروق دالة إحصائياً بين المتغيرات الديموجرافية لعينة الخبراء واتجاهاتهم نحو المهارات التحليلية التى تنميها التربية الإعلامية لدى الطلاب.

جدول رقم (31)

الفروق بين عينة الخبراء فى اتجاهاتهم نحو المهارات التحليلية التى تنميها التربية الإعلامية وفقاً لمتغيراتهم الديموجرافية

المهارات التحليلية		العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	درجة الحرية	اختبارات إحصائية	مستوى المعنوية
النوع	ذكر	33	2.79	0.48	98	قيمة ت: 0.431	0.667 غير دالة
	أنثى	67	2.75	0.44			
العمل	ممارسين	50	2.74	0.44	98	قيمة ت: 0.441	0.661 غير دالة
	أكاديميين	50	2.78	0.46			
المؤهل العلمى	جامعى	47	2.70	0.46	2 97	قيمة ف: 0.805	0.450 غير دالة
	ماجستير	23	2.78	0.42			
	دكتوراه	30	2.83	0.46			
التخصص	إعلام	42	2.81	0.45	3 96	قيمة ف: 0.706	0.551 غير دالة
	تربية	33	2.67	0.48			
	علم نفس	14	2.79	0.43			
	علم اجتماع	11	2.82	0.40			
سنوات الخبرة	من 5-10 سنوات	31	2.77	0.43	3 96	قيمة ف: 0.040	0.989 غير دالة
	من 10-15 سنة	19	2.74	0.45			
	من 15-20سنة	18	2.78	0.43			
	أكثر من 20سنة	32	2.75	0.51			
		ن = 100					

يظهر الجدول السابق نتائج اختبار صحة الفرض الفرعى، حيث كشفت نتائج

تحليل البيانات عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الخبراء وفقاً لخصائصهم الديموجرافية فى اتجاهاتهم نحو المهارات التحليلية التى تنميها التربية الإعلامية.

حيث لم يجد اختبار ت T. Test فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً لمتغيرات النوع وطبيعة العمل، حيث جاءت قيم ت غير دالة عند مستوى معنوية 0.667، 0.661 على التوالى.

أظهر تحليل التباين عدم وجود فروق دالة بين الباحثين وفق متغيرات المؤهل العلمى والتخصص، وسنوات الخبرة، بالنسبة لاتجاهاتهم نحو المهارات التحليلية للتربية الإعلامية ، حيث سجلت قيم غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.450، 0.551، 0.989 على التوالى.

الفرض الفرعى الثالث:

توجد فروق دالة إحصائياً بين المتغيرات الديموجرافية لعينة الخبراء واتجاهاتهم نحو المهارات النقدية التى تنميها التربية الإعلامية لدى الطلاب.

جدول رقم (32)

الفروق بين عينة الخبراء فى اتجاهاتهم نحو المهارات النقدية التى تنميها التربية الإعلامية وفقاً لمتغيراتهم الديموجرافية

المهارات النقدية		العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	درجة الحرية	اختبارات إحصائية	مستوى المعنوية
النوع	ذكر	33	2.70	0.47	98	قيمة ت: 0.590	0.557 غير دالة
	أنثى	67	2.63	0.60			
العمل	ممارسين	50	2.58	0.61	98	قيمة ت: 1.260	0.211 غير دالة
	أكاديميين	50	2.72	0.50			
المؤهل العلمى	جامعى	47	2.60	0.58	2 97	قيمة ف: 3.783	0.026 غير دالة
	ماجستير	23	2.48	0.67			
	دكتوراه	30	2.87	0.35			
التخصص	إعلام	42	2.60	0.59	3 96	قيمة ف: 0.271	0.846 غير دالة
	تربية	33	2.70	0.53			
	علم نفس	14	2.71	0.61			
	علم اجتماع	11	2.64	0.50			
سنوات الخبرة	من 5-10 سنوات	31	2.61	0.56	3 96	قيمة ف: 0.221	0.882 غير دالة
	من 10-15 سنة	19	2.74	0.45			
	من 15-20سنة	18	2.67	0.59			
	أكثر من 20سنة	32	2.63	0.61			

			ن = 100	

يظهر الجدول السابق نتيجة الاختبارات الإحصائية لإثبات صحة الفرض الفرعى الثالث والتى كشفت عن عدم وجود فروق دالة بين المبحوثين واتجاهاتهم نحو المهارات النقدية التى تنميها التربية الإعلامية لدى الطلاب بالنسبة لمتغيرى النوع وطبيعة العمل، حيث سجل اختبار ت لدراسة دلالة الفروق بين المجموعتين قيم غير دالة عند مستوى معنوية 0.557 و 0.211 على التوالى.

اظهر اختبار تحليل التباين ANOVA Test لدراسة الفروق بين المجموعات، عدم وجود فروق دالة بين المبحوثين طبقاً لمتغيرى التخصص ومستوى الخبرة، حيث سجلت قيمة اختبار ف قيم غير دالة عند مستوى معنوية 0.846 و0.882 على التوالى.

فى حين سجل اختبار ف فروق دالة بالنسبة لمتغير المؤهل العلمى لعينة الدراسة، حيث جاءت قيمة ف 3.783، وهى دالة عند مستوى معنوية 0.026.

ولمعرفة مصدر التباين بين مجموعات المبحوثين فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو المهارات النقدية التى تنميها التربية الإعلامية لدى الطلاب وفق متغير المؤهل العلمى، تم استخدام الاختبارات البعدية Post Hock Test بطريقة أقل فرق معنوى LSD، وتم التوصل إلى النتيجة الموضحة بالجدول التالى.

جدول رقم (33)

مصدر التباين بين عينة الدراسة طبقاً لاتجاهاتهم نحو المهارات النقدية التى تنميها التربية الإعلامية وفقاً لمتغير المؤهل الجامعى

المؤهل العلمى	الفئة المقارنة	الفروق بين المتوسطات	مستوى المعنوية
جامعى	ماجستير	011748	0.397 غير دال احصائياً
	دكتوراه	-0.27092*	0.035 دال احصائياً
ماجستير	جامعى	0.11748	0.397 غير دال إحصائياً
	دكتوراه	-0.38841*	0.011 دال احصائياً

كشفت الاختبارات البعدية بطريقة أقل فرق معنوى عن وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين عينة الدراسة طبقاً لمؤهلهم العلمى نحو المهارات النقدية للتربية الإعلامية. وكان الفارق الدال إحصائياً بين أصحاب المؤهل الجامعى والحاصلين على الدكتوراه، حيث سجلت مستوى معنوية دال (0.035)، وأيضاً بين الحاصلين على الماجستير والدكتوراه حيث سجلت فروق دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.011، حيث سجل الحاصلون على الدكتوراه أعلى مستوى حسابى بين

المجموعات.

مقترحات:

فى ضوء ما خرجت به الدراسة الحالية من نتائج أمكن صياغة بعض المقترحات لتفعيل التربية الإعلامية فى المجتمع المصرى منها مايلى:

- التخطيط للتربية الإعلامية باعتبارها منظومة فرعية فى خطة شاملة للإصلاح التربوى، عبر دمجها فى المنهج الدراسى من خلال مواقف تعلم تناول قضايا إعلامية محددة، إضافة لبحث إمكانية وضعها كمادة أو مقرر خاص يتم تدريسه ضمن المقررات الدراسية على اختلاف المراحل التعليمية بدءاً من الابتدائى وحتى الجامعى.
- دعم أقسام الإعلام التربوى فى كليات التربية النوعية باعتبارها أجدر الأقسام العلمية على تدريس وتطبيق التربية الإعلامية ، وادراجها كمقرر اساسي يدرس للطلاب مع ربطها بقضايا مجتمعية للكشف عن السلوكيات الخاطئة فى التعامل مع وسائل الإعلام .
- تحقيق شراكة وتكامل بين مؤسسات التعليم الرسمى والمؤسسات الاجتماعية والإعلامية لنشر مفهوم التربية الإعلامية فى البيئة المحلية ودعم الخطة المستقبلية لتطبيقه ،وأن تمارس جماعات الضغط دورها فى التأثير على مضمون وسائل الإعلام وجعله أكثر التزاماً بأخلاقيات المهنة .
- تفعيل دور المؤسسات الاجتماعية (الأسرة و المؤسسة الدينية) لتنمية استراتيجية متكاملة لتطبيق التربية الإعلامية فتقوم الأسرة بدورها فى تشجيع الأبناء على التعرض الإيجابى النشط للمواد الإعلامية، وتمارس دورها فى دعم التعامل النقدى للمواد المشاهدة ، وتقوم المؤسسة الدينية بدعم المضمون الجيد وحث الشباب على تجنب المواد الإعلامية غير المسؤلة التى تفسد قيمهم.
- بناء نموذج تجريبى للتربية الإعلامية وتطبيقاتها بصفة مبدئية على مجموعة من المدارس والمؤسسات التعليمية من مختلف المراحل، وتقويم التجربة عبر مخطط زمنى محدد، وإجراء دراسات تقارن بين انجازات الطلاب قبل وبعد تطبيق التربية الإعلامية بهدف التعرف على فعاليتها فى العملية التعليمية ، وقياس قدرة الطلاب على تحليل الرسائل الإعلامية ، وتنمية مهاراتهم بعد إدخال المفهوم وتطبيقه، وفى سبيل ذلك قدمت الباحثة برنامج مقترح لتطبيق الرؤية المستقبلية التى طرحها الخبراء وخرجت بها نتائج الدراسة الحالية.

برنامج مقترح لتطبيق التربية الإعلامية

يستهدف هذا البرنامج المقترح وضع تصور لإطار يحقق التكامل بين أدوار التربويين والإعلاميين ،والمسئولين ، وعلماء الاجتماع لتحقيق أهداف التربية الإعلامية ، عبر رؤية علمية واقعية مستمدة من آراء وخبرات المشاركين فى الدراسة الحالية، لتفعيل مفهوم التربية الإعلامية فى مجتمعنا والذى يصنف بأنه من المجتمعات التى ما تزال التربية الإعلامية فيها غير واضحة المعالم وغير مفعلة على الاطلاق.

الأهداف العامة للبرنامج:

تنقسم إلى هدفين أساسيين هما:

أ – **الهدف التربوى** ويشمل أهداف فرعية منها:

1- تهيئة بيئة تعليمية متميزة تشجع على الإبداع.

2- تحديث طرق تدريس تنمى الفكر وخاصة النقدى.

3- إشراك الطلاب فى عملية التعلم بما ينمى قدراته ومواهبه.

4- توفير الوسائل التكنولوجية والالكترونية الحديثة بما يكفل للطالب التعامل بإيجابية.

5- وضع برنامج متكامل للأنشطة الإعلامية الطلابية.

ب- **الهدف الإعلامى** ويشمل أهداف فرعية منها:

1- تبنى الإعلاميون لمجموعة أهداف تربوية يعبر عنها داخل برامج إعلامية.

2- إعداد مجموعة برامج تربوية ثقافية علمية وتعليمية تقدم المفهوم بشكل غير مباشر.

3- اتاحة الفرصة للمؤسسات التربوية لعرض الأنشطة الإعلامية للشباب.

4- تدريب عدد من الطلاب المميزين داخل المؤسسات الإعلامية المحلية.

الأطر العامة لتحقيق الأهداف:

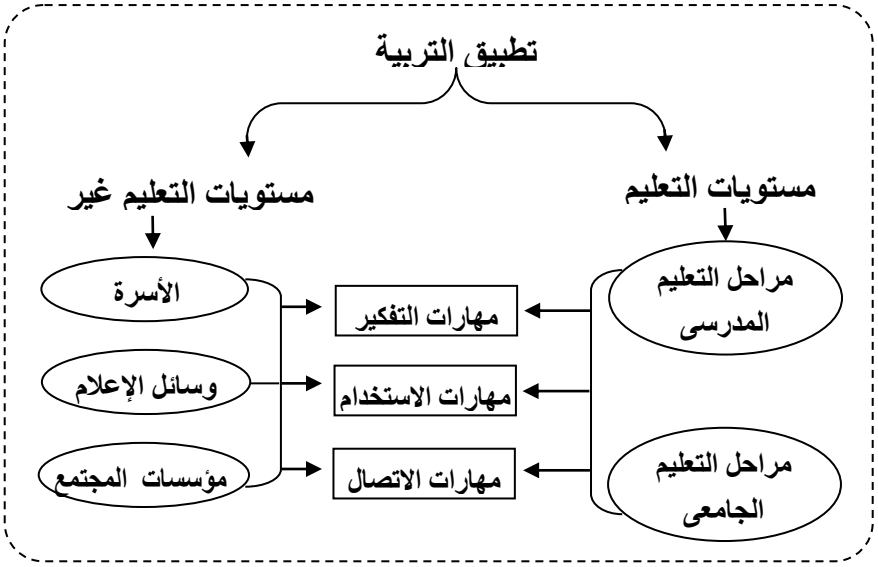
تشمل عدة أطر منها:

* **تعليمية تدريبية:** من خلال ورش عمل تنظم فى المؤسسات التربوية.

* **إعلامية:** تشمل مناقشات وندوات وكتيبات وملصقات وإنشاء مواقع على

الانترنت للتواصل مع المشاركين فى البرنامج.

* **بحثية:** فى نهاية البرنامج يطبق اختبار على الطلاب المشاركين حول المعارف والمهارات المكتسبة الخاصة بالتربية الإعلامية.



شكل يوضح الإطار المقترح لتطبيق التربية الإعلامية

مراحل التنفيذ:

- صياغة دقيقة ومحددة لأهداف التربية الإعلامية.
- تحديد الإجراءات المطلوب تنفيذها وتعريف الأنشطة المصاحبة ومحتواها.
- تنسيق الجهود وتحقيق التكامل فى منظومة واحدة متكاملة.
- تنمية قدرات المنفذين للبرنامج سواء من الإعلاميين أو التربويين.
- وضع إطار زمنى مرن لتطبيق برنامج يحقق متطلبات التربية الإعلامية.
- تحديد الاحتياجات المادية ومصادر التمويل سواء من مؤسسات إعلامية أو تربوية أو اجتماعية قادرة على توفير مخصصات مالية كافية للتنفيذ.

مسئولى التنفيذ:

تقع مسئولية التنفيد على عدة فئات تتمثل فى:

* المسئولين فى المؤسسات التعليمية والتربوية. * المعلمين * أفراد الأسرة

* الإعلاميين فى وسائل الإعلام * مسئولى مؤسسات المجتمع المدنى * رجال الدين.

آليات التطبيق:

- عقد مؤتمرات محلية ودولية لنشر الوعى بالمفهوم والتحفيز على تطبيق ووضع برامجه.
- عرض نماذج تطبيقية لدول ومؤسسات حققت تقدماً ملموساً فى التطبيق.
- تنظيم دورات تدريبية عبر مراكز خدمة المجتمع فى الجامعات والمؤسسات التعليمية.
- انشاء مركز للتربية الإعلامية ينسق بين جهود الإعلاميين والتربويين لإعداد برامج التربية الإعلامية وتحقيق التكامل بينهم.
- إعداد فريق من الكوادر البشرية ذوى الموهبة.
- تدريب فريق العمل لتنفيذ برامج مشتركة تحقق الأهداف الخاصة بالتربية الإعلامية خلال فترة زمنية محددة.
- تنظيم ورش عمل داخل المؤسسات التعليمية والاجتماعية لتنفيذ خطوات محددة لتطبيق المفهوم فعلياً.
- إصدار كتيبات ومواد مسموعة ومرئية لدعم تطبيق البرنامج.
- إجراء عدد من المحاضرات والندوات والمناقشات حول ماهية التربية الإعلامية وأهدافها وبرامجها وكيفية تطبيقها.
- استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة من خلال مواقع على الإنترنت وبرامج ومواد إعلامية.

البرامج المساعدة:

* برنامج توعية عامة. * برنامج توعية أسرية.

* برنامج توعية بيئية. * برنامج تعلم الكترونى.

تقييم البرنامج: ويتم من خلال عدة مراحل تشمل:

* الرجوع للأهداف.
* مراجعة أسلوب التنفيذ.
* رصد رد الفعل للتطبيقات التى نفذت.
* قياس الأثر وتحليل نتائج القياس.
* إجراء تعديل لتقويم الأهداف وأسلوب تنفيذها.
* وضع مجموعة مقترحات للتخطيط المستقبلى لتحقيق الأهداف المطلوبة.

المراجع :

(1) على ليلة. تكنولوجيا الاتصال وتهتك النسيج الأسرى: توجهات التفاعل من المركز إلى الهامش، ***المؤتمر العلمى الأول بعنوان: الأسرة والإعلام وتحديات العصر***،كلية الإ علام- جامعة القاهرة ، فى الفترة من 15-17 فبراير 2009 ، المجلد الأول، ص ص37-38.

(2) عدلى سيد رضا. ***أخلاقيات الإعلام فى عصر العولمة. قراءات صحفية وإعلامية***. معهد الأهرام الإقليمى للصحافة، السنة الأولى، العدد الثالث، مايو / يونيو 2012، ص10.

(3) ***المرجع السابق نفسه***، ص3.

(4) على ليله. ***مرجع سابق***، ص ص75-76.

(5) عدلي سيد رضا، التربية الإعلامية وتحديات ثورة الاتصال،**مجلة الفن الاذا عى**، اتحاد الإذاعة والتلفزيون،العدد 195،يوليو 2009، ص 129.

(6) Chris Worsnop ***.20 Important Reasons to Study the Media***. *center* of media literacy, 2012. www.campbellsville.edu/medialiteracy.html

(7) شريفة رحمة الله سليمان. استخدام تكنولوجيا الاتصال فى نشر مفهوم التربية الإعلامية بمدارس دولة الإمارات العربية المتحدة. ***رسالة دكتوراه***. جامعة القاهرة، كلية الإعلام. قسم العلاقات العامة والإعلان، 2013.

(8) وليد فتح الله بركات. التربية الإعلامية:بحوث الإعلام فى مصر والعالم فى نصف قرن الواقع واتجاهات المستقبل. فى ***المؤتمر الدولى السابع عشر لكلية الإ علام جامعة القاهرة ومنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (اليونسكو) بعنوان: بحوث الإعلام فى مصر فى نصف قرن: الواقع واتجاهات المستقبل***، فى الفترة من 19-20 ديسمبر ***2011***. ص ص219-258.

(9) رشا عبد اللطيف. معايير التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها في مصر على المضامين التليفزيونية من منظور الخبراء. ***رسالة ماجستير غير منشورة*** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام بقسم الإذاعة: (67) 2011.

(10) صالح سلامة بركات. التربية الأسرية وعلاقته بمضامين البرامج فى القنوات الفضائية الأردنية: دراسة تطبيقية على الأسرة الأردنية. ***المؤتمر العلمى الأول: الأسرة والإ علام وتحديات العصر***، كلية الإ علام، جامعة القاهرة فى الفترة من 15-17 فبراير (2009) المجلد الأول.

(11) ***المؤتمر الدولى الأول للتربية الإعلامية***، الرياض. وزارة التربية والتعليم فى المملكة العربية السعودية والمنظمة الدولية للتربية الإعلامية. فى الفترة من 4-7 مارس 2007م.

(12) سماح محمد الدسوقى. ***التربية الإعلامية بالتعليم الأساسى فى عصر العولمة*** (الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة، 2010).

(13) عبد الرحيم درويش. قضايا التربية الإعلامية واتجاهاتها الحديثة ***المؤتمر العلمى السنوى الثامن لكلية التربية النوعية***، دمياط، جامعة المنصورة 2007، ص ص753-783.

(14) غادة حسام الدين. أثر استخدام برنامج للمشاهدة الناقدة على عينة من الأطفال المصريين: دراسة تجريبية. ***رسالة دكتوراه غير منشورة*** (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا، قسم الإعلام وثقافة الطفل، 2006).

(15) Steven Goodman and Carolyn Cocca. Youth voices for change: Building Political Efficacy and Civic Engagement through Digital Media Literacy. ***Journal of Digital and Media literacy***, February, 2013.

(16) Antonio Calvani Fani. Are Young generations in Secondary

School digitally Competent? A study on Italian Teenagers. In ***Computer and Education*** (Vol. 56, Isu. 2 February 2012) pp. 797-807.
(17) Jiwon Yoon. Media Literacy education to promote cultural competence and adaptation among diverse students: A Case study of North Korean refugees in south Korea. ***PhD***. Temple University, 2010.
(18) Elizabeth Wood. Media Literacy education: Evaluation Media Literacy Education in Colorado Schools. . ***PhD.*** University of Denver, 2009.
(19) Paul Steven Noro. The Influence and Power of Visual Media on adolescents and the need for School – based media literacy instruction. ***Ed.D***, University of Pittsburgh, 2009,
(20) Ranjit Tigga. Rise, Decline, and Re-emergence of media literacy education in the United states: 1900-2000. . ***PhD***. Marquette University, 2009.
(21) Melissa MacDonald. Media Literacy in Action: An exploration of teaching and Using Media Literacy Constructs in daily classroom Practice. ***Ph.D***, University of California, 2008.
(22) Sheehy Colleen T. The impact of a media literacy education plan on the Florida Comprehensive Assessment Test. (FACT) reading scores of 9th and 10th grade students. ***Ed.D***. University of Central Florida, 2007.
(23) Annie Peshkam. Media Texts and Subtexts: How the Hybrid Space of American Studies Supports Media Literacy Education. ***Ph.D***. North Western University, 2012.
(24) Benjamin Joseph. Critical Media Literacy in Action: Uniting Theory, Practice and Politics in Media Education ***Ph.D***. University of Colorado at Boulder. 2012.
(25) T. Corey Michael. The Impact of a Media Literacy Program on Critical thinking and writing in a high school TV production classroom. ***Ph.D***. Touro University International. 2006.
(26) Erica Scharrer. I Noticed More Violence: The Effects of a Media Literacy Program on Critical Attitudes Toward Media Violence" In: ***Journal of Mass Media Ethics*** (Vol. 21, No. 1, 2006) pp. 69-86.
(27) Melda Yildiz "Analog and Digital Video Production Techniques in Media Literacy Education". In: ***National Educational Computing Conference Texas***, June. 2002.
(28) جمال محمد أبو شنب. ***نظريات الاتصال والإعلام: المفاهيم، المداخل النظرية، القضايا*** (القاهرة: دار المعرفة الجامعية، 2010) ص93.
(29) المرجع السابق نفسه، ص95.
(30) عواطف عبد الرحمن. ***النظرية النقدية في بحوث الاتصال*** (القاهرة: دار الفكر العربي، 2002) ص92.
(31) عواطف عبد الرحمن، ***مرجع سابق***، ص91.

(32) David Buckingham. ***Media Education: literacy. Learning and contemporary culture***. Cambridge. MA: Policy Press, 2003.
(33) David Buckingham. Media Education: A Global Strategy for Development. ***A Policy Paper Prepared for UNESCO, Section of Communcation and Information,*** March 2001. p. 7-10.
(34) David Buckingham. Media Education: literacy. Learning and contemporary culture. ***Op.cit***.
(34) Robert Kubey TV Dependence, Diagnosis and Prevention with commentary on video games, pornography and media Education. In MacBeth Tannis (Ed), ***Tuning into Young Viewer, Social Science Perspective on TV.*** (California: Sage Pub., 1996).
(35) فوزية بكر البكر. ***التربية الإعلامية فى القرن الواحد والعشرين***. كلية التربية.جامعة الملك سعود، ص ص7-8. (http://f aculty.KSU.edu.sa/)
(36) Center for Media literacy. ***Canada's key concepts of Media Literacy***. http://www.medialit.org (2003).
(37) A. Silvertlatt Keysto. ***Media literacy: interpreting media messag***e (West Port: CT, procyer, 2001).
(38) McDermott. Critical Literacy: Using media to engage Youth in inquiry, Production, Reflection and Change, 2007.
(39) Information and Media Literacy – Wikipedia (http://en.wikipedia.org/w/index.php?) (2013).
(40) Media and Information Literacy (http://portal.unesco.org/c:/en/ev.php.uRL.ID.
(41) Paul Milrailidis. Exploring Global Perspectives on Identity Community and Media Literacy in a Networked Age. ***Journal of Digital and Media Literacy***. Feb. 2013.
(42) مؤتمر أسبانيا. ***"التربية الإعلامية للشباب"*** توصيات موجهة إلى منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) أشبيلية، 2002.
(43) Peter Lyman and Mizukoiro. ***Living and Learning with New Media: Summary of Findings from the Digital Youth Project*** (New York: Mac Arthur Foundation, 2008) pp. 24-43.
(44) H. Jinkins, K. Purshotma and M. Weigel. ***Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Literacy For the 21's Century***. (www.digitallearning.macfound.org, 2006).
(45) إسماعيل عبد الفتاح. ***تحديات الإعلام التربوى العربى*** (القاهرة: دار الوفاء، 2011) ص106.
(46) عبد الرحمن الشاعر. التربية الإعلامية: الأسس والمعالم. ***المؤتمر الأول للتربية الإعلامية، مرجع سابق***، ص ص22-23.
(47) عبد الله أحمد الذيفانى. ***الإعلام التربوى، مفهومه ومجالاته أنشطته وفنونه*** (الاسكندرية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2008) طبعة أولى، ص67.
- محمد الخطيب. دور المدرسة فى التربية الإعلامية، ***المؤتمر الأول للتربية الإعلامية، مرجع سابق***، ص10.
(48) F. B. Adelman, M. Barteland Bouglas. ***The learner Directed***

Classroom: Developing Creative Thinking Stills Through Art (New York: Teacher College Press, 2012).

(49) وزارة التربيــة والتعلــيم. الإدارة العامــة للأنشــطة الثقافيــة والتربويــة، إدارة الصحافة المدرسية. المنهج المقترح لحلقتى التعليم الأساسى للصحافة المدرسية بداية من العام الدراسى 2012/2011. تقرير منشور.

- أنظر أيضاً: تقرير وزارة التربية والتعليم، الإدارة العامة للأنشطة الثقافة والفنية، إدارة الصحافة المدرسية. التوجيهات العامة للصحافة المدرسية للعام الدراسى 2012/2011. تقرير غير منشور.

(50) محمد عطية أبو فودة. دور الإعلام التربوى فى تدعيم الإنتماء الوطنى لدى الطلبة الجامعيين فى محافظات غزة. ***رسالة ماجستير***، جامعة الأزهر، قسم أصول التربية، 2009.

(51) عبد الوهاب على عمر. واقع الإعلام المدرس بالمرحلة الثانوية فى ليبيا. ***رسالة ماجستير***. مدرسة الإعلام والفنون بأكاديمية الدراسات العليا، قسم الإعلام. 2013.

(52) مقداد يالجن. الثقافة التربوية والثقافة الإعلامية: تكافل أو تناقص. ***المؤتمر الأول للتربية الإعلامية. مرجع سابق،*** ص ص56-57.

(53) مجدى عبد الكريم حبيب. ***تعليم التفكير فى عصر المعلومات: المدخل – المفاهيم – المفاتيح – النظريات – البرامج*** (القاهرة: دار الفكر العربى، 2007) ص588.

(54) فتحى عبد الرحمن جروان. ***تعليم التفكير: مفاهيم وتطبيقات*** (عمان: دار الكتاب الجامعى، 2009) ص61.

(55) B. K. Beyer. Critical Thinking: What is it? ***Social Education*** (Vol. 49, No. 4, 1985).

(56) محمد عبد الحميد. ***التربية الإعلامية والوعى بالأداء الإعلامى*** (القاهرة: عالم الكتب، 2012) ص148.

(57) P. T. Terezini: Influences Affecting The Development of Students, Critical Thinking Skills. ***Paper Presented at the Association for Institutional Research*** (New Or leans, LA, May, 1993).

(58) William Christ. Defining Media Education In William Christ (Ed) ***Media Education Assessment Hand Book*** (New Jersey: Lawerence Erlbaum Asso., 1997) pp. 5-11.

(59) Sonia Livingston and Nancy Thumim. ***Assessing the Media Literacy of UK Adult***, A Review of the Acadamic Literature (2003).

(60) B. K. Beyer. ***Developing A Thinking Skills Program*** (Boston, Allyn and Bacon Inc., 1988).

(61) بدر بن عبد الله الصالح. مدخل دمج تقنية المعلومات فى التعليم للتربية الإعلامية: إطار مقترح للتعليم العام السعودى. ***المؤتمر الدولى الأول للتربية الإعلامية (الرياض: 2007) مرجع سابق.***

(62) D. Rebecca. ***Tapping Into Critical Thinking***. Viewers interpretations of TV Conflict Simile (Feb. Vol. 3, Issue 1, 2003).

(63) Daniel H. Robenson and Gregory Schraw. ***Technology Based Assessments for 21st Century Skills: Theorical and Practical Implications for Modern Research***. Library of Congress, 2012, p. 5.

(64) Jesse S. Gainer. "Critical Media Literacy in Middle School:

Exploring the Politics of Representation. ***Journal of Adolesent and Adult Literacy*** (Vol. 53, Issue 5, Feb. 2010) pp. 364-373.

(65) السيد بخيت. ***البيئة الإعلامية الالكترونية العربية. تحولات عاصفة وانبثاقات متجددة*** (الشارقة: مجلة الرافد، العدد 17، فبراير 2012) ص1.

(66) Ray Nancy and Others. "Using Media as Subject (Matter) to Teach Thinking" National Middle School Association, ***Middle School Journal*** (v. 4, N. 1, Nov., 2009) pp. 13-18.

(67) www.euromedialiteracy.eu/charter.php.

(68) سمير محمد حسين. بحوث الإعلام: ***دراسات فى مناهج البحث الإعلامى***. الطبعة الثالثة (القاهرة: عالم الكتب، 1999) ص ص131-132.

(*) السادة المحكمين هم:

أ.د. عدلى سيد رضا. الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام – جامعة القاهرة

أ.د. سلوى إمام. الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د. وليد فتح الله بركات. الأستاذ بقسم الإذاعة ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب– جامعة القاهرة

أ.د/ هبة شاهين. الأستاذ بقسم الإعلام وعلوم الاتصال بكلية الآداب – جامعة عين شمس.

أ.د. أحمد مرسى . الأستاذ بقسم العلوم النفسية والتربوية بكلية التربية النوعية – جامعة القاهرة.

أ.د. على المليجى . الأستاذ بقسم العلوم النفسية والتربوية بكلية التربية النوعية – جامعة القاهرة

أ.م.د/ ثروت فتحى كامل أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإعلام التربوى بكلية التربية النوعية – جامعة القاهرة

أ.م.د/ حنان محمد إسماعيل أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإعلام التربوى بكلية التربية النوعية – جامعة القاهرة

(69) شريفة سليمان. ***مرجع سابق***.

(70) المؤتمر الدولى الأول للتربية الإعلامية. ***مرجع سابق***.

(71) رشا عبد اللطيف. ***مرجع سابق***.

(72) حسن بن عايل وبدر الصالح. ***مرجع سابق***.

(73) شريفة سليمان. ***مرجع سابق***.

(74) رشا عبد اللطيف. ***مرجع سابق***.

(75) Elithabeth Wood. ***Op.cit***.

(76) R. Tigga. ***Op.cit***.

(77) M. MacDonald. ***Op.cit***.

(78) صالح بركات. ***مرجع سابق***.

(79) محمد الخطيب. ***مرجع سابق***.

(80) M. Yildi, ***Op.cit***.

(81) A.C. Fani, ***Op.cit***.

(82) S. Colleen, ***Op.cit***.