

The role of media education in enhancing recipient awareness

A survey study on a sample of students from the Department of Media and Communication at King

Khalid University The period from January 2022 AD - January 2023 AD

Dr. Hagir Abdalla Gadalla Ali

King Khalid University | KSA

Received:

21/08/2023

Revised:

02/09/2023

Accepted:

30/11/2023

Published:

30/01/2024

* Corresponding author:

haabali@kku.edu.sa

Citation: Ali, H. A.

(2024). The role of media education in enhancing recipient awareness: A survey study on a sample of students from the Department of Media and Communication at King Khalid University The period from January 2022 AD - January 2023 AD. *Journal of Humanities & Social Sciences*, 8(1), 52 – 77 .

<https://doi.org/10.26389/AJSRP.J210823>

<https://doi.org/10.26389/AJSRP.J210823>

2023 © AISRP • Arab Institute of Sciences & Research Publishing (AISRP), Palestine, all rights reserved.

• Open Access



This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license

Abstract: The study aims to enhance the role of media education to strengthen positive values and modify or change negative values. It aims to determine the extent of the integration of media and education in enhancing media education for the recipient. It also aims to know the skills required for the recipient to become aware of media education. It also aims to develop the recipient's awareness to evaluate media messages. The study used a media survey approach to reach results that support the direction of the study. The study tool was a questionnaire that was distributed to a deliberate sample of (51) individuals. The study concluded with a number of results, the most important of which are: Most of the sample members believe that media education achieves the building of a healthy human personality at a rate of (78.5%), and that media education achieves an individual's awareness of his rights and duties at a rate of (92.2%). The integration of media and education contributes to the formation of open-minded, democratic individuals and societies (64.7%). The integration of media and education contributes to preparing media professionals to perform the educational process at a rate of (84.3%). Media education enables the recipient to understand the background and objectives of the media message at a rate of (72.5%). The study also reached a number of recommendations, the most important of which are: the need for media education to give greater importance to the issue of awareness of democracy and openness, because societies still need more democracy, so that they can practice their activities in a way that is open to all options. Then consciously choose the appropriate option, focus on preparing media professionals to perform the educational process, and prepare an active recipient to participate in producing useful media content. The researcher also recommends the necessity of integrating the roles of media and education to give the recipient a conscious understanding of media culture.

Keywords: media education - enhancing - recipient awareness.

دور التربية الإعلامية في تعزيز وعي المتلقي

دراسة مسحية على عينة من طلاب قسم الإعلام والاتصال بجامعة الملك خالد الفترة من يناير

2022م – يناير 2023م

الدكتورة / هاجر عبد الله جاد الله علي

جامعة الملك خالد | المملكة العربية السعودية

المستخلص: تهدف الدراسة إلى تعزيز دور التربية الإعلامية لتقوية القيم الإيجابية والتعديل في القيم السلبية أو تغييرها، كما تهدف إلى معرفة المهارات المطلوبة لدى المتلقي للوعي بالتربية الإعلامية، كما تهدف أيضاً إلى تنمية ملكة الوعي لدى المتلقي لتقييم الرسائل الإعلامية. واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي وذلك للوصول لنتائج تدعم اتجاه الدراسة، وتمثلت أداة الدراسة بأداة الاستبيان، التي تم توزيعها على عينة عمدية قوامها (51) مفردة، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها: إن معظم أفراد العينة يرون أن التربية الإعلامية تحقق بناء الشخصية الإنسانية السوية بنسبة (78.5%) وأن التربية الإعلامية تحقق توعية الفرد بحقوقه وواجباته بنسبة (92.2%) ويسهم تكامل الإعلام والتربية في تكوين أفراد ومجتمعات ديمقراطية منفتحة عقلياً بنسبة (64.7%) ويسهم تكامل الإعلام والتربية في إعداد إعلاميين لأداء العملية التربوية بنسبة (84.3%) والتربية الإعلامية تحقق للمتلقى الوقوف على خلفيات الرسالة الإعلامية وأهدافها بنسبة (72.5%). كما توصلت الدراسة إلى عدد من التوصيات من أهمها: ضرورة أن تولي التربية الإعلامية أهمية أكبر لموضوع الوعي بالديمقراطية والانفتاح، لأن المجتمعات مازالت تحتاج إلى مزيد من الديمقراطية، حتى يتمكنوا من ممارسة أنشطتهم بصورة منفتحة على كل الخيارات ومن ثم اختيار الخيار المناسب بوعي، والتركيز على إعداد إعلاميين لأداء العملية التربوية، وإعداد متلقي فاعل للمشاركة في إنتاج محتوى إعلامي مفيد، كما توصي الباحثة بضرورة تكامل أدوار الإعلام والتربية لإكساب المتلقي فهماً واعياً للثقافة الإعلامية. **الكلمات المفتاحية:** التربية الإعلامية – تعزيز - وعي المتلقي.

أولاً: مدخل إلى الدراسة

مقدمة الدراسة:

قوة المجتمعات في الخارج من قوتها في الداخل، وتُعد القدرة على حماية قيم وعقول أفرادها في هذا العصر الإعلامي التكنولوجي المعرفي الفيض أهم معالم القوة في الداخل، فقد فقدت الدول قُدرتها على السيطرة الكاملة للثبث المباشر، كما فقدت قدرتها على التصدي للثبث الإعلامي الخارجي، والاكتساح الثقافي الأجنبي بعد أن ساعدت شبكة الإنترنت على الغزو الثقافي وتهديد كثير من الثقافات الوطنية. وأحدثت تكنولوجيا اليوم انصبهاً للصوت والصورة، فأصبح من الصعب التفريق بين الوهم والواقع، وبين الحقيقة والخيال، وبين ما هو أخلاقي وما هو غير ذلك، فغابت أسس بناء التربية الإعلامية المميزة.

فمنذ انفجار الثورة المعلوماتية وانتشار تكنولوجيا الإعلام في مختلف دول العالم دخلت البشرية مرحلة جديدة، واندماج الإنسان في الفضاء الإعلامي المشبع بالمعلومات والمعارف والأخبار والصور والأفكار، وأصبح يطلع عن كَثب على ما يدور في العالم، فيجد ما يريده بسهولة ويسر على المواقع الإلكترونية أو منصات التواصل الاجتماعي، والتي أتاحت له المشاركة والتفاعل مع أي فرد في بقاع العالم. (الخزاعلة، 2020م، 693)

مما لا شك فيه أصبح استخدام وسائل الإعلام حاجة ملحة يفرضها انخراط الأفراد بصفة عامة والأطفال والمراهقين على حدٍ سواء في عالم الإعلام والاتصال رغم ما يكتسبه هذا العالم من مخاطر للمتلقين، منها مخاطر المحتوى وتتمثل في المحتويات المليئة بالعنف أو التحريض العنصري أو بمواد إباحية وإجراء اتصالات مع أشخاص يهدفون إلى استغلال الشباب لأغراض غير سوية كحثهم على أعمال التطرف والكرهية وكذلك مخاطر السلوك وتتمثل في مساهمة البعض في إنتاج محتوى محفوف بالمخاطر يتسبب من خلاله بالضرر للأخرين سواء نفسياً أو أخلاقياً أو قيمياً، وسرعان ما يتحول هذا المتلقي من مستقبل لهذا المحتوى إلى منتج له وفاعل فيه من غير وعي. (فزادري، 2022، 456)

ترى الباحثة أصبحت المجتمعات بشكل عام والنامية بشكل خاص، والمنظمات والمؤسسات التربوية ملزمة بضرورة التصدي لهذه المضامين الضارة التي من شأنها استنزاف طاقات النشء واشباب، والتصدي الواعي للتغلغل الإعلامي لعقولهم، وذلك من خلال زيادة وعيمهم وفهمهم لوسائل الإعلام، هذا الأمر غير قاصر فقط على النشء والشباب، بل يمتد ليشمل الفئات المجتمعية الأخرى، لذا أضحت التربية الإعلامية ضرورة ملحة للتعامل مع الواقع الإعلامي المتجدد ولترشيد عملية التلقي ومحو الأمية الإعلامية. كان يطلق في الماضي على الفرد الذي لا يستطيع القراءة والكتابة بأنه شخص أمي، الآن قد تغير مصطلح الشخص المتعلم - غير الأمي - وتعدى مفهومه التقليدي - إلى الشخص الذي يستطيع بالإضافة إلى معرفة القراءة والكتابة، أن يفسر الرسائل التي يتعرض لها يومياً من وسائل الإعلام المختلفة، كما يعرف أن وسائل الإعلام تشكل فهم أفراد المجتمع للعالم الذي يعيشون فيه وأن رسائلها تنتج بعناية وتمثل قوة اقتصادية واجتماعية كبيرة في المجتمع المعاصر، لقد جاء مصطلح التربية الإعلامية في الولايات المتحدة الأمريكية لوجود انطباع متزايد لتأثير وسائل الإعلام على حياة الناس اليومية وأيضاً على التعليم. أفادت دراسة أجرتها المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ((الاليسكو)) بأن معدلات الأمية الرقمية في المنطقة تصل 27.7% مقارنة مع 19 على المستوى العالمي.

كما أشارت المنظمة إلى وجود 100 مليون أمي في مجال تكنولوجيا المعلومات في العالم العربي، 75 مليون منهم تتراوح أعمارهم بين 15 - 45 في حين تزيد معدلات الأمية عند النساء (بشرى، 2015، ص 251- 252) كما اهتمت كثير من المنظمات الدولية وعلى قمتها: اليونسكو، والمفوضية الأوروبية، ومجلس الاتحاد الأوروبي، واتحاد الحضارات، والاييسيسكو، وجامعة الدول العربية، ومؤسسة نورديكوم الدولية لرعاية الأطفال والشباب والإعلام، وغيرها من المؤسسات، بالدعوة لتقديم الدعم الفوري لمختلف دول العالم بشأن التربية الإعلامية، فنظمت عديد من الدول خلال السنوات الماضية من القرن الماضي والحالي مجموعة من المؤتمرات والاجتماعات وورش العمل حول موضوع التربية الإعلامية نظرياً ومنهجياً، وأوصت عديد من المؤتمرات على ضرورة إكساب مهارات التربية الإعلامية من خلال إدراج التربية الإعلامية السليمة في المناهج الدراسية المختلفة، ومد الأجيال الناشئة بما يمكنها من تفادي سلبيات مضامين وسائل الإعلام، كما أوصت على ضرورة تطوير مفهوم التربية الإعلامية ليتسع ويشمل المستجدات الحديثة.

وفي عام (2009) أيضاً قامت اليونسكو بإصدار تقريرها الذي يشير إلى الاهتمام المتزايد بالتربية الإعلامية حول العالم، وقد استضافت جامعة أوتونوما الإسبانية عام 2011م المؤتمر الدولي حول الإعلام والتربية والوعي الإعلامي في مدينة برشلونة، برعاية كل من منظمة اليونسكو والمفوضية الأوروبية في إطار تحالف الحضارات، وقد تناول المؤتمر العلاقة بين التعليم والإعلام والتكنولوجيا، وإمكانية تسخير أدوات الاتصال في تعزيز الوعي الإعلامي لتشجيع الأفراد على المشاركة الفاعلة في المجتمع، وتمثلت أهداف المؤتمر في: توفير مساحة لتبادل الأفكار والخبرات في مجال التربية الإعلامية، وتكثيف التعاون في مجال تعزيز الوعي الإعلامي بين الجامعات ووسائل الإعلام والمجتمعات المدنية على مستوى العالم، لنشر المعرفة وتعزيز مفهوم المواطنة المسئولة والنقدية. (LIN,2015,95)

مشكلة الدراسة:

في ضوء الانتشار الكبير لوسائل الإعلام وتزايد عدد المتلقين، زاد تأثير هذه الوسائل على العادات والقيم والمعتقدات والتوجهات للأفراد، فبرزت الحاجة إلى البحث عن وسائل لحماية المتلقين من التأثيرات السلبية لهذه الوسائل. وتكمن الخطورة في أن صناعة الإعلام في العالم ليست عملية عبثية لا هدف لها، فوسائل الإعلام لا تقدم مجرد عرض بسيط للواقع الخارجي بل تعمل على تصنيعه وصياغته بعناية لتعبر عن طائفة من القرارات والمصالح لجهات معينة. علماً بأن الدول الغربية تحارب وتقاوم عمليات الوعي الإعلامي العربي، فهي تسعى بكل ما أوتيت من أدوات مالية وتقنية للسيطرة والاستحواذ على عقول المجتمعات العربية. وذلك بعد فشلها في الحملات العسكرية، ويتضح ذلك من مقولة أحد الوزراء الفرنسيين بعد انسحاب قوات بلاده من الجزائر: ((إن ما لم تستطع فرنسا أن تحققه بقوة السلاح في الجزائر وشمال أفريقيا سوف تحققه بالثقافة بعد ذلك)) كما تقلد بعض وسائل الإعلام العربية المنطق الذي تتبعه قناة الحرة الأمريكية-على سبيل المثال لا الحصر- في توصيف المقاومين والمجاهدين الفلسطينيين بأنهم مجرد مسلحين أو خارجين عن القانون أو إرهابيين. في ظل هذا الواقع الإعلامي أصبح المتلقي محاصراً بكم ضخمة من الرسائل الإعلامية التي لا تتفق مع قيمه وأخلاقه وثقافته، كما أنها في الجانب الأكبر منها تقدم مضامين ومعلومات وصوراً مشوهة يمكن أن تسهم سلبياً في منظومة القيم التربوية والأخلاقية لدى المتلقي. إن المشكلة بين التربية والإعلام لا تكمن في تأثير وسائل الإعلام على المتلقين بقدر ما ترتبط بكيفية تعامل المتلقي مع ما تبثه وسائل الإعلام فلذا من الضرورة بمكان أن تستفيد التربية من خصائص وسائل الإعلام وتوظيف الوسائل الإعلامية في تحقيق أهداف تربوية للمتلقى واستعراض المتغيرات والمفاهيم التي تسهم في التفاعل والتكامل المجدي بين التربية والإعلام. توصلت دراسة أجرتها عائدة محمد عوض المر (2020) حول أساليب تطبيق التربية الإعلامية في مدارس التعليم العام من منظور إحصائي الإعلام التربوي إلى أن هناك أنفاقاً حول الحاجة الماسة لوجود التربية الإعلامية وضرورة تفعيل دور المدرسة في تحقيق تربية إعلامية للطلاب، بهدف تنمية قدرتهم على التفكير الناقد والبحث والاستقصاء، والتصدي للغزو الثقافي الإعلامي، كما توصلت إلى أنه ليس هناك اجتماع بين المختصين بالإعلام التربوي في المدارس على تعريف موحد للتربية الإعلامية، وأن عدم استقرارهم يأتي بسبب اختلاف الهدف الذي يراد تحقيقه من خلال تطبيق تلك المفاهيم في التدريس، كما ترى عينة الدراسة إن من أهم سبل تطبيق التربية الإعلامية في المدارس ضرورة الاهتمام بالدور التربوي لوسائل الإعلام، والتركيز على الإيجابيات والتحذير من السلبيات التي من شأنها الإضرار بالمجتمع. تمحورت مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس ما هو دور التربية الإعلامية في تعزيز وعي المتلقي وتطوير ملكاته النقدية لفهم وتقييم المنتجات الإعلامية ومن ثم فهم كيفية استخدامها ؟

أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة في التالي:

- أ- الأهمية النظرية:
 1. تلقي الضوء على موضوع مهم وهو دور التربية الإعلامية في تعزيز وعي المتلقي.
 2. إثراء المكتبة العربية بما تقدمه من نتائج وتوصيات.
 3. توضيح أهمية التربية الإعلامية في تعزيز وعي المتلقي.
 4. تبرز أهمية تكامل دور التربية والإعلام.
- ب- الأهمية التطبيقية للدراسة:
 1. تحصين المتلقي من الرسائل الإعلامية المزيفة والمضللة.
 2. تأهيل ومواكبة المؤسسات التربوية المختلفة لمواجهة تطور وتأثير الإعلام المتعاظم.
 3. استخدام أدوات الاتصال ووسائل الإعلام لتحقيق منافع تربوية.
 4. تنبع أهمية الدراسة من أهمية أن يكون المتلقي واعياً إعلامياً.

أهداف الدراسة:

يسعى البحث لتحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:

- 1- التعرف على الأسس التي تقوم عليها التربية الإعلامية.
- 2- تعزيز دور التربية الإعلامية لتقوية القيم الإيجابية والتعديل في القيم السلبية أو تغييرها.
- 3- معرفة المهارات المطلوبة لدى المتلقي للوعي بالتربية الإعلامية.
- 4- الوقوف على مدى تكامل الإعلام والتربية في تعزيز التربية الإعلامية للمتلقى.

5- إكساب المتلقي مهارة التعامل مع الإعلام ونقد الرسائل الإعلامية.

6- تنمية ملكة الوعي لدى المتلقي لتقييم الرسائل الإعلامية.

تساؤلات الدراسة:

يتمثل التساؤل الرئيس للدراسة في ما هو دور التربية الإعلامية في تعزيز وعي المتلقي وبناء قناعاته واهتماماته وتقييمه للخطاب الإعلامي السائد عبر قنوات الاتصال التقليدية ووسائل الإعلام الجديدة. ويتفرع من التساؤل الرئيس تساؤلات فرعية كما يلي:

- 1- ما الأهداف التي تسعى التربية لتحقيقها لدى المتلقي؟
- 2- ما الأسس التي تستند عليها التربية الإعلامية؟
- 3- إلى أي مدى يسهم تكامل الإعلام والتربية في تعزيز التربية الإعلامية للمتلقي؟
- 4- ما دور التربية الإعلامية في تقوية القيم الإيجابية والتعديل في القيم السلبية أو تغييرها؟
- 5- هل تمكن التربية الإعلامية من اكتساب مهارات للمتلقي تعينه على النقد، ومن ثم كشف الرسائل الإعلامية المزيفة؟
- 6- هل تحقق التربية الإعلامية الوعي الإعلامي للمتلقي، ومن ثم اختيار الرسائل التي تناسبه؟

مصطلحات الدراسة:

1- دور:

لغة: يمكن فهم كلمة (الدور) بدلالة الحركة في محيط أو بيئة معينة من الفعل (دار)، دوراً، ودوراناً بمعنى طاف حول الشيء، ويقال أيضاً دار حوله، وبه، وعليه، وعاد إلى الموضوع الذي أبتدأ منه (إبراهيم، 1972، ص302)، إذ يعرف قاموس (ويبستر) مصطلح الدور لغوياً بأنه الجزء الذي يؤديه الشخص في موقف محدد (New Websters Dictionary,1993) اصطلاحاً: يعرف الدور بأنه مجموعة من الأنشطة المرتبطة أو الاطر السلوكية التي تحقق ما هو متوقع في مواقف معينة، ويترتب على الأدوار إمكانية التنبؤ بسلوكيات معينة في مواقف مختلفة. (أبو كوش وآخرون، 2018: 578) إجرائياً: دور تعني في هذا البحث تكامل دور التربية والإعلام في إعداد المتلقي ليصبح متلقياً واعياً ولديه القدرة على حسن الانتقاء وتحليل ونقد رسائل وسائل الإعلام وفهم الثقافة الإعلامية والمشاركة فيها بمضامين إعلامية فعالة.

2- التربية:

لغة: يعرف الجوهريّ التربية لغةً بأنها: (رَبَّيْتَهُ تَرْبِيَةً وَتَرْبِيَّتَهُ أَي غَدَوْتَهُ، قَالَ: هَذَا لِكُلِّ مَا يَنْبَغِي كَالْوَلَدِ وَالرَّزْغِ وَنَحْوِهِ). (قاموس لسان العرب، 2001م) اصطلاحاً:

ومن التعريفات الحديثة لمصطلح التربية: (الحمداني، 2015، 53)

تعددت الآراء حول مفهوم التربية واختلف الناس حولها ومرجع ذلك يكمن في الاختلاف حول موضوع التربية وأيضاً فهم الطبيعة الإنسانية:

ذهب جون ديوي إلى أن (التربية هي الحياة، وليست إعداد للحياة)

فيما يؤكد ستورات ميل: فيقول أن: (التربية هي كل ما يعلمه المرء أو يعلمه لغيره)

فيما يراها الطهطاوي: (التربية هي بناء خلق على ما يليق بالمجتمع الفاضل)

ويعرفها لودج فيقول: (التربية لها معنيان، فهي تعامل الإنسان مع البيئة المحيطة به، وهذا مفهوم واسع لها، أما التربية بمعناها الضيق يقصد بها التعلم المدرسي).

إجرائياً: تقصد الباحثة بالتربية في هذا البحث، التربية التي تعلم الأفراد وتربهم وتدلهم على حقوقهم ليؤمنوا بالرأي والرأي الآخر، ودور المشاركة الفعالة في تطوير المجتمع.

3- التربية الإعلامية:

فالتربية الإعلامية تقع ضمن مفهوم التعلم مدى الحياة والتعلم بالممارسة، وتعتبر نظرية للتعلم من الخبرة والتجربة من أفضل النظريات التي فسرت الكيفية التي يتحقق بها التعلم بالممارسة، من خلال أربع مراحل هي: المرور بالتجربة الواقعية، والتفكير التأملي، واستخلاص التعميمات، واختيار الفرضيات في المواقف الجديدة، أو التطبيق في المواقف المستقبلية. (أبو خضير، 2015م)، وفي عام 1989 م وضعت وزارة التعليم الكندية تعريفاً للتربية الإعلامية بأنها: كل ما يساعد الطلبة على تطوير فهمهم المعلوماتي والنقدي لطبيعة عمل

وسائل الاتصال الجماهيرية، في أساليب عملها، وتأثيراتها، وأنها تهدف إلى زيادة فهم الطلبة واستمتاعهم بكيفية عمل وسائل الإعلام، وكيف تتم عملية الإنتاج، وكيف تتم إدارتها، وكيف تقدم الواقع (الجميل والعاني، 2015م، 12) كما تعرف بأنها تعليم فنون الإعلام في المؤسسات التعليمية المختلفة، وتنمية الحس الإعلامي لدى الطلاب في مراحلهم المتقدمة بما يؤدي إلى تكوين حس نقدي صحيح يجعلهم يستطيعون اختيار الرسائل الإعلامية بفهم ووعي. (أبو عزام، 2020، 70)

4- الوعي:
لغة:

وعي الشيء أي جمعه في وعاء أما وعي الحديث فيعني حفظه وفهمه وقبله، ووعي الأمر أي أدركه على حقيقته، وكذلك يأتي الوعي بمعنى الحفظ والتقدير ومنها قوله تعالى: {{وتعيا أذن واعية}} (الحاقة، 21) أي حافظة، كما يأتي الوعي بمعنى الفهم والإدراك (محمد، 2014، 9)

اصطلاحاً:

بأنه «مجموع العمليات العقلية المعقدة التي تشكل فهم الإنسان للعالم الموضوعي ولوجوده الشخصي، وتذهب المدارس الفلسفية إلى أن الوعي يشتمل أيضاً على خصائص الإنسان النفسية (الانفعالات والضمير والإرادة)، ومكتسباته الروحية ومنطلقاته العلمية والاجتماعية، وكي يرتقي الإحساس البشري على مستوى الوعي لا بد من تحقق المعرفة والفهم (عصفور، 2014، 12)

إجرائياً:

تقصد الباحثة بالوعي في هذه الدراسة عمليات المعرفة والتفكير والإدراك التي تتيح للمتلقي القدرة على فهم الممارسة الإعلامية فهماً صحيحاً، والإحاطة بخلفيات الرسالة الإعلامية وأهدافها ومن ثم تبني موقف صحيح إزاءها.

النظريات المفسرة للدراسة:

نظرية الإعلام والحواس: **Media And Senses Theory** (القرني، 2018م، 133-173)

التطورات والتغيرات في التلقي الاتصالي وضعت المختصين والخبراء في الإعلام والاتصال أمام مسئولية العملية التي تقتضي ضرورة مراجعة نظريات الاتصال ونماذجها، وبالمقابل قد جعلت من المتلقي مستخدم قائم بالاتصال.

فرضيات النظرية: Assumption

- 1- يوجد عالم خارجي External world تستمد منه وسائل الإعلام صورها ومشاهدها ومختلف مضامينها، وتقوم بنقل هذه الصور والمشاهد من خلال عمليات إنتاجية تخضع لمعايير تحريرية وفنية نحو الجمهور.
- 2- كل فرد له عالمه الخاص وواقعه المصنوع، وتؤمن هذه النظرية بأن الواقع لدى الأفراد ليس واقعاً موضوعياً بل هو واقع مصنوع Constructed Reality. وقد عرف ((بيتر بيرجر توماس لكمان)) Peter Berger، Thomas Luckman واقع الحياة اليومية بأنه واقع يقوم الفرد بتفسيره بذاتية ذات معنى تقدم له عالماً متجانساً، وأضاف أن الواقع هو عالم الفرد الذي ينشأ من فكر وفعل الفرد ويراه الفرد عالماً واقعياً. وهذا ما أكدته ((إيمانويل كانت)) عندما فرق بين عالمين: عالم موضوعي، وكذلك ((عالم فينوم ينال)) (ظاهري).
- 3- ولكل فرد أدواته الإبتيمولوجية التي من خلالها يتعرف ويفهم الواقع، وهي الحواس الخمس الأساسية.
- 4- تأثير وسائل الإعلام موجود ولا يمكن إنكاره، وأن الاختلاف فقط عبر العقود الماضية هو في درجة التأثير.
- 5- الخبرات التي يكتسبها الفرد من محيطه، هي خبرات مباشرة عبر حواسه ويستطيع إضافتها لخبراته السابقة، ويستطيع كذلك من خلال هذه الحواس أن تتولد لديه ميكانيزم تحقق وتقصى في مدى صدقية وواقعية الواقع الذي يعيشه. أو من خلال خبرات غير مباشرة تتولد لديه في الأغلب من وسائل الإعلام، وهنا قد يصعب عليه التأكد من مصداقية وواقعية الواقع الذي ترسله وتبثه وسائل الإعلام، ولكنه على كل حال يقوم بالتعامل معها وتصنيفها في نظامه المعرفي والسلوكي.

عناصر النظرية:

- 1- الواقع الموضوعي: وهو الواقع الموجود بكل مكوناته الحقيقية، وكل أحداثه الأصلية. والفرد يتعرض لمصادر هذا العالم من خلال خبرات مباشرة عبر حواسه الطبيعية.
- 2- الواقع المزيف: وهذا ما تصنعه وسائل الإعلام والاتصال، حيث تقوم باختزال أحداث ومواقف وشخصيات وأوقات من أجل أن تقدم للمتلقي صورة من الواقع يعتبرها التزييف في كثير من الأحيان أن تلك العمليات التي تقوم بها وسائل الإعلام تظل هي عمليات تغيير وتفصيل وتشويه الواقع الحقيقي.

3- الحواس: وهي الحواس الإنسانية التي تمثل أدوات يوظفها الفرد لاستجلاب خبرات ومعارف. والفرد يقوم بالتواصل مع وسائل الإعلام لاستيعاب أكبر قدر ممكن من تلك المعارف والخبرات. وتصاب تلك الحواس مع تكرار الرسائل الإعلامية، ومع مرور الوقت بحالة من التبلد التي تعيق عمليات الفرز والتقييم والتدقيق فيما تبثه وسائل الإعلام إلي الفرد، تؤدي إلى حالة خضوع للرسائل الإعلامية.

4- العقل الإنساني: وهذا العقل هو الذي يقوم بعمليات تفسير المعطيات التي تنتقل له من الحواس، وبالتالي تقييمها وتدقيقها وحذفها أو إضافتها إلى المخزون من المعارف والخبرات، ويعمل على المعالجة لها بطريقة تبني له واقعاً جديداً، أو واقعاً موضوعياً أو واقعاً مزيفاً، ويضطر العقل إلى تقيل تلك الصور وحفظها وانعكاساً Reflection لذلك الواقع. وهنا تحت عمليات إعادة تنظيم Reorganizing للأفكار والمعلومات لتتنسق مع مسلمات وبدهييات وقيم وقناعات الفرد.

نظرية الغرث الثقافي: (الدهمشي، 2019، 174-175)

ترجع أصول هذه النظرية إلى العالم الأمريكي جورج جورج جيرنر George Gerbner حيث بحث تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية على البيئة الثقافية في إطار مشروعته الخاص بالمؤشرات الثقافية.

ركزت بحوث المؤشرات الثقافية على ثلاث قضايا متداخلة هي:

- 1- دراسة الرسائل والقيم والصور الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام.
 - 2- دراسة الهياكل والضغوط والعمليات التي تؤثر على إنتاج الرسائل الإعلامية.
 - 3- دراسة المشاركة المستقلة للرسائل الجماهيرية على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي.
- حيث تؤكد الفكرة العامة للنظرية أن قدرة وسائل الإعلام في التأثير على معرفة الأفراد وإدراكهم للعالم المحيطة بهم ، خصوصاً للأفراد الذين يتعرضون لهذه الوسائل بكثافة كبيرة.

وقد نشأت هذه النظرية في مواجهة ظروف اجتماعية خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية، تمثلت في ظهور موجات من العنف والجرائم والاعتقالات في المجتمع الأمريكي في نهاية الستينات، وربط الناس بين ظهور هذه الموجات والانتشار الواسع للتلفزيون، ما حدا بالباحثين والمؤسسات البحثية في أمريكا لإجراء العديد من البحوث حول علاقة مشاهدة التلفزيون وارتفاع معدلات الجريمة والسلوك العدواني.

فروض النظرية:

- إن الأشخاص كثيفي التعرض لبرامج التلفزيون يختلفون في إدراكهم للواقع الاجتماعي من الأفراد قليلي التعرض.
- إن التلفزيون وسيلة فريدة للغرث لدى الأشخاص خاصة الأطفال، لتمتعهم بخصائص منها: قيامه بدور راوي الحكاية، وإمداد الطفل بالمعلومات، وتكرار الصور الذهنية، -إن تقديم التلفزيون للواقع الاجتماعي يؤثر على معتقدات المشاهدين حول الواقع الاجتماعي.

علاقة النظريات بموضوع الدراسة:

ترى الباحثة أن هناك علاقة وثيقة بين نظرية الإعلام والحواس وموضوع البحث المتمثل في دور التربية الإعلامية في تعزيز وعي المتلقي، حيث تقوم النظرية على أن وسائل الإعلام تعمل على إنتاج رسائلها وفقاً لمعايير تحريرية وفنية محددة، تصنع من خلالها في الغالب واقع مصنوع عبر خبرات متكررة مباشرة وغير مباشرة مما يصعب على المتلقي التأكد من مصداقية وموضوعية وواقعية الواقع الذي تبثه وسائل الإعلام، فمن خلال الحواس الإنسانية التي تمثل أدوات يوظفها الفرد لاستجلاب خبرات ومعارف ومهارات تمكنه من فهم وتقييم الرسائل الإعلامية، فالتربية الإعلامية أيضاً تمتلك أدوات ووسائل تمكنها - إذا أحسن توظيفها - من تعزيز وعي المتلقي وإكسابه مهارة التعامل مع وسائل الإعلام ومضامينها، وتكسيبه المقدرة على النقد والتمييز بين الرسائل المزيفة والحقيقية. وكما أن نظرية الغرث الثقافي تفسر موضوع البحث التربية الإعلامية في تعزيز وعي المتلقي لأن الصورة للصورة الذهنية، التي تتكون في أذهان المتلقيين من خلال وسائل الإعلام المختلفة سواء كانت عن أنفسهم أو عن الآخرين القيم، في الغالب هذه الصورة الذهنية بعيدة عن الواقع، نتيجة أن وسائل الإعلام لا تقدم مجرد عرض بسيط للواقع الخارجي بل تعمل على تصنيعه وصياغته بعناية لتعبر عن طائفة من القرارات والمصالح لجهات معينة، مما يؤدي إلى غموض في الحقائق وتشويه المعلومات وسوء فهم للواقع، وهكذا أصبحت وسائل الإعلام المركز الرئيسي للثقافة الجماهيرية، وأن تأثيرها قد أصبح أساسياً في التنشئة الاجتماعية للغالبية العظمى من المتلقيين، بما تعرضه من نماذج مكررة ونمطية للسلوك والأدوار الاجتماعية المختلفة. واهتمت نظرية الغرث الثقافي بثلاث قضايا متداخلة هي:

- تحليل العملية المؤسسية Institutional process Analysis أي دراسة سياسات الاتصال في علاقتها بمضمون واختيار وتوزيع الرسائل الإعلامية.
 - تحليل محتوى الرسائل الإعلامية Message System Analysis وهي عبارة عن دراسة الأنماط السائدة للصور الذهنية والسلوك الأكثر تكراراً التي تعكسها الرسالة الإعلامية، مثل تصوير العنف والأقليات والنوع والمهنة وغيرها من القضايا.
 - تحليل الغرس الثقافي Cultivation Analysis والتي تدرس العلاقة بين التعرض للرسائل التليفزيونية وإدراك الجمهور للواقع الاجتماعي.
- يرى الباحثان هوكنز وبنجري (1983) Hawkins & Pingree أن العنصرين الأساسيين في عملية الغرس هما:
أولاً: التعلم: Learning ويتضمن أكثر من عنصر:
- 1- القدرات أو المهارات العقلية: (Capacity) تلعب القدرات أو المهارات دوراً هاماً في عملية التعلم، كما تقوم أحياناً بطريقة مختلفة فيما يتعلق بعوامل أخرى مثل السن.
 - 2- استراتيجيات التركيز: (Focus): تلعب القدرة على التركيز على بعض المعلومات الرئيسية أكثر من المعلومات الثانوية دوراً رئيسياً في إحداث عملية الغرس.
 - 3- الانتباه: (Attention) درجة الانتباه للمضمون والتي يشار إليها نسبياً بالمشاهدة النشطة أو المشاهدة السلبية، يمكن أن تكون مهمة، فالمشاهدة السلبية تؤدي إلى التعلم العارض واكتساب الثقافة بطريقة عارضة من التليفزيون.
 - 4- الاندماج في المشاهدة: (Involvement) يمكن أن يلعب الاندماج في المشاهدة دوراً هاماً وخصوصاً وجهة النظر القائلة بأن الاندماج الأقل في المشاهدة يسهل أنواعاً معينة من التعلم والتأثيرات.
- ثانياً: البناء: (Construction) ويتضمن أكثر من محدد منها:
- 1- الخبرة الشخصية: (Personal Experience) تشكل الخبرة الشخصية مصدراً للمعلومات عن الواقع الاجتماعي والتي يمكن أن تتفق أو تختلف مع الصور المقدمة في التليفزيون ووسائل الإعلام عامة.
 - 2- المكونات الاجتماعية: (Social Structures) والتي تتمثل في الأبنية الاجتماعية للأسرة مثل جماعة الرفاق أو العائلة، وتلعب دوراً مهمة في تدعيم الصورة المقدمة في التليفزيون ووسائل الإعلام، فكلما كانت الجماعة تؤيد وجهة النظر التليفزيونية زاد التأثير المتوقع على الأفراد.
- ترى الباحثة من خلال ما أكدته نظرية الغرس الثقافي من مقدرة التليفزيون ووسائل الإعلام عامة على غرث القيم والمعلومات وكل ما يعكس الواقع وفقاً لرؤية وأهداف وسائل الإعلام، إنه يتمكن للمتلقي من فهم وتقييم الرسائل الإعلامية فهماً وتقييماً واعياً إذا توافر لديه التعليم والقدرات والمهارات العقلية والخبرة الشخصية، لذا هناك اتفاقاً حول الحاجة الماسة لوجود التربية الإعلامية وضرورة تفعيلها، بهدف تنمية قدرة المتلقي على التفكير الناقد والبحث والاستقصاء، وتعزيز وعيه وتطوير ملكاته النقدية لفهم وتقييم المنتجات الإعلامية ومن ثم التصدي للغزو الثقافي الإعلامي.

الدراسات السابقة:

دراسة قاسم (2021) بعنوان دور التربية الإعلامية والرقمية في تعزيز مهارات التعلم الذاتي من وجهة نظر أعضاء الهيئة التدريسية في بعض كليات التربية في العراق، التي هدفت إلى التعرف على وجهات نظر أفراد عينة الدراسة نحو دور التربية الإعلامية والرقمية في تعزيز عملية التعلم الذاتي، والتعرف على أثر متغيرات (الجنس - التحصيل الدراسي - سنوات الخبرة) من وجهة نظر أفراد العينة نحو دور التربية الإعلامية والرقمية في عملية تعزيز التعلم الذاتي، اعتمدت الدراسة على منهج المسح حيث تم اختيار عينة الدراسة من أعضاء الهيئة التدريسية في (كلية التربية أبن رشد - جامعة بغداد) و(كلية التربية الأساسية - الجامعة المستنصرية)، عن طريق العينة العشوائية البسيطة وقد بلغ حجم العينة 100 مفردة وأوضحت نتائج الدراسة على إيجابية الدور الذي تؤديه التربية الإعلامية والرقمية في عملية التعزيز الذاتي، كما يوجد فرق دال إحصائياً عند مستوى (0.05) لأفراد عينة الدراسة على مقياس دور التربية الإعلامية والرقمية في استخدامها منهجاً تربوياً، كما أوضحت نتائج الدراسة على أهمية وسائل الإعلام والاتصال الحديثة في العملية التعليمية سواء للمؤسسة التعليمية أو الأفراد، وهدفت دراسة عبد الفتاح (2020م) إلى التعرف على مدى تضمين مناهج التربية الوطنية في مدارس الأردن لمفاهيم التربية الإعلامية خلال العام (2018 م - 2019 م) تم إعداد أداة الدراسة التي تكونت من 76 مفهوماً موزعاً على 9 مجالات وتم استخدام أداة تحليل المضمون، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن عدد المفاهيم الإعلامية في كتب التربية الوطنية والمدنية للمرحلة الأساسية تضمنت 174 مفهوماً، حيث جاء مفهوم الإعلام التربوي في الترتيب الأول بتكرار 33 وبنسبة مئوية

22.5 %، وقد أوصت الدراسة بأنه لا بد أن تأخذ وزارة التربية بعين الاعتبار تعزيز المفاهيم الإعلامية والصحية والبيئية ومفاهيم التربية الإعلامية في مناهج التعليم الأساسي.

كما جاءت دراسة Stathopoulou (2019 م) بعنوان اتجاه أخصائي الإعلام وطلاب المرحلة الثانوية، وهدفت الدراسة للتعرف على اتجاهات الإخصائيين الإعلاميين في المدارس الثانوية نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة لتطبيق التربية الإعلامية بين الطلاب، اعتمدت الدراسة على منهج المسح حيث قامت الباحثة باختيار عينة مقسمة إلى مجموعتين، الأولى: هم أخصائيو الإعلام مكونة من 35 متخصصاً، والمجموعة الثانية: مكونة من الطلاب وقوامها 348 مفردة، من خلال استخدام استمارة الاستقصاء، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التربية الإعلامية لطلاب المدارس في المرحلة الثانوية، وذلك عن طريق استخدامها كوسائل نقل المحتوى المتعلق بالدورات الخاصة بالتربية الإعلامية، وذلك لانتشار استخدام تلك المواقع بين الطلاب لذا يقوم إخصائيو الإعلام بتوظيفها في عملية التربية الإعلامية بين الطلاب، وكذلك مراقبة نتائج تلك العملية الإعلامية التربوية وتعديل تلك العملية إذا تطلب الأمر. وأيضاً دراسة اتباتو (2019) التي هدفت إلى التعرف على آراء عينة من الأساتذة بشأن تضمين المقررات الدراسية للتربية الإعلامية بالمدارس المغربية، وتعد من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح، واعتمد الباحث على استخدام أداة الاستبيان بعينة من الأساتذة حول مدى حضور التربية الإعلامية داخل الحقل التعليمي بالمغرب، وتكونت عينة الدراسة من 80 أستاذاً من الجنسين بكل من الرباط وفارس وشفرو، وتوصلت الدراسة إلى أن 8.53 % من عينة الدراسة يرون أن الإعلام يؤثر بشكل سلبي على الطلاب، في حين يرى 25% أنه يؤثر تأثيراً إيجابياً، ويذهب 3.21% أنه يؤثر في كلا الاتجاهين وأن 75% من العينة يرون أنه لا يمكن الاعتماد على المقررات الدراسية الحالية من أجل رفع مستوى الوعي الإعلامي لدى الطلاب، وأن 82.5% منهم يرون أن الطلاب غير قادرين على النقد وتحليل المضامين الإعلامية المعروضة عليهم. كما هدفت دراسة Nirosha (2018 م) بعنوان التحديات التي تواجه إخصائي الإعلام في التربية الإعلامية، بالتطبيق على المدارس في دولة سريلانكا إلى التعرف على التحديات التي تواجه التربية الإعلامية وذلك من وجهة نظر أخصائي الإعلام في مدارس دولة سريلانكا، وأعتمد الباحث في دراسته على منهج المسح حيث قام باختيار مجموعة من أخصائي الإعلام في سريلانكا، مستخدماً المقابلات المتعمقة في الحصول على المعلومات من عينة الدراسة التي كان قوامها 16 من أخصائي الإعلام في المدارس، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن من بين التحديات الرئيسية التي تواجه الإعلام التربوي في المدارس هو النظام السياسي للدولة ومدى أيمانه بأهمية الإعلام والصحافة في حياة المجتمع، كذلك بيت نتائج المقابلات مع أخصائي الإعلام أن من بين التحديات التي تعوق القيام بتعليم الطلاب الممارسات الإعلامية والصحفية نقص المعامل والإمكانيات، إضافة إلى المناهج الدراسية التي تساعد على تنمية المهارات الإعلامية لدى الطلاب في المدارس، كذلك تعتبر غياب وجود نظام تدريب إخصائي الإعلام في هذا المجال يعد أيضاً من بين أهم المعوقات. أيضاً هدفت دراسة Jamie (2018) بعنوان اتجاهات أخصائي الإعلام والطلاب نحو استخدام الدورات التدريبية للإعلام عن طريق الإنترنت، دراسة حالة إلى التعرف على اتجاهات أخصائي الإعلام نحو استخدام الإنترنت في بث الدورات الإعلامية للطلاب، وتأثير ذلك على الأداء الإعلامي للطلاب، اعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة حيث قام الباحث بإجراء دراسة على مجموعة الطلاب الذين تعرضوا لدورة (MOOC) Massive Open Online Course حيث كان عدد الطلاب الذين أجرى عليهم البحث 475 من أصل 6533 طالباً تعرضوا لتلك الدورة مستعيناً في ذلك بالمقابلة والملاحظة، إضافة إلى دراسة اتجاهات إخصائي الإعلام والبالغ عددهم 45 أخصائي الذين كانوا يشاركون في تلك الدورات، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أهمية الدورات والتي أسهمت في تقديم أخصائي الإعلام ليس فقط إلى المدارس المحلية بل أيضاً إلى مدارس كثيرة في العالم، كما أن تلك الدورات ساعدت الطلاب على تكوين صورة إيجابية لدى الطلاب عن أهمية الإعلام والدور الذي يقوم به الإعلامي والصحفي في مراقبة وحماية خدمة المجتمع، كذلك أشارت نتائج الدراسة إلى أن أخصائي الإعلام يميلون إلى استخدام الأسلوب المختلط Mixed Methods في تعليم الطلاب عن طريق الدمج بين استخدام الإنترنت والمناهج في تعليم الطلاب العمل الإعلامي. بينما جاءت

دراسة الخزاعلة (2018م) بعنوان درجة امتلاك جامعة آل البيت لمهارات التربية الإعلامية في ضوء بعض المتغيرات، هدفت الدراسة التعرف إلى درجة امتلاك طلبة جامعة آل البيت لمهارات التربية الإعلامية في ضوء بعض المتغيرات في الأردن، وجرى اختيار عينة مكونة من (420) طالباً وطالبة مما يدرسون في جامعة آل البيت خلال الفصل الدراسي الثاني لعام 2018، تم اختيارهم بالعينة العشوائية البسيطة، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي، واستخدم الاستبيان لتحقيق هدف الدراسة، حيث توصلت نتائج الدراسة إلى أن درجة امتلاك طلبة جامعة آل البيت لمهارات التربية الإعلامية جاءت بدرجة متوسطة على أداة الدراسة ككل، وأظهرت نتائج الدراسة أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($a=0.05$) تعزى لمتغير الكلية ولصالح الطلبة الذكور، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($a=0.05$) تعزى لمتغير الكلية ولصالح الكليات العلمية، وتوصي الدراسة بناء على ما تقدم من نتائج ضرورة استخدام مساق جامعي متخصص في التربية الإعلامية يكون اجباري لجميع طلبة الجامعة. وقد هدفت دراسة محمد (2016) إلى الوقوف على مضامين التربية الإعلامية التي يعكسها منهج الصحافة المدرسية لحلقتي التعليم الأساسي، وأعتمد

البحث على منهج المسح في شقه التحليلي لتحليل مضمون منهج الصحافة المدرسية الذي تقدمه لتلاميذ مراحل التعليم الأساسي، وقد بلغ عدد الموضوعات الواردة بمنهج الصحافة المدرسية 61 موضوعاً، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن كثير من فئات التربية الإعلامية لم تمثل في منهج الصحافة المدرسية داخل المنهج، حيث لم تظهر أي مواد تعليمية عن كيفية التعامل مع وسائل الإعلام الجماهيري، وكيف تلغي الناقد للرسائل الإعلامية، وكذلك خلا من أي محتوى حول مهارات التعامل مع تكنولوجيا الاتصال الحديثة، كما هدفت دراسة عيس والفوارس (2015) إلى الكشف عن الإعلام الإسلامي، وبيان أثره في العملية التربوية، وتوضيح مفهوم الإعلام التربوي الإسلامي، وأثره في بناء الشخصية الإنسانية السوية، ودور الإعلام التربوي الإسلامي في تحقيق النهوض الحضاري للأمة المسلمة. سلك الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. تمثلت نتائج الدراسة فيما يأتي: يسهم الإعلام التربوي الإسلامي في بناء الشخصية الإنسانية، ويجعلها شخصية سوية متزنة - يسهم الإعلام التربوي الإسلامي في توجيه عمل المؤسسات المختلفة في القيام بأدوارها التربوية - يسهم الإعلام التربوي الإسلامي في تحقيق النهوض الحضاري للأمة المسلمة وهدفت دراسة حسن (2015) إلى تحديد قائمة بمهارات التربية الإعلامية اللازمة للطلاب، وبناء مقياس لتعرف درجة ممارسة الطلاب لهذه المهارات، وتطبيق المقياس بالقبالة على عينة الدراسة، والتوصل لتصور بأهم المقترحات لتدعيم ممارسة الطلاب لمهارات التربية الإعلامية التي تمكنهم من تعزيز التأثيرات الإيجابية ومواجهة التأثيرات السلبية، استخدمت الدراسة منهج المسح، فصل عينة قوامها 400 مفردة من طلاب المدارس الثانوية بالتعليم العام السعودي، ومن أهم نتائج الدراسة التوصل لقائمة بمهارات التربية الإعلامية، قوامها 31 بالحساب مهارة، شملت مهارات أساسية في التربية الإعلامية ومهارات مكملة، وجاءت درجة ممارسة الطلاب لمهارات التربية الإعلامية الأساسية متوسطة، مما يعني أن الطلاب في حاجة لمزيد من التعليم وتنمية القدرات والتدريب علي ممارسة مهارات التربية الإعلامية الأساسية والمكملة، أيضا دراسة RNEE (2014م) بعنوان اتجاه أخصائي الإعلام نحو دور برنامج الإعلام في تحسين مهارات الطلاب الإعلامية، هدفت إلى التعرف على اتجاهات أخصائي الإعلام في المدارس نحو المبادرات والبرامج التي يتم تطبيقها في المدارس من رفع كفاءة الطلاب الإعلامية واعتمدت الدراسة علي المنهج المسحي، حيث قام الباحث باختيار عينة عمدية من أخصائي الإعلام المدرسي في بعض المناطق في الولايات المتحدة الأمريكية وهي Texas, Maryl, and New Mexico واعتمد في ذلك علي استمارة الاستقصاء التي طبقها على العينة البحثية التي كان قوامها 87 أخصائياً إعلامياً، وأشارت نتائج الدراسة أن تلك البرامج تساعد الطلاب على التفكير النقدي للقضايا والمواضيع المهمة في المجتمع، ووضع خطط وإستراتيجيات في كيفية التعامل معها إعلامياً، وأن من بين الإيجابيات تلك البرامج انها تحاول أن تزيد من خبرات ومهارات الطلاب في مجال الإعلام، وتساعدهم على أن يكونوا نواة للعمل الإعلامي في المستقبل، كما تسهم في تنمية مهارات تقدير الذات،

وهدف دراسة Flemming (2014م) إلى فحص منهج التربية الإعلامية في قسم الصحافة بجامعة Stony Brook الأمريكية، حيث جمع الباحث المواد المتعلقة بالمنهج من وثائق بصرية وسمعية ومحاضرات مجزياً مقابلات مع (28) شخصاً، بين مشرفين إداريين ومحاضرين ومدرسين وصحفيين وطلبة بكالوريوس ودراسات عليا ومدربين مساعدين، وأظهرت النتائج أن التربية الإعلامية تدرس الطلبة كيفية الحصول على الأخبار وتقييمها وتحليلها وتقدير نوعها، وأن الطلبة أصبحوا متابعين للأخبار بانتظام ويكونون أكثر وعياً مع وسائل الإعلام بعد أخذهم المنهج، كما هدفت دراسة الباحثان Catherine and Greg (2013 م) إلى التعرف على تأثير وسائل الإعلام في بناء الاعتقاد والمواقف العامة وعلاقتها بالتغيير الاجتماعي، من خلال تحليل النتائج المستخلصة من مجموعة من الدراسات التجريبية، حيث تبين أن تأثير التغطية الإعلامية في المجالات التي تتعلق بالبنية المجتمعية والتنمية الاقتصادية يشكل الرأي العام للمجتمع تجاه هذه القضايا. وأظهرت النتائج إن الطريقة والأسلوب الذي تتبعه وسائل الإعلام في النقاش العام حول موضوعات معينة يؤثر في توجه أفراد المجتمع واعتقادهم بها.

التعليق على الدراسات السابقة:

تناولت معظم الدراسات أهمية تطبيق برامج التربية الإعلامية في مدارس التعليم بمراحلها المختلفة، كما أشارت بعض الدراسات، التي قامت بتحليل هذه المواد إلى افتقار المناهج والمقررات إلى مفاهيم التربية الإعلامية، أي أن الإعلاميين والتربويين لم يسهموا في إدخال مواد تعليمية عن كيفية التعامل مع وسائل الإعلام الجماهيري، وقد تنوعت الدراسات من حيث المنهج المستخدم حيث ركزت معظمها على منهج المسح والمنهج التجريبي، كما اعتمدت معظم الدراسات على أداة الاستبيان وتحليل المضمون، كما أن بعض الدراسات استخدمت أداة المقابلة وبعض المقاييس التجريبية، تتشابه الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة من حيث موضوع الدراسة التربية الإعلامية والمنهج المستخدم حيث استخدمت الدراسة منهج المسح ومن حيث استخدام أداة الاستبيان في جمع المعلومات من أفراد العينة، وتختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من حيث مجتمع البحث (جهة التطبيق) وعينة الدراسة، وقد استفادت الباحثة من تلك الدراسات في بلورة مشكلة الدراسة والأهداف الخاصة بها كما استعانت بها لتحديد الإطار المعرفي للملائم والرجوع إلى المراجع والمصادر الخاصة بالبحث كما استفادت منها في صياغة التساؤلات بعد الرجوع لنتائج الدراسات السابقة.

ثانياً: الإطار النظري للدراسة

أهمية التربية وأهدافها:

- هناك أهمية كبيرة لدور التربية في المجتمعات على اختلافها، وتبرز أهميتها في جوانب متعددة منها أنها: (Missa,213,36)
- عامل مهم في التوازن البيئي، وذلك من خلال دور التربية البيئية التي تتقّف الفرد في تعامله مع البيئة والطبيعة من حوله، حيث إنّ البيئة تعرّضت لمخاطر كبيرة من التلوث البيئي الذي قام به الإنسان، لذا أصبحت التربية تولى البيئة المكانة اللازمة في نفوس الأفراد للمحافظة عليها، وتكوين الإنسان البيئي الصالح.
 - أصبحت التربية استراتيجية وطنية لشعوب العالم، يتمّ وضع الميزانيات والخطط والكوادر البشرية من السياسات والبلدان لتحقيق الأهداف المرجوّ أن يسير الأفراد عليها من خلال التربية.
 - عاملاً مهمّ من عوامل التنمية الاقتصادية، عن طريق تكوين أفراد مؤهلين واستثمار القوى البشرية وإعدادها وتأهيلها للعمل في الاقتصاد عامل مهمّ من عوامل التنمية الاجتماعية، حيث تربي الفرد على تحمل مسؤولياته الاجتماعية، ومعرفة حقوقه وواجباته
 - عاملاً مهمّ من عوامل التنمية الاقتصادية، عن طريق تكوين أفراد مؤهلين واستثمار القوى البشرية وإعدادها وتأهيلها للعمل في الاقتصاد.
 - عاملاً مهمّ من عوامل التنمية الاجتماعية، حيث تربي الفرد على تحمل مسؤولياته الاجتماعية، ومعرفة حقوقه وواجباته.
 - عاملاً مهمّ في بناء الدولة العصرية الحديثة التي تتماشى مع الحضارة، وتواكب التقدم العلمي والتكنولوجي، ويعيش الفرد فيها حياة كريمة برفاهية وعدالة اجتماعية بين جميع الأفراد.
 - عاملاً مهمّ من عوامل إرساء الديمقراطية الصحيحة، حيث تدلّ الأفراد على حقوقهم المدنية والسياسية، وتحرير الأفكار من الجهل ليؤمن الأفراد بالرأي والرأي الآخر، ودور المشاركة الفعالة في تطوير المجتمع.

أهداف التربية:

- 1- مع اختلاف أهداف التربية عبر العصور والمجتمعات المختلفة إلا أنها وبشكل عام تسعى لاندماج الفرد مع مجتمعه، وبالتالي فهي تُعنى بالفرد والمجتمع على حدٍ سواء، ومن هذه الأهداف: (محمد، 2018، 60)
 1. تزويد المواطن بالقيم والمثل العليا وتنمية الاتجاهات السلوكية البناءة، والنهوض بالمستوى التربوي والفكري والحضاري. والوجداني للمواطنين.
 2. المحافظة على التراث التربوي ونشره، والتعريف به، ومؤسسيه وجهودهم التربوية والعلمية.
 3. تنمية اتجاهات فكرية تسهم في تعزيز التماسك الاجتماعي وتحقيق تكوين الضمير الذي يوجه سلوك الفرد في الحياة، ويعزز الضبط الاجتماعي لدى المواطنين.
 4. المشاركة في نشر الوعي التربوي على مستوى القطاعات التعليمية المختلفة، وعلى مستوى المجتمع بوجه عام، والأسرة بوجه خاص.
 5. التأكيد على أن الجيل الجديد هم الثروة الحقيقية للمجتمع، وأن العناية والاهتمام بهم وتربيتهم مسؤولية عامة يجب أن يشارك فيها الجميع.
 6. التنسيق بين المؤسسات التربوية والمؤسسات الإعلامية سعياً لتحقيق التكامل في الأهداف والبرامج والأنشطة.
 7. التعريف بمختلف جوانب العملية التربوية والتعليمية، وتوثيق نشاطاتها.
 8. تبني قضايا ومشكلات التربية والتربويين والطلاب ومعالجتها.
 9. إبراز دور المدرسة بصفتها الوسيلة الأساسية للتربية والتعليم في المجتمع والتأكيد على ضرورة دعمها ومساعدتها في أداء رسالتها.
 10. توثيق الصلة بين المسؤولين والعاملين والمهتمين بشؤون التربية والتعليم، وتنمية الوعي برسالة المعلم ومكانته في المجتمع.
 11. التعريف بالتطورات الحديثة في مجالات الفكر التربوي، والتقنيات التعليمية والمعلوماتية وتشجيع البحوث في المجال التربوي.
- ويحدد (الحمداني، 2014، 52-53) أهداف التربية في الآتي:

- 1- إعداد المواطن الصالح، وهي تُعدّ من أهم أهداف التربية في العصور القديمة والعصر الحالي، حيث تهتمّ التربية بالوصول إلى التوازن بفكر الإنسان وأحاسيسه وانفعالاته وجسده وأخلاقه ليكون مواطناً صالحاً متفقاً مع نفسه ومع المجتمع.
- 2- تأهيل الفرد دينياً ودنيوياً، حيث توجّهت التربية مع التطور الزمني للتوجه الديني والروحاني لدى الأفراد، مع الأخذ بعين الاعتبار الحاجات الإنسانية والدنيوية.

- 3- تعليم الفرد وتدريبه على كيفية العمل وكسب الرزق، كونها العملية التي تؤهل الفرد للحياة وتجعله متكيفاً مع البيئة المحيطة به.
- 4- نقل الأنماط السلوكية والحفاظ عليها من دون تغيير من جيل إلى آخر.
- 5- هدف تنموي للمجتمع ككل بجميع النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية.
- 6- أهداف علمية تركز على نقل العلوم والمعارف لطالبي العلم، وإعداد المتعلم عقلياً، وتعليمه طرق التقصي عن الحقائق والمعلومات، وطرق حل الفرد لمشكلاته بأسلوب علمي، وبمعنى آخر لم تعد التربية تعتمد على التلقين وتخزين المعلومات في العقول، بل على تكوين العقول لتفكر تفكيراً علمياً سليماً.
- 7- تكوين أفراد ومجتمعات ديمقراطية فيكون الفرد منفتحاً عقلياً في فكره وآرائه في الآخرين، فيتعلم منها، ويضيف إليها، ويدرك حقوقه ويمارسها، فصالح الفرد يؤدي إلى صلاح المجتمع، ويتكوّن بالنهاية مجتمع ديمقراطي.
- 8- هدف وطني وقومي، فالتربية وسيلة لتقوية الشعور بالوحدة الوطنية والقومية، هذا الشعور النابع من وحدة اللغة والتاريخ والجغرافيا وآمال المستقبل وطموحاته.
- 9- هدف تقدمي حيث إنها غاية بحد ذاتها؛ لأنها تؤدي إلى نمو الفرد، إذ إن النمو عملية مستمرة وكذلك التربية.

التربية الإعلامية:

خلفية تاريخية للتربية الإعلامية:

ترجع بداية التربية الإعلامية إلى الستينيات من القرن الميلادي الماضي، ويعتبر بعض الباحثين تقرير (The Newsom Report,1963) نقطة مهمة في هذا المجال، وهو تقرير حكومي بريطاني متطور عن حالة التعليم آنذاك وأكد على أهمية تدريب الاطفال علي نقد وفحص الرسائل الإعلامية التي يتعرضون لها.

وهناك من الباحثين من رأى أهمية النظر إلى الجذور التاريخية للتربية الإعلامية بالعودة إلى أساليب الدعاية (Propaganda) من خلال تحليل أشكال ومضامين مواد تعليمية خاصة بأساليب الدعاية تعود إلى فترة الثلاثينيات من القرن الميلادي الماضي، وهي مواد تعليمية كانت تستهدف تعليم الطلاب أساليب التأثير في الجمهور من خلال اعتماد أساليب معينة للتأثير باستخدام وسائل الاتصال الجماهيرية في ذلك الوقت وأهمها الراديو. (منصور، 2019م، 9-10)

وبحلول السبعينيات تطور هذا المفهوم ليكون مشروع دفاع يتمثل هدفه في حماية فئات المجتمع وخاصة الأطفال والشباب من المخاطر التي استحدثتها وسائل الإعلام ليكون الهدف من " التربية الإعلامية" كشف الوسائل المزيفة (التي يسعى القائمون عليها إلى تشكيل وعي إعلامي مزيف) بهدف تحصين الطلاب من أثارها السيئة ، ثم تطور مفهوم التربية الإعلامية بحيث أصبح مشروع تمكين يهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم، وحسن الانتقاء والتعامل معها، والمشاركة فيها بمضامين إعلامية فعالة، وتعد منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونيسكو) الداعم الأكبر للتربية الإعلامية بعبارة جاء فيها "يجب أن نعد النشء ليعيش في عالم الصورة والصوت والكلمة (بولكعبيات، 2021)

وفي عام 1989 وضعت وزارة التعليم الكندية تعريفاً للتربية الإعلامية بأنها: كل ما يساعد الطلبة علي تطوير فهمهم المعلوماتي النقدي لطبيعة عمل وسائل الاتصال الجماهيرية ، في أساليب عملها ، وتأثيراتها، وإنها تهدف إلى زيادة فهم الطلبة واستماعتهم بكيفية عمل وسائل الإعلام ، وكيف تتم عملية الإنتاج ، وكيف تتم إدارتها وكيف تقدم الواقع كما أن التربية الإعلامية تهدف لتزويد الطلبة بالقدرة على الإنتاج الإعلامي ، والتربية الإعلامية والرقمية تهدف إلى تحقيق القدرة على الوصول إلى المواد الإعلامية ، وتحليلها وتقييمها وإنتاج الرسائل الإعلامية بأشكالها المختلفة.

وقد تبنى هذا التعريف مؤتمر علمي عقد في (أسبن) بالولايات المتحدة الأمريكية عام 1992 م (Institute Aspen Media)

Literacy Leadership1992

ومن التعريفات المبكرة والدقيقة للتربية الإعلامية التعريف الذي أورده Silverblatt وهو أحد الرواد الأوائل في هذا المجال، وجاء فيه أن التربية الإعلامية هي: "عملية مستمرة تهدف لتمكين الفرد من الوصول إلى المعلومات وتحليلها وإنتاجها من أجل تحقيق نتائج محددة (عبد الحميد، 2012م، 110-111)

وفي سنة 1999 خرج مؤتمر فيينا والذي عقد تحت رعاية اليونسكو، وشارك فيه 41 خبيراً من ثلاث وثلاثين دولة بأن التربية الإعلامية تمكن أفراد المجتمع من الوصول إلى فهم وسائل الإعلام التي تستخدم في مجتمعاتهم، والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل، ومن ثم تمكنهم من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام (عبد الهادي، 2015م، 141)

التربية الإعلامية في القرن الحادي والعشرين:

تطور تعريف التربية الإعلامية ليتناسب مع تطور البيئة الاتصالية والثقافية في عصر الإعلام الجديد فعلى سبيل المثال أعتمد مركز التعليم الإعلامي الأمريكي (The Center For Media Literacy(CML) تعريفاً يؤكد أن التربية الإعلامية هي المدخل التعليمي المناسب للقرن الحادي والعشرين وأنها تزود بإطار عمل للوصول إلى الرسائل الاتصالية بأشكالها المختلفة من المطبوعة إلى الفيديو والإنترنت وتحليلها وتقييمها وإنتاجها ومشاركتها مع الآخرين. إن التربية الإعلامية تبني الفهم السليم لدور وسائل الإعلام في المجتمع، وتقدم المهارات الأساسية للتدقيق Inquiry والتعبير الذاتي للأفراد في المجتمعات الديمقراطية.

أقرت جمعية الثقافة الإعلامية في كندا (AML) Literacy Media For ASSOSIATION The اهتمام الثقافة الإعلامية بزيادة فهم الطلبة وفئات المجتمع بطريقة عمل وسائل الإعلام وكيفية المعاني التي يعمل القائمون على الإعلام والترويج لها وكيف يتم تنظيمها وتقديمها للمتلقي؛ وهذا الصدد أقرت بنائية وسائل الإعلام التي تعني أن وسائل الإعلام تقدم بعناية البنائيات اللغوية التي تعكس رؤية هذه الوسائل للواقع ومواقفها وتفسيراتها له والتي قد تختلف في بعض الأحيان عن الواقع الحقيقي، وهو ما يجعل التربية الإعلامية أن تطرح تساؤلات عن كيفية بناء هذه الرسالة وكيف يتم تقديمها للمتلقي (البياتي، 2019)

ولذلك تؤكد Elizabeth Thoman هي مؤسس مركز التعليم الإعلامي في الولايات المتحدة أن مبدأ التحقق والتدقيق في الرسالة الإعلامية يقع في القلب من التربية الإعلامية Principle Of Inquiry At THE heart of media literacy ، أما مؤتمر إشبيليا للتربية الإعلامية الذي عقد عام 2002 فقد أكد على أهمية أن يشمل التعريف التحليل النقدي للمواد الإعلامية وإنتاج هذه المواد وتفسير الرسائل الإعلامية والقيم التي تحتويها، وأن تفعيل التربية الإعلامية يتطلب تعليم رسمياً وغير رسمي. ومن بين المعاني التي ركزت عليها التربية الإعلامية: جهود التخطيط للمؤسسات التربوية والتعليمية الرسمية وغير الرسمية ، والتحليل الناقد للرسائل ، والمشاركة الإبداعية في إنتاج الرموز والمعاني لبناء المواطن الصالح الذي يسهم في نموها.

أسس التربية الإعلامية:

للتربية الاعلامية اسس ومنها: (عبدالحميد، 2018، 123-124)

1. ترسيخ هوية الأمة وتاصيلها، وذلك عبر برامج هادفة في هذا السياق تركز على الهوية الأصيلة للأمة تربط بين ماضيها، وواقعها ومستقبلها المنشود.
2. المحافظة على قيم المجتمع الأصيلة، وعاداته الإيجابية، فهناك قيم أصيلة في المجتمع توارثها الناس وتناقلوها، فهذه القيم يجب حفظها وعدم التفريط فيها، وللإعلام دورٌ عظيمٌ في ذلك.
3. تعزيز مفهوم رسالة الأمة، ودورها الحضاري بين الأمم والشعوب.
4. التواصل مع صنّاع القرار التربوي، في مختلف القضايا التربوية.
5. قيام الإعلام بدوره المسؤول والأمين والداعم، نحو مؤسسات التربية المختلفة في المجتمع.
6. تحقيق عنصر التواصل الإيجابي بين عناصر ومقومات العمل الإعلامي، وهي: المرسل، والرسالة، والمستقبل، وخلوها من تناقضاتٍ تفقد قيمتها وجوهرها.
7. نقل الإعلام لتجارب ناجحة في التربية ظهرت نتائجها الإيجابية، وذاع صيتها، بهدف الاستفادة بما هو صحيحٌ وإيجابيٌ منها.
8. دعم المبادرات التربوية المحلية وتشجيعها، وذلك من خلال عمل دراسةٍ ومناقشةٍ لها، وتسييل الضوء عليها إعلامياً.
9. تكامل الدور بين الإعلاميين والتربويين، وذلك بوجود التوافق والنظرة الإيجابية بينهم، بما يحقق ترسيخ القيم التربوية، واستفادة الأفراد والمجتمع من ذلك.

إن للتربية الاعلامية الصحيحة أثارٌ عظيمةٌ، فميدانها الأول والأساس هو الفرد، حيث تنعكس على سلوكه، وقيمه، واتجاهاته المختلفة في الحياة، وبناء الفرد معرفياً، وسلوكياً، وقيمياً، يعدُّ منطلقاً ومرتكزاً أساسياً في بناء المجتمع، والأمة كذلك، ولعل الميزة التي يتمتع بها الإعلام يفقدها غيره من حيث تعدد المستقبلين له، وتيسر سبل نقل رسالته، ويبقى الدور المهم في كيفية صياغة الإعلامي التربوي، ويفقد الإعلام لرسالته التربوية أثاراً وخيمة تبدأ بالفرد، مروراً بالمجتمعات، وانتهاءً بالأمة. والمجتمع واستقراره، وثبات النظام الاجتماعي، ودعم المعايير الثقافية والمشاركة الديمقراطية (طعاني، 2018، 2-3)

فالتربية الإعلامية يقصد بها في كثير من جوانبها إعداد الإعلاميين لأداء العملية التربوية، أو المساهمة فيها بكل أبعادها، سواء كانت قيماً وثوابتاً مكتوبةً، أو متعارفاً عليها، ولا بدّ في هذا المجال من تكامل الأدوار بين الإعلاميين والتربويين لتحقيق هذه الغاية، ولا سيّما أننا في زمن كثرت فيه المشاكل الناتجة عن الانحراف الذي تعددت مبرراته، ومسوغاته، فالإعلام المتوازن، والهادف والمسؤول يجب أن يأخذ دوره الإيجابي في إحداث التربية المنشودة، تعزيزاً وترسيخاً، وتغييراً، وتعديلاً (عبد الهادي، 2015م، 143) إلا ان واجه مفهوم

التربية الإعلامية بعض التحديات في أوائل نشأته، خاصة على صعيد التطبيق العملي، حيث كانت تزايد ظاهرة متابعة الأطفال للتلفاز وأشرطة الفيديو، وإقبال الشباب على المجلات والأفلام وغيرها، فقد خصصت الندوة العامة لليونسكو، في عام 1982م لمناقشة شؤون التربية الإعلامية وتحدياتها، من منطلق أن وسائل الإعلام قد دخلت كل بيت، وأصبحت جزءاً من الواقع الذي لا مفر منه، والمطلوب هو ترشيد متابعتها، وتعزيز ذلك ضمن المناهج المدرسية والجامعية، بغية توعية المستخدمين، وتحقيق أقصى فائدة مرجوة من متابعة هذه الوسائل (الحارون، 2016م، 72)

الأخلاق المهنية وضرورتها:

تري الباحثة أن الأخلاق تتناول المبادئ التي توجه السلوك البشري وهو يتعلق بقضايا الصواب والخطأ، والعدل والظلم، الصحيح وغير الصحيح، وذلك بالنسبة لمجتمع ما أو جماعة معينة. فمهنة الإعلام والمعلومات فهي مهنة الذين يحملون مشاغل العلم والمعلومات والمعرفة لينبروا بها العالم كله والمهنة التي تقدم خدماتها لكل البشر في كل الأزمان والأماكن، وفي المجالات والموضوعات كافة. مهنة بهذه الأهمية والقيمة لا بد وأن يكون من يعمل بها على أعلى درجة من المسؤولية والإخلاص والأمانة وللالتزام. وهو ما يتطلب وجود معايير أو قواعد للسلوك والأخلاقيات تحكم الأداء وتوجهه إلى ما فيه الخير والعدل. فالأخلاق المهنية تخدم غرضين بالنسبة لأعضاء المهنة فهي توفر حماية أفضل للأعضاء، كما أنها من ناحية أخرى توفر خدمة أفضل للجمهور المستفيد.

(يا قوم لا تتكلموا)، هكذا صرخ الشاعر الكبير معروف الرصافي بلغة النبي تعبيراً عن تسلط المستعمر (لا تتكلموا)، ليؤكد المغزى الأكبر للمعنى الأهم (ان الكلام محرم) على الشعب، ليستثمرها اليوم د. هاشم حسن عميد كلية الاعلام -جامعة بغداد في مقالة صحفية نقدية عن مستعمر جديد يريد اسكات صوت العلم، ليستبدله بصوت التخلف، وتحويل الجامعة من مختبر لاكتشاف الحقيقة العلمية الى ميدان للغيبات والموت، عندما تناول في صحيفة الزمان بتاريخ 2019/5/28 إشكالية تدمر بعض (الجهات السياسية وقواتها المسلحة) من منهج التربية الإعلامية، وتهديد أساتذة الكلية بأنواع الأسلحة (كالتشهير والتسقيط والتهديد بقطع الرؤوس على الطريقة الداعشية) كما يقول. وهو امر غريب يصل الى حد عدم التصديق، فقد نصدق أن تتدخل مثل هذه الجهات بأمر السياسة والتجارة، لأنها أصبحت من حقوقها الطبيعية، وصارت منهجاً عريضاً بالتوارث السياسي، وبقوانين المعتقدات والأعراف المستحدثة، لكن أن تتدخل في تقييم مساقات الجامعة الدراسية، فهذا هو الأغرب، كأنها نادرة من نادر جحا وحماره الغبي. يبدو ان التربية الإعلامية في اوطاننا أصبحت عالية على الحاكم والطبقات السياسية لأنها منهج لديمقراطية العقل، وحرية الفكر والرأي، مثلما هي مختبر لكشف خداع الإعلام وتضليله، وكشف المستور، بعد أن صار تجهيل الناس منهجاً، اسسوا له عشرات القنوات الإعلامية والمواقع الالكترونية لبث الأكاذيب والجهل، وثقافة التخلف بهدف السيطرة عليهم، والتلاعب في عقولهم ومداركهم واتجاهاتهم. مما يجعل (التربية الإعلامية) عدواً حقيقياً لهم، مادامت تكشف المخفي من سياساتهم، ولأنها (مشروع دفاع) يتمثل هدفه في حماية الجمهور من المخاطر التي استحدثتها وسائل الإعلام، والكشف عن الرسائل (المزيفة)، (والقيم غير الملائمة)، وتشجيعهم على رفضها وتجاوزها. وهذا لا يمكن أن يتوافر إلا بوجود الفرد الواعي إعلامي. تتفق الباحثة مع ما ذهب إليه الشاعر الكبير معروف الرصافي، في أن المستعمر غير آلة الحرب إلى آلة التخلف والتبعية ومحاربة التربية الإعلامية التي تثمر بمفكر نافذ، وأيده في ذلك أيضاً د. هاشم حسن عميد كلية الاعلام -جامعة بغداد.

فوائد التربية الإعلامية: (عبد الجبار 2014 م، 118-119)

1. ترسيخ القيم النبيلة التي نستمدتها من الإسلام، فالمجتمعات الإسلامية من واجبها أن تتحلى بتلك القيم والأخلاق النبيلة.
2. تنبيه الناس على أهمية المؤسسات التربوية، والتواصل والتعاون معها ودعمها بالرأي والنصيحة والخبرة والاقتراحات، لأنها تحتضن الأطفال منذ نعومة أظافرهم.
3. المزيد من العمل المستمر لإبراز جهود الدولة في البناء والإعمار والتعاون مع أجهزة الدولة المختلفة لتحقيق المصلحة العامة.
4. إشراك المجتمع في المشاريع التعليمية والتوجهات التربوية والذي اقتصر على دور العبادة فقط طول المدة الماضية مما جعل هناك عبئاً على تلك المؤسسات، وقد تكون أحياناً تلك المؤسسات غير قادرة على تحقيق الفائدة المرجوة بسبب العاملين فيها مما لا تتوفر فيهم الإمكانيات التربوية.
5. تدعم العلاقة بين الإعلاميين ووسائلهم الإعلامية المختلفة وبين التربويين ومؤسساتهم التربوية من خلال التعاون المشترك بينهما.
6. الاستمرار في التواصل مع المثقفين والتربويين والأسرة التعليمية والاستفادة من كل رأي سديد.
7. إظهار التجارب التربوية في المجتمع والتي تؤدي إلى الإبداع مستقبلاً وتساهم في معالجة مواطن الخلل في المناهج التربوية.
8. مساندة المربين في تقريب المعلومة إلى الطلاب، وترسيخ القيم التربوية مما يساهم في تحسين سلوك الطلبة في المدارس.

مهارات التربية الإعلامية: (حسن، ٢٠١٥، 118-119).

مهارة حسن الاختيار: المتلقي هو من يقوم باختيار ومتابعة وسيلة إعلامية بعينها، مقروءة أو مسموعة أو مرئية، فالوعي الإعلامي بجوانبه المختلفة، وأدبياته المتعددة، يبني لدى المتلقي مهارة حسن الاختيار، ويساعده على اتخاذ قرار التعرض الانتقائي الناجح للمضمون الإعلامي الذي يناسبه، وللوسيلة الإعلامية التي يتابعها، ويتأثر بها، ويتفاعل معها.

1. مهارة تقييم المضامين الإعلامية: هي قدرة الفرد على تقييم الرسائل الإعلامية وتقييمها، بحيث يقيم الرسالة الإعلامية في ضوء الإطار الثقافي والأخلاقي للمجتمع، وفي ضوء مدى مساهمتها في الوعي بالقضايا المجتمعية.
2. مهارة التواصل الفعال: قد تكون التغذية الراجعة إيجابية، وتُشجع المرسل على الاستمرار في تقديم مضامين مشابهة، ويقوي ويدعم سلوك المرسل بشكل مَطرد، وقد تكون التغذية الراجعة سلبية، وهو لا يشجع المرسل على توجيه مضامين مشابهة، ويتطلب منه بل ويفرض عليه تعديل شكل أو محتوى المضامين التي يقوم بإرسالها، فالسلوك الواعي إعلامياً يتجسد في قدرة المتلقي في التعبير عن رأيه.
3. مهارة إنتاج المضامين الإعلامية: إن تكنولوجيا الإعلام والاتصال جعلت من حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها، وأصبح بإمكان أي شخص لديه ارتباطاً بالإنترنت أن يصبح ناشراً وصانعاً للمحتوى الإعلامي، وأن يرسل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تكاد تُذكر.
4. مهارة المشاركة في الحوار: إن عامل المنافسة والتطور المتسارع لوسائل الإعلام يتيح أنماطاً مختلفة تُشجع الحوار والمشاركة بالرأي بين وسائل الإعلام والجمهور، فالتعقيب على ما ينشر في الصحف والمجلات، والمداخلة الصوتية عبر الهاتف، أو كتابة التعليق على المضامين الإعلامية المقدمة عبر وسائل الاتصال الجديدة، وهو من أوسع أنواع المشاركة، فالمشاركة بالرأي، أو السؤال، أو الحوار، أو التعليق، أو التعقيب، أو المداخلة دليل على الوعي الإعلامي المتقدم للمتلقي.

القوانين الخمسة للتربية الإعلامية والمعلوماتية حسب اليونسكو 2016م هي أدلة إرشادية مع بقية مصادر اليونسكو وهي: (ناصر، 2016م، 206)

القانون الأول:

إن المعلومات والاتصال والمكتبات ووسائل الإعلام والتقنيات والإنترنت إضافة إلى مزودي الأشكال الأخرى من المعلومات كلها من أجل الاستخدام في المشاركة المدنية والتنمية المستدامة

القانون الثاني:

كل مواطن هو منتج للمعرفة والمعلومة ولديه رسالة، ويجب أن يتم تمكين الجميع من الوصول إلى المعرفة والمعلومة الجديدة، والتعبير عن أنفسهم، والتربية الإعلامية تعتبر لكل ضمن الحقوق الإنسانية المكفولة.

القانون الثالث:

إن المعلومات والمعرفة والرسائل الاتصالية ليست دائماً ذات قيمة محايدة (نظرية)، أو خالية من التحيزات، وأي صياغة مفاهيمية للتربية الإعلامية والمعلوماتية ينبغي أن تضع هذه الحقيقة بشكل شفاف وقابل للفهم.

القانون الرابع:

كل المواطنين اللذين يردون معرفة وفهم معلومات أو معارف جديدة أو إرسال رسائل اتصالية، فأن حقوقهم يجب ألا تكون محل مساومة اية انتقاص.

القانون الخامس:

التربية الإعلامية والمعلوماتية لا يتم اكتسابها سريعاً وإنما هي عملية وخبرة متحركة وتستمر مدى الحياة، حيث تتكامل فيها المعارف، والمهارات والاتجاهات، وتغطي مهارات الوصول والتقييم والاستخدام والاتصال والإنتاج للمضامين الإعلامية.

الفرق بين التربية الإعلامية والإعلام التربوي: (حسن، 2015، 38-39)

من الضرورة التفرقة بين مفهوم التربية الإعلامية "Literacy Media" وبعض المفاهيم الأخرى القريبة؛ ويعد أكثر هذه المفاهيم التباساً هو مفهوم الإعلام التربوي "Education Information" فالإعلام التربوي مصطلح جديد نسبياً، ظهر في أواخر السبعينيات عندما استخدمته المنظمة الدولية للتربية والثقافة والعلوم "اليونسكو" للدلالة على التطور الذي طرأ على نظم المعلومات التربوية، وأساليب توثيقها، وتصنيفها، والإفادة منها، وذلك أثناء انعقاد الدورة السادسة والثلاثين للمؤتمر الدولي للتربية عام ١٩٧٧م.

أن الإعلام التربوي ينتمي إلى الدراسات الإعلامية. "Studies Media" ويشمل مفهوم الدراسات الإعلامية كل ما يتعلق بدراسة وسائل الإعلام من نشأة، وتطور، ... ألخ، كما يركز المفهوم على كيفية اكتساب المعرفة الإدراكية حول أجهزة الإعلام، أن الإعلام التربوي أقرب ما يكون إلى مجال أصول التربية؛ تحديداً فلسفة التربية، ذلك لأن الإعلام التربوي يطرح العلاقة بين الإعلام والتربية من زاوية الالتزام التربوي تجاه محتوى الرسائل الإعلامية لوسائل الإعلام. وذلك للاعتبارات الآتية:

- إن الحكم على محتوى الرسائل الإعلامية لوسائل الإعلام من خلال المعايير التربوية، من مهام التربويين
- إن المعالجة التربوية لمحتوى الرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام في ضوء الفلسفة التربوية للمجتمع تتطلب خبرات تربوية متخصصة، وليس اجتهادات إعلامية قد تُخطيء وقد تُصيب.
- إن علاقة الإعلام التربوي بالإعلام هي علاقة الصفة النسبية بالموصوف، وليست علاقة الفرع بالأصل، وبالتالي لا يعتبر الإعلام التربوي فرعاً ينتسب إلى الإعلام.
- إن مجالات الإعلام التربوي هي كل مجالات التربية، وليست مخصصة في المجال التعليمي فقط، وعليه فلا يمكن اعتبار الإعلام التربوي فرعاً من فروع الإعلام.
- إن دوائر الإعلام التربوي موجودة ضمن الهياكل التنظيمية لوزارات التربية والتعليم أو المعارف، كما أن تخصص الإعلام التربوي يدرس في كليات التربية النوعية.

ترى الباحثة أن التربية الإعلامية والإعلام التربوي يختلفان في الغاية، فالتربية الإعلامية تستهدف تربية النشء على التعامل الواعي مع وسائل الإعلام، أي محو الأمية الإعلامية، في حين أن الإعلام التربوي يستهدف التربية بواسطة وسائل الإعلام كوسائل للتعليم والتنشئة الاجتماعية وإعداد ونشر معلومات وبيانات عن النظام التربوي أو قضية تربوية وغيرها.

التربية الإعلامية هي النتيجة المرجو تحقيقها من الإعلام التربوي وينتج عن تلك النتيجة ما يطلق عليه التربية الإعلامية النقدية "literacy critical" ، هو مصطلح يستخدم للدلالة على المهارات السليمة للتعامل مع وسائل الإعلام. إذاً التربية الإعلامية تُساعد على تنمية مهارات الإنتاج الإعلامي للفرد وتُزيد من قدرة الفرد على الفهم، والنقد لمضامين وسائل الإعلام؛ مما يجعل الفرد فعالاً، وليس سلبياً.

التربية الإعلامية والتعليم الإعلامي والثقافة الإعلامية:

هناك الكثير من النقاش يدور حول ما إذا كان المصطلح الصحيح هو "التربية الإعلامية" Media Education أو "التعليم الإعلامي" Media Literacy غير أن مصطلح "التربية الإعلامية" يعد أكثر انتشاراً في الدول الرائدة في هذا المجال، ويشير مصطلح التعليم الإعلامي إلى المهارات والكفايات المطلوب تطويرها بوعي واستقلالية لتناسب بيئة الاتصالات الجديدة للمجتمع المعلوماتي والتي تتسم بكونها رقمية ومتعددة الوسائط. وبعد التعليم الإعلامي نتيجة للتربية الإعلامية. (Hobbs, 2010, 17)

فالثقافة الإعلامية كأساس للإصلاح التربوي، تؤكد على أهمية مهارات استخدام تقنيات المعلومات والاتصال الحديثة، وتنمية مهارات التفكير العليا أو التفكير الناقد، ومهارات الاتصال، وجميعها مهمة للتربية الإعلامية وجمالاً ترتبط الثقافة الإعلامية بالمهارات البحثية، بينما ترتبط التربية الإعلامية بالتحليل النقدي للأخبار والإعلانات والترفيه عبر وسائل الإعلام، وعندما يمتلك الناس كفاءات وقدرات التعليم الإعلامي، فإنهم سيتعرفون على الأجندات الشخصية والمؤسسية والسياسية وسيكون بمقدورهم التحدث نيابة عن الأصوات الغائبة في المجتمع، ومن خلال التميز ومحاولة الإسهام في حل المشكلات، يستخدم الناس أصواتهم القوية وحقوقهم المكفولة بالقانون لتحسين الأوضاع في العالم ومن حولهم.

أكدت (رينيه هوبز) مؤسس قسم الإعلام ومختبر التربية الإعلامية في الجامعة (رود ايلاند) يتضح أن هذا النوع الجديد من التربية هو استجابة حقيقية لتحديات البيئة الاتصالية في القرن الجديد وليست مجرد امتداد لما كان يعرف ب(الإعلام التربوي). (الليان، 2019م)

التوعية الإعلامية: (قرصني، 2015م، 5)

إن الوعي له ثلاث مستويات، يتعلق المستوى الأول بمجال العواطف والانفعالات ويتعلق الثاني بالمعرفة والفهم ويتصل المستوى الثالث بالمجال السلوكي وهو ما يمكن اسقاطه على الوعي الإعلامي.

فالمتلقي حين يتعرض للرسالة الإعلامية فإنه ينفعل بداية مع هذه الرسالة ويكون محاطاً بمجموعة من الدوافع النفسية التي حفزت للتعرض لها ثم يفكر ويدرك فحوى هذه الرسالة وبهذا يكون في المستوى الثاني من الوعي الإعلامي الذي يمثل عمليات الفهم والمعرفة والإدراك، ويمارس مجموعة من العمليات العقلية المعقدة بهدف الوقوف على خلفيات الرسالة الإعلامية وأهدافها، وبذا يصل

إلى المستوى الثالث وهو المستوى السلوكي فقد يتبنى جزء من هذه الرسالة وقد يهملها، وقد يرفض بعض محتوياتها. ما تقدمه وسائل الإعلام ليس كله بريئاً وصحيحاً وخالياً من التسييس والتوجيه، فعلى سبيل المثال لا الحصر، أن صناعة الأخبار والمواد الترفيهية الغربية وخاصة الأمريكية تقوم على ثلاثية: الجنس، العنف والجريمة.

لذلك تبرز أهمية التربية الإعلامية والوعي الإعلامي حتى يعرف أفراد المجتمع كيف يتعاملون مع مختلف وسائل الإعلام وكيف يستفيدون منها وكيف يسخرونها لتنمية وتطوير معارفهم وثقافتهم.

ولاسيما الحروب والأحداث السياسية والمتغيرات الدولية وصراع القوى الكبرى، والتكتلات الاقتصادية، وسباق التسلح النووي، تشغل يوماً إنسان هذا العصر، وتأخذ وقتاً كبيراً في تفكير المخططين الاستراتيجيين في الدوائر السياسية ومراكز البحوث العلمية، فإن الإعلام يشكل - فيما يبدو - قضية أساسية في عصر تكنولوجيا التواصل الإعلامي، حيث أتاحت أجهزة الاتصال الإلكترونية الجديدة الفرصة شهد فيها الإعلام دمجاً متنوعاً بين وسائل الاتصال وتقنيات المعلومات أو ما يعرف بتقنيات الاتصال التفاعلي والاتصال متعدد الوسائط، وأثبتت هذه الوسائل تفوق الإنسان على نفسه، حتى غدا هذا العصر يسمى بعصر الاتصال الإلكتروني، ويعتبر الزمن المعاصر مميزاً من حيث إقبال المتلقين على استخدام وسائل الإعلام والاتصال الإلكتروني التي اختصرت الزمان والمكان، وجعلت الناس تعيش في بنى واحدة معلومة الأبعاد والحدود على حد قول الباحث الإيطالي تشارلز بلاك " حيث أصبح العالم يفكر ويكتب كما يفعل سكان أمريكا الشمالية في أغلب الأنماط والعادات والسلوكيات في حياتهم اليومية "لذلك تجاوز الحديث نشأة وسائل الإعلام وماهيتها إلى خدماتها في مختلف المجالات، فقد أصبحت تنسج خيوطها المتينة كالعنكبوت، وتجعل العالم بين أصابع الناس وذلك على مستوى وسائل نقل المعلومات التي مرت بمرحلتين هما: (جادالله 2015، 94)

1. مرحلة وسائل الإعلام التقليدية (كالصحافة، الإذاعة والتلفزيون)

2. مرحلة الوسائط المتعددة لنقل المعلومات وتبادلها (الشبكات الدولية)

جاءت هذه التطورات من الاتجاه نحو الإعلام الرقمي، المتمثل في تحول الإعلام من التكنولوجيا التناظرية أو التماثلية إلى الإعلام الرقمي، ووسائل الإعلام الرقمية أدت إلى تحسين في مستوى الخدمات وتفاعلاً أكثر من جانب جمهور المستقبلين ومن خلال الاتجاه نحو التقارب والاندماج بالتقاء تكنولوجيات مختلفة معاً أو انصهار تكنولوجيتين أو أكثر ليكون شيئاً جديداً ومختلفاً يحمل صفات كل منهما منتج جديد أكثر كفاءة وفاعلية. يقول برودي: بينما يستمر التلفزيون في الوفاء بتوقعاته الماكلوهانية في كونه (النافذ إلى العالم) فإن الإعلام الرقمي وخاصة تلك الموصولة والمشبوكة عن طريق الإنترنت تعمل في الحقيقة على وصل المستخدم بالعالم.

لقد أصبح المتلقي في ظل هذا الواقع الإعلامي الجديد محاصراً بكم هائلاً من الرسائل الإعلامية التي تتفق في بعضها مع قيمه وأخلاقياته وثقافته، ولكنها في الجانب الأكبر منها تقدم مضامين ومعلومات وصوراً مشوهة يمكن أن تسهم في تدمير منظومة القيم التربوية والأخلاقية عند الأطفال والمراهقين والشباب، لاسيما بعد سرعة وسهولة بث واستقبال الرسائل الإعلامية بحرية تامة ودون رقابة، وأصبح التأثير الإعلامي والاختراق الإعلامي حقيقة لا يمكن تجاهلها.

وفي إطارها الواقع بإيجابيات وسلبياته ومحاولة فرض ثقافة وأنماط الحياة الغربية على شعوب العالم، وما يستتبعها من تهديد للهوية الثقافية وهو ما يلقي بالكثير من العبء على كاهل الإعلام التربوي ويزيد من مسؤولياته والتزاماته تجاه إعداد الفرد لمواجهة هذه التحديات والتأثيرات السلبية للرسائل الضخمة المنقولة عبر القضائيات والإنترنت وتسليحه بمجموعة من المهارات التي تمكنه من الاستفادة من إيجابيات وسائل الإعلام ومواجهة التأثيرات السلبية لها فكان لابد من الاهتمام

بدور التربية الإعلامية والتي تعد ثورة جديدة في مجال التربية والإعلام حيث تضع أسس التعامل مع الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام المختلفة. (خطاب، 2012م)

ثالثاً: منهجية الدراسة وإجراءاتها

1- نوع الدراسة:

تنتهي هذه الدراسة إلى مصفوفة الدراسات الوصفية حيث تعرف بأنها تدرس مشكلات أو ظواهر علمية وتحليلها وتفسيرها عبر المعلومات التي تم جمعها، وبعدها وصف المشكلة بالكامل بناءً على المعلومات التي وفرت عند الباحثة وتدوينها في البحث العلمي. والدراسات الوصفية هي أكثر أنواع الدراسات شيوعاً، لقدرتها على وصف المشكلة بالكامل (زكريا، وداعة الله، 2018، 294) وتناول الباحثة دراسة دور التربية الإعلامية في تعزيز الوعي المتلقي.

2- نوع منهج الدراسة:

تستخدم الدراسة المنهج المسحي الذي يُعرّف بأنه: " أسلوب من أساليب التحليل المركز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد، أو فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية، ثم تفسيرها بطريقة موضوعية؛ وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة(سعد، 2017).

3- مجتمع الدراسة:

يُعرّف مجتمع الدراسة بأنه: مجموع الوحدات التي تم اختيار العينة منها بالفعل. (القحطاني؛ وآخرون، 2020:215). تمثل مجتمع الدراسة في طلاب قسم الإعلام والاتصال لمرحلي البكالوريوس والماجستير بجامعة الملك خالد.

4- عينة الدراسة:

تم اختيار عينة عمدية من طلاب قسم الإعلام والاتصال لمرحلي البكالوريوس والماجستير، حيث تكونت العينة من (51) طالبا وطالبة، وتُعرّف العينة العمدية بأنها التي يختار الباحث أفرادها قصداً اعتقاداً منه أنها تمثل عينة الدراسة، مثل اختيار خبراء في ظاهرة معينة أو سكان منطقة محددة.(زكريا ووداعة، 2018، 197)

5- أداة الدراسة:

الاستبيان:

إن الاستبيان أحد أكثر أدوات البحث العلمي استخداماً في الدراسات الاجتماعية والإعلامية والتربوية والإدارية، وهو من الأدوات البحثية المهمة التي لا غنى عنها للباحثين في هذه العلوم بهدف جمع المعلومات والبيانات من الأشخاص المبحوثين، والخروج بتصورات ونتائج بما يخدم أغراض البحث ويحقق أهدافه ويجيب على تساؤلاته. (التائب، 2018م، ص325). استخدمت الباحثة الاستبيان كأداة لجمع البيانات من عينة الدراسة، طلاب وطالبات قسم الإعلام والاتصال لمرحلي البكالوريوس والماجستير بجامعة الملك خالد، وذلك لتحقيق الأهداف المرجوة من الدراسة.

رابعاً: عرض نتائج الدراسة وتفسيرها ومناقشتها:

المحور الأول: البيانات الأولية وتبحث في الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة :

1- مفردات العينة وفقاً للنوع:

(جدول 1) يوضح توزيع مفردات العينة وفقاً للنوع:

النوع	العدد	النسبة
ذكر	29	59.9
أنثى	22	43.1
المجموع	51	100%

يتضح من الجدول (1) أن عدد الذكور بلغ (29) تكراراً، بنسبة (59.9) من أفراد العينة في حين أن إناث بلغ عددهن (22) تكراراً، بنسبة (43.1). ويدل هذا على أن عدد الطلاب الذكور في قسم الإعلام والاتصال بجامعة الملك خالد أكبر من عدد الإناث، لكن في الواقع أن عدد الإناث أكبر من عدد الذكور وذلك بحكم عمل الباحثة في قسم الإعلام والاتصال بجامعة الملك خالد ودرايتها بأن عدد الطالبات أكثر، ولكن جاء عدد الطلاب من الذكور أكثر، يعزى ذلك لاستجابتهم بصورة أكبر لأداة الدراسة.

2-1- مفردات العينة وفقاً للعمر:

(جدول 2) يوضح توزيع مفردات العينة وفقاً للعمر

العمر	العدد	النسبة
18 – 22 سنة	34	66.7
23 – 27 سنة	2	3.9
28 – 32 سنة	5	9.8
33 – 37 سنة	6	11.8

النسبة	العدد	العمر
7.8	4	38 سنة فأكثر
100	51	المجموع

يتضح من الجدول (2) أن عدد أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم من (18 - 22 سنة) بلغ (34) تكراراً وبنسبة (66.7)، والذين تتراوح أعمارهم من (23-27 سنة) بلغ عددهم (2) تكراراً وبنسبة (3.9)، والذين تتراوح أعمارهم من (28 - 32 سنة) بلغ عددهم (5) تكراراً وبنسبة (9.8)، والذين تتراوح أعمارهم من (33- 37 سنة) بلغ عددهم (6) تكراراً وبنسبة (11.8)، بينما الذين تتراوح أعمارهم من (38 سنة فأكثر) بلغ عددهم (4) تكراراً وبنسبة (7.8)، ترى الباحثة أن عدد أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم من (28 - 38 سنة فأكثر) مهم طلاب ماجستير.

3-1- مفردات العينة وفقاً للمستوى التعليمي:

جدول (3) يوضح توزيع مفردات العينة وفقاً للمستوى التعليمي

النسبة	العدد	المستوى
70.6	36	بكالوريوس
29.4	15	ماجستير
100	51	المجموع

يتضح من الجدول (3) أن عدد أفراد العينة الذين في مستوى البكالوريوس بلغ عددهم (36) تكراراً، بنسبة (70.6)، والذين في مستوى الماجستير بلغ عددهم (15) تكراراً بنسبة (29.4).

المحور الثاني: أهداف التربية الإعلامية

1-2- التربية الإعلامية تحقق بناء الشخصية الإنسانية السوية

جدول (4) يوضح التربية الإعلامية تحقق بناء الشخصية الإنسانية السوية

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المجموع
العدد	21	19	8	2	1	51
النسبة	41.2	37.3	15.7	3.9	1.9	100

يتضح من الجدول (4) أن نسبة (41.2) من أفراد العينة يوافقون بشدة على أن التربية الإعلامية تحقق بناء الشخصية الإنسانية السوية ونسبة (37.3) يوافقون ونسبة (15.7) محايدون ونسبة (3.9) لا يوافقون ونسبة (1.9) لا يوافقون بشدة وترى الباحثة أن معظم أفراد العينة يرون أن التربية الإعلامية تحقق بناء الشخصية الإنسانية السوية. وذلك يتفق مع دراسة، قاسم (2021) بعنوان دور التربية الإعلامية والرقمية في تعزيز مهارات التعلم الذاتي من وجهة نظر أعضاء الهيئة التدريسية في بعض كليات التربية في العراق، وأوضحت نتائج الدراسة على إيجابية الدور الذي تؤديه التربية الإعلامية والرقمية في عملية التعزيز الذاتي. ويتفق ذلك أيضاً مع نتائج دراسة عيس والفوارس (2015) التي تمثلت في، تسهم التربية الإعلامية في بناء الشخصية الإنسانية، ويجعلها شخصية سوية متزنة.

2-2- التربية الإعلامية تحقق تربية الفرد على تحمل مسؤولياته الاجتماعية

جدول (5) يوضح التربية الإعلامية تحقق تربية الفرد على تحمل مسؤولياته الاجتماعية

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المجموع
العدد	20	19	8	3	1	51
النسبة	39.2	37.3	15.7	5.9	1.9	100

يتضح من الجدول (5) أن نسبة (39.2)، (2) من أفراد العينة يوافقون بشدة على أن التربية الإعلامية تحقق تربية الفرد على تحمل مسؤولياته الاجتماعية ونسبة (37.3) يوافقون ونسبة (15.7) محايدون ونسبة (5.9) لا يوافقون ونسبة (1.9) لا يوافقون بشدة، وترى الباحثة أن أكثر من نصف أفراد العينة يرون أن التربية الإعلامية تحقق تربية الفرد على تحمل مسؤولياته الاجتماعية.

3-2- التربية الإعلامية تحقق توافق وانسجام الإنسان مع بيئته

جدول (6) يوضح التربية الإعلامية تحقق توافق وانسجام الإنسان مع بيئته

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المجموع
العدد	24	16	10	0	1	51
النسبة	47.1	31.4	19.6	0	1.9	100

يتضح من الجدول (6) أن نسبة (47.1) من المبحوثين يوافقون بشدة على أن التربية الإعلامية تحقق توافق وانسجام الإنسان مع بيئته ونسبة (31.4) يوافقون و(19.6) محايدون، ولا يوجد من المبحوثين من لا يوافق على أن التربية الإعلامية تحقق توافق وانسجام الإنسان مع بيئته، ونسبة (1.9) لا يوافقون بشدة. ترى الباحثة أن نسبة (78.5) من المبحوثين يؤيدون أن التربية الإعلامية تحقق توافق وانسجام الإنسان مع بيئته.

4-2- التربية الإعلامية تحقق توعية الفرد بحقوقه وواجباته

جدول (7) يوضح التربية الإعلامية تحقق توعية الفرد بحقوقه وواجباته

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المجموع
العدد	25	22	3	0	1	51
النسبة	49.1	43.1	5.9	0	1.9	100

يتضح من الجدول (7) أن نسبة (49.1) من المبحوثين يوافقون بشدة على أن التربية الإعلامية تحقق توعية الفرد بحقوقه وواجباته ونسبة (43.1) يوافقون ونسبة (5.9) محايدون، ولا يوجد من المبحوثين من لا يوافق على أن التربية الإعلامية تحقق توعية الفرد بحقوقه وواجباته ونسبة (1.9) لا يوافقون بشدة، وهذا يدل على أن التربية الإعلامية تتمكن من توعية الأفراد بما لهم وعليهم ومن ثم خلق مجتمع واع بحقوقه وواجباته.

5-2- التربية الإعلامية تسعى إلى تحرير الفرد من الجهل ليؤمن بالرأي والرأي الآخر

جدول (8) يوضح التربية الإعلامية تسعى إلى تحرير الفرد من الجهل ليؤمن بالرأي والرأي الآخر

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المجموع
العدد	27	17	5	2	0	51
النسبة	52.9	33.3	9.8	3.9	0	100

يتضح من الجدول (8) أن نسبة (52.9) من المبحوثين يوافقون بشدة على أن التربية الإعلامية تسعى إلى تحرير الفرد من الجهل ليؤمن بالرأي والرأي الآخر ونسبة (33.3) يوافقون ونسبة (9.8) محايدون ونسبة (3.9) لا يوافقون، ولا يوجد من المبحوثين من لا يوافق بشدة على أن التربية الإعلامية تسعى إلى تحرير الفرد من الجهل ليؤمن بالرأي والرأي الآخر، ترى الباحثة أن هذه النتائج تدل على أن التربية الإعلامية تشجع مناخ الحرية وتقبل الآخر.

المحور الثالث: تكامل الإعلام والتربية:

1-3- يساهم تكامل الإعلام والتربية في توجيه الأفراد للقيام بأدوارهم

جدول (8) يوضح يساهم تكامل الإعلام والتربية في توجيه الأفراد للقيام بأدوارهم

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المجموع
العدد	23	20	4	4	0	51
النسبة	45.1	39.2	7.8	7.8	0	100

يتضح من الجدول (8) أن نسبة (45.1) من أفراد العينة يوافقون بشدة على أن تكامل دور الإعلام والتربية يساهم في توجيه الأفراد للقيام بأدوارهم ونسبة (39.2) منهم يوافقون ونسبة (7.8) محايدون ونسبة (7.8) لا يوافقون، ولا يوجد من بين أفراد العينة من لا يوافقون بشدة على أن تكامل دور الإعلام والتربية يساهم في توجيه الأفراد للقيام بأدوارهم فنتائج هذا الجدول تشير إلى أن نسبة (84.3) من أفراد العينة وهي نسبة عالية يؤيدون ضرورة تكامل أدوار الإعلام والتربية، حتى يتمكن الأفراد من القيام بأدوارهم تجاه انفسهم ومجتمعاتهم.

2-3- يسهم تكامل الإعلام والتربية في تكوين أفراد ومجتمعات ديمقراطية منفتحة عقلياً

جدول (9) يوضح اسهام تكامل الإعلام والتربية في تكوين أفراد ومجتمعات ديمقراطية منفتحة عقلياً

المجموع	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العبارة
51	2	3	13	18	15	العدد
100	3.9	5.9	25.5	35.3	29.4	النسبة

يتضح من الجدول (9) أن نسبة (29.4) من أفراد العينة يوافقون بشدة على أن تكامل الإعلام والتربية يسهم في تكوين أفراد ومجتمعات ديمقراطية منفتحة عقلياً ونسبة (35.3) منهم يوافقون ونسبة (25.5) محايدون ونسبة (5.9) لا يوافقون ونسبة (3.9) لا يوافقون بشدة. تشير نتائج هذا الجدول، إن نسبة (25.5) من أفراد العينة وهي نسبة ليست بالقليلة من هم محايد ومن هم، لا يؤيد أن للتربية الإعلامية إسهاماً فاعلاً في إشاعة مناخ الديمقراطية بين الأفراد والمجتمعات مما ينتج عن ذلك أفراد ومجتمعات منفتحة عقلياً. وهذا يدل على أن المجتمعات مازالت تحتاج إلى مزيد من الديمقراطية حتى يتمكن الأفراد والمجتمعات من ممارسة أنشطتهم بصورة منفتحة على كل الخيارات ومن ثم اختيار الخيار المناسب بوعي، مما يتطلب أن تولى التربية الإعلامية أهمية أكبر لموضوع الوعي بالديمقراطية والانفتاح. تطابقت هذه النتيجة مع دراسة Nirosha (2018 م) بعنوان التحديات التي تواجه أخصائي الإعلام في التربية الإعلامية، بالتطبيق على المدارس في دولة سريلانكا إلى التعرف على التحديات التي تواجه التربية الإعلامية وذلك من وجهة نظر أخصائي الإعلام في مدارس دولة سريلانكا، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن من بين التحديات الرئيسية التي تواجه التربية الإعلامية في المدارس هو النظام السياسي للدولة ومدى أيمانه بأهمية حرية الإعلام والصحافة في حياة المجتمع.

3-3- يسهم تكامل الإعلام والتربية في إعداد إعلاميين لأداء العملية التربوية

جدول (10) يوضح إسهام تكامل الإعلام والتربية في إعداد إعلاميين لأداء العملية التربوية

المجموع	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العبارة
51	1	2	5	23	20	العدد
100	1.9	3.9	9.8	45.1	39.2	النسبة

يتضح من الجدول (10) أن نسبة (39.2) من أفراد العينة يوافقون بشدة على أن تكامل الإعلام والتربية يسهم في إعداد إعلاميين لأداء العملية التربوية ونسبة (45.1) منهم يوافقون ونسبة (9.8) محايدون ونسبة (3.9) لا يوافقون ونسبة (1.9) لا يوافقون بشدة.

تشير نتائج هذا الجدول أن نسبة (84.3) من آراء أفراد العينة يؤيدون، أن عمل كل من الإعلاميين والتربويين وفق منظومة متناسقة ومخططة فيما بينهم، يمكن أن يسهم ذلك في إعداد إعلاميين لأداء العملية التربوية، لأن الإعلاميين لهم دور كبير في حماية قيم وعقول المتلقين لاسيما في هذا العصر، مما يعزز ذلك من دور التربية الإعلامية، في نشر أسس بناء التربية الإعلامية المميزة للمتلقي التي تعينه على تقوية القيم الإيجابية والتعديل في القيم السلبية أو تغييرها. وهذا يفسره دراسة Jamie (2018) بعنوان اتجاهات أخصائي الإعلام والطلاب نحو استخدام الدورات التدريبية للإعلام عن طريق الإنترنت، دراسة حالة إلى التعرف على اتجاهات أخصائي الإعلام نحو استخدام الإنترنت في بث الدورات الإعلامية للطلاب، وتأثير ذلك على الأداء الإعلامي للطلاب، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أهمية الدورات والتي أسهمت في تقديم أخصائي الإعلام ليس فقط إلى المدارس المحلية بل أيضاً إلى مدارس كثيرة في العالم، كما أن تلك الدورات ساعدت الطلاب على تكوين صورة إيجابية لدى الطلاب عن أهمية الإعلام والدور الذي يقوم به الإعلامي والصحفي في مراقبة وحماية خدمة المجتمع.

4-3- يسهم تكامل الإعلام والتربية في تعزيز فهم المتلقي للثقافة الإعلامية

جدول (11) يوضح يسهم تكامل الإعلام والتربية في تعزيز فهم المتلقي للثقافة الإعلامية

المجموع	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العبارة
51	0	4	4	18	25	العدد
100	0	7.8	7.8	35.3	49.1	النسبة

يتضح من جدول (11) أن نسبة (49.1) من أفراد العينة يوافقون بشدة على أن تكامل الإعلام والتربية يسهم في تعزيز فهم المتلقي للثقافة الإعلامية ونسبة (35.3) يوافقون ونسبة (7.8) محايدون ونسبة (7.8) لا يوافقون، كما لا يوجد من بين أفراد العينة من لا يوافق بشدة على أن تكامل الإعلام والتربية يسهم في تعزيز فهم المتلقي للثقافة الإعلامية.

تشير نتائج هذا الجدول إلى أن معظم آراء أفراد العينة يؤيدون أن تكامل أدوار الإعلام والتربية يكسب المتلقي فهماً واعياً للثقافة الإعلامية، لا سيما أن الدول فقدت سيطرتها الكاملة على البث المباشر، كما فقدت قدرتها على التصدي للبث الإعلامي الخارجي الذي عمل على الغزو الثقافي وتهديد كثير من الثقافات الوطنية. وترى الباحثة أن الدول يمكن لها استعادة سيطرتها على هويتها الثقافية وممسكاتها الوطنية، كما يمكن لها التصدي للغزو الثقافي عن طريق الاهتمام بتكامل أدوار التربية والإعلام وتعزيز وعي المتلقي بأهمية التربية الإعلامية التي تخلق متلقياً واعياً ومستنيراً يمكنه التفريق بين الوهم والحقيقة ومن ثم بناء معتقد صحيح. وذلك ما توصلت له دراسة الباحثان Catherine and Greg (2013 م)، حيث تبين أن تأثير التغطية الإعلامية في المجالات التي تتعلق بالبنية المجتمعية والتنمية الاقتصادية يشكل الرأي العام للمجتمع تجاه هذه القضايا. وأظهرت النتائج إن الطريقة والأسلوب الذي تتبعه وسائل الإعلام في النقاش العام حول موضوعات معينة يؤثر في توجه أفراد المجتمع واعتقادهم بها. ترى الباحثة أن هذا يتفق مع ما أكدته نظرية الغرث الثقافي التي جاءت مفسرة للدراسة من حيث مقدرة التلفزيون ووسائل الإعلام عامة على غرث القيم والمعلومات وكل ما يعكس الواقع وفقاً لرؤية وأهداف وسائل الإعلام، ولكي يتمكن المتلقي من فهم وتقييم الرسائل الإعلامية فهماً وتقييماً واعياً من الضرورة بمكان، أن يتوافر لديه التعليم والقدرات والمهارات العقلية والخبرة الشخصية، لذا هناك اتفاقاً حول الحاجة الماسة لوجود التربية الإعلامية وضرورة تفعيلها، بهدف تنمية قدرة المتلقي على التفكير الناقد والبحث والاستقصاء، وتعزيز وعيه وتطوير ملكاته النقدية لفهم وتقييم المنتجات الإعلامية ومن ثم التصدي للغزو الثقافي الإعلامي.

3-5- يسهم تكامل الإعلام والتربية في معالجة اهمال الإعلام لرسالته التربوية

الجدول (12) يوضح يسهم تكامل الإعلام والتربية في معالجة اهمال الإعلام لرسالته التربوية

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المجموع
العدد	26	14	9	2	0	51
النسبة	51	27.5	17.6	3.9	0	100

يتضح من الجدول (12) أن نسبة (51) من أفراد العينة يوافقون بشدة على أن تكامل الإعلام والتربية يسهم في معالجة اهمال الإعلام لرسالته التربوية ونسبة (27.5) منهم يوافقون ونسبة (17.6) محايدون ونسبة (3.9) لا يوافقون، كما لا يوجد بين أفراد العينة من لا يوافق بشدة على أن تكامل الإعلام والتربية يسهم في معالجة اهمال الإعلام لرسالته التربوية. ترى الباحثة نسبة (78.5) وهي نسبة عالية من آراء أفراد العينة، يؤكدون على ضرورة تكامل التربية والإعلام لأن ذلك يمكن الإعلام من القيام برسائله التربوية، كأن يعمل على سبيل المثال لا الحصر، على تزويد الأفراد بالقيم والمثل العليا وتنمية الاتجاهات السلوكية البناءة، وتنمية اتجاهات فكرية تسهم في تعزيز التماسك الاجتماعي وتحقق تكوين الضمير الذي يوجه سلوك الفرد في الحياة، ويعزز الضبط الاجتماعي لدى الأفراد، والتأكيد على أن الجيل الجديد هم الثروة الحقيقية للمجتمع، وأن العناية والاهتمام بهم وتربيتهم مسؤولية عامة يجب أن يشارك فيها الجميع، وواحدة من أهم رسائل الإعلام التربوية ضرورة التنسيق بين المؤسسات التربوية والمؤسسات الإعلامية سعياً لتحقيق التكامل في الأهداف والبرامج والأنشطة.

المحور الرابع: المهارات التي تحققها التربية الإعلامية للمتلقى

1-4- التربية الإعلامية تحقق للمتلقى نقد وتحليل الرسالة الإعلامية

جدول (13) يوضح التربية الإعلامية تحقق للمتلقى نقد وتحليل الرسالة الإعلامية

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المجموع
العدد	21	21	9	0	0	51
النسبة	41.2	41.2	17.6	0	0	100

يتضح من الجدول (13) أن نسبة (41.2) من أفراد العينة يوافقون بشدة على أن التربية الإعلامية تحقق للمتلقى نقد وتحليل الرسالة الإعلامية ونسبة (41.2) منهم يوافقون ونسبة (17.6) محايدون، ولا يوجد من بين أفراد العينة من لا يوافق على أن التربية الإعلامية تحقق للمتلقى نقد وتحليل الرسالة الإعلامية وكذلك لا يوجد من بين أفراد العينة من لا يوافق بشدة على ذلك. وترى الباحثة أن غالبية أفراد العينة يؤكدون على أهمية التربية الإعلامية في إكساب المتلقي ملكة النقد وتنمية مهارته الاتصالية. تتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة Flemming (2014م)، التي أظهرت أن التربية الإعلامية تدرس الطلبة كيفية الحصول على الأخبار وتقييمها وتحليلها وتقدير نوعها، وأن الطلبة أصبحوا متابعين للأخبار بانتظام ويكونون أكثر وعياً مع وسائل الإعلام بعد أخذهم المنهج التربوية الإعلامية.

2-4- التربية الإعلامية تحقق للمتلقى كشف الرسائل المزيفة التي تسعى إلى تشكيل وعي إعلامي زائف

الجدول (14) يوضح التربية الإعلامية تحقق للمتلقى كشف الرسائل المزيفة التي تسعى إلى تشكيل وعي إعلامي زائف

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المجموع
العدد	24	17	7	3	0	51
النسبة	47.1	33.3	13.7	5.9	0	100

يتضح من الجدول (14) أن نسبة (47.1) من أفراد العينة يوافقون بشدة على أن التربية الإعلامية تحقق للمتلقى كشف الرسائل المزيفة التي تسعى إلى تشكيل وعي إعلامي زائف ونسبة (33.3) يوافقون ونسبة (13.7) محايدون ونسبة (5.9) لا يوافقون. ولا يوجد من بين أفراد العينة من لا يوافق بشدة على أن التربية الإعلامية تحقق للمتلقى كشف الرسائل المزيفة التي تسعى إلى تشكيل وعي إعلامي زائف. تشير نتائج هذا الجدول، أن نسبة (80.4) من آراء أفراد العينة يؤيدون أن التربية الإعلامية تحقق للمتلقى كشف الرسائل المزيفة التي تسعى إلى تشكيل وعي إعلامي زائف وهذا يدل على أن التربية الإعلامية تكسب المتلقي مهارة كشف الرسائل المضللة وتبني قدرته على التمييز بين الرسائل الإعلامية الزائفة والرسائل الصحيحة. ترى الباحثة أن هذه النتيجة تفسرها نظرية الإعلام والحواس التي اعتمدت عليها الدراسة، حيث تقوم النظرية على أن وسائل الإعلام تعمل على إنتاج رسائلها وفقاً لمعايير تحريرية وفنية محددة، تصنع من خلالها في الغالب واقع مصنوع عبر خبرات متكررة مباشرة وغير مباشرة مما يصعب على المتلقي التأكد من مصداقية وموضوعية وواقعية الواقع الذي تبثه وسائل الإعلام، فمن خلال الحواس الإنسانية التي تمثل أدوات يوظفها الفرد لاستجلاب خبرات ومعارف ومهارات تمكنه من فهم وتقييم الرسائل الإعلامية، فالتربية الإعلامية أيضاً تمتلك أدوات ووسائل تمكنها - إذا أحسن توظيفها - من تعزيز وعي المتلقي وإكسابه مهارة التعامل مع وسائل الإعلام ومضامينها، وتكسيبه المقدرة على النقد والتمييز بين الرسائل المزيفة والحقيقية.

3-4- التربية الإعلامية تحقق للمتلقى التعرف على كيفية التعامل مع مختلف الوسائل الإعلامية

جدول (15) يوضح التربية الإعلامية تحقق للمتلقى التعرف على كيفية التعامل مع مختلف الوسائل الإعلامية

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المجموع
العدد	23	19	9	0	0	51
النسبة	45.1	37.3	17.6	0	0	100

يتضح من الجدول (15) أن نسبة (45.1) من أفراد العينة يوافقون بشدة على أن التربية الإعلامية تحقق للمتلقى التعرف على كيفية التعامل مع مختلف الوسائل الإعلامية ونسبة (37.3) يوافقون ونسبة (17.6) محايدون، ولا يوجد من بين أفراد العينة من لا يوافق على أن التربية الإعلامية تحقق للمتلقى التعرف على كيفية التعامل مع مختلف الوسائل الإعلامية، كما لا يوجد من بين أفراد العينة من لا يوافق بشدة على ذلك. ترى الباحثة أن نتيجة هذا الجدول تؤكد على أن التربية الإعلامية تكسب المتلقي مهارات التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة. فمن الضرورة بمكان أن تولى المؤسسات التربوية والإعلامية أهمية قصوى للتربية الإعلامية لما تحققه من مهارات لدى المتلقي.

4-4- التربية الإعلامية تحقق للمتلقى الوقوف على خلفيات الرسالة الإعلامية وأهدافها

الجدول (16) يوضح التربية الإعلامية تحقق للمتلقى الوقوف على خلفيات الرسالة الإعلامية وأهدافها

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المجموع
العدد	20	17	11	2	1	51
النسبة	39.2	33.3	21.6	3.9	1.9	100

يتضح من الجدول (16) أن نسبة (39.2) من أفراد العينة يوافقون بشدة على أن التربية الإعلامية تحقق للمتلقى الوقوف على خلفيات الرسالة الإعلامية وأهدافها ونسبة (33.3) منهم يوافقون ونسبة (21.6) محايدون ونسبة (3.9) لا يوافقون ونسبة (1.9) لا يوافقون بشدة. ترى الباحثة أن التربية الإعلامية تمكن أفراد المجتمع من الوصول إلى فهم وسائل الإعلام، والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل، ومن ثم تمكنهم من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام كما تقدم المهارات الأساسية للتدقيق والتعبير الذاتي للأفراد في المجتمعات الديمقراطية. لاسيما أن وسائل الإعلام تعمل على صناعة المضامين التي تعمل على نشرها وفقاً لأهداف محددة. جاءت هذه النتيجة منسجمة مع نتائج دراسة حسن (2015) التي تهدف إلى تحديد قائمة بمهارات التربية الإعلامية اللازمة للطلاب، ومن أهم نتائجها، التوصل لقائمة بمهارات التربية الإعلامية، قوامها 31 بالحساب مهارة، شملت مهارات أساسية في التربية الإعلامية ومهارات

مكملة، وجاءت درجة ممارسة الطلاب لمهارات التربية الإعلامية الأساسية متوسطة، مما يعني أن الطلاب في حاجة لمزيد من التعليم وتنمية القدرات والتدريب علي ممارسة مهارات التربية الإعلامية الأساسية والمكملة.

4-5- التربية الإعلامية تحقق للمتلقى المشاركة في إنتاج محتوى إعلامي مفيد

جدول (17) يوضح التربية الإعلامية تحقق للمتلقى المشاركة في إنتاج محتوى إعلامي مفيد

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المجموع
العدد	24	15	8	3	1	51
النسبة	47.1	29.4	15.7	5.9	1.9	100

يتضح من الجدول (17) أن نسبة (47.1) من أفراد العينة يوافقون بشدة على أن التربية الإعلامية تحقق للمتلقى المشاركة في إنتاج محتوى إعلامي مفيد ونسبة (29.4) يوافقون ونسبة (15.7) محايدون ونسبة (9.5) لا يوافقون ونسبة (1.9) لا يوافقون بشدة. وترى الباحثة ضرورة إعداد متلقي فاعل بصورة إيجابية وهذا لا يتأتى إلا بالاهتمام بالتربية الإعلامية، التي تعمل على تمكين المتلقي لفهم الرسائل الإعلامية وحسن الانتقاء والتعامل معها والمشاركة فيها بمضامين إعلامية فاعلة.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة للنتائج التالية:

- 1- أثبتت نتائج الدراسة أن (41.2%) من أفراد العينة يوافقون بشدة على أن التربية الإعلامية تحقق بناء الشخصية الإنسانية السوية و(37.3%) يوافقون و(15.7%) محايدون و(3.9%) لا يوافقون و(1.9%) لا يوافقون بشدة على ذلك.
- 2- أظهرت نتائج الدراسة أن (39، 2%) من أفراد العينة يوافقون بشدة على أن التربية الإعلامية تحقق تربية الفرد على تحمل مسؤولياته الاجتماعية و(37.3%) يوافقون و(15.7%) محايدون و(5.9%) لا يوافقون و(1.9%) لا يوافقون بشدة
- 3- كشفت نتائج الدراسة أن (47.1) من المبحوثين يوافقون بشدة على أن التربية الإعلامية تحقق توافق وانسجام الإنسان مع بيئته و(31.4%) يوافقون و(19.6%) محايدون، ولا يوجد من المبحوثين من لا يوافق على أن التربية الإعلامية تحقق توافق وانسجام الإنسان مع بيئته، و(1.9%) لا يوافقون بشدة.
- 4- أثبتت نتائج الدراسة أن (49.1%) من المبحوثين يوافقون بشدة على أن التربية الإعلامية تحقق توعية الفرد بحقوقه وواجباته و(43.1%) يوافقون و(5.9%) محايدون، ولا يوجد من المبحوثين من لا يوافق على أن التربية الإعلامية تحقق توعية الفرد بحقوقه وواجباته ونسبة (1.9%) لا يوافقون بشدة.
- 5- أسفرت نتائج الدراسة أن (52.9%) من المبحوثين يوافقون بشدة على أن التربية الإعلامية تسعى إلى تحرير الفرد من الجهل، ليؤمن بالرأي والرأي الآخر و(33.3%) يوافقون و(9.8%) محايدون و(3.9%) لا يوافقون، ولا يوجد من المبحوثين من لا يوافق بشدة على أن التربية الإعلامية تسعى إلى تحرير الفرد من الجهل ليؤمن بالرأي والرأي الآخر.
- 6- أظهرت نتائج الدراسة أن (84.3%) من أفراد العينة يؤيدون ضرورة تكامل أدوار الإعلام والتربية، حتى يتمكن الأفراد من القيام بأدوارهم تجاه انفسهم ومجتمعاتهم و(7.8%) منهم التزم و(7.8%) لا يوافقون، ولا يوجد من بين أفراد العينة من لا يوافقون بشدة على أن تكامل دور الإعلام والتربية يسهم في توجيه الأفراد للقيام بأدوارهم.
- 7- أسفرت نتائج الدراسة أن (25.5%) من أفراد العينة التزموا الحياد على أن تكامل الإعلام والتربية يسهم في تكوين أفراد ومجتمعات ديمقراطية منفتحة عقلياً و(29.4%) يوافقون بشدة و(35.3%) منهم يوافقون و(5.9%) لا يوافقون و(3.9%) لا يوافقون بشدة.
- أكدت نتائج الدراسة أن (84.3) من آراء أفراد العينة يؤيدون، أن عمل كل من الإعلاميين والتربويين وفق منظومة متناسقة ومخططة فيما بينهم، يمكن أن يسهم في إعداد إعلاميين لأداء العملية التربوية، و(9.8%) محايدون و(3.9%) لا يوافقون و(1.9%) لا يوافقون بشدة.
- 8- أثبتت نتائج الدراسة أن (49.1%) من أفراد العينة يوافقون بشدة على أن تكامل الإعلام والتربية يسهم في تعزيز فهم المتلقي للثقافة الإعلامية و(35.3%) يوافقون و(7.8%) محايدون و(7.8%) لا يوافقون، كما لا يوجد من بين أفراد العينة من لا يوافق بشدة على أن تكامل الإعلام والتربية يسهم في تعزيز فهم المتلقي للثقافة الإعلامية.

- 9- أكدت نتائج الدراسة أن (51%) من أفراد العينة يوافقون بشدة على أن تكامل الإعلام والتربية يسهم في معالجة اهمال الإعلام لرسائله التربوية و(27.5%) منهم يوافقون و(17.6%) محايدون و(3.9%) لا يوافقون، كما لا يوجد بين أفراد العينة من لا يوافق بشدة على أن تكامل الإعلام والتربية يسهم في معالجة اهمال الإعلام لرسائله التربوية.
- 10- كشفت نتائج الدراسة أن (41.2%) من أفراد العينة يوافقون بشدة على أن التربية الإعلامية تحقق للمتلقى نقد وتحليل الرسالة الإعلامية و(41.2%) منهم يوافقون و(17.6%) محايدون، ولا يوجد من بين أفراد العينة من لا يوافق على أن التربية الإعلامية تحقق للمتلقى نقد وتحليل الرسالة الإعلامية وكذلك لا يوجد من بين أفراد العينة من لا يوافق بشدة على ذلك.
- 11- أظهرت نتائج الدراسة أن (80.4%) من أراء أفراد العينة يؤيدون أن التربية الإعلامية تحقق للمتلقى كشف الرسائل المزيفة التي تسعى إلى تشكيل وعي إعلامي زائف و(13.7%) محايدون و(5.9%) لا يوافقون، ولا يوجد من بين أفراد العينة من لا يوافق بشدة على أن التربية الإعلامية تحقق للمتلقى كشف الرسائل المزيفة التي تسعى إلى تشكيل وعي إعلامي زائف.
- 12- كشفت نتائج الدراسة أن (45.1%) من أفراد العينة يوافقون بشدة على أن التربية الإعلامية تحقق للمتلقى التعرف على كيفية التعامل مع مختلف الوسائل الإعلامية و(37.3%) يوافقون و(17.6%) محايدون، ولا يوجد من بين أفراد العينة من لا يوافق على أن التربية الإعلامية تحقق للمتلقى التعرف على كيفية التعامل مع مختلف الوسائل الإعلامية، كما لا يوجد من بين أفراد العينة من لا يوافق بشدة على ذلك.
- 13- أسفرت نتائج الدراسة أن (39.2%) من أفراد العينة يوافقون بشدة على أن التربية الإعلامية تحقق للمتلقى الوقوف على خلفيات الرسالة الإعلامية وأهدافها و(33.3%) منهم يوافقون و(21.6%) محايدون و(3.9%) لا يوافقون و(1.9%) لا يوافقون بشدة.
- 14- أثبتت نتائج الدراسة أن (47.1%) من أفراد العينة يوافقون بشدة على أن التربية الإعلامية تحقق للمتلقى المشاركة في إنتاج محتوى إعلامي مفيد و(29.4%) يوافقون و(15.7%) محايدون و(9.5%) لا يوافقون و(1.9%) لا يوافقون بشدة.

توصيات الدراسة:-

- 1- ضرورة اهتمام المؤسسات الإعلامية في الدول بإعداد الإعلامي حتى يتمكن من أداء العملية التربوية.
- 2- لأهمية المهارات الاتصالية توصي الباحثة أن تزيد التربية الإعلامية من تنمية هذه المهارات للمتلقى حتى يتمكن من كشف الرسائل المزيفة التي تسعى إلى تشكيل وعي إعلامي زائف.
- 3- المؤسسات الاجتماعية من دور العبادة والأنشطة المجتمعية في الاحياء وغيرها أن تعمل توعية أفراد المجتمع بأهمية التربية الإعلامية التي تساعد على اختيار المضامين الإيجابية داخل الوسائل الإعلامية بالأخص وسائل الاعلام الجديد.
- 4- إن تولى المؤسسات التربوية والإعلامية أهمية قصوى للتربية الإعلامية لما تحققه من مهارات لدى المتلقى.
- 5- ضرورة العمل على تنمية ملكة النقد للمتلقى ليتمكن من التعرف لرسائل وسائل الإعلام المختلفة بوعي.
- 6- ضرورة أن تولي التربية الإعلامية أهمية أكبر لموضوع الوعي بالديمقراطية والانفتاح، لأن المجتمعات مازالت تحتاج إلى مزيد من الديمقراطية حتى يتمكنوا من ممارسة أنشطتهم بصورة منفتحة على كل الخيارات ومن ثم اختيار الخيار المناسب بوعي.
- 7- التركيز على إعداد إعلاميين لأداء العملية التربوية.
- 8- توصي الباحثة بضرورة تكامل أدوار الإعلام والتربية لإكساب المتلقى فهماً واعياً للثقافة الإعلامية.
- 9- إعداد متلقى فاعل للمشاركة في إنتاج محتوى إعلامي مفيد.

المصادر المراجع:

- أحمد الخزعة، (2020م) درجة امتلاك طلبة جامعة آل البيت لمهارات التربية الإعلامية في ضوء بعض المتغيرات، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)، المجلد 34، العدد، 4
- حياة فزادري (2022 م)، أهمية التربية الإعلامية في تعزيز التنشئة الاجتماعية داخل الأسرة والمجتمع في ظل التحديات التكنولوجية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس، الجزائر، مج 9، العدد 3
- بشرى حسين الحمداني، (2015)، التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية ط1 عمان: داروائل للنشر والتوزيع
- Tzu-Bin LIN ,Victor CHEN ,Ching Sing CHAL , (2015) New Media and Learning in the 21st Century: A Socio – Cultural Perspective , Springer , New YORK
- إبراهيم مصطفى، وآخرون (1972)، المعجم الوسيط، القاهرة، المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر

- New websters Dictionary, U.S.A Lexicon Publications, 1993, p862 6-
- أبو كوش، زيدان وآخرون (2018). دور الإدارة المدرسية في تفعيل الشراكة بين المدرسة والمجتمع المحلي للحد من ظاهرة التسرب لدى طلبة مدارس النقب داخل الخط الأخضر، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، ع(4)، مج575.
- قاموس لسان العرب، (2001م)، معني التربية
- بشرى حسين الحمداني (2015) ، التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع
- إيمان بنت سعود أبو خضير (2015م) التعلم بالممارسة كمدخل لتطوير الأداء في مؤسسات التعليم العالي بالمملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير
- عبد العظيم كامل الجميل وسناء إسماعيل العاني، (2015م) الإعلام الجديد وإشكاليات التواصل الرقمي، عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع، ص12
- محمد خالد أبو عزام، (2020 م)، التربية الإعلامية، عمان، دار زهدي للنشر والتوزيع
- الحطامي عبد الباسط محمد، (2014)، مقدمة في الإذاعة والتلفزيون، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع
- معاذ أحمد عصفور (2014)، التربية الإعلامية، عمان، دار أمجد للنشر والتوزيع
- علي بن شويل القرني، (2018م) زيفه الأشياء: تلوث الحواس في عصر الاتصال الجماهيري ، أهما: مؤسسة الانتشار العربي
- فلاح عامر الدهمسي، (2019م)، الاتصال: أسسه، وسائله، نظرياته، الدمام، مكتبة المتنبي
- وسام غاني قاسم (2021) بعنوان دور التربية الإعلامية والرقمية في تعزيز مهارات التعلم الذاتي من وجهة نظر أعضاء الهيئة التدريسية في بعض كليات التربية في العراق، كلية الأمام الكاظم (ع) للعلوم الإسلامية الجامعة، مجلة الجامعة العراقية، العدد53، مج 1
- عبد الفتاح مالك منذر (2020)، مدى تضمين مناهج التربية الوطنية والمدنية للصفوف الأساسية العليا في الأردن لمفاهيم التربية الإعلامية ، رسالة ماجستير منشورة ، الأردن، جامعة آل البيت ، كلية العلوم التربوية
- Anastasia Stathopoulou (2019) , A multi- stakeholder view of social as supporting tool in higher education:An educator - student perspective European Management Journal
- وليد اتباتو (2019)، دور التربية الإعلامية في تنمية الكفايات الإعلامية لدى المراهق المتمدرس، مجلة المغربية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 8
- Nirosha Neranjala , (2018) , challenges Faced by Journalism Education JOURNALISM Education Asia Pacific Meada Educator 28 (2)
- Loizzo Jamie (2018) , Examining Instructor and Learner Experiences and Attitude Change in a Journalism for Social Change Massive Open Online Course A Mixed -Methods Case Study Journalism and Maas Communication Educator Vol 73(4)
- أحمد الخزاعلة (2018م) بعنوان درجة امتلاك جامعة آل البيت لمهارات التربية الإعلامية في ضوء بعض المتغيرات، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)، مج 34، العدد4، 2020م
- فؤاد محمد (2016) مضامين التربية الإعلامية التي يعكسها منهج الصحافة المدرسية لحلقتي التعليم الأساسي في مصر: دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر
- عبد الرؤف بني عيس وهيفاء الفوارس (2015) الإعلام التربوي من منظور إسلامي ، ودوره في بناء الشخصية الإنسانية والنهوض الحضاري بالإمارة الإسلامية ، بحث منشور
- علي حسن (2015)، تقويم واقع ممارسة الطلاب لمهارات التربية الإعلامية في ضوء تعدد مصادرهم للثقافة الإعلامية وتأثيراتها: دراسة مسحية على عينة من طلاب المدارس الثانوية بالتعليم العام السعودي ، مجلة دراسات الطفولة، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، العدد 66 ، مج 18
- RNEE, HOBBS (2014) , A Review of School – Based Initiatives A Review of School – Based Initiatives in Media Literacy Education AMERICAN BEHAVIORAL SCIENTIST , Vol. 48No.1 September
- Jennifer Fleming, Media Literacy, News Literacy, or News Appreciation? A Case Study of the News)5(2014, Literacy Program at Stony Brook University, Journalism & Mass communication Educator
- Happer, Catherine, and Philoa , Greg , (2013), The Role of the Media in the Construction of Public Belief and Social Change, Journal of Social and Political Psychology, Vol. 1(1), 321–3360

- Missa Johnouchi , (2013). Global Media and Information Literacy (MIL), United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (UNESCO). – Montgomery
- السعيد بعلي محمد، (2018). التربية الإعلامية: قراءة في المفهوم والأهداف والوسائل، جامعة عبد الحميد بن باديس، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج 5، ع 2
- بشرى حسين الحمداني، (2014، 52-53)، مرجع سابق
- حسن منصور، (2019م) التربية الإعلامية الجديدة المداخل النظرية والأساليب التطبيقية، الدمام: مكتبة المنتني
- أحلام بولكعبيات، (2021م)، التربية الإعلامية من مشروع دفاع إلى مشروع تمكين، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة منتوري قسنطينة، مج 32، ع 1
- محمد عبد الحميد، (2012م) التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي، القاهرة: عالم الكتب
- محمد فتحي عبد الهادي، (2015م)، المعلومات والمعرفة والتحديات في المجتمع العربي المعاصر، القاهرة، دار الجوهرة للنشر والتوزيع
- ياسين خضير البياتي، تربية إعلامية بمسئول الديمقراطية <https://www.azzaman.com> 2019/6/12
- محمد عبد الحميد (2018م)، التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي ، القاهرة، عالم الكتب
- سليمان طعاني (2018)، "التربية الإعلامية ضرورة" Ammon news, Retrieved 11-7-2018. Edited
- محمد فتحي عبد الهادي، مرجع سابق
- شيماء حمودة الحارون، (2016م)، فاعلية تضمين كفايات الثقافة الإعلامية في تدريس مادة العلوم لتنمية مهارات القرن الحادي والعشرين، مجلة التربية العلمية، مصر العدد6
- رافد عطية عبد الجبار، (2014 م)، دور الإعلام التربوي في تدعيم الانتماء للوطن، المؤتمر العلمي الثالث للإعلام الإسلامي في العراق، إصدارات مركز البصرة للبحوث والتطوير الإعلامي
- أحمد جمال حسن، (٢٠١٥)، برنامج مقترح لتنمية مهارات تحليل ونقد صحافة المواطن وإنتاجها على مواقع الشبكات الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، بحث منشور بمجلة البحث في التربية وعلم النفس، كلية التربية، جامعة المنيا، المجلد (٢٨)، ع. (١).
- إبراهيم ناصر، (2016م)، مقدمة في التربية، الأردن: دار عمان للنشر والتوزيع
- أحمد جمال حسن، مرجع سابق
- Renee Hobbs,(2010) Digital and Media Literacy: A Plan of Action, A White Paper, The Aspen Institute, Washington
- شريف درويش اللبان، المركز العربي للبحوث والدراسات <http://www.acrseg.org/37937> تاريخ الدخول 2019/9/6
- ياسين قرصني، (2015م)، الشباب ولانترنت:دراسة في العادات والأنماط والدوافع والتأثيرات عمان، دار الأيام للنشر والتوزيع
- هاجر عبدالله جادالله (2015)، توظيف الإعلام الجديد في بناء الرسالة الإخبارية التلفزيونية دراسة تطبيقية على قناة الجزيرة الإخبارية في الفترة من يناير 2010- ديسمبر 2012م، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام
- فارس حسن خطاب، (2012م) ، الفضائيات الرقمية وتطبيقاتها الإعلامية عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع
- الهامش هشام عباس زكريا ومصعب عبد الفادروداعة الله (2018) مناهج البحث في الاتصال والإعلام، الرياض، مكتبة الراشد
- المشهداني، سعد، (2017)، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي.
- القحطاني، سالم سعيد، وآخرون، (2020م)،، منهج البحث في العلوم السلوكية (مع تطبيقات على spss)، ط5، مكتبة العبيكان للنشر والتوزيع، الرياض.
- هشام عباس زكريا ومصعب عبد الفادروداعة الله، مرجع سابق
- مسعود حسين التائب، (2018م)، البحث العلمي – قواعده – مناهجه، القاهرة المكتبة العربي للمعارف