



جامعة البحرين

قسم: الإعلام والسياحة والفنون

كلية: الآداب

دور التربية الإعلامية في تكوين القيم المعرفية في ضوء
الاستخدام الرقمي
(دراسة شبه تجريبية)

أطروحة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير
برنامج الماجستير في الإعلام

إعداد

شذى عبدالله المرادي

الرقم الجامعي: ١٩٩٨٠٢٣٤

إشراف

الدكتور أشرف عبد المنيث

الاستاذ المشارك في قسم الإعلام والسياحة والفنون

مملكة البحرين

يونيو ٢٠٢٠م



جامعة البحرين

كلية: الآداب

قسم: الإعلام والسياحة والفنون

دور التربية الإعلامية في تكوين القيم المعرفية في ضوء
الاستخدام الرقمي
(دراسة شبه تجريبية)

أطروحة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير

برنامج الماجستير في الإعلام

إعداد

شذى عبدالله المرادي

الرقم الجامعي: 19980234

إشراف

الدكتور أشرف عبد المغيث

الاستاذ المشارك في قسم الإعلام والسياحة والفنون

مملكة البحرين

يونيو 2020م



قرار لجنة مناقشة أطروحة

اسم الطالب:	شذى عبدالله المرادي	الرقم الجامعي:	19980234
الكلية:	كلية الآداب	القسم:	قسم الإعلام والسياحة والفنون
اسم البرنامج:	ماجستير في الإعلام	المعدل التراكمي:	
عنوان الأطروحة: دور التربية الإعلامية في تكوين القيم المعرفية في ضوء الاستخدام الرقمي: دراسة شبه تجريبية.			

اجتمعت لجنة المناقشة يوم 09 الموافق 09-Jun-20 بقاعة رقم
قاعة الاجتماعات التابعة لقسم الإعلام والسياحة والفنون واستخدام منصة MS Teams وبعد مناقشة الطالب المذكور أعلاه علناً
توصي لجنة المناقشة بالآتي:

يمنح الطالب تقدير: **Choose an item** في مقرر الأطروحة: 599

٣	دون إجراء أية تعديلات على الأطروحة.
٤	إجراء التعديلات المرفقة مع هذا القرار.

تصديق أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم	الموقع
1. د اشرف عبد المغيث	المشرف على الأطروحة
2. د رضا مثاني	الممتحن الداخلي
3. د محمد النذير	الممتحن الخارجي

ملخص الدراسة

تسعى التربية الإعلامية ضمن أهدافها إلى إعداد جيل واعي إعلامياً ومنتج في آن واحد، وتعمل على تنمية المهارات الناقدة في الإستخدام الرقمي وفي تعاملهم مع وسائل الإعلام، كما تعدى المفهوم مرحلة الاعداد ليصل إلى مرحلة تمكين النشئ على الانتاج الرقمي، وتأتي ضرورة تعزيز القيم المعرفية مع تواتر الاستخدام الرقمي، الذي أصبح هاجس جميع أفراد المجتمع، ومن أجل إعداد جيل قادر على مواجهه هذه الدوامة الرقمية، أصبح من الضرورة الملحة أن نسلح أبناءنا بأدوات التربية الاعلامية وغرس القيم المعرفية لديهم، ومن خلال الدراسة شبه التجريبية التي أجريت على عينتين من طلاب المرحلة الثانوية شكلت المجموعة الأولى الطلبة المنتظمين في دورات المركز الإعلامي الطلابي التابع لوزارة التربية والتعليم، والثانية الطلاب غير المنتظمين للدورات الاعلامية في المركز عبر استخدام أداة الاستبيان وذلك في الفترة مابين يونيو ويوليو 2019م.

وجاءت نتائج الدراسة كالآتي:

إن الغالبية العظمى من أفراد عينة الدراسة يمتلكون حساباً في برامج وتطبيقات الإعلام الرقمي (شبكات التواصل الاجتماعي) ونسبة وصلت إلى (99.5%)، فقط فرد واحد من أفراد العينة ونسبة بلغت (0.5%)، لا يمتلك حساباً في برامج وتطبيقات الإعلام الرقمي، أما أكثر تطبيقات الإعلام الرقمي استخداماً من قبل طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي كان ال " واتس أب " بمتوسط حسابي (4.290)، تلاه في المرتبة الثانية " انستغرام " بمتوسط حسابي (3.555)، وجاء في المرتبة الثالثة " تويتر " بمتوسط حسابي (3.405)، ثم في المرتبة الرابعة " فيس بوك " بمتوسط حسابي (3.395)، تبعه في المرتبة الخامسة " سنابشات " بمتوسط حسابي (3.045).

وجاءت النسبة الأعلى من عينة الدراسة المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي يستخدمون الهاتف المحمول في الإعلام الرقمي ونسبة بلغت (90.0%)، في حين يستخدم ما نسبته (10.0%) منهم الكمبيوتر فيما جاءت أعلى نسبة لغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي يستخدمون الهاتف المحمول في الإعلام الرقمي ونسبة بلغت (84.0%)، في حين يستخدم ما نسبته (16.0%) منهم الكمبيوتر في الإعلام الرقمي، أما نسبة الطلبة المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي للإعلام الرقمي قاموا بإنتاج أكثر من 5 مواد

الإعلامية فقد بلغت (11.0%) من ، وبلغت هذه النسبة لدى غير المنتظمين في الدورات (1.0%).

كما تظهر نتائج اختبار "كا2" وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في عدد المواد الإعلامية التي قام بإنتاجها طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي، وكانت الفروق لصالح الطلبة المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي، وجاء أكثر مصدر لإرشاد طلبة المرحلة الثانوية المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي للاستخدام الرقمي الصحيح هو "الدورات التدريبية بالمركز الإعلامي" بنسبة (71.0%)، فيما جاءت نسبة أكثر مصدر لإرشاد طلبة المرحلة الثانوية غير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي للاستخدام الرقمي الصحيح هو "الاعتماد على النفس" بنسبة (44.0%)، كما تظهر نتائج اختبار "كا2" وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مصدر إرشاد طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي للاستخدام الرقمي الصحيح، وكانت الفروق لصالح الطلبة المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي في الاعتماد على الدورات التدريبية بالمركز الإعلامي، ولصالح الطلبة غير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي في الاعتماد على النفس، كما تظهر نتائج اختبار "كا2" عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في الرسائل الإعلامية التي يقوم بإعادة إرسالها طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي.

إن القيم المعرفية التي تقوم التربية الإعلامية بتكوينها لدى عينة طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي هي "قيمة الصدق" بمتوسط حسابي ومقداره (1.875) وانحراف معياري (قيمة المسؤولية اتجاه الآخرين)، تلاها في المرتبة الثانية "قيمة الأمانة" بمتوسط حسابي (1.846) وانحراف معياري (0.629)، وجاءت "قيمة المسؤولية تجاه الآخرين" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (1.833) وانحراف معياري (0.617)، ثم "القيمة الوطنية (الدستور والقانون)" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (1.368) وانحراف معياري (0.590).

(وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ)

صدق الله العظيم

سورة القلم الآية 4

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى روح الغالية (أمي) رحمها الله ، التي
صنعت من الألم فرحاً، ومن العناء أملاً، وهي التي أعطتني الثقة بأنني
قادرة على فعل المستحيل متى أردت ذلك.

وإلى من علّمني أنّ في كل خطوة للعلم رفعة، وفي كل ألم في
درب الحياة درساً وخبرة، إلى من أوصلني إلى ما أنا عليه اليوم
(أبي فيصل).

إلى زوجي الغالي .. سندي الذي آمن بقدراتي،
إلى من أتمنى أن أكون قدوتهن (بناتي العزيزات دان وفاطمة)
إلى أختي وإخواني الأعزاء ، صديقاتي وزملائي،،
شكراً لكم جميعاً

شكر وتقدير

بإقية شكر وامتنان أقدم بها إلى وطني البحرين الذي ألهمني حب العطاء .
وبإقية شكر وتقدير، لوزارة التربية والتعليم التي أبتعثتني لاستكمال دراسة
الماجستير في الاعلام لإيمانها بقدرة المواطن البحريني في السعي لرفعة
الوطن.

كل الشكر والتقدير للأستاذ الدكتور أشرف عبدالمغيث، المشرف الفاضل ، من
أتاح لي الفرص وبذل كل مافي وسعه لدعم طموحي والحصول على هذه
الدرجة العلمية.

كما أقدم بجزيل الشكر إلى لجنة المناقشة التي قبلت مشكورة هذه المهمة.
كما أقدم بالشكر الجزيل إلى جميع أساتذة الاعلام الموقرين الذين ساهموا
في وصولي لهذه المرحلة.

الباحثة

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
اعتماد لجنة المناقشة	ب
ملخص الدراسة	ت
الاهداء	ج
الشكر والتقدير	خ
قائمة المحتويات	د
قائمة الجداول	ر
قائمة الملاحق	س
الفصل الأول مدخل إلى الدراسة	
المقدمة	2
أهمية الدراسة	3
مشكلة الدراسة	4
أسئلة الدراسة	5
فرضيات الدراسة	6
أهداف الدراسة	6
حدود الدراسة	7
مصطلحات ومفاهيم الدراسة	7
الفصل الثاني الدراسات السابقة والإطار النظري للدراسة	
الدراسات السابقة	11
التعقيب على الدراسات السابقة	18

20	الإطار النظري
الفصل الثالث نشأة وتطور نظرية التربية الإعلامية	
30	نشأة نظرية التربية الإعلامية
37	أهمية التربية الإعلامية
40	خصائص التربية الإعلامية
41	مهارات التربية الإعلامية
43	مداخل تضمين التربية الإعلامية في التعليم
44	أهداف التربية الإعلامية المدرسية
الفصل الرابع الإطار المنهجي للدراسة	
47	منهج الدراسة
47	تصميم الدراسة
47	أدوات الدراسة
48	مجتمع الدراسة
49	عينة الدراسة
51	صدق وثبات أداة الدراسة
52	الأساليب الإحصائية
الفصل الخامس نتائج الدراسة الميدانية	
55	الإجابة على التساؤلات وعرض النتائج
74	التوصيات
76	المراجع
-	الملاحق
-	ملخص الدراسة باللغة الإنجليزية

قائمة الجداول		
الرقم	الموضوع	الصفحة
1	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس و الانتظام في دورات المركز الإعلامي الطلابي وحسب مكان السكن	49
2	قيم معاملات ارتباط بيرسون كمؤشر صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة	51
3	التكرارات والنسب المئوية واختبار كا2 لمدى امتلاك طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي حساب في برامج وتطبيقات الاعلام الرقمي.	55
4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونتائج اختبار ت لتطبيقات الاعلام الرقمي الأكثر استخداما من قبل طلاب المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في المركز الطلابي الإعلامي.	57
5	التكرارات والنسب المئوية واستخدام اختبار كا2 للأجهزة التي يستخدمها طلاب المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في المركز الطلابي الإعلامي.	59
6	التكرارات والنسب المئوية ونتائج اختبار كا2 لمعدل تعرض طلاب المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في المركز الإعلامي للاعلام الرقمي.	60
7	التكرارات والنسب المئوية ونتائج اختبار كا2 لعدد المواد الإعلامية التي قام بإنتاجها طلاب المرحلة الثانوية من الطلبة المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الإعلامي الطلابي.	62
8	التكرارات والنسب المئوية واختبار كا2 لمصدر إرشاد طلاب المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في المركز الإعلامي للإستخدام الرقمي الصحيح.	64
9	التكرارات والنسب المئوية واختبار كا2 لمرحلة بدء التوجيه والإرشاد الرقمي الأمثل لطلاب المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الإعلامي الطلابي.	66

10	التكرارت والنسب المئوية ونتائج اختبار كا2 لحجم الرسائل الإعلامية التي يقوم بإرسالها طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في المركز الاعلامي.	68
11	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ونتائج اختبارات لدور التربية الاعلامية في تكوين القيم المعرفية لدى طلاب المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الإعلامي الطلابي.	69
12	دلالة الفروق بين وعي عينة الدراسة بقيمة الأمانة على المجموعتين لمضامين التربية الإعلامية.	70
13	دلالة الفروق بين وعي عينة الدراسة بقيمة الصدق على المجموعتين لمضامين التربية الإعلامية.	71
14	دلالة الفروق بين وعي عينة الدراسة بقيمة المسؤولية تجاه الآخرين على المجموعتين لمضامين التربية الإعلامية.	71
15	دلالة الفروق بين وعي عينة الدراسة بالقيمة الوطنية على المجموعتين لمضامين التربية الإعلامية.	72
16	دلالة العلاقة بين معرفة الطالب في كيفية استخدام وسائل الاتصال الرقمية ونسبة الوعي الإعلامي	73

قائمة الملاحق	
الرقم	عناوين الملاحق
1	استمارة الاستبيان
2	موافقة وزارة التربية والتعليم على تطبيق الاستبانة
3	موافقة لجنة التحكيم من مجلس إدارة الجامعة

الفصل الأول

مدخل إلى الدراسة

المقدمة	*
أهمية الدراسة	*
مشكلة الدراسة	*
تساؤلات الدراسة	*
فرضيات الدراسة	*
أهداف الدراسة	*
حدود الدراسة	*
مصطلحات ومفاهيم الدراسة	*

المقدمة

لقد أصبح الإعلام في القرن الحادي والعشرين في أغلب أشكاله إعلاماً تفاعلياً، ففي ظل تعاظم دور تكنولوجيات المعلومات والاتصال، شهد الإعلام تحولات نتيجة للتطور الحاصل في تلك التكنولوجيا.

واستطاعت وسائل الإعلام تحويل العالم إلى قرية صغيرة متشابكة، وبقدر ما نجحت في نقل العالم إلينا، فهي في ذات الوقت تنقلنا إلى العالم على مدار الساعة، كما تغلغت هذه الوسائل الحديثة في شتي جوانب حياتنا اليومية، خصوصاً في ضوء التطوير المستمر في التقنيات المستخدمة، إلى أن وجدنا بين أيدينا الهواتف النقالة بتطبيقاتها المتعددة (ومنها الإعلامية)، والتي باتت من الصعب الفكك من أثرها، بما يمكننا القول إن الإنسان قد صنع الإعلام الرقمي وتطبيقاته، إلى أن أصبح أسيراً له، وبات هو الذي يعيد صناعته وتشكيل حياته. (National communication Association, 1996)

إن الإعلام الرقمي لا يؤثر على جمهوره فقط، ولا يكفي بأن يكون البديل الأساسي عن مؤسسات التنشئة للأسرة فحسب، ولكنه يعمل أيضاً على أن يؤثر على مؤسسات التنشئة والتربية نفسها، فتتأثر بما يقدمه على مدار الساعة من معلومات وثقافة وقيم واتجاهات، فيؤثر في الأسرة وفي النظام التعليمي وسائر المؤسسات الأخرى، بما يحمله من المعلومات والمعارف والقيم، بجانب تناغمه مع وسائل الإعلام التقليدية كالتلفزيون والصحف اليومية وغيرها. (Karpenko, 2017: 59-63)

كما أنه ونتيجة للتطور الحاصل، لم يعد الإعلام أحادي الجانب يبيث ما يريد وكيفما يريد، كما لم يعد المتلقي سلبي الاستجابة للرسالة الإعلامية، أو مجرد مشاهد يستهلك ما يقدم له أو يعرض عليه أو يتعرض له، بل أصبح المتلقي مشاركاً فعالاً، ومنتجاً مسؤولاً، ومبدعاً في العمل الإعلامي، بما يتيح له الإعلام الرقمي من إمكانيات للمعرفة والمشاركة في المعرفة وفي إدارة المعرفة نفسها. (Backingham, 2007).

كما أن وسائط الإعلام الرقمي أصبحت تلعب دوراً في مختلف جوانب إدارة الحياة كال التعليم والعمل، والصحة، والتنقيف، والمؤانسة والترويح والترفيه، وتقديم الخدمات والاتصالات، والشئون المدنية والسياسية؛ ليبسط هذا الإعلام هيمنته على نحو من السيطرة التي تتجاوز الحدود والقيود، والمجتمعات والأوطان والثقافات.

ونظراً لأهمية هذا الموضوع وتأثيره في حياة الشباب ظهرت التربية الإعلامية التي احتلت مكانة لدى المنظمات العالمية والمؤسسات الحكومية وخاصة المؤسسات التعليمية في سبيل إعداد جيل واع إعلامياً، قادر على الاستفادة من هذا التطور من دون أن يفقد هويته ، طالبت المنظمات الدولية وعلى رأسها منظمة اليونسكو بضرورة إعداد النشء للحياة في عالم يتميز بسرعة الرسائل المرئية والمسموعة والمكتوبة، حيث تشير منظمة اليونسكو إلى أن التربية الإعلامية تتوازي في الأهمية مع موضوع نشر ثقافة حقوق الإنسان، فهي حق لكل مواطن، وتوصي اليونسكو بضرورة إدخال التربية الإعلامية ضمن المناهج التربوية الوطنية، وضمن أنظمة التعليم غير الرسمية والتعلم مدى الحياة (الشمري، 2010: 18).

بدأت التربية الإعلامية تتجه صوب إتباع نهج تمكيني واضح يقوم على تنمية مهارات التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة بهدف إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم، وتمكينهم من حسن الإنتقاء والتعامل معها والمشاركة فيها بصورة فاعلة (منصور، 2013: 252).

أصبح للإعلام الرقمي قوة وتأثير، ولذلك علينا الاعتراف أن الطبيعة السريعة والمتنامية لهذا التحول الإعلامي وما يبعثه باستمرار من جهات لا محدودة وبكل اللغات، يقابله دور الخبرة والمعرفة والثقافة والتربية الاعلامية لدى الشباب، مما يؤدي إلى التأثير على المتلقي بسهولة ، ليس على مستوى المعرفة فقط، بل على مستوى السلوك والاستهلاكي والاتجاهات والمواقف، وإعادة تشكيل وبناء التصورات في أذهان الشباب المستهدف، ومن هنا تأتي الحاجة إلى التربية الإعلامية لتكوين القيم عند الشباب في ضوء الاستخدام الرقمي. (Smith,2017).

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في الآتي:

1. تمثل التربية الإعلامية دوراً مهماً في تأسيس وتعزيز الوعي الإدراكي لدى الطلبة باعتبارها أداة تحصين ووقاية ضد ما يتعرض له الطلاب من رسائل مبطنة تنال من القيم والخصوصيات الخاصة بالمجتمع البحريني.

2. إن الاهتمام بالتربية الإعلامية بات توجهاً تعمل على تأصيله المنظمات العالمية وتعمل على إدخاله في المدارس والمؤسسات التعليمية الأخرى لدوره المهم والفعال في تعزيز سلوكيات ومهارات التعرض لوسائل الإعلام الرقمية.

3. قلة البحوث والدراسات العربية التي تعنى بدور التربية الإعلامية في ضوء الاستخدامات الرقمية للطلاب، وعليه قد تمثل الدراسة الحالية إضافة جديدة للمكتبة الإعلامية العربية.

مشكلة الدراسة:

كان المعلم هو المرشد للمعرفة وكيفية الحصول عليها، إلى أن جاء دور الإعلام الرقمي في حياة الأفراد وعلى وجه الخصوص الأطفال والشباب لما يقدمه من أنواع مختلفة ومتباينة من المعلومات وبما تستخدمه من إبهار وجذب، ولهذا فإن موضوع التربية الإعلامية أصبح ضرورة ملحة لتنظيم عملية استخدام الإعلام الرقمي من قبل الأفراد، وتمكينهم من استخدام الإعلام الرقمي استخداماً يسهم بتكوين وتنمية قيمهم المعرفية، وتحقيق أكبر فائدة من الكم المعلوماتي الذي يتم تداوله عبر وسائل الإعلام الرقمي، إضافة إلى تجنبهم ما يمكن أن يتعرضوا له من مخاطر عبر الاستخدام الرقمي.

وفي دراسة لهيئة تنظيم الاتصالات في مملكة البحرين أجرتها على الشباب في الفئة العمرية دون سن العشرين لمعرفة الفترة التي يقضونها في التفاعل مع وسائل الإعلام الرقمية، حيث أظهرت النتائج بأن نسبة استخدام الشباب للإنترنت في المملكة بلغت 91%، لتصبح البحرين أكثر الدول استخداماً للإنترنت على مستوى العالم مقارنة بعدد السكان، كما بلغت نسبة استخدام الإنترنت عبر الهواتف المحمولة إلى 180%، كما صرحت الهيئة بأن 40% من أولياء الأمور يتكون أطفالهم دون مراقبة، وفقاً لدراسة مسحية أجرتها الهيئة في المملكة (أخبار الخليج، 2018: 12) ومما لاشك فيه أنه يترتب على هذا التفاعل العديد من الآثار السلبية على مستخدميها من الشباب.

وفي ضوء ذلك نجد التوجهات الجديدة للتربية الإعلامية في مرحلة الطفولة المبكرة والتعليم في القرن الحادي والعشرين، وتسليط الضوء على ممارسات التربية الإعلامية في المدارس. حيث أظهرت أبحاث ECCE (Unesco, 2009)، أهمية وصول الأطفال إلى تعلم القراءة والكتابة والهويات باعتبارها لغات لتنمية معرفتهم، وتأثير ذلك على المستوى الاجتماعي والثقافي والتنوع اللغوي وتعزيز التربية الإعلامية في الاستخدام الرقمي من خلال صقل التفكير الناقد، داخل المدارس وخارجها. (Candace, 2019).

إن أبرز ما يثير موضوع هذه الدراسة هو دور التربية الإعلامية في غرس القيم لدى الطلبة من خلال استخدامهم للإعلام الرقمي ، ومن أجل إيجاد حلول لمشكلة الدراسة ، سلطنا الضوء على مجموعتين من الطلبة في المرحلة الثانوية والذين شكلوا عينة البحث، شكلت المجموعة الأولى الطلاب الذين حضرو دورات للتربية الإعلامية، والمجموعة الثانية لم تحضر، وتم قياس دور التربية الإعلامية في تكوين قيمهم من خلال تفاعلهم مع الإعلام الرقمي.

تساؤلات الدراسة:

وفي ضوء ما سبق تتحدد مشكلة الدراسة في الأسئلة التالية:

أولاً: معدل استخدام الطلاب المنتظمين وغير المنتظمين للمركز الطلابي الإعلامي التابع لوزارة التربية والتعليم بمملكة البحرين لوسائل الإعلام الرقمي:

أ. مامدى امتلاك طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي حساب في برامج وتطبيقات الإعلام الرقمي(شبكات التواصل الإجتماعي)؟

ب. ما هي تطبيقات الإعلام الرقمي الأكثر استخداماً من قبل طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي؟

ج. ما الأجهزة الرقمية الأكثر استخداماً من قبل طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي في الإعلام الرقمي؟

ثانياً: واقع التربية الإعلامية في المركز الطلابي الإعلامي التابع لوزارة التربية والتعليم بمملكة البحرين:

أ. مامعدل تعرض طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي للإعلام الرقمي؟

ب. ماعدد المواد الإعلامية التي قام بإنتاجها طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي؟

ج. ما مصدر إرشاد طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي للإستخدام الرقمي الصحيح؟

د. ما مرحلة بدء التوجيه والإرشاد للإستخدام الرقمي الأمثل من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي؟

ثالثاً: دور التربية الإعلامية في تكوين القيم المعرفية لدى الطلاب المنتظمين وغير المنتظمين للمركز الطلابي الإعلامي التابع لوزارة التربية والتعليم بمملكة البحرين:

- أ. ما حجم الرسائل الإعلامية التي يقوم بإعادة إرسالها طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي؟
- ب. ما هي القيم المعرفية التي تنعكس في الإستخدام الرقمي لطلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي؟

فرضيات الدراسة:

- كلما زادت معرفة الطالب في كيفية استخدام وسائل الاتصال الرقمية، زادت نسبة الوعي الإعلامي لديه.
- يوجد فرق دال إحصائي في نسبة وعي طلاب عينة الدراسة في الإستخدام الرقمي على المجموعتين لمضامين التربية الإعلامية.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. التعرف على دور التربية الإعلامية في تكوين القيم المعرفية لدى الطلاب من المجموعتين.
2. التعرف على واقع التربية الإعلامية في المركز الطلابي الإعلامي التابع لوزارة التربية والتعليم بمملكة البحرين.
3. التعرف على معدل استخدام الطلاب من المجموعتين لوسائل الإعلام الرقمي.

حدود الدراسة:

1. الحدود الموضوعية: سوف تقتصر الدراسة على موضوع "دور التربية الإعلامية في تكوين القيم المعرفية في ضوء الاستخدام الرقمي".
2. الحدود المكانية: تم تطبيق الدراسة على مجموعة من طلبة المركز الطلابي الإعلامي التابع لوزارة التربية والتعليم بمملكة البحرين ومجموعة أخرى من طلبة المرحلة الثانوية الذين لم ينتظموا في المركز.
3. الحدود الزمانية: هي الفترة التي قامت خلالها الباحثة بالتطبيق على عينة البحث عن طريق توزيع الاستبيان وإعادة تجميعه في مدة امتدت حوالي الشهرين خلال الفترة (يونيو - يوليو 2019).
4. الحدود البشرية: وهي تتمثل في العينة التي تم اختيارها لتحقيق أهداف الدراسة، وقد اختارت الباحثة عينة من طلاب المرحلة الثانوية بمملكة البحرين المنتظمين في دورات إعلامية في المركز الإعلامي الطلابي التابع لوزارة التربية والتعليم، ومجموعة أخرى من طلبة المرحلة الثانوية غير المنتظمين في دورات إعلامية بالمركز الإعلامي الطلابي التابع لوزارة التربية والتعليم.
5. نوع الدراسة : تدخل هذه الدراسة ضمن الدراسات شبه التجريبية والتي تهدف إلى المقارنة بين مجموعتين ضابطة وتجريبية، لقياس الوعي الاعلامي والتربية الإعلامية لدى الطلبة في ضوء الاستخدام الرقمي.

مصطلحات ومفاهيم الدراسة:

1. التربية الإعلامية:

التربية :لغةً: "تربى" بمعنى "تنشأ وتغذي وتنقف"، ورباه بمعنى نَمَى قواه العقلية والجسمية والخلقية، فتتضمن كلمة تربية لغويا بعض العناصر مثل "النمو والتغذية، والتنشئة، والتثقيف"

الاعلام (لغة): أصل كلمة الإعلام من مادة "عَلِمَ"، ومصدر الفعل الرباعي "أَعْلَمَ"، بمعنى "أخبر"، فيقال: أَعْلَمَ يُعَلِّمُ إعلاماً ، ويقال "أَعْلَمْتُهُ بالأمر"، بمعنى "أبلغته إياه، وأطلعته عليه".

تُعرف التربية الإعلامية بأنها: "إعطاء قدرًا من المعارف والمفاهيم التربوية الخاصة بالتعامل مع الإعلام وكيفية الاستفادة من المعارف المتوفرة فيه" (اللقاني والجمل، 1999: 57).

كما عرفت منظمة اليونسكو بأنها : (الكفاءات الأساسية التي تتيح للمواطنين التعامل مع وسائل الإعلام على نحو فعال، وتطوير الفكر النقدي ومهارات التعلم مدى الحياة، في سبيل تنشئة إجتماعية تجعل منهم مواطنين فاعلين).

ويعرفها معهد الثقافة الإعلامية بالولايات المتحدة الأميركية بأنها الإطار العام الذي يمنح للمتلقي القدرة على الوصول إلى الرسائل الإعلامية والقدرة على تحليلها وتقييمها وإنتاجها، وحددها معهد الثقافة الإعلامية بأنها اختصار لأربعة مكونات : (الوصول إلى وسائل الإعلام، تحليل المحتوى، القدرة على تقييم الرسائل، القدرة على إيجاد وسائل للتعبير عن الذات والتواصل).

تعرف الباحثة التربية الإعلامية بأنها: إمداد وتبصير الطلبة بأساليب وطرق التعامل مع وسائل الإعلام الرقمي من أجل تحقيق أكبر فائدة من الرسائل الإعلامية الرقمية، وتجنبهم التعرض للمخاطر التي قد تنتج عن هذه الرسائل الإعلامية.

2. الإعلام الرقمي:

يشير مفهوم الإعلام الرقمي (Digital Media)، إلى مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من الاندماج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، (Gupta & Kim, 2004). كما يشير إلى: "استخدام تقنية الانترنت في نشر وتبادل الأخبار والمعلومات والاتصال من خلال الأجهزة الالكترونية المتصلة بالإنترنت بهدف التواصل الاجتماعي والثقافي والسياسي والإعلامي" (محمد، 2016).

وتعرف الباحثة الإعلام الرقمي بأنه حالة متقدمة من الاندماج التكنولوجي بين أجهزة الاتصالات الحديثة ونظم المعلومات مكونة لمواد إعلامية بأشكالها المختلفة .

القيم المعرفية: هي المبادئ والمعتقدات الأساسية أو أنماط الحياة التي تعمل مرشداً للسلوك، لتقويم المعتقدات والأفعال، وربطها بالسمو الخلقى والذاتي. (J & Taylor, 1996).

وتصنف القيم حسب المجال الذي تعني فيه ونبين أهمها: كالقيم النظرية، الاجتماعية، الدينية ، الأخلاقية، والوطنية.

الفصل الثاني

الدراسات السابقة والإطار النظري للدراسة

الدراسات السابقة	*
التعقيب على الدراسات السابقة	*
الإطار النظري: - نظرية الإستخدامات والإشباع - نظرية بياجيه في التطور المعرفي	*

الدراسات السابقة:

أطلعت الباحثة على العديد من الدراسات والأدبيات ذات الصلة بموضوع الدراسة، واختارت من بينها أكثرها قرباً والتصاقاً بمتغيرات الدراسة الحالية، وفيما يأتي نورد أهم هذه الدراسات وأهم ما توصلت له من نتائج.

استهدفت دراسة هوبس (Hobbs,2005:74-78)، المبادرات التعليمية في مجال التربية الإعلامية في المجموعة الناشئة والتي حددتها الباحثة من مرحلة (رياض الأطفال- للمرحلة الثانوية) من خلال دراسة الحالة واستخدام الدراسة التجريبية التي تقيس آثار تعليم التربية الإعلامية على معرفة الطلاب ومواقفهم وسلوكياتهم ، مع التركيز على الجانب الصحي ، والإجتماعي ، وفنون الاتصال ، وفنون الأداء. وقد اختارت الباحثة هذه المجالات تحديداً على أنها الأكثر إشارة إلى التربية الإعلامية الموثقة في المناهج الدراسية الحكومية، وبالتالي وضعت الباحثة مجموعة من التوصيات أهمها، تطوير مضامين التربية الاعلامية للناشئة من خلال المناهج الدراسية، والتركيز على عمليات البحث العلمي.

وفي دراسة أخرى لباربرا (Barbra,2009:139-148)، قامت فيها بعمل دراسة استقصائية للتعرف على مضامين التربية الإعلامية كميّار لمتطلبات الدولة في التعليم في المرحلة العمرية التي تبدأ من رياض الأطفال وحتى الصف الثاني عشر، ونتج عن هذه الدراسة بأن ثلاثين ولاية قد بينت حاجتها إلى إدخال مضامين موحدة كجزء من منهج إعلامي متكامل، في ظل عدم وجود معايير موحدة على مستوى كل ولاية ، في حين ذكرت ولايتان فقط أنه تم تضمينها في معايير موحدة، وأن أهم ما أوصت به هذه الدراسة بأنه يجب على معلمي مصادر التعلم القيام بأنشطة إثرائية مسبقة للطلاب لفنون اللغة، واستخدام مضامين التربية الإعلامية ، إضافة إلى تطوير المعايير وتوحيدها، في مجال التربية الإعلامية، من أجل ضمان إعداد الناشئة بشكل جيد.

وأظهرت نتائج دراسة إدوارد (Edward,2009:53-65)، بأن التربية الإعلامية لديها القدرة على تغيير النتائج في مختلف المجالات ، بما في ذلك التعليم والاتصال والصحة العامة، ومع ذلك فإن قياس التربية الاعلامية، و معرفة القراءة والكتابة في وسائل الإعلام لا يزال تحدياً في تقدم الاستخدام الرقمي.

وقد طبقت الدراسة على عينة من طلاب كلية الاتصال، وأشارت أغلب النتائج استجابة واضحة لمضامين التربية الإعلامية، حيث كان مقياس مضامين التربية الإعلامية في معرفة الطلاب للقراءة والكتابة في الإستخدام الرقمي مرتبطه بمقياس التفكير الناقد .

استهدفت دراسة إبرو (Abreu,2010:26-33) التعرف على واقع استخدام الطلاب للشبكات الإجتماعية والإنترنت، ومدى تدخلها في حياتهم الشخصية والدراسية، والتعرف على مضامين التربية الإعلامية المستخدمة في المدارس في تمكين الطلاب من استخدام الوسائل الرقمية، وقد استخدمت الدراسة منهجية تحليل المضمون من خلال حصر أهم البيانات الرقمية التي يستخدمها الطلاب، وكذلك استخدمت المقابلة كأداة لجمع البيانات من خلال إجراء مقابلات مع عدد من الطلاب والمعلمين وأولياء الأمور، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: معدل استخدام الطلاب للإعلام الرقمي وآثارها السلبية والإيجابية على حياتهم الشخصية والدراسية، كما تبين أن هناك نقص في التركيز على التربية الإعلامية للطلاب في المدارس، إضافة إلى ضعف في اهتمام المعلمين بأساليب وطرق التربية الإعلامية.

وفي دراسة ليتل جون (A.Littlejohn,2012: 547-556) ركزت الدراسة على التدقيق المؤسسي وتحليل الممارسات في مجال التربية الإعلامية في الاستخدام الرقمي ، وجاء ذلك استناداً إلى الأبحاث في قطاع التعليم العالي في المملكة المتحدة، وأظهرت الدراسة بأن المؤسسات بحاجة إلى إعطاء قيمة أكبر لـ "التربية الإعلامية والكتابة الرقمية" ، وإعداد طلابها بشكل أفضل خاصة في عصر المعرفة الرقمية.

كما استهدفت دراسة جوميز (Gomez,2012:22-33) التعرف على أهم الاستراتيجيات التي تعتمدها الحكومة الإسبانية للتربية الإعلامية، وتحقيق مضامينها في ظل الاستخدام الرقمي الذي نعيشه في الوقت الحالي، ثم التعرف على أهم أوجه الضعف والقوة في هذه الاستراتيجيات، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح بالتطبيق على عينة من مستخدمي الإنترنت والشبكات الإجتماعية، وقد أظهرت الدراسة مجموعة من النتائج أهمها: عدم امتلاك الأشخاص مهارات إعلامية سمعية بصرية كافية للتعامل مع هذا الانتشار الواسع لوسائل الإعلام، كما لم يحقق نظام التعليم المتبع من قبل الحكومة والجمعيات المدنية أو من وسائل الإعلام نفسها المهارات السمعية البصرية لجعل الناس يتمتعون بالكفاءة عند مشاهدة وسائل الإعلام.

في حين استهدفت دراسة (قاسم،2013: 107-70) التعرف على مدى اشتغال كُتب اللغة العربية والانجليزية والحاسب الآلي للصف الثالث الإعدادي على محاور التربية الإعلامية واستخدامها الرقمي وأبعادها الممثلة في كفايات الاستخدام والفهم الناقد والتواصل والمشاركة الإجتماعية، وقد استخدمت الدراسة منهج تحليل المضمون بالتطبيق على عينة من المقررات الدراسية للصف الثالث الإعدادي، وقد أظهرت الدراسة مجموعة من النتائج أهمها: أن مهارات استخدام التربية الإعلامية على مستوى الكفايات الشخصية تكاد تكون معدومة في كل المقررات

محل الدراسة ما عدا في مقرر الحاسب الآلي، أن مهارات استخدام التربية الإعلامية واستخدامها الرقمي على مستوى التفكير الناقد تكاد تكون معدومة في كل المقررات محل الدراسة، أن مهارات استخدام التربية الإعلامية على مستوى التواصل والمشاركة الاجتماعية تكاد تكون معدومة في كل المقررات محل الدراسة.

وكذلك استهدفت دراسة افانوفيك (Ivanovic, 2014:438-442) التعرف على أهمية التربية الإعلامية كأحد الجوانب المهمة في التعليم الحديث، حيث تنطلق الدراسة من فرضيات أساسية وهي أن التعليم الحديث في ظل التطور الإعلامي والتكنولوجي لابد أن يخضع لتطوير منهجي قائم على إدخال استراتيجيات حديثة تحقق أعلى فائدة من وسائل الإعلام، وتجعل من الاستخدام الكثيف لوسائل الإعلام أحد العوامل التي تزيد من الكفاءة التعليمية لدى الطلاب، وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: إن التقدم في وسائل الإعلام أتاح إمكانيات استخدام كثير من الوسائط الاتصالية في العملية التعليمية وفي جميع المستويات الدراسية، وأن التربية الإعلامية يمكن أن تسهم في تحسين قيم وثقافة الأشخاص في أي مجتمع وخاصة في الإعلام الرقمي، الذي سهل من انتقال الثقافات والمعلومات بسرعة كبيرة.

وأيضاً استهدفت دراسة فليني (Felini, 2014:28-43) التعرف على واقع التربية الإعلامية وأهميتها كأداة للتعليم في المدارس الابتدائية الإيطالية، وقد أسفرت نتائج الدراسة عن مجموعة من النتائج من أهمها قدرة الطلاب على التمييز وتحليل الجوانب السلبية في المادة الإعلامية التي تم عرضها عليهم، وذلك من خلال تحليلهم ونقدهم لمضامين المحتوى.

وفي دراسة الكسندر (Alxender, 2015:45) الذي أجراه على مجموعة من اختصاصيي الإعلام والنقاد الإعلاميين والباحثين في مجال التربية الإعلامية، الذين مثلوا 18 دولة: الولايات المتحدة الأمريكية، المملكة المتحدة، كندا، أستراليا، نيوزيلندا، ألمانيا، أيرلندا، إسبانيا، البرتغال، السويد، فنلندا، اليونان، قبرص، المجر، أوكرانيا، صربيا، تركيا، وروسيا. يُظهر تحليل البيانات أن مجتمع الخبراء الدولي بأن دور التربية الإعلامية والنقد الإعلامي ليس ممكناً فحسب، بل ضروري أيضاً، لا سيما من حيث التطوير الفعال لمهارات التفكير الناقد للجمهور. ومع ذلك، أظهرت النتائج بأنه 9.4% فقط من الخبراء أكدوا على أن فصول تعليم التربية الإعلامية في بلدانهم مفعلة إلى حد كبير، وما يقرب من ثلث (34.4%) من الخبراء الذين شملهم الاستطلاع يعتقدون بأن تفعيل التربية الإعلامية مفعلة على مستوى معتدل، ونفس العدد تقريباً (32.8%) يعتقدون أنه مفعلة إلى حد صغير، وبالتالي فإن التوعية لدور التربية الإعلامية والنقد الإعلامي أصبحت ضرورة في ضوء الاستخدام الرقمي.

كما استهدفت دراسة (علي، 2016: 297-338) التعرف على طبيعة التربية الإعلامية باعتبارها عنصراً من عناصر النظام التعليمي، وتحديد أهم التحديات التي يفرضها الغزو الفكري بمختلف أساليبه، والتعرف على الدور المهم للتربية الإعلامية في الوقوف بوجه التحديات التي يفرضها الغزو الفكري، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، بحيث تكونت عينة البحث من مجموعة من أعضاء هيئة تدريس الإعلام وعدد من الموجهين في مجال الإعلام بالمرحلة الثانوية، وعدد من أخصائيين الصحافة بالمدارس الثانوية بمحافظة الإسماعيلية وبور سعيد والسويس ودمياط والشرقية بلغ عددهم (66) عضواً، حيث استخدمت الدراسة لجمع البيانات استبانة مكونة من أربع مجالات، وقد أسفرت الدراسة عن مجموعة من النتائج من أهمها: أن هناك تفاوتاً في استخدام مصادر الإعلام في المدارس الثانوية حيث بلغ عدد المصادر المقررة (9) مصادر، في حين بلغ عدد المصادر المرئية (8) مصادر، وأما المصادر المسموعة فقد بلغ عددها (4) مصادر، كما بينت الدراسة أن أهم أدوار التربية الإعلامية في مواجهة تحديات الغزو الفكري تتمثل في تنمية قدرة الطلاب على حل المشكلات، وتنمية قدراتهم على التفكير الناقد، وتنمية قدراتهم على التفكير الإبداعي، وتنمية قدراتهم على توظيف مصادر الإعلام في اكتساب وحفظ وإدارة المعرفة.

كما استهدفت دراسة (المصري، 2016: 10-1) التعرف على دور التربية الإعلامية في التوعية بالقيم التربوية لدى الأطفال، وقد أظهرت الدراسة أن أغلبية الطلاب أكدوا على أن مضامين التربية الإعلامية التي تمارس داخل المدرسة تساعدهم في التوعية والتمسك بالكثير من القيم التربوية مثل الأمانة التي جاءت في المرتبة الأولى، ثم قيمة القدوة الصالحة، ثم قيمة الطاعة، ثم قيمة الإيمان، ثم قيمة التعاون، ثم قيمة التفكير السليم.

كذلك استهدفت دراسة ايبك (Aybek, 2016: 261-278) التعرف على تأثير التربية الإعلامية على التفكير النقدي والتحليلي لدى المعلمين المستخدمين لوسائل الإعلام الرقمية، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح بالتطبيق على عينة من المعلمين في عدد من الجامعات التركية قوامها (166) معلماً، وأظهرت الدراسة إلى أن هناك اختلاف في تأثير التربية الإعلامية على مستويات التفكير النقدي والتحليلي لدى المعلمين تبعاً لمتغير الجنس، كما تبين أن هناك علاقة إيجابية بين معدل استخدام وسائل الإعلام لدى المعلمين وبين مستوى التفكير النقدي والتحليلي لديهم.

وقد استهدفت دراسة (البدراني، 2016: 134-149) التعرف على أهم الأسس التي تستند إليها التربية الإعلامية باعتبارها عملية تعليمية، والتعرف على تأثير التربية الإعلامية في عقول

الجماهير، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي من خلال البحث في الأدب النظري للتربية الإعلامية، حيث تناولت الدراسة مفهوم التربية الإعلامية من عدة جوانب، وكذلك تناولت العلاقة بين التربية الإعلامية والرقمنة، وتناولت أهمية استئصال الأمية الإعلامية، ومن أبرز نتائج الدراسة كانت أن التربية الإعلامية هي عملية تعليمية تسعى إلى تلقين الأفراد كي يكونوا مشاهدين نشطين ومستخدمين مستقلين وفاعلين في العملية الاتصالية وهي تستند إلى إثارة الحوار والتحليل لتفكيك النصوص والتعليمات، وأن التربية الإعلامية تمثل الرافد الحقيقي لتغذية عقول الجماهير بالمعلومات والأفكار، وهي اتجاهاً عالمياً جديداً يختص بتعليم الجمهور مهارة التعامل مع الإعلام.

أما دراسة نودي (Nudee, 2016: 29-37)، هدفت الدراسة إلى تقييم مدى توظيف التربية الإعلامية في عمليات محو الأمية الإعلامية في تايلاند، وقد تم استخدام أداة المقابلة المركزة لجمع البيانات الأولية من أفراد العينة التي مثلت 120 من خبراء التربية الإعلامية، وقد نتج عن تلك الدراسة مجموعة من النتائج أهمها أن وسائل الإعلام التربوية في تايلاند يجب أن تشمل على إدراك قدرة الطلاب على القراءة والكتابة وتطويرهم تدريجياً حتى يتمكنوا من التحليل والتقييم والتفكير، كما بينت نتائج الدراسة أن النظام الإيكولوجي لوسائل الإعلام التربوي في تايلاند له دور في تعزيز محو الأمية الإعلامية، وهو له دور فعال في تغيير سلوك المتعلمين، كما أن عمليات محو الأمية الإعلامية تحتاج إلى مهارة التعامل مع وسائل الإعلام.

وعلى مستوى آخر استهدفت دراسة بوزينا (Bozena, 2016: 30-48)، تقييم استخدام وسائل الإعلام التقليدية وكذلك وسائل الإعلام الجديدة من قبل الأطفال، كجزء من أنشطة وقت الفراغ لديهم وعلى وجه الخصوص المدارس الابتدائية في سلوفاكيا، وقد وصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها أن وسائل الإعلام الجديدة لم تأخذ الاهتمام الكافي من قبل التربويين أو القائمين على العملية التعليمية للطلاب وكيف لتلك الوسائل أن تؤثر على الأطفال، حيث كانت أغلب الدراسات توجه تركيزها على التعرف على تأثير وسائل الإعلام التقليدية، إضافة إلى ذلك أوضحت الدراسة أبرز التحديات التي تواجه عملية التربية الإعلامية في المدارس كتحسين غير الأكفاء للتدريس، وعدم الاهتمام بتدريبهم في هذا المجال إضافة إلى نقص المرافق التعليمية الأساسية، ونقص الإمكانيات المادية التي تدعم هذا النوع من التدريب، كما بينت الدراسة بأن أغلب الأطفال يستغلون أوقات فراغهم في استخدام وسائل الاعلام الحديثة بما فيها الألعاب الإلكترونية من التطبيقات المتوفرة في الوسائط المتعددة.

كما استهدفت دراسة (المحادين، 2016: 24-38)، اتجاهات طلبة جامعة مؤتة نحو إمكانية اعتبار الهاتف الخليوي أحد أدوات العنف الاجتماعي في المجتمع الأردني، اتبعت الدراسة

لتحقيق أهدافها منهج المسح الاجتماعي، وتم تصميم استبانة خاصة لجمع المعلومات الميدانية وتحليلها من عينة الدراسة التي تكونت من 396 طالباً وطالبة من جامعة مؤتة. وجاءت أبرز النتائج في الدراسة: إن مستوى اتجاهات أفراد عينة الدراسة جاءت بدرجات متوسطة نحو إمكانية اعتبار الهاتف الخليوي أحد أدوات العنف الاجتماعية والأقتصادية والصحية في المجتمع الأردني، حيث أظهرت النتائج أن أفراد عينة الدراسة لا يستطيعون الإستغناء عن الهاتف الخليوي في حياتهم اليومية، كما أظهرت النتائج تدني معرفة المبحوثين بأنواع العنف التي تصاحب الاستخدامات الخاطئة للهاتف الخليوي، إضافة إلى عدم معرفتهم بإمكانية تحول الهاتف الخليوي إلى أداة للعنف في المجتمع الأردني بالمعنى القانوني.

وفيما يختص كذلك بالاستخدام الرقمي استهدفت دراسة (الخطيب، 2017: 507-548)، إلى تعرّف مستوى الرقابة الذاتية عند طلبة جامعة اليرموك أثناء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظرهم في المجالات الدينية والاجتماعية والتربوية، حيث استخدم المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (712) طالباً من جامعة اليرموك في المرحلة الدراسية الأولى (بكالوريوس) من الكليات العلمية والانسانية، وقد أظهرت النتائج وجود مستوى مرتفع من الرقابة الذاتية عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل طلبة جامعة اليرموك، كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) (في مجالات الدراسة (الديني، التربوي) تعزى إلى متغير الكلية، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في المجال (الاجتماعي) تعزى إلى متغير الكلية لصالح الكليات العلمية، في حين أظهرت النتائج وجود فروق في مجالات الدراسة (التربوي، الاجتماعي) تبعاً لمتغير معدل الاستخدام اليومي لصالح أقل من ساعتين يومياً، في حين أظهرت النتائج عدم وجود فروق في مجال الدراسة (الديني) تعزى إلى متغير معدل الاستخدام. الكلمات الدالة: الرقابة الذاتية، طلبة جامعة اليرموك، شبكات التواصل الاجتماعي.

إضافة إلى ما سبق فنجد أن دراسة (الجهني، 2017: 126-136)، استهدفت معرفة أثر شبكات التواصل الاجتماعي على الطلاب في تنمية التحصيل الدراسي في مادة البحث ومصادر المعلومات للمرحلة الثانوية. وقد تم استخدام المقابلة المتعمقة أداة للبحث، وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المفتوحة لتوجيه التفاعل، وكذلك قمت بطرح جداول الاستبيان على المدرسين لتسجيل ملاحظاتهم بشأن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز العملية التعليمية. وانشصر مجتمع البحث في المدارس الثانوية في منطقة المدينة المنورة بالمملكة العربية السعودية، وتكونت عينة البحث من عدد 300 طالب؛ من مدارس المدينة المنورة؛ تم اختيارهم بطريقة عشوائية. وبينت

نتائج البحث قوة تفاعل الطلاب مع المعلمين وزيادة نسبة استجابتهم من خلال المشاركة على مواقع التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى تحقيق نسب عالية في نسبة التحصيل الدراسي في مادة البحث ومصادر المعلومات للمرحلة الثانوية. حيث اتضح جلياً أن مواقع التواصل الاجتماعي قد حققت التحفيز على الإبداع، إذ تفاعل الطلاب على التفوق وتحقيق نسب أعلى ودرجات أفضل مع المعلمين. كما ساعدت المدرسة على متابعة المستوى التعليمي للطلاب جنباً إلى جنب مع ارتفاع نسبة مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في مساعدة المعلمين على لمس نواحي التقصير لدى الطلاب في المواد الدراسية.

كما استهدفت دراسة (الخالدي ، وربابعة، 2017: 227-237) التعرف على فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك. تكونت عينة الدراسة من (209) طلاب من تخصص الدعوة والإعلام الإسلامي، اختيروا من السنتين الثالثة والرابعة وفقاً للطريقة العشوائية الطبقية، وقام الباحث بإعداد استبانة فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك. تكونت الاستبانة بصورتها النهائية من (31) فقرة تمثل (3) أبعاد هي: مبررات تفعيل التربية الإعلامية، محتوى التربية الإعلامية، طرق تحقيق التربية الإعلامية. حيث أشارت النتائج إلى أن مستوى فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك جاءت بمتوسطات تراوحت ما بين (3.61 - 3.79)، حيث جاء مجال طرق تحقيق التربية الإعلامية في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (3.179). بينما جاء مجال مبررات تفعيل التربية العملية في المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (3.61)، وبلغ المتوسط الحسابي للأداة ككل (3.69)، وأشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لأثر السنة الدراسية في جميع المجالات وفي الأداة ككل باستثناء مجال مبررات تفعيل التربية العملية وجاءت الفروق لصالح السنة الثالثة. وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لأثر الجنس في جميع المجالات وفي الأداة ككل.

وقد استهدفت دراسة (الغدوني، 2017: 218) تحديد مستوى تضمين قيم التربية الإعلامية في كتب الحديث والثقافة الإسلامية للمرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية، تكونت عينة البحث من كتب الحديث والثقافة الإسلامية بالمرحلة الثانوية، حيث استخدمت الدراسة منهج تحليل المحتوى، كما حدد الباحث (10) قيم للتربية الإعلامية وهي (المصادقية، المصدرية، الموضوعية، مراعاة التثبت، حرية التعبير، نبذ العنف والكراهية، مراعاة الذوق العام، عفة الجوارح، مراعاة العدالة في الرسالة الإعلامية، الستر في الرسالة الإعلامية). وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن كتب الحديث والثقافة الإسلامية للمرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية متضمنة

فقط لتسعة قيم من قيم التربية الإعلامية وهي (المصادقية، المصدرية، الموضوعية، مراعاة التثبت، حرية التعبير، نبذ العنف والكراهية، مراعاة الذوق العام، عفة الجوارح، الستر في الرسالة الإعلامية)، في حين أنها لم تتضمن لقيمة (مراعاة العدالة في الرسالة الإعلامية).

أما دراسة إبراهيم (Ibrahim, 2019: 326-345)، فقد استهدفت محادثات ورسائل نصية ووسائط متعددة متمثلة بالفيديو وتويتر والمدونات والواتس اب والانستغرام والفايبر ، وبينت بأن الاستخدام الرقمي جاء على أولى اهتمامات الجمهور مقارنة بالإعلام التقليدي ، كما جاء بالعديد من المفاهيم والمصطلحات المستحدثة بعضها جاء أثر استخدام التكنولوجيا والبعض الآخر اكتسبه من التعامل مع جمهور إفتراضي متنوع في الثقافة والبيئة فضلاً عن التغييرات المتسارعة في المحيط العربي ، فأصبح إنسان اليوم يخضع لها دون مقاومة ويكتسب بعضها وتتحول إلى ثقافة مجتمعية قبل أن يدركها ، وحلول قيم مستحدثة بعيدة عن الواقع العربي والإسلامي والتي انعكست على المكون القيمي لمجتمعنا، وهدفت الدراسة في ضوء منهج المسح التعرف على دور الإعلام الرقمي بتكوين القيم لدى هذه الفئة من المجتمع اتجاه الكلمات والمفاهيم الجديدة أما عينة البحث فهي عينة قصديه لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بهدف التحقق من دور تلك المفاهيم في تشكيل ثقافة المجتمعات الجديدة ومحاولة فهم طبيعة اهتمامات الشباب واحتياجاتهم في ظل هذه التغييرات التي أبعدتهم عن مجتمعهم ودينهم وقيمهم وجعلتهم يعيشون بحالة من العزلة والاغتراب عن واقعهم العربي والإسلامي.

التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال عرض الدراسات السابقة تبين للباحثة الآتي:

1. أظهرت الدراسات السابقة أهمية التربية الإعلامية للشباب في ظل انتشار وسائل الإعلام الرقمي والاستخدام الواسع لها، وخاصة فيما قد تتركه من آثار سلبية على سلوكياتهم ومعارفهم، وما يمكن أن تسهم به التربية الإعلامية من تعليم الشباب لأهم طرق التعامل الجيد مع وسائل الإعلام الرقمي.
2. اهتمت بعض الدراسات في فئة الأطفال والبعض الآخر في فئة الشباب، وأن دل ذلك فهو ضرورة قياس تأثير وسائل الاعلام الحديثة على الجيل الجديد بكل فئاته العمرية.

3. ركزت بعض الدراسات على دراسة تأثير وسائل الاعلام على الناشئة، وكان من الأجدى التركيز على وسائل الاعلام الرقمية والتي تؤثر بشكل مباشر على هذه الفئة، كما أن وسائل الاعلام التقليدية لا تستخدم من قبل فئة الناشئة في الوقت الحالي.
4. اعتمدت معظم الدراسات السابقة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي كدراسة جوميز (Gomez, 2012)، ودراسة (علي، 2016)، ودراسة (المصري، 2016)، ودراسة آيبك (Aybek, 2016)، ودراسة (البدراني، 2016)، في حين اعتمدت بعض الدراسات على منهج تحليل المضمون كدراسة إبرو (Abreu, 2010) ودراسة (قاسم، 2013)، ودراسة (الغدوني، 2017)، ودراسة واحدة اعتمدت على المنهج التجريبي دراسة فيليني (Felini, 2014).
5. اعتمدت معظم الدراسات السابقة على أداة الاستبيان لجمع المعلومات كدراسة جوميز (Gomez, 2012) دراسة (علي، 2016)، دراسة (المصري، 2016)، دراسة آيبك (Aybek, 2016) دراسة (الخالدي وربابعة، 2017)، بينما اعتمدت دراسات أخرى على استمارة تحليل المحتوى دراسة إبرو (Abreu, 2010) دراسة (قاسم، 2013)، دراسة (الغدوني، 2017)، ومنها ما استخدم المقابلة كأداة لجمع البيانات كما في دراسة إبرو (Abreu, 2010) ومنها ما استخدم الملاحظة كدراسة فيليني (Felini, 2010).
6. استهدفت بعض الدراسات القائمين على العملية التربوية الإعلامية في المنشآت التعليمية سواء كانت جامعات أم مدارس (حكومية وخاصة)، مثل دراسة إدوارد (Edward, 2009) ودراسة ليتل جون (A. Littlejohn, 2012) كما شملت القائمين على التعليم الفني.
7. هناك قلة بالدراسات العربية التي تناولت دور التربية الإعلامية في تكوين القيم المعرفية، وخاصة في مملكة البحرين فعلى حد علم الباحثة لا يوجد أي رسالة من هذا النوع.

ويستفاد من الدراسات السابقة في الجوانب التالية:

استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في الأمور التالية: بلورة مشكلة الدراسة المختارة وتحديد أبعادها، وتحديد عنوان البحث بدقة وشموله لكافة الجوانب الخاصة والمهمة في التربية الاعلامية، كما ساهم إطلاع الباحثة على الدراسات السابقة في صياغة الإطار المنهجي للدراسة، صياغة بعض أجزاء الإطار النظري للدراسة، اختيار أداة الدراسة وتصميمها، تحديد العينة التي سيتم توزيع استمارة الاستبيان عليها، تدعيم بعض الآراء في تحديد المفاهيم والمصطلحات، والاطلاع على نتائج الدراسات السابقة والاستفادة من التوصيات الواردة فيها.

كما ساهمت الدراسات السابقة في بلورة أفكار الباحثة والتركيز على عينة مختارة من الطلاب الذين يمثلون المرحلة الثانوية بمختلف مستوياتها، سواء أكانوا ذكورا أم إناثا، كما انتقت الباحثة عينة أخرى من الطلاب المنتظمين في الدورات الإعلامية لقياس مدى تأثير التربية الإعلامية على طلاب المرحلة الثانوية في مملكة البحرين.

الإطار النظري - (نظرية الاستخدامات والإشباع):

(رايس، 2016: 189-216) طرحت التطورات الجديدة التي شملت البنية الاتصالية للمجتمع عدة اتجاهات ومجالات بحثية، إما باستخدام نظريات الإعلام التقليدية على الإعلام الجديد أو باستحداث نظريات جديدة تلائم سمات استخدام الإعلام الجديد. بالتالي سعت هذه الدراسة النظرية، الى تسليط الضوء على نظرية "الاستخدام والإشباع" لفهم طبيعة استخدام المجتمعات الافتراضية لإحدى مظاهر الإعلام الجديد ألا وهي شبكات التواصل الاجتماعي و دور تلك النظرية المطبقة لدراسة الإعلام التقليدي لمحاولة فهم سلوكيات الأفراد المستخدمين لتلك المواقع مستبعدة التطرق لتفاصيل المدخل انما تناول الدور الذي تلعبه نظرية الاستخدامات و الإشباع في حقل علوم الاتصال لتجلي الآليات السيسولوجيه و الفردية التي تحدث عند الاستخدام في ظل الميديا الجديدة.

تَلعب النظريات الإعلامية دوراً مهماً في تفسير وقياس العلاقة بين المرسل المُتمثل بالوسيلة الإعلامية، والمستقبل أو ما يُعرف بالفرد المتلقي، ومن أهم النظريات وأكثرها دراسةً في المجتمع نظرية الاستخدامات والإشباع، حيث بدأت النظرية أو الدراسات المتعلقة بها تقوم حول فكرة بأن جمهور الوسيلة الإعلامي ليس عنصراً سلبياً بل عنصراً إيجابياً، وكانت الدراسات الأولى حول أسباب استخدام الجمهور لوسائل الإعلام قد بدأت في العقد الرابع من القرن العشرين، وظهرت بشكل واضح خلال الحرب العالمية الثانية، ومنها اتفق العلماء بأن الجمهور هو من ينتقي وسائل الإعلام التي يتعرض لها، وهو من يختار المضمون وفقاً لحاجاته. (مكاوي، السيد 1998:242)

اختلفت تسمية نظرية الاستخدامات والإشباع، حيث منهم من أطلق عليها مسمى نموذج، ومنهم من اعتبرها نظرية، ويُعد أول من أظهر النظرية في كتاب متكامل كاتز وبلومر في عام 1974 في كتابهما استخدام وسائل الاتصال الجماهيري، حيث صَوّر الكتاب الوظائف التي تقوم عليها وسائل الإعلام، ودوافع اختيار الفرد أو المتلقي لها والمحتوى التي تقوم بعرضه، واستندت النظرية على مجموعة من الفروض وفقاً لكاتز وبلومر، وهي استخدام الأفراد لوسائل الإعلام

يحقق لهم أهدافاً مقصودةً تلبي ما يطمحون إليه، وأن الجمهور هو عنصر فعال في عملية الاتصال. تعود الرغبة في اختيار الوسيلة الإعلامية لإشباع حاجات محددة إلى الجمهور نفسه، وتختلف تلك الرغبات بين الأفراد وفقاً لاحتياجاتهم. الأفراد هم من يختارون وسائل الإعلام التي تشبع رغباتهم، فالوسيلة الإعلامية لا تستخدم الجمهور بل الجمهور هو من يستخدمها. (أبوصبيع، صالح، 2006: 140)

يعلم الجمهور مدى الفائدة التي قد يجنيها نتيجة اختياره لوسائل الإعلام التي يتعرض لها، وهو أعلم أيضاً بدوافعه واحتياجاته. يتم التعرف إلى القيم السائدة في المجتمع وفقاً للمحتوى الذي يتابعه الجمهور، وليس المحتوى الذي تقدمه وسائل الإعلام. تسعى نظرية الاستخدامات والإشباع إلى تحقيق أهداف محددة، في مقدمتها التعرف إلى كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام، وذلك بعد دراسة الجمهور الفاعل في متابعة الوسيلة الإعلامية، ويمكن ذكر الأهداف وفقاً للآتي:

التعرف إلى سبب وكيفية استخدام الفرد لوسائل الإعلام. التعرف إلى دوافع استخدام الفرد لوسيلة إعلامية محددة دون غيرها أو وراء تعرضه محتوى محدد دون غيره. التعرف إلى نتائج استخدام الفرد لوسائل الإعلام، فذلك يقود إلى فهم عملية الاتصال الجماهيري. (محمود، 2003: 254).

دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام اختلف المختصون في تصنيف الدوافع الكامنة وراء استخدام الفرد وسيلة إعلامية دون الأخرى، فمنهم من يرى بأن الدوافع ليست ظاهرة وأن الفرد لا يدركها، فالحاجات تؤثر فيه بشكل مباشر دون أن يعلم ذلك، حيث ينتقي المحتوى أو الوسيلة الإعلامية من باب اللاوعي، فيما يرى آخرون بأن الدوافع يمكن دراستها والتعرف إليها، وأن الفرد لديه القدرة على التعبير عن احتياجاته ودوافع تعرضه للمحتوى، وتُفسر فئة أخرى الدوافع بأنها حاجات لا يمكن التعرف عليها بشكل مباشر، إنما يلزم دراسة سلوك الأفراد والتعرف عليهم من أجل ذلك. (محمود، 2003: 254).

ويرى القسم الأخير عدم وجود دوافع محددة، بل أن التعرض لوسيلة محددة هو عادة لدى الأفراد وليست وفقاً لحاجات معينة، ويُعرف الدافع بأنه حالة نفسية توجه الفرد إلى القيام بسلوك محدد بهدف إشباع حاجة محددة، وتُصنّف نظرية الاستخدامات والإشباع دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام إلى دافعين رئيسيين، وهما:

دوافع نفعية: تتمثل الدوافع النفعية وفقاً لنموذج نظرية الاستخدامات والإشباع بأنها دوافع اكتساب المعرفة، والتعرف إلى المعلومات وكسب الخبرات في مجالات الحياة، مثل التعرض لنشرات الأخبار على التلفاز.

دوافع طقوسية: تتمثل الدوافع الطقوسية بكسر الملل، والتهرب من واقع الحياة ومشكلاتها، إضافة إلى أسباب ترفيهية، ومن أبرز الأمثلة على ذلك التعرض للأفلام والمسلسلات والبرامج الكوميدية. (محمود، 2003: 254)

أنواع الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور:

تقوم نظرية الاستخدامات والإشباع على وجود حاجات تدفع الجمهور إلى اختيار نوع الوسيلة والمحتوى الإعلامي الذي يرغب به، حيث يسعى إلى إشباع تلك الحاجات من خلال التعرض لذلك المحتوى، ووفقاً للعلماء والمختصين في الدراسات الإعلامية فإن الإشباعات تنقسم على النحو التالي:

إشباعات المحتوى: ترتبط إشباعات المحتوى بالمحتوى الذي تقدمه الوسيلة الإعلامية، وتنقسم إشباعات المحتوى إلى قسمين:

1. النوع الأول إشباعات توجيهية، تتمثل في مراقبة البيئة المحيطة بالفرد والحصول على المعلومات.

2. النوع الثاني إشباعات اجتماعية، تتمثل في ربط المتلقي للمعلومات التي يحصل عليها بعلاقاته الاجتماعية.

إشباعات العملية: ترتبط إشباعات العملية بالوسيلة الإعلامية ذاتها، وتنقسم إلى :

1. إشباعات شبه توجيهية مثل الحد من الخوف والقلق، وتعزيز الشعور بالذات والدفاع عنها،

2. إشباعات شبه اجتماعية حيث تتمثل في زيادة علاقة الفرد المتلقي بالشخصيات الإعلامية، وترتبط ارتباطاً وثيقاً لضعف العلاقات الاجتماعية لدى الأفراد، حيث تزداد عزلتهم غالباً. (مكاوي، السيد 1998: 242)

فرضيات النظرية :

وصلت بحوث الاستخدام والإشباع إلى حالة من النضج بعد مراحل من التطور، فقد تبلورت العديد من الافتراضات الأساسية لهذه النظرية في دراسة الاتصال الجماهيري، ومما لا شك فيه أن ما قدمه "كاتز" وزملاؤه عام 1974م، قد أسهم بشكل أساسي في نضج هذه النظرية، وبلورة افتراضاتها الأساسية، فقد قدم كل من "إياهو كاتز E. Katz" و"بلومر Blumer" و"جورفيتش Gurvitch" وصفا لمدخل الاستخدامات والإشباع كما يلي:

العلاقة بين الاستخدام والإشباع يرى فيها "كاتز" أن لدى كل فرد عددا من العوامل الاجتماعية والنفسية التي تولد حاجات معينة للفرد من خلال خبرة الفرد يبدأ في رسم توقعاته عن تلبية وسائل الإعلام لهذه الحاجات مقارنة بمصادر أخرى لإشباع هذه الحاجات... فيترتب على ذلك اتخاذ قراره بالاختيار بين وسائل الإعلام أو المصادر الأخرى، نتيجة للتعرض يتم إشباع بعض الحاجات بجانب نتائج أخرى كآمنة وهو يؤدي مرة أخرى إلى نشوء حاجات أو توقعات جديدة تبدأ من التفاعل مع العناصر الاجتماعية والنفسية... وهكذا تتم دورة العلاقة بين نشوء الحاجة وقرار الفرد بالتعرض إلى وسائل الإعلام أملا في إشباعها. (عبد الحميد، محمد 2004: 291)

ويعكس هذا النموذج الفرضيات الأساسية التي تقوم عليها النظرية والتي يمكن تلخيصها في الآتي:

- 1- إن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط يتسم بالإيجابية والفاعلية، استخدامه لهذه الوسائل موجه لتحقيق أهداف معينة خاصة به.
- 2- إن جمهور وسائل الإعلام قادر على تحديد أهدافه وحاجاته، وكذلك دوافع تعرضه لوسائل الإعلام، ومن ثم فهو قادر على تحديد اختيار المضمون الذي يلبي حاجاته.
- 3- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.
- 4- تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى في إشباع حاجات الأفراد المتعددة والمتنوعة، مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات، فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة، تجعل الفرد يتجه إلى مصدرها لإشباع حاجاته دون الآخر.
- 5- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة، بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة.

وهذه الفرضيات طرحت عديداً من التساؤلات حول العوامل التي يتأثر بها الجمهور في إدراك حاجاته وتحديد نشاطه، وكذلك العوامل البيئية التي تؤثر في نشوء الحاجات ودعمها، وقرار الجمهور باستخدام لإشباع هذه الحاجات. (عبد الحميد، 2000: 271)

الانتقادات الموجهة إلى نظرية الاستخدامات والإشباع:

واجهت نظرية الاستخدامات والإشباع انتقادات وإشكاليات من وجهة نظر مختصين في الدراسات الإعلامية، وفي بداية الانتقادات كانت صعوبة تفسير العلاقة بين الجمهور ووسائل الاتصال الجماهيري بسبب اختلاف القدرات العقلية لدى الأفراد، واختلاف الظروف الاجتماعية لديهم، ومن أهم تلك الظروف القدرات الاقتصادية، لذا؛ كان من الأجدر وضع تصنيفات اجتماعية إلى جانب الحاجات والإشباع. (محمود، 2003: 291).

وفي انتقاد موجه إلى النظرية يرى دينيس ما كويل بأن بعض الحاجات قد تكون ذريعة لبعض الوسائل الإعلامية لتقديم المحتوى الهابط أخلاقياً، وذلك لا يُعد مبرراً لإنتاج مثل هذا النوع من المحتوى، ويرى آخرون بأن النظرية قائمة على مصطلحات مرنة، مثل الدوافع والحاجات والإشباع، ما يُشكل صعوبة في تحديد ناتج ثابت يفسر العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام. (مكاوي، السيد، 1998: 241).

وبلا شك فإن نظرية الاستخدامات والإشباع سوف تجيب على أسئلة الدراسة التي وضعتها الباحثة بما فيها معدل استخدام الاعلام الرقمي لدى الطلاب من المجموعتين.

نظرية بياجيه في التطور المعرفي:

تعتبر نظرية بياجيه في التطور المعرفي نظرية شاملة عن طبيعة الذكاء البشري وتطوره، حيث كان يوقن بأهمية التطور المعرفي للإنسان منذ مراحل طفولته وكيف يتطور ذلك ليبنى شخصية الفرد من خلال ما تلقاه من البيئة المحيطة فيه.

عرفها بياجيه على أنها نظرية المرحلة التنموية لاعتقاده بأن المعرفة تتطور بتطور الفرد ومنذ مراحل طفولته، وكان التطور المعرفي في نظره هو إعادة تنظيم تصاعدي للعمليات العقلية الناتجة عن النضج الحيوي والخبرات البيئية، وأعتقد بأن الأطفال يؤسسون فهماً وإدراكاً من العالم المحيط بهم، وكذلك ينطبق هذا المفهوم على تكوين الخبرات من خلال ما يكتشفونه في البيئة المحيطة بهم. (Piaget, 1977: 17-24).

واختارت الباحثة هذه النظرية باعتبارها أكثر النظريات توافقاً مع موضوع البحث، حيث تبين النظرية مراحل النمو المعرفي لدى الفرد والتي تم تقسيمها إلى مراحل النمو للفرد، وأهم مرحلة هي التي حددها بياجيه التي تبدأ من سن الـ 12 سنة وما بعدها، والتي تتوافق تحديداً مع الفئة العمرية لعينة البحث، وأوضحت النظرية بأن في هذه المرحلة تنمو لدى الطفل القدرة على التفكير الابداعي والتفكير الناقد، وهذا الأمر سيتم أخباره من خلال فرضيات الدراسة التي وضعتها الباحثة، كما بينت النظرية على أن القواعد تنشأ لدى الطفل من الخارج وتفرضه عليه البيئة المحيطة، فيضع الطفل قاعدة لكل موقف يواجهه.

مفهوم النمو عند بياجيه:

يرى بياجيه أن النمو يحدث كعملية طبيعية تفاعلية بين الطفل وبيئته وأن كل خبرة هي تلك التي يتعامل فيها الطفل وبيئته وأن كل خبرة هي تلك التي يتعامل فيها الطفل بتكيف ويحدد بياجيه الذكاء على أنه عملية تكيفيه يكون فيها الطفل مجبوراً على التكيف للواقع حسب ظروف الموقف بينما تكون البيئة في نفس الوقت هي حالة من التعديل عن طريق البناء الذي يفرضه الطفل عليها. (Block, 1982: 281-283)

مفهوم النمو العقلي: نظرية بياجيه في النمو العقلي تعتبر الذكاء في مراحل نموه يختلف من مرحلة لأخرى ، ويرى بياجيه أن التفكير والسلوك الذكي ينشأ من فئة تمتد وتتسع بسرعة تبعاً لعملية شبيهة بالنمو الحركي وتتوازن إلى حد ما مع النمو البيولوجي أو النضج ومحور هذه العملية وظيفتان ثابتتان هي التنظيم والتكيف (التوافق).

مراحل النمو العقلي:

يفترض بياجيه أن النمو العقلي يمر بثلاث مراحل:

المرحلة الأولى: مرحلة النشاط الحسي - الحركي (أهم مظاهر هذه المرحلة):

سلوك انعكاسي فطري/ التعرف على البيئة من خلال الحواس / التركيز على الأحداث الظاهرة دون الماضي والمستقبل/ اختفاء الشيء يعني عدم وجوده. (شربل، 1998: 110)

المرحلة الثانية: مرحلة العمليات المحسوسة: (أهم مظاهر هذه المرحلة):

وتمتد هذه المرحلة من سن سنتين وحتى سن الحادية عشرة من العمر وتنقسم إلى ثلاثة مراحل فرعية:

1_مرحلة ما قبل المفاهيم: من بداية السنة الثالثة وحتى نهاية السنة الرابعة.

ويتميز التفكير في هذه المرحلة بأنه في منزلة متوسطة بين مفهوم الشيء و مفهوم الفئة وهذا ما يسميه بياجيه (ما قبل المفهوم) ويتميز بأنه نوع من التفكير التحولي ، ويبدو أنها مرحلة تجميع المعلومات عند الطفل.(شريل،1998: 110)

2_مرحلة التفكير الحدسي: من بداية السنة الخامسة وحتى نهاية السنة السابعة من العمر.

ومن أهم خصائص التفكير في هذه المرحلة- التمرکز حول الذات أي أنه لا يستطيع مواءمتها مع وجود الآخرين، والميل للاستجابة لأحد جوانب الموقف أي أن الاستجابة مقيدة بالمشير.

3_مرحلة العمليات المحسوسة.

وتبدأ من بداية السنة الثامنة وحتى نهاية السنة الحادية عشر من العمر، وتسمى بمرحلة التفكير المنطقي المحسوس، أو مرحلة المفاهيم الحسية.

ومن خصائصها القدرة على القيام بالعمليات الاستنباطية والاستنتاجية طالما أنها مرتبطة بالأشياء الحسية، ومن خصائصها نمو مفهوم التصنيف وما يتطلبه من عمليات التسلسل أو تدرج الأشياء المتشابهة تبعاً لبعد معين كال حجم أو اللون أو الطول ومن خصائصها أيضاً التصنيف والعد والجمع والضرب أو الطرح والقسمة كما يستطيع الطفل أن يدرك أبعاد الزمان و المكان والمسافة وإدراك العلاقات الهندسية الأولية.(شريل،1998: 111-115).

مظاهر هذه المرحلة:

_ في بداية هذه المرحلة تتمثل المظاهر في:

ظهور اللغة والتفاعل الاجتماعي، ويبدأ الاهتمام بالماضي والحاضر، يبدأ بالتركيز على بعد واحد، إضافة إلى التمرکز حول الذات، ويبدأ حل المشكلات عياناً وليست لفظية.

_ وفي نهاية المرحلة تتمثل في:

زيادة التفاعل الاجتماعي، وحل المشكلات الحسابية البسيطة، كما يبدأ بترتيب الأشياء ترتيباً تصاعدياً، تبدأ مرحلة إدراك العلاقات، ويتعلم الأشياء المحسوسة ويفكر بشكل محسوس، ويركز على أبعاد مختلفة، يقل التركيز حول الذات، ويبدأ بأخذ المعلومات من أبعاد ومصادر مختلفة.(شريل،1998: 120-121)

المرحلة الثالثة: مرحلة العمليات الصورية.

وتبدأ هذه المرحلة من بداية السنة الثانية عشرة وما بعدها ، وهي مرحلة العمليات المجردة أو العمليات الصورية أو الإستنتاج الغرضي. حيث تنمو لدى المراهق العمليات الصورية وتظهر القدرة على التفكير المجرد، وفي هذه المرحلة يظهر الفرق بين المرحلتين السابقتين حيث يتم في هذه المرحلة إدراك المفاهيم السابقة في مرحلة التفكير العيني بصورة مجردة. كما تنمو لديه القدرة على حل المشكلات ولكن بطريقة تختلف عن المرحلتين السابقتين، حيث يستطيع المراهق أن يضع 3-4 فروض محتملة لحل المشكلة، ثم يبدأ بالتجريب والتحقق من هذه الفرضيات (Singer,1998:164-179).

أهم مظاهر هذه المرحلة:

أن يركز على المجرد وليس المحسوس، والتفكير الإبداعي، والعمل على حل المشكلات، و وضوح التفكير الناقد، وأن يضع الفرضيات ويتأكد من صحتها، و ينتقل من تفكير الأطفال إلى الراشدين. هكذا أوضح بياجيه أن هناك تغيرات جوهرية تحدث في فهم الطفل للقواعد مع تقدّمه في العمر، ولعلّ أهمّ تغير فيها -من وجهة نظر بياجيه- هو ذلك الذي يحدث أثناء الانتقال للمرحلة الأخيرة؛ حيث يتغيّر فهم الطفل للقواعد من تصوره لها على أنّها مقدّسة ومفروضة من الخارج إلى إدراكه لها على أنّها نتاج لاتفاق متبادل، ومن ثمّ يمكن تغييرها برضاء جميع الأطراف. وبالإضافة إلى ذلك، فقد استمر بياجيه في استكشاف أفكار الأطفال عن العدالة والعقاب، وحول مفاهيم مثل: الكذب وغيره، وانتهى من ذلك كله إلى التمييز بين نوعين رئيسيين من الأخلاقية هما. (Marchael,2010:220-225).

كما بين بياجيه أن هناك ما يسمى بالأخلاقية الخارجية ويعني بها: الخضوع لتوجيه الآخرين، أو القواعد التي يضعونها، وهذا معناه أن القواعد تنشأ أصلاً من خارج الفرد وتفرض عليه من البيئة كما يطلق بياجيه على الأخلاق خارجية المنشأ أخلاقية ضبط النفس أو الواقعية الأخلاقية، ويرى أن الفرد يستجيب في هذه المرحلة للقواعد؛ لأنها تعتبر صارمة وغير قابلة للتعديل؛ لأن الكبار أو الراشدين هم الذين وضعوها، ولذا: فعليه الخضوع لها وعدم الخروج عليها؛ لأن العقاب لا بُدَّ وأن يلحق بمن يخرج عليها، وفي هذه المرحلة يحتاج الطفل إلى قاعدة لكل موقف؛ حيث لا يمكنه أن يقوم بالتعميم. (Gruper,2004:526-529).

الأخلاقية داخلية المنشأ :autonomuou morality:

وهي أخلاق ديمقراطية تستند إلى المساواة بين الناس وتُبنى على التعاون والاحترام المتبادلين. إنها عقلانية، تنشأ من التفاعل بين الطفل ورفاقه، فيها يتحرّر الفرد من قيود الراشدين، وتنمو لديه فكرة المساواة والعدالة؛ فالأخلاقية داخلية المنشأ تعني ببساطة أنّ معايير الفرد الأخلاقية تتبع من داخله، وعن اقتناع ذاتي، ودون فرض خارجي من أي مصدر كان.

وتتميز هذه المرحلة بالذاتية الخلقية؛ إذ يكون الطفل ذاتيًا في أحكامه الخلقية، بمعنى أنه يأخذ نية الفرد أو قصده في اعتباره عند الحكم على صحة فعل أو خطئه، كما يضع احتمال الخطأ الإنساني في اعتباره أيضًا، ويصبح كسر فنجان واحد عن قصدٍ أكثر جرمًا من الطفل الذي كسر ثلاثة بدون قصد. بالإضافة لذلك تنمو لدى الطفل فكرة المساواة والعدالة. Block (Jack,1982:281-295)

ويعتبر بياجيه أن تطور الذكاء يأتي بفضل عملية زيادة الوعي، و يعتبر التطور عبر سنين العمر يعني نمو (الوعي)، ويقصد بها ازدياد حساسية الانسان للطريقة التي تستطيع بها نشاطاته وافكاره الاسهام في إقامة بناء إيجابي أكثر مرونة وتكيفاً للعالم، بصرف النظر عما إذا كان لهذا الوعي علاقة بالحقيقة المطلقة أم لا.(شريل،1998: 202)

مجادلات أصحاب نظرية التعلّم الاجتماعي:

إن المراحل التي وضع بياجيه قواعدها قد أثارت بعض الأبحاث الجدلية: فقد جادل أصحاب نظرية التعلّم الاجتماعي بأنّ الأخلاقيات لا تنمو في مراحل، وأنها لا ترتبط بالسن. إنهم يظنون أنها تنمو، وأنها قابلة للتعديل من خلال التدخّل البيئي، فتعريض الطفل لخبرات بيئية مختلفة يجب أن يغيّر الحكم الخلفي من خلال التعلّم، بصرف النظر عن مستوى الطفل في النمو المعرفي، وهنا استخدمت الباحثة النظرية للتحقق من فرضيات الدراسة متمثلة في قياس نسبة وعي عينة الدراسة من مستخدمي الإعلام الرقمي لمضامين التربية الاعلامية. (Andrew,2009:49-60)

الفصل الثالث

نشأة نظرية التربية الإعلامية وتطورها

نشأة وتطور نظرية التربية الإعلامية	*
أهمية التربية الإعلامية	*
خصائص ومميزات التربية الإعلامية	*
مهارات التربية الإعلامية	*
مبادئ التربية الإعلامية	*
مداخل تضمين التربية الإعلامية في التعليم	*

أولاً: نشأة نظرية التربية الإعلامية:

يؤرخ الباحثون بداية ظهور مفهوم التربية الإعلامية في ستينيات القرن العشرين، حيث كانت النظرة السائدة حول هذا المفهوم ترتبط بإمكانية استخدام وسائل الإعلام كوسيلة تعليمية، وفي منتصف السبعينيات من القرن نفسه بدأ ينظر للتربية الإعلامية على أنها تعليم بالإعلام وبوسائله الحديثة والتعبير عن الذات، حيث أصبح يُنظر للتربية الإعلامية على أنها مشروع دفاع، هدفه حماية الأطفال والشباب من المخاطر التي أنتجتها وسائل الإعلام. ولذا انصب تركيز التربية الإعلامية على الكشف عن كل ما يتم تناقله عبر وسائل الإعلام من رسائل وعادات وقيم وثقافات مزيفة وغير ملائمة، كما ركزت التربية الإعلامية على تدريب وتعليم الأطفال والشباب على مهارات التعامل مع هذه الرسائل ورفضها، وقد تطور مفهوم التربية الإعلامية بعد ذلك بحيث لم تعد النظرة إليه كمشروع دفاع فقط، بل كمشروع تمكين، يسعى إلى إعداد وتأهيل الشباب من أجل فهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم، إضافة إلى تمكينهم من الانتقاء والتعامل الجيد معها، وكذلك تنمية مهارات المشاركة الفعالة لديهم، وتعد التربية الإعلامية إطاراً للتحليل، والتقييم، وتعزيز أسلوب التفكير النقدي والالمام بمهارات الإنتاج الفكري المطلوبان لضمان حياة فعالة في ظل الانتشار المذهل للمادة الإعلامية الذي تميز القرن الواحد والعشرين." (الشميري، 2010: 19-20).

حظيت التربية الإعلامية باهتمام العديد من المنظمات الدولية وعلى رأسها منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو)، التي بذلت كثيراً من الجهود في هذا المجال، من خلال سعيها الحثيث لنشر الوعي بأهمية التربية الإعلامية وتوفير مناهج التدريب للمعلمين والطلاب في هذا المجال وفق معايير عالمية، كما أنشئت وطورت مناهج لتدريب الآباء والمحترفين، كما نظمت اليونسكو العديد من الندوات والمؤتمرات التي تركز على أهمية التربية الإعلامية وأهم الاتجاهات الجديدة في مجال التربية الإعلامية (منصور، 2013: 262-263).

إضافة إلى أن اليونسكو وجهت العديد من الرسائل لمواجهة الرسائل التي تبث من وسائل الإعلام والتأثيرات التي يمكن أن تحدثها في الأجيال القادمة. ففي عام ١٩٨٢ طالبت اليونسكو بضرورة إعداد النشء للحياة في عالم يتميز بقوة الوسائل المصورة والمكتوبة والمسموعة. وعملت كثيراً خلال السنوات الماضية نحو التطوير والتحديث في التربية لمواجهة التطورات في مجال الاتصال والمعلومات من خلال فكرة أن في وسائل الإعلام ما هو مفيد ونافع لأفراد المجتمع ومنه ما هو دون ذلك، فعملت المنظمة خلال السنوات الأخيرة على إعداد مناهج للتربية الإعلامية والمعلوماتية، حيث ضم المنهج بين دفتاه مرفوعين عريضين هما: الوعي الإعلامي والوعي المعلوماتي .

ويهدف هذا المنهج إلى مساعدة الأفراد (المعلمين - الطلبة - أفراد المجتمع) على الاستمتاع بحقوقهم من حيث حرية البحث والوصول إلى المعلومة، وكيفية تلقي الرسائل الإعلامية والمعلوماتية بفكر ناقد، ويعتبر هذا المنهاج ضمن إستراتيجية شاملة للتربية الإعلامية والمعلوماتية تهدف إلى تكوين مجتمعات مثقفة إعلامياً ومعلوماتياً، وتنقيف المجتمعات بأساسيات المعلومات والإعلام وتطوير التعاون الدولي الخاص بالتربية الإعلامية والمعلوماتية والتي من ضمن عناصرها الاستراتيجية إعداد إطار عالمي حول مؤشرات التربية الإعلامية والمعلوماتية. وتكوين شبكة جامعية للتربية الإعلامية والمعلوماتية، وكذلك وضع أسس ومبادئ لإعداد سياسات واستراتيجيات التربية الإعلامية والمعلوماتية الوطنية على حسب كل دولة وخصوصياتها، وكذلك تأسيس مركز دولي لتبادل المعلومات بشأن التربية الإعلامية والمعلوماتية (البوسعيدي، 2011 : 56).

قامت أستراليا بإضافة التربية الإعلامية ضمن المنهج الدراسي الإلزامي، وفي آسيا فقد كانت الفلبين من أولى الدول التي أدخلت التربية الإعلامية في التعليم، ثم توالى الدول لتطبيق الإجراءات لإضافة التربية الإعلامية في المنهج الدراسي المدرسي ومقرراً جامعياً أيضاً. (عبدالرسول، 2015: 42)

أما في العالم العربي، كانت الأردن أول دولة عربية تدرج التربية الإعلامية في المناهج المدرسية، حيث قامت الحكومة الأردنية بتشكيل فريق لمتابعة مشروع التربية الإعلامية والمعلوماتية وذلك بالتعاون بين وزارة التربية والتعليم ومعهد الإعلام الأردني.

يأخذ التطور التاريخي لنظرية التربية الإعلامية اتجاهين الأول يتعلق بالمؤتمرات والندوات وورش العمل التي تم تنظيمها من أجل التربية الإعلامية، والثاني يتعلق بتجارب الدول في تطبيق التربية الإعلامية، ويأتي تبين ذلك فيما يأتي:

المؤتمرات وورش العمل التي تم تنظيمها في مجال التربية الإعلامية:

نظمت العديد من دول العالم خلال السنوات الماضية في القرن الماضي والقرن الحالي مجموعة من المؤتمرات والاجتماعات وورش العمل حول مفهوم التربية الإعلامية ويمكن تناولها حسب التسلسل الزمني على النحو التالي:

1. إعلان جرانولد - ألمانيا 1982م:

تم إصدار هذا الإعلان في مدينة جرانولد بجمهورية ألمانيا الفيدرالية بحضور تسعة عشرة دولة من خلال الندوة العالمية لليونسكو عام 1982م، وقد توصل هذا الإعلان إلى مناشدة السلطة المختصة بما يلي:

المبادرة ببرامج متكاملة للتربية الإعلامية ودعمها بدءاً من مرحلة ما قبل المدرسة وحتى مستوى الجامعة ووضع برامج ودورات تدريبية متطورة للمدرسين والمشتغلين في تدريبهم على وسائل التدريس المناسبة للتربية الإعلامية بالإضافة إلى تشجيع البحوث والأنشطة والأعمال التي تؤدي للتطوير في مجال التربية الإعلامية (عبد الحميد، 2012: 125)

2. مؤتمر الاتجاهات الحديثة في التربية الإعلامية الدولي بجامعة تولوز، فرنسا:

قامت اليونسكو برعاية هذا المؤتمر الدولي الذي عقد بجامعة تولوز في فرنسا عام 1990م، وذلك بمشاركة 180 ممثلاً من 40 دولة من مدرسي ومتخصصي الثقافة الإعلامية في الدول الأوروبية برعاية اليونسكو ومعهد الأفلام من أجل بحث مستقبل الثقافة الإعلامية وقد تضمن التقرير النهائي للمؤتمر الإشارة إلى المعارف الأساسية للتربية الإعلامية، والحاجة الماسة والملحة للتربية الإعلامية، وتمت الإشارة كذلك إلى الميثودولوجيا (علم المنهج) في التربية الإعلامية، والعناصر المطلوبة لتطوير التربية الإعلامية في بلد من البلدان و التدريب والتربية الإعلامية (Alexander, 2015:62).

إن هذا المؤتمر جاء استكمالاً لإعلان جرانولد وشكل خطوة عملية في دعم برامج التربية الإعلامية، كما أنه حسم وبشكل قاطع التفريق بين التربية الإعلامية التي تتعامل مع الإعلام كموضوع للتعليم والتربية وبين المجالات الأخرى المشابهة لها التي تتخذ من الإعلام وسيلة لتحقيق أهداف التربية كالإعلام التربوي والتقنيات التعليمية.(عبدالرسول، 2015 : 14)

3. مؤتمر فيينا 1999م "التربية من أجل عصر الإعلام والتقنية الرقمية:

ناقش المشاركون في المؤتمر الذين مثلوا 33 دولة أهمية إعداد الأبحاث على المستوى المحلي والعالمي للمواضيع المتعلقة بالتربية الإعلامية، وتبادل الإستراتيجيات، وتوزيع مناهج التربية الإعلامية بالتعاون مع الخبراء والمنظمات التي تتعامل مع هذا المجال بشكل مباشر أو غير مباشر لتصبح مراقبة دائماً لتطوير التربية الإعلامية وتضمنت توصياته الآتي:

التعريف العام والمبادئ وبيان السياسات بشأن التربية الإعلامية مثل: التعريف الإجرائي للتربية الإعلامية، الفئة المستهدفة منها، المهارات اللازمة للتعامل مع الإعلام، إدخال التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية الوطنية، وتوصيات لليونسكو، تتيح تسهيل أنماط من الأبحاث في مجال التربية الإعلامية محليا ودوليا، وتبادل الخبرات بين دول العالم في مجال التربية الإعلامية إضافة إلى تجهيز وكالة دولية للتربية الإعلامية (عبدالفتاح، 2016).

4. الحلقة النقاشية أشبيلية، أسبانيا 2002م بعنوان "الثقافة الإعلامية للشباب":

ناقشت هذه الحلقة الدراسية التي حضرها ثلاثة وعشرون مندوباً عن أربعة عشر دولة، سبل تطوير التربية الإعلامية عن طريق تبادل المعارف والخبرات، واقتراح التشريعات المبتكرة فيما يخص التربية الإعلامية والمناهج الخاصة بها، إلى جانب تحسين التعاون بين المسؤولين الحكوميين والباحثين التربويين وممارسي التربية الإعلامية، وقد بنى المشاركون توصياتهم على التوصيات السابقة لإعلان جرانولدا، وتولوز، ومؤتمر فيينا وأضافوا إليها ما يلي:

تحديد المفهوم العلمي الإجرائي للتربية الإعلامية، الذي ينطوي على التحليل الانتقادي والإنتاج الإبداعي للإعلام، كما يمكن أن يتم عن طريق الأنظمة التربوية الرسمية وغير الرسمية، تعطي الأولوية لمرحلة الشباب من 12 - 18 سنة.

كما أوصى المشاركون بتطوير خمسة من مجالات السياسات الإستراتيجية الإعلامية.

5. ورشة عمل برشلونة 2004م:

قامت منظمة اليونسكو وإدارة الاتصال والتعليم بجامعة برشلونة بتنظيم ورشة عمل عن التربية الإعلامية بالتعاون مع الاتحاد الأوروبي وجامعة شيلي الكاثوليكية تم خلالها وضع الأهداف الإستراتيجية للتربية الإعلامية ومنها:

-دمج مفهوم التربية الإعلامية في مختلف المستويات الدراسية من خلال الوسائط المتنوعة الرسمية وغير الرسمية، والوعي بأهمية احتياج التربية الإعلامية لإستراتيجيات اتصال أكثر تنوعاً، بما في ذلك نشر أفضل الممارسات لبرامج التأثير الصوتي والمرئي والحملات الجماهيرية، إلى جانب

الترويج لقواعد العاملين بالتعليم والتدريب وأخصائي الاتصال، وتوفير مواد تدريس ودعم للتربية الإعلامية (عبد الرسول، 2015 : 15).

6. أجندة باريس 2007م "التوصيات الاثنتا عشر للتربية الإعلامية العام":

عقد هذا الاجتماع بعد خمسة وعشرين عاماً من إعلان جرانولد بحضور الخبراء وواضعي السياسات التربوية والباحثين وممثلي الجمعيات الأهلية على المستوى الدولي وأهم التوصيات التي تقدمت بها الأجندة هي:

إعداد برامج متكاملة للثقافة الإعلامية على كافة المستويات التربوية تشمل وضع تعريف جامع للثقافة الإعلامية، والعمل على تدعيم الروابط بين الثقافة الإعلامية والتنوع الثقافي واحترام حقوق الإنسان، إضافة إلى تدريب المعلمين والعمل على رفع الوعي بين الجهات الشريكة المعنية في المجال الاجتماعي من خلال تضمين مهارات الثقافة الإعلامية مع المهارات التدريبية الأساسية للمدرسين، وإعداد مداخل تربوية ملائمة، ووضع الثقافة الإعلامية ضمن إطار التعليم المستمر (عبد الحميد، 2012 : 131).

7. المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية في الرياض بالمملكة العربية السعودية مارس 2007م:

حرصت المملكة العربية السعودية على نشر مفهوم التربية الإعلامية على مستوى المملكة وكذلك على مستوى دول قارة آسيا، عندما احتضنت المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية في المملكة العربية السعودية في عام 2007م، حيث شكل المؤتمر أكبر تظاهرة في مجال التربية الإعلامية وذلك على مستوى المتحدثين والمشاركين في المؤتمر، والذين أتوا من مختلف دول العالم للمشاركة بخبراتهم في هذا المجال، وقد خرج هذا المؤتمر بتوصيات أهمها، وجوب التركيز على أهمية التربية الإعلامية وتحديدًا في مراحل التعليم المختلفة، واقتراح اعتماد مقرر التربية الإعلامية ليكون أحد مقررات مراحل التعليم العالي، كما أوصى المؤتمر بإتاحة شراكة علمية ومهنية بين المؤسسات التعليمية والإعلامية، وبإعداد برامج تدريبية في مهارات التربية الإعلامية للمعلمين والطلاب. (الشميري، 2010: 22-23)

8. الميثاق الأوروبي للثقافة الإعلامية 2009:

يتضمن الميثاق الأوروبي للثقافة الإعلامية المبادئ التالية:

الاستخدام الفعال للتقنيات الخاصة بوسائل الاتصال من أجل الوصول إلى تخزين واسترجاع ونشر المضامين التي تقوم بإشباع احتياجات الفرد والمجتمع، وإمكانية القيام باختيارات سليمة بشأن أنماط ومضامين وسائل الإعلام رغم اختلاف الثقافات أو المؤسسات التي ينتمي إليها الفرد، وفهم كيف، ولماذا يتم إنتاج مضمون إعلامي معين، إضافة إلى التحليل الناقد للأساليب واللغة والمواثيق التي تستخدمها وسائل الإعلام، والاستخدام الإبداعي لوسائل الإعلام للتعبير عن الرأي لتوصيل المعلومات والأفكار، والاستخدام الفعال لوسائل الإعلام لممارسة حقوق الفرد في الديمقراطية والمسؤولية المدنية (عبد الحميد، 2012 : 133).

تجارب الدول في تطبيق التربية الإعلامية:

تترجم الاهتمام بالتربية الإعلامية إلى مستوى العالم، حيث كانت الدول الغربية سباقة في ذلك وخاصة كندا التي ضمنت التربية الإعلامية في مناهجها الدراسية في نهاية الستينيات من القرن الماضي، من خلال إعداد المشروعات والخطط المستقبلية في التعليم، على أساس أن التربية الإعلامية لها أهميتها في حماية الشباب من الاستخدام الرقمي، كما أنها مع الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، حيث تؤدي إلى تنمية الإبداع والتفكير النقدي والمعلومات والمهارات عن ممارسة الديمقراطية، حتى يصبح الطلاب مواطنين أكثر فعالية ووعياً في ظل التغيرات العالمية المعاصرة

وكذلك الولايات المتحدة الأمريكية التي بدأت في تركيزها على التربية الإعلامية في منتصف السبعينيات، (البوسعيد، 2011 : 56)

كما طورت انكلترا واستراليا برامج ومعايير كثيرة في هذا المجال، وصل إلى حد فرض التربية الإعلامية بشكل إجباري في المناهج الدراسية حيث يتم تدريسها كمنهج في التعليم الثانوي لمواجهة العديد من مشكلات النظام التعليمي، ومشكلات العدالة الاجتماعية من خلال تدريب الطلاب على تنمية الحس النقدي لديهم لما تعرضه وسائل الإعلام، وخاصة في المناطق الحضرية في انكلترا (Morrell, 2012 : 268).

وتؤدي التربية الإعلامية في "هولندا" دوراً ملموساً في حماية المراهقين والشباب من مخاطر التلفزيون والانترنت من خلال تنمية الوعي النقدي لديهم من خلال ما تعرضه وسائل الإعلام، وأن الحاجة إلى التربية الإعلامية أصبحت ضرورية لمتابعة التغيرات السياسية والاقتصادية في أوروبا، ولابد من مشاركة وسائط التعليم الرسمية وغير الرسمية لتدعيم التربية الإعلامية في المجتمع الهولندي (Neset,2018).

وفي "اليابان" تعد التربية الإعلامية بمثابة التطوير الفعلي لمناهج التعليم والتدريس في المدارس والجامعات للقضاء على الأمية الإعلامية، بشكل علمي وسلوكي يتمثل في المشاركات المجتمعية القائمة، ويكون الطلاب على وعي وإدراك بطبيعة الحقوق والحريات داخل المجتمع الياباني (Suzuki,2009:131).

وفي الوطن العربي جرت محاولات مهمة في السنوات الأخيرة قام بها مؤسسات إعلامية وأكاديمية وشخصيات وناشطون لتعميق هذا المفهوم الجديد للإعلام وتطبيقاته وإنضاج فكرة إدخاله ضمن المناهج الدراسية، وطرحت فعلاً المقالات والأبحاث العلمية حتى أصبحت وزارات التربية والتعليم العالي في الوطن العربي على دراية تامة بأهمية الإعلام والرقمنة بغية إلزام مؤسساتهما بتطبيقه ضمن مناهجها التربوية والتعليمية (منصور، 2013 : 264).

وقد زاد تفاعل المنطقة العربية مع منهج التربية الإعلامية والرقمية، وبخاصة في كليات الإعلام بالدراسات الجامعية الأولية والعليا، وابتداءً من لبنان حيث كانت نقطة الانطلاق لطرح هذا المفهوم وتعميمه على الجامعات وبعض المدارس بالتعاون مع منظمة اليونسكو، وكذلك في العراق دخل في منهاج الدراسات العليا، وفي سورية دخلت إلى الأجواء الجامعية، وكذلك في الجامعات المصرية والفلسطينية والأردنية ولاسيماً في معهد الإعلام للدراسات العليا، وحتى في سلطنة عمان واليمن التي دخل مشاركون منها في أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية ببيروت. كما قدمت السعودية منذ ٢٠٠٥ دراسات تربوية لدمج التربية الإعلامية في مدارسها وإشراك المدرسين والمعلمين في دورات في كليات وأقسام الإعلام بالجامعات لتوضيح الثقافة الإعلامية وبحسب المعطيات فإن الانفتاح سيكون على جميع البلدان العربية خلال العام ٢٠١٧ وفق خطة لليونسكو (البدراني، 2016 : 135-136).

ثانياً: أهمية التربية الإعلامية:

يحاول الباحثون الربط بين انتشار وسائل الإعلام الرقمي وقدرته التأثيرية في الأفراد المتلقين وبين الحاجة إلى التربية الإعلامية، حيث يركز الباحثون والكتاب على ضرورة التربية الإعلامية في العصر الحالي الذي يشهد ثورة إعلامية غير مسبقة، مع الثورة الرقمية التي نعيشها في ظل التطور التكنولوجي، الذي استطاعت تغيير الصور بمؤثرات بصرية ودرجات لونية وخاصية التركيز والضبابية على الأخراج، الذي يؤدي إلى تحقيق هدف المرسل أو من يقوم على إدارة الحسابات الإعلامية بمختلف أشكالها، فعندما نتحدث عن التربية الإعلامية كمهارة فأنا نمهد لخطوة دفاعية لحيل بأكملها، كيف يختار وكيف يستقبل وكل يحلل ويقيم المعلومة، حيث أن التربية الإعلامية أولوية وضرورة ملحة لرفع الوعي بأشكال الرسائل الإعلامية الكثيرة التي تواجه الأفراد في حياتهم اليومية، والتي تتطلب تزويدهم بالمعارف والمهارات وأشكال الفهم التي يحتاجونها من أجل الاستخدام الكامل للفرص التي تقدمها وسائل الإعلام التقليدية والجديدة. (قاسم، 2013 : 82)

كما أصبحت التربية الإعلامية ضرورة لمساعدة الأفراد في معرفة كيف يرشح الإعلام المدركات والمعتقدات، ويؤثر على الاختيارات الشخصية، وذلك من خلال تمكينهم بمهارات التفكير الناقد والحل الإبداعي للمشكلات لبناء أجيال واعية ومدركة لما يدور في محيطهم (Sabanci, 2014:271).

وتأتي أهمية التربية الإعلامية لأسباب أهمها، تأثير الإعلام على العمليات الديمقراطية من خلال رفع مستوى الوعي والمشاركة، وارتفاع معدلات الاستهلاك الإعلامي وتشبع المجتمع بالإعلام، وتأثير الإعلام على تشكيل المدركات والمعتقدات والاتجاهات، إضافة إلى الأهمية المتزايدة للتواصل والمعلومات البصرية، وأهمية المعلومات في المجتمع والحاجة إلى التعلم مدى الحياة (قاسم، 2013 : 83).

وقد أشار (جمال، 2015 : 16) إلى عدد من النقاط التي تبرز أهمية التربية الإعلامية من أهمها التكيف مع التطور التقني لوسائل الإعلام والاتصال، ومواجهة مخاطر العولمة الثقافية والإعلامية، والمحافظة على الهوية الثقافية، إضافة إلى تنمية المسؤولية الاجتماعية والمواطنة والقيم لمواجهة التحدي الإعلامي، لتحقيق التكامل بين المؤسسة الإعلامية والمؤسسة التربوية.

وفي هذا يرى (علي، 2016 : 306-307) أن العناية بالوعي الإعلامي جزء من تكوين المواطن المستنير، إذ يؤكد الخبراء أن الشباب وخاصة الذي لم يصب حظاً كافياً من التعليم إذا كان واعياً ببيئته وملماً بأحداث الساعة من خلال اطلاعه على الوسائل الإعلامية، وقادراً على

استخدام أدوات الاتصال في التعبير عن ذاته، سيصبح مواطناً أفضل تكويناً وأكثر التزاماً. كما أن العناية بالوعي الإعلامي يشجع على المشاركة الفعالة في المجتمع، فالتربية الإعلامية تمكن الناس من تفسير المواد الإعلامية ومن تكوين آراء واعية عنها بوصفهم مستهلكين لها، وأن يصبحوا منتجين للمضامين الإعلامية، فالغاية التي تتوخاها التربية الإعلامية هي تطوير الملكات النقدية والإبداعية لدى الأفراد.

وقد أشار كثير من الباحثين إلى أن التربية الإعلامية تقوم بوظائف مهمة في حياة الأفراد وفي المجتمع تتمثل بالوظائف النفسية والأخلاقية والتعليمية.

1. وظيفة نفسية:

تعتبر وسائل الإعلام من المؤسسات الاجتماعية التي تؤثر في سلوك الفرد والجماعة وتؤدي دوراً مهماً في المساهمة في تعزيز الجانب النفسي، وهي تؤدي دوراً غير محدد التأثير من خلال الرسالة الإعلامية، حيث إنها عملية سيكولوجية تتضمن عمليات نفسية كثيرة، ونظراً لتعدد أنواع وأهداف النشاطات الإعلامية وخضوعها لسياسات معينة تستهدف كسب رأي الناس وإشباع رغباتهم المختلفة، فقد نشأت العمليات النفسية التي تستهدف بث الأفكار والمذاهب وتحويل الاتجاهات والرأي العام والتأثير على عواطف رهط معين بغية إجباره على تغيير مواقفه وسلوكه وفق الهدف الإعلامي المنشود.

ولمواجهة هذا الإعلام، جرت محاولات عربية في السنوات الأخيرة قام بها مؤسسات إعلامية وأكاديمية وشخصيات وناشطون لتعميق هذا المفهوم الجديد للإعلام وتطبيقاته وإنضاج فكرة إدخاله ضمن المناهج الدراسية، وطرحت فعلاً المقالات والأبحاث العلمية حتى أصبحت وزارات التربية والتعليم العالي في الوطن العربي على دراية تامة بأهمية الإعلام والرقمنة بغية إلزام مؤسساتها بتطبيقه ضمن مناهجها التربوية والتعليمية (البدراي، 2016 : 134-149).

2. وظيفة أخلاقية:

تقوم وسائل الإعلام والاتصال بدور في حياة الناس بصفة عامة وفي حياة الناشئة بصفة خاصة، وذلك لأن تطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة واستخداماتها في وسائل الإعلام تعتبر مصدراً أساسياً من مصادر المعرفة التي يعتمد عليها الفرد والجماعة في الحصول على

المعلومات وتكوين المفاهيم والاتجاهات والقيم وأنماط السلوك، كما أشارت العديد من التحليلات إلى أهمية تأثير وسائل الإعلام على الأفراد في مجالات مختلفة، كما وأكدت على أهمية الدور الذي تمارسه وسائل الإعلام في توجيه السلوك، وتشكيل الإدراك. إلا أن غالبية هذه التحليلات والدراسات تميل إلى تجاهل المحيط الاجتماعي الذي يتم خلاله التأثير من وسائل الإعلام على المتعرضين لها، فكما تؤكد النظرية الاجتماعية النفسية فإن سلوكيات الأفراد ليست مجرد ردود، أفعال للمواقف بل هي ناتج لقدرتهم على إدراك معاني الرموز وتفسير الواقع أو المواقف. (Francis, 1980: 209-210)

3. وظيفة تعليمية:

يعتبر التعليم حجر الزاوية في حل مشكلة التخلف وهو الوسيلة القادرة على تحرير الإنسان من قيد العجز الفكري وإطلاق طاقاته الخلاقية، وصقل قدراته المبدعة وتأهيل مهاراته وزيادة وتقنين خبراته، وتأتي وظيفة التربية الإعلامية في توفير النشاطات التعليمية اللازمة للقضاء على الأمية من خلال وضع تصور جديد للبناء التعليمي الخاص بالأمية وتنفيذه من خلال البرامج والعمليات التعليمية ومضامينها التربوية، حيث يمكن للتربية الإعلامية أن تبدأ بتعليم المهارات الأساسية للقراءة والكتابة للأميين، ثم الانتقال بهم إلى مستويات أخرى تؤهلهم للاستمرار في التعليم. (Unesco)

ومن كل ما سبق تبرز أهمية التربية الإعلامية باعتبارها رداً على انتشار وسائل الإعلام بكل ما تتضمنه وتزخر به من رسائل إعلامية يتلقاها الأفراد، وتظهر أهميتها أكثر في ظل الإعلام الرقمي الذي أصبح واسع الانتشار بحيث لم يعد أحد بمنأى عن هذا الإعلام بل إنه يحظى بإقبال كبير من قبل الأفراد من مختلف الأعمار والثقافات، وخاصة أن المحتوى الإعلامي والرسائل الإعلامية مسئولة عن أغلب الخبرات التي على أساسها يقوم الأفراد ببناء فهمهم الشخصي للعالم من حولهم، ولهذا يحظى مفهوم التربية الإعلامية باهتمام كبير من قبل الحكومات والمنظمات والباحثين.

ثالثاً: خصائص ومميزات التربية الإعلامية:

تتصف التربية الإعلامية بالعديد من الخصائص التي تعبر عن أهميتها ومضمونها في تحقيق تعليم إعلامي صحيح للشرائح الأخرى، وعلى الرغم من اختلاف الباحثين حول خصائص التربية الإعلامية فإن هناك عدداً من الخصائص التي ذكرها الباحثين والتي سيتم ذكرها فيما يأتي: (الشميمري، 2010 : 27-29)

1. تعزيز الدافعية للتعلم: تتمتع التربية الإعلامية بخصائص تعزز الدافعية للتعلم، وذلك بسبب خصوصية موضوعها ومجالها. فهي تبحث في شيء محسوس يتصل مباشرة بحياة المتعلم اليومية، فيكون أدعى لإثارة انتباهه وتحفيزه لاكتشاف هذا المجال ومعرفة أسرارهِ.

2. واقعية هذا المجال والحاجة إليه: إن التعامل مع الإعلام يستغرق جزءاً كبيراً من حياة الإنسان في العالم المعاصر، ويوافقه طوال حياته، وهذا يثير لدى المتعلم الشعور بأهمية امتلاكه لمهارة التعامل مع الإعلام من خلال التربية الإعلامية.

3. وضوح نتائج التعلم: إن وضوح نتائج التعلم بشكل بارز على شخصية المتعلم في الحياة اليومية تزيد الدافعية وبذل الجهد، لأن الوعي الإعلامي يمكن بسهولة أن يلاحظ على شخصية الإنسان في الحياة اليومية، بخلاف قدرته على حل اعقد مسائل الرياضيات على سبيل المثال.

4. مهارات التفكير العليا: إن التربية الإعلامية تساعد المتعلم على اكتساب مهارات التفكير العليا، أو على الأقل إحساسه وشعوره بأهميتها، لأن الإعلام مجال خصب جداً لتفعيل مهارات التفكير، وهو يستدعي تعلم المهارات الآتية:

- مهارة التفكير الناقد: وهي مهارة أساسية في التربية الإعلامية.
- مهارة التفكير الإبداعي: وهي ترتبط بشكل وثيق بأحد مخرجات التربية الإعلامية وهو إنتاج المضامين الإعلامية.
- مهارة اتخاذ القرار: وهي ترتبط بأحد مخرجات التربية الإعلامية وهو اتخاذ قرار التعرض الانتقائي وحسن الاختيار.
- مهارة حل المشكلات: وهي ترتبط بصناعة الإعلان بشكل عام، لأنها تعاني من مشكلات عديدة على مستوى العالم، ومنهج التربية الإعلامية يوفر حالات واقعية لتكون ميداناً لاستخدام مهارة حل المشكلات، بالإضافة إلى مشكلات التعامل مع الإعلام داخل الأسرة.

5. تعزيز الثقة بالنفس والروح الإيجابية: إن التربية الإعلامية تقدم للمتعلم صورة شاملة عن البيئة الإعلامية، وتكشف له الكثير من أسرار صناعة الإعلام طبقاً لمبادئ التربية الإعلامية، وتساعد على تمكين المعلم من استخدام أدوات ومهارات التعامل مع الإعلام، وهذا بدوره يؤدي إلى تعزيز ثقة المتعلم، وامتلاكه الروح الإيجابية للقيام بسلوك إيجابي.

6. التعلم الذاتي والتعلم مدى الحياة: إن التربية الإعلامية تضع البذرة الأساسية، والخطوة التي تتيح للمتعلم مواصلة التعلم في هذا المجال بصفة ذاتية، ضمن منهجيات التعلم الذاتي، والتعلم مدى الحياة. (الشميمري، 2010: 27-28)

رابعاً: مهارات التربية الإعلامية:

أشار عدد من الباحثين إلى العديد من المهارات التي تركز عليها التربية الإعلامية، وقد لاحظت الباحثة تركيز معظم الباحثين على أربعة مهارات أساسية هي:

1. مهارة التحليل:

وتعني قدرة الفرد على اختبار تصميم شكل المضامين الإعلامية وهيكلها وتسلسلها، بحيث يمكن له أن يستفيد من مختلف المضامين الفنية والأدبية والاجتماعية والاقتصادية التي تحتويها، وبالتالي المقدرة على فهم السياق العام للمضامين الإعلامية، وتعني أيضاً قدرة الفرد على تحليل الرسائل الإعلامية وتعزيز قدراتهم وإمكاناتهم لا ليصبحوا مستهلكين واعين للمضامين الإعلامية فقط، بل منتجين مسؤولين ومبدعين لها، أي يتأثرون بوعي ويؤثرون بمهارة، مما يمكنهم من تشاركتها مع غيرهم والتفاعل فيما بينهم، وهو ما يعكس التعامل بإيجابية مع الإعلام ووسائله وأدواته المختلفة (محمد، 2015: 14).

فمهارة التحليل تجعل الفرد مثقف إعلامياً ومشارك نشط في الحوار حول المعنى في المحتوى الإعلامي، وواعٍ بالعوامل المختلفة التي تؤثر في الحوار، ومشارك في صياغة المضامين الإعلامية والتأثير فيها، بالإضافة إلى إنتاجها.

2. مهارة البحث:

تنشر وسائل الإعلام الكثير من المعلومات والرسائل الإعلامية قد يكون من بينها الصحيح ومن بينها المزيف وهو ما يعرف بالتضليل الإعلامي، حيث إن عملية التضليل الإعلامي بسبب ما وفّرت التكنولوجيا الإعلامية والاتصالية من إمكانيات قد تحوّلت إلى عملية دقيقة تختلط فيها الحقائق والمفاهيم وتجري فيها عملية تشويش مقصودة باتجاه الإساءة إلى أشخاص أو جماعات أو حكومة أو أحزاب باتجاه تلطيخ السمعة والتسقيط المعنوي، وتتمثل عملية التضليل الإعلامي من خلال التركيز على حقيقة وإغفال الحقيقة الأخرى المرتبطة بها، أو التضليل بإهمال خلفية الأحداث، مما يجعلها ناقصة ومشوهة، ولا يستطيع المتلقي فهمها وتفسيرها، التضليل بتزوير معلومات معينة، أو التضليل باختيار قضايا ومشكلات زائفة، والابتعاد عن قضايا أخرى تهم الجمهور (الشميري، 2010 : 104-105).

ولمواجهة مثل هذا التضليل والتشويه في المعلومات لابد أن يكون الأفراد قادرين على البحث والتقصي في مصادر المعلومات، وهذا تحاول التربية الإعلامية تنميته لدى الأفراد، فالفرد الواعي إعلامياً هو باحث نشط في تحديد المصادر الإضافية المناسبة لدراسة الموضوعات الإعلامية ذات الاهتمام الشخصي، والتي يمكن أن تكون قد تعرضت لعمليات تشويه وتضليل. (خليل، 2015 : 17)

3. مهارة التأثير:

وتعني قدرة الفرد على تغيير معنى أو تأثير الرسائل الإعلامية، حيث إن وسائل الإعلام عادة هي التي تزودنا بالمعلومات أو بالجزء الأعظم منها، وبالتالي فإن وسائل الإعلام تؤثر على فهم الأفراد ومواقفهم وحكمهم على الأشياء، كحكمهم على شخص ما أو قيمة ما أو سلوك ما، أو شعورهم تجاه شيء ما سواء سلباً أو إيجاباً، وذلك بناءً على المعلومات المتوفرة لديهم والتي نقلتها وسائل الإعلام (الشميري، 2010 : 57).

ويرى روبرت (Ramos 2012:350) أن لوسائل الإعلام القدرة على التأثير في التكوين المعرفي للأفراد من خلال عملية التعرض طويلة المدى لوسائل الإعلام كمصادر للمعلومات، فتقوم باجتثاث الأصول المعرفية القائمة لقضية أو لمجموعة قضايا لدى الأفراد، وإحلال أصول معرفية

جديدة بدلاً منها، وهنا يأتي دور التربية الإعلامية لتنمية مهارة التأثير لدى الأفراد وتمكينهم من تغيير معنى الرسائل والمضامين الإعلامية بما يحقق تعامل واعي من قبل الأفراد تجاه هذه الرسائل.

4. مهارة التفكير الناقد: بعد تحليل الرسائل الإعلامية تأتي مهارة النقد، فمن خلالها يستطيع الفرد أن يصدر حكمه عليها وتقويمها من خلال مقارنتها ببنائاته المعرفية، وتعني مهارة التفكير الناقد التحقق من المعومات ومصادرها والخروج باستنتاجات تتعلق بالحقائق والآراء المطروحة. (محمد، 2015 : 12)

وتتطلب مهارة التفكير الناقد من فرضية أنها مهارة قابلة للتطوير والتنمية لدى كل فرد، وذلك بإعداد الخبرات والمهارات اللازمة لتحقيقها، وهي من المهارات المهمة والواجب تنميتها لدى الأفراد، لاسيما في العصر الحالي الذي اتسعت فيه المعلومات، وانتشرت وسائل الإعلام بشكل كبير، وبالتالي يجب أن يكون الفرد قادراً على التفكير الناقد لكي يستطيع الحكم على مصداقية هذه المعلومات وتصنيفها (Unesco, 2009).

وفي هذا يرى (Feuerstein, 2014: 47) أن مهارات التربية الإعلامية تقدم خدمات مهمة للأفراد في العصر المعلوماتي، حيث بإمكانها أن تنمي قدرة الفرد على التعرف على المعلومات المطلوبة، والقدرة على الحصول عليها وتقسيمها، وتنمية قدرته على استخدام التقنيات الرقمية وأدوات الاتصال والاتصال الشبكي، من أجل إدارة وتكامل وتقييم وإنشاء وتوصيل المعلومات بهدف وظيفي في مجتمع المعلومات.

مداخل تضمين التربية الإعلامية في التعليم:

مع تصاعد أهمية التربية الإعلامية على الصعيد المجتمعي والتربوي، فقد بدأت حركة نشطة لتقديم هذه التربية لطلاب المدارس، وظهرت عدة مداخل لتدريس وتعليم هذه الثقافة، حيث صنف المختبر التربوي للإقليم الشمالي المركزي «مهارات القرن الحادي والعشرين» في أربع فئات رئيسية هي، مهارات العصر الرقمي Digital Age Literacy وهي المقدرة على استخدام التقنية الرقمية وأدوات الاتصال، والشبكات للوصول إلى المعلومات وإدارتها وتقويمها وإنتاجها للعمل في مجتمع المعرفة، كما تشمل مهارات الثقافة الأساسية والعلمية والاقتصادية والتقنية والبصرية والمعلوماتية وفهم الثقافات المتعددة والوعي الكوني، ومهارات التفكير الإبداعي Inventive Thinking وتشمل مهارات التكيف والتوجيه الذاتي والابتكار ومهارات التفكير العليا، ومهارات

الاتصال الفعّال Effective Communication التي تشمل مهارات العمل في فريق والمهارات البين شخصية والمسؤولية الشخصية والاجتماعية والاتصال التفاعلي، إضافة إلى مهارات الإنتاجية العالية High Productivity والتي تشمل مهارات التخطيط والإدارة والتنظيم والاستخدام الفعّال للأدوات التقنية في العالم الواقعي. (شليبي، 2014: 7)

وقد أشارت (علي، 2016 : 310-311) إلى أنه يمكن تضمين التربية الإعلامية في التعليم من خلال توفير المواد الإعلامية النافعة مثل المجالات والكتب وحثهم على قراءتها، وتوفير أشرطة الفيديو والأقراص وأشرطة الكاسيت المتضمنة للمقالات والمحاضرات والخطب المناسبة لمرحلتهم وللعلوم والبرامج النافعة، وحثهم على سماعها ومشاهدتها، وعلى متابعة البرامج والإذاعات والقنوات التلفزيونية الجيدة، كذلك استثمار الإذاعة المدرسية في تقديم بعض الموضوعات التي تعالج مخاطر الغزو الفكري التي يتعرض لها جيل الشباب، وتحذيرهم منها، وتقديم المقترحات المناسبة لمواجهتها، وتربيتهم على الأخلاق الفاضلة المتمثلة في التواضع والتسامح والتراحم والصدق في القول والعمل، ومتابعتهم وتوعيتهم من خلال عمل منشورات ومطويات وتوزيعها عليهم، والإفادة من مركز مصادر التعلم والمكتبة لتقديم مواد إعلامية إلكترونية تعمل على تصويب الأخطاء التي يقعون فيها أولاً بأول، إضافة إلى عمل ندوات تثقيفية ودعوة متخصصين للحديث مع الطلاب عن أبرز المشكلات التي تواجههم وسبب الوقوع فيها وطرق تلافيها، والاهتمام بعمل مؤتمرات طلابية يترك للطلاب تحديد الموضوعات التي تروقهم، ويتم توجيههم للمواد الإعلامية التي يعدونها بأنفسهم، ويقترحون سبل الحل وطرق العلاج، والعمل على تحذيرهم من المواد الإعلامية الضارة التي تستخدم في غزو شباب المسلمين، مثل بعض المجالات والصحف الهابطة، و تطوير أداء التربية الإعلامية بكل وسائلها المقروءة والمسموعة والمرئية والاستفادة من التقنيات الحديثة كالحاسوب والشبكة المعلوماتية، وتشجيع الأنشطة الثقافية والبحثية بالمدارس بإقامة الملتقيات والندوات بصورة دورية وتبادل الأفكار سعياً نحو بناء قاعدة ثقافية صلبة، و تحسين الطلاب وتوويرهم للأخطار المحدقة بهم وبأمتهم وفضح الحركات الهدامة.

أهداف التربية الإعلامية المدرسية:

تسعى التربية الإعلامية المدرسية نحو تحقيق عدد من الأهداف التربوية، والتي يمكن تقسيمها إلى ثلاثة محاور رئيسية وهي زيادة فاعلية العمل التربوي المدرسي، ومواجهة التحديات الحضارية، والارتقاء بالحياة الطلابية المدرسية، وتستطيع التربية الإعلامية المدرسية أن تلعب دورا

كبيراً في تنمية وتطوير تعزيز فاعلية العمل التربوي المدرسي من خلال المساهمة ربط كل من المدرسة والحياة الاجتماعية وذلك من خلال المساهمة في تحقيق الترابط الاجتماعي تدريب الطلبة على تفهم وتقبل وجهات النظر المختلفة ومواجهتها بالحوار تعزيز مفاهيم العمل الجماعي عند الطلبة إضافة إلى تسليط الضوء على القضايا التي قد تكون منتشرة كالفقر والجوع والتشرد والمخدرات والبطالة والعمل على طرح حلول لها ، كما نشدد على إشراك الطلبة في تحقيق فهم مفاهيم التكافل الاجتماعي والعدالة الاجتماعية والعمل الدائم على غرسها في نفوسهم.

إضافة إلى تأهيل الطلبة وتدريبهم على تحمل المسؤولية، وتكريس مفاهيم التعاون والعمل المشترك في نفوسهم.

العمل على مساعدة وتدريب الطلبة على فهم طبيعة العمل الإعلامي المثالي.(عبدالفتاح، 2011: 218)

الفصل الرابع

الإطار المنهجي للدراسة

منهج الدراسة	*
تصميم الدراسة	*
أدوات الدراسة	*
مجتمع الدراسة	*
صدق وثبات أداة الدراسة	*
الأساليب الإحصائية	*

الإطار منهج الدراسة:

تصنف هذه الدراسة ضمن الدراسات شبه التجريبية التي تسعى لدراسة العلاقة بين متغيرين على ما هما عليه في الواقع دون التحكم في المتغيرات حيث يقوم الباحث باختيار عينة قصدية من المجتمع بالإضافة إلى عدم ضبط المتغيرات الخارجية، وتعتمد الدراسة على منهج المسح الميداني لعدد 100 طالبة وطالب، تم تقسيمها 50 ذكور، و 50 إناث من المنتمين للمركز الطلابي الإعلامي التابع لوزارة التربية والتعليم بمملكة البحرين، والمجموعة الثانية 100 طالب طالبة، تم تقسمهم لعدد 50 من الذكور و 50 من الاناث من طلبة المرحلة الثانوية غير المنتظمين في دورات المركز الاعلامي الطلابي، لقياس دور التربية الاعلامية في تكوين القيم المعرفية لديهم.

ويعرف المنهج شبه التجريبي بأنه أحد الأشكال الخاصة بجمع البيانات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم (عبد الحميد، 2000: 158)، كما أنه يتجسد بوصف الظاهرة أو الموضوع من خلال جهد علمي منظم يتضمن جمع بيانات كافية عن الموضوع أو الظاهرة، خلال فترة زمنية معينة، وسياق مكاني معين، ثم تنظيم تلك البيانات ومعالجتها والوصول إلى إجابات حاسمة عن التساؤلات أو التحقق من فرضيات معينة، بما يلقي الضوء على جوانب الموضوع أو الظاهرة (عبد العزيز، 2011: 37).

وفي هذا الإطار استخدمت الباحثة هذا المنهج لملائمته لموضوع الدراسة الحالية، للأجابة على أسئلة الدراسة واختبار الفرضيات لتحليل المتغيرات إحصائياً وللكشف عن طبيعة العلاقة بين المتغيرات.

تصميم الدراسة:

يعتمد تصميم الدراسة على فكرة الضبط والعزل الاحصائي لمجموعة متغيرات الدراسة والتي تمثل التربية الإعلامية كمتغير مستقل، والقيم المعرفية كمتغير تابع وهي بذلك تمثل شكل من أشكال المنهج شبه التجريبي والذي استخدمته الباحثة في تطبيق الدراسة.

أدوات الدراسة:

لأجراء هذه الدراسة قامت الباحثة بإعداد أدوات لجمع البيانات من أجل تحقيق هدف الدراسة واستخلاص النتائج ، حيث تعرف الأداة بأنها طريقة أو وسيلة تهدف لجمع البيانات والمعلومات من المجتمع الذي تقصده الدراسة، وتتنوع الأدوات المستخدمة في الدراسات، ويتم

اختيار الأداة بقدر تناسبها مع الدراسة، فهناك أداة الاستبيان، والملاحظة، والمقابلة.....الخ (بدر، 1988: 145).

الاستبيان: هو مجموعة أسئلة ترسل إلى الأشخاص الذين يصعب الوصول إليهم أو مقابلتهم وجها لوجه، لاستفتائهم نحو موضوع معين أو مشكلة معينة وهناك وسائل عديدة لتطبيق الاستبيان كنشره في وسائل التواصل الاجتماعي المطروحة وعموماً فإن أداة الاستبيان تعد مهمة لأنها تعتبر الركيزة الأساسية في جمع المعلومات. (عبدالهادي، 2006).

وتقوم الدراسة الحالية على توظيف استبيان صمم لقياس دور التربية الإعلامية في تكوين القيم المعرفية في ظل الاستخدام الرقمي. وسوف يشتمل الاستبيان على مجموعة من الأجزاء وهي:

الجزء الأول: البيانات الديموغرافية للعينة.

الجزء الثاني: معدل استخدام الإعلام الرقمي بين الطلاب.

الجزء الثالث: واقع التربية الإعلامية في المركز الطلابي الإعلامي التابع لوزارة التربية والتعليم بمملكة البحرين.

الجزء الرابع: دور التربية الإعلامية في تكوين القيم المعرفية للطلاب.

مجتمع الدراسة:

يعرف مجتمع الدراسة بأنه: "جميع مفردات الظاهرة التي تدرسها الباحثة، أو جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة الدراسة، أي أنه كل العناصر التي تنتمي لمجال الدراسة" (الطائي، 2012: 123).

واعتمدت الباحثة في اختيار مجتمع الدراسة على عينة البحث على العينة القصدية، والتي تشير إلى اختيار عينة بعينها تمثل المجتمع الأصل بأكمله، حيث يمثل عدد طلبة المرحلة الثانوية في مملكة البحرين بحسب آخر إحصائية منشورة في موقع وزارة التربية والتعليم لعام 2018/2017م 33244، طالبة وطالبة.

عينة الدراسة:

حددت الباحثة عدد 200 مفردة لتطبيق الدراسة عليها، من طلبة المرحلة الثانوية مقسمة ل 100 طالب وطالبة من المرحلة الثانوية ، مقسمة بالتماثل 50% لكل فئة، من المنتمين للمركز الطلابي الاعلامي، و مقارنتها بالمجموعة الثانية التي مثلت 100 طالب وطالبة من المرحلة الثانوية، غير المنتمين للمركز الاعلامي الطلابي، ونظراً لصغر حجم مجتمع الدراسة سيتم تطبيق الدراسة الميدانية على جميع الطلاب وذلك باستخدام الحصر الشامل للعينة.

وتوضح الجداول التالية خصائص العينة حسب متغيرات الدراسة:

جدول (1)

توزيع عينة الدراسة حسب متغيرات الجنس و الانتظام في دورات المركز الطلابي الإعلامي ومكان السكن

المتغيرات	مستويات كل متغير	التكرارات	النسب المئوية
الجنس	ذكر	100	50.0%
	أنثى	100	50.0%
الانتظام في دورات المركز الطلابي الإعلامي	منتظم في دورات المركز الطلابي الإعلامي	100	50.0%
	غير منتظم في دورات المركز الطلابي الإعلامي	100	50.0%
مكان السكن	العاصمة	95	47.5%
	المحرق	26	13.0%
	الشمالية	31	15.5%
	الجنوبية	48	24.0%
المجموع		200	100%

يتبين من الجدول السابق أن عينة الدراسة من طلبة المرحلة الثانوية توزعت مناصفة ما بين الذكور والإناث بنسبة (50.0%) لكل فئة. ويتبين من الجدول أن عينة الدراسة من طلبة المرحلة الثانوية توزعت مناصفة ما بين المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي وغير المنتظمين

في دورات المركز الطلابي الإعلامي بنسبة (50.0%) لكل فئة. كما تبين من الجدول السابق أن عينة الدراسة من طلبة المرحلة الثانوية توزعت على جميع محافظات مملكة البحرين، وكانت أعلى نسبة من سكان محافظة العاصمة بنسبة بلغت (47.5%) ، في حين كانت أدنى نسبة من سكان محافظة المحرق بنسبة بلغت (13.0%)، وتم تقسيم العينة لـ 100 طالب وطالبة ، لكل مجموعة مقسمة لي 50 ذكور، و 50 من الاناث، للمجموعة الأولى، ومقسمة كذلك لـ 50 ذكور ، و 50 إناث للمجموعة الثانية.

وجاء هذا التقسيم لأعطاء فرص متساوية بين الجنسين في توزيع متماثل شكل 50% لكل منها.

وعليه استخدمت الباحثة أداة الاستبيان لأختبار الفرضيات وللإجابة على أسئلة الدراسة والعلاقة بين المتغيرات، وقد راعت الباحثة في صياغة الأسئلة الآتي:

صياغة الأسئلة بأسلوب واضح وسهل للطلبة، وربط الأسئلة بتسلسل بحيث تحقق الأهداف المرجوة منها، والتنوع في الأسئلة بحيث لا يمل الطالب من الاجابة عليها، كما احتوى الاستبيان على مواقف إجتماعية تحدد مدى وعي الطلبة، ودور التربية الاعلامية في تكوين القيم المعرفية.

الصورة النهائية لأداة الدراسة:

بعد عدة تعديلات توصلت إليها الباحثة، وبعد موافقة السادة المحكمين أصبحت أداة الدراسة جاهزة لقياس متغيرات الدراسة، وتكونت من 4 أجزاء رئيسية:

البيانات الديموغرافية، ومعدل استخدام الاعلام الرقمي بين الطلاب، و واقع التربية الاعلامية في المركز الاعلامي الطلابي، ودور التربية الاعلامية في تكوين القيم المعرفية للطلاب.

صدق وثبات أداة الدراسة:

بعد عرض أداة الدراسة على مجموعة من المحكمين بجامعة البحرين وهم من أصحاب الخبرة والدراية في المناهج العلمية، تم التحقق من الاداة لغوياً ومدى قياس الأسئلة للمتغيرات، وبعد توصيات المحكمين تم التعديل على ما تم الاشارة إليه من قبلهم بما يشمل التعديل اللغوي والترقيم.

صدق الاتساق الداخلي: تم التحقق من صدق الاتساق الداخلي من خلال استخدام معاملات ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين بنود الاستبانة والدرجة الكلية للمحور المنتمية إليه، وهي موضحة في الجداول التالية:

جدول رقم (2)

قيم معاملات ارتباط بيرسون كمؤشرات صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة

الرقم	العبرة	معامل ارتباط بيرسون
1	وصلتني رسالة من خلال الواتس آب من صديق يحتوي على فيديو قيام مجموعة من الأولاد يسخرون على أحد أصدقائي أثناء وجوده في إحدى المجمعات التجارية، وقمت مباشرة بإعادة إرسالها لجميع زملائي.	(**)653.
2	شاهدت صورة في الانستغرام لحادث مروري ونتج عنه إصابات لأشخاص وحالة وفاة، وقمت مباشرة بإعادة نشره في حسابي.	(**)454.
3	وجدت خبراً في الفيس بوك عن وفاة أحد اللاعبين المشهورين ولكن لم أقم بنشره.	(**)770.
4	وصلتني رسالة متداولة في الواتس آب عن حاجة أحدهم لمساعدة مالية ومدون فيها رقم التواصل، فقمت بالاتصال بالشخص للتحقق قبل إعادة إرسالها للجميع.	(**)867.
5	أثناء تصفحي الانستغرام شاهدت صورة لواقعة انهيار بناية في إحدى الأحياء المشهورة وقمت بإعادة إرسالها للجميع.	(**)667.
6	سمعت تسجيل صوتي لخلاف بين زميلين لي فاقتطعت منه لأعيد إرساله إلى والديهما بنية الصلح.	(**)793.
7	تعرض صديق لنا لإصابة أثناء ممارسة الرياضة في إحدى المنتزهات وقام أحدهم بتصويره وتداولناه بين زملائنا على سبيل المزحة.	(**)890.

الرقم	العبارة	معامل ارتباط بيرسون
8	في عطلة نهاية الأسبوع ذهبت في رحلة مع أصدقائي وتعطلت الحافلة في وسط الطريق فقامت بتصوير العطل وإرساله للشركة لأعلامهم بالخلل.	0.810(**)
9	أرسل إلي صديق صورة لحيوان قد قام بتربيته مؤخراً يطلب فيه مساعدتنا للبحث عنه فقامت بإعادة إرسالها للجميع.	0.686(**)
10	أعجبتني لوحة فنية في موقع البحث (قوغل) فأعدت نشرها في حسابي الشخصي على أنها لوحتي.	0.697(**)
11	أثارني أحد أصحاب الحسابات الفنية المشهورة، حيث تحدث سلباً عن فناني المفضل، فأنشأت حساباً وهمياً لشتمه والرد عليه.	0.786(**)
12	صديقي ماهر في العزف على آلة الجيتار، فقامت بتسجيله وتحميل المادة على اليوتيوب دون علمه.	0.807(**)

* الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

يتبين نتائج من الجدول السابق أن قيم معاملات ارتباط بيرسون لجميع العبارات كانت ذات دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ ، وهذه لقيم تعد مؤشرات على أن العبارات ذات صدق الاتساق الداخلي مقبول لأغراض الدراسة الحالية.

- ثبات الاتساق الداخلي:

قامت الباحثة بالتحقق من مدى ثبات الاتساق الداخلي للاستبانة، من خلال استخراج قيم معامل ألفا كرونباخ والتي تراوحت ما بين $(0.86-0.90)$ ، وهي نسبة ثبات مقبولة، الأمر الذي يعزز من ثبات وإمكانية التطبيق الميداني.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

في تحليل الاستبانات تمت الاستعانة ببرنامج ال SPSS في تحليل البيانات وتوظيف تلك البيانات في ذمة أهداف البحث، وذلك باستخدام الأساليب الإحصائية المعروفة.

الفصل الخامس

نتائج الدراسة الميدانية

الإجابات على التساؤلات واختبار الفرضيات	*
التوصيات	*
المراجع	*

الإجابة على التساؤلات، واختبار الفرضيات:

نستخلص في هذا الفصل النتائج التي توصلت إليها الباحثة من خلال تحليل بيانات هذه النتائج باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS.

1. معدل استخدام الطلاب المنتظمين وغير المنتظمين للمركز الطلابي الإعلامي التابع لوزارة التربية والتعليم بمملكة البحرين لوسائل الإعلام الرقمي:

أ- ما مدى امتلاك طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي حساب في برامج وتطبيقات الإعلام الرقمي (شبكات التواصل الاجتماعي)؟
يهدف السؤال إلى التعرف على عدد الطلاب الذين يمتلكون حسابات في مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف تطبيقاتها، حيث يوضح مدى اهتمام الطلاب بالاستخدام الرقمي سواء من الطلبة المنتظمين أو غير المنتظمين في دورات المركز الإعلامي الطلابي، مما يتيح المقارنة وتوضيح الفروقات في عدد المستخدمين.

وعليه تم حساب التكرارات والنسب المئوية، واستخدام اختبار كا2 للتعرف على دلالة العلاقات، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (3)

التكرارات والنسب المئوية واختبار كا2 لمدى امتلاك طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي حساب في برامج وتطبيقات الإعلام الرقمي

الفئة			التكرارات والنسب المئوية	الاستجابة
المجموع	غير منتظم في دورات المركز الطلابي	منتظم في دورات المركز الطلابي		
199	99	100	التكرارات	نعم
99.5%	99.0%	100.0%	النسب المئوية	
1	1	0	التكرارات	لا
0.5%	1.0%	0.0%	النسب المئوية	
200	100	100	التكرارات	المجموع
100%	100%	100%	النسب المئوية	

تظهر نتائج الجدول السابق أن الغالبية العظمى من أفراد عينة الدراسة يمتلكون حساباً في برامج وتطبيقات الإعلام الرقمي (شبكات التواصل الاجتماعي) وبنسبة وصلت إلى (99.5%)، فقط فرد واحد من أفراد العينة وبنسبة بلغت (0.5%)، لا يمتلك حساباً في برامج وتطبيقات الإعلام الرقمي.

وتظهر نتائج الجدول السابق أن جميع أفراد عينة الدراسة من طلبة المرحلة الثانوية المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي يمتلكون حساب في برامج وتطبيقات الإعلام الرقمي (شبكات التواصل الاجتماعي) وبنسبة (100%)، في حين أن (99.0%) من عينة طلبة المرحلة الثانوية غير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي يمتلكون حساب في برامج وتطبيقات الإعلام الرقمي.

كما تظهر نتائج اختبار كا² عدم وجود دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في امتلاك حساب في برامج وتطبيقات الإعلام الرقمي (شبكات التواصل الاجتماعي) بين طلبة المرحلة الثانوية المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي. ب- ماهي تطبيقات الإعلام الرقمي الأكثر استخداماً من قبل طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي؟

ويهدف هذا السؤال إلى التعرف على أولويات الطالب في الاستخدام الرقمي من خلال التطبيقات، حيث طرحت أكثر 6 تطبيقات المستخدمة من قبل الأفراد، وتم طلب ترتيب التطبيقات بحسب الأكثر استخداماً بالنسبة للطلبة المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الإعلامي الطلابي التابع لوزارة التربية والتعليم.

وعليه تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، واستخدام اختبار "ت" للتعرف على دلالة الفروق بين المتوسطات، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، ونتائج اختبار "ت لتطبيقات الإعلام الرقمي الأكثر استخداماً من قبل طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز

الطلاب الإعلامي

التطبيقات	الفئة	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية
واتس أب	غير منتظم	4.090	1.652
	منتظم	4.490	1.605
	المتوسط الكلي	4.290	1.637
فيس بوك	غير منتظم	3.490	1.534
	منتظم	3.300	1.453
	المتوسط الكلي	3.395	1.493
تويتر	غير منتظم	3.400	1.682
	منتظم	3.410	1.577
	المتوسط الكلي	3.405	1.626
انستغرام	غير منتظم	3.740	1.561
	منتظم	3.370	1.762
	المتوسط الكلي	3.555	1.671
سناپشات	غير منتظم	3.120	1.805
	منتظم	2.970	1.789
	المتوسط الكلي	3.045	1.794
فيس تايم	غير منتظم	1.630	1.433
	منتظم	1.750	1.527
	المتوسط الكلي	1.690	1.478

يتبين من الجدول السابق أن أكثر تطبيقات الإعلام الرقمي الأكثر استخداماً من قبل طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي هو " واتس أب " بمتوسط حسابي (4.290)، تلاه في المرتبة الثانية " انستغرام " بمتوسط حسابي (3.555)، وجاء في المرتبة الثالثة " تويتر " بمتوسط حسابي (3.405)، ثم في المرتبة الرابعة "

فيس بوك " بمتوسط حسابي (3.395)، تبعه في المرتبة الخامسة " سناشات " بمتوسط حسابي (3.045).

يتبين من الجدول السابق أن أكثر تطبيقات الإعلام الرقمي الأكثر استخداماً من قبل طلبة المرحلة الثانوية المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي هو " واتس أب " بمتوسط حسابي (4.490)، تلاه في المرتبة الثانية " تويتر " بمتوسط حسابي (3.410)، وجاء في المرتبة الثالثة " انستغرام " بمتوسط حسابي (3.370)، ثم في المرتبة الرابعة " فيس بوك " بمتوسط حسابي (3.300)، تبعه في المرتبة الخامسة " سناشات " بمتوسط حسابي (2.970).

يتبين من الجدول السابق أن أكثر تطبيقات الإعلام الرقمي الأكثر استخداماً من قبل طلبة المرحلة الثانوية غير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي هو " واتس أب " بمتوسط حسابي (4.090)، تلاه في المرتبة الثانية " انستغرام " بمتوسط حسابي (3.740)، وجاء في المرتبة الثالثة " فيس بوك " بمتوسط حسابي (3.490)، ثم في المرتبة الرابعة " تويتر " بمتوسط حسابي (3.400)، تبعه في المرتبة الخامسة " سناشات " بمتوسط حسابي (3.120).

كما تظهر نتائج اختبار "ت" وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مستوى استخدام "واتس أب" بين طلبة المرحلة الثانوية المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي، وكانت الفروق لصالح الطلبة المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي. ويتبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مستوى استخدام كلا من " فيس بوك ، تويتر ، انستغرام ، سناشات ، فيس تايم " بين طلبة المرحلة الثانوية المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي، وكانت الفروق لصالح الطلبة المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي.

ج- ما الأجهزة الرقمية الأكثر استخداماً من قبل طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي في الإعلام الرقمي؟

يهدف السؤال إلى التعرف على نوعية الأجهزة التي يستخدمها الطالب في الاستخدام الرقمي حيث يوضح سهولة أو صعوبة النفاذ إلى الاستخدام الرقمي أو الحسابات التواصلية. تم حساب التكرارات والنسب المئوية، واستخدام اختبار كا² للتعرف على دلالة الفروق، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (5)

التكرارات والنسب المئوية واختبار كا² للأجهزة التي يستخدمها طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي في الإعلام الرقمي

الاستجابة	التكرارات والنسب المئوية	الفئة	
		منتظم في دورات المركز الطلابي	غير منتظم في دورات المركز الطلابي
الهاتف المحمول	التكرارات	90	84
	النسب المئوية	90.0%	84.0%
الكمبيوتر	التكرارات	10	16
	النسب المئوية	10.0%	16.0%
المجموع	التكرارات	100	200
	النسب المئوية	100%	100%

تظهر نتائج الجدول السابق أن النسبة الأعلى من عينة الدراسة يستخدمون الهاتف المحمول في الإعلام الرقمي ونسبة بلغت (87.0%)، في حين يستخدم ما نسبته (13.0%) من العينة الكمبيوتر في الإعلام الرقمي.

وتظهر نتائج الجدول السابق أن النسبة الأعلى من عينة الدراسة المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي يستخدمون الهاتف المحمول في الإعلام الرقمي ونسبة بلغت (90.0%)، في حين يستخدم ما نسبته (10.0%) منهم الكمبيوتر في الإعلام الرقمي. وأن النسبة الأعلى من عينة الدراسة غير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي يستخدمون الهاتف المحمول في الإعلام الرقمي ونسبة بلغت (84.0%)، في حين يستخدم ما نسبته (16.0%) منهم الكمبيوتر في الإعلام الرقمي.

كما تظهر نتائج اختبار "ت" عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مستوى استخدام الهاتف المحمول في الإعلام الرقمي بين طلبة المرحلة الثانوية المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مستوى استخدام الكمبيوتر في الإعلام الرقمي بين طلبة المرحلة الثانوية المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي.

2. واقع التربية الإعلامية في المركز الطلابي الإعلامي التابع لوزارة التربية والتعليم بمملكة البحرين:

أ- ما معدل تعرض طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي للإعلام الرقمي؟

وتهدف الباحثة من هذا السؤال إلى الوصول لعدد الساعات والزمّن الذي يستغرقه الطالب في الاستخدام الرقمي سواء أكان الطالب منتظم أو غير منتظم في دورات المركز الإعلامي الطلابي التابع لوزارة التربية والتعليم، حيث تعكس الفترة الزمنية وعدد الساعات المستغرقة في الاستخدام على مدى تأثير تلك الوسائل أو التطبيقات على الطالب وكيفية تعامله معها.

تم أولاً حساب التكرارات والنسب المئوية، واستخدام اختبار كا2 للتعرف على دلالة الفروق، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (6)

التكرارات والنسب المئوية ونتائج اختبار كا2 لمعدل تعرض طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي للإعلام الرقمي

الفئة			التكرارات والنسب المئوية	الاستجابة
المجموع	غير منتظم في دورات المركز الطلابي	منتظم في دورات المركز الطلابي		
24	12	12	التكرارات	أقل من ساعتين
12.0%	12.0%	12.0%	النسب المئوية	
55	26	29	التكرارات	

من ساعتين إلى أربع ساعات	النسب المئوية	29.0%	26.0%	27.5%
من أربع ساعات إلى ست ساعات	التكرارات	22	31	53
أكثر من ست ساعات	النسب المئوية	22.0%	31.0%	26.5%
	التكرارات	37	31	68
	النسب المئوية	37.0%	31.0%	34.0%
المجموع	التكرارات	100	100	200
	النسب المئوية	100.0%	100.0%	100.0%

تظهر نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (34.0%) من عينة الدراسة يتعرضون أكثر من ست ساعات يومياً للإعلام الرقمي، وما نسبته (26.5%) منهم يتعرضون من أربع ساعات إلى ست ساعات يومياً للإعلام الرقمي،، كما أن ما نسبته (27.5%) من العينة يتعرضون من ساعتين إلى أربع ساعات يومياً للإعلام الرقمي، في حين أن (12.0%) من العينة يتعرضون أقل من ساعتين يومياً للإعلام الرقمي.

وتظهر نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (37.0%) من عينة الدراسة المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي للإعلام الرقمي يتعرضون أكثر من ست ساعات يومياً للإعلام الرقمي، وبلغت هذه النسبة لدى غير المنتظمين في الدورات (31.0%). وما نسبته (22.0%) من عينة الدراسة المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي للإعلام الرقمي يتعرضون من أربع ساعات إلى ست ساعات يومياً للإعلام الرقمي، وبلغت هذه النسبة لدى غير المنتظمين في الدورات (31.0%). كما أن ما نسبته (29.0%) من عينة الدراسة المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي للإعلام الرقمي يتعرضون من ساعتين إلى أربع ساعات يومياً للإعلام الرقمي، وبلغت هذه النسبة لدى غير المنتظمين في الدورات (26.0%). كذلك يتبين أن (12.0%) من عينة الدراسة المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي للإعلام الرقمي يتعرضون أقل من ساعتين يومياً للإعلام الرقمي، كما بلغت هذه النسبة لدى غير المنتظمين في الدورات (12.0%).

كما تظهر نتائج اختبار "كا2" عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مستوى التعرض للإعلام الرقمي بين طلبة المرحلة الثانوية المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي.

ب- ما عدد المواد الإعلامية التي قام بإنتاجها طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي؟

ويعد هذا السؤال من أهم الأسئلة المطروحة في الاستبيان، حيث يعكس دور التربية الإعلامية في تحقيق خاصية انتاج المحتوى الرقمي وهو أحد أهم المحاور التي تركز عليها التربية الإعلامية، وتعمل المنظمات العالمية والتعليمية جاهدة على ترسيخها تربوياً في هذا المجال.

وعليه تم أولاً حساب التكرارات والنسب المئوية، واستخدام اختبار كا2 للتعرف على دلالة الفروق، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (7)

التكرارات والنسب المئوية ونتائج اختبار كا2 لعدد المواد الإعلامية التي قام بإنتاجها طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي

الاستجابة	التكرارات والنسب المئوية	الفئة	
		منتظم في دورات المركز الطلابي	غير منتظم في دورات المركز الطلابي
لم أعد مادة إعلامية من قبل	التكرارات والنسب المئوية	35 35.0%	75 75.0%
أعددت 1 إلى 5 مواد	التكرارات والنسب المئوية	54 54.0%	24 24.0%
أعددت أكثر من 5 مواد	التكرارات والنسب المئوية	11 11.0%	1 1.0%
المجموع	التكرارات	100	100

	النسب المئوية	100.0%	100.0%	100.0%
--	------------------	--------	--------	--------

تظهر نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (6.0%) من عينة الدراسة قاموا بإنتاج أكثر من 5 مواد إعلامية، وما نسبته (39.0%) منهم قاموا بإنتاج (1 إلى 5) مواد إعلامية، في حين أن (55.0%) من عينة الدراسة لم يقيموا بإنتاج أي مادة إعلامية.

وتظهر نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (11.0%) من عينة الدراسة المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي للإعلام الرقمي قاموا بإنتاج أكثر من 5 مواد إعلامية ، وبلغت هذه النسبة لدى غير المنتظمين في الدورات (1.0%). وما نسبته (54.0%) من عينة الدراسة المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي للإعلام الرقمي قاموا بإنتاج (1 إلى 5) مواد إعلامية ، وبلغت هذه النسبة لدى غير المنتظمين في الدورات (24.0%). في حين أن ما نسبته (35.0%) من عينة الدراسة المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي للإعلام الرقمي لم يقيموا بإنتاج أي مادة إعلامية، وبلغت هذه النسبة لدى غير المنتظمين في الدورات (75.0%).

كما تظهر نتائج اختبار "كا2" وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في عدد المواد الإعلامية التي قام بإنتاجها طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي، وكانت الفروق لصالح الطلبة المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي.

ج- ما مصدر إرشاد طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي للاستخدام الرقمي الصحيح؟

يحقق السؤال أعلاه الوصول لنتيجة مهمه، ألا وهي مصدر الطالب الذي يسترشد به أو يستدل به للوصول إلى المعلومة في ضوء الاستخدام الرقمي، حيث يشكل هذا المصدر أهمية كبيرة لاستخدام رقمي أمثل، وعليه يحقق دور التربية الإعلامية في تكوين القيم المعرفية في ضوء الاستخدام الرقمي. وعليه تم حساب التكرارات والنسب المئوية، واستخدام اختبار كا2 للتعرف على دلالة الفروق، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (8)

التكرارات والنسب المئوية واختبار كا² لمصدر إرشاد طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي للاستخدام الرقمي الصحيح

الاستجابة	التكرارات والنسب المئوية	الفئة	
		منتظم في دورات المركز الطلابي	غير منتظم في دورات المركز الطلابي
معلم الفصل	التكرارات	1	10
	النسب المئوية	1.0%	10.0%
اختصاصي الحاسوب	التكرارات	5	7
	النسب المئوية	5.0%	7.0%
الدورات التدريبية بالمركز الإعلامي	التكرارات	71	1
	النسب المئوية	71.0%	1.0%
الزملاء والأصدقاء	التكرارات	10	25
	النسب المئوية	10.0%	25.0%
الوالدان والأهل	التكرارات	4	13
	النسب المئوية	4.0%	13.0%
اعتمد على نفسي فقط	التكرارات	9	44
	النسب المئوية	9.0%	44.0%
المجموع	التكرارات	100	200
	النسب المئوية	100%	100%

يتبين من الجدول السابق أن أكثر مصدر لإرشاد عينة طلبة المرحلة الثانوية للاستخدام الرقمي الصحيح هو "الدورات التدريبية بالمركز الإعلامي" بنسبة (36.0%)، تلاه في المرتبة الثانية "الاعتماد على النفس" بنسبة (26.50%)، وجاء "الزملاء والأصدقاء" في المرتبة الثالثة بنسبة (17.50%)، ثم "الوالدان والأهل" في المرتبة الرابعة بنسبة (8.50%)، تبعه في المرتبة الخامسة "اختصاصيي الحاسوب" بنسبة (6.0%).

ويتبين من الجدول السابق أن أكثر مصدر لإرشاد طلبة المرحلة الثانوية المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي للاستخدام الرقمي الصحيح هو "الدورات التدريبية بالمركز الإعلامي" بنسبة (71.0%)، تلاه في المرتبة الثانية "الزملاء والأصدقاء" بنسبة (10.0%)، وجاء "الاعتماد على النفس" في المرتبة الثالثة بنسبة (9.0%)، ثم "اختصاصيي الحاسوب" في المرتبة الرابعة بنسبة (5.0%)، تبعه في المرتبة الخامسة "الوالدان والأهل" بنسبة (4.0%).

كما يتبين من الجدول السابق أن أكثر مصدر لإرشاد طلبة المرحلة الثانوية غير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي للاستخدام الرقمي الصحيح هو "الاعتماد على النفس" بنسبة (44.0%)، تلاه في المرتبة الثانية "الزملاء والأصدقاء" بنسبة (25.0%)، وجاء "الوالدان والأهل" في المرتبة الثالثة بنسبة (13.0%)، ثم "معلم الفصل" في المرتبة الرابعة بنسبة (10.0%)، تبعه في المرتبة الخامسة "اختصاصيي الحاسوب" بنسبة (7.0%).

كما تظهر نتائج اختبار "كا2" وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مصدر إرشاد طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي للاستخدام الرقمي الصحيح، وكانت الفروق لصالح الطلبة المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي في الاعتماد على الدورات التدريبية بالمركز الإعلامي، ولصالح الطلبة غير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي في الاعتماد على النفس.

د-ما مرحلة بدء التوجيه والإرشاد للاستخدام الرقمي الأمثل لطلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي؟

يهدف هذا السؤال للتعرف على المرحلة التعليمية التي تم التركيز على عملية توجيه الطلاب للاستخدام الأمثل في ضوء الاستخدام الرقمي، والذي يوضح دور وزارة التربية والتعليم كذلك واهتمامها في توعية الطلاب وتوجيههم لأعدادهم الأعداد الأمثل في ظل الاستخدام الرقمي. تم حساب التكرارات والنسب المئوية، واستخدام اختبار كا2 للتعرف على دلالة الفروق، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (9)

التكرارات والنسب المئوية واختبار كا2 لمرحلة بدء التوجيه والإرشاد للاستخدام الرقمي الأمثل لطلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي

الاستجابة	التكرارات والنسب المئوية	الفئة	
		منتظم في دورات المركز الطلابي	غير منتظم في دورات المركز الطلابي
المرحلة الابتدائية	التكرارات	18	27
	النسب المئوية	18.0%	27.0%
المرحلة الإعدادية	التكرارات	24	23
	النسب المئوية	24.0%	23.0%
المرحلة الثانوية	التكرارات	41	37
	النسب المئوية	41.0%	37.0%
لا أعرف	التكرارات	17	13
	النسب المئوية	17.0%	13.0%
المجموع	التكرارات	100	100
	النسب المئوية	100%	100%
المجموع		45	47

يتبين من الجدول السابق أن أكثر مرحلة يبدأ فيها التوجيه والإرشاد للاستخدام الرقمي الأمثل لعينة طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي هي "المرحلة الثانوية" بنسبة (39.0%)، تلاها في المرتبة الثانية "المرحلة الإعدادية" بنسبة (23.50%)، ثم "المرحلة الابتدائية" في المرتبة الثالثة بنسبة (22.50%).

يتبين من الجدول السابق أن أكثر مرحلة يبدأ فيها التوجيه والإرشاد للاستخدام الرقمي الأمثل لعينة طلبة المرحلة الثانوية المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي هي "المرحلة

الثانوية" بنسبة (41.0%)، تلاها في المرتبة الثانية "المرحلة الإعدادية" بنسبة (24.0%)، ثم "المرحلة الابتدائية" في المرتبة الثالثة بنسبة (18.0%).

كما يتبين من الجدول السابق أن أكثر مرحلة يبدأ فيها التوجيه والإرشاد للاستخدام الرقمي الأمثل لعينة طلبة المرحلة الثانوية غير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي هي "المرحلة الثانوية" بنسبة (37.0%)، تلاها في المرتبة الثانية "المرحلة الابتدائية" بنسبة (27.0%)، ثم "المرحلة الإعدادية" في المرتبة الثالثة بنسبة (23.0%).

كما تظهر نتائج اختبار "كا2" عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في مرحلة بدء التوجيه والإرشاد للاستخدام الرقمي الأمثل بين طلبة المرحلة الثانوية المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي.

3. دور التربية الإعلامية في تكوين القيم المعرفية لدى الطلاب المنتظمين وغير المنتظمين للمركز الطلابي الإعلامي التابع لوزارة التربية والتعليم بمملكة البحرين:
أ- ما حجم الرسائل الإعلامية التي يقوم بإعادة إرسالها طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي؟

من أهم الأهداف التي وضعت لهذا السؤال هو التعرف على ردة فعل الطالب في اتخاذ قرار إرسال المادة التعليمية من عدمها، والتعرف كذلك على كمية الرسائل المعاد إرسالها بحيث نحدد أن كان الطالب يقوم بإرسال كل ما يستقبله من رسائل أو أنه يقوم بعملية الانتقاء قبل إعادة الإرسال، كما يبين تأثير دورات التربية الإعلامية في عملية انتقاء الطالب الرسائل التي يعاد إرسالها للطلبة المنتظمين في المركز ومقارنة التأثير على صعيد آخر للطلاب غير المنتظمين في الدورات في المركز.

وعليه تم أولاً حساب التكرارات والنسب المئوية، واستخدام اختبار كا2 للتعرف على دلالة الفروق، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (10)

التكرارات والنسب المئوية ونتائج اختبار كا² لحجم الرسائل الإعلامية التي يقوم بإعادة إرسالها طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي

الاستجابة	التكرارات والنسب المئوية	الفئة	
		منتظم في دورات المركز الطلابي	غير منتظم في دورات المركز الطلابي
نادراً ما أقوم بإعادة إرسال المواد التي تصلني	التكرارات	24	27
	النسب المئوية	24.0%	27.0%
أقوم بإعادة إرسال بعضها	التكرارات	41	45
	النسب المئوية	41.0%	45.0%
أقوم بإعادة إرسال كل ما يصلني	التكرارات	20	15
	النسب المئوية	20.0%	15.0%
لا أعيد إرسال أي مادة	التكرارات	15	13
	النسب المئوية	15.0%	13.0%
المجموع	التكرارات	100	100
	النسب المئوية	100.0%	100.0%

تظهر نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (17.5%) من عينة الدراسة يقومون بإعادة إرسال كل ما يصلهم من الرسائل الإعلامية، وما نسبته (43.0%) منهم يقومون بإعادة إرسال بعض ما يصلهم من الرسائل الإعلامية، كما أن (25.5%) من عينة الدراسة نادراً ما يقومون بإعادة إرسال ما يصلهم من الرسائل الإعلامية، في حين أن (14.0%) من عينة الدراسة لا يقومون بإعادة إرسال ما يصلهم من الرسائل الإعلامية.

وتظهر نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (20.0%) من عينة الدراسة المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي للإعلام الرقمي يقومون بإعادة إرسال كل ما يصلهم من الرسائل الإعلامية، وبلغت هذه النسبة لدى غير المنتظمين في الدورات (15.0%). وما نسبته (41.0%) من عينة الدراسة المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي للإعلام الرقمي يقومون بإعادة إرسال بعض ما يصلهم من الرسائل الإعلامية، وبلغت هذه النسبة لدى غير المنتظمين في الدورات (45.0%). كما أن ما نسبته (24.0%) من عينة الدراسة المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي للإعلام الرقمي نادراً ما يقومون بإعادة إرسال ما يصلهم من الرسائل الإعلامية، وبلغت

هذه النسبة لدى غير المنتظمين في الدورات (27.0%). في حين أن ما نسبته (15.0%) من عينة الدراسة المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي للإعلام الرقمي لا يقومون بإعادة إرسال ما يصلهم من الرسائل الإعلامية، وبلغت هذه النسبة لدى غير المنتظمين في الدورات (13.0%).

كما تظهر نتائج اختبار "كا2" عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في الرسائل الإعلامية التي يقوم بإعادة إرسالها طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي.

ب- ما هي القيم المعرفية التي تنعكس في الاستخدام الرقمي لطلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي؟

يمثل السؤال أعلاه أهم الأسئلة التي وضعت في الاستبانة والتي تقيس فيها الباحثة مدى وعي الطلاب إعلامياً وكيف تكون ردة فعلهم اتجاه مواقف ما، تقيس بحد ذاتها قيم تربوية حددتها الباحثة مسبقاً، وعليه نستطيع الاستنتاج بأن دورات التربية الإعلامية في المركز الإعلامي الطلابي قد أثرت على الطلبة المنتظمين أو أن تكون النتيجة متساوية بين الطلبة المنتظمين وغير المنتظمين في المركز الإعلامي الطلابي، ومن خلال التحليل سيتم اختبار القيم بين الطلبة من المجموعتين. تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (11)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، لدور التربية الإعلامية في تكوين القيم المعرفية لدى طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي

القيم	المتوسطات الحسابية (من 4)	الانحرافات المعيارية
قيمة الأمانة	1.846	0.629
قيمة الصدق	1.875	0.619
قيمة المسؤولية اتجاه الآخرين	1.833	0.617
القيمة الوطنية (الدستور والقانون)	1.368	0.590
الدرجة الكلية	7.074	2.078

يتبين من الجدول السابق أن أكثر القيم المعرفية التي تقوم التربية الإعلامية بتكوينها لدى عينة طلبة المرحلة الثانوية غير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي هي "قيمة الصدق" بمتوسط حسابي ومقداره (1.798) وانحراف معياري (0.558)، تلاها في المرتبة

الثانية "قيمة المسؤولية اتجاه الآخرين" بمتوسط حسابي (1.750) وانحراف معياري (0.595)، وجاءت "قيمة الأمانة" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (1.745) وانحراف معياري (0.561)، ثم "القيمة الوطنية (الدستور والقانون)" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (1.534) وانحراف معياري (0.676).

فرضيات الدراسة

الفرض الأول: يوجد فرق دال إحصائي في نسبة وعي طلاب عينة الدراسة في الاستخدام الرقمي على المجموعتين لمضامين التربية الإعلامية

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، واستخدام اختبار "ت" للتعرف على دلالة الفروق بين المتوسطات، كما هو موضح في الجدول التالية:

1. دلالة الفروق في وعي طلاب عينة الدراسة بقيمة الأمانة:

جدول (12)

دلالة الفروق بين وعي عينة الدراسة بقيمة الأمانة على المجموعتين لمضامين التربية الإعلامية

القيمة	الفئة	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ت	درجات الحرية	مستوى الدلالة
قيمة الأمانة	منتظم	1.948	0.679	2.299	198	0.023
	غير منتظم	1.745	0.561			
	المتوسط الكلي	1.846	0.629			

تظهر نتائج اختبار "ت" وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في الدور الذي تقوم التربية الإعلامية بتكوين قيمة الأمانة لدى عينة طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي، وكانت الفروق لصالح الطلبة المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي.

2. دلالة الفروق في وعي طلاب عينة الدراسة بقيمة الصدق:

جدول (13)

دلالة الفروق بين وعي عينة الدراسة بقيمة الصدق على المجموعتين لمضامين التربية الإعلامية

القيمة	الفئة	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ت	درجات الحرية	مستوى الدلالة
قيمة الصدق	منتظم	1.953	0.668	1.780	198	0.077
	غير منتظم	1.798	0.558			
	المتوسط الكلي	1.875	0.619			

تظهر نتائج اختبار "ت" عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في الدور الذي تقوم التربية الإعلامية بتكوين قيمة الصدق لدى عينة طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي.

3. دلالة الفروق في وعي طلاب عينة الدراسة بقيمة المسؤولية اتجاه الآخرين:

جدول (14)

دلالة الفروق بين وعي عينة الدراسة بقيمة المسؤولية اتجاه الآخرين على المجموعتين لمضامين التربية الإعلامية

القيمة	الفئة	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ت	درجات الحرية	مستوى الدلالة
قيمة المسؤولية اتجاه الآخرين	منتظم	1.915	0.630	1.965	198	0.050
	غير منتظم	1.750	0.595			
	المتوسط الكلي	1.833	0.617			

تظهر نتائج اختبار "ت" وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في الدور الذي تقوم التربية الإعلامية بتكوين قيمة المسؤولية تجاه الآخرين لدى عينة طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي، وكانت الفروق لصالح الطلبة المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي.

4. دلالة الفروق في وعي طلاب عينة الدراسة بالقيمة الوطنية:

جدول (15)

دلالة الفروق بين وعي طلاب عينة الدراسة بالقيمة الوطنية على المجموعتين لمضامين التربية الإعلامية

القيمة	الفئة	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ت	درجات الحرية	مستوى الدلالة
القيمة الوطنية (الدستور والقانون)	منتظم	1.700	0.718	3.579	198	0.000
	غير منتظم	1.534	0.676			
	المتوسط الكلي	1.368	0.590			

تظهر نتائج اختبار "ت" وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في الدور الذي تقوم التربية الإعلامية بتكوين القيمة الوطنية (الدستور والقانون) لدى عينة طلبة المرحلة الثانوية من المنتظمين وغير المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي، وكانت الفروق لصالح الطلبة المنتظمين في دورات المركز الطلابي الإعلامي.

وبناء على هذه النتيجة تم قبول الفرض الأول في قيمة الأمانة و قيمة المسؤولية تجاه الآخرين والقيمة الوطنية (الدستور والقانون)، ورفضه في قيمة الصدق.

الفرض الثاني: لما زادت معرفة الطالب في كيفية استخدام وسائل الاتصال الرقمية، زادت نسبة الوعي الإعلامي لديه.

للتحقق من صحة الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين معرفة الطالب في كيفية استخدام وسائل الاتصال الرقمية ونسبة الوعي الإعلامي لديه كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (16)

دلالة العلاقة بين معرفة الطالب في كيفية استخدام وسائل الاتصال الرقمية ونسبة الوعي الاعلامي

قيمة معامل الارتباط	عدد العينة	مستوى الدلالة
0.532	200	0.000

تظهر نتائج الجدول وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين معرفة الطالب في كيفية استخدام وسائل الاتصال الرقمية ونسبة الوعي الاعلامي لديه، فكلما زادت معرفة الطالب في كيفية استخدام وسائل الاتصال الرقمية زادت نسبة الوعي الاعلامي لديه.

وبناء على هذه النتيجة تم قبول الفرض الثاني.

النتائج:

توصلت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى:

1. نسبة امتلاك الطلاب للأجهزة الالكترونية بلغت 99.5%، مما يدل على أن عملية النفوذ للاستخدام الرقمي باتت أسهل من السابق بكثير، حيث انعدم الفارق المادي وأصبح الجميع قادرين على استخدام ومتابعة المواقع الاعلامية بما فيها حسابات التواصل الاجتماعي ، في أي مكان وفي أي وقت كان، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (المحادين، 2016) التي بينت أن الطلبة (عينة البحث) لاتستطيع الاستغناء عن هواتفهم الخلوية في حياتهم اليومية.
2. كما توصلت الباحثة إلى أن الطلاب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بإجماع ولكن يتفاوت معدل الاستخدام بحسب التطبيق، حيث تصدر تطبيق الواتس اب المركز الأول من بين التطبيقات الأكثر استخداماً، وهذا ما يؤكد على النتيجة الأولى والتي أوضحت ارتفاع نسبة تملك الأجهزة الالكترونية والتي انعكست بالتالي على سهولة الاستخدام الرقمي، والتي تتفق مع نتيجة دراسة (إبراهيم، 2019) في أن الاستخدام الرقمي جاء على أول اهتمامات الجمهور مقارنة بالإعلام التقليدي.

3. يعتمد أغلب الطلاب على استخدام الهاتف المحمول للتنفيذ إلى الإعلام الرقمي أكثر من الاعتماد على الكمبيوتر ومختبرات نظم المعلومات، وهذه نتيجة دالة على أنه امتلاك الهواتف المحمولة بحد ذاته هو تسهيل لعملية الاستخدام الرقمي وانعكاسه بالتالي على معدل الاستخدام.
4. ازدياد قدرة الطلبة المنتظمين في المركز الإعلامي الطلابي على إنتاج المواد الإعلامية وتفوقه على معدل إنتاج الطلبة غير المنتظمين، ويتحقق مع هذه النتيجة الفرض الأول، وهو كلما زادت معرفة الطالب في كيفية استخدام وسائل الاتصال الرقمي، كلما زادت نسبة الوعي الإعلامي لديه.
5. أن للدورات التدريبية الإعلامية دورا كبيرا في زيادة الوعي لدى الطلبة، وعلى وجه التحديد فيما يختص بالإستخدام الرقمي.
6. انعكاس إيجابي واضح لتأثير الدورات التدريبية على الطلبة المنتظمين في المركز الإعلامي الطلابي، وذلك من خلال انتقاءهم للمواد الإعلامية و الرسائل الإعلامية المعاد إرسالها.
7. أن دورات التربية الإعلامية أظهرت تفاعل الطلبة المنتظمين في المركز، وذلك من خلال القيم التي ترسخت لديهم كقيمة الصدق ، وقيمة المسؤولية تجاه الآخرين، إضافة إلى قيمة الأمانة والقيم الوطنية، ويتحقق بهذه النتيجة الفرض الثاني للدراسة ، حيث أوضحت الدراسة بأنه يوجد فرق دال إحصائياً في نسبة وعي الطلاب عينة الدراسة في التطبيق الرقمي على المجموعتين لمضامين التربية الإعلامية، وهذا يتفق مع دراسة (الخطيب، 2017)، والذي أكد على وجود مستوى مرتفع من الرقابة الذاتية عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

التوصيات:

1. ضرورة إخضاع الطلاب لدورات تدريبية إعلامية متخصصة في التربية الاعلامية لزيادة الوعي في الإستخدام الرقمي.
2. تعزيز مفهوم التربية الإعلامية لدى القائمين عليها مثل المعلمين ، اختصاصي مصادر التعلم في المدرسة ليكونوا قادرين على غرس القيم المعرفية في الإستخدام الرقمي لدى الطلبة.
3. امكانية إدخال التربية الإعلامية في المناهج الدراسية.

4. الإستعانة بخبراء من منظمة اليونيسكو لأعطاء دورات تدريبية متخصصة في التربية الإعلامية في المركز الاعلامي الطلابي.
5. إشراك أولياء الأمور في دورات التربية الإعلامية لما له من أثر بالغ على تربيتهم للنشئ .
6. دمج التربية الإعلامية في الأنشطة الأثرائية الخاصة بالمواطنة وحقوق الانسان.
7. زيادة عدد الطلبة المسجلين في المركز الإعلامي الطلابي لإستيعاب أكبر عدد ممكن من الطلبة لتعم الفائدة.
8. إمكانية شمول طلبة المدارس الخاصة في الانتظام في المركز الإعلامي الطلابي.
9. تنظيم فعاليات متخصصة في التربية الإعلامية في المراكز الثقافية.
10. إثراء مصادر التعلم بالكتب والدوريات المتخصصة في مجال التربية الاعلامية.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية:

1. اللقاني، أحمد، الجمل، علي. (1999). معجم المصطلحات التربوية المعرفة في المناهج وطرق التدريس، القاهرة، عالم الكتب، ص (57).
2. أبوأصبع، صالح. (2006). الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، الطبعة الخامسة، عمان، دار المجذلاوي، ص (140).
3. بدر، أحمد. (1988). مناهج البحث والاتصال والرأي العام والاتصال الدولي، القاهرة، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، ص (145).
4. البدراني، فاضل محمد. (2016). التربية الإعلامية والرقمية وتحقيق المجتمع المعرفي، المستقبل العربي، 39(452)، ص (134-149).
5. البوسعيدي، سيف. (2011). التربية الاعلامية والمعلوماتية، مسقط، دار المنظومة، ص (54-57).
6. الجهني، خالد (2017)، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الطلاب في تنمية التحصيل الدراسي في مادة البحث ومصادر المعلومات للمرحلة الثانوية، المركز القومي للبحوث، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، المجلد 1، المملكة العربية السعودية، ص (126-136).
7. الخالدي، سليمان. رابعة، محمد. (2017). فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك: دراسة ميدانية، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، (42)، ص (227-237).
8. الخطيب، فاطمة (2018). مستوى الرقابة الذاتية لدى طلبة جامعة اليرموك أثناء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظرهم، مجلة المنارة للبحوث والدراسات، عمان، ص (205-548).
9. رايس، ابتسام. (2016) نظرية "الاستخدامات و الاشباعات" و تطبيقاتها على الإعلام الجديد مدخل نظري، ص (189-216).
10. شربل، مورييس. (1986). كتاب التطور المعرفي عند بياجيه، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، بيروت. ص (110-202).
11. الشميري، فهد. (2010). التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض. ص (18-29).

12. عبدالحميد، محمد. (2012). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، القاهرة ، عالم الكتب.ص(271)
13. عبد العزيز، بركات. (2011). مناهج البحث العلمي الأصول النظرية ومهارات التطبيق، القاهرة، دار الكتاب الحديث.ص(37).
14. عبدالفتاح،إسماعيل.(2011).تحديات الإعلام التربوي العربي،العربي للنشر والتوزيع،القاهرة.ص(218).
15. عبد الحميد، محمد (2004)، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة: عالم الكتب، صفحة (291).
16. عبدالرسول، محمود (2015)، دراسة مقارنة لبرامج التربية الاعلامية المدرسية في كل من المملكة المتحدة وكندا والولايات المتحدة الأمريكية وإمكانية الأفادة منها في مصر،مجلة كلية التربية،جامعة بنها.ص(42).
17. عبدالفتاح، علي (2016)،الإعلام والمجتمع، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان.
18. علي، أسماء، حسن، كمال. (2016). دور التربية الإعلامية في المرحلة الثانوية في مواجهة تحديات الغزو الفكري: تصور مقترح، مجلة كلية التربية – جامعة بنها، ص (297-338).
19. الغدوني،عبدالله. (2017). مستوى تضمين قيم التربية الإعلامية في كتب الحديث والثقافة الإسلامية لطلاب المرحلة الثانوية في المملكة العربية السعودية، دراسات في المناهج وطرق التدريس،ص(218).
20. قاسم، مصطفى محمد عبدالله. (2013). الثقافة الإعلامية الرقمية في مناهج الصف الثالث الإعدادي: دراسة وصفية، مجلة كلية التربية – جامعة طنطا، ص (70-107).
21. المحادين، طه.(2016).اتجاهات طلبة جامعة مؤتة نحو إمكانية اعتبار الهاتف الخليوي أحد أدوات العنف الاجتماعي في المجتمع الأردني، الأردن، دار النشر الجامعة الأردنية.ص(24-38).
22. محمد علي، حمدي بشير. (2016). الإعلام الرقمي واقتصاديات صناعته، الرياض، المنتدى الإعلامي السنوي السابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال.ص(306-307).
23. محمود اسماعيل (2003)، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير (الطبعة الأولى)، القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، ص(254).

24. المصري، سعاد محمد. (2016). دور الأنشطة الإعلامية المدرسية في التوعية بالقيم التربوية لدى الأطفال من 9 - 12 سنة: دراسة ميدانية، دراسات الطفولة، 19(73)، ص (10-1).
25. المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، مجلد 1، القاهرة، 1960.
26. المقدادي، خالد (2013)، ثورة الشبكات الاجتماعية، عمان، دار النفائس.
27. مكاي، حسن ، السيد، ليلي (1998)، الاتصال ونظرياته المعاصرة (الطبعة الأولى)، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص (241).
28. منصور، حسن. (2013). تنمية مهارات النقد والإنتاج للرسائل الاتصالية لدى الجمهور: دراسة تحليلية نقدية لأدبيات التربية الإعلامية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، (11)، ص (249-293).

ثانياً: المراجع الأجنبية:

29. Abreu. Belinha. (2010). Changing Technology = Empowering Students through Media Literacy Education, New Horizons in Education, 58(3), p (26-33).
30. Alexander Fedorov. Anastasia Levitskaya (2015) The framework of Media Education and Media Criticism in the Contemporary World: The opinion of International Experts ،Media Education Research Journal p (45-62).
31. A. Littlejohn H. Beetham L. McGill, (2012). Learning at the digital frontier: a review of digital literacies in theory and practice, 28(6):p (547-556) .
32. Andrew. Glenda. Graeme S. Halford. Karen Murphy. Kathy Knox (2009). "Integration Of Weight And Distance Information In Young Children: The Role Of Relational Complexity". Cognitive Development. 24 (1), p(49-60).

33. Aybek.Birsel. (2016). The Relationship between Prospective Teachers' Media and Television Literacy and Their Critical Thinking Dispositions, *Eurasian Journal of Educational Research*, (63), p (261–278).
34. Block.Jack (1982). "Assimilation, accommodation, and the dynamics of personality development". *Child Development*. 53, p (281–295).
35. Bozena. Supsakova. (2016). Media Education of children and youths path of Media Literacy, *Communication Today*. 7, p (30–48).
36. Buckingham. David (2007). *Media education: literacy, learning and contemporary culture*, Cambridge.
37. Candace.KubyAngie Zapata (2019).Teaching and Learning Literacy in Early Childhood Education: Crossroads and Intersections Oona Fontanella-Nothom.The Wiley Handbook of Early Childhood Care and Education First published.
38. Culver. Hobbs. Jensen. (2010). *Media Literacy in the United States*. International Media Literacy Research Forum.
39. Edward.Arke. Brian.Primack. (2009). Quantifying media literacy: development, reliability, and validity of a new measureAuthor manuscript; available in PMC Published in final edited form *Educ Media Int*; 46, p(53–65).
40. Eernest.Morrell(2012).21st century literacies.critical media pedagogies and language art,international literacy association,66,p(268–346).
41. Felini, Damiano. (2014). Quality Media Literacy Education A Tool for Teachers and Teacher Educators of Italian Elementary Schools, *Journal of Media Literacy Education*, 6(1), p(28–43).

42. Feuerstein. (2014). Media literacy in support of critical thinking. *Journal of Educational Media*; 24(1), p(43–54).
43. Francis.M Abraham.(1980).Modren Sociological theory:an introduction,oxford press.delhi. p(209–210).
44. Gomez. Rodríguez. (2012), Strategies for media literacy: Audiovisual skills and the citizenship in Andalusia, *Journal of New Approaches in Educational Research*, 1(1), p(22–33).
45. Gupta.Sumeet. Kim.Hee–Woong. (2004). Virtual Community: Concepts, Implications, and Future Research Directions, New York:Association for Information, the Tenth Americas Conference on Information Systems.
46. Gruber. (2004). Piaget, Jean (1896–1980). In J. H. Byrne (Ed.), *Learning and Memory* .2nd ed, p (526–529).
47. Halstead.J,MJ.Taylor.(1996).School Mission Statements and Parental Perceptions .p (14)
48. Hobbs. (2005). Media literacy and the K–12 content areas. In G. Schwarz and P. Brown (Eds.) *Media literacy: Transforming curriculum and teaching*. National Society for the Study of Education, Yearbook 104. Malden, MA: Blackwell ,p (74 – 99).
49. Hobbs. (2006) Multiple visions of multimedia literacy: Emerging areas of synthesis. In *Handbook of literacy and technology*, Volume II. International Reading Association. Michael McKenna, Linda Labbo, Ron Kieffer and David Reinking, Editors. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates ,p (15 –28).
50. Hobbs. A.Jensen (2009). "The past, present and future of media literacy education". *Journal of Media Literacy Education*. 1 (1) p(1–11).
51. Holbert. Hansen. S. Caplan. Mortensen .(2007). Presidential debate viewing and Michael Moore's Fahrenheit 9–11: A study of

- affect-as-transfer and passionate reasoning. *Media Psychology*; 9(3) p(673–694).
52. <http://www.unesco.org/new/ar/amman/communication-information/media-and-information-literacy/>
 53. I. Barbara. Hall .P.Sherywn P. Morreale (2009).A survey of the status of oral communication in the K-12 public educational system in the United States, p(139–148).
 54. Kanea.suzuki.(2009).Media Education in jaban:concept,policies and practice.p(131–155).
 55. Karpenko.Olena. (2017). Media education as a component of reforming higher education in Ukraine/ O. O. Karpenko *Media4u Magazine: Proceedings of 10th International Research Electronic Conference Media and Education Special*.p. (59–63).
 56. Kellner. Share. Douglas. Jeff. (2007). "Critical media literacy is not an option.
 57. Ivanovic. Marina. (2014). Development of Media Literacy – an Important Aspect of Modern Education, *Social and Behavioral Sciences*, (149), p(438–442).
 58. Marechal. (2010). Constructivism. In A. J. Mills, G. Durepos, & E. Wiebe, *Encyclopedia of Case Study Research*. 1, p (220–225).
 59. Mediasmarts.ca/digital-media-literacy/general-information/digital-media-literacy-fundamentals.
 60. National Communication Association (1996). *Speaking, listening, and media literacy standards for K through 12 education*, Annandale, VA: Author.
 61. Neset.(2018).Teaching media litracy in Europe:evidence of effective school practice in primary and secondary education.

62. Nudée .Nupairoj. (2016). The Ecosystem of Media Literacy: A Holistic Approach to Media Education, Media Education ,Media Education Research Journal ,49, p(29–37).
63. Piaget. (1977).The role of action in the development of thinking. In Knowledge and development, Springer US. p(17–42).
64. Smith. Nicola (2017). "Schoolkids in Taiwan Will Now Be Taught How to Identify Fake News".
65. Singer. Singer. (1998). Developing critical viewing skills and media literacy in children. Annals of the American Academy of Political and Social Science; 557,p (164–179).
66. Tessa .jolls.(2008).literacy for the 21st century,center of media literacy.
67. The International Encyclopedia of Media Literacy.
68. Unesco. <https://milunesco.unaoc.org/>
69. Unesco.Mapping media education policies in the world, European commission group comunicar, <http://www.unaoc.org/media-information-literacy>
70. Wallis.Richard. Buckingham.David (2013). "Arming the citizen–consumer: The invention of 'media literacy' within UK communications policy". European Journal of Communication. 28 (5), p (527–540).
71. Y.Ibrahim. (2019). Digital Media and their Reflections on the Traditional and Moral Values of the Youth in the Age of Change A Survey Study of a Sample of University students from Baghdad Youth , Mustansiriyah Journal of Arts (MuJA), 2019 – amm.uomustansiriyah.edu.iq

- استمارة الاستبيان
- موافقة وزارة التربية والتعليم على تطبيق الاستبانة
- موافقة لجنة التحكيم من مجلس إدارة الجامعة



جامعة البحرين

كلية الآداب

قسم الإعلام والسياحة والفنون

"استبيان رأي"

"دور التربية الإعلامية في تكوين القيم المعرفية في ضوء

الاستخدام الرقمي"

تتقدم إليكم الباحثة بالشكر الجزيل، وتأمل في تعاونكم الكريم بملء استمارة الاستبيان العلمي هذه التي تهدف من ورائها إلى التعرف على آرائكم حول الدراسة المعنونة: "دور التربية الإعلامية في تكوين القيم المعرفية في ضوء الاستخدام الرقمي"، وذلك ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير.

علماً بأن مشاركتكم الكريمة سيتم التعامل معها بسرية تامة، وهي خاصة بأغراض البحث العلمي فقط، وترجو الباحثة منكم التكرم بالإجابة بكل موضوعية وحيادية عن الأسئلة الواردة فيها بغية الوصول إلى نتائج علمية دقيقة، بما ينعكس بالفائدة على المجتمع.

الباحثة

شذى عبدالله المرادي

أولاً: معدل استخدام الإعلام الرقمي بين الطلاب:

ضع علامة (✓) أمام درجة الموافقة المناسبة لكل عبارة:

1. هل تمتلك أي حساب في برامج وتطبيقات الإعلام الرقمي (شبكات التواصل الاجتماعي):

☐ نعم

☐ لا

2. رتب التطبيقات للإعلام الرقمي الأكثر استخداماً بالنسبة لك بحسب الأولوية؟

☐ واتس أب

☐ فيس بوك

☐ تويتر

☐ انستغرام

☐ سناب شات

☐ فيس تايم

3. في أي من الأدوات التالية تستخدم الإعلام الرقمي؟

☐ الهاتف المحمول

☐ الكمبيوتر

4. ما معدل تعرضك للإعلام الرقمي في اليوم الواحد؟

☐ أقل من ساعتين

☐ من ساعتين إلى أربع ساعات

☐ من أربع ساعات إلى ست ساعات

☐ أكثر من ست ساعات

ثانياً: هذه بعض التساؤلات التي تشير إلى واقع التمكين الرقمي في المدارس البحرينية ،
برجاء التحديد:

1- كم عدد المواد الاعلامية التي قمت بانتاجها:

☐ لم أعد مادة إعلامية من قبل.

☐ أعددت 1 إلى 5 مواد.

☐ أعددت أكثر من 5 مواد.

2- قم بترتيب الخيارات التالية بحسب الأولويات: (استخدم الأجهزة الرقمية في ...):

☐ داخل الصف الدراسي.

☐ مركز مصادر التعلم.

☐ مختبرات IT

☐ البيت

☐ أخرى (.....)

3- مصدر ارشادك للاستخدام الرقمي الصحيح؟

☐ معلم الفصل .

☐ اختصاصيي الحاسوب .

☐ الدورات التدريبية بالمركز الاعلامي.

☐ الزملاء والأصدقاء.

☐ الوالدان والأهل.

☐ اعتمد على نفسي فقط.

☐ أخرى (.....)

4- متى بدأ التوجيه والارشاد للاستخدام الرقمي الأمثل (أي مرحلة دراسية)؟

☐ المرحلة الابتدائية.

☐ المرحلة الاعدادية.

☐ المرحلة الثانوية.

☐ لا أعرف.

5- حجم الرسائل الاعلامية التي تقوم بإعادة ارسالها من هاتفك خلال اليوم الواحد؟

☐ نادراً ما أقوم بإعادة ارسال المواد التي تصلني.

☐ أقوم بإعادة إرسال بعضها.

☐ أقوم بإعادة إرسال كل ما يصلني.

☐ لا أعيد إرسال أي مادة.

ثالثاً: (القيم المعرفية) هذه بعض العبارات التي تشير إلى دور التربية الإعلامية في تكوين

القيم المعرفية في المدارس البحرينية، برجاء تحديد رأيك فيها:

الموقف	دائماً	أحياناً	نادراً	أبداً
وصلتني رسالة من خلال الواتس آب من صديق يحتوي على فيديو قيام مجموعة من الأولاد يسخرون على أحد أصدقائي أثناء وجوده في إحدى المجمعات التجارية، وقمت مباشرة بإعادة إرسالها لجميع زملائي.				
شاهدت صورة في الانستغرام لحادث مروري ونتج عنه إصابات لأشخاص وحالة وفاة، وقمت مباشرة بإعادة نشره في حسابي.				

				وجدت خبراً في الفيس بوك عن وفاة أحد اللاعبين المشهورين ولكن لم أقم بنشره.
				المجموع
				وصلتني رسالة متداولة في الواتس آب عن حاجة أحدهم لمساعدة مالية ومدون فيها رقم التواصل، فقامت بالاتصال بالشخص للتحقق قبل إعادة إرسالها للجميع.
				أثناء تصفحي الانستغرام شاهدت صورة لواقعة انهيار بناية في إحدى الأحياء المشهورة وقمت بإعادة إرسالها للجميع.
				سمعت تسجيل صوتي لخلاف بين زميلين لي فاقتطعت منه لأعيد إرساله إلى والديهما بنية الصلح.
				المجموع

أبداً	نادراً	أحياناً	دائماً	الموقف	قيمة المسؤولية اتجاه الآخرين
				تعرض صديق لنا لإصابة أثناء ممارسة الرياضة في إحدى المنتزهات وقام أحدهم بتصويره وتداولناه بين زملائنا على سبيل المزحة.	
				في عطلة نهاية الأسبوع ذهبت في رحلة مع أصدقائي وتعطلت الحافلة في وسط الطريق فقامت بتصوير العطل وإرساله للشركة لأعلامهم بالخلل.	

				أرسل إلي صديق صورة لحيوان قد قام بتربيته مؤخراً يطلب فيه مساعدتنا للبحث عنه فقمتم بإعادة إرسالها للجميع.
				المجموع
				أعجبتني لوحة فنية في موقع البحث (قولل) فأعدت نشرها في حسابي الشخصي على أنها لوحتي.
				أثارني أحد أصحاب الحسابات الفنية المشهورة، حيث تحدث سلباً عن فنانني المفضل، فأنشأت حساباً وهمياً لشتمه والرد عليه.
				صديقي ماهر في العزف على آلة الجيتار، فقمتم بتسجيله وتحميل المادة على اليوتيوب دون علمه.
				المجموع

رابعاً: البيانات الشخصية:

1. النوع:

☐ ذكر

☐ أنثى

2. مكان السكن:

☐ العاصمة

☐ المحرق

☐ الشمالية

☐ الجنوبية



الرقم: 07/07/2019 م
التاريخ: 16 يوليو 2019 م

الفاضلة الأستاذة شذى عبدالله المرادي المحترمة

تحية طيبة وبعد،

الموضوع: الموافقة على تطبيق أدوات البحث في إدارة التعليم الثانوي

بالإشارة إلى طلبكم المقدم بتاريخ 07/07/2019م، بشأن تطبيق أدوات البحث المعنون "دور التربية الإعلامية في تكوين القيم المعرفية في ضوء الاستخدام الرقمي" يسرني إعلامكم بالموافقة على تطبيق أدوات البحث في إدارة التعليم الثانوي.

على أن يتم تطبيق الأدوات وفق التعليمات والشروط التالية:

1. الالتزام عند التطبيق بأداة / أدوات البحث التي تمت الموافقة عليها دون إضافة أو حذف.
2. أن يراعى عند تطبيق أدوات البحث عدم الإضرار بسير العملية التعليمية وتحصيل الطلبة.
3. المحافظة على المعلومات التي يتم جمعها، وعدم استخدامها إلا لأغراض البحث العلمي.
4. تزويد إدارة المكتبات العامة بوزارة التربية والتعليم بنسخة من البحث بعد الانتهاء منه.
5. جميع الإجراءات والخطوات اللازمة لتطبيق أدوات الدراسة تقع على عاتق الباحث نفسه ولا يحق له الاعتماد على حكوادر الوزارة لأداء هذه المهمة.

مع تمنياتنا لکم بالتوفيق، وتفضلوا بقبول خالص التحية والاحترام.

الدكتورة فرزانة عبدالله المرادي
مديرة إدارة البحث العلمي

تاريخ تقديم الطلب:	١٩٨٩ / ٥ / ١٠	الجامعة:	جامعة الكويت
اسم مقدم الطلب:	د. محمد عبد الله	الرقم الجامعي:	١٩٩٨٠٣٣٤
اللقب:	د. محمد عبد الله	القسم:	القسم
عنوان الاستبيان:	عنوان الاستبيان		
ملحوظات:			
مرفق نسخة من الاستبيان:	☒ باللغة الإنجليزية	☐ باللغة العربية والإنجليزية	
مرفق نسخة من نموذج الامتحان:	☒ مرفق	☐ غير مرفق	
الدرجة الجامعية:	☒ البكالوريوس	☐ الماجستير	☐ الدكتوراه
اسم مشرف البحث ورتبته العلمية:			
التاريخ:	١٩٨٩	الاسم الأكاديمي:	د. محمد عبد الله
ملاحظة المشرف على عنوان وصيغة الاستبيان:			
ملاحظات:			
مؤلفة اللجنة المعنية بالإشراف على أبحاث برامج الدرجة الجامعية أو لجنة البحث العلمي بالقسم:			
المؤلفة:	قوى اللجنة:		
التاريخ:	التاريخ:		
مؤلفة عميد الكلية:			
التاريخ:	١٩٨٩ / ٧ / ١٠	توقيع عميد الكلية:	د. محمد عبد الله
مؤلفة اللجنة العليا والمكتبية من مجلس الجامعة:			
☐ الموافقة	☐ غير الموافقة	☐ يحتاج إلى تعديل	
ملاحظات:			
أسماء وتوقيعات أعضاء اللجنة المعنية:			
الاسم:	د. محمد عبد الله	التوقيع:	د. محمد عبد الله
الاسم:	د. محمد عبد الله	التوقيع:	د. محمد عبد الله
الاسم:	د. محمد عبد الله	التوقيع:	د. محمد عبد الله
مؤلفة رئيس الجامعة بناءً على متطلبات اللجنة العليا:			
الموافقة:	☐ الموافقة	☐ غير الموافقة	
التاريخ:			
ملاحظات:			
☐ نائب الرئيس للبرامج الأكاديمية والدراسات العليا	☐ عميد الكلية المعنية أو رئيس القسم المعني		
☐ أعضاء اللجنة العليا	☐ مجلس اللجنة المشرفة على البرنامج		
☐ المشرف على البحث			

إقرار وتعهد

أتعهد أنا الباحث/ د. محمد عبد الله ، الرقم الجامعي/ الرقم الشخصي 980134 ،
والمسجل في برنامج ماجستير ، بعدم التغيير أو التعديل في
الاستبانة التي تم إقرارها والموافقة عليها من رئيس الجامعة بعد تدقيق لجنة تدقيق الاستبانة بالجامعة
واللجان المختصة بالقسم والكلية. وأن أقوم بتطبيق الاستبانة التي صدر فيها قرار الموافقة، وعند
المخالفة فإنني أتحمل المسؤولية القانونية كاملة.

وهذا إقرار مني بذلك،

الاسم: د. محمد عبد الله

التوقيع: د. محمد عبد الله

Abstract

Media Literacy seeks to bring about a generation that is media-conscious and productive at the same time. It attempts to develop students' critical thinking skills while using digital technology and dealing with the media. This concept has indeed gone beyond the stage of training to empowering youths to become digitally productive. The need to promote cognitive values comes with the increasing use of digital technology which has turned into an obsession for all members of society. Thus, in order to bring about a generation that is capable of facing this digital dilemma, it has become imperative to arm our children with the tools of media literacy and support them to acquire the relevant cognitive values. The research study has employed a semi-experimental methodology to investigate two different sample groups of secondary school students from the Ministry of Education in Bahrain. The first group was formed of students who have attended some media literacy courses at the Student Media Center, and the second group was made up of students who did not attend the media courses at the center by using the questionnaire tool, in the period between June and July 2019.

The results of the study were as follows:

The majority of respondents, 99.5%, have an account in the digital social media platforms with only one member of the sample (0.5%) who does not have an account. The most commonly used digital media applications by secondary school students who have attended and who have not attended the courses at the Student Media Center are "WhatsApp" with a mean score of 4.290, followed by "Instagram" with a mean score of 3.555. Twitter, with a mean score of 3.405, was followed by Facebook with a mean score of 3.395, and Snapchat with a mean score of 3.045.

The highest percentage of the study sample who have attended the Student Media Center courses use mobile phones in digital media by 90.0%, while 10.0% of them use the computer. Mobile phones are used in digital media by (84.0%) of students, while (16.0%) of them use the computer in digital media, 11.0% of the students who have attended the courses of the Student Media Center for digital media have produced more than 5 information materials. However, only 1% of the non-attendees have produced more than 5 information materials.

The results of the chi-Square Test (χ^2) show that there are statistically significant differences (at the level of significance = 0.05) in the number of media materials produced by secondary school students who have attended courses at the Student Media Center and those who have not attended any courses.

Most important source of guidance for 71.0% of secondary school students who have attended courses at the Media Student Center for correct digital use is the "Media Center Training Courses". However, 44% of the students who have not attended any courses at the Student Training Center declared that they relied on themselves. The

results the chi-Square Test (χ^2) show that there are statistically significant differences (at the level of significance = 0.05) in the source of guidance between the secondary school students who have attended courses and those who have not attended any courses, in favor of training courses for the students who have attended courses at the Student Media Center, and in favor of self-reliance for the students who have not attended any courses at the Student Media Center.

The results of the chi-Square Test (χ^2) also show that there are no statistically significant differences at the level of significance (0.05) in the media messages that are re-sent by both groups of students.

Most important cognitive values which media literacy has developed among the students who have or who have not attended courses at the Student Media Center is the "value of integrity" with a mean score of (1.875), followed by "the value of Honestly" in the second place with a mean score of (1.846) and a standard deviation of (0.629). The "value of responsibility towards the others" came in third place with a mean score of (1.833) and a standard deviation of (0.617), then the "Nationalisem value (constitution and law)" in the fourth place with a mean score of (1.368) and a standard deviation of (0.590).

University Of Bahrain

Collage of Arts

**Department of
Mass Communication
Tourism & Fine Arts**



**The Role Of Media Literacy
In The Formation Of Cognitive Values Through Digital Use**

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillments Of The Requirements for the
Master's Degree in Communication**

Shatha Abdulla Al-Muradi

19980234

Supervised By

Dr.Ashraf Ahmed Aabelmogeth

Associate Professor

University Of Bahrain

2020