

# تأثير التربية الإعلامية في عقلنة الخطاب الديني

## دراسة شبة تجريبية

د. فاطمة الزهراء صالح أحمد حجازي (\*)

### مقدمة:

ظهرت الحاجة إلى الخطاب الديني في إطار مقتضيات العصر المتغيرة ومُتطلباته المتجددة، ولقد واجه الخطاب الديني تحديات مُتعددة؛ نتيجة التحولات السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية التي مر بها المجتمع المصري سواء على الصعيد الداخلي أو الخارجي، والتي كان لها أثر فعّال في نمو الخطاب الديني، واحتياجه المُستمر إلى التطوير حتى يستطيع تلبية تلك التطورات وإيجاد حالة من التوازن النفسي للأفراد. ولا شك في أن الخطاب الديني يواجه في الوقت الحاضر كثير من التحديات؛ لذلك لا بد أن تتوافر فيه عناصر توائم جميع الأطياف، وتصلح مع أغلب الشرائح المجتمعية مع الحفاظ على الثوابت الأصلية، التي لا يمكن أن تتبدل بتغير الظروف.

ولقد بات الاهتمام بالخطاب الديني في وسائل الإعلام سواء التقليدية أو الجديدة يبدو واضحاً حيث تشغل مضمونه المهتمين بالشأن العام، فقد لوحظ أن مضمون هذا الخطاب في الفضائيات وعبر المنصات الإلكترونية في مُعظمه يُمكن أن يُوّجج الخلافات بين أفراد الدين الواحد أو الديانات الأخرى، يُضاف إلى ذلك مظاهر العنف، والتطرف، والتشدد ورفض الآخر، وعدم قبول البعض بحقوق المواطنة، ورفض التعددية الفكرية أو الثقافية أو العرقية؛ مما يؤثر على التكوين النفسي والسلوكي للأفراد؛ مما يؤثر على صورة الديانات لدى الآخر.

في هذا الإطار أهتمت الدراسة الحالية بالبحث في تنمية الوعي بأهمية الاستخدام الواعي للخطابات والرسائل الدينية التي يتعرض لها الفرد عبر وسائل الإعلام المتنوعة من فهم ونقد وتقييم وهو ما أُصطلح على تسميته بـ "التربية الإعلامية" التي باتت الاهتمام بها يُمثل أهمية قصوى في ظل الانفتاح الثقافي والإعلامي المُنتامي عبر الفضائيات ووسائل الإعلام الجديدة في محاولة للحفاظ على هوية المجتمع وثقافته.

حيثُ استهدفت الدراسة الحالية الكشف عن واقع التعامل مع الخطاب الديني لدى عينة عشوائية من الجمهور، ورصد واقع التفاعل مع الخطاب الديني، وأهم مصادره الإعلامية، وبيان المضامين الدينية التي يتفاعل معها، كما تم إجراء دراسة شبة تجريبية لقياس معايير التربية الإعلامية، والمُتمثلة في: "اختيار المضمون، وعقلنة الخطاب الديني"؛ ذلك لإبراز أهمية تنمية التفكير الناقد في التعامل مع واقع الخطاب الديني وانتقاء الجيد منه وتخطي الرسائل السلبية.

\* استاذ مساعد بقسم الإعلام، كلية الآداب جامعته سوهاج.

## الإطار المعرفي للدراسة:

يتناول الإطار النظري لهذه الدراسة عرضًا يشتمل على مدخل للتربية الإعلامية، والخطاب الديني، وذلك على النحو الآتي:

### أولاً- التربية الإعلامية:

تعددت المفاهيم المنوط بها بيان كيفية اكتساب مهارات التعامل مع وسائل الإعلام وعناصرها ومجالاتها، مثل:

تعريف ("Silverblatt"<sup>1</sup>)، بأنها: الوعي بتأثير وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع، وفهم عملية الاتصال الجماهيري، وتطوير استراتيجيات تُمكننا من تحليل الرسائل الإعلامية ومناقشتها، وتنمية الاستمتاع الجمالي لوسائل الإعلام وفهمها. ويعرفها ("Potter"<sup>2</sup>)، بأنها: الآلية التيمن خلالها نتعرض لوسائل الإعلام، كي نُفسر معانى الرسائل التي نتعرض لها في بناء المعرفة باستخدام المهارات والمعلومات التي نحصل عليها من وسائل الإعلام.

بينما يُعرفها "أحمد جمال"<sup>(3)</sup>، بأنها: قدرة الأفراد على الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام من فهم وتحليل ونقد وتقييم، وتقويم المضامين الإعلامية بأشكالها المتنوعة، والمساهمة في تطوير إدراكهم، ومُشاركتهُم في إنتاج مضامين إعلامية، والارتقاء باهتماماتهم.

وتجدر الإشارة إلى أنه في بداية القرن الواحد والعشرين انتشر مفهوم التربية الإعلامية في الدول الأوروبية والولايات المتحدة الأمريكية إلى درجة واسعة، وتم دعمها ببحوث ونظريات وأدوات تعليمية وإعلامية قائمة بذاتها<sup>(4)</sup>. وقد قسمت "إليزابيث ثومان" عام (1990م)<sup>(5)</sup> بُلدان العالم إلى أربعة مستويات من حيث الاهتمام بالتربية الإعلامية، وهي كما يلي:

- (1) دول مُتقدمة في التربية الإعلامية: وهي تلك الدول التي وضعت أسسًا ومعايير، وأعدت المُعلمين ودربتهم، ووفرت المصادر التربوية لتعليم النشء التربية الإعلامية مثل: بريطانيا، واسكتلندا، وكندا.
- (2) دول بها التربية الإعلامية غير مُنظمة: حيث لم تتوافر بها مواد التدريس، أو المدرسون، ولكن يتوافر بها الإطار المنهجي للتدريس مثل: إيطاليا، والهند، والفلبين.
- (3) دول في احتياج إلى التربية الإعلامية: وهي التي شهدت تغييرات سياسية واجتماعية أوجدت الاحتياج إلى التربية الإعلامية، مثل: دول الكتلة الشرقية.
- (4) دول تقرر التربية الإعلامية خارج المدارس: وفيها يتم تقديم التربية الإعلامية من خلال برامج الشباب والبرامج الحكومية، مثل: أمريكا، ودول العالم الثالث.

## أهداف التربية الإعلامية:

يُمكن إجمال أهداف التربية الإعلامية على النحو الآتي:

- جعل الأفراد مشاركين نشطين في عملية الاتصال، وإيجاد المعنى، أي تمكينهم من أن يُصبحوا مواطنين مسؤولين ذوي معرفة في استهلاكهم لوسائل الإعلام<sup>(6)</sup>.
- زيادة الفهم لجوانب الإعلام المتعددة: من حيث قيادة الأفراد لفهم أكثر عمقاً للرسائل الإعلامية المعرفية، والوجدانية، والفنية، والأخلاقية<sup>(7)</sup>.
- تفسير الرسائل الإعلامية: حيث يُنصّب في جعل الأفراد أكثر قدرة على صنع واختيار المعنى<sup>(8)</sup>.

## عناصر التربية الإعلامية:

تتكون التربية الإعلامية من عدة عناصر:

- أولاً-الشخصي: يتضمن هذا العُنصر الأهداف، والدوافع الشخصية للفرد، فكلما أرتفع وعى الفرد بأهدافه زادت قدرته على توجيهها، وضُغفت سيطرة وسائل الإعلام عليه بدرجة كبيرة<sup>(9)</sup>.
- للتربية الإعلامية دوافع ثلاث، تتمثل في الدوافع: الثقافية، والأخلاقية، والسياسية، والتي من شأنها حماية الفرد من التأثيرات السلبية للتعرض لوسائل الإعلام<sup>(10)</sup>.
- ثانياً- الأدوات: يتضمن هذا العُنصر اللُغة كإحدى أهم دعائم إنتاج الرسالة الإعلامية ودلالة جودتها<sup>(11)</sup>.
- ثالثاً- البُعد المعرفي: يُمكن تحديد السياق المعرفي للتربية الإعلامية على النحو الآتي:
  - سياق الرسالة الإعلامية: والتي تتضمن المعلومات المُرتبطة بالإعلام بجميع جوانبه، وكذا إلمام الفرد بمُختلف القضايا والظروف المُجتمعية المُحيطة بالرسالة.
  - تفاصيل الرسالة الإعلامية: والتي يتِمكّن من خلالها الفرد عند تلقى الرسالة من إدراك أبعادها المعرفية، والوجدانية، والأخلاقية، والفنية؛ مما يسهُم في تحقيق الهدف المعرفي من الرسالة<sup>(12)</sup>.
- رابعاً- البُعد المهاري: ويشمل مهارات فك الرموز، وتقييم وتحليل جميع أشكال نصوص وسائل الإعلام، وإنتاج رسائل إعلامية<sup>(13)</sup>.

## التفكير الناقد:

يعرف البعض التفكير الناقد بأنه: "القدرة على التفكير التأملي لاتخاذ موقف أو فعل ما<sup>(14)</sup>. وهو يُعدّ جزءاً من التربية الإعلامية التي ترى أن العلاقة بين الواقع ووسائل الإعلام هي علاقة ديناميكية جدلية، حيث تسهُم هذه الوسائل في بناء الواقع، ويقوم هو ببنائه<sup>(15)</sup>. وتكمن الاستراتيجية لهذا النوع من التربية الإعلامية فيأنه يسعى

إلى الفهم والإنتاج والتفاوض على المعاني في سياق ثقافي، فالقادرون على تجاوز عقبة الأمية الإعلامية أشخاص يملكون القدرة على فك رموز وسائل الإعلام، وتحليل مضامينها، وإنتاج مواد مكتوبة ومسموعة وبصرية بروح ناقدة، والهدف الأساسي لهذه التربية هو تكريس استقلالية الفرد<sup>(16)</sup>.

ويؤكد "Smith" على أن التفكير الناقد من سمات المواطنة الفاعلة، فمع انتشار وسائل الإعلام، وكثرة الشائعات، أصبح هناك ضرورة لإجادة التفكير الناقد؛ لكي يستطيع الفرد تقييم مصداقية المعلومات وتصنيفها<sup>(17)</sup>. كما يرى "Facione" أن التفكير الناقد يتكون من مهارات معرفية "Cognitive Skills"، وهي:

- التفسير، وتشمل مهارات: التصنيف، واستخراج المعنى، وتوضيحه.
- التحليل: ويشمل مهارات فرعية، مثل: فحص الأفكار، وتحديد الحجج وتحليلها.
- التقويم، ويشمل مهارات: تقدير الادعاءات، وتقييم الحجج.
- الاستنتاج، ويشمل مهارتي: البحث عن البدائل، والوصول إلى البدائل.
- الشرح: وهو إعلان نتائج التفكير وإقرارها، وتبرير الإجراءات.
- التنظيم الذاتي: ويُقصد به قدرة الفرد على التساؤل، والتأكد من المصداقية، وتنظيم الأفكار والنتائج<sup>(18)</sup>.

#### الشخصية ذات التفكير الناقد:

أشارت مجموعة من البحوث إلى سمات الشخص صاحب التفكير الناقد، والتي تتمثل في قوة الأنا، والثبات الانفعالي، والاستقلالية، والثقة بالنفس، والتوافق الشخصي، والاكتفاء الذاتي، والتفاعل الاجتماعي<sup>(19)</sup>. كما أضاف الباحثون عددًا من السمات المميزة للشخص صاحب التفكير الناقد، نوردتها في النقاط الآتية<sup>(20)</sup>:

- يسعى للفحص بين التفكير العاطفي والعقلي.
  - يسعى دومًا للحصول على المعلومات قبل أن يتناقش.
  - القدرة على فحص المعلومات الصحيحة من المغلوطة.
  - البحث عن الأسباب والبدائل.
  - التمييز بين الفرضيات والادعاءات.
  - أخذ المواقف بجدية.
  - الانفتاح وقبول الآخر.
- وقد كشفت دراسة عزيزة السيد من خلال استخدام التحليل العاملي لتحديد سمات الشخصية ذات الفكر الناقد، وكانت أهم هذه السمات، هي<sup>(21)</sup>:

- التقويم: حيث القدرة على إصدار الحكم، وتقويم الحجج، والاستدلال.
- المعرفة: القدرة على التحدي، والتخيل الناقد، والمخاطرة المدروسة، والمرونة المعرفية، وتحمل الغموض.

- المنطق: وشمل معرفة قواعد الربط، والتنظيم العقلاني وكشف المغالطات.
- التفسير: حيث القدرة على الاكتشاف، والتناسق، والتطبيق.
- الجانب الوجداني: حيث القدرة على التكيف مع المواقف الطارئة، والثقة بالنفس والاعتزان.

ويوجز "Oneil" خصائص الشخصية الناقدة في التمييز بين التحيز والمنطق، والتمييز بين الرأي والحقيقة<sup>(22)</sup>.

### ثانياً - الخطاب الديني:

الخطاب الديني هو الخطاب المتداول في وسائل الإعلام عبر الفضائيات العامة والمتخصصة، كما يشمل الرسائل المتداولة عبر وسائل الإعلام الجديدة - وسائل التواصل الاجتماعي، وتطبيقات الهاتف المحمول - الذي يتضمن برامج الفتاوى الدينية وخطاب الوعظ والإرشاد، والشرائط المسجلة، والكُتبيات والملصقات، وهو الخطاب المتداول عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وتطبيقات الهاتف المحمول، مثل: الرسائل القصيرة التي تتضمن نصائح وأحاديث دينية.

ويراه آخرون بأنه ذلك المنتج الفكري الناشئ عن أعمال العقل في محاولة فهم مقاصد دين من الأديان، وهو بذلك لا يعني أنه جزء من بنية النص الديني نفسه، إذ إنه يأتي لاحقاً لوجود هذا النص؛ لذا فهو منتج بشري قاصر مهما بلغ به الاتقان ومحاولة تحرى الدقة<sup>(23)</sup>. ولقد تطور الفكر الديني شأنه شأن جميع المجالات الأخرى التي تخضع لقوانين التطور الطبيعي انتقالاً من محاولات التفسير ثم ولوجاً لباب الاجتهاد، وإعمال العقل في محاولة لاستنباط أحكام وتصورات تواكب ما يُستجد من مُعطيات في مجرى صيرورة نهر الحياة المتدفق<sup>(24)</sup>.

ولكى تظهر ثمار الخطاب الديني، لا بد من توافر عدة شروط، وهي:

- ضرورة اعتماد القيم الدينية العليا التي تُعلى من قيمة الإنسان، بغض النظر عن مُعتقده الروحي أو القيمي أو العرقي، ولا يتأتى ذلك إلا بالاعتراف بالخيرية كصفة جوهرية ملازمة للإنسان، ويأتي على رأس أولويات هذه الحرية: "حرية الفكر والاعتقاد".
- فك الارتباط بين الدين والاستخدام السياسي النفعي له<sup>(25)</sup>.
- يأتي التجديد الديني من داخل التراث نفسه عبر توسيع دائرة الفكر الناقد، ليشمل كامل التراث الفكري بخيرية فكرية كاملة<sup>(26)</sup>.
- تعديل مناهج التعليم ووسائله في مختلف المراحل عبر العدول عن الحفظ والتلقين وتشجيع الإبداع والتفكير والنقاش الحر، وتشجيع الابتكار في كافة المجالات، وأولها المجال الفكري وعبر اعتماد النقد كسلاح فعال في مواجهة التعصب والتطرف والجمود<sup>(27)</sup>.

إضافةً إلى ذلك، فهناك عددًا من الضوابط والاعتبارات التي ينبغي توافرها في الخطاب الديني، خاصةً وأنها تستهدف التأثير على الجمهور، أبرزها الآتي (28):

- ضرورة المعالجة الإقناعية التي تستهدف التأثير على اتجاهات الجمهور.
- الاعتماد على الأدلة والشواهد والبراهين والحجج التي تؤيد الأفكار.
- البناء الجيد لهيكل النص الخطابي وبساطته لضمان إحداث التأثير.
- يجب أن يكون الخطاب محل اهتمام الجمهور من منطلق الأحداث الجارية.
- مشاركة الجمهور والتعبير عن آرائهم وأفكارهم واتجاهاتهم.
- استخدام ما يُسمى بالوسيلة المنطقية، ويُقصد بها هنا ترتيب الأفكار بأسلوب منطقي، وبنها في أوقات مُلائمة، مع توافر النواحي الفنية والعلمية، حتى تكون هناك خيوط من الثقة والفاعلية تُربط بين الخطاب وبين الجمهور لتحقيق الأثر المطلوب.
- البعد عن التهويل؛ مما يُبعد الخطاب عن مصداقيته.
- استخدام التكنيك الذي يُساعد على توصيل مضمون الخطاب للجمهور لزيادة التأثير والفاعلية.
- عملية التقويم وقياس الأثر لإعادة التخطيط لتصحيح المسار.

وتحاول هذه الدراسة رصد واقع تلقي الخطاب الديني من خلال وسائل الإعلام المُختلفة سواء التقليدية منها، أو الحديثة، وبيان كيفية التعامل مع ذلك الخطاب من خلال مقياس التربية الإعلامية في التلقي.

#### الدراسات السابقة:

اعتمدت الدراسة الحالية على عرض الدراسات السابقة بطريقة التحليل من المستوى الثاني Meta-Analysis لما نُشر من بحوث ودراسات خاصة بالخطاب الديني، وبالتربية الإعلامية أيضًا؛ بهدف استعراض أهم النتائج التي توصلت إليها من خلال عرض الإيجابيات والسلبيات المُتعلقة بموضوع الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

#### أولاً- الدراسات المتعلقة بالخطاب الديني:

أظهرت الدراسات ارتفاع كثافة مُتابعة الفضائيات الدينية، واعتبرتها العينة من أهم مصادر التنقيف الديني، وجاء دافع التزود بالمعلومات الدينية من أهم دوافع التعرض للفضائيات الدينية "الإسلامية والمسيحية"، وعن ظهور القنوات الفضائية كأهم مصادر المعلومات الدينية أكدتمجموعة من الدراسات أن ظهور تلك القنوات جاء كاستجابة مُفتعلة للطلب المُتزايد على التدين الذي أصبحت تتسع قاعدته فيالعقد الأخير من القرن العشرين، وبدأ التفكير في مراكز صنع القرار لإيجاد صيغة لاحتوائها وتوجيهها، بل وتوظيفها لمصلحة التوازنات السياسية، وهو ما قد يُفسر

بعضًا من العوامل التي أدت إلى انتشار تلك القنوات، وتعدد نُسخها، وهو ما يعزى إليه البعض حجم الفوضى الدينية الذي تشهده بعض المجتمعات، وفي تقييم أفراد العينة للخطاب الديني الذي تُقدمه الفضائيات الإسلامية، أشارت النتائج إلى أن هذا الخطاب أحادي النظرة، وغير ديمقراطي، ولا يُعير اهتمامًا كبيرًا للرأي المخالف، ويتبنى وجهة النظر الواحدة<sup>(29)</sup>.

أما عن أهمية الدور الذي تقوم به القنوات الدينية عبر الفضائيات ووسائل الإعلام الجديدة، فقد أثبتت مجموعة من الدراسات وجود علاقة بين التعرض للفضائيات الدينية واكتساب مفهوم الوسطية في الأديان، كما أثبتت اهتمام البرامج بالمعاملات، وحُسن الخلق، وصلة الأرحام، وإفشاء السلام، والعقائد، والعبادات، والفقه، كما ثبت أن متابعة تلك القنوات أسهمت في إدخال أنماط سلوكية جديدة على العلاقات الاجتماعية، ومُجمل البناءات الثقافية بالمجتمع، بل تعدى الأمر ذلك إلى تغيير أنماط السلوك الفردي والجماعي<sup>(30)</sup>.

وعن أهم المصادر التي يستشهد بها الداعية في الخطاب الديني جاء القرآن الكريم، والأحاديث النبوية، والاستشهاد بنماذج من الحياة، وأئمة الفقه، ثم الاجتهاد، كما تبين الدور المهم للدعاة الشباب في تنمية الوعي الديني لدى المراهقين، وارتفاع معدلات متابعتهم لها، وتعلقهم برؤاهم وطريقة حديثهم؛ مما حول الكثيرين من هؤلاء الدعاة إلى نجوم<sup>(31)</sup>.

وفيما يخص ظهور القنوات الفضائية كأهم مصادر المعلومات الدينية، أكدت مجموعة من الدراسات أن ظهور تلك القنوات جاء كاستجابة مُفتعلة للطلب المتزايد على التدين الذي أصبحت تتسع قاعدته في العقد الأخير من القرن العشرين، وبدأ التفكير في مراكز صنع القرار لإيجاد صيغة لاحتوائها وتوجيهها، بل توظيفها لمصلحة التوازنات السياسية، وهو ما قد يُفسر بعضًا من العوامل التي أدت إلى انتشار تلك القنوات وتعدد نُسخها، وهو ما يعزى إليه البعض حجم الفوضى الدينية الذي تشهدها بعض المجتمعات، والذي من خلاله أصبحت القنوات الفضائية الدينية بمنزلة مسجد افتراضي، أو دار فتوى لمُنتج ديني يَشرف على تشكيل عقل المتلقي، وإعادة صياغة مفاهيمه الدينية، والتحكُّم في التحولات الدينية، والاجتماعية ومنظومة إنتاج القيم من خلال صياغة معايير التدين لبناء مُجتمع وسطي، وفي تقييم أفراد العينة للخطاب الديني الذي تُقدمه الفضائيات الإسلامية، أشارت النتائج إلى أن هذا الخطاب أحادي النظرة وغير ديمقراطي، ولا يُعير اهتمامًا كبيرًا للرأي المخالف، ويتبنى وجهة النظر الواحدة<sup>(32)</sup>.

وفي دراسة عن الخطاب الديني كما تعكسه البرامج الدينية الموجهة باللُغة الإنجليزية في القنوات الفضائية العربية تناولت "نهال فاروق" الخصائص التي تُميز الخطاب الديني في تلك القنوات من حيثُ كيفية عرضه لصورة الإسلام وموقفه من

قضايا العصر ومُشكلاته ومن الديانات الأخرى، حيثُ أظهر التحليل اهتمام تلك البرامج بالتعريف بالإسلام، والفتاوى الدينية واتسم مُجمل الخطاب بالحيادية<sup>(33)</sup>.

### ثانياً- دراسات عن التربية الإعلامية:

اهتمت مجموعة من البحوث والدراسات الميدانية والتجريبية بدراسة تأثير تدخلات التربية الإعلامية في الحد من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام، بالتطبيق على خصائص المُتلقي المعرفية، والوجدانية، والسلوكية، نذكر منها:

عن مكافحة المواد الإعلامية غير الأخلاقية بينت نتائج دراسة "هانيا إبراهيم"<sup>(34)</sup> دور التربية الإعلامية في التوعية بعدد من المخاطر والظواهر السلبية التي يُعاني منها المُجتمع بشكل عام والمُجتمع الطلابي بشكل خاص، أبرزها: التحرش الجنسي، كما كشفت دراسة "Scharrer, E., & Ramsbramanian, S"<sup>(35)</sup> عن قدرة التربية الإعلامية على معالجة التحيز والتعامل العنصري، والمُساهمة في تعزيز التعددية الثقافية؛ من خلال التحليل الناقد للمحتوى الإعلامي. كما كشفت نتائج دراسة "Weymouth, L.A."<sup>(36)</sup> عن قناعة الآباء بالأهمية برامج التنمية الإعلامية كوسيلة لخفض العُنف داخل الأسرة؛ وذلك من خلال تخفيض عدد ساعات مُشاهدة الأطفال للأفلام، وكذلك أهمية مُناقشة الآباء للأبناء فيما يتم مُشاهدته من برامج للعُنف في التلفزيون. وفي ذات الإطار بينت نتائج دراسة "Pinkleton, B.E."<sup>(37)</sup> أن برامج التربية الإعلامية قد وفرت للطلاب إطاراً معرفياً ضرورياً لفهم تأثيرات وسائل الإعلام ومقاومتها على قراراتهم المُتعلقة بمُمارسة الجنس، وأكد الطلاب أنهم تذكروا المعلومات الاجتماعية التي تضمنها البرنامج أكثر من المعلومات الطبية، وأنهم اكتسبوا تطويراً في مهاراتهم النقدية. فيالسياق نفسه جاءت دراسة "Scharrer, E."<sup>(38)</sup> التي عززت قدرة الطلاب التحليلية تجاه المواد الإعلامية العنيفة، حيثُ أدركوا سلبية آثار مُشاهدة هذه المواد.

أما عن دراسة "شريعة رحمة الله"<sup>(39)</sup> فقد استهدفت قياس أثر برنامج تضمين مفهوم التربية الإعلامية في المناهج الدراسية بمدارس دولة الإمارات العربية المتحدة، وقد اعتمدت على المنهج المسحي ومنهج البحوث الكيفية، وقد خلصت إلى عدم وجود فروق دالة إحصائية بين عينة الدراسة فيمهاره استقبال الرسالة الإعلامية؛ مما ترتب عليه ضعف مُستوى التفكير الناقد لديهم حول مُحتويات الرسائل الإعلامية التي يتعرضون لها عبر وسائل الاتصال، كما أكدت وجود فروق دالة بين الذكور والإناث طبقاً لمُستوى مهارة فهم الرسالة الإعلامية.

وسعت دراسة "ريهام عبد الرازق"<sup>(40)</sup> إلى إعداد برنامج لإكساب أطفال مرحلة الطفولة المُتأخرة مهارات التربية الإعلامية لإدراك مظاهر العُنف بالأفلام المصرية، واعتمدت الدراسة على المنهج شبه التجريبي، وقد خلصت إلى: وجود فروق دالة إحصائية بين مُتوسطي درجات الأطفال عينة الدراسة قبل تطبيق برنامج

التربية الإعلامية على مقياس "إدراك العنف بالأفلام المصرية" من خلال مهارات التربية الإعلامية وبعده لصالح التطبيق البعدي.

كما استهدفت دراسة "webb et al"<sup>(41)</sup> الحد من تأثيرات العنف بوسائل الإعلام بمدارس التعليم الإعدادي، من خلال برنامج يُكسب الطلاب مهارات التفكير الناقد وتزويدهم بمعلومات عن حقيقة العنف المُقدم من خلال وسائل الإعلام والعنف بالواقع، وخلصت هذه الدراسة إلى وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات الاختبار للمجموعتين الضابطة والتجريبية بعد تطبيق البرنامج لصالح المجموعة التجريبية.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

- 1- أكدت الدراسات على اهتمام الجمهور بالخطاب الديني بكل أشكاله ووسائله.
- 2- جاء اهتمام الجمهور بالخطاب الديني لأغراض عقائدية وروحية.
- 3- أكدت معظم دراسات التربية الإعلامية على أهميتها في إكساب الجمهور المهارات اللازمة للاستفادة من الرسائل الإعلامية.
- 4- أفاد الاطلاع على تلك الدراسات في تعميق مُشكلة الدراسة وصياغتها بشكل يُمكن من خلاله توصيف واقع تلقي الخطاب الديني من قبل عينة من الجمهور، وكذلك إجراء دراسة شبة تجريبية لقياس أثر تطبيق التربية الإعلامية لمعرفة أسس اختيار الخطاب الديني وعقلنته.

#### الدراسة الاستطلاعية:

لتوضيح مُشكلة الدراسة وتوثيقها تم إجراء دراسة استطلاعية، تمثلت في صحيفة استقصاء لاستطلاع رأى عينة من الجمهور حول واقع تلقي الخطاب الديني (الإسلامي، والمسيحي) من خلال وسائل الإعلام المتنوعة، بهدف تشخيص واقع عقلنة الخطاب الديني ووسائل الإعلام المُختلفة، من خلال التعرف على أسباب التعرض للخطاب الديني، وأهم المضامين الدينية التي يتم التعرض لها، وأهم مصادر الخطاب الديني، ومدى مصداقية هذه المصادر، وعلاقتها بالخطاب الديني، وكيف يتسم بالوسطية والاعتدال؟ وقد شملت التجربة الاستكشافية (300) مُفردة متنوعة من طلاب الجامعات المصرية، تم اختيارهم بالطريقة العشوائية\* ويوضح جدول رقم (1) توصيف عينة الدراسة الاستطلاعية.

جدول (1)  
توصيف عينة الدراسة

| العوامل الديموغرافية | العناصر             | العينة | %     |
|----------------------|---------------------|--------|-------|
| النوع                | ذكر                 | 120    | 40    |
|                      | أنثى                | 180    | 60    |
| المستوى الاقتصادي    | مرتفع               | 70     | 23,33 |
|                      | متوسط               | 180    | 60    |
|                      | منخفض               | 50     | 16,66 |
| العمل                | طالب                | 130    | 43,3  |
|                      | موظف                | 55     | 18,3  |
|                      | أعمال حرة           | 62     | 20,7  |
|                      | لا يعمل             | 53     | 17,7  |
|                      | ما فوق الجامعي      | 75     | 25    |
| مستوى التعليم        | جامعي               | 140    | 46,7  |
|                      | ما قبل الجامعي      | 69     | 23    |
|                      | متوسط               | 10     | 3,3   |
|                      | لا يقرأ ولا يكتب    | 6      | 2     |
| الحالة الاجتماعية    | أعزب                | 190    | 63,3  |
|                      | متزوج               | 110    | 36,7  |
|                      | مسلم                | 220    | 73,3  |
| الديانة              | مسيحي               | 80     | 26,7  |
| السن                 | من 18 إلى أقل 25    | 75     | 25    |
|                      | من 25 إلى أقل 35    | 95     | 31,7  |
|                      | من 35 إلى أقل 45    | 42     | 14    |
|                      | من 45 إلى أقل من 50 | 80     | 26,7  |
|                      | أكبر من 50          | 8      | 2,7   |

وقد خلصت الدراسة الاستطلاعية إلى مجموعة من النتائج أهمها الآتي:

- تمثلت أهم دوافع التعرض للخطاب الديني لمعرفة الحلال والحرام بنسبة (39,6%)، تلاها دافع التعرف على فقه المعاملات اليومية بنسبة (37%)، تلاها معرفة تعاليم الأديان السماوية بنسبة (35,7%)، وجاءت الاستفسارات والفتاوى الدينية في ترتيب مُتقدم بالنسبة لدوافع تلقي الخطاب الديني بنسبة (33,8%)، وجاء دافع الشعور بالراحة والطمأنينة من الأسباب المهمة للتعرض للخطاب الديني، كما مثل الخطاب الديني أداة مهمة لمعرفة العقائد وحقوق الإنسان والمرأة والأقليات في المجتمع، وهو ما يندرج تحت واقع فقه المعاملات. كما اهتم عددًا من العينة بالتعرض للخطاب الديني في إطار الاستماع للنصوص الدينية الإسلامية والمسيحية وفقًا لنوع الديانة التي يتبعها المبحوث، وذلك بنسبة (13%) من العينة، بينما جاء دافع حُب الاستماع للدعاة الجدد في الخطاب الديني بنسبة (4,5%) من دوافع الاستماع.

- يتضح من خلال التحليل اهتمام جمهور الخطاب الديني بالتدقيق في الأمور التي تندرج في إطار فقه المعاملات، والتي تهتم بالحلال والحرام، وما يتبعه من سلوكيات تضبط التعاملات اليومية للفرد وتجعل الحياة أكثر طمأنينة له.
- جاء عرض العينة للرسائل التي تهتم بالوعظ والإرشاد في الترتيب الأول بنسبة (52,6%)، تلاها محور برامج المعاملات الإنسانية (46,8%)، ثم برامج الاستشارات الدينية بنسبة (35,7%)، ثم تلك البرامج التي تربط الدين بالسياسة بنسبة (10%). وبالنظر إلى تلك المضامين نجد أنها تندرج في إطار فقه المعاملات الإنسانية، والتي تحتاجها الفرد لضبط تعاملاته اليومية بما يضمن له السكينة الروحية.
- جاء التليفزيون كأهم مصادر تلقي الخطاب الديني للعينة بنسبة (46,8%)، تلاها مصدر الصفحات الشخصية للدعاة على مواقع التواصل الاجتماعي، ثم الاتصال الشخصي المباشر مع رجال الدين، وجاءت تطبيقات الهاتف المحمول: "واتس اب، وانستجرام" في الترتيب الرابع، كما جاءت الكتب في الترتيب الخامس بنسبة (22,1%)، تلتها دار الفتوى في الأزهر والكنيسة المصرية كأحد مصادر الحصول على المعلومات الدينية، وجاء الراديو في الترتيب السابع من حيث اعتباره مصدرًا لتعاطي المعلومات الدينية، تلاه الاتصال بالأصدقاء، وأخيرًا جاءت الصحف المتخصصة والصفحات الدينية في الصحف اليومية في الترتيب العاشر كأحد المصادر للمعلومات الدينية. من قراءة تلك النتيجة نلاحظ تفوق التليفزيون كأحد أهم مصادر المعلومات الدينية وهو ما يتسق مع ما أكدته نتائج الدراسات السابقة بتفوق التليفزيون، وما شهدته مجال الإعلام الديني الفضائي من تزايد أعداد القنوات الفضائية الدينية، وظهور شخصيات ليس لديها خلفية دينية أكاديمية، مما أوجد فوضى أطلق عليها فوضى الفتاوى الدينية التي تسببت في ظهور الأفكار المتطرفة والتشدد في كثير من الآراء وما ترتب على ذلك من تحميل الدين بتبعات تلك الأفكار، أيضًا ظهرت الصفحات الشخصية للدعاة الشباب في مكانة متقدمة كأحد مصادر الخطاب الديني وهو ما يستدعي مزيدًا من الحذر في التعامل مع المعلومات التي تظهر على هذه الصفحات لعدم توافر الوسائل الأمنية الكاملة التي تضمن عدم اختراق تلك الصفحات وبت رسائل غير منضبطة من خلالها.
- أكدت نسبة (65,6%) من أفراد العينة قناعتهم بالمصادر التي يعتمدون عليها في تلقيهم للخطاب الديني، في مقابل (32,5%) من العينة يتشككون في مصادرهم التي يتعرضون لها؛ مما يدعو لمزيد من الاهتمام من قبل القائم بالاتصال بالمضامين الدينية التي يتم بثها من قبل المصادر المختلفة نظرًا لموثوقيتها من قبل الجمهور.
- أكدت نسبة (67,5%) من أفراد العينة رضاهم عن الخطاب الديني الذي يتعرضون له في وسائل الإعلام المختلفة (التقليدية والحديثة)، في مقابل (31,8%) أبدوا حالة من القلق تجاه كثير من أنواع الخطابات الدينية التي يتعرضون لها.

- جاءت فئة أحياناً فيالترتيب الأول بنسبة (62,3%) وهو ما يوحى بتشكك العينة وعدم قناعتها باتفاق الخطاب الديني الذي تتعرض له مع مبادئ الأديان السماوية وتعاليمها، وفي هذا إشارة إلى ضرورة مراجعة الخطابات الدينية قبل بثها لخطر تأثير تلك المعلومات على الجمهور.
- كشفت نسبة (46,8%) من أفراد العينة عن افتقاد الخطاب الديني الذي يتم تداوله في وسائل الإعلام للوسطية والاعتدال في الطرح والتناول، تلتها نسبة (42,2%)، والتي أبدت وجود حالة من الوسطية والاعتدال في الخطاب الديني، وأنه يخلق حالة من الرضا لديهم، بينما أظهرت نسبة (11%) من أفراد العينة عن اتسام الخطاب الديني بالتشدد والمغالاة، والتي خلقت الأفكار المتطرفة والعنف في المعاملات الإنسانية.
- تمثلت مقومات الخطاب الديني الفاعل كما تراه العينة فيأن يكون موثقاً من الكتاب المقدس، ويدعو للوسطية والاعتدال، ويتسم بالسهولة، ويُناقش القضايا المعاصرة، وأن يهتم الخطاب بعرض فقه المعاملات فيالحياة، وأن يُتاح على وسائل التواصل الإلكتروني، وأن يكون صادراً عن المؤسسات الدينية الرسمية (الأزهر، والكنيسة)، وأن يتسم بالتنوع، ويعرض لكافة المذاهب الدينية بما يضمن تدعيم فكر الوسطية والاعتدال.
- أكدت عينة الدراسة من المسيحيين ثقتهُم الكاملة في مصادرهم الدينية خاصةً القنوات الفضائية؛ لكونها تابعة للكنيسة، وليست هناك أية قنوات خاصة دينية دون إشراف كنسي، وهذا هو مرجعية ثقتهُم بتلك القنوات، في حين جاء تشكك عينة الدراسة من المسلمين في بعض المصادر بسبب عدم إخضاع جميع القنوات لإشراف الأزهر.

#### مشكلة الدراسة:

تبحث الدراسة الحالية فيالتربية الإعلامية وأثرها فيعقلنة الخطاب الدينيالذي يتم التعرض له في وسائل الإعلام (التقليدية، والحديثة)، في الوقت الذي شهد فيه الإعلام الدينياهتماماً كبيراً من قبل الجمهور، وشهدتالرسائل الدينية تنوعاً كبيراً في المضمون والوسائل الإعلامية المستخدمة وطبيعة القائم بالاتصال، وأسهمتوسائل التواصل الاجتماعي: فيس بوك، وتويتر، وتطبيقات الهاتف المحمول: (واتس آب، والانستجرام) في زيادة الاهتمام بالإعلام الديني من حيث كثافة التعرض للمواقع الدينية وتحميل البرامج الدينية، والأحاديث الدينية، والفتاوى وغيرها من المواد الدينية، ومشاركتها بشكل مكثفتنتقل الرسائل بسرعة فائقة، لتصل إلى مئات بل آلاف المستخدمين لهذه الوسائل في ثوان، وفي هذا الإطار تُحاول الدراسة تبني دور التربية الإعلامية في عقلنة ما يتلقاه الفرد من الخطابات الدينية بشكل يومي ومُستمر والبحث في واقع عملية التلقي، وما يتبعها من البحث في آليات اختيار الرسائل الدينية التي يتم التعرض لها ومن ثم كيفية تقييمها.

## أهمية الدراسة:

في ظل التزايد الكبير في أعداد القنوات الفضائية الدينية وإقبال الجمهور على التعامل معها، بحثًا عن فتوى أو معلومة أو حكم ديني، وكذا تبادل الرسائل الدينية ونشرها عبر وسائل الإعلام الجديدة؛ بات من الضروري دراسة أهمية توظيف أدوات التربية الإعلامية والتفكير النقدي عند استقبال تلك الرسائل، وتمحيص مدى ملاءمة تلك الخطابات مع صحيح الأديان وصيرورة العقل، ومن هنا تأتي تلك الدراسة مُلبيةً للاحتياج الأكاديمي لتوصيف كيفية استقبال الجمهور للخطابات الدينية التي يتعرض لها عبر وسائل الإعلام المُختلفة، لاستيضاح واقع التعامل مع الخطاب الديني في الواقع المصري، ومساهمة من البحث في آليات اختيار الرسائل الدينية وتقييمها وتقويمها.

## هدف الدراسة:

استهدفت الدراسة بيان أثر تطبيق أدوات التربية الإعلامية على الجانب المعرفي والمهارى لدى الطلاب في كيفية اختيار الخطاب الدينيديهم ومن تقيمه وعقلنته.

## متغيرات الدراسة:

قبل الانتقال إلى فروض الدراسة نوضح متغيراتها المُستقلة، والتابعة، والوسيطه، وذلك بهدف رصد العلاقة بينهذه المتغيرات في إطار مداخل التربية الإعلامية، وتحدد متغيرات الدراسة على النحو الآتي:

### جدول (2)

#### متغيرات الدراسة

| المتغير التابع      | المتغيرات الوسيطة       | المتغيرات المستقلة         |
|---------------------|-------------------------|----------------------------|
| عقلنة الخطاب الديني | أهمية التربية الإعلامية | تلقي البرامج الدينية       |
|                     | اختيار الخطاب           | تلقي الرسائل الدينية       |
|                     | تقييم الخطاب            | التفاعل مع المواقع الدينية |

## فروض الدراسة التجريبية:

سعت الدراسة إلى التحقق من الفروض الآتية:

- توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات المجموعتين الضابطة والتجريبية حول كيفية إختيار الخطاب الديني لصالح المجموعة التجريبية.
- توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات المجموعتين الضابطة والتجريبية حول أساليب تقييم الخطاب الديني لصالح المجموعة التجريبية.
- توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات المجموعتين الضابطة والتجريبية حول عقلنة تلقي الخطاب الديني عبر وسائل الإعلام المتنوعة لصالح المجموعة التجريبية.

## منهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات شبه التجريبية التي تختلف في مُعطياتها عن الدراسات التجريبية، حيث لا تتطلب الدراسات شبه التجريبية العشوائية كشرط أساسي لإجرائها، كما أنها تهتم بالصدق الخارجي الذي يعنى بتعميم النتائج خارج العينة التجريبية.

## التصميم شبه التجريبي للدراسة:

لقياس فروض الدراسة شبه التجريبية، تم الاعتماد على التصميم التجريبي ذي المجموعتين، والذي يعتمد على عرض الاستمارة على المجموعة التجريبية بعد شرح نموذج التربية الإعلامية بما يضمن تفهمهم لكافة عناصر التلقي، والاختيار، والتقييم للرسائل الإعلامية، والمجموعة الضابطة التي تُعرض عليها الاستمارة دون أي شروح، ثم قياس للفروق بينهما.

## الإطار الإجرائي:

يُمكن عرض الإطار الإجرائي للدراسة من خلال الآتي:

- **عينة الدراسة:** تم إجراء الدراسة شبه التجريبية على طلاب الفرقة الثانية بقسم الإعلام بكلية الآداب جامعة الوادي الجديد، وعددهم (56) طالبًا، تم تقسيمهم إلى مجموعتين بواقع (28) طالبًا في كل من المجموعتين "الضابطة، والتجريبية"، وذلك لقياس الفروق بين المجموعتين.
- **أدوات الدراسة:** تم تصميم مقياس تجريبي تضمن ثلاثة محاور لقياس مهارات التربية الإعلامية في عقلنة الخطاب الديني الذي تتعرض له العينة، حيث تم عقد جلسة لتعريف طلاب المجموعة التجريبية بالتطبيق التجريبي، وطريقه الإجابة عن الاختبار؛ لقياس مهارات التربية الإعلامية بشكل فردي.
- **المقاييس الإحصائية المستخدمة:** تعتمد الدراسة في اختبارها للفروض على عدد من المقاييس الإحصائية للتحقق من الفروض، هذه المقاييس هي: التكرارات والنسب المئوية، واختبار كا تربيع، واختبار "ت"، ومُعامل الارتباط، والمتوسطات والانحراف المعياري.
- **مُصطلحات الدراسة الإجرائية:** شملت الدراسة مجموعة من المُصطلحات، وهي:
  - **التربية الإعلامية:** قُدرة الأفراد على الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام، من فهم، وتحليل، ونقد، وتقييم، وتقويم للمضامين الدينية بأشكالها المتنوعة، بهدف المساهمة في إدراكهم ومُشاركتهم في تلك المضامين التي يتعرضون لها.
  - **الخطاب الديني:** المقصود به خطاب الدعاة المُتحدثين في البرامج الدينية (الإسلامية، والمسيحية) في القنوات الفضائية والمواقع الإلكترونية، والرسائل المُتبادلة عبر تطبيقات الهاتف المحمول فيما يتعلق بكافة الشؤون الدينية، والتعليق على المواقف الحياتية اليومية أو ما يطلق عليه فقه المعاملات.

### نتائج الدراسة شبه التجريبية:

يُمكن عرض نتائج الدراسة شبه التجريبية من خلال التحقُّق من صحة الفروض، وذلك على النحو الآتي:

– **الفرض الأول-** توجد فروق دالة احصائية بين مُتوسطي درجات المجموعتين: الضابطة والتجريبية حول كيفية اختيار الخطاب الديني لصالح المجموعة التجريبية. ويوضح جدول (3) نتائج التحقُّق من صحة هذا الفرض.

#### جدول (3)

نتائج إختبار T-test لمعرفة دلالة الفرق بين متوسطات درجات طلاب المجموعتين: التجريبية والضابطة في التطبيق البعدي لمقياس اختيار الرسالة الإعلامية الدينية

| المجموعات | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | معامل الخطأ | قيمة ت | درجة الحرية | مستوى الدلالة |
|-----------|-------|-----------------|-------------------|-------------|--------|-------------|---------------|
| تجريبية   | 28    | 63.43           | 5.036             | 0.952       | 3.582  | 54          | 0.000         |
| ضابطة     | 28    | 57.14           | 7.802             | 1.474       |        |             |               |

يتضح من النتائج السابقة أن الفرق بين متوسطي درجات طلاب المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة لمقياس اختيار الرسالة الإعلامية الدينية وتقييمها ذو دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) لصالح المجموعة التجريبية، حيث بلغت قيمة "ت" (3.582) وبمقارنتها بقيمتي "ت" الجدولتين التي تساوي (2) عند مستوى معنوية (0.05)، وتساوي (2.66) عند مستوى معنوية (0.01)، وبلغ متوسط درجات طلاب المجموعة التجريبية (63.43) بانحراف معياري قدره (5.036)، بينما بلغ متوسط درجات المجموعة الضابطة (57.14) بانحراف معياري قدره (7.802) عند درجة حرية (54)، وبذلك يتضح أن قيمة "ت" دالة إحصائياً.

بذلك يتم توجيه الدلالة الإحصائية لصالح المجموعة الأعلى في المتوسط، وهي المجموعة التجريبية، حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (63.43)، وعلى ذلك يتم قبول الفرض لصالح المجموعة التجريبية التي مارست أحد أهم أهداف التربية الإعلامية، والتي تُدعم قدرة الفرد على كيفية اختيار الرسائل الإعلامية المعرفية، والوجدانية، والفنية والأخلاقية، أي الدُخول بهم لفهم التراكمات الإعلامية وتأثيراتها، وقدراتها، وأشكالها، وفنياتها، وأبعادها الجمالية، وما تتضمنه من سياقات وما تحمله من معانٍ ظاهرة وكامنة، حيث يكون الفرد قادراً على رؤية الرسالة الإعلامية. كما ثبت أن طلاب المجموعة التجريبية "ذوي التربية الإعلامية" أكثر قدرة على اختيار المعنى؛ مما يزيد من سيطرتهم على فهم الرسائل، ويُمنى قدرتهم على فرز تلك الاختيارات؛ مما يجعلهم غير خاضعين لسيطرة صانع الرسالة الإعلامية، بالتالي كانت المجموعة التجريبية هي الأكثر قدرة على الحكم الذاتي الناقد على ما تتعرض له من مضامين للخطاب الديني<sup>(42)</sup>.

– **الفرض الثاني-** توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات المجموعتين: الضابطة والتجريبية حول أساليب تقييم الخطاب الديني لصالح المجموعة التجريبية. ويوضح جدول (4) نتائج التحقق من صحة هذا الفرض.

#### جدول (4)

نتائج اختبار T-test لمعرفة دلالة الفرق بين متوسطات درجات طلاب المجموعتين: التجريبية والضابطة في التطبيق البعدي لمقياس معايير تقييم جودة إنتاج الخطاب الديني إعلامياً الذي يتعرض له عبر وسائل الإعلام المتنوعة.

| المجموعات | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | معامل الخطأ | قيمة ت | درجة الحرية | مستوى الدلالة |
|-----------|-------|-----------------|-------------------|-------------|--------|-------------|---------------|
| تجريبية   | 28    | 56.76           | 4.086             | 0.772       | 2.992  | 54          | 0.000         |
| ضابطة     | 28    | 51.96           | 7.486             | 1.415       |        |             |               |

يتضح من النتائج السابقة أن الفرق بين متوسطي درجات طلاب المجموعة التجريبية وطلاب المجموعة الضابطة لمقياس معايير تقييم جودة إنتاج الخطاب الديني إعلامياً الذي يتعرضون له عبر وسائل الإعلام المتنوعة ذو دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) لصالح المجموعة التجريبية، حيث بلغت قيمة "ت" (2.992) وبمقارنتها بقيمتي "ت" الجدولتين التي تُساوي (2) عند مستوى معنوية (0.05)، وتساوي (2.66) عند مستوى معنوية (0.01)، وبلغ متوسط درجات طلاب المجموعة التجريبية (56.76) بانحراف معياري قدره (4.086)، بينما بلغ متوسط درجات المجموعة الضابطة (51.96) بانحراف معياري قدره (4.086) عند درجة حرية (54)، وبذلك يتضح أن قيمة "ت" دالة إحصائياً.

بذلك يتم توجيه الدلالة الإحصائية لصالح المجموعة الأعلى في المتوسط، وهي المجموعة التجريبية، حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (56.76)، وعلى ذلك يتم قبول الفرض لصالح المجموعة التجريبية من ذوي التربية الإعلامية التي مكنتهم من تقدير الكثير من الملامح والأبعاد فيما يتعرضون له من الخطابات والرسائل الدينية التي يأخذها غيرهم بوصفها أموراً مسلماً بها، ولقد أثبتت الملاحظة شبه التجريبية أن الطلاب ذوي التربية الإعلامية هم أكثر ملاحظة لعناصر المضامين المقدمة وأكثر إدراكاً للجوانب الإيجابية والسلبية، وذلك على أساس موضوعي سليم، وهو ما يتسق مع هدف التربية الإعلامية الأساسي، والمتمثل في: تبصير الرأي العام بمخرجات وسائل الإعلام، وآليات عملها، وتأثيراتها على الفرد والمجتمع<sup>(43)</sup>.

– **الفرض الثالث-** "توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات المجموعتين: الضابطة والتجريبية حول عقلنة الخطاب الديني عبر وسائل الإعلام المتنوعة لصالح المجموعة التجريبية. ويوضح جدول (5) نتائج التحقق من صحة هذا الفرض.

## جدول (5)

نتائج اختبار T-test لمعرفة دلالة الفرق بين متوسطات درجات طلاب المجموعتين: التجريبية والضابطة في التطبيق البعدي لمقياس عقلنة الخطاب الديني عبر وسائل الإعلام المتنوعة

| المجموعات | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | معامل الخطأ | قيمة ت | درجة الحرية | مستوى الدلالة |
|-----------|-------|-----------------|-------------------|-------------|--------|-------------|---------------|
| تجريبية   | 28    | 36.07           | 3.943             | 0.703       | 3.138  | 54          | 0.000         |
| ضابطة     | 28    | 32.86           | 3.719             | 0.745       |        |             |               |

يتضح من النتائج السابقة أن الفرق بين متوسطي درجات طلاب المجموعة التجريبية وطلاب المجموعة الضابطة لمقياس عقلنة الخطاب الديني عبر وسائل الإعلام المتنوعة ذو دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) لصالح المجموعة التجريبية، حيث بلغت قيمة "ت" (3.138)، وبمقارنتها بقيمتي "ت" الجدولتين التي تساوي (2) عند مستوى معنوية (0.05)، وتساوي (2.66) عند مستوى معنوية (0.01)، كما بلغ متوسط درجات طلاب المجموعة التجريبية (36.07) بانحراف معياري قدره (3.943)، بينما بلغ متوسط درجات المجموعة الضابطة (32.86) بانحراف معياري قدره (3.719) عند درجة حرية (54)، وبذلك يتضح أن قيمة "ت" دالة إحصائياً.

بذلك يتم توجيه الدلالة الإحصائية لصالح المجموعة الأعلى في المتوسط، وهي المجموعة التجريبية، حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (36.07)، وعلى ذلك يتم قبول الفرض الثالث لصالح المجموعة التجريبية، حيث يُعدّ التفكير الناقد "عقلنة الخطاب الديني" لطلاب المجموعة التجريبية جزءاً من التربية الإعلامية ومعيّاراً رئيساً لها، حيث أثبتت الملاحظة التجريبية أن ممارسة التفكير الناقد فيما يتلقاه الطلاب من الإعلام الديني بأسلوب سهل وإيجابي يُتيح لهم المهارات اللازمة كأدوات لدخول وسائل الإعلام وتحليل المضامين، وتوجيه التساؤلات والبحث عن الإجابات، كما يُتيح التفكير الناقد للطلاب مناقشة القضايا والموضوعات التي تُثيرها وسائل الإعلام وتؤثر فيها؛ مما يُتيح لهم منافذ ينظرون منها للعالم المُشبع بالأفكار والتوجهات الدينية المُختلفة، كما يسمح لهم بالنمو الشخصي وتبني اتجاهات ثقافياً ناقداً مستقلاً<sup>(44)</sup>.

هنا وجب الاهتمام بتدريس مهارات التفكير الناقد، والتي تؤدي إلى ما أسماه بعض الباحثين بالمُشاهدة الناقدة، وهي مجموعة المهارات العليا التي يتمكن المُشاهد بواسطتها من النفاذ إلى الطبقات المُتعددة من المضامين الإعلامية، وذلك من أجل الوصول إلى المعاني التي تُخدم أهدافه<sup>(45)</sup>، ومن خلال التجربة ثبتت إجادة الطلاب لعدد من المهارات على النحو الآتي:

– التمييز بين الحقائق التي يُمكن إثباتها أو التحقق من صحتها، وبين الادعاءات أو الأهواء الشخصية.

- التمييز بين المعلومات والأسباب ذات العلاقة بالموضوع وبين الادعاءاتغير المرتبطة به.
- تحديد مدى مصداقية مصدر المعلومات وتحديد دقة الخبر.
- التعرف على البراهين والحجج المدعمة للخطاب الديني.
- التعرف على المغالطات والأكاذيب في الخطابات والرسائل الدينية (46).

### خلاصه النتائج:

أظهرت الدراسة الاستطلاعية التي استهدفت توصيف واقع التعامل مع الخطاب الديني عبر وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية عددًا من الملاحظات، يُمكن حصرها في الآتي:

- 1- تمثلت أهم أسباب التعرض للخطاب الديني من قبل جمهور العينة (المسلمين، والمسيحيين) في التعرف على الحلال والحرام فيما يخص الأمور الفقهية لمعرفة تعاليم الأديان السماوية، والتزود بالفتاوى الدينية في القضايا الحياتية اليومية، ويُمرّج تلك الأسباب نلحظ استخدام الخطاب الديني لأغراض المنفعة الشخصية التي تهدف إلى رفع القيم المعلوماتية وخلق حالة من الرضا الداخلي لديه.
- 2- جاءت برامج الوعظ والإرشاد من أهم المضامين التي تُحرص عليها العينة، وهو ما قد يلفت الانتباه لعدم وجود حالة من الفتور لدى الشباب فيما يُخص تلك النوعية من المضامين، الأمر الذي يستدعي مزيدًا من الاهتمام بإسناد مثل هذه النوعية من البرامج إلى جهات دينية مُتخصصة تتسم بالوسطية والاعتدال والمرجعية الدينية الأكاديمية الموثوقة حرصًا على سلامة ما يُقدم.
- 3- جاء التليفزيون بوصفه أهم مصادر تلقي الخطاب الديني لدى العينة، وذلك من خلال البرامج الدينية والقنوات المُتخصصة، تلاه مصدر صفحات الدعاة الجُدد على صفحات التواصل الاجتماعي، ويُلاحظ تلك الصفحات نجد أن هناك تفاعلية كثيفة من قِبل الجمهور على هذه الصفحات عبر فيس بوك، حيثُ وجد فيها جمهور فُرصة للتفاعلية النشطة مع أصحاب تلك الصفحات، حيثُ السؤال والتجاوب يتسم بالفورية.
- 4- قناعة العينة بمصداقية المصادر التي يتم الاعتماد عليها، وهو ما يستدعي الاهتمام والوعي بما يُقدم من خلال التليفزيون، أو عبر صفحات التواصل الاجتماعي خاصة وأن الجمهور يثق فيما يقدم فيها من أفكار وقيم.
- 5- تمثلت مقومات الخطاب الديني الفاعل في توثيق المعلومة الدينية من الكُتب السماوية المقدسة، وأنه يتسم بالوسطية والاعتدال، وسهولة الصياغة ومعاصرته، كما أنه يهتم بفقهِ الأولويات في الحياه اليومية، وبهذا نستشف من هذه الرؤية وسطية العينة ووعيها بأهمية الخطاب الديني

وخطورته، أيضاً الدور الذى يُمكن له القيام به في حالة الدعوة إلى التطرف والعنف، وهو ما يُمكن استنتاجهم خلال تأكيد العينة على أن أهم ما يتسم به الخطاب الديني المقبول لديهم هو وسطية وسطيته وسماحة العقائد السماوية، بالتالي يُنحى تماماً فكرة إلصاق العنف بالدعوة والإصلاح التي يروج لها البعض ويربط بين الخطاب الديني وبين ما تشهده بعض المجتمعات من موجات العنف والتطرف.

6- جاء مستوى الرضا متوسط على اتساق مجمل الخطاب الديني مع مبادئ الأديان السماوية، ووسطية الخطاب، وهو ما يلفت الانتباه لضرورة الالتزام بصلب الأديان السماوية، وعدم استغلال الدين في محافل السياسية، وذلك ضماناً لعدم تحريف الهدف من الخطاب الديني.

### التعقيب على نتائج الدراسة شبه التجريبية:

يُمكن التعقيب على نتائج الدراسة شبه التجريبية من خلال الآتي:

- 1- **الفرض الأول**-تم قبول الفرض الأول الذى ينص على: "توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات المجموعتين: الضابطة والتجريبية حول كيفية اختيار الخطاب الديني لصالح المجموعة التجريبية. حيث خضعت المجموعة التجريبية لشرح مبادئ التربية الإعلامية وقيمتها فيما يخص كيفية اختيار الخطاب الديني مقارنةً بالمجموعة الضابطة التي لم تحظ بأي شرح أو توجيه، وتمثلت أهم مقومات اختيار الخطاب الديني في: التدقيق بين الحقائق الدينية والأهواء الشخصية للمتحدث، واختيار الرسالة وفقاً لموثوقية المصدر، وتحديد الاحتياجات المعرفية قبل التعرض للخطاب الديني، وملاحظة ملكية الوسيلة التي تصدر عنها الرسائل الدينية، وتحري مصداقية الوسيلة والمرسل.
- 2- **الفرض الثاني**-تم قبول الفرض الثاني الذى ينص على: "توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات المجموعتين: الضابطة والتجريبية حول أساليب تقييم الخطاب الديني لصالح المجموعة التجريبية". وقد تمثلت أهم أساليب تقييم الخطاب الديني في الاهتمام بمصدر المعلومة، وسهولة لغة الحوار ومعاصرته، وتدعيم الخطاب بالأمثلة والبراهين، وإعلاء قيم الإنسانية واحترام حقوق الإنسان، ومراعاة مبدأ التنوع الثقافي والنوعي للجمهور المتلقي، ونشر الأفكار والمعلومات الدينية المهمة في أكثر من وسيلة، والاهتمام بقياس رد فعل الجمهور المتلقي، والاهتمام بعملية الإخراج الفني المميز للخطابات الدينية، واختيار الأوقات المناسبة لعرض الخطاب الديني وتداوله.
- 3- **الفرض الثالث**-تم قبول الفرض الذى ينص على: "توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات المجموعتين" الضابطة والتجريبية حول عقلنة الخطاب الديني لصالح المجموعة التجريبية. حيث تمثلت أهم مظاهر

عقلنة الخطاب الديني فيإطار نموذج التربية الإعلامية في: قبول فكرة الاختلاف مع الآخر، واحترام حق الآخر في الرد والتصويب، والتعاون مع الآخرين في نشر المحتوى الديني الإيجابي، وأتباع ما أتعلمه من الرسائل الدينية، وأتحقق من المعلومات الدينية التي أتشكك في مصداقيتها من خلال أكثر من مصدر، وأتجاهل الآراء المتشددة التي لا تتوافق مع صحيح الأديان. وهو ما يُمكن تفسيره في إطار المجال المعرفي للتربية الإعلامية، والذي يشمل تنمية مهارات التفكير الإبداعي، والنقد والتقويم والتحليل وحل المشكلات والربط بين المتغيرات، والتعبئة لمواجهة الأحداث الجارية، واستيعاب مقتضيات العصر، وتنقيف النشء بسبل فهم الأمور وتقديرها (47).

من خلال استعراض نتائج الفروض الخاصة بقياس مهارات التربية الإعلامية في عقلنة الخطاب الديني يُمكن طرح عدد من النقاط على النحو الآتي:

- جاء معيار اختيار العينة التجريبية للخطاب الديني الذي تتعرض له متوافقاً مع الهدف الوقائي لنموذج التربية الإعلامية، والذي يهتم بكل من: "الوقاية والتحصين"، حيث ترى العينة في عملية التعرض للخطاب الديني عبر وسائل الإعلام التقليدية أو الحديثة وسيلة للحماية والتحصين في المعاملات الحياتية، وهو ما يُمكن ارجاعها إلى فكرة ارتباط المصريين النفسي بالعبادة الدينية، وفكرة التوحيد التي اشتهر بها المصريون منذ فجر التاريخ، فطالما ارتأ المصريون الدين باختلاف العقيدة منجاة من صخب الحياة (48).
- جاء الفرض الثاني ليتناول التقييم الموضوعي للخطاب الديني الذي تتعرض له العينة التجريبية بشأن إصدار الحكم الذاتي المستقل على محتوى الخطاب الديني المتنوع الذي يتم التعرض له، وجعل الأفراد نشيطين في العمليات الاتصالية، واكتشاف المعاني والدلالات، وفهم الرسالة وتفسيرها.
- وعن قياس معيار عقلنة الخطاب الديني تمثلت أهم سماته في الاعتزاز بالعبادة، وتنمية روح التسامح والتعايش الإيجابي مع الآخرين، والقدرة على تفسير الرسائل وإثارة الأسئلة بشأنها، وكيفية التفاعل مع الرسائل الدينية التي يتم تلقيها عبر وسائل الإعلام التقليدية وتطبيقات الهاتف بشكل واع، وذلك في إطار التقدم التكنولوجي المتسارع، ورفع معنويات الفرد، والثقة بالنفس، وتجنب التأثيرات السلبية للخطابات الدينية غير المتوافقة مع سماحة الأديان؛ مما يقي الفرد والمجتمع من خطورة تعاطي تلك الرسائل بما قد يُهدد أمن المجتمع وسلامته.
- اتضح من خلال التجريب أن التربية الإعلامية تُزيد الدافعية لدى المُتعلّم، وتُسهم في إعداد الطلاب لإدراك القضايا والموضوعات الدينية وفهمها، وتفسيرها، واستيعابها وحسن توظيفها لخدمة الفرد والجماعة.

- تعزيز فُدرَة الفرد على استخدام وسائل الإعلام بوعي وفاعلية، ومُساعدة الفرد في تحقيق المهارات الاجتماعية والثقافية التي تُساعده على الاتصال الفعال، وتمكين الفرد على التعبير بأشكاله المُتنوعة.
- ساعدت التربية الإعلامية الطُلاب في اتخاذ القرارات وتحديد الأولويات بشأن الرسائل الإعلامية التي يود التعرض لها أو مُشاركتها مع الآخرين (49).
- تُمكن التربية الإعلامية الطُلاب من امتلاك مهارة التحليل بحيث تجعلهم يتعرفون على أجزاء الرسالة وجوانبها الداخلية، وبذلك يتمكنوا من تقدير قيمتها وفهمها بشكل سليم (50).
- أثبتت الدراسة أن مُشاركة الطُلاب للرسائل والخطابات الدينية هي مهارة لها علاقة وثيقة بالتفكير الإبداعي والتفكير العلمي، ومن خلالها يستطيع الفرد نقل الأفكار أو الأعمال إلى الآخرين، لمُشاركتها معهم والحصول على تفاعلهم (51).

## قائمة المراجع

- 1- Silverblatt,A.(Ed)(2013).The Praeger Handbook of Media ITERACY ,2Volumes,ABC-CLIO.
- 2- Potter,W.James.(2013).Media Literacy.6<sup>th</sup>,ed.thousand Oaks London new Delhi,Sage Publications.
- 3- أحمد جمال حسن. (2015). التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة. رسالة ماجستير غير منشورة. قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا، مصر.
- 4- شريفة رحمة لله سليمان. (2013). استخدام تكنولوجيا الاتصال في نشر مفهوم التربية الإعلامية بمدارس دولة الإمارات العربية المتحدة. رسالة دكتوراه غير منشورة. قسم العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.
- 5- إليزابيث ثومان (1990). المؤتمر الدولي بجامعة تولوز الخاص بالاتجاهات الجديدة في التربية الإعلامية، فرنسا.
- 6- Massey, K. (2003). Media literacy workbook. Wadsworth Pub Co, P68.
- 7- Wilson, C. (2012). Media and Information Literacy: Pedagogy and Possibilities/Alfabetización mediática e informacional: proyecciones didácticas. *Comunicar*, 20(39), 15.
- 8- طالب بن عقيل الخيري. (2009). تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية. رسالة دكتوراه غير منشورة. قسم التربية الإسلامية والمقارنة، كلية التربية، جامعة أم القرى، السعودية.
- 9- هاجر محمد الشافعي. (2013). العلاقة بين أنماط التدخل لأبوي طبيعة التأثيرات الناتجة عن تعرض الأطفال لمصر بلقنات الفضائية. رسالة ماجستير غير منشورة. قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر.
- 10- أحمد جمال حسن. (2018). رؤية منهجية مقترحة لتطبيق التربية الإعلامية على طلاب الجامعة المتخصصين وأثرها على جودة إنتاجهم للرسائل الإعلامية. رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا.
- 11- نعيمة عمر سمير. (2016). تصور مقترح للتربية الإعلامية في المرحلة الثانوية للبنات في المملكة العربية السعودية في ضوء التجارب العالمية. رسالة دكتوراه غير منشورة. قسم أصول التربية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية.
- 12- أحمد جمال حسن. (2018). مرجع سابق.
- 13- سما محمد الدسوقي. (2008). التربية الإعلامية بمرحلة لتعليم الأساسي في جمهورية مصر العربية. رسالة دكتوراه غير منشورة. قسم أصول التربية، معهد الدراسات والبحوث التربوية، جامعة القاهرة، مصر، ص 178.
- 14- Ennis, RH.(1996).Critical Thinking Dispositions: Their Nature and Assess ability .informal Logic.18(2-3)165-182.Retrieved 26/5/2018 from [http://ojs.uwindsor.ca/ojs/leddy/index.php/informal\\_logic/article/viewfile/2378/1820](http://ojs.uwindsor.ca/ojs/leddy/index.php/informal_logic/article/viewfile/2378/1820).
- 15- الصادق رابع. (2017). دور التفكير النقدي عقلنة التعامل مع الإشاعات. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، ع.(17)، مايو، 100- 126.
- 16- فتحي جروان، تعليم التفكير، مفاهيم وتطبيقات، العين، دار الكتاب الجامعي، ص66.

- 17- نادية حسين العفون، ومنتهى مطشر. (2012). *التفكير أنماطه ونظرياته وأساليب تعليمه وتعلمه*، عمان: دار صفاء، ص82.
- 18- facione.PA. (2006). CIRTICAL Thinking What it is and why it counts ?Retrived[.....]formhttp://www.homestead.com/pepoleearn/cirtcalthink .ing.html).
- 19- أمان محمود. (1988). *دارسة العلاقة بين القدرة على التفكير الناقد ومُستوى التطلع ومفهوم الذات دراسات تربوية*، مجلد (4)، الجزء (15)، ص ص 236 – 260.
- 20- خالد بن ناهس العتيبي. (2007). أثر استخدام بعض أجزاء برنامج الكورت في تنمية مهارات التفكير الناقد وتحسين مستوى التحصيل الدراسي لدى عينة من طلاب المرحلة الثانوية بمدينة الرياض: دراسة تجريبية، رسالة دكتوراه، السعودية، جامعة أم القرى، كلية التربية، قسم علم النفس، "نسخة إلكترونية".
- 21- عزيزة السيد. (1995). *التفكير الناقد: دراسة في علم النفس المعرفي*، الاسكندرية، دار المعرفة.
- 22- فاروق عثمان. (2002). قائمة سمات الشخصية الناقدة في عبد الهادي السيد عبده، وفاروق السيد عثمان، القياس والاختبارات النفسية، القاهرة دار الفكر العربي.
- 23- عامر عباس حمد. (2016). تجديد الفكر الديني في الفكر العربي المعاصر، مجلة التنوير، مركز التنوير المعاصر، السودان، ع (16)، فبراير، ص189.
- 24- العطاء الفكري، لأبي الوليد بن رشد، حلقة دراسية، تحرير، فتحى حسن ملكاوى وعزمي طه السيد، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، سلسلة حركات الإصلاح والتغيير (6) عمان – الأردن -ط1، جمادى الثاني، 1999، ص69.
- 25- عامر عباس حمد. (2016). مرجع سابق، ص195.
- 26- عامر عباس حمد (2016) مرجع سابق، ص196.
- 27- صادق جلال العظم. (1997). *ذهنية التحريم "سلمان رشدي وحقيقة الأدب*، دار المدى للثقافة والنشر، دمشق، سوريا، ط3، ص ص 245-247.
- 28- أسماء عبد الراضي السمان. (2010). الخطاب الإعلامي للمرأة في إقليم جنوب الصعيد، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام، ص8.
- 29- دراسات كل من:
- كرستين بدوي أمين. (2013). دور الخطاب الديني بالفتوات الفضائية المسيحية العربية في التنقيف الديني لدى الشباب المسيحي المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، المنصورة: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي.
  - رضا عبد الواحد أمين. (2007). اتجاهات النخبة الدينية نحو واقع ومستقبل الفضائيات الإسلامية: دراسة ميدانية، ورقة مقدمة إلى فعاليات مؤتمر "الفضائيات العربية والهوية الثقافية"، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة 11-13 ديسمبر.
  - علاء عبد المجيد الشامي. (2006). دور الخطاب الديني في وسائل الاتصال في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
  - سحر فؤاد أحمد. (1998). دور اذاعة القرآن الكريم في التنقيف الديني للشباب الجامعي دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
- 30- دراسات كل من:
- محمود حسن إسماعيل، مرسى شعبان السويدي، هاني عبد الله هلال. (2015)، مجلة دراسات الطفولة، مجلد (18)، عدد (66)، مارس، ص ص 103-108.

- محمود عبد المنصف سوفي إبراهيم (2011). القنوات الفضائية الإسلامية وأثرها على الاتجاهات المعرفية للجمهور المصري: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، قسم الصحافة والإعلام.
- انتصار حنفي عبد الكريم (2015). دور الفضائيات الإسلامية المتخصصة في تعزيز وحدة الأمة: دراسة وصفية تحليلية تطبيقية على عينة من القنوات الدعوية.
- سهى فوزي أحمد محمد عيسى (2012). العلاقة بين اعتماد الجمهور المصري على القنوات الفضائية الإسلامية ومستوى المعرفة الدينية لديهم، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- أمال عبد الله محمد الجابري (2012). أثر الفضائيات الإسلامية على المرأة الريفية المصرية دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.
- سلمى عبد المؤمن (2011). القيم التي تعكسها برامج الأطفال والشباب في القنوات الفضائية الدينية – دراسة مقارنة بين قناتي اقرأ وسات 7، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
- مروة كامل عبد العزيز (2010). العلاقة بين التعرض لبرامج الأطفال بالقنوات الدينية والقيم الأخلاقية لدى عينة الأطفال 9-12 سنة، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
- حسن علي محمد (2009). دراسات في الإعلام الديني المعاصر (إسلامي، مسيحي)، القاهرة: دار البيان للنشر والتوزيع.
- خالد أحمد عبد الجواد (2008). دوافع مشاهدة القنوات الفضائية الدينية والاشباع المتحققة منها لربة المنزل المصرية، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد 9، العدد الأول، يناير / يونيو.
- هالة كمال نوفل (2005). دور القنوات الفضائية العربية في دعم القيم والقضايا القومية: دراسة ميدانية على عينة من الجمهور في محافظة قنا، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد السادس، العدد الأول جانفي-جوان، ص 51-124.
- محمد أحمد هاشم إمام (2006). البرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية: دراسة تحليلية، رسالة ماجستير، قسم الصحافة والإعلام، كلية اللغة العربية، جامعة الأزهر.
- 31- منى هاشم صدفة (2011). دور القنوات الفضائية الإسلامية في تشكيل اتجاهات المراهقين نحو القضايا الدينية، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
- 32- منى سمير (2009). الدعاة الإسلاميين بالقنوات الفضائية في تنمية الاتجاه الديني لعينة من المراهقين، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
- 33- نهال عمر الفاروق بدوى (2009) الخطاب الديني كما تعكسه البرامج الدينية الموجهة باللغة الإنجليزية في القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 34- هاني إبراهيم أحمد (2016). توظيف التربية الإعلامية بالمدارس المصرية في التوعية بمخاطر التحرش الجنسي بأطفال المرحلة الابتدائية. بحث مُقدم للمؤتمر الدولي الثاني والعشرون "الإعلام وثقافة العنف" في الفترة من 3: 4 مايو. كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص 119-152.
- 35- Scharrer, E., & Ramasubramanian, S. (2015). Intervening in the media's influence on stereotypes of race and ethnicity: The role of media literacy education. *Journal of Social Issues*, 71(1), 171-185.

- 36- Weymouth, L. A. (2010). *Act against violence: A multi-site evaluation of the parents raising safe kids program* (Doctoral dissertation, Humboldt State University).
- 37- Pinkleton, B. E., Austin, E. W., Cohen, M., Chen, Y. C. Y., & Fitzgerald, E. (2008). Effects of a peer-led media literacy curriculum on adolescents' knowledge and attitudes toward sexual behavior and media portrayals of sex. *Health communication, 23*(5), 462-472.
- 38- Scharrer, E. (2006). " I Noticed More Violence:" The Effects of a Media Literacy Program on Critical Attitudes Toward Media Violence. *Journal of Mass Media Ethics, 21*(1), 69-86.
- 39- شريفتر حمة الله سليمان. (2013). مرجع سابق.
- 40- ريهام عبد الرزاق محمود. (2013). فاعلية استخدام برنامج للتربية الإعلامية في إكسبئة من الأطفال لالم صر بينا للعتفال تلفزيوني. رسالة دكتوراه غير منشورة. قسما لإعلام وثقافة الأطفال، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، مصر.
- 41- Webb, T., Martin, K., Afifi, A. A., & Kraus, J. (2010). Media literacy as a violence-prevention strategy: A pilot evaluation. *Health promotion practice, 11*(5), 714-722.
- 42- Yates, B. L. (2001). Applying Diffusion Theory: Adoption of Media Literacy Programs in Schools. *Paper Presented At The Annual Meeting Of The International Communication Association, 51st*, Washington, May 24-28, Available At : <http://www.ericae.net/eriedc/ED453564.htm>
- 43- أحمد سعد علي (2017). تنمية الوعي بالتربية الإعلامية لدى عينة من طلاب أقسام الإعلام التربوي في ضوء المعايير الأكاديمية: دراسة ميدانية. رسالة دكتوراه غير منشورة. قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة بنها.
- 44- أحمد جمال. (2015). مرجع سابق، ص 39.
- 45- راشد بن حسين العبد الكريم. (2007). المناهج الدراسية وتنمية ملكات التفكير لدى طلاب الإعلام. ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي للتربية الإعلامية "وعي ومهارة اختيار". مارس، الرياض: وزارة التربية والتعليم بالمملكة العربية السعودية بالتعاون مع المنظمة الدولية للتربية الإعلامية.
- 46- Beyer, B. K. (2002). *Developing A Thinking Skills Program*. New York: Doubleday.
- 47- ليلي رشاد، وعلباء يحيى. (2009). مفهوم التربية الإعلامية في كتب التربية المدنية والتربية الوطنية للمرحلة الأساسية في المنهاج الفلسطيني. بحث مقدم في مؤتمر "العملية التربوية في القرن الحادي والعشرين: واقع وتحديات". قسم التربية الابتدائية، كلية العلوم التربوية، جامعة النجاح الوطنية، ص 10.
- 48- نعيمة عمر سمير. (2016). مرجع سابق، ص 32-34.
- 49- دعاء عبد الله محمد دسالم. (2017). ممارسة أنشطة الإعلام التربوي وعلاقتها بتنمية مهارات التربية الإعلامية لدى الطلاب بالمرحلة الثانوية. رسالة ماجستير غير منشورة. قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية، مصر، ص 45.
- 50- سما محمد الدسوقي. (2010). *التربية الإعلامية بالتعليم الأساسي عصر العولمة*. الإسكندرية: المركز القومي للبحوث التربوية والتنمية، دار الجامعة الجديدة، ص 185.
- 51- أحمد جمال. (2015). مرجع سابق، ص 46.

