

اتجاهات النخب الإعلامية والتربوية نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم ما قبل الجامعي
دراسة ميدانية على عينة من الأكاديميين والقياديين والمهنيين السعوديين^(*)

الباحث :
أ.د. محمد بن سليمان الصبيحي

(*) أ.د. محمد بن سليمان الصبيحي الأستاذ في كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - الرياض.

ملخص الدراسة:

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على آراء الخبراء من النخب الإعلامية والتربوية في المملكة العربية السعودية نحو مدى الحاجة إلى إقرار مادة التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية في التعليم العام، وقد وظفت الدراسة المنهج العلمي الكمي وفق إجراءات منهج المسح الميداني باستخدام أداة الاستبانة، على عينة بلغ عددها (176) مفردة، وانتهت الدراسة إلى جملة من النتائج من أهمها:

1. أكد غالبية النخب التربوية والإعلامية عينة الدراسة بنسبة (96.6%) على ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم على مستوى العملية التعليمي في المجتمع السعودي؛ يعود ذلك بالدرجة الأولى إلى تنمية الوعي الإعلامي لمواجهة تدفق المعلومات وانتشارها بمتوسط حسابي (2.77) تلاها في المرتبة الثانية مواجهة التطرف بكافة جوانبه (الفكري، والديني، والسياسي) بمتوسط حسابي (2.75) ثم الإسهام في تنقية المحتوى الإعلامي من المضامين الضارة في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.66)، وأوضحت النتائج أن (50.6%) من النخب الإعلامية والتربوية يرون أن المرحلة الثانوية تمثل أنسب المراحل التعليمية لإقرار مادة التربية الإعلامية.

2. أظهرت نتائج الدراسة أن النخب الإعلامية والتربوية يرون أن تنمية الرقابة الذاتية المستمدة من مبادئ الإسلام في استخدام المحتوى الإعلامي؛ تحتل المرتبة الأولى من جملة الأهداف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تحقيقها في العملية التعليمية بمتوسط حسابي (2.76) بينما احتل هدف تنمية القدرة على كشف المصادر غير الموثوقة في إنتاج المحتوى الإعلامي المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (2.70) أما هدف "تنمية القدرة على الاختيار الواعي للمحتوى الإعلامي" فقد جاء في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.70)

3. أشارت نتائج الدراسة فيما يتعلق برأي الباحثين من النخب الإعلامية والتربوية حول ما ينبغي أن تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابه للطلاب على المستوى المعرفي إلى أن "التعريف بأساليب التأثير الإعلامي" يمثل أهم المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب بمتوسط حسابي (2.63)؛ وأن مهارة التفكير الناقد لمحتوى المواد الإعلامية؛ تحتل مقدمة المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب بمتوسط حسابي (2.70)، وأن "تنمية القيم الإيمانية (الإيمان بالله، التقوى، الخوف من الله، والمراقبة)" تعد أبرز القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب في المراحل التعليمية المختلفة بمتوسط حسابي (2.73).

الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية، النخب الإعلامية، النخب التربوية، التعليم ما قبل الجامعي.

Attitudes of the media and educational elites towards adopting the media education course in pre-university education

academics, leaders and professionals (*) A field study on a sample of Saudi

Abstract:

This study sought to get the opinions of experts from the media and educational elites in the Kingdom of Saudi Arabia towards the need to approve the media education course within the curricula in general education. The study employed the quantitative scientific method by performing a field survey using the questionnaire tool on a sample size of (176), and the investigation ended up to significant results, which are:

1. The majority of the educational and media elites of the study sample, at a rate of (96.6%), stressed on the necessity of approving the media education course in educational curricula in the Saudi Arabia ;This is primarily due to the development of media awareness to deal with the overflow of information and its dissemination with an average of (2.77), followed by secondly confronting extremism in all its aspects (intellectual, religious, and political) with an average of (2.75), then contributing to the purification of media content from harmful contents in the third rank with an average of (2.66). The results of the study indicated that (50.6%) of the media and educational elites of the study sample believe that the secondary stage represents the most appropriate educational stage for the approval of the media education course.
2. The results also show that the media and educational elites believe that developing self-censorship derived from the principles of Islam in the use of media content is in the first rank is among the total goals that the media education course seeks to achieve in the educational process with an average (2.76), while the goal of developing the ability to detect unreliable sources in the production of media content ranked second with an average (2.70) while the goal of "developing the ability to consciously select For media content "It came in third place with an average score of (2.70)
3. The results of the study indicated with regard to the opinion of the respondents from the media and educational elites about what the media education course should seek to give to students at the cognitive level that "the definition of media influence methods" represents the essential knowledge that the media education course aims to provide to students with an average of (2.63). It also indicated that the skill of critical thinking about the content of media materials ;occupies the first rank in the skills that material media education seeks to teach students with an average of (2.70) the results also showed that "developing the values of faith (belief in God, piety, fear of God, observation)" is the most prominent values that the course of media education seeks to develop among students in different educational stages according to the trends of educational and media elites in the sample of the study has an average of (2.73).

أولاً: مدخل لموضوع الدراسة وأهميته:

(*) Prof .Mohammed bin Suleiman Al-Subaihi, Professor at the College of Media and Communication at Imam Muhammad bin Saud Islamic University - Riyadh.

برز مفهوم التربية الإعلامية نتيجة للتغيرات الجوهرية في البيئة الاتصالية الحديثة التي اتاحت مجالاً واسعاً للتواصل الإعلامي، خرج عن دائرة العمل الإعلامي المؤسسي عبر وسائل الإعلام التقليدية، إلى منصات إلكترونية فريدة مكنت الجميع من إنتاج المحتوى الإعلامي وتداوله عبر فضاء مفتوح اخترق حاجز الزمان والمكان والثقافة، وغابت فيه فاعلية أنظمة الرقابة الإعلامية وموثيقها.

دفع هذا المشهد المتداخل للإعلام الجديد وتقنياته المتطورة، إلى بروز مفهوم التربية الإعلامية لينقل الرقابة الإعلامية من القائم بالاتصال إلى الجمهور، في رؤية تشير إلى أن التربية الإعلامية تعني الجهود التخطيطية للمؤسسات التربوية والتعليمية الرسمية وغير الرسمية، التي تسعى إلى تنمية مهارات الفرد ليكون قادراً على التعامل الإيجابي والواعي مع الإعلام وتقنياته، وتهيئتهم للمشاركة في صناعة المحتوى الإعلامي ضمن أخلاقيات المجتمع وضوابط حرية الكلمة، والتخلص من الانعكاسات السلبية لاستخدام وسائل الإعلام، والمحافظة على الهوية ودعم مقومات الثقافة الوطنية والمحلية.

في بداية التسعينات من القرن العشرين تبنت اليونسكو بدعم من وزارات التربية والتعليم في الاتحاد الأوروبي مشروع (مينتور) الذي انتهى إلى تأسيس المنظمة الدولية للتربية الإعلامية في مايو 2002م لنشر التربية الإعلامية على مستوى العالم، ليشير هذا التوجه الأممي لنشر التربية الإعلامية وسن موثيقها وتحديد أهدافها، إلى تأكيد قيمتها ودورها الريادي، في بناء جيل قادر على ممارسة حقوقه الاتصالية وتنمية مهارته في الاختيار الواعي للوسائل الإعلامية، والتحليل الناقد لرسائلها، والمشاركة الإبداعية في صناعة محتواها.

في المملكة العربية السعودية أخذت وزارة التربية والتعليم زمام المبادرة في نشر مفهوم التربية الإعلامية على مستوى قارة آسيا والخليج العربي، وذلك باحتضانها المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية عام 2007م بالتعاون مع المنظمة الدولية للتربية الإعلامية، الذي أكد على ضرورة العناية والاهتمام بمفهوم التربية الإعلامية في مراحل العملية التعليمية المختلفة، وبناء خطط وبرامج متخصصة في التربية الإعلامية، وحث الجهات المعنية بالتربية في القطاعين العام والخاص على تشجيع المبادرات العملية ذات الطابع الإعلامي التربوي على المستوى الوطني، والإفادة من التجارب العالمية في مجالات التربية الإعلامية المختلفة.

وتكتسب هذه الدراسة أهميتها استناداً إلى أهمية موضوعها ذاته، وانطلاقاً من فرضية مجتمعية تركز على تكامل مؤسسي بين الإعلام والتربية؛ لتنشئة جيل قادر على تحمل المسؤولية في حماية نفسه ومجتمعه وهويته الوطنية، وهو ما دفع الباحث من أجل تأطير فكرة تقودها النخب التربوية والإعلامية لتأسيس رؤية علمية تساعد متخذي القرار في تفعيل التربية الإعلامية في العملية التعليمية، وفق إجراءات منهجية تحقق الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام ومنصاته، في بيئة رقمية تفاعلية أتاحت للفرد إمكانات غير مسبوقة في تداول المحتوى وإنتاجه، بفردية مطلقة وهامش واسع من الحرية، تهدد الهوية الثقافية لمرحلة شبابية لا زالت في مرحلة التشكل.

ثانياً: الدراسات السابقة

اتسمت الدراسات السابقة في مجال التربية الإعلامية بالكثرة والتنوع، خاصة الدراسات ذات المنطلق التربوي، وهذا في ذاته يعكس القيمة التي أدركها الباحثون لموضوع التربية الإعلامية، وتساعد الاهتمام بها، وهو ما دفع الباحث إلى تبني تصنيف هذه الدراسات في مراجعته لها، وفقاً للبيئة التي تناولتها تلك الدراسات من أجل إثراء موضوعه بتجارب دولية وعربية ومحلية:

في البيئة الدولية تناولت دراسة أبريل (April Marie Leach/2017) (1) أهمية إنتاج الوسائط الإعلامية الرقمية لدعم التربية الإعلامية لطلاب المرحلة الثانوية مع قدرات التعلم المتنوعة، بهدف توفير خيارات للتعلم والتقييم لمجموعات واسعة من الطلاب ذوي القدرات التعليمية المتنوعة، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن خبرات التعلم في وسائل الإعلام الرقمية تقدم للمتعلمين المتنوعين بيئة اجتماعية غنية وتفاعلية تتوافق مع الاتصال المفتوح، والإثارة للتعلم، وتدعم الحد الأقصى من مهارات الفهم لتعلم المحتوى الأكاديمي، كما تدعم تعلم التربية الإعلامية من خلال تقديم بدائل لكيفية عرض المعلومات مع البدائل المتاحة للوصول إلى المعلومات السمعية البصرية، والوصول إلى خيارات لتعلم اللغة مثل المفردات التي يمكن أن تكون جزءاً لا يتجزأ من روابط النص الفائق أو المقدمة في الأشكال البيانية والرموز أو الرسوم التوضيحية.

واستهدفت دراسة توم (Tom Hallaq/2016) (2) قياس كفاءة التربية الإعلامية الإلكترونية وتقييمها على شبكة الإنترنت لدى طلاب المرحلة الجامعية بالولايات المتحدة الأمريكية من أجل فهم كيفية استخدام وسائل الإعلام الرقمية في تعزيز التربية الإعلامية في بيئة التعلم الجامعية، وتم تطبيق الدراسة على طلبة جامعة ولاية كانساس (Kansas State University) وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية قوية بين وسائل الإعلام الرقمية على شبكة الإنترنت وأبعاد التربية الإعلامية المتمثلة في: ممارسة التوعية الأخلاقية، وممارسة إمكانية الوصول إلى وسائل الإعلام، وممارسة التوعية الإعلامية، وممارسة تقييم وسائل الإعلام ونقدها، وممارسة الإنتاج الإعلامي لدى الطلاب.

وتعرضت دراسة هانس (Hans Schmidt/2016) (3) لقياس فعالية التدريب الإعلامي البيني في فصول ضيقة، ومركزة، بهدف زيادة الكفاءة في مجال التربية الإعلامية، من خلال دراسة شبه تجريبية بجامعة ولاية

(1)April Marie Leach, Digital Media Production to Support Literacy for Secondary Students with Diverse Learning Abilities Journal of Media Literacy Education ,vol, 9,no, (2),2017,pp. 30 – 44.

(2)Tom Hallaq, Evaluating Online Media Literacy in Higher Education: Validity and Reliability of the Digital Online Media Literacy Assessment (DOMLA), Journal of Media Literacy Education, vol, 8, no, (1), 2016, pp. 62 – 84.

(3)Hans Schmidt, Helping Students Understand Media: Examining the Efficacy of Interdisciplinary Media Training at the University Level, Journal of Media Literacy Education, vol , 7,no,(2), 2016,pp.50 – 68.

بنسلفانيا (Pennsylvania State University) من خلال اختبار فرض رئيس يشير إلى أن التعرض للتعليم الذي يركز على كفاءة الرسائل الاتصالية الوسيطة يمكن أن يؤدي إلى تطوير كفاءات أوسع في مجال التربية الإعلامية، وقد أثبتت نتائج الدراسة صحة الفرض الرئيس، وأن الدروس المحددة على نطاق ضيق ساعدت على تشجيع الكفاءات الاتصالية وتمييزها وتطويرها على نطاق أوسع في مجال التربية الإعلامية وفي سياق الحياة اليومية بعد برنامج تعليمي ضيق التركيز، بجانب زيادة الوضوح والمعرفة بكل أبعادها، وأظهرت النتائج أن الطلاب استفادوا من الدروس الإعلامية القصيرة والمركزة، مما مكنهم من كفاءة إنشاء الرسائل الاتصالية، واستخدام الأدوات التكنولوجية الرقمية، وتحليل وسائل الإعلام، وتقاسم وسائل الإعلام، والوصول إليها.

وتناول كيرقن (Kerrigan R. Mahoney, Tehmina Khwaja/2016)⁽⁴⁾ مواقف وتصورات القيادات المدرسية حول التربية الإعلامية، لتوضيح مهارات التربية الإعلامية لدى مرحلة التعليم الأساس حتى المرحلة الثانوية في عصر يجب أن تواكب فيه التربية الإعلامية سرعة المتغيرات التكنولوجية، من خلال رصد تصورات وتوجهات ومواقف وتجارب مدرء المدارس تجاه الإجراءات التي يتخذونها لدعم تعلم التربية الإعلامية، وخلصت نتائج الدراسة إلى اتفاق القيادات في مواقفهم الإيجابية تجاه الحاجة إلى التربية الإعلامية في المدارس، وأن الطلاب بحاجة إلى تعلم التكنولوجيا لتطوير مهاراتهم في التربية الإعلامية في المدرسة لتعزيز التعلم والتأهب للمستقبل، وأن هناك عوامل متنوعة ومتباينة لدعم التربية الإعلامية نتيجة التنفيذ والممارسة.

ورصدت دينا (Diana Graber/2012)⁽⁵⁾ تجربة مدارس (Waldorf-inspired charter school) الأمريكية في جنوب كاليفورنيا، وأظهرت نتائج الدراسة أن الأطفال والمراهقين في الوقت الراهن لا يحتاجون إلى مساعدتنا لتعليمهم تشغيل البرامج والأجهزة؛ بل نحن من نحتاج إليهم، ولكنهم يحتاجون إلينا حتى نعددهم لاستخدام تلك التقنيات الجديدة بمسؤولية والتزام أخلاقي ذاتي، وأشارت نتائج الدراسة إلى نجاح المدارس في تطوير مهارات التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديدة، من خلال تزويد الطلاب منذ السنوات الأولى للتعليم الأساس بتجارب غنية وملموسة وأنشطة في التواصل الاجتماعي، وأوضحت نتائج الدراسة أن مدارس المرحلة المتوسطة هي المرحلة المناسبة لتطوير القدرات المعرفية للطلاب بما يعزز التفكير الأخلاقي لديهم أثناء استخدامهم لوسائل الإعلام الجديد.

(4)Kerrigan R. Mahoney, Tehmina Khwaja, Living and Leading in a Digital Age: A Narrative Study of the Attitudes and Perceptions of School Leaders about Media Literacy, Journal of Media Literacy Education ,vol, 8,no,(2),2016,pp. 77 – 98.

(5)Diana Graber, Voices from the Field, New Media Literacy Education (NMLE): A .92– 82,pp. 2012, 1, No,4Developmental Approach, Journal of Media Literacy Education, Vol

في البيئة العربية حاولت دراسة أسماء علي (2016) (6) رصد وتحليل دور التربية الإعلامية في المرحلة الثانوية في مواجهة تحديات الغزو الفكري من خلال تصور مقترح يعمل على مجابهة تحديات الغزو الفكري ويعمل على تحصيل الطلاب من الأفكار الوافدة الهدامة، من خلال دراسة مسحية على عينة عشوائية بسيطة من الخبراء والمتخصصين في الإعلام التربوي والموجهين والخبراء في إقليم القناة بمصر قوامها (66) مفردة، وأوضحت نتائج الدراسة أن أهم أدوار التربية الإعلامية التي يمكن أن تقوم بها المدارس الثانوية لمواجهة تحديات الغزو الفكري تمثلت في: التفكير والمعرفة من خلال تنمية قدرة الطلاب على حل المشكلات والتفكير الناقد والإبداعي، وتوظيف مصادر الإعلام في تطبيق المعرفة، وتنمية قدرة الطلاب على تحقيق الاتصال الفعال، ومعالجة المشكلات النفسية والثقافية، وتنمية قيمة الانتماء للوطن، واحترام التعددية والمصلحة العامة. وسعى مغاري (2015) (7) إلى التعرف على رؤية المتخصصين نحو تضمين التربية الإعلامية في المنهاج الفلسطيني من حيث الأهمية، والأهداف، والمحتوى، والأساليب، من خلال دراسة مسحية على عينة عشوائية من أعضاء هيئة التدريس في كليات التربية بالجامعات الفلسطينية: الجامعة الإسلامية، وجامعة الأزهر، وجامعة الأقصى قوامها (136) مفردة، وخلصت الدراسة إلى تأكيد أفراد العينة بدرجة عالية على أهمية تضمين التربية الإعلامية في المنهاج الفلسطيني وأهدافها، ومحتواها، فيما جاء محور الأساليب في ترتيب متوسط.

بينما حاولت دراسة محمد (2015) (8) معرفة أثر نموذج التربية الإعلامية المقترح نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، من خلال دراسة تجريبية تم تطبيقها على عينة قوامها (32) طالب من طلاب قسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية بجامعة المنيا، وتمثلت أدوات البحث في اختبار تحصيلي، ومقياس المسؤولية الاجتماعية، واستبانة مصداقية مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية، وبطاقة تقييم تحليل ونقد المضامين الإعلامية التي أنتجها الطلاب، كشفت نتائج الدراسة عن الأثر الكبير الذي أحدثه نموذج التربية الإعلامية المقترح في إكساب عينة البحث معارف ومهارات التربية الإعلامية، وفي تحصيل الجانب المعرفي لموضوع التربية الإعلامية، وتنمية الجانب الوجداني لموضوع المسؤولية الاجتماعية، وتحصيل الجانب المعرفي المهاري لموضوع مصداقية مضامين مواقع الشبكات

(6) علي، أسماء كمال حسن، دور التربية الإعلامية في المرحلة الثانوية في مواجهة تحديات الغزو الفكري (تصور مقترح) مجلة كلية التربية، كلية التربية، جامعة بنها، مصر، العدد 107، (2016) ص ص 297-338.

(7) مغاري، أحمد محمد، تضمين التربية الإعلامية في المنهاج الفلسطيني: دراسة استطلاعية، المجلة التربوية، الكويت، المجلد 30، العدد 117، (2015) ص ص 289-338.

(8) محمد، أحمد جمال حسن، التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: نموذج لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا، مصر (2015) ص ص 151-157.

الاجتماعية، وتحصيل الجانب المهاري لموضوع التربية الإعلامية.

و**درس محمود (2015)** ⁽⁹⁾ كيف يمكن الاستفادة من خبرات كل من المملكة المتحدة وكندا والولايات المتحدة الأمريكية في تطبيق برامج التربية الإعلامية المدرسية بمصر، وتوصلت الدراسة إلى أن كندا رائدة في مجال التربية الإعلامية على مستوى العالم، وانفتحت الدول الثلاث في دمج التربية الإعلامية بالمقررات الدراسية والمناهج بكافة مراحل التعليم واهتمت بإعداد المعلمين وتأهيلهم في هذا المجال، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن التربية الإعلامية جزء أساس من تعليم الطلاب، ليتمكن الطلاب في كافة مراحل التعليم من التعامل الواعي والإيجابي مع الرسائل الإعلامية من خلال القراءة الصحيحة والتفكير الناقد لها وتحليل مضامينها ثم اتخاذ القرارات المناسبة بشأنها.

و**حاول منصور (2014)** ⁽¹⁰⁾ رصد أبرز الاتجاهات والأفكار التي تضمنتها الدراسات والأدبيات العلمية في مجال التربية الإعلامية، والأساليب والاستراتيجيات التي اقترحتها لتنمية مهارات الجمهور في نقد الرسائل الاتصالية الصادرة من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، بجانب مهارات الإنتاج للرسائل الاتصالية، وذلك باستخدام المنهج المسحي لدراسات المستوى الثاني للإجابة عن التساؤلات المنهجية ذات العلاقة بهذه البحوث الأصلية، وأظهرت نتائج الدراسة وجود اتجاهين رئيسيين لأدبيات التربية الإعلامية: الأول يركز عليها من خلال دور المؤسسات التعليمية والمناهج الدراسية، والثاني: يتناول التربية الإعلامية بمفهومها الأوسع الذي يستهدف كل أفراد المجتمع ويستمر مدى الحياة، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن معظم الأدبيات السابقة ربطت بين تنمية مهارات نقد الرسائل الاتصالية، وتحفيز الجمهور على إنتاج رسائل اتصالية مسؤولة، بجانب إضافة بعد جديد يتعلق بتنمية استراتيجيات القيام برد الفعل تجاه وسائل الإعلام.

و**وسعت دراسة هبة ديوب (2011)** ⁽¹¹⁾ للتعرف على تفعيل التربية الإعلامية في مرحلة التعليم الأساس من وجهة نظر طلاب كلية التربية في جامعة الفرات من خلال دراسة ميدانية على عينة عشوائية بسيطة بلغ قوامها (400) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أهمية تفعيل التربية الإعلامية في مرحلة التعليم الأساس إلى المرحلة

(9) عبد الرسول، محمد أبو النور، دراسة مقارنة لبرامج التربية الإعلامية المدرسية في كل من المملكة المتحدة وكندا والولايات المتحدة الأمريكية وإمكانية الاستفادة منها في مصر، مجلة كلية التربية، كلية التربية، جامعة بنها، مصر، مجلد 26، العدد 102، (2015) ص ص 1-40.

(10) منصور، حسن محمد حسن، تنمية مهارات النقد والإنتاج للرسائل الاتصالية لدى الجمهور: دراسة تحليلية نقدية لأدبيات التربية الإعلامية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، السعودية، العدد 11، (2014) ص ص 249-292.

(11) ديوب هبة، تفعيل التربية الإعلامية في مرحلة التعليم الأساس من وجهة نظر طلاب كلية التربية في جامعة الفرات، مجلة العلوم التربوية، العدد 11، كلية التربية، جامعة أم درمان، السودان، (2011) ص ص 260-279.

الجامعية، وإيجاد مناهج دراسية متخصصة في التربية الإعلامية، ووضع دورات تدريبية للمعلمين في مجال الإعلام التربوي لتدريس مهارات التفكير الناقد لبرامج الإعلام المختلفة، وأثبتت نتائج الدراسة وعي وإدراك عينة الدراسة لأهمية التربية الإعلامية والأهداف التي تحققها ومحتواها وأساليب تحقيقها في مرحلة التعليم الأساس. وفي البيئة المحلية للدراسة درست العجاجي (2016) (12) دور التربية الإعلامية في تدعيم القيم الاتصالية لدى طلبة التعليم العام من وجهة نظر المشرفين التربويين بوزارة التعليم في السعودية من خلال التعرف على أهمية القيم الاتصالية في تعامل الطالب مع وسائل الإعلام، والقيم الاتصالية التي يحتاجها في تعامله مع وسائل الإعلام في كل مرحلة من مراحل التعليم العام من وجهة نظر المشرفين التربويين، بالإضافة إلى التعرف على أهمية التفكير النقدي في التربية الإعلامية وأفضل السبل لتفعيل التربية الإعلامية من وجهة نظر المشرفين التربويين في وزارة التعليم، ومن ثم إعداد تصور مقترح في ضوء نتائج الدراسة لمقرر التربية الإعلامية في التعليم العام بالمملكة العربية السعودية، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدمت الباحثة المنهج المسحي، والاستبانة كأداة لجمع البيانات، بالتطبيق على عينة قوامها (300) مشرف ومشرفة، وقد أظهرت نتائج الدراسة موافقة أفراد العينة بشدة على المشكلات الاتصالية التي يعاني منها طلاب التعليم العام التي تظهر في سلوكياتهم والنتيجة عن الافتقار إلى مهارات التفكير النقدي وتأثير الصورة الذهنية في تفسير مضمون الرسالة، وعدم القدرة على فهم الهدف من الرسالة الإعلامية، ورأى أفراد العينة أن من أهم أساليب تفعيل التربية الإعلامية في مدارس التعليم العام بالمملكة العربية السعودية إدراج مادة التربية الإعلامية مقررًا تعليميًا مستقلاً، واسناد تدريسها لمعلمين متخصصين في الإعلام التربوي أو لمعلمي المدرسة ممن لديهم اهتمام في المجال الإعلامي، بعد تأهيلهم وإعدادهم للبرنامج مع الاستعانة بخبراء دوليين في مجال التربية الإعلامية، ورأوا أن من أساليب التفعيل تضمين مهارات التربية الإعلامية في الأنشطة اللاصفية، وإعداد دورات تدريبية وإعداد دليل ارشادي يوضح آلية تفعيل التربية الإعلامية، وتأمين التجهيزات المدرسية، مع توفير الامكانيات المادية اللازمة واستثمار المؤتمرات والندوات التربوية والمشاركة المجتمعية مع المنظمات والمؤسسات المعنية بالتربية الإعلامية والاستفادة من تجارب وخبرات الدول في مجال التربية الإعلامية، فيما وافق أفراد العينة على إدراج التربية الإعلامية كوحدات خاصة في المقررات الدراسية المناسبة لها، وأكد المبحوثون على أهمية القيم الدينية والاجتماعية والإعلامية في التعامل مع وسائل الإعلام؛ حيث إنها تحدد وتوجه السلوك الناتج عن التعرض لوسائل الإعلام وتشعره بالمسؤولية التي يجب أن يتحملها أثناء تعامله وتفاعله مع المضمون الإعلامي، كما

(12) العجاجي، حنان سليمان، دور التربية الإعلامية في تدعيم القيم الاتصالية لدى طلاب التعليم العام: دراسة مسحية على عينة من المشرفين التربويين في وزارة التعليم السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، السعودية، (2016).

أظهرت نتائج الدراسة دور التفكير النقدي في اكساب الطالب مهارات تجعله يفكر بشكل نقدي في الرسالة الإعلامية التي يستقبلها.

استهدفت هناء سعيد (2016) (13) التعرف على واقع مساهمة معلمات الصف الأول ثانوي في التربية الإعلامية من وجهة نظر الطالبات بمدينة مكة المكرمة، بالتطبيق على عينة عشوائية بسيطة قوامها (2311) طالبة من طالبات الصف الأول الثانوي بالمدارس الحكومية بمدينة مكة المكرمة، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن استخدام طالبات الصف الأول ثانوي بمدينة مكة المكرمة لشبكة الإنترنت لم يكن لأغراض علمية، وأن مساهمة معلمات الصف الأول ثانوي في التربية الإعلامية المتعلقة بالإنترنت من وجهة نظر الطالبات بمدينة مكة المكرمة جاءت متدنية، وتشير هذه النتيجة إلى أن التربية الإعلامية الخاصة بالإنترنت وأهميتها ومتطلباتها لم تتضح لدى المعلمات بالشكل الذي يمكنهن من تحقيقها لطالباتهن، نتيجة افتقار المدارس للمعامل الإلكترونية التي يمكن تفعيلها في تحقيق كافة عناصر التربية الإعلامية ميدانياً، وقلة المواقع الإلكترونية العربية المتخصصة في فروع العلم المختلفة، مما يقلل من فرص توجيه المعلمة لطالباتها في المساهمة بمشاركات من شأنها إثراء العلم الذي تدرسه لهن، وقلة الوعي لدى بعض المعلمات بالدور الإعلامي الذي تمارسه الطالبات عبر منتديات ومواقع الإنترنت المختلفة.

وحاول حسن (2015) (14) تقويم واقع ممارسة الطلاب لمهارات التربية الإعلامية في ضوء تعدد مصادرهم للثقافة الإعلامية وتأثيراتها، من خلال دراسة مسحية على عينة عشوائية من طلاب المرحلة الثانوية بمدارس التعليم العام في السعودية قوامها (400) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن ممارسة الطلاب لمهارة قراءة الرسالة الإعلامية جاءت متوسطة، واهتمام الطلاب بتصنيف تأثيرات المواد الإعلامية على حساب تحديدهم لأفكارها العامة أو الرئيسية، كما أن ممارسة الطلاب لمهارة التفكير الناقد لمحتوى المواد الإعلامية، ومهارة اتخاذ القرار المناسب جاءت متوسطة، وأشارت نتائج الدراسة أن ممارسة الطلاب لمهارة المشاركة في إنتاج المواد الإعلامية وتقديمها للمستفيدين منها جاءت متوسطة نتيجة ضعف إمكانات الإنتاج الإعلامي وقلة الاهتمام به وندرة تشجيع الطلاب عليه في المدارس عينة الدراسة، وأن درجة ممارسة الطلاب لأخلاقيات العمل الإعلامي جاءت عالية، وأظهرت نتائج الدراسة أيضاً أن ممارسة الطلاب لمهارة التربية الإعلامية الأساس تمثلت على التوالي

(13) سعيد، هناء محمد، واقع مساهمة معلمات الصف الأول ثانوي في التربية الإعلامية من وجهة نظر الطالبات بمدينة مكة المكرمة، مجلة القراءة والمعرفة، القاهرة، العدد، 180، (2016)، ص ص 1-21.

(14) خليل، حسن محمد على، تقويم واقع ممارسة الطلاب لمهارات التربية الإعلامية في ضوء تعدد مصادرهم للثقافة الإعلامية وتأثيراتها: دراسة مسحية على عينة من طلاب المدارس الثانوية بالتعليم العام السعودي، مجلة دراسات الطفولة، القاهرة، مجلد 18، العدد 66، (2015) ص ص 15-29.

في: ممارسة أخلاقيات العمل الإعلامي، وقدرة الطلاب على التفكير الناقد لمحتوى المواد الإعلامية، واتخاذهم القرار المناسب بشأن المضامين الإعلامية، ثم قراءة الرسالة الإعلامية، ومشاركتهم في الإنتاج الإعلامي. استهدفت دراسة العتيبي (2013) (15) بناء تصور مقترح لمحتوى التربية الإعلامية لطلاب المرحلة الجامعية، والتعرف على أهمية التربية الإعلامية لطلاب الجامعات السعودية والامكانيات البشرية والمادية اللازمة لتطبيق التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر الطلاب، واستخدم الباحث في هذه الدراسة أداة الاستبانة التي تم توزيعها على عينة من الطلاب المنتظمين في مرحلة البكالوريوس في خمس جامعات تمثل جغرافياً خمس مناطق بالمملكة العربية السعودية، واستخدم الباحث أسلوب دلفاي مع مجموعة من الخبراء المهتمين بموضوع التربية الإعلامية من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات المذكورة، ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة: اتفاق خبراء الدراسة على أهمية التربية الإعلامية لطلاب الجامعات السعودية وذلك بنسبة إجماع بلغت 96.3% وحصلت الامكانيات البشرية اللازمة لتطبيق التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية على الموافقة من وجهة نظر الطلاب وذلك بنسبة 78.8% أما الامكانيات المادية اللازمة لتطبيق التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية فحصلت على الموافقة من وجهة نظر الطلاب بنسبة 82.4% وقدمت الدراسة تصوراً مقترحاً لتطبيق التربية الإعلامية في الجامعات السعودية.

ودرس البلوي (2013) (16) مسؤولية المدرسة الثانوية في تحقيق التربية الإعلامية لدى الطلاب من وجهة نظر المعلمين، من خلال عناصر العملية التعليمية (الإدارة المدرسية، المعلم، المنهج المدرسي، النشاط غير الصفّي) وبيان مدى تحقيق المدرسة الثانوية للتربية الإعلامية بالتطبيق على عينة ممثلة من معلمي المدارس الثانوية بالمدينة المنورة بلغ عدد أفرادها (450) معلماً باستخدام أداة الاستبانة، وخلصت النتائج إلى أن مسؤولية المعلم وإدارة المدرسة بالإضافة إلى النشاط غير الصفّي في تحقيق التربية الإعلامية لدى الطلاب هي بدرجة كبيرة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة كذلك أظهرت الدراسة أن مسؤولية المنهج الدراسي في تحقيق التربية الإعلامية هي بدرجة متوسطة.

استهدفت دراسة الصعب (2013) (17) التعرف على واقع دور المدرسة الثانوية في التربية الإعلامية ومعوقات القيام به من وجهة نظر المعلمين والمعلمات، ومن ثم إعداد تصور مقترح في ضوء نتائج الدراسة لتفعيل دور

(15) العتيبي، عبد المجيد، تطبيق التربية الإعلامية في الجامعات السعودية: تصور مقترح، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية، جامعة الملك سعود، السعودية (2013).

(16) البلوي، سعود، مسؤولية المدرسة الثانوية في تحقيق التربية الإعلامية لدى الطلاب من وجهة نظر المعلمين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدعوة وأصول الدين، الجامعة الإسلامية، السعودية (2013)

(17) الصعب، مريم بنت صالح، تصور مقترح لتفعيل دور المدرسة الثانوية في التربية الإعلامية لمواجهة تحديات العولمة الثقافية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة القصيم، السعودية (2013م)

المدرسة الثانوية في التربية الإعلامية؛ لمواجهة تحديات العولمة، واستخدمت الدراسة منهج المسح على عينة عشوائية بلغ قوامها (٣٢٠) معلماً ومعلمة من المدارس الثانوية الحكومية للتعليم العام (بنين وبنات) بمحافظة حفر الباطن، بواقع (١٥%) من المجتمع الأصلي للدراسة، وكان من أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة، وجود ضعف أو قصور في دور المدرسة الثانوية في تحقيق التربية الإعلامية من وجهة نظر المبحوثين، وأن جهود المدرسة الثانوية في تحقيق التربية الإعلامية غير واضحة، نتيجة عدم توفر منهج علمي واضح لكثير من الخطط، والبرامج المستقبلية للمدرسة وطلابها في مجال التربية الإعلامية، وأظهرت نتائج الدراسة أيضاً أن أهم معوقات دور المدرسة الثانوية في تحقيق التربية الإعلامية تتمثل في: عدم وضوح مفهوم التربية الإعلامية لدى منسوبي المدرسة، وضعف مستوى وعي الطلبة بأخطار العولمة الثقافية التي تروج لها وسائل الإعلام المختلفة، وقلة توافر المعلم الكفاء الذي يستطيع توظيف واستثمار تكنولوجيا الإعلام لأغراض تربوية.

وتناول السناني (2013) (18) دور الإعلام التربوي في غرس القيم الأخلاقية من وجهة نظر معلمي المرحلة الثانوية بالمدينة المنورة بالتطبيق على عينة عشوائية من مختلف معلمي مدارس المدينة المنورة في المرحلة الثانوية بواقع 350 معلماً وبينت النتائج تأكيد معلمي المرحلة الثانوية عينة الدراسة على الدور المهم لمادة التربية الإعلامية في غرس القيم الأخلاقية ذات العلاقة بالمحتوى الإعلامي في هذه المرحلة، مع وجود تبايناً في آرائهم تبعاً لمتغير المؤهل العلمي وسنوات الخبرة والتخصص.

وسعت دراسة المطيري (2012) (19) إلى الكشف عن واقع ممارسة توظيف التربية الإعلامية في ممارسات القيادات التربوية في وزارة التعليم بالمملكة العربية السعودية، واقترح استراتيجية إدارية لتوظيف التربية الإعلامية في ممارسات القيادات التربوية، من خلال عينة قوامها (286) قائداً تربوياً بمنطقة الرياض، وأظهرت نتائج الدراسة أن واقع ممارسة توظيف التربية الإعلامية في ممارسات القيادات التربوية جاءت بدرجة متوسطة، وجاء مجال تعزيز القيم في الترتيب الأول من حيث الممارسة، يليه مجال الاستخدام الأخلاقي للمعلومات، ثم في الترتيب الثالث مجال توظيف الاتصال الفعال، ثم توظيف الثقافة التقنية والمعلوماتية في ممارسات القيادات التربوية للتربية الإعلامية، بينما جاء مجال توظيف التفكير الناقد مع ما يقدمه الإعلام في الترتيب الأخير.

(18) السناني، عبدالمجيد، دور الإعلام التربوي في غرس القيم الأخلاقية من وجهة نظر معلمي المرحلة الثانوية بالمدينة المنورة: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدعوة وأصول الدين، الجامعة الإسلامية، السعودية (2012)

(19) المطيري، خالد بن مبروك، استراتيجية إدارية لتوظيف التربية الإعلامية في ممارسات القيادة التربوية في وزارة التعليم السعودية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، الأردن (2012)

واستهدفت دراسة العويفي (2012) (20) معرفة أهداف التربية الإعلامية في المملكة العربية السعودية من وجهة نظر القيادة التربوية وأبرز المعارف والمهارات والقيم التي يجب أن يتضمنها محتوى التربية الإعلامية من وجهة نظر القيادات، ومعرفة الصعوبات التي تواجه القيادات التربوية نحو تحقيق أهداف التربية الإعلامية ووضع مقترح لتفعيل دور القيادة التربوية في تحقيق أهداف التربية الإعلامية المطلوبة، واعتمد الباحث على المنهج الوصفي مستخدماً الاستبانة أداة لجمع معلوماته بالتطبيق على عينة مكونة من (86) قيادياً تربوياً في تعليم الرياض، وانتهت الدراسة إلى موافقة أفراد الدراسة على أهمية التربية الإعلامية ودواعي الحاجة إليها وأن هناك صعوبات ومعوقات ومشكلات تحول دون تحقيق أهداف التربية الإعلامية.

وسعت دراسة الرئيس (2012) (21) إلى الوقوف على دور التربية الإعلامية في تنمية تفكير الطلاب للتعامل مع الإعلام المعاصر، من خلال تحديد أهداف التربية الإعلامية وأليات تنفيذها في المدارس من وجهة نظر المشرفين التربويين ومديري المدارس ووكلائها والمرشدين الطلابيين والمعلمين، تكونت عينة الدراسة من (591) فرداً من خمس مناطق، هي: (الرياض-المدينة المنورة-جدة-الدمام-تبوك) بواقع 15 مدرسة من كل منطقة لجميع المراحل الدراسية، وتوصلت الدراسة إلى التأكيد على أهمها التربية الإعلامية ودورها الكبير في تنمية تفكير الطلاب للتعامل الواعي مع الإعلام المعاصر وأن الطريقة الأنسب لتنفيذها أن تكون من ضمن المناشط الطلابية المتنوعة في المدرسة.

وتعرف الخيري (2010) (22) على وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية نحو مجالات تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية بالتطبيق على عينة ممثلة من أعضاء هيئة التدريس في كليات وأقسام التربية الإعلامية في الجامعات السعودية (جامعة الملك عبدالعزيز-جامعة الملك سعود-جامعة الامام محمد بن سعود -جامعة طيبة-جامعة أم القرى) مكونة من (209) مفردة مستخدماً الاستبانة أداة لجمع البيانات، وخرجت الدراسة بعدد من النتائج من أبرزها ضرورة إعداد الطالب للتعامل مع التحدي الإعلامي المعاصر وذلك يتطلب مراجعة السياسات والمناهج التربوية وتطويرها وأن العلاقة بين التربية والإعلام علاقة التكامل والشراكة والتربية الإعلامية ضرورة ملحة لإعداد الأجيال في القرن الحادي والعشرين وهي عملية تكوين القدرة لدى الفرد على قراءة الرسالة الإعلامية وتحليلها ونقدها وتقويمها والمشاركة في إنتاجها؛ وأن تفعيل التربية

(20) العويفي، عبدالرحمن، التربية الإعلامية ودور القيادة التربوية في تحقيق أهدافها، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية، السعودية (2012)

(21) الرئيس، عبدالفتاح، دور التربية الإعلامية في تنمية تفكير الطلاب للتعامل مع الإعلام المعاصر: دراسة تطبيقية، جدة، كنوز المعرفة، السعودية (2012)

(22) الخيري، طلال، تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية، جامعة أم القرى، السعودية (2010)

الإعلامية مهم جداً من وجهة نظر عينة الدراسة وأن تفعيل التربية الإعلامية كموضوعات ضمن الأنشطة العامة في الجامعة أعلى درجة في الأهمية من تفعيلها كمقرر مستقل أو جزء من المقررات الدراسية الجامعية.

ثالثاً: التعليق على الدراسات السابقة

1. أظهر اهتمام الباحثين بدراسات التربية الإعلامية أهمية التربية الإعلامية، ومدى الحاجة إلى تفعيلها في المجالات التعليمية.
2. غلب على الدراسات العربية التي تناولت التربية الإعلامية تركيزها على المنهج الكمي واستطلاعات الرأي، بينما اهتمت الدراسات الأجنبية بدراسة الحالة، والدراسات شبه التجريبية.
3. ركزت الدراسات العربية على تفعيل التربية الإعلامية عبر نشاطات أو برامج لا صفية، أو تلك التي تتناول استخدامات الإعلام في المجال التربوي، مع ندرة في الدراسات التي تهدف إلى مناقشة محتوى التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية بمفهومه الشامل.
4. أظهرت نتائج الدراسات الأجنبية عمق التجربة لدى المؤسسات التعليمية في تفعيل التربية الإعلامية، وأساليب تطبيقها في المجال التربوي.
5. ربطت أغلب الدراسات في تناولها التربية الإعلامية مع مهارات تعزيز التفكير الناقد لدى الطلاب، ومع أهمية ذلك وعلاقته بأحد محاور التربية الإعلامية إلا أنه لا يحقق أبعاد التربية الإعلامية.
6. غلب على الدراسات العربية في مجال التربية الإعلامية ارتباطها بباحثين تربويين، انطلقوا في مناقشة قضاياها من منظور تربوي.

هذه المراجعة أعطت الباحث سندا علمياً ومنهجياً ثرياً لبناء موضوع دراسته، وأتاحت مجالاً للإضافة العلمية فتبنت الدراسة بعداً تكاملياً يأخذ في الاعتبار رؤية التربويين والإعلاميين وفق منهجية ربطت بين اتجاهات الرأي حول الأسباب التي تدفع في اتجاه الاهتمام بالتربية الإعلامية في المنهج الدراسي، وتقييم أهداف المحتوى ومعارفه ومهارته وقيمه، التي تشمل الاستخدام الواعي للوسائل، والاختيار الناقد للرسائل، والمشاركة الإيجابية في إنتاج المحتوى.

رابعاً: مشكلة الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على آراء الخبراء من النخب الإعلامية والتربوية في المملكة العربية السعودية نحو مدى الحاجة إلى إقرار مادة التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية، والأسباب التي تدفع إلى إقرارها، والأهمية التعليمية التي تنطلق منها، والمستوى التعليمي الذي تقدم فيه، والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، والمحتوى المعرفي والمهاري والقيم الذي ينبغي أن تتناوله، والأساليب التي ينبغي الأخذ بها لتحقيق التربية الإعلامية أهدافها.

خامساً: أهداف الدراسة

1. دراسة مدى الحاجة إلى إقرار مادة التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية.
2. التعرف على الأهمية التعليمية للتربية الإعلامية والأسباب التي تدفع إلى إقرارها ضمن المنهج الدراسي.
3. تحديد المستوى التعليمي الذي تدرس فيه التربية الإعلامية والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها.
4. توصيف المحتوى المعرفي والمهاري والقيمي الذي ينبغي أن تتضمنه مادة التربية الإعلامية في المنهج الدراسي.
5. رصد الأساليب التي ينبغي الأخذ بها لتحقيق التربية الإعلامية أهدافها في العملية التعليمية.

سادساً: تساؤلات الدراسة

1. ما مدى الحاجة إلى إقرار مادة التربية الإعلامية ضمن المنهج الدراسي؟
2. ما الأهمية التعليمية للتربية الإعلامية في المجتمع؟
3. ما الأسباب التي تدفع إلى إقرار مادة التربية الإعلامية ضمن المنهج الدراسي؟
4. ما المستوى التعليمي المناسب لتدريس مادة التربية الإعلامية فيه؟
5. ما الأهداف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تحقيقها؟
6. ما المحتوى المعرفي والمهاري والقيمي الذي ينبغي أن تتضمنه مادة التربية الإعلامية في المنهج الدراسي؟
7. ما الأساليب التي ينبغي الأخذ بها لتحقيق مادة التربية الإعلامية أهدافها في العملية التعليمية؟

سابعاً: فروض الدراسة

1. توجد فروق دالة إحصائياً بين اتجاهات النخب الإعلامية والتربوية نحو إقرار مادة "التربية الإعلامية" في مرحلة التعليم ما قبل الجامعي ومتغير النوع.
2. توجد فروق دالة إحصائياً بين اتجاهات النخب الإعلامية والتربوية نحو إقرار مادة "التربية الإعلامية" في مرحلة التعليم ما قبل الجامعي ومتغير التخصص.
3. توجد فروق دالة إحصائياً بين اتجاهات النخب الإعلامية والتربوية نحو إقرار مادة "التربية الإعلامية" في مرحلة التعليم ما قبل الجامعي ومتغير الخبرة.

ثامناً: المرجعية النظرية للدراسة

تستند الدراسة في أساسها النظري على ثلاثة مداخل، تمثل منطلقاً يقود الدراسة نحو تفسير علمي لموضوعها، عبر إرث معرفي خضع للتجريب والبرهنة يمكن الاطمئنان له والأخذ بمقتضاه في هذا المجال الحيوي، الذي يستهدف فئة مهمة في المجتمع وهي الشباب، وهذه المداخل هي:

1. مدخل الحماية:

يستند مدخل الحماية في علاقته بالتربية الإعلامية (23) على فرضية أن المواد الإعلامية المعروضة ستجعل الأفراد يرغبون في تقليد ما يعرض، ومن ثم فإن سياسة المنع والتجريم ستعمل على حماية الأفراد والمجتمع من هذه المخاطر، وتتخذ الدول مجموعة من التدابير في سبيل ذلك، منها: سن القوانين الخاصة بالنشر والبيث الإعلامي، والتشفير، والتنقية من خلال حجب المشاهد غير الملائمة.

2. مدخل التناول الناقد للمضامين الإعلامية:

يطلق على هذا المدخل الاتجاه الحديث للتربية الإعلامية في التعامل مع وسائل الإعلام، ويستند هذا المدخل على أن التناول الناقد للمادة الإعلامية يؤدي إلى تهيئة فرد ناقد ومحلل، وقد تبنت المنظمة الدولية للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) هذا المدخل، من خلال تطوير المعارف والمهارات والسلوكيات التي تدعم نمو الوعي النقدي وتشجعه، وبالتالي رفع كفاءة مستخدمي وسائل الإعلام، وإكسابهم مهارات التعرض النقدي لوسائل الإعلام، بما يساعد على حمايتهم من الأثار السلبية للرسائل الاتصالية.

3. نظرية المسؤولية الاجتماعية:

انطلقت الفرضية الرئيسة لنظرية المسؤولية الاجتماعية من مبدأ الحرية باعتبارها حق وواجب ومسؤولية في الوقت نفسه، وهذا يعني أن منتج الرسالة الإعلامية لا يملك الحرية المطلقة في بث ونشر ما يريد، ولكنه مطالب بالموازنة بين الحرية والمسؤولية التي تفرض عليه أداء وظيفته المجتمعية بما ينسجم مع قيم المجتمع وثقافته السائدة، ومع التطورات التي شهدتها البيئة الاتصالية أصبح الجمهور مسؤولاً عن إنتاج الرسالة الإعلامية ومستهلكاً لها، وهو ما جعل رواد هذه النظرية يضيفون بعداً آخر لهذه النظرية ظهر على يد الباحث الأمريكي مونتجوميري (Montgomery\1966) يرتكز على أن نظرية المسؤولية الاجتماعية لا تهدف فقط إلى المحافظة على قيم المجتمع وخصوصيته، والدقة والموضوعية عند تقديم المعلومات في وسائل الإعلام، وإنما تشمل مسؤولية الجمهور في أن يفكر بشكل نقدي في الرسالة الإعلامية التي يستقبلها، وأن لا يقبلها قاعدة مسلم بها، فعليه إدراك وتحليل الرسالة الإعلامية نقدياً، ومعرفة مدى توافقها مع أفكاره ومعتقداته ومصالحه، وهو اتجاه نظري يفسر بعداً من أبعاد التربية الإعلامية.

(23) عبد الرسول، محمود أبو النور، مرجع سابق، (2015) ص ص 10-13

تاسعاً: الإطار المعرفي للدراسة

• التربية الإعلامية

ظهر مفهوم التربية الإعلامية في نهاية عقد الستينيات من القرن الماضي، وتطور فهم هذا المصطلح بدرجة تصاعدية؛ حيث ركز الخبراء في البدايات الأولى على استخدام أدوات الاتصال لتحقيق منافع ملموسة كوسيلة تعليمية، ومع بداية عقد السبعينيات بدأ ينظر إلى التربية الإعلامية على أنها تعليم بشأن الإعلام، وبشأن تكنولوجيا وسائل الإعلام الحديثة، والتعبير عن الذات بوصفه جانباً من المعرفة الإنسانية الأساس، كما بدأ ينظر إلى التربية الإعلامية على أنها مشروع دفاع هدفه حماية الأطفال والشباب من المخاطر التي استحدثتها وسائل الإعلام، والتركيز على كشف الرسائل المزيفة والقيم الغريبة، والتشجيع على رفضها وتجاوزها. (24)

وبالتالي فإن التربية الإعلامية هي: الجهود المخططة للمؤسسات التربوية والتعليمية الرسمية وغير الرسمية التي تهدف إلى تمكين الأفراد من وسائل الإعلام ومنتجاتها، وممارسة حقوقهم الاتصالية، من خلال تنمية المعارف والمهارات الخاصة باختيار الوسائل، والتحليل الناقد للرسائل، والمشاركة الإبداعية في إنتاج الرموز والمعاني لبناء المواطن الصالح الذي يسهم في نمو المجتمع واستقراره، وثبات النظام الاجتماعي، ودعم المعايير الثقافية والأخلاقية والمشاركة الديمقراطية. (25)

يستخلص من ذلك أن التربية الإعلامية تركز على مهارات التعرض النقدية لوسائل الإعلام، وأن أهم مهارات التربية الإعلامية تتضمن: الفهم التحليلي والتأملي لوسائل الإعلام، وفهم المكونات الفنية والجمالية، وفهم أبنية المؤسسات الإعلامية، والسياق الاقتصادي والاجتماعي لها، والقدرة على التفاعل مع وسائل الإعلام في إنتاج المواد الإعلامية، والتأثير على متخذي القرار في تلك الوسائل.

وتمثل التربية الإعلامية مفهوماً شاملاً يُعنى بطريقة التعبير والوصول إلى الإعلام، وتقييم الإعلام تقيماً ناقداً، والوعي بإمكانيات ومخاطر الإعلام في بيئته الرقمية، بالاعتماد على الاتصال اعتماداً كلياً، من أجل تحقيق أهداف إعلامية تربوية بناءً على مُعطيات معرفية ومهارية للتعامل مع الإعلام وما يبثه من رسائل مختلفة ذات مضامين ظاهرة أو خفية.

وتتعدد أهداف التربية الإعلامية نتيجة لتنوع معاييرها ونظرياتها وارتباطها بمفاهيم أخرى، مثل الوعي الإعلامي، والثقافة الإعلامية، وتركيزها على المضامين والمعلومات التي يتلقاها الجمهور؛ إلا أنها تجتمع في ضرورة

(24) يحيى، حسن بن عايل أحمد، رؤى حول التربية والإعلام وأدوار المناهج لتنمية التفكير في مضامين الإعلام لتحقيق التربية الإعلامية، المؤتمر الدولي للتربية الإعلامية، وزارة التعليم، السعودية، الرياض، مارس 2007، ص 10.

(25) عبد الحميد، محمد، التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي، ط 1، (القاهرة: عالم الكتب) مصر (2012م) ص 18.

إكساب الجمهور المتلقي الفهم الناقد، والتحليل، والاستنتاج، والاختيار لكل ما يتفق مع مبادئ الفرد وقيمه، واستبعاد كل ما يُخالف ذلك؛ وتهدف التربية الإعلامية لتشمل تحويل الجمهور من الاستهلاك السلبي لوسائل الإعلام، إلى فهم دورها في بناء وجهات النظر تجاه الواقع الذي يعيشه، أي تمكن الفرد؛ ليكون ناقداً يتحكم بتفسير ما يتلقاه، وهو ما يعرف بنموذج المتلقي النشط، ويمكن الإشارة إلى أهم أهداف التربية الإعلامية فيما يأتي: (26)

1. حماية النشء والشباب من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام ومضامينها المختلفة.
2. تنمية مهارات التفكير الناقد والمشاهدة الواعية.
3. إكساب الأفراد المبادئ الأساس لتحليل كل ما يُقدم من مضامين إعلامية، وتفسيرها ونقدها.
4. مساعدة الأفراد على التعبير عن آرائهم بحرية.
5. دعم الهوية الثقافية والمحافظة عليها.
6. إمداد الأفراد بالمعلومات والمعارف لفهم الأيدولوجيات الخاصة بوسائل الإعلام التي تسعى لتحقيقها.
7. تزويد الأفراد بالخبرات اللازمة لمساعدتهم على الاستخدام الأمثل لوسائل تكنولوجيا الاتصال، ومواكبة التطورات المستمرة والسريعة في المجتمع المعلوماتي المُحيط بهم.
8. تحقيق التمسك بالعقيدة والقيم الدينية عند التقييم والحكم على صلاحية المضامين الإعلامية.
9. تحقيق الاتصال الفعال بين كافة فئات المجتمع ووسائل الإعلام.
10. تزويد الأفراد بالثقافة الإعلامية الهادفة لحوار ونقد ما يُشاهدون ويتلقون.
11. تكوين جيل قوي منتج ومبدع يُسهم في تنمية بلاده، وعلى وعيٍ بمصالحه.

(26) انظر:

- محمود عبد العاطي مسلم، وآخرون، تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكاديمية، بحث مستل من رسالة دكتوراه الفلسفة في التربية النوعية، كلية التربية النوعية، جامعة بنها، مصر، 2017، ص 11.

- Hart (2014): Media Education in 21st Century: A Comparative Study of Teaching Educational - A Media in European Contexts in Terms of Academic Standards. PhD Thesis, University of Southampton, U.K, p. 8-12.

J.C. Sim (2013): Mass Media Education in the U.S.A. In: Media Studies in Education. Paris: UNESCO, pp.74-88.

- E .Thoman.& Jolls.T (2014): Media Literacy:A National Priority for A Changing World , American Behavioral Scientist ,Vol, 48,no, 1,pp.18-29.

- ليندة ضيف، التربية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي أنموذجاً، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، الجزائر، العدد 42، جوان، (2017) ص 455.

12. اكتساب المهارات والخبرات التي يحتاجها النشء لفهم آلية الإعلام، وتهيئتهم للمشاركة الإعلامية في ضوء أخلاقيات المجتمع وضوابطه.
13. الوعي بأهمية اختيار الوسائل الإعلامية، واستكشاف القضايا الأعمق خاصة الاجتماعية أو السياسية أو الاقتصادية حول الإعلام.
14. فهم الوسائل الإعلامية وتفسيرها واكتشاف ما تحمله مضامينها من قيم.
15. إنتاج مضامين إعلامية وايصالها إلى الجمهور المستهدف.

• **التربية الإعلامية في عصر المنصات الإعلامية الجديدة:**

أسهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في إعادة تشكيل الأنماط التواصلية التقليدية القائمة على احتكار النخب السياسية والثقافية لوسائل الإعلام والتعبير؛ حيث أتاحت فرص إنتاج المضامين للأشخاص العاديين من خلال أشكال تعبيرية جديدة، عبر منتديات الدردشة والحوار والصفحات الشخصية والمدونات. فقد ساعدت تطورات الجيل الثاني لشبكة الويب (Web 2) في إتاحة المواقع الرقمية على هذه الشبكة بسهولة، ودون تكلفة عالية، كما أتاحت أدوات الكتابة والتحرير، والتصميم لهذه المواقع والاعتماد عليها كوسائل جديدة للنشر، تساعد الجمهور في المشاركة الفعالة، وصناعة الفكر النقدي للرسائل التي ينتجونها، ومن ثم يرسلونها. (27)

وأدت هذه التحولات إلى تغيير في شكل ومضمون الخطاب الإعلامي المعاصر، ويبرز هذا التغيير في توسيع مجال تداول المعلومات، فقد أصبح بإمكان الفرد العادي أن يشارك في إنتاج المضامين الإعلامية المتنوعة وبأسلوب يصل إلى الاحترافية في بعض الحالات، كما شمل التغيير أيضاً القضاء على احتكار المعلومات وتوسيع مجال تداولها إضافة إلى حرية تداولها دون أي رقابة.

كل هذه التغيرات تفرض أسلوباً جديداً في التعامل مع هذه البيئة الإعلامية الجديدة، وهو أسلوب يبتعد عن الرقابة وعن فرض القيود، ويرتكز على إرساء مفاهيم جديدة تتناسب وخصائص هذا النوع من الإعلام، أسلوب يقوم على تهيئة الفرد وتدريبه في مراحل مبكرة على كيفية التعامل مع مختلف أشكال الإعلام الجديد. (28)

وقد بدأت المدارس البحثية الإعلامية تدرك أهمية التربية الإعلامية في ظل التطورات التي حدثت في عصر الإعلام الجديد، والوفرة غير المسبوقة في الخيارات الإعلامية المتاحة أمام الجمهور، وزيادة المخاوف من التأثيرات السلبية على المتلقي، مما استوجب الحاجة الماسة إلى تنمية الجوانب الإبداعية والتفكير النقدي لدى الجمهور

(27) Diana Graber, Voices from the Field: New Media Literacy Education (NMLE): A Developmental Approach, Journal of Media Literacy Education, 4(1) , 2012, pp. 82 - 92.

(28) A.Hermida. And N. Thurman, A Clash of Cultures: The integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites, Journalism Practice, 2(3), 2008, pp. 343-356

خاصة الأجيال الجديدة من الشباب، لتواجه التحديات الكبيرة في عصر الفضاءات المفتوحة، وتسهم في تكوين الصحفي المواطن المنتج للرسالة الاتصالية المسؤولة، والمواطن المتلقي للرسالة الاتصالية تلقياً نقدياً مدركاً وواعياً. (29)

الأمر الذي بات يطرح العديد من التساؤلات حول ما إذا كانت افتراضات نظرية حراسة البوابة (Gatekeeper Theory) لازالت قائمة، أم أنها تراجعت في ظل موجة تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل، وإشراك المستقبل في عملية إنتاج المضامين ومشاركتها، وتمكنه في حالات أخرى من المشاركة في صنع القرار سواء كان هذا بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وبالتالي انتقال الرقابة إلى الجمهور المتلقي. (30)

لقد اتاحت شبكة الإنترنت آفاقاً جديدة غيرت من طبيعة حارس البوابة، وأسهمت بشكل كبير في القضاء على احتكار المعلومات والأخبار من قبل وسائل الإعلام التقليدية، فالفرد لم يعد بحاجة لحارس بوابة ينوب عنه، فهو يختار بكل حرية ما يشاهده، وما يتابعه، وفي الوقت المحدد الذي يختاره، الأمر الذي أدى إلى بروز قوى جديدة لنقل الأخبار ونشر المعلومات، هذه القوى تعمل بالموازاة مع السلسلة التي تمر بها المعلومة ضمن نظرية حراسة البوابة، ولكنها تؤدي وظيفة عكسية حيث يقوم الاتجاه القديم على حجب المعلومات والأخبار، وحماية الأسرار لصالح القوى السياسية والاقتصادية، أما الاتجاه الجديد فيهدف إلى تتبع ونشر المعلومات المتستر عليها، وذلك لصالح الجمهور الأكبر، الذي يهدف إلى التغيير في شتى مجالات الحياة. (31)

حيث أصبحت العلاقة تفاعلية تشاركية، بما فيها القدرة لدى الجمهور على اختيار المادة المناسبة بالشكل المناسب وفي الوقت الملائم، ما يزيح عن الجمهور صفة السلبية في التلقي، وعن الوسائل الإعلامية صفة التلقين، فقد زاد هامش التواصل والرد على أسئلة القراء وتعليقاتهم، وباتت المشاركات في موضوعات مفتوحة عبر الشبكة أمراً شائعاً، لم يكن متاحاً من قبل. (32)

وتعد المضامين المنتجة من قبل مستخدمي وسائل الإعلام الجديدة ذات أهمية بالغة في توجيه الرأي العام، فقد أصبحت تمثل مصدراً موازياً ومنافساً للمعلومات والأخبار، حيث لا يقتصر اعتماد الجمهور على المصادر

(29) يسرى صبيشى بن زروق جمال، نظرية حراسة البوابة بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، مجلة الرواق، مخبر الدراسات الاجتماعية والنفسية والأنثروبولوجية، الجزائر، العدد الخامس، جوان، (2017) ص ص 263-274.

(30) ليندة ضيف، التربية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي أنموذجاً، مرجع سابق، ص ص 443-464.

(31) ماجد تريان، الإعلام البديل وتعزيز قيم المواطنة، مجلة مدى الإعلام، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الاعلامية، فلسطين، العدد السادس، نيسان، (2012) ص 37.

(32) S.Ashley.A. Maksl , .&S. Craft, S. Developing news media literacy scale, Journalism & Mass Communication Educator, 68(1), 2013,pp. 7-21.

الرسمية فقط، بل إن مقاطع الفيديو والصور والتعليقات الإخبارية، والردود والتفاعل الذي يحيط بالمقالات والمواد المنشورة التي يتم تبادلها بين المستخدمين، من أهم النشاطات التي تستقطب إليها جمهوراً أكبر، ما دفع لوصفها بالبديل للصحافة التقليدية، وأنها تمثل أداة تصحيحية لما يقع من أخطاء في الإعلام التقليدي. واستناداً إلى هذه الحالة وفي إطار مفهوم التربية الإعلامية وأهدافها وموضوعها، فإن الباحث يرى أن التربية الإعلامية لا تنحصر في استخدام وسائل الإعلام وتقنياته في العملية التعليمية، كما لا يمكن حصرها في كيفية التعامل مع الوسائل وطرق التعرض لها وآليات استخدامها، أو في التحذير من أخطار المحتوى الإعلامي وتأثيراته السلبية فقط، ولكن التربية الإعلامية تنتظم في ثلاثة محاور رئيسة هي:

المحور الأول: رفع مستوى الوعي باستخدام وسائل الإعلام، ومعرفة طبيعتها، ومنطلقاتها الفلسفية والمهنية، وتنمية القدرة على ممارسة الحق في الاتصال والتعرض لوسائل الإعلام.

المحور الثاني: تعزيز روح المسؤولية والقيمية والأخلاقية في بناء الرقابة الذاتية لدى الفرد في التعامل مع المحتوى الإعلامي، وفك رموزه وفهم أبعاده، وأيديولوجية منتجه، وتنمية مهارات التفكير الناقد لاختيار الوسائل، والتحليل الناقد للرسائل.

المحور الثالث: التمكن من مهارات إنتاج المحتوى الإعلامي، والمشاركة الإبداعية في إنتاج الرموز والمعاني لنشر وتداول محتوى إعلامي قادر على المساهمة الإيجابية في نمو المجتمع واستقراره.

عاشراً: الدراسة الميدانية

الإجراءات المنهجية للدراسة

■ نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية، التي تسمح بوصف الظاهرة المدروسة وتحليلها، وقد وظفت المنهج العلمي الكمي وفق إجراءات منهج المسح الميداني باستخدام أداة الاستبانة المتبعة في الدراسات الإعلامية، إذ يتيح للباحث استخدام الطرق، والأساليب الإحصائية؛ للتعرف على اتجاهات النخب التربوية والإعلامية نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم.

■ مجتمع الدراسة وعينتها

استهدفت الدراسة النخب التربوية والإعلامية، بفئاتها المختلفة مجتمعاً للبحث، واستخدم الباحث أسلوب العينة العشوائية الطبقية، للوصول إلى عدد من المفردات الممثلة لكل فئة وهذه الفئات هي:

1. الأكاديميون التربويون، وهم المتخصصون في الدراسات التربوية ويعملون في الجامعات ويقدمون الاستشارات العلمية في مجال التربية بفروعها المختلفة.

2. الأكاديميون الإعلاميون، وهم المتخصصون في الدراسات الإعلامية ويعملون في الجامعات ويقدمون الاستشارات العلمية في المجالات الإعلامية بمختلف فروعها.

3. القياديون التربويون، وهم قادة المدارس والموجهون التربويون ومن هم في مراتب عليا في مجال التعليم.

4. القياديون الإعلاميون، وهم رؤساء التحرير ومدبرو القنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية ومدير التحرير ونوابهم والمشرفون على البرامج ومن هم في مراتب أعلى في المؤسسات الإعلامية.

5. المهنيون التربويون، وهم ممارسو العمل التربوي في مجال التدريس والإرشاد والنشاط المدرسي ممن لهم خبرة تزيد عن عشر سنوات في مجال المهنة.

6. المهنيون الإعلاميون، وهم الممارسون للعمل الإعلامي في صناعة المحتوى في مختلف الوسائل ممن لهم خبرة تزيد عن عشر سنوات في مجال المهنة.

وكان الهدف الحصول على (50) مفردة لكل فئة، وقد وزع الباحث (70) استبانة لكل فئة، استجاب منهم

(176) مفردة، مثلت الفئات المستهدفة من النخب التربوية والإعلامية، وقد جاء التوزيع -وفقاً لهذا التقسيم

واستناداً لتعاون المستهدفين- متفاوتاً؛ بلغ من الأكاديميين التربويين (17) مفردة، ومن الأكاديميين الإعلاميين

(38) مفردة، ومن القياديين التربويين (37) ومن القياديين الإعلاميين (25) ومن المهنيين التربويين (38)

ومن المهنيين الإعلاميين (17) مفردة.

أداة جمع البيانات

استخدمت الدراسة الاستبانة أداة لجمع معلوماتها، باعتبارها الأنسب في تحقيق أهداف الدراسة المسحية للتحليل الكمي لمتغيرات الظاهرة، بما يعبر عنها بصورة موضوعية، وقد استند الباحث في بناء التساؤلات ومؤشرات قياس متغيرات الدراسة إلى عدد من الدراسات السابقة في ضوء أهداف الدراسة ومتغيراتها، وطبق الباحث الاستبانة على عينة تجريبية مقدارها (35) مفردة من العينة المستهدفة للتحقق من صدق الاستبانة وثباتها. ولتحديد مستوى الإجابة عن بنود الأداة تسهيلاً لتفسير النتائج أعطى الباحث وزناً للبدائل التي اعتمدت عليها إجابات المبحوثين: (مهم جداً=3، مهم=2، غير مهم=1)، وصنف تلك الإجابات إلى ثلاث مستويات متساوية المدى من خلال المعادلة التالية:

طول الفئة = (أكبر قيمة-أقل قيمة) ÷ عدد بدائل الأداة = $(3-1) ÷ 3 = 0.67$ ، لنحصل على التصنيف التالي:

جدول رقم (1)

توزيع للفئات وفق التدرج المستخدم في أداة البحث

الوصف	مدى المتوسطات
مهم جداً	3.00 – 2.34
مهم	2.33 – 1.68
غير مهم	1.67 – 1.00

الصدق:

اختبر الباحث الصدق الظاهري لعناصر الاستبانة عبر عرضها على محكمين، وتطويرها في ضوء ملحوظاتهم واقتراحاتهم، ومن ثمَّ تم إجراء اختبار الاتساق الداخلي (بيرسون) لعناصر الاستبانة الذي يستهدف قياس درجة ارتباط عناصر كل محور بالدرجة الكلية للمحور المنتمي إليه، إذ تعبر قوة الارتباط ودلالته الإحصائية على نسبة عالية من تحقق الصدق في تعبير العنصر عن المفهوم العام الذي يقيسه، ودرجة انتمائه له، وجاءت نتائج الاختبار وفق ما يلي:

المحور الأول: دواعي إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم

جدول رقم (2)

معاملات ارتباط بنود المحور الأول دواعي إقرار مادة
التربية الإعلامية في مناهج التعليم بالدرجة الكلية للبعد المنتمية إليه
(العينة الاستطلاعية: ن=35)

معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م	البعد
**0.8534	5	**0.7982	3	**0.8387	1	الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم
		**0.7973	4	**0.8282	2	
**0.7190	7	**0.8255	4	**0.8875	1	مدى أهمية التربية الإعلامية في العملية التعليمية في المجتمع السعودي
**0.9113	8	**0.7470	5	**0.8255	2	
		**0.8449	6	**0.8243	3	

** دالة عند مستوى 0.01

المحور الثاني: محتوى مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم

جدول رقم (3)

معاملات ارتباط بنود المحور الثاني محتوى مادة التربية

الإعلامية في مناهج التعليم بالدرجة الكلية للبعد المنتمية إليه (العينة الاستطلاعية: ن=35)

معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م	البعد
**0.8362	11	**0.7720	6	**0.8143	1	الأهداف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تحقيقها في العملية التعليمية
**0.8054	12	**0.7178	7	**0.7905	2	
**0.8546	13	**0.7082	8	**0.7105	3	
		**0.7465	9	**0.8002	4	
		**0.8525	10	**0.7761	5	
**0.7494	5	**0.8728	3	**0.8632	1	المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب
		**0.8645	4	**0.8700	2	
**0.8255	5	**0.8775	3	**0.8860	1	المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب
		**0.7926	4	**0.8381	2	
**0.9390	5	**0.9304	3	**0.9608	1	القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب
**0.9634	6	**0.9760	4	**0.9456	2	

** دالة عند مستوى 0.01

المحور الثالث: أساليب تحقيق التربية الإعلامية في التعليم

جدول رقم (4)

معاملات ارتباط بنود المحور الثالث أساليب

تحقيق التربية الإعلامية في التعليم بالدرجة الكلية للمحور (العينة الاستطلاعية: ن=35)

معامل الارتباط	م	معامل الارتباط	م
**0.8996	5	**0.8742	1
**0.7889	6	**0.8890	2
**0.7954	7	**0.6554	3
**0.9060	8	**0.8597	4

** دالة عند مستوى 0.01

وتشير النتائج في الجداول الثلاثة (2،3،4) إلى أن نتيجة معامل الارتباط (بيرسون) لعبارات محاور الاستبانة تراوحت قيمتها ما بين (0.7105) و(0.9760)، وهي دالة إحصائياً لجميع المؤشرات، وهو ما يؤكد الصدق الإحصائي للاستبانة.

■ الثبات:

قاس الباحث ثبات الاستبانة إحصائياً باستخدام معامل "ألفا كرونباخ" بتطبيق الاختبار مرتين: المرة الأولى على العينة الاستطلاعية، والثانية على مجموع مفردات العينة، وهذا الاختبار عبارة عن متوسط معامل الارتباط لمؤشرات أو عبارات كل محور فيما بينها، وهو قائم على مبدأ أن الارتباط بين مؤشرات المحور يشير إلى أن هذه المؤشرات تنتمي إلى محور واحد، وقد جاءت نتائج اختبار الثبات للاستبانة كما تظهر في الجدول الآتي:

جدول رقم (5)

معاملات ثبات ألفا كرونباخ لأبعاد ومحاور الدراسة (العينة الاستطلاعية: ن=35)

معامل ثبات ألفا كرونباخ	عدد البنود	البعد/المحور
0.88	5	الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم
0.93	8	مدى أهمية التربية الإعلامية في العملية التعليمية في المجتمع السعودي

0.94	13	الأهداف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تحقيقها في العملية التعليمية
0.90	5	المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب
0.90	5	المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب
0.98	6	القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب
0.93	8	المحور الثالث: أساليب تحقيق التربية الإعلامية في التعليم

يشير الجدول رقم (5) إلى أن نتائج اختبار معامل الثبات تراوحت قيمته لجميع محاور الدراسة، للعينتين الاستطلاعية والكلية، ما بين (0.88) و(0.98)، وتدل هذه الدرجات على مستوى عالٍ من الثبات والتجانس الداخلي لمؤشرات محاور الاستبانة.

حادي عشر: نتائج الدراسة:

(1) السمات الديموغرافية لعينة الدراسة:

جدول رقم (6)

توزيع عينة الدراسة وفق بياناتهم الأساسية

المتغيرات	التصنيف	العدد	النسبة
الجنس	ذكر	112	63.6
	أنثى	64	36.4
التخصص	إعلام	80	45.5
	تربية	96	54.5
المجال الوظيفي	أكاديمي إعلامي	38	21.6
	أكاديمي تربوي	21	11.9
	مهني إعلامي	17	9.7
	مهني تربوي	38	21.6
	قيادي إعلامي	25	14.2
الدرجة العلمية	قيادي تربوي	37	21.0
	بكالوريوس	87	49.4
	ماجستير	45	25.6
عدد سنوات الخبرة	دكتوراه	44	25.0
	عشر سنوات فأقل	46	26.1
	أكثر من عشر سنوات	130	73.9
	المجموع	176	100.0

أفادت بيانات الدراسة كما ظهرت في الجدول رقم (6) أن عينة الدراسة توزعت وفقاً لسمة النوع إلى (63.6%) للذكور مقارنة بما نسبته (36.4%) للإناث من إجمالي المبحوثين؛ مما يدل على أن أغلبية المبحوثين من الذكور، بينما أفادت البيانات إلى أن ما يزيد عن نصف عينة الدراسة من المتخصصين في مجال الإعلام بنسبة (54.5%)، مقارنة بالمبحوثين المنتسبين لمجال التربية والذي بلغت نسبتهم (45.5%) من إجمالي العينة، ويأتي الأكاديميون الإعلاميون والمهنيون التربويين في مقدمة المجالات الوظيفية التي ينتسب إليها المبحوثين بنسبة (21.6%) لكل منهما على حده، تلاهم القيادات التربوية في المرتبة الثانية بنسبة (21%)،

ثم القيادات الإعلامية في المرتبة الرابعة بنسبة (14.2%)، بينما جاء الأكاديميون التربويون في المرتبة الخامسة بنسبة (9.7%)، وفي المرتبة الأخيرة جاء المهنيون الإعلاميون بنسبة (9.7%) من إجمالي عينة الدراسة.

وأشارت النتائج إلى أن ما يقارب من نصف عينة المبحوثين من حملة درجة البكالوريوس بنسبة (49.4%)، تلاهم الحاصلين على درجة الماجستير بنسبة (24.6%) بفارق طفيف جداً عن الحاصلين على درجة الدكتوراه بنسبة (25%) من إجمالي المبحوثين، ويتمتع معظم المبحوثين بنسبة (73.9%) بخبرة تزيد عن عشر سنوات، مقارنة بما نسبته (26.1%) ممن تتراوح خبرتهم ما بين عشر سنوات فأقل، وتشير هذه البيانات إلى أن المبحوثين عينة الدراسة على درجة عالية من الوعي بأهمية موضوع الدراسة؛ فضلاً عن أنهم تتوافر لديهم المعايير العلمية لإطلاق مسمى النخب العلمية عليهم.

2) اتجاهات المبحوثين نحو مدى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم

جدول رقم (7)

توزيع إجابات الدراسة حول وفق رأيهم بمدى

ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم

النسبة	العدد	الإجابة
3.4	6	غير ضروري
36.4	64	ضروري
60.2	106	ضروري جداً
100.0	176	المجموع

أشارت بيانات الظاهرة في جدول النتائج رقم (7) إلى أن معظم المبحوثين بنسبة (96.6%) يؤكدون على ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم؛ وذلك على مستوى درجتين من الضرورة، وأولاهما ضرورة الإقرار جداً بنسبة (60.2%)، وثانيهما ضرورة الإقرار فقط بنسبة (36.4%)، وذهب البعض بنسبة لا تتجاوز (3.4%) إلى عدم ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم.

(3) أهمية التربية الإعلامية في العملية التعليمية في المجتمع السعودي:

جدول رقم (8)

المتوسطات الحسابية وترتيبها تنازلياً لإجابات عينة الدراسة حول

مدى أهمية التربية الإعلامية في العملية التعليمية في المجتمع السعودي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
1	0.49	2.77	الوعي الإعلامي مهم في مواجهة تدفق المعلومات وانتشارها.
2	0.51	2.75	مواجهة التطرف بكافة جوانبه (الفكري، والديني، والسياسي).
3	0.57	2.66	الإسهام في تنقية المحتوى الإعلامي من المضامين الضارة.
4	0.56	2.64	التربية الإعلامية قضية تربوية مهمة وضرورية للمجتمع السعودي.
4	0.57	2.64	تعريف الأجيال الناشئة بالتحويلات الحضارية والتحديات الإعلامية المعاصرة.
6	0.56	2.61	الاستفادة من مصادر الإعلام في مساعدة الطلاب في المحافظة على هويتهم الثقافية.
6	0.59	2.61	الإسهام في ربط المنهج الدراسي بالحياة المعاصرة.
8	0.59	2.60	تحقيق قدر من التكامل بين وسائل الإعلام والمؤسسة التعليمية.
	0.45	2.66	المتوسط * العام

* المتوسط الحسابي من 3 درجات

أظهرت بيانات جدول نتائج الدراسة رقم (8) أن النخب الإعلامية والتربوية عينة الدراسة أكدت على أهمية التربية الإعلامية في العملية الإعلامية بدرجة عالية بلغ متوسطها العام (2.66) وأن ذلك يعود في الدرجة الأولى إلى أن تنمية الوعي الإعلامي لمواجهة تدفق المعلومات وانتشارها تمثل أبرز المؤشرات الدالة على أهمية التربية الإعلامية على مستوى العملية التعليمية في المجتمع السعودي بمتوسط حسابي (2.77)، تلاها في المرتبة الثانية مواجهة التطرف بكافة جوانبه (الفكري، والديني، والسياسي) بمتوسط حسابي (2.75)، ثم الإسهام في تنقية المحتوى الإعلامي من المضامين الضارة في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.66)، ثم توالى الأسباب التي تدفع إلى أهمية التربية الإعلامية بينما جاء مؤشر تحقيق قدر من التكامل بين وسائل الإعلام والمؤسسة التعليمية الذي احتل المرتبة الثامنة في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.60) من إجمالي الترتيب.

4) الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم:

جدول رقم (8)

المتوسطات الحسابية وترتيبها تنازلياً لإجابات عينة الدراسة حول

الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم

الترتيب	الانحراف المتوسط الحسابي	الأسباب
1	0.54	2.66 مخاطر المحتوى العابر للحدود على الثقافة المحلية والهوية الوطنية.
2	0.59	2.61 سهولة الوصول للمحتوى والتعرض له من قبل كافة أفراد المجتمع وشرائحه.
3	0.59	2.55 صعوبة الرقابة على إنتاج المحتوى.
4	0.64	2.48 إمكانية إنتاج المحتوى ونشره من قبل أفراد المجتمع دون قيود.
5	0.64	2.35 اتساع هامش الحرية.
	0.47	2.53 المتوسط* العام

* المتوسط الحسابي من 3 درجات

يتضح من بيانات الجدول رقم (8) أن مخاطر المحتوى العابر للحدود على الثقافة المحلية والهوية الوطنية تأتي في مقدمة الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم بمتوسط حسابي (2.66)، يليها في الترتيب الثاني سهولة الوصول للمحتوى والتعرض له من قبل كافة أفراد المجتمع وشرائحه بمتوسط حسابي (2.61)، بينما احتل صعوبة الرقابة على إنتاج المحتوى على الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (2.55) من إجمالي المتوسط العام لاستجابات المبحوثين، في حين جاء كُلي من: إمكانية إنتاج المحتوى ونشره من قبل أفراد المجتمع دون قيود، واتساع هامش الحرية في المرتبة الرابعة والخامسة بمتوسط حسابي (2.48)، (2.35) على الترتيب من إجمالي العام لاستجابات المبحوثين.

(5) المرحلة التعليمية المناسبة لإقرار مادة التربية الإعلامية فيها:

جدول رقم (9)

توزيع إجابات عينة الدراسة حول المرحلة التعليمية التي يرون

ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية فيها

النسبة	العدد	المرحلة التعليمية
50.6	89	المرحلة الثانوية
32.4	57	المرحلة المتوسطة
9.1	16	المرحلة الابتدائية
8.0	14	المرحلة الجامعية
100.0	176	المجموع

أوضحت بيانات الجدول رقم (9) أن (50.6%) من النخب الإعلامية والتربوية عينة الدراسة يرون أن المرحلة الثانوية تمثل أنسب المراحل التعليمية لإقرار مادة التربية الإعلامية، تلاها المرحلة المتوسطة بنسبة (32.4%)، ثم المرحلة الابتدائية بفارق طفيف عن المرحلة الجامعية التي احتلت المرتبة الأخيرة بنسبة (9.1%، 8%) على التوالي من إجمالي عينة الدراسة.

(6) الأهداف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تحقيقها في العملية التعليمية:

جدول رقم (10)

المتوسطات الحسابية وترتيبها تنازلياً لإجابات عينة الدراسة حول مدى

أهمية الأهداف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تحقيقها في العملية التعليمية

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأهداف
1	0.49	2.76	تنمية الرقابة الذاتية المستمدة من مبادئ الإسلام في استخدام المحتوى الإعلامي.
2	0.54	2.70	تنمية القدرة على الاختيار الواعي للمحتوى الإعلامي.
2	0.55	2.70	تنمية القدرة على كشف المصادر غير الموثوقة في إنتاج المحتوى الإعلامي.
4	0.54	2.69	إكساب الطلاب المهارات اللازمة للتعامل مع وسائل الإعلام.
5	0.56	2.62	مساعدة الطلاب على توظيف مصادر الإعلام في تنمية قيمة الانتماء للوطن.
6	0.57	2.59	تنمية قدرة الطلاب على استيعاب تقنيات العصر الرقمي وآليات التفاعل معه.
7	0.57	2.56	تنمية قدرة الطلاب على توظيف مصادر الإعلام في اكتساب المعرفة وتطبيقاتها.
7	0.58	2.56	تزويد الطلاب بمحتوى مناسب من الثقافة الإعلامية.
9	0.65	2.52	معرفة أخلاقيات الإعلام وتشريعاته وضوابط إنتاج محتواه.
10	0.58	2.51	تنمية قدرة الطلاب على الاستفادة من مصادر الإعلام في تحقيق الاتصال الفعال.
11	0.65	2.46	تعزيز روح التعايش الإيجابي مع الآخرين.
12	0.67	2.40	إكساب مهارات إنتاج المحتوى الإعلامي بمهنية وإيجابية.
13	0.72	2.33	معرفة طبيعة العمل الإعلامي ووسائله.
	0.44	2.57	المتوسط * العام

* المتوسط الحسابي من 3 درجات

تبين نتائج الجدول رقم (10) أن النخب الإعلامية والتربوية عينة الدراسة يرون أن تنمية الرقابة الذاتية المستمدة من مبادئ الإسلام في استخدام المحتوى الإعلامي؛ تحتل المرتبة الأولى من جملة الأهداف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تحقيقها في العملية التعليمية بمتوسط حسابي (2.76) بينما احتل هدف تنمية القدرة على كشف المصادر غير الموثوقة في إنتاج المحتوى الإعلامي المرتبة الثانية بين أهداف التربية الإعلامية بمتوسط حسابي (2.70) أما هدف "تنمية القدرة على الاختيار الواعي للمحتوى الإعلامي" فقد جاء في المرتبة الثالثة

بين أهداف التربية الإعلامية بمتوسط حسابي (2.70) ثم توالت بقية الأهداف بنسب متقاربة ليأتي هدف "معرفة طبيعة العمل الإعلامي ووسائله" بالمرتبة الأخيرة بين أهداف التربية الإعلامية بمتوسط حسابي (2.33).

(7) المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب:

جدول رقم (11)

المتوسطات الحسابية وترتيبها تنازلياً لإجابات عينة الدراسة حول
المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المعارف
1	0.58	2.63	التعريف بأساليب التأثير الإعلامي.
2	0.61	2.56	التعريف بالأهداف السياسية والثقافية والاجتماعية والتجارية لمؤسسات وسائل الإعلام.
3	0.63	2.36	التعريف بمصادر المواد الإعلامية.
4	0.66	2.34	التعريف بمفاهيم الإعلام ووسائله.
5	0.63	2.32	التعريف بطرق عمل وسائل الإعلام.
	0.51	2.44	المتوسط* العام

* المتوسط الحسابي من 3 درجات

أشارت البيانات المعروضة في الجدول رقم (11) فيما يتعلق برأي المبحوثين من النخب الإعلامية والتربوية حول ما ينبغي أن تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابه للطلاب على المستوى المعرفي إلى أن "التعريف بأساليب التأثير الإعلامي" يمثل أهم المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابه للطلاب بمتوسط حسابي (2.63)؛ ومن ثم "التعريف بالأهداف السياسية والثقافية والاجتماعية والتجارية لمؤسسات وسائل الإعلام" بالمرتبة الثانية من قائمة المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب بمتوسط حسابي (2.56)؛ بنما جاء "التعريف بمصادر المواد الإعلامية" بالمرتبة الثالثة، ثم توالت المجالات المعرفية التي يرى المبحوثون أنه ينبغي لمقرر التربية الإعلامية أن يحققها بنسب متقاربة ليأتي "التعريف بطرق عمل وسائل الإعلام" في المرتبة الأخيرة من قائمة المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب بمتوسط حسابي (2.32).

(8) المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب

جدول رقم (12)

المتوسطات الحسابية وترتيبها تنازلياً لإجابات عينة الدراسة حول

مدى أهمية المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المهارات
1	0.54	2.70	مهارة التفكير الناقد لمحتوى المواد الإعلامية.
2	0.59	2.60	مهارة قراءة الرسالة الإعلامية وفك رموزها.
2	0.59	2.60	مهارة اتخاذ القرار المناسب بشأن المضامين الإعلامية
4	0.64	2.45	مهارة حل المشكلات من خلال التعرض لوسائل الإعلام.
5	0.66	2.38	مهارة المشاركة في إنتاج المضامين الإعلامية.
	0.48	2.55	المتوسط* العام

* المتوسط الحسابي من (3) درجات

بينت نتائج الدراسة المعروضة في الجدول رقم (12) أن مهارة التفكير الناقد لمحتوى المواد الإعلامية؛ يحتل مقدمة المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب وفقاً لاتجاهات النخب التربوية والإعلامية عينة الدراسة بمتوسط حسابي (2.70)، تلاها في المرتبة الثانية مهارتي: (أ) قراءة الرسالة الإعلامية وفك رموزها (ب) اتخاذ القرار المناسب بشأن المضامين الإعلامية بمتوسط حسابي (2.60) لكل منهما على حدة، بينما جاءت مهارة حل المشكلات من خلال التعرض لوسائل الإعلام في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.45)، أما مهارة المشاركة في إنتاج المضامين الإعلامية فقد حصلت على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.38) من إجمالي المتوسط العام.

(9) القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب

جدول رقم (13)

المتوسطات الحسابية وترتيبها تنازلياً لإجابات عينة الدراسة حول

مدى أهمية القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	القيم
1	0.57	2.73	تنمية القيم الإيمانية (الإيمان بالله، التقوى، الخوف من الله، المراقبة).
2	0.52	2.72	تنمية القيم الفكرية (التفكير، تقبل النقد، حرية التعبير، الحوار، الانفتاح على الآخر).
3	0.55	2.71	تنمية القيم الاجتماعية (التسامح، التعاون، احترام الآخرين).
3	0.58	2.71	تنمية القيم الخلقية (غض البصر، العفة، الحياء، حسن الخلق)
5	0.55	2.70	تنمية القيم الذاتية (تقدير الذات، المسؤولية، الالتزام).
6	0.57	2.68	تنمية القيم العلمية (الموضوعية، الأمانة العلمية، حب العلم والمعرفة).
	0.49	2.71	المتوسط* العام

* المتوسط الحسابي من 3 درجات

أفادت بيانات الجدول رقم (13) إلى أن "تنمية القيم الإيمانية (الإيمان بالله، التقوى، الخوف من الله، المراقبة)؛" تعد أبرز القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب في المراحل التعليمية المختلفة وفقاً لاتجاهات النخب التربوية والإعلامية عينة الدراسة بمتوسط حسابي (2.73) بينما احتلت "تنمية القيم الفكرية (التفكير، تقبل النقد، حرية التعبير، الحوار، الانفتاح على الآخر)" المرتبة الثانية من أولوية القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب في المراحل التعليمية المختلفة بمتوسط حسابي (2.72) وفي المرتبة الثالثة جاءت قيمة "تنمية القيم الاجتماعية (التسامح، التعاون، احترام الآخرين)" كأبرز القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب في المراحل التعليمية المختلفة بمتوسط حسابي (2.71) ثم توالى بقية القيم بنسب متقاربة بينما تراجع قيمة "تنمية القيم العلمية (الموضوعية، الأمانة العلمية، حب العلم والمعرفة)" كأحد القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب في المرتبة الأخيرة وفقاً لاتجاهات المبحوثين بمتوسط حسابي (2.68)

(10) الأساليب التي ينبغي الأخذ بها لتحقيق التربية الإعلامية أهدافها في التعليم

جدول رقم (14)

المتوسطات الحسابية وترتيبها تنازلياً لإجابات عينة الدراسة حول

مدى أهمية الأساليب التي يتم الأخذ بها لتحقيق التربية الإعلامية أهدافها في التعليم

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأساليب	م
1	0.49	2.77	تأهيل مدرسين قادرين على تحقيق رسالة التربية الإعلامية.	1
2	0.50	2.76	تصميم مادة التربية الإعلامية من خلال متخصصين في مجال التربية والإعلام.	2
3	0.53	2.69	بناء برامج تدريبية يشارك فيها الطلاب في مجال قراءة وتحليل ونقد الرسائل الإعلامية لنشر ثقافة التربية الإعلامية.	3
4	0.54	2.68	توفير الإمكانيات المادية والبشرية اللازمة للتربية الإعلامية في التعليم.	4
5	0.56	2.66	إنشاء وسائل إعلامية ومعامل وتطبيقات في البيئة التعليمية تتيح للطلاب فرص المشاركة والتعبير عن الرأي.	5
6	0.60	2.63	وضع أهداف التربية الإعلامية متسقة مع أهداف المرحلة التعليمية الواردة في السياسة التعليمية في المملكة العربية السعودية.	6
7	0.56	2.62	تعزيز الاستفادة من الأنشطة الطلابية في خدمة التربية الإعلامية.	7
8	0.68	2.36	الاستعانة بالخبرات الدولية عند تصميم مادة التربية الإعلامية.	8
	0.43	2.65	المتوسط* العام	

* المتوسط الحسابي من 3 درجات

كشفت نتائج الدراسة المعروضة في الجدول رقم (14) أن "تأهيل مدرسين قادرين على تحقيق رسالة التربية الإعلامية؛ تأتي في مقدمة الأساليب التي ينبغي الأخذ بها لتحقيق التربية الإعلامي أهدافها في التعليم بمتوسط حسابي (2.77) بينما جاء أسلوب " تصميم مادة التربية الإعلامية من خلال متخصصين في مجال التربية والإعلام؛ في المرتبة الثانية من الأساليب التي ينبغي الأخذ بها لتحقيق التربية الإعلامية في المرحلة التعليمية بمتوسط حسابي (2.76)؛ أما أسلوب "بناء برامج تدريبية يشارك فيها الطلاب في مجال قراءة وتحليل ونقد الرسائل الإعلامية لنشر ثقافة التربية الإعلامية؛ فقد جاء في المرتبة الثالثة من الأساليب التي ينبغي الأخذ بها لتحقيق التربية الإعلامية في المرحلة التعليمية بمتوسط حسابي (2.69)؛ ثم توالى بقية الأساليب التي

ينبغي الأخذ بها لتحقيق التربية الإعلامية أهدافها في التعليم ليأتي "أسلوب الاستعانة بالخبرات الدولية عند تصميم مادة التربية الإعلامية" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.36).

11) التباين في اتجاهات النخب الإعلامية والتربوية نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم استهدفت الدراسة استكشاف مدى التباين في اتجاهات النخب التربوية والإعلامية نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم وفقاً لفروض الدراسة في ضوء متغيرات النوع والتخصص والخبرة، وتم تصنيف قراءة هذه النتائج وفقاً لمتغيرات الدراسة بما يتناسب مع نوع الاختبار الإحصائي المناسب وجاءت النتائج كما يأتي:

(أ) تباين اتجاهات النخب نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم باختلاف النوع:

جدول رقم (15)

اختبار (ت) لدلالة الفروق في استجابات عينة الدراسة حول

اتجاهاتهم نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم باختلاف نوع العينة

التعليق	مستوى الدلالة	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	نوع العينة	المحور / البعد
غير دالة	0.995	0.01	0.48	2.53	112	ذكر	الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية
			0.46	2.53	64	أنثى	
غير دالة	0.134	1.51	0.47	2.62	112	ذكر	مدى أهمية التربية الإعلامية في العملية التعليمية
			0.39	2.73	64	أنثى	
غير دالة	0.109	1.61	0.46	2.53	112	ذكر	الأهداف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تحقيقها
			0.38	2.64	64	أنثى	
غير دالة	0.198	1.29	0.54	2.41	112	ذكر	المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب
			0.45	2.51	64	أنثى	
غير دالة	0.130	1.52	0.51	2.50	112	ذكر	المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب
			0.43	2.62	64	أنثى	
دالة عند مستوى 0.01	0.000	3.55	0.54	2.62	112	ذكر	القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تمتيتها لدى الطلاب
			0.32	2.85	64	أنثى	
غير دالة	0.087	1.72	0.46	2.61	112	ذكر	أساليب تحقيق التربية الإعلامية في التعليم
			0.36	2.72	64	أنثى	

يتضح من الجدول رقم (15) أن قيم (ت) غير دالة في الأبعاد: (الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية، مدى أهمية التربية الإعلامية في العملية التعليمية، الأهداف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تحقيقها، المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب، المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب، أساليب تحقيق التربية الإعلامية في التعليم)، مما يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول اتجاهاتهم نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم في تلك الأبعاد، تعود لاختلاف نوع العينة، عدا بعد القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب الذي جاءت قيمة (ت) دالة عند مستوى (0.01)، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب، تعود لاختلاف نوع العينة، وكانت تلك الفروق لصالح الإناث، وبالتالي قبول الفرض الإحصائي الذي يشير إلى وجود فروق دالة إحصائية بين اتجاهات النخب الإعلامية والتربوية نحو إقرار مادة "التربية الإعلامية" في مرحلة التعليم ما قبل الجامعي ومتغير النوع جزئياً، وهذا يعني أن النخب النسائية التربوية والإعلامية ترى أن تعليم القيم المتعلقة بالتربية الإعلامية ضرورية بدرجة أعلى من الذكور.

(ب) تباين اتجاهات النخب نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم باختلاف التخصص:

جدول رقم (16)

اختبار (ت) لدلالة الفروق في استجابات عينة الدراسة حول

اتجاهاتهم نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم باختلاف التخصص

المحور/ البعد	نوع التخصص	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة	التعليق
الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية	إعلام	80	2.57	0.40	0.96	0.338	غير دالة
مدى أهمية التربية الإعلامية في العملية التعليمية	إعلام	80	2.66	0.37	0.07	0.942	غير دالة
الأهداف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تحقيقها	إعلام	80	2.53	0.37	0.99	0.322	غير دالة
المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب	إعلام	80	2.46	0.44	0.41	0.686	غير دالة
المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب	إعلام	80	2.46	0.42	2.29	0.023	دالة عند مستوى 0.05
القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب	إعلام	80	2.62	0.47	2.30	0.023	دالة عند مستوى 0.05
أساليب تحقيق التربية الإعلامية في التعليم	إعلام	80	2.68	0.36	0.86	0.391	غير دالة
	تربية	96	2.62	0.48			

يتضح من الجدول رقم (17) أن قيم (ت) غير دالة في الأبعاد: (الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية، مدى أهمية التربية الإعلامية في العملية التعليمية، الأهداف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تحقيقها، المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب، أساليب تحقيق التربية الإعلامية في التعليم)، أي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول اتجاهاتهم نحو إقرار

مادة التربية الإعلامية في التعليم في تلك الأبعاد، تعود لاختلاف نوع تخصص أفراد العينة، عدا قيم (ت) الدالة عند مستوى (0.05) في أبعاد: (المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب، والقيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تمتيتها لدى الطلاب).

مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول المهارات والقيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها وتمتيتها لدى الطلاب، تعود لاختلاف نوع تخصص أفراد العينة، وبالتالي قبول الفرض الإحصائي الذي يشير إلى وجود فروق دالة إحصائية بين اتجاهات النخب الإعلامية والتربوية نحو إقرار مادة "التربية الإعلامية" في مرحلة التعليم ما قبل الجامعي ومتغير التخصص جزئياً، وهذا يعني أن النخب التربوية ترى أن تعليم القيم والمهارات المتعلقة بالتربية الإعلامية ضرورية بدرجة أعلى من النخب الإعلامية.

(ت) تباين اتجاهات النخب نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم باختلاف سنوات الخبرة:

جدول رقم (17)

اختبار (ت) لدلالة الفروق في استجابات عينة الدراسة حول اتجاهاتهم نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم باختلاف عدد سنوات الخبرة

التعليق	مستوى الدلالة	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	عدد سنوات الخبرة	المحور / البعد
دالة عند مستوى 0.01	0.009	2.68	0.34	2.66	46	عشر سنوات فأقل	الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية
دالة عند مستوى 0.05	0.035	2.14	0.33	2.76	46	عشر سنوات فأقل	مدى أهمية التربية الإعلامية في العملية التعليمية
غير دالة	0.211	1.25	0.34	2.64	46	عشر سنوات فأقل	الأهداف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تحقيقها
			0.47	2.55	130	أكثر من عشر سنوات	

المحور/ البعد	عدد سنوات الخبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة	التعليق
المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب	عشر سنوات فأقل	2.54	0.41	1.48	0.142	غير دالة
المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب	عشر سنوات فأقل	2.58	0.41	0.60	0.547	غير دالة
القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب	عشر سنوات فأقل	2.80	0.38	1.52	0.130	غير دالة
أساليب تحقيق التربية الإعلامية في التعليم	عشر سنوات فأقل	2.70	0.30	1.15	0.254	غير دالة

يتضح من الجدول رقم (17) أن قيم (ت) غير دالة إحصائياً في أبعاد: (الأهداف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تحقيقها، المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب، المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب، القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تمتيتها لدى الطلاب، أساليب تحقيق التربية الإعلامية في التعليم) مما يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول اتجاهاتهم نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم في تلك الأبعاد، تعود لاختلاف عدد سنوات خبرة أفراد العينة.

بينما جاءت قيم (ت) دالة عند مستوى (0.05) فأقل في الأبعاد: (الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية، مدى أهمية التربية الإعلامية في العملية التعليمية) مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة

إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية ومدى أهمية التربية الإعلامية في العملية التعليمية، تعود لاختلاف عدد سنوات خبرة أفراد العينة، وبالتالي قبول الفرض الإحصائي الذي يشير إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين اتجاهات النخب الإعلامية والتربوية نحو إقرار مادة "التربية الإعلامية" في مرحلة التعليم ما قبل الجامعي ومتغير الخبرة جزئياً، وهذا يعني أن النخب الذين لديهم خبرات لعشر سنوات فأقل ترى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية وأهميتها في العملية التعليمية بدرجة أعلى من النخب الذين لديهم خبرات أكثر من عشر سنوات.

ثاني عشر: مناقشة النتائج وتفسيرها:

دفع المشهد المتداخل للإعلام الجديد وتقنياته المتطورة، إلى بروز مفهوم التربية الإعلامية لينقل الرقابة الإعلامية من القائم بالاتصال إلى الجمهور، في رؤية تشير إلى أن التربية الإعلامية تعني الجهود التخطيطية للمؤسسات التربوية والتعليمية الرسمية وغير الرسمية، التي تسعى إلى تنمية مهارات الفرد ليكون قادراً على التعامل الإيجابي والواعي مع الإعلام وتقنياته، وتهيئتهم للمشاركة في صناعة المحتوى الإعلامي ضمن أخلاقيات المجتمع وضوابط حرية الكلمة، والتخلص من الانعكاسات السلبية لاستخدام وسائل الإعلام، والمحافظة على الهوية ودعم مقومات الثقافة الوطنية والمحلية.

لذا سعت هذه الدراسة إلى التعرف على آراء الخبراء من النخب الإعلامية والتربوية في المملكة العربية السعودية نحو مدى الحاجة إلى إقرار مادة التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية، والأسباب التي تدفع إلى إقرارها، والأهمية التعليمية التي تنطلق منها، والمستوى التعليمي الذي تقدم فيه، والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، والمحتوى المعرفي والمهاري والقيمي الذي ينبغي أن تتناوله، والأساليب التي ينبغي الأخذ بها لتحقيق التربية الإعلامية أهدافها.

واستندت في أساسها النظري على ثلاثة مداخل هي: مدخل الحماية الذي ينطلق في علاقته بالتربية الإعلامية على فرضية أن المواد الإعلامية المعروضة ستجعل الأفراد يرغبون في تقليد ما يعرض، ومن ثم فإن سياسة المنع والتجريم ستعمل على حماية الأفراد والمجتمع من هذه المخاطر، وتتخذ الدول مجموعة من التدابير في سبيل ذلك، منها: سن القوانين الخاصة بالنشر والبت الإعلامي، والتشفير، والتتقية من خلال حجب المشاهد غير الملائمة، ومدخل التناول الناقد للمضامين الإعلامية الذي يستند على أن التناول الناقد للمادة الإعلامية يؤدي إلى إنتاج فرد ناقد ومحلل، وبالتالي رفع كفاءة مستخدمي وسائل الإعلام، وإكسابهم مهارات التعرض النقدي لوسائل الإعلام بما يساعد على حمايتهم من الأثار السلبية للرسائل الاتصالية، ونظرية المسؤولية الاجتماعية التي انطلقت الفرضية الرئيسة لها من مبدأ الحرية باعتبارها حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، وهذا يعني أن منتج الرسالة الإعلامية لا يملك الحرية المطلقة في بث ونشر ما يريد، ولكنه مطالب بالموازنة بين الحرية والمسؤولية، ومع التطورات التي شهدتها البيئة الاتصالية أصبح الجمهور مسؤولاً عن إنتاج الرسالة الإعلامية ومستهلكاً لها، وهو ما جعل رواد هذه النظرية يضيفون بعداً آخر لهذه النظرية يركز على أن نظرية المسؤولية الاجتماعية تشمل مسؤولية الجمهور في أن يفكر بشكل نقدي في الرسالة الإعلامية التي يستقبلها، وأن لا يقبلها قاعدة مسلماً بها، فعليه إدراك وتحليل الرسالة الإعلامية نقدياً، ومعرفة مدى توافقها مع أفكاره ومعتقداته ومصالحه، وهو اتجاه نظري يفسر بعداً من أبعاد التربية الإعلامية.

وقد وظفت الدراسة المنهج العلمي الكمي وفق إجراءات المسح الميداني باستخدام أداة الاستبانة المتبع في الدراسات الإعلامية، إذ يتيح للباحث استخدام الطرق، والأساليب الإحصائية؛ للتعرف على اتجاهات النخب التربوية والإعلامية نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم، على عينة بلغ عددها (176) مفردة، منهم (80) خبيراً إعلامياً، و(96) خبيراً تربوياً، منهم (59) أكاديمياً، و(45) مهنياً، و(62) قيادياً، (89) منهم يحملون شهادات عليا في تخصصاتهم، وخبرة (130) منهم أكثر من عشر سنوات، وقد مثلت هذه العينة بهذه السمات، الفئات المستهدفة من النخب التربوية والإعلامية، وانتهت الدراسة إلى جملة من النتائج من أهمها:

1) ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامي في مناهج التعليم

أكد غالبية النخب التربوية والإعلامية عينة الدراسة بنسبة (96.6%) على ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم؛ وذلك على مستوى درجتين من الضرورة، وألاهما ضرورة الإقرار جداً بنسبة (60.2%)، وثانيهما ضرورة الإقرار فقط بنسبة (36.4%)، وذهب البعض بنسبة لا تتجاوز (3.4%) إلى عدم ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم، وتتفق هذه الدراسة مع دراسة (كيريون: 2016) التي خلصت نتائجها إلى اتفاق القيادات في مواقفهم الإيجابية تجاه الحاجة إلى التربية الإعلامية في المدارس، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (مغاري: 2015) التي خلصت إلى تأكيد أفراد العينة بدرجة عالية على أهمية تضمين التربية الإعلامية في المنهاج الفلسطيني وأهدافها، ومحتواها، وهو ما حث عليه المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية الذي نظّمته وزارة التعليم في المملكة العربية السعودية، وتبرهن النتيجة في الوقت نفسه على مدى وعي الباحثين بأهمية التربية الإعلامية في حياة النشء، التي دفعتهم إلى التأكيد على ضرورة إقرارها مسارا دراسيا في المناهج التعليمية؛ بوصفها أداة حيوية للتعامل الإيجابي مع المحتوى الإعلامي، الذي أصبح يشكل جزءاً أساساً من الحياة اليومية للطلاب؛ وتنمية تفكير الطالب، وتمكينه من مواجهة الآثار السلبية لوسائل الإعلام، خاصة وأنهم يمتلكون اليوم التكنولوجيا التي تيسر لهم الممارسة شبه الإعلامية من خلال التواصل الاجتماعي، وأن هناك خطورة تكمن في طبيعة التعرض للرسائل الإعلامية في سن التكوين الأساس لدى الشباب.

2) أهمية التربية الإعلامية في العملية التعليمية في المجتمع السعودي

كشفت الدراسة أن النخب الإعلامية والتربوية عينة الدراسة يرون أهمية تضمين التربية الإعلامية في العملية التعليمية بدرجة عالية بلغ متوسطها العام (2.66) وأن ذلك يعود بالدرجة الأولى إلى أن تنمية الوعي الإعلامي لمواجهة تدفق المعلومات وانتشارها تمثل أبرز المؤشرات الدالة على أهمية التربية الإعلامية على مستوى العملية التعليمي في المجتمع السعودي بمتوسط حسابي (2.77)، تلاها في المرتبة الثانية مواجهة التطرف بكافة

جوانبه (الفكري، والديني، والسياسي) بمتوسط حسابي (2.75)، ثم الإسهام في تقنية المحتوى الإعلامي من المضامين الضارة في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.66)، ثم توالت الأسباب التي تدفع إلى أهمية التربية الإعلامية بينما جاء مؤشر تحقيق قدر من التكامل بين وسائل الإعلام والمؤسسة التعليمية الذي احتل المرتبة الثامنة في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.60) من إجمالي الترتيب.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Hart , A:2014) التي أشارت إلى أن أهمية التربية الإعلامية تتضح في ارتباطها بالوعي الهادف إلى معرفة المحتوى والرسائل الإعلامية وتقييمها، وفهم التأثيرات الإعلامية على المستويين العملي ومختلف الأنظمة (السياسة والأدبية والاجتماعية والفنية وغيرها) وتشجيع المشاركة النشطة في صنع المحتوى الإعلامي للطلاب بدلاً من مجرد الاكتفاء بالمتابعة، وهو ما أكدته دراسة (محمود: 2015) التي أشارت نتائجها إلى أن التربية الإعلامية جزء أساس من تعليم الطلاب؛ لتمكينهم في كافة مراحل التعليم من التعامل الواعي والإيجابي مع الرسائل الإعلامية، من خلال القراءة الصحيحة والتفكير الناقد لها وتحليل مضامينها، ثم اتخاذ القرارات المناسبة بشأنها.

وتتفق هذه الدراسة مع دراسة (العجاجي:2016) التي أظهرت نتائجها وجود مشكلات اتصالية يعاني منها طلاب التعليم العام التي تظهر في سلوكياتهم والنتيجة عن الافتقار إلى مهارات التفكير النقدي وتأثير الصورة الذهنية في تفسير مضمون الرسالة، وعدم القدرة على فهم الهدف من الرسالة الإعلامية، وأكدت في الوقت نفسه على أهمية إدراج مادة التربية الإعلامية مقررًا تعليميًا مستقلاً.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن الهدف العام والرئيس للتربية الإعلامية يكمن في الفهم الواعي للتأثيرات الإعلامية والإدراك السليم لهدفها الحقيقي؛ بتعريف الطلاب بمعايير الحكم على المضامين الإعلامية المحيطة بهم، التي تظالمهم بها وسائل الإعلام، حتى يتسنى لهم التمييز بين الرسائل الإيجابية التي تسهم في تعزيز هويتهم الثقافية والمشاركة الإيجابية والفعالة في التنمية الاجتماعية، والرسائل السلبية التي تدفعهم إلى التطرف بكافة جوانبه (الفكرية، والدينية، والسياسية)؛ في ظل التحولات الحضارية والتحديات الإعلامية المعاصرة.

3) الأسباب التي تدعو إلى إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم:

أظهرت نتائج الدراسة أن مخاطر المحتوى العابر للحدود على الثقافة المحلية والهوية الوطنية تأتي في مقدمة الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم بمتوسط حسابي (2.66)، يليها في الترتيب الثاني سهولة الوصول للمحتوى والتعرض له من قبل كافة أفراد المجتمع وشرائه بمتوسط حسابي (2.61)، بينما احتل صعوبة الرقابة على إنتاج المحتوى على الترتيب الثالث بمتوسط حسابي (2.55) من إجمالي المتوسط العام لاستجابات المبحوثين، في حين جاء كل من: إمكانية إنتاج المحتوى ونشره من قبل

أفراد المجتمع دون قيود، واتساع هامش الحرية في المرتبة الرابعة والخامسة بمتوسط حسابي (2.48، 2.35) على الترتيب من الإجمالي العام لاستجابات المبحوثين.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة (Masterman, L:2015) التي أكدت على الدور الرائد للتربية الإعلامية مع تزايد استخدام التكنولوجيا والمحتوى الإعلامي الموجه؛ الذي يتم إنتاجه ليس فقط عن طريق المتخصصين في المجال الإعلامي؛ ومن ثم يعد الاهتمام بزيادة وعي الشباب بالتربية الإعلامية مسألة حيوية؛ من أجل التعامل بحكمة مع المجتمع الإعلامي المتغير، واتفقت النتيجة مع ما انتهت إليه دراسة (أسماء علي: 2016) التي خلصت إلى أن أهم الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم؛ تتمثل في مواجهة تحديات الغزو الفكري ومعالجة المشكلات النفسية والثقافية، وتنمية قيمة الانتماء للوطن، واحترام التعددية والمصلحة العامة.

تبرهن هذه النتيجة على أن للتربية دوراً مهماً في مواجهة مخاطر الإعلام الموجه العابر للحدود في بيئة اتصالية مفتوحة لا يمكن معها التحقق من صحة المصدر ومنتج المحتوى في كثير من الأحيان وهو ما أكدته النخب الإعلامية والتربوية المستهدفة في هذه الدراسة وأكدها الدراسات السابقة من خطورة تكمن في التأثيرات السلبية للمحتوى العابر للحدود على الهوية الوطنية والثقافة السائدة.

4) المرحلة التعليمية المناسبة لإقرار مادة التربية الإعلامية فيها

أوضحت نتائج الدراسة أن (50.6%) من النخب الإعلامية والتربوية عينة الدراسة يرون أن المرحلة الثانوية تمثل أنسب المراحل التعليمية لإقرار مادة التربية الإعلامية، تلاها المرحلة المتوسطة بنسبة (32.4%)، ثم المرحلة الابتدائية بفارق طفيف عن المرحلة الجامعية التي احتلت المرتبة الأخيرة بنسبة (9.1%، 8%) على التوالي من إجمالي عينة الدراسة، واتفقت النتيجة مع ما انتهت إليه دراسة (أسماء علي: 2016) التي أشارت نتائجها إلى أن التربية الإعلامية من أهم الأدوار التي ينبغي أن تقوم بها المدارس الثانوية، أما دراسة (محمود: 2015) فقد أشارت إلى اتفاق الدول الثلاث التي تناولتها الدراسة (بريطانيا، وأمريكا، وكندا) على أهمية دمج التربية الإعلامية بالمقررات الدراسية بكافة مراحل التعليم، وهو ما أكدته دراسة (هبة ديوب: 2011) التي انتهت إلى أهمية تفعيل التربية الإعلامية في مرحلة التعليم الأساس، وهو ما أكدته دراسة (العجاجي: 2016) بإدراج مادة التربية الإعلامية مادة مستقلة في التعليم العام، وانتهت دراسة (Diana Graber: 2012) إلى أن مدارس المرحلة المتوسطة هي المرحلة المناسبة لإقرار مادة التربية الإعلامية؛ لتطوير القدرات المعرفية للطلاب بما يعزز التفكير الأخلاقي لديهم أثناء استخدامهم لوسائل الإعلام الجديد.

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (جاب الله: 2017) من أن المرحلة الجامعية تمثل أنسب المراحل التعليمية لإقرار مادة التربية الإعلامية؛ خاصة وأنها تعزز قدرات طلاب الجامعات في الوعي بمضامين الإعلام، وفهم وتحليل ما تقدمه وسائل الاتصال الحديثة والوسائط المتعددة في هذا المجتمع المعلوماتي، ويرى الباحث أن التعليم الأساس المتمثل بالمرحلتين المتوسطة والثانوية هو المجال الأنسب لإقرار مادة التربية الإعلامية الذي أشارت إليه معظم الدراسات التي ناقشت هذا الموضوع، بفارق طفيف بين المرحلتين المتوسطة والثانوية، إلا أن المرحلة الثانوية هي الأنسب لإقرار هذه المادة، ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أهمية مرحلة الثانوية العامة؛ بوصفها المرحلة التي تحدد المصير العلمي والمهني للطالب مدى الحياة هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى فإن الطالب في هذه المرحلة يمر بمرحلة المراهقة بما تحمله من نزعات وأهواء وأحلام وتقلبات في المزاج وغيرها التي تدفعه إلى تجربة كل شيء وأحياناً الثقة في كل شيء، ومن ثم تبرز أهمية التربية الإعلامية في حمايته في هذه المرحلة وتهذيب سلوكه وتنمية وعيه ضد الأفكار والثقافة المادية التي تروج لها وسائل الإعلام، فضلاً عن مساعدتها للطلاب في التخلص من الكثير من المشكلات النفسية والثقافية والاجتماعية التي يمر بها في هذه المرحلة، وإعادة فهم الأمور بطريقة صحيحة ذات نزعة عصرية، وتنمية مهارات حل المشكلات لديه، كما أن الطلاب في هذه المرحلة المتقدمة من التعليم العام مرحلة مناسبة لاكتساب مهارات التعامل الإيجابي مع وسائل الإعلام سواء من حيث الاستخدام أو المشاركة في إنتاج المحتوى ونشره قد لا يكونوا مهيبين لها في المرحلة السابقة أو اللاحقة.

(5) أهداف مادة التربية الإعلامية في العملية التعليمية:

تبين نتائج الدراسة أن النخب الإعلامية والتربوية عينة الدراسة ترى أن تنمية الرقابة الذاتية المستمدة من مبادئ الإسلام في استخدام المحتوى الإعلامي؛ تحتل المرتبة الأولى من جملة الأهداف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تحقيقها في العملية التعليمية بمتوسط حسابي (2.76) بينما احتل هدف تنمية القدرة على كشف المصادر غير الموثوقة في إنتاج المحتوى الإعلامي المرتبة الثانية بين أهداف التربية الإعلامية بمتوسط حسابي (2.70) أما هدف "تنمية القدرة على الاختيار الواعي للمحتوى الإعلامي" فقد جاء في المرتبة الثالثة بين أهداف التربية الإعلامية بمتوسط حسابي (2.70) ثم توالى بقية الأهداف بنسب متقاربة ليأتي هدف "معرفة طبيعة العمل الإعلامي ووسائله" بالمرتبة الأخيرة بين أهداف التربية الإعلامية بمتوسط حسابي (2.33). وهو ما أكدته دراسة (Diana Graber: 2012) التي أظهرت نتائجها أن الأطفال والمراهقين في الوقت الراهن لا يحتاجون إلى مساعدتنا لتعليمهم تشغيل البرامج والأجهزة؛ ولكنهم بحاجة إلى تجارب غنية وملموسة

وأشطة في التواصل الاجتماعي، لتطوير قدراتهم المعرفية بما يعزز التفكير الأخلاقي لديهم أثناء استخدامهم لوسائل الإعلام الجديد، وأشارت إليه دراسة (العجاجي 2016) فيما انتهت إليه دراستها حول دور التفكير النقدي في اكساب الطالب مهارات تجعله يفكر بشكل نقدي في الرسالة الإعلامية التي يستقبلها، ودراسة (حسن 2015) التي أظهرت أن ممارسة الطلاب لمهارة التربية الإعلامية الأساس تمثلت على التوالي في: ممارسة أخلاقيات العمل الإعلامي، وقدرة الطلاب على التفكير الناقد لمحتوى المواد الإعلامية، واتخاذهم القرار المناسب بشأن المضامين الإعلامية، ثم قراءة الرسالة الإعلامية، ومشاركتهم في الإنتاج الإعلامي. وهي في نظر الباحث نتائج تؤكد على أهداف محورية في مقرر التربية الإعلامية تعكس أبعاد التربية الإعلامية في رؤية تشير إلى أن التربية الإعلامية تعني الجهود التخطيطية للمؤسسات التربوية والتعليمية الرسمية وغير الرسمية، التي تسعى إلى تنمية مهارات الفرد ليكون قادراً على التعامل الإيجابي والواعي مع الإعلام وتقنياته، وتهيئتهم للمشاركة في صناعة المحتوى الإعلامي ضمن أخلاقيات المجتمع وضوابط حرية الكلمة، والتخلص من الانعكاسات السلبية لاستخدام وسائل الإعلام، والمحافظة على الهوية ودعم مقومات الثقافة الوطنية والمحلية.

(6) المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب:

أشارت نتائج الدراسة فيما يتعلق برأي الباحثين من النخب الإعلامية والتربوية حول ما ينبغي أن تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابه للطلاب على المستوى المعرفي إلى أن "التعريف بأساليب التأثير الإعلامي" يمثل أهم المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب بمتوسط حسابي (2.63)؛ ومن ثم "التعريف بالأهداف السياسية والثقافية والاجتماعية والتجارية لمؤسسات وسائل الإعلام" بالمرتبة الثانية من قائمة المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب بمتوسط حسابي (2.56)؛ بينما جاء "التعريف بمصادر المواد الإعلامية" بالمرتبة الثالثة، ثم توالت المجالات المعرفية التي يرى الباحثون أنه ينبغي لمقرر التربية الإعلامية أن يحققها بنسب متقاربة ليأتي "التعريف بطرق عمل وسائل الإعلام" في المرتبة الأخيرة من قائمة المعارف التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب بمتوسط حسابي (2.32). وتشير هذه النتيجة إلى أهمية الإثراء المعرفي للطلاب في هذه المرحلة لمفهوم التأثير الإعلامي ومستوياته وأساليبه باعتبار ذلك مجالاً للوعي باتجاهات صناعة المحتوى واستراتيجيات الاقناع فيه وأهداف صانعيه، ومن ثم تأتي أهمية التزويد المعرفي بأهداف وسياسات المؤسسات الإعلامية والأيدولوجيا التي يمكن أن تكون المهيم على المحتوى الإعلامي المنشور مما ينمي لدى الطلاب الوعي بضرورة اختيار الوسيلة والرسالة وفقاً

لمعايير مهنية ناقدة تخضع المحتوى للفحص والتأمل لتبني معايير ذاتية تحصن الطلاب من الوقوع في شرك المحتوى الإعلامي السلبي.

7) المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب

بينت نتائج الدراسة أن مهارة التفكير الناقد لمحتوى المواد الإعلامية؛ يحتل مقدمة المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب وفقاً لاتجاهات النخب التربوية والإعلامية عينة الدراسة بمتوسط حسابي (2.70)، تلاها في المرتبة الثانية مهارتا: (أ) قراءة الرسالة الإعلامية وفك رموزها (ب) اتخاذ القرار المناسب بشأن المضامين الإعلامية بمتوسط حسابي (2.60) لكل منهما على حدة، بينما جاءت مهارة حل المشكلات من خلال التعرض لوسائل الإعلام في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.45)، أما مهارة المشاركة في إنتاج المضامين الإعلامية فقد حصلت على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.38) من إجمالي المتوسط العام. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (منصور: 2014) التي خلصت إلى الدور الرائد الذي تؤديه التربية الإعلامية في تنمية مهارات نقد الرسائل الاتصالية لدى الجمهور، وتحفيزهم على إنتاج رسائل اتصالية مسؤولة، بجانب إضافة بعد جديد يتعلق بتنمية استراتيجيات القيام برد الفعل تجاه وسائل الإعلام، وتتفق أيضاً مع دراسة (تاينر 2012) التي توصلت إلى أن التربية الإعلامية تنمي قدرات التفكير الناقد العليا لطلاب الجامعات، وتتفق إلى حد ما مع دراسة (حسن: 2015) التي أكدت نتائجها على أهمية المهارات الإعلامية، وعكست أولويتها لدى الباحثين في: أولاً: ممارسة الطلاب لمهارة قراءة الرسالة الإعلامية بتصنيف تأثيرات المواد الإعلامية على حساب تحديدهم لأفكارها العامة أو الرئيسية. ثانياً: ممارسة الطلاب لمهارة التفكير الناقد لمحتوى المواد الإعلامية. ثالثاً: مهارة اتخاذ القرار المناسب. رابعاً: ممارسة الطلاب لمهارة المشاركة في إنتاج المواد الإعلامية وتقديمها للمستفيدين منها.

ويعزو الباحث تقدم مهارة التفكير الناقد؛ بوصفها أبرز مهارات التفكير الحديث، الذي يقوم على أساس تحكيم العقل في المضامين الإعلامية المنشورة، وعدم أخذ مضامين المعالجة الإعلامية للأحداث والوقائع كمسلمات، والذهاب إلى ما هو أعمق من السطح والقشور، وعدم الخوف من البحث في الأعماق، ودراسة الأسباب والبحث عن التفسيرات والحجج والبراهين التي تثبت صحة أو عدم صحة النظريات والنتائج والمعلومات التي تُعرضها وسائل الإعلام، بحيث يكون للفرد نظرة نقدية فريدة تميّزه عن غيره، ويتمكن من خلالها أن يفحص مدى انسجام المضامين الإعلامية مع الواقع، وغالباً ما تبرز أهمية هذا التفكير حال مقارنته بنقيضه التفكير التقليدي السري الذي تعتمد عليه وسائل الإعلام ويرتكز على الحفظ والتلقين للمضامين الإعلامية وتكديسها في العقول على غرار التعليم البنكي؛ الذي يتم على أساس حشو أدمغة جمهور وسائل الإعلام بالمعلومات لمدة معينة استناداً إلى استراتيجيات التكرار والإقناع.

بينما يعزو الباحث تراجع أولوية مهارة المشاركة في إنتاج المضامين الإعلامية لدى المبحوثين؛ نتيجة ضعف إمكانات الإنتاج الإعلامي وقلة الاهتمام به وندرة تشجيعهم عليه في المدارس، وهذا ما أكدت عليه دراسة (الشميمري:2010) بقوله تبرز فوائد استخدام مهارة التفكير الناقد مع وسائل الإعلام في مساعدة الطالب على أن يكون متلقياً إيجابياً، قادراً على انتقاء المضمون الإعلامي وتحليله وتقويمه.

8) القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب

أظهرت نتائج الدراسة أن "تنمية القيم الإيمانية (الإيمان بالله، التقوى، الخوف من الله، المراقبة)؛ تعد أبرز القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب في المراحل التعليمية المختلفة وفقاً لاتجاهات النخب التربوية والإعلامية عينة الدراسة بمتوسط حسابي (2.73) بينما احتلت "تنمية القيم الفكرية (التفكير، تقبل النقد، حرية التعبير، الحوار، الانفتاح على الآخر)" المرتبة الثانية من أولوية القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب في المراحل التعليمية المختلفة بمتوسط حسابي (2.72) وفي المرتبة الثالثة جاءت قيمة "تنمية القيم الاجتماعية (التسامح، التعاون، احترام الآخرين)" أبرز القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب في المراحل التعليمية المختلفة بمتوسط حسابي (2.71) ثم توالى بقية القيم بنسب متقاربة بينما تراجعت قيمة "تنمية القيم العلمية (الموضوعية، الأمانة العلمية، حب العلم والمعرفة)" كأحد القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب في المرتبة الأخيرة وفقاً لاتجاهات المبحوثين بمتوسط حسابي (2.68)

وتتطابق هذه النتيجة مع دراسة (جاب الله: 2017) التي توصلت إلى أن أبرز القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب تتجسد في: تحقيق التمسك بالعقيدة والقيم الدينية عند التقويم والحكم على صلاحية المضامين الإعلامية، وما أشارت إليه دراسة (العجاجي:2016) التي أكد فيها أفراد العينة على أهمية القيم الدينية والاجتماعية والإعلامية في التعامل مع وسائل الإعلام، وتتطابق نتائج الدراسة أيضاً مع توصيات "مشروع مينتور من خلال المنظمة الدولية للتربية الإعلامية 2007" التي أكدت على الحد من التأثيرات السلبية للمواد الإعلامية الرخيصة والغثة، والتي تتعارض مع الذاتية الثقافية والقيم والمبادئ السائدة بالمجتمع. وتوضح النتيجة العامة إلى ضرورة اتساق التربية الإعلامية مع القيم الإيمانية والثقافية والاجتماعية التي تسود المجتمع ويعزو الباحث ذلك إلى: المخاطر الثقافية التي تبثها وسائل الإعلام؛ التي من شأنها إشاعة الثقافات البالية والإرهاب والتطرف والحض على القصد والكرهية والصراع الثقافي بين الأفراد؛ بحيث يبرز الدور الوقائي للتربية الإعلامية في التوعية بهذه المخاطر وترشيد سلوك الطلاب تجاه استخدام وسائل الإعلام لتنمية قيمهم الفكرية والمحافظة على ولائهم وانتمائهم الثقافي؛ على أساس من المهارة والتفكير الحر والجيد الذي يسمح لهم الانفتاح على الآخر بموضوعية وحياد.

كما تؤكد هذه النتيجة على الأهمية التي توليها التربية الإعلامية للقيم الاجتماعية؛ الهادفة إلى تعزيز احترام الفرد لذاته وارتباطه بالآخرين على أساس من التسامح والتعاون والاحترام، خاصة أن له قابلية فطرية تدفعه إلى التعاون والتضامن مع الآخرين لتحقيق حاجاته الضرورية، ومن هذا المنطلق تعمل التربية الإعلامية على إيجاد وعي ثقافي اجتماعي للعلاقات الاجتماعية المبنية على التعاون والتبادل بين الأفراد؛ لتعزيز ثقافة التسامح وخلق وعي يحث على التمسك بكيان المجتمع ووحدته وقيمه.

9) الأساليب التي ينبغي الأخذ بها لتحقيق التربية الإعلامية أهدافها في التعليم

كشفت نتائج الدراسة أن "تأهيل مدرسين قادرين على تحقيق رسالة التربية الإعلامية"؛ تأتي في مقدمة الأساليب التي ينبغي الأخذ بها لتحقيق التربية الإعلامية أهدافها في التعليم بمتوسط حسابي (2.77) بينما جاء أسلوب "تصميم مادة التربية الإعلامية من خلال متخصصين في مجال التربية والإعلام" في المرتبة الثانية من الأساليب التي ينبغي الأخذ بها لتحقيق التربية الإعلامية في المرحلة التعليمية بمتوسط حسابي (2.76) أما أسلوب "بناء برامج تدريبية يشارك فيها الطلاب في مجال قراءة وتحليل ونقد الرسائل الإعلامية لنشر ثقافة التربية الإعلامية" فقد جاء في المرتبة الثالثة من الأساليب التي ينبغي الأخذ بها لتحقيق التربية الإعلامي في المرحلة التعليمية بمتوسط حسابي (2.69)؛ ثم توالى بقية الأساليب التي ينبغي الأخذ بها لتحقيق التربية الإعلامية أهدافها في التعليم ليأتي "أسلوب الاستعانة بالخبرات الدولية عند تصميم مادة التربية الإعلامية" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.36).

تتطابق هذه النتيجة مع دراسة (Gautama Vinoba:1996) التي توصلت إلى أن أهم المعوقات التي تواجه التربية الإعلامية وتحدها من فاعليتها تتمثل في: ضعف الإمكانيات المادية والفنية التي يأتي في مقدمتها غياب الكفاءات العلمية المؤهلة والمدرّبة، وتتطابق هذه النتيجة أيضاً مع توصيات "مشروع مينتور من خلال المنظمة الدولية للتربية الإعلامية: 2007" التي أكدت على إبراز دور الطلاب في المشاركة الفعالة في إنتاج مواد وبرامج التربية الإعلامية أو المساهمة في إنتاجها وفقاً لاهتمام أفراد المجتمع لتقليل الهوة الواسعة بين وسائل الإعلام من جهة والجمهور من جهة أخرى.

ويعزو الباحث هذه النتيجة إلى أن تحقيق رسالة التربية الإعلامية رهن الكوادر العلمية المؤهلة؛ التي تعي المهام والوظائف الإعلامية المنوطة بها، لذا ينبغي التأكيد على توفير مدرسين على درجة عالية من المهارة والخبرة بأحدث الأساليب والوسائل العلمية في مجال الإعلام التربوي، والعمل على ضرورة تطوير برامج إعدادهم على أساس تلبية الاحتياجات التدريبية الفعلية؛ بما يسمح لهم إضافة كل جديد بمجال الإعلام التربوي وتطوير أهدافه.

كما يرى الباحث أن بناء منهج التربية الإعلامية من قبل متخصصين في التربية والإعلام الذي جاء الأسلوب الثاني في تحقيق التربية الإعلامية لأهدافها في التعليم إلى أهمية دور المتخصصين في نجاح برامج التربية الإعلامية؛ نظراً لقدرتهم على صياغتها وفقاً لمعايير الإنقراطية والانسبابية والوضوح والمرونة والجاذبية والوحدة والاتزان اللغوي والتناسب الفكري والعقلي وفقاً للمعايير التي تسمح للطلاب استيعاب مضامينها والاستجابة لها.

10) التباين في اتجاهات النخب الإعلامية والتربوية نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم

استهدفت الدراسة استكشاف مدى التباين في اتجاهات النخب التربوية والإعلامية نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم وفقاً لفروض الدراسة في ضوء متغيرات النوع والتخصص والخبرة، وأظهرت الدراسة وجود تباين دال إحصائياً في بعد القيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب عند مستوى (0.01) تعود لاختلاف نوع العينة، وكانت تلك الفروق لصالح الإناث، وبالتالي قبول الفرض الإحصائي الذي يشير إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين اتجاهات النخب الإعلامية والتربوية نحو إقرار مادة "التربية الإعلامية" في مرحلة التعليم ما قبل الجامعي ومتغير النوع جزئياً، وهذا يعني أن النخب النسائية التربوية والإعلامية ترى أن تعليم القيم المتعلقة بالتربية الإعلامية ضرورية بدرجة أعلى من الذكور باعتبارهم الأقرب للنشء تأكيداً على منظومة القيم التي هي المرتكز الأساس لمقرر التربية الإعلامية، كما ظهرت فروق دالة عند مستوى (0.05) في أبعاد: (المهارات التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى إكسابها للطلاب، والقيم التي تسعى مادة التربية الإعلامية إلى تنميتها لدى الطلاب) تعود لاختلاف نوع تخصص أفراد العينة، وكانت تلك الفروق لصالح المتخصصين في التربية، وبالتالي قبول الفرض الإحصائي الذي يشير إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين اتجاهات النخب الإعلامية والتربوية نحو إقرار مادة "التربية الإعلامية" في مرحلة التعليم ما قبل الجامعي ومتغير التخصص جزئياً، وهذا يعني أن النخب التربوية ترى أن تعليم القيم والمهارات المتعلقة بالتربية الإعلامية ضرورية بدرجة أعلى من النخب الإعلامية، لارتباطهم المباشر بالطلاب وقدرتهم على تحديد ما ينبغي إكسابه لهم من قيم ومهارات ومعارف.

وتباينت اتجاهات النخب التربوية والإعلامية بقيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) فأقل في أبعاد (الأسباب التي تدعو إلى ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية، ومدى أهمية التربية الإعلامية في العملية التعليمية) تعود لاختلاف عدد سنوات خبرة أفراد العينة، وكانت تلك الفروق لصالح ذوي الخبرة (عشر سنوات فأقل) وبالتالي قبول الفرض الإحصائي الذي يشير إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين اتجاهات النخب الإعلامية والتربوية نحو إقرار مادة "التربية الإعلامية" في مرحلة التعليم ما قبل الجامعي ومتغير الخبرة جزئياً، وهذا يعني تأكيد أفراد العينة ذوي الخبرة الأقل على ضرورة إقرار مادة التربية الإعلامية ودرجة أهميتها في التعليم، ويمكن تفسير ذلك باعتبارهم أقل عمراً وأكثر قرباً من ذوي الخبرة الأكبر في معرفة النشاط الإعلامي في البيئة الرقمية

والمخاطر التي ربما انعكست على النشء إذا لم تكن لديهم مهارات الاختيار الواعي للوسائل الإعلامية، والتحليل الناقد لرسائلها، والمشاركة الإبداعية في صناعة محتواها الذي تحققه أهداف التربية الإعلامية في التعليم.

توصيات الدراسة

في ضوء ما انتهت إليه الدراسة من نتائج، تبلور لدى الباحث عدد من التوصيات من أهمها:

1. توصي الدراسة بإقرار مادة التربية الإعلامية في مناهج التعليم بالمملكة العربية السعودية باعتبارها مقررًا دراسياً مستقلاً في المناهج التعليمية؛ بوصفها أداة حيوية للتعامل الإيجابي مع المحتوى الإعلامي، الذي أصبح يشكل جزءاً أساساً من الحياة اليومية للطلاب.
2. توصي الدراسة بأن المرحلة الثانوية هي الأنسب لإقرار مادة التربية الإعلامية، بوصفها المرحلة التي تحدد المصير العلمي والمهني للطلاب، كما أن الطلاب في هذه المرحلة المتقدمة من التعليم العام مرحلة مناسبة لاكتساب مهارات التعامل الإيجابي مع وسائل الإعلام.
3. توصي الدراسة بضرورة تأهيل مدرسين قادرين على تدريس مقرر التربية الإعلامية في المرحلة الثانوية، لأن تحقيق رسالة التربية الإعلامية رهن الكوادر العلمية المؤهلة؛ التي تعي المهام والوظائف الإعلامية المنوطة بها، لذا ينبغي التأكيد على توفير مدرسين على درجة عالية من المهارة والخبرة بأحدث الأساليب والوسائل العلمية في مجال الإعلام التربوي، والعمل على ضرورة تطوير برامج إعدادهم على أساس تلبية الاحتياجات التدريبية الفعلية؛ بما يسمح لهم إضافة كل جديد بمجال الإعلام التربوي وتطوير أهدافه.
4. توصي الدراسة بضرورة تصميم مادة التربية الإعلامية من خلال متخصصين في مجال التربية والإعلام؛ نظراً لقدرتهم على صياغتها وفقاً لمعايير الإنقراطية والانسيابية والوضوح والمرونة والجاذبية والوحدة والاتزان اللغوي والتناسب الفكري والعقلي وفقاً للمعايير التي تسمح للطلاب استيعاب مضامينها والاستجابة لها.
5. توصي الدراسة بضرورة اتساق مادة التربية الإعلامية مع القيم الإيمانية والثقافية والاجتماعية التي تسود المجتمع؛ لأن مخاطر الثقافة التي تبثها وسائل الإعلام؛ من شأنها إشاعة الثقافات البالية والإرهاب والتطرف والحض على الحقد والكراهية والصراع الثقافي بين الأفراد؛ بحيث يبرز الدور الوقائي للتربية الإعلامية في التوعية بهذه المخاطر وترشيد سلوك الطلاب تجاه استخدام وسائل الإعلام لتنمية قيمهم الفكرية والمحافظة على ولائهم وانتمائهم الثقافي؛ على أساس من المهارة والتفكير الحر والجيد الذي يسمح لهم بالانفتاح على الآخر بموضوعية وحياد.
6. توصي الدراسة بأن تتضمن مادة التربية الإعلامية القيم الاجتماعية؛ الهادفة إلى تعزيز احترام الفرد لذاته وارتباطه بالآخرين على أساس من التسامح والتعاون والاحترام، والتأكيد على القيم التي تسهم

في إيجاد وعي ثقافي اجتماعي للعلاقات الاجتماعية المبنية على التعاون والتبادل بين الأفراد؛ لتعزيز ثقافة التسامح وخلق وعي يحث على التمسك بكيان المجتمع ووحدته وقيمه.

مراجع الدراسة

مراجع الدراسة العربية:

أولاً: رسائل الماجستير والدكتوراه

1. البلوي، سعود، مسؤولية المدرسة الثانوية في تحقيق التربية الإعلامية لدى الطلاب من وجهة نظر المعلمين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدعوة وأصول الدين، الجامعة الإسلامية، السعودية (2013).
2. جاب الله، أحمد علي سعد علي، تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكاديمية، دكتوراه غير منشورة، كلية التربية النوعية، جامعة بنها، مصر (2017).
3. الخيري، طلال، تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية، جامعة أم القرى، السعودية (2010).
4. السناني، عبدالمجيد، دور الإعلام التربوي في غرس القيم الأخلاقية من وجهة نظر معلمي المرحلة الثانوية بالمدينة المنورة: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدعوة وأصول الدين، الجامعة الإسلامية، السعودية (2012).
5. الصعب، مريم بنت صالح، تصور مقترح لتفعيل دور المدرسة الثانوية في التربية الإعلامية لمواجهة تحديات العولمة الثقافية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة القصيم، السعودية (2013م).
6. العتيبي، عبد المجيد، تطبيق التربية الإعلامية في الجامعات السعودية: تصور مقترح، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية، جامعة الملك سعود، السعودية (2013).
7. العجائي، حنان سليمان، دور التربية الإعلامية في تدعيم القيم الاتصالية لدى طلاب التعليم العام: دراسة مسحية على عينة من المشرفين التربويين في وزارة التعليم السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، السعودية، (2016).
8. العويفي، عبدالرحمن، التربية الإعلامية ودور القيادة التربوية في تحقيق أهدافها، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية (2012).
9. محمد، أحمد جمال حسن، التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا، مصر (2015).

10. محمود عبد العاطي مسلم، وآخرون، تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكاديمية، بحث مستل من رسالة دكتوراه الفلسفة في التربية النوعية، كلية التربية النوعية، جامعة بنها، مصر (2017).

11. المطيري، خالد بن مبروك، استراتيجية إدارية لتوظيف التربية الإعلامية في ممارسات القيادة التربوية في وزارة التعليم السعودية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، الأردن (2012).

ثانياً: الدوريات العلمية المحكمة

1. خليل، حسن محمد على، تقويم واقع ممارسة الطلاب لمهارات التربية الإعلامية في ضوء تعدد مصادرهم للثقافة الإعلامية وتأثيراتها: دراسة مسحية على عينة من طلاب المدارس الثانوية بالتعليم العام السعودي، مجلة دراسات الطفولة، القاهرة، مجلد 18، العدد 66، (2015).
2. ديوب هبة، تفعيل التربية الإعلامية في مرحلة التعليم الأساس من وجهة نظر طلاب كلية التربية في جامعة الفرات، مجلة العلوم التربوية، العدد 11، كلية التربية، جامعة أم درمان، السودان (2011).
3. سعيد، هناء محمد، واقع مساهمة معلمات الصف الأول ثانوي في التربية الإعلامية من وجهة نظر الطالبات بمدينة مكة المكرمة، مجلة القراءة والمعرفة، القاهرة، العدد، 180، (2016).
4. عبد الرسول، محمد أبو النور، دراسة مقارنة لبرامج التربية الإعلامية المدرسية في كل من المملكة المتحدة وكندا والولايات المتحدة الأمريكية وإمكانية الإفادة منها في مصر، مجلة كلية التربية، كلية التربية، جامعة بنها، مصر، مجلد 26، العدد 102، (2015).
5. علي، أسماء كمال حسن، دور التربية الإعلامية في المرحلة الثانوية في مواجهة تحديات الغزو الفكري (تصور مقترح) مجلة كلية التربية، كلية التربية، جامعة بنها، مصر، العدد 107 (2016).
6. ليندة ضيف، التربية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي أنموذجاً، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، الجزائر، العدد 42، جوان، (2017).
7. ماجد تربان، الإعلام البديل وتعزيز قيم المواطنة، مجلة مدى الإعلام، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية، فلسطين، العدد السادس، نيسان، (2012).
8. مغاري، أحمد محمد، تضمين التربية الإعلامية في المنهاج الفلسطيني: دراسة استطلاعية، المجلة التربوية، الكويت، المجلد 30، العدد 117، (2015).

9. منصور، حسن محمد حسن، تنمية مهارات النقد والإنتاج للرسائل الاتصالية لدى الجمهور: دراسة تحليلية نقدية لأدبيات التربية الإعلامية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، السعودية، العدد 11، (2014).

10. يسرى صبيشى بن زروق جمال، نظرية حراسة البوابة بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، مجلة الرواق، مخبر الدراسات الاجتماعية والنفسية والأنثروبولوجية، الجزائر، العدد الخامس، جوان، (2017).

ثالثاً: الكتب

1. الرئيس، عبدالفتاح، دور التربية الإعلامية في تنمية تفكير الطلاب للتعامل مع الإعلام المعاصر: دراسة تطبيقية، جدة، كنوز المعرفة، السعودية (2012)

2. عبد الحميد، محمد، التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي، ط 1، (القاهرة: عالم الكتب) مصر (2012).

3. الشميمري، فهد عبد الرحمن، التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام؟، فهرسة مكتبة فهد الوطنية، الرياض، السعودية (2010).

رابعاً: المؤتمرات

1. يحيى، حسن بن عايل أحمد، رؤى حول التربية والإعلام وأدوار المناهج لتنمية التفكير في مضامين الإعلام لتحقيق التربية الإعلامية، المؤتمر الدولي للتربية الإعلامية، وزارة التعليم، السعودية، الرياض، مارس (2007)

المراجع الأجنبية:

1. A. Hart (2014): Media Education in 21st Century: A Comparative Study of Teaching Educational Media in European Contexts in Terms of Academic Standards. PhD Thesis, University of Southampton, U.K.
2. A. Hermida. And N. Thurman, A Clash of Cultures: The integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites, Journalism Practice, 2(3), 2008.
3. April Marie Leach, Digital Media Production to Support Literacy for Secondary Students with Diverse Learning Abilities Journal of Media Literacy Education ,vol, 9,no, (2),2017.
4. Diana Graber, Voices from the Field: New Media Literacy Education (NMLE): A Developmental Approach, Journal of Media Literacy Education, 4(1) , 2012.
5. E .Thoman.&Jolls.T (2014): Media Literacy:A National Priority for A Changing World , American Behavioral Scientist ,Vol, 48,no, 1,pp.
6. Gautama Vinoba, (1996) " Standards for Required Professional Development of Media Specialist", Paper Presented to the Broadcasting and Electronic Media Education Journal. Nov.2009<<http://www.fldoe.org/asp/ftce/pdf/10EdMediaPK-12.pdf>.
7. Hans Schmidt, Helping Students Understand Media: Examining the Efficacy of Interdisciplinary Media Training at the University Level, Journal of Media Literacy Education, vol , 7,no,(2), 2016.
8. Hobbs, R., & Jensen, A. (2015). The past, present, and future of media literacy education. Journal of Media Literacy Education, 1, p.1-11.
9. http://daharchives.alhayat.com/issue_archive/Hayat%20KSA/2008/3/17.
10. Kerrigan R. Mahoney,TehminaKhwaja,Living and Leading in a Digital Age: A Narrative Study ofthe Attitudes and Perceptions of School Leaders aboutMedia Literacy, Journal of Media Literacy Education ,vol, 8,no,(2),2016.
11. Kubey, R. (2014). Obstacles to the Development of Media Education in the U.S. Journal of Communication, 48(1).
12. Lee, A. Y. L. & Mok, E. (2014). Media education in postcolonial Hong Kong: Cultivating critical young minds. In A. Nowak, S. Abel & K. Ross (Eds.), Rethinking media education: Critical pedagogy and identity politics. Cresskill, NJ: Hampton Press.
13. Masterman, L. (2015). A distinctive mode of enquiry: Towards critical autonomy. In M. Alvarado & O. B. Barrett (Eds.), Media education: An introduction (pp.102-103). London: British Film Institute.
14. S.Ashley.A.Maksl, .&S. Craft, S. Developing news media literacy scale,Journalism& Mass Communication Educator, 68(1), 2013..
15. Sharikov, A., Cherkashin, E. (2010). Experimental Curricula for Media Education. (in Russian). Moscow: Russian Pedagogical Academy.
16. Silveblatt.A. (2001). Media literacy: Keys to interpreting media messages (2ne ed) Westport, CT: praeger.
17. Sim, J.C. (2013). Mass Media Education in the U.S.A. In: Media Studies in Education. Paris: UNESCO.
18. Tom Hallaq, Evaluating Online Media Literacy in Higher Education: Validity and Reliability of the Digital Online Media Literacy Assessment (DOMLA), Journal of Media Literacy Education, vol, 8, no, (1), 2016.
19. Tyner, K. (2012). The Media Education Elephant. Paper presented at the UNESCO conference on media education, London and Paris.