

اتجاهات النخب الأكاديمية نحو تدريس مساقات التربية الإعلامية
لدى طلبة الجامعات الأردنية

**Attitudes of Academic Elites Towards Teaching Media
Education Courses among Jordanian
University Students**

إعداد

ديما نبيل النتشة

إشراف

الدكتور محمود أحمد الرجبي

قدّمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

قسم الصحافة والإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

حزيران، 2023

ب

تفويض

أنا ديمنا نبيل النتشة، أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: ديمنا نبيل النتشة.

التاريخ: 2023 / 06 / 11.

التوقيع: 

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة والموسومة ب: اتجاهات النخب الأكاديمية نحو تدريس مساقات التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات الأردنية.

للباحثة: ديما نبيل النتشة.

وأجيزت بتاريخ: 11 / 06 / 2023.

أعضاء لجنة المناقشة

التوقيع

جهة العمل

الصفة

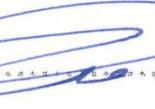
الاسم



جامعة الشرق الأوسط

مشرفاً

د. محمود أحمد الرجبي



جامعة الشرق الأوسط

عضواً من داخل الجامعة ورئيساً

د. كامل خورشيد مراد



جامعة الشرق الأوسط

عضواً من داخل الجامعة

د. مازن "محمد كزيم" الفداوي



الجامعة العربية المفتوحة

عضواً من خارج الجامعة

أ. د. سلافه فاروق الزعبي

شكر وتقدير

قال تعالى: ﴿... يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ﴾

[المجادلة: 11]

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على النبي محمد-صلى الله عليه وسلم- والشكر لله سبحانه وتعالى، أن وفقني لإتمام رسالتي هذه، ولمواصلت مسيرتي العلمية والوصول إلى ما كنت أسعى إليه.

وأنتقدّم بالشكر الجزيل والتقدير الكبير لأستاذي الدكتور محمود أحمد الرجبي، لتفضله بقبول الإشراف على هذه الرسالة، وللجهد الكبير الذي بذله معي لإنجازها، فكان نعم الموجه والمرشد، فكان لصبره ومتابعته الأثر الكبير لوصولي لتحقيق طموحي وحلمي، شكرًا أستاذي الفاضل لملاحظتك القيمة، التي كان لها الفضل في إتمام رسالتي هذه ولجهودك الطيبة، وحرصك على التدقيق والمتابعة في كل خطوة، وأنتقدّم لك بعميق شكري وامتناني، فلم تتوانى عن مساعدتي وتوجيهي؛ نفعنا الله بعلمك وحفظك ذخراً وسنداً.

كما أنتقدّم بالشكر والامتنان الكبيرين لأعضاء لجنة المناقشة الأفاضل، لتفضّلهم قبول مناقشة هذه الرسالة، ولما سيبدونه من مقترحات قيمة ستثري هذه الرسالة.

كما أنتقدّم بالشكر الجزيل إلى أساتذتي الأكارم في كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط لما قدّموه لنا من علم ومعرفة في مرحلة الدراسة.

كما أنتقدّم بجزيل الشكر لكل من ساعدني وشجعني ووقف بجانبني لإتمام هذا العمل على أكمل وجه.

الباحثة

ديما النتشة

الإهداء

إلى من ربياني صغيراً..

إلى والدي الغالي الذي بذل الكثير في سبيل تربيتي وتعليمي، وكان لي المثل الذي غرس في نفسي علو الهمة وحب الطموح.

إلى روح والدتي الطاهرة التي ما فتئت تغمرنى بدعائها، تعلمتُ منها الصبر والعزيمة والتضحية، برّاً بها وعرفاناً بفضلها.

إلى إخوتي وأخواتي الذين كانوا عضداً لي في كل لحظة وخيرُ سند، ولم ينسوني من خالص دعائهم.

بارك الله فيهم

إلى الذين صدقوني معاملتهم، وكُل من أهدى لي حكمةً، أو أسدى لي نصيحةً، أو لقنني كلمةً .

إلى هؤلاء أهدى ثمرة جهدي المتواضع.

الباحثة

ديما النتشة

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
العنوان.....	أ.....
تفويض.....	ب.....
قرار لجنة المناقشة.....	ج.....
شكر وتقدير.....	د.....
الإهداء.....	ه.....
فهرس المحتويات.....	و.....
قائمة الجداول.....	ح.....
قائمة الملحقات.....	ي.....
الملخص باللغة العربية.....	ك.....
الملخص باللغة الإنجليزية.....	ل.....

الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها

أولاً: المقدمة.....	1.....
ثانياً: مشكلة الدراسة.....	5.....
ثالثاً: أهداف الدراسة.....	5.....
رابعاً: أسئلة الدراسة.....	6.....
خامساً: أهمية الدراسة.....	7.....
سادساً: فرضيات الدراسة.....	7.....
سابعاً: حدود الدراسة.....	8.....
ثامناً: محددات الدراسة.....	8.....
تاسعاً: مصطلحات الدراسة.....	9.....

الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة

أولاً: الأدب النظري.....	11.....
ثانياً: الدراسات السابقة ذات الصلة.....	39.....
ثالثاً: ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة.....	46.....

الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات

منهج الدراسة.....	48.....
مجتمع الدراسة.....	48.....

48	عينة الدراسة.....
51	طرق جمع البيانات والمعلومات.....
51	أداة الدراسة.....
52	صدق أداة الدراسة (الاستبانة).....
55	ثبات أداة الدراسة.....
56	المعالجة الإحصائية.....
57	إجراءات الدراسة.....

الفصل الرابع: نتائج الدراسة

59	النتائج المتعلقة بالسؤال الأول.....
61	النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني.....
67	النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث.....
69	النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع.....
70	النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس.....

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

75	مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول.....
77	مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني.....
80	مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث.....
82	مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع.....
84	مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس.....
86	التوصيات.....

قائمة المراجع

87	أولاً- المراجع العربية.....
91	ثانياً: المراجع الأجنبية.....
94	الملحقات.....

قائمة الجداول

رقم الفصل - رقم الجدول	محتوى الجدول	الصفحة
1 - 3	توزيع أفراد العينة حسب الجنس.	49
2 - 3	توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية.	49
3 - 3	توزيع أفراد العينة حسب المستوى الأكاديمي.	50
4 - 3	توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة في التدريس.	50
5 - 3	صدق البناء لفقرات مفهوم وأهمية التربية الإعلامية.	53
6 - 3	صدق البناء لفقرات أهمية تدريس مساقات التربية الإعلامية في الجامعات.	54
7 - 3	صدق البناء لفقرات العوامل المؤثرة في فاعلية تطبيق وتدريس مساقات التربية الإعلامية.	54
8 - 3	صدق البناء لفقرات المعوقات التي تواجه تطبيق وتدريس التربية الإعلامية.	55
9 - 3	ثبات أبعاد أداة الدراسة باستخدام معامل ألفا كرونباخ (ن=91).	56
10 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى إدراك النخب الأكاديمية لمفهوم التربية الإعلامية.	59
11 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاهات النخب الأكاديمية نحو أبعاد أهمية التربية الإعلامية.	61
12 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى أهمية البعد المعرفي في التربية الإعلامية.	62
13 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى أهمية البعد الوجداني في التربية الإعلامية.	64
14 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى أهمية البعد المهاري في التربية الإعلامية.	65
15 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى أهمية البعد التربوي في التربية الإعلامية.	66
16 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل المؤثرة في فاعلية تطبيق وتدريس التربية الإعلامية كمساقات لدى طلبة الجامعات الأردنية.	68
17 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للصعوبات التي تحول دون تطبيق وتدريس التربية الإعلامية في الجامعات الأردنية.	69

الصفحة	محتوى الجدول	رقم الفصل - رقم الجدول
71	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد العينة حول درجة أهمية التربية الإعلامية وتطبيقاتها في التعليم الجامعي.	18 - 4
72	اختبار (t-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة أهمية التربية الإعلامية وتطبيقها في التعليم الجامعي تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.	19 - 4
73	اختبار التباين (f-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة أهمية التربية الإعلامية وتطبيقها في التعليم الجامعي تعزى لمتغير الفئة العمرية.	20 - 4
73	اختبار التباين (f-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة أهمية التربية الإعلامية وتطبيقها في التعليم الجامعي تعزى لمتغير المستوى الأكاديمي.	21 - 4
74	اختبار التباين (f-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة أهمية التربية الإعلامية وتطبيقها في التعليم الجامعي تعزى لمتغير سنوات الخبرة.	22 - 4

قائمة الملحقات

الصفحة	المحتوى	الرقم
94	قائمة بأسماء السادة المحكمين	1
95	الاستبانة بصورتها النهائية	2

اتجاهات النخب الأكاديمية نحو تدريس مساقات التربية الإعلامية لدى طلبة

الجامعات الأردنية

إعداد: ديماء نبيل النتشة

إشراف الدكتور: محمود أحمد الرجبي

الملخص

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات النخب الأكاديمية نحو تدريس مساقات التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات الأردنية، وذلك من خلال التعرف على مفهوم التربية الإعلامية وتدريبها لطلبة الجامعات الأردنية، والكشف عن مستوى إدراك النخب الأكاديمية لمفهوم التربية الإعلامية وأهميتها، واستعراض اتجاهات النخب الأكاديمية نحو أهمية التربية الإعلامية وتطبيقاتها في التعليم العام الأردني، والتعرف على العوامل المؤثرة في تطبيق وتدريس التربية الإعلامية كمساقات لدى الطلبة، والوقوف على أهم الصعوبات التي تحول دون تطبيق وتدريس التربية الإعلامية في الجامعات الأردنية.

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. حيث تم تصميم استبانة لقياس اتجاهات النخب الأكاديمية نحو تدريس مساقات التربية الإعلامية في الجامعات الأردنية، وقد تضمن مجتمع الدراسة أعضاء هيئات التدريس في الجامعات الأردنية في شمال الأردن وعمان (جامعة اليرموك- جامعة بترا- جامعة الشرق الأوسط- معهد الإعلام الأردني)، في مختلف المستويات الأكاديمية: (مدرس- أستاذ مساعد - أستاذ مشارك - أستاذ)، وتم الاعتماد على عينة عشوائية بسيطة من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية في شمال الأردن وعمان، وبواقع (91) عضو هيئة تدريس.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود مستوى مرتفع من إدراك النخب الأكاديمية لمفهوم التربية الإعلامية، ووجود مستوى مرتفع من الأهمية لجميع أبعاد التربية الإعلامية (البعد المهاري- البعد الوجداني- البعد التربوي- البعد المعرفي)، من وجهة نظر النخب الأكاديمية، وعدم وجود فروق دالة إحصائية في اتجاهات النخب الأكاديمية نحو أهمية التربية الإعلامية وتطبيقاتها في التعليم الجامعي تبعاً لخصائصهم الشخصية والوظيفية.

أوصت الدراسة بضرورة توفير دورات تدريبية وورش عمل للنخب الأكاديمية في المجالات ذات الصلة بالتربية الإعلامية وتطبيقاتها، لتعزيز مهاراتهم وثقافتهم الإعلامية، والتأكيد على أهمية دمج التربية الإعلامية في الخطط الدراسية.

الكلمات المفتاحية: الاتجاهات، التربية الإعلامية، النخب الأكاديمية، الجامعات الأردنية.

Attitudes of Academic Elites Towards Teaching Media Education Courses Among Jordanian University Students

Prepared by: Dima Natsheh

Supervised by: Dr. Mahmoud Ahmad Alrajabi

Abstract

This study aims to identify the attitudes of academic elites towards teaching media literacy courses to Jordanian university students. The research defines the concept of media literacy and its importance in educating Jordanian university students. It also reviews academic elites' attitudes towards the importance of media literacy in Jordanian public education and identifies factors that affect the teaching of media education courses in Jordanian universities. Finally, the study identifies the most significant difficulties that prevent the application and teaching of media education in Jordanian universities.

The descriptive analytical approach was adopted in this study. A questionnaire was designed to measure the attitudes of academic elites towards teaching media education courses in Jordanian universities in northern Jordan and Amman (Yarmouk University - Petra University - Middle East University - Jordan Media Institute). It was based on a simple random sample of faculty members in Jordanian universities in northern Jordan and Amman, with 91 faculty members participating.

The study produced several significant results. Firstly, academic elites have a high level of awareness of the concept of media education and consider all dimensions of media education (skill, emotional, educational, and cognitive) to be highly important. Secondly, there were no statistically significant differences in the attitudes of academic elites towards the importance of media education and its applications in university education, according to their personal and functional characteristics.

The study recommends the provision of training courses and workshops for academic elites in areas related to media education and its applications. This will enhance their media skills and culture and emphasize the importance of integrating media education into study plans.

Keywords: Attitudes, Media Education, Academic Elites, Jordanian Universities.

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

أولاً: المقدمة

هيا التطور الذي حصل في تكنولوجيا الاتصال في السنوات الأخيرة من القرن الماضي ومطلع القرن الحالي الفرص اللازمة لانتشار وسائل الإعلام بخطوات سريعة وفاعلة فتحت الطريق أمام الإنسان للمشاركة في مختلف الأنشطة الثقافية والتربوية والاجتماعية والاقتصادية، حيث أحكم الإعلام سيطرته على العالم، مسلماً ومربياً وموجهاً، يظهر كل يوم بوجه جديد، وفي كل فترة ومرحلة بأسلوب مبتكر، وبتقنية مدهشة، متجاوزاً حدود الزمان والمكان، مما جعل التربية بوسائلها المتعددة، وتطورها التدريجي الحذر تفقد سيطرتها على أرضيتها، وأصبح الإعلام يملك الدور الأكبر في التنشئة الاجتماعية، والتأثير والتوجيه، وتربية الصغار والكبار.

من هذا المنطلق أصبح من الضروري أن تهتم المؤسسات التعليمية بالجوانب المجتمعية المحيطة بالطالب، وأن يتضمن المنهج الدراسي كل أنواع الأنشطة المحيطة بالطالب في البيت والمدرسة والجامعة والمجتمع، والاهتمام في الوقت نفسه بقياس مدى تأثير وسائل الإعلام في شخصيته وقدرته على فهم الرسالة الإعلامية التي يتعرض لها بطريقة واعية وناقدة، وهذا ما يتم ترجمته عبر مفهوم "التربية الإعلامية".

ولم يكن موضوع الاهتمام والدعوة لدراسة التربية الإعلامية والرقمية أمراً حديثاً، إنما هو ضمن توجهات اليونسكو الاستراتيجية المخطط لها سابقاً، حيث دعت لتدريسه منذ عام 1982 (البدراني، 2016)، وانطلقت فكرة التربية الإعلامية في الوطن العربي خلال العقد الأول من الألفية الثالثة، وجاءت كضرورة ملحة وهدف لزيادة المعارف في الجوانب التحليلية والنقدية للنص الإعلامي سواء

الذي يقدمه الإعلام العربي أو الأجنبي، وتعد الجامعة الأمريكية في بيروت نقطة الانطلاق العربية الأولى عندما بدأت أول ورشة عام 2006، بهدف التعرف إلى مفهوم جديد للإعلام في ظل عولمة الإعلام ودخول عصر تقنيات الاتصال والمعلومات وتأثيرها في تبدل الكثير من المفاهيم الاجتماعية والفكرية لدى المواطن والمجتمع (جودة، 2018).

وبشكل عام فإن مفهوم التربية الإعلامية ما زال غائباً عند الكثيرين، ويحتاج إلى الوقوف عنده وتوضيحه، كما وأن الجدل ما زال قائماً بين التربويين والإعلاميين في الوطن العربي على هذا المفهوم كمصطلح لكنهم متفقون على أهميته في المنهج التربوي، فالتربية الإعلامية ضرورة واحتياج عصري، إذ تهدف إلى تقديم إطار علمي في أصول التدريس والمنهج الثقافي الذي يسهم في بناء الإنسان في أي مكان، فهي تهتم بتنمية أساليب التفكير الناقد وتدعيم مهارات المتعلم في البحث والتحليل والتقييم لكل ما يعرض عبر وسائل الإعلام (قاسيمي، 2019).

ويعرف (غلاب، 2018) التربية الإعلامية بأنها: "شكل من أشكال التعليم واكتساب المهارات يهدف إلى إكساب الطلبة حساً نقدياً بشأن كل إنتاج إعلامي قد يعترضهم، وكيفية التعامل مع هذا التدفق الهائل من الرسائل الإعلامية يومياً وتمكينهم من الاختيار المميز والملائم"، كما عرفها شير (Share, 2013) بأنها: إكساب المعرفة والفهم والتطبيق الصحيح للمهارات والمواقف التي تسمح للطلاب بالتعامل مع العالم الإعلامي المعقد والمتغير بطريقة واعية هادفة، وكذلك إكساب القدرة على استخدام الإعلام بطريقة نشطة وحيوية بهدف المشاركة الاجتماعية الفعالة، ويعرفها كذلك جرينوي (Greenway, 2015) بأنها: "مجموعة المبادئ الأساسية والمعلومات التي يكتسبها الفرد من الوسائل في مواجهة التقدم والعشوائية الإعلامية، والتعريف بالأسلوب الصحيح للتعامل معها.

وهناك من يعرف التربية الإعلامية على أنها: "تنشئة الطفل على كيفية التعاطي مع وسائل الإعلام، لإعداد المتلقي للتعامل مع المنتج الإعلامي والقدرة على تحليل المحتوى في ظل الغرابة التي تقوم بها وسائل الإعلام" (عامر وقزادري، 2016). ويعرفها جوس وبراون (Jose & Brown, 2008) بأنها: الأسلوب الذي يستخدم لتوضيح مهارات وقدرات طلاب الجامعات التي تتطلب الوعي بالتعليم المتطور في مجال الاتصالات الحديثة مثل التعليم الإلكتروني والوسائط المتعددة في مجتمع المعلومات.

ويرى (الخيون، 2018) أن التربية الإعلامية هي عبارة عن توظيف وسائل الاتصال بطريقة مثلى من أجل تحقيق الأهداف التربوية المرسومة في السياسة التعليمية والإعلامية للدولة، ولذا فإن تأثيرها لا يقتصر على الطلبة في المؤسسة التعليمية، وإنما يمتد أثرها إلى الآباء والأمهات والأخوة والأخوات داخل الأسرة، وإلى التأثير في كافة أفراد المجتمع.

وبالنسبة إلى المنطقة العربية فإنها بدأت تتفاعل بشكل متنامٍ مع منهج التربية الإعلامية والرقمية، وبخاصة في كليات الإعلام بالدراسات الجامعية الأولية والعليا، وابتداءً من لبنان حيث كانت نقطة الانطلاق لطرح هذا المفهوم وتعميمه على الجامعات وبعض المدارس بالتعاون مع منظمة اليونسكو، وكذلك في العراق دخل في منهاج الدراسات العليا، وقريباً ستدخل في الدراسات الأولية، وفي سورية دخلت إلى الأجواء الجامعية، وكذلك في الجامعات المصرية والفلسطينية والأردنية ولا سيّما في معهد الإعلام للدراسات العليا، وحتى في سلطنة عمان واليمن التي دخل مشاركون منها في أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية ببيروت (البدراي، 2016).

وفي الأردن أطلقت وزارة التربية والتعليم بالتعاون مع عدة جهات منها مركز حماية وحرية الصحفيين برنامج "التعليم عبر الصحافة" الذي تستثمر فيه المدارس الصحف اليومية لتدريس

العديد من المواد التعليمية كالتاريخ والجغرافيا والقراءة والتربية الوطنية والإنشاء والتعبير، من خلال مجموعة من التمارين والأنشطة التي تنفذ داخل الصف لتمكين الطلبة من مواكبة تطورات العصر والثورة المعرفية وخلق روح الحوار والتفاعل مع قضايا المجتمع المختلفة. وتضمن البرنامج الذي شمل المعلمين والطلاب مواضيع حرية الإعلام والمجتمع وتمارين حول كتابة الأخبار وتحليلها، والمواد الإعلامية، وتمارين أخرى حول التعاطي مع الرسائل الإعلامية، وبدأ المشروع عام (2007) واستمر إلى عام (2011). ونتج عن هذا المشروع زيادة قدرة الطلبة على قراءة الصحف والتمييز بين الأخبار الصادقة والكاذبة وكتابة الأخبار وتحليلها، والقدرة على المشاركة في المجتمع الديمقراطي وتعزيز الثقافة السياسية للطلبة. وتبنت بعض المدارس الخاصة مفاهيم التربية الإعلامية وأدخلتها ضمن أنشطتها على أثر برنامج (التعليم عبر الصحافة)، وكانت مدرسة اليوبيل بعمان من المدارس التي نشطت في ذلك المجال، وظهر على طلبتها تحسناً ملموساً في كل من مهارات القراءة والمعرفة العامة والتفكير النقدي (العسال، 2016).

وعقدت شركة جوجل ومنظمة الأمم المتحدة لتحالف الحضارات بالتعاون مع معهد البنك الدولي ورشة عمل تدريبية في معهد الإعلام الأردني حملت عنوان "الأدوات الرقمية لجمع الأخبار وإعداد التقارير عبر الثقافات"، وذلك في عام 2013 تم التدريب فيها على كيفية اكتساب المعرفة واستخدام الأدوات التي تعزز من القدرة على التواصل عبر الثقافات وتعزز المهارات الصحفية الحديثة، استفاد منها مجموعة من المحررين والصحافيين والمدونين في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. كما عقد في معهد الإعلام الأردني عام 2013 ورشة تدريبية حملت عنوان " أثر التغطية الإعلامية المستقلة على الانتخابات النيابية"، ركزت الدورة على محاور متعددة منها قانون

الانتخاب الأردني ومقارنته مع المعايير الدولية والانتخابات والمرأة، وكيفية مراعاة الصحفيين لتغطية حيادية للانتخابات (معهد الإعلام الأردني، 2015).

كما أطلق معهد الإعلام الأردني بالشراكة مع منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (اليونسكو) والاتحاد الأوروبي مشروع التربية الإعلامية والمعلوماتية في مرحلته الأولى وذلك في عام 2016، وهدف ذلك المشروع إلى تطوير رؤية وطنية أردنية حول التربية الإعلامية، وإدخال مفهوم التربية الإعلامية في بعض الجامعات وبعض المدارس (معهد الإعلام الأردني، 2016).
وتأسيساً على ما سبق؛ فقد جاءت هذه الدراسة للتعرف على مدى اتجاهات النخب الأكاديمية نحو تدريس مساقات التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات الأردنية.

ثانياً: مشكلة الدراسة

نظراً لأهمية موضوع التربية الإعلامية بالنسبة للوطن العربي بشكل عام والأردن على وجه الخصوص، ولما لآراء النخب الأكاديمية من انعكاس إيجابي كبير للتربية الإعلامية على التعليم الجامعي، فإن مشكلة الدراسة تتمثل في الإجابة عن السؤال: ما اتجاهات النخب الأكاديمية نحو تدريس مساقات التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات الأردنية؟

ثالثاً: أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الآتي:

- 1- التعرف على مستوى إدراك النخب الأكاديمية لمفهوم التربية الإعلامية وأهميتها.
- 2- معرفة اتجاهات النخب الأكاديمية نحو أهمية التربية الإعلامية وتطبيقاتها في التعليم العام الأردني.

3- التعرف على العوامل المؤثرة في تطبيق وتدريس التربية الإعلامية كمساقات لدى طلبة الجامعات الأردنية.

4- الوقوف على أهم الصعوبات التي تحول دون تطبيق وتدريس التربية الإعلامية في الجامعات الأردنية

5- معرفة فيما إذا كان هناك فروقاً دالة إحصائياً في اتجاهات النخب الأكاديمية نحو تدريس مساقات التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات الأردنية تبعاً لخصائصهم الشخصية.

رابعاً: أسئلة الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة الآتية:

- 1- ما مستوى إدراك النخب الأكاديمية لمفهوم التربية الإعلامية وأهميتها؟
- 2- ما اتجاهات النخب الأكاديمية نحو أهمية التربية الإعلامية وتطبيقاتها في التعليم العام الأردني؟
- 3- ما العوامل المؤثرة في فعالية تطبيق وتدريس التربية الإعلامية كمساقات لدى طلبة الجامعات الأردنية؟
- 4- ما أهم الصعوبات التي تحول دون تطبيق وتدريس التربية الإعلامية في الجامعات الأردنية؟
- 5- هل هناك فروقاً دالة إحصائياً في اتجاهات النخب الأكاديمية نحو أهمية التربية الإعلامية وتطبيقاتها في التعليم الجامعي تبعاً لخصائصهم الشخصية والوظيفية؟

خامساً: أهمية الدراسة

تتبنق أهمية الدراسة من أهمية موضوع التربية الإعلامية والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، ودور النخب الأكاديمية في إدراك أهمية التربية الإعلامية وتطبيقها في مؤسسات التعليم العالي، ويمكن إبراز أهمية الدراسة من ناحيتين، علمية وأخرى عملية، وكما يأتي:

1- الأهمية العلمية:

- يمكن اعتبار هذه الدراسة من الدراسات الإعلامية المهمة لأهمية الموضوع الذي تبحث فيه والمتمثل بالتربية الإعلامية وإمكانية تدريسها كمساقات في الجامعات الأردنية.
- قد تسهم هذه الدراسة في إعداد إطار نظري لموضوعات التربية الإعلامية وأهمية تطبيقها.
- رفد المكتبات بنتائج هذه الدراسة.

2- الأهمية العملية:

- قد تسهم نتائج هذه الدراسة في إثارة اهتمام متخذي القرار في المؤسسات الرسمية بشكل عام ومؤسسات التعليم العالي على وجه الخصوص نحو أهمية التربية الإعلامية وإيجابيات تطبيقها وتدريسها كمساقات في الجامعات الأردنية.
- تقدم نتائج وتوصيات الدراسة آليات ترشد متخذي القرار في مؤسسات التعليم العالي إلى تدريس التربية الإعلامية للطلبة.

سادساً: فرضيات الدراسة

ستختبر هذه الدراسة الفرضيات الآتية:

- 1- هناك مستوى مرتفع من الأهمية النسبية لإدراك النخب الأكاديمية لمفهوم التربية الإعلامية.
- 2- تدرك النخب الأكاديمية أهمية التربية الإعلامية وتطبيقاتها في التعليم الجامعي الأردني.

3- هناك فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في اتجاهات النخب الأكاديمية نحو أهمية التربية الإعلامية وتطبيقاتها في التعليم الجامعي الأردني تعزى لخصائصهم الشخصية والوظيفية.

سابعاً: حدود الدراسة

- الحدود الموضوعية: ستقتصر هذه الدراسة على البحث في اتجاهات النخب الأكاديمية نحو تدريس مساقات التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات الأردنية.
- الحدود البشرية: اقتصرت هذه الدراسة على عينة من النخب الأكاديمية المتمثلة في أعضاء هيئات التدريس في الجامعات الأردنية في منطقة الشمال وعمان.
- الحدود المكانية: طبقت هذه الدراسة في الجامعات الأردنية في منطقة الشمال وعمان.
- الحدود الزمانية: طبقت هذه الدراسة خلال العام الدراسي الجامعي 2023/2022.

ثامناً: محددات الدراسة

تتحدد نتائج هذه الدراسة بالاعتماد على درجة صدق الأداة وثباتها وعلى مدى جدية أفراد العينة وتعاونهم وكذلك على مدى تمثيل العينة لمجتمع الدراسة، كما تكمن محددات الدراسة في عدم إمكانية تعميم النتائج لاقتصارها على عينة من النخب الأكاديمية في الجامعات الأردنية.

تاسعاً: مصطلحات الدراسة

اتجاهات

هي الاستعداد الكامن للاستجابة بطريقة معينة نحو قضية جدلية، حيث أنها عبارة عن الأنظمة الإيجابية والسلبية الثابتة المتضمنة تقويم الفرد لموضوع معين والمرتبطة بمشاعره وانطباعاته التي تدفعه نحو ذلك الموضوع أو تبعده عنه (أبو دلهوم، 2012).

وتعرف إجرائياً في هذه الدراسة على أنها استجابات أفراد العينة من النخب الأكاديمية لموضوع تدريس مساقات التربية الإعلامية في التعليم الجامعي ولدى طلبة الجامعات الأردنية.

النخب الأكاديمية

تعرف النخب بشكل عام على أنهم أفراد توفرت فيهم شروط التميز والنجاح في إطار نشاط اجتماعي معين وعلى هذا الأساس فإن النخبة هم طبقة متميزة بخصائص نفسية واجتماعية تبوؤها مراكز الطليعة في مجالات اجتماعية واقتصادية وفنية معينة، والنخب الأكاديمية هم من توفرت فيهم خصائص التميز والنجاح في المجال الأكاديمي (كبار، 2013). وتعرف إجرائياً في هذه الدراسة بأنهم أعضاء هيئات التدريس في الجامعات الأردنية في منطقة الشمال وعمان ممن هم ضمن الرتبة الأكاديمية (أستاذ - أستاذ مشارك - أستاذ مساعد - محاضر/ مدرس).

التربية الإعلامية

التربية الإعلامية مفهوم مركب يشمل المعرفة والمهارات والمواقف التي تمكن المواطنين من فهم دور ووظائف وسائل الإعلام، والتقييم النقدي للمعلومات التي توجد في وسائل الإعلام، واستخراج وتنظيم المعلومات، وتحديد موقع المعلومات وكيفية الوصول إليها، والتواصل الأخلاقي المسؤول عن فهم الإنسان للمعرفة، والقدرة على إنشاء محتوى إعلامي (Grizzle, et al, 2013).

وتعرف إجرائياً في هذه الدراسة على أنها عملية تهدف إلى تعليم طلبة الجامعات الأردنية وتدريبهم على التعامل مع محتويات وسائل الإعلام، وتجنبيهم الآثار السلبية للإعلام، وتمكنهم من الاستفادة من الآثار الإيجابية، وتجعلهم أكثر إيجابية ووعي في التعامل مع وسائل الإعلام.

طلبة الجامعات

يعرف طلبة الجامعات على أنهم الطلبة في المرحلة التعليمية التي تبدأ في إحدى مؤسسات التعليم العالي (الجامعات) وتتكون من ثلاثة مراحل: البكالوريوس والماجستير والدكتوراه (السالم، 2019). وتعرف إجرائياً في هذه الدراسة على أنهم الطلبة الدارسون في الجامعات الأردنية في مستوى البكالوريوس أو الماجستير أو الدكتوراه.

الفصل الثاني الأدب النظري والدراسات السابقة

يتناول هذا الفصل النظرية المفسرة للدراسة والمتمثلة بنظرية الفعل المعقول، بالإضافة إلى التعريف بمفهوم كل من الاتجاهات والنخبة الأكاديمية والتربية الإعلامية، وكذلك استعراض مجموعة من الدراسات السابقة ذات العلاقة المباشرة بموضوع الدراسة الحالية.

أولاً: الأدب النظري

النظرية المفسرة للدراسة

اعتمدت الدراسة نظرية الفعل المعقول (نظرية فشباين) المفسرة لاتجاهات النخب الأكاديمية نحو تدريس مساقات التربية الإعلامية، التي تعد واحدة من نماذج الإقناع السيكولوجي، وتستخدم في التواصل الخطابى كنظرية لفهم رسائل الإقناع، وتستمد النظرية مبادئها وافترضاها من عدة بحوث بدأت كنظرية حول اتجاه التصرف. وهي تهدف إلى شرح العلاقة بين الاتجاه وسلوك الفرد ضمن فعله، وتستخدم لتوقع تصرف الفرد بناء على اتجاهه ومقصده من سلوك مسبق، ويعتمد قرار الشخص بالخضوع في سلوك معين على توقعه من النتائج المصاحبة لهذا السلوك. وفيما يأتي استعراضاً لهذه النظرية:

- مفهوم نظرية الفعل المبرر (Reasoned Action Theory).

قدم كل من فيشباين وإجزن (Fishbein and Ajzen) في العام 1967 نظرية الفعل المعقول أو الفعل المبرر، والتي تعد واحدة من النظريات المهمة في مجال علم النفس الاجتماعي، تم تطويرها من قبل العالم النفسى الألماني فريدريش فشباين في القرن التاسع عشر، تهدف نظرية

الفعل المعقول إلى فهم السلوك البشري وتفسيره بناءً على المفاهيم العقلية والمحتملة التي تتأثر بها الأفراد (صبري وربيع، 2014).

وتعتبر نظرية الفعل المبرر نظرية تفسيرية للسلوك البشري تركز على العقلية والعوامل النفسية التي تؤثر في اتخاذ القرارات والسلوك. يعود أصل هذه النظرية إلى العصور القديمة، حيث تم تناولها بواسطة الفلاسفة اليونانيين مثل أفلاطون وأرسطو. ومع ذلك، فقد تم تطويرها وتوسيعها بشكل كبير بواسطة فشاباين في القرن التاسع عشر (الخروص والصقري، 2017).

تركز النظرية على فهم العمليات العقلية والاجتماعية التي يعتمد عليها الأفراد في اتخاذ القرارات، تقوم النظرية على افتراض أن الأفراد يتصرفون بناءً على تحليل العواقب المحتملة للسلوك المتوقع قبل اتخاذ القرارات، ويعتبر التحليل العقلي للعواقب المحتملة للسلوك المستقبلي مفتاحاً في فهم نظرية الفعل المعقول. تعتبر الدوافع والأهداف والمكافآت والتكاليف عوامل مهمة في عملية اتخاذ القرار وتشكيل السلوك (Fishbein & Ajzen, 2010).

وضعت نظرية الفعل المبرر من أجل فهم أفضل للعلاقات بين الاتجاهات والنوايا والسلوكيات، وقد طور فيشباين (Fishbein) في العام 1975 نظرية الفعل المبرر للتمييز بين الاتجاهات نحو شيء معين والاتجاهات نحو السلوك، فيري أن اتجاه الفرد أو موقفه من سلوك ما هي أفضل طريقة للتنبؤ بهذا السلوك. ونشأت نظرية الفعل المبرر من نظريات لها تاريخ طويل لقياس الاتجاهات، إذ تشير هذه النظريات إلى أن الاتجاهات نحو كائن أو شيء معين يتم تحديدها من خلال التوقعات أو المعتقدات المتعلقة بسمات ذلك الكائن.

- الافتراضات التي تقوم عليها النظرية

تفترض نظرية الفعل المبرر أن فعل (سلوك) الفرد يتحدد من خلال نيته نحو الفعل، وهذه النية تتحدد من الاتجاه، والمعايير الشخصية، وأن كلاً من الاتجاه والمعايير الشخصية تتحدد من

الاعتقادات والتصورات عن نتائج الفعل، وعن الأشخاص المهمين لدى من يقوم بالفعل (Fishbein & Ajzen, 2010).

ووفقاً لذلك يرى منظرا النظرية فيشباين وإجزن (Fishbein and Ajzen) أن سلوك الإنسان يتحدد من خلال عاملين أساسيين، هما:

- الاتجاهات (Attitudes)

ويقصد بها ذلك الشعور الفردي الإيجابي أو السلبي تجاه سلوك أو فعل معين، ويتم تحديدها من خلال معتقدات أو تصورات الأفراد نحو النتائج المتعلقة بالفعل أو السلوك، وأن اتجاه الفرد نحو سلوك معين يتشكل عن طريق المعتقدات السلوكية، والتي تتكون من نوعين، الأول: معتقدات الفرد حول النتائج المتوقعة من إجراء السلوك، والثاني، معتقدات الفرد في قيمة وأهمية هذه النتائج.

- المعايير الشخصية (Subject norms).

تتشكل المعايير الشخصية (الذاتية) من الاعتقادات والتصورات المعيارية، وتشير إلى إدراك الفرد للتوقعات السلوكية من قبل الأفراد والجماعات المهمة للشخص، والتي تعد بمثابة المرجعية له، فالمعايير الشخصية تجاه فعل أو سلوك ترتبط بمعتقدات الفرد بخصوص ما يرى الآخرون أن عليه القيام به، وبدفاعيته لهذه المرجعيات المعيارية، ولذا فإن المعايير الشخصية يمكن تحديدها من خلال: تصورات الفرد حول وجوب أو عدم وجوب القيام بالسلوك أو الفعل، ودافع الفرد للامتثال والتجاوب مع مرجعيات محددة هامة بالنسبة له.

كما تعتمد نظرية الفعل المعقول على عدد من الافتراضات الأساسية (صبري وربيح، 2014):

1- تفترض النظرية أن الأفراد يتصرفون بطريقة تراعي الأهداف والنتائج المرجوة، حيث يقومون

بتحليل العواقب المحتملة للسلوك المتوقع قبل اتخاذ القرارات.

2- تفترض النظرية أن الأفراد يستندون إلى المعلومات المتاحة لديهم والتي تعتبر مهمة في تحديد النتائج المرجوة وتقييمها.

3- تفترض النظرية أن الأفراد يحققون توازنًا بين التكاليف والفوائد في اتخاذ القرارات. يعني هذا أنهم يقومون بتقييم تكلفة السلوك المحتملة بالمقارنة مع الفوائد المتوقعة، ويختارون السلوك الذي يحقق أكبر فائدة بأقل تكلفة.

- عناصر النظرية

تتكون نظرية الفعل المبرر من عدة عناصر مهمة، جاء ذكرها في (الخروصي والصقري، 2017)، وهي كما يأتي:

1- **الأهداف والمكافآت:** حيث يقوم الأفراد بتحديد أهدافهم ويعملون نحو تحقيقها. يمكن أن

تكون المكافآت الناتجة عن تحقيق الأهداف محفزًا للسلوك المستقبلي.

2- **التكاليف والعقبات:** حيث يواجه الأفراد تحديات وتكاليف في اتخاذ القرارات وتنفيذ السلوك،

وقد تتضمن هذه التكاليف الجهد المطلوب، الوقت، المال، والتضحيات الشخصية، كما قد

تكون هناك عقبات خارجية مثل القيود القانونية أو الضغوط الاجتماعية التي تؤثر على

القدرة على تحقيق الأهداف وتنفيذ السلوك.

3- **الاعتقادات والمعرفة:** حيث يعتمد الأفراد على معرفتهم واعتقاداتهم في عملية اتخاذ القرار،

وتشمل الاعتقادات: المعرفة السابقة، والمعتقدات الشخصية، والقيم، والتوقعات المستقبلية،

وفي المجمل تؤثر هذه العوامل على تقييم النتائج المحتملة واختيار السلوك المناسب.

- مميزات نظرية الفعل المبرر

هناك العديد من المميزات لنظرية الفعل المبرر، يمكن استعراضها في الآتي (Albarracin et

:al., 2017)

1- تعد نظرية الفعل المبرر من أكثر النظريات السلوكية نجاحاً في التنبؤ بسلوك الأفراد نحو القيام بفعل ما، وذلك لأنها تقوم على تحديد المتغيرات والعوامل المؤثرة في نية الفرد نحو القيام بسلوك ما، وبالتالي تأثيرها في السلوك نفسه.

2- المرونة وقابلية استخدام النظرية في المجالات ذات العلاقة بالسلوك الإنساني والعلوم السلوكية والنفسية، كما يمكن إضافة متغيرات وعوامل خارجية مختلفة ومؤثرة في سلوك الأفراد، وذلك تبعاً لنوع الثقافة السائدة في المجتمع محل الدراسة.

3- تتميز النظرية بالبساطة، إذ تتكون من ثلاثة عناصر أساسية لتشكيل السلوك وفهمه، وهي: الاتجاهات والمعايير الشخصية والنية السلوكية.

4- توفر النظرية إطاراً عملياً للبحث في علاقات الارتباط والتأثير بين المتغيرات كمتغيرات (الاتجاهات والمعايير الشخصية) ومتغيرات (النية السلوكية والسلوك الفعلي)، والعوامل والمتغيرات الخارجية.

5- تقدم النظرية نظرة شاملة لمكونات الاتجاه من خلال تركيب مصمم، يؤدي إلى التنبؤ بالسلوك، إذ تتضمن النظرية عملياً ثلاثة مكونات رئيسية، هي: المكون الإدراكي، والمكون المؤثر، والمكون الإرادي.

ويرى (Sniehotta et al. 2014) أن أهم مميزين لنظرية الفعل المبرر يتمثلان في:

1- **التوقع السلوكي والمعتقدات:** تركز نظرية الفعل المبرر على الأفكار والمعتقدات التي يحملها الفرد بشأن السلوك المعين والعواقب المتوقعة لهذا السلوك. يعتبر التوقع السلوكي والمعتقدات التي يعتقد الفرد أنها تؤثر على سلوكه، بينما تعتبر المعتقدات الاعتقادات الشخصية التي يحملها الفرد بشأن العواقب الإيجابية والسلبية للسلوك المرتبط.

2- **الرأي الراجح والدافعية:** تعتبر الرأي الراجح (Subjective Norms) والدافعية (Motivation) عناصر مهمة في نظرية الفعل المبرر. الرأي الراجح يعكس الضغوط الاجتماعية والتوقعات المجتمعية التي تؤثر على قرار الفرد في اتخاذ سلوك معين. أما الدافعية، فتشير إلى درجة الاستعداد والرغبة الشخصية للفرد في القيام بالسلوك المطلوب.

- علاقة النظرية بموضوع الدراسة الحالية

أن نظرية الفعل المبرر لفشباين تقدم إطاراً قوياً لفهم السلوك البشري واتخاذ القرارات. توفر هذه النظرية إطاراً نظرياً هاماً يمكن أن يستخدم في العديد من المجالات مثل علم النفس، وعلم السلوك الاجتماعي، وعلم الإدارة، وعلم الاقتصاد، وغيرها. بالاعتماد على المفاهيم والعناصر الأساسية لنظرية الفعل المعقول، يمكن للباحثين والمختصين.

وبالاعتماد على المفاهيم والعناصر الأساسية لنظرية الفعل المبرر، يمكن للباحثين والمختصين في العلوم الاجتماعية استخدامها لتحليل وتفسير السلوك البشري في سياقات مختلفة، وفي مجال علم النفس الاجتماعي، يمكن استخدام نظرية الفعل المعقول لفهم سلوك الفرد في العلاقات الاجتماعية واتخاذ القرارات الاجتماعية. يمكن تحليل كيفية يقوم الأفراد بتقييم العواقب الاجتماعية والمجتمعية للسلوك المحتمل وكيف يتأثر قرارهم بمحتملات الردود والموافقة أو الرفض من الآخرين.

إن نظرية الفعل المبرر تركز على تفسير السلوك البشري من خلال تحليل المعتقدات والمواقف الشخصية التي يحملها الفرد. في سياق تدريس مساقات التربية الإعلامية، وترى الباحثة أنه يمكن تفسير اتجاهات النخب الأكاديمية نحو هذا التدريس باستخدام نظرية الفعل المبرر من خلال العوامل التالية:

- 1- **المعتقدات والمعرفة:** تعتقد النخب الأكاديمية في التربية الإعلامية أنها ذات أهمية وفائدة في تنمية مهارات ووعي الطلاب في هذا المجال. قد تشمل المعتقدات مثل الاعتقاد بأن التربية الإعلامية تساهم في تعزيز التفكير النقدي والإبداع والوعي الثقافي للطلاب.
- 2- **الرأي الراجح:** تلعب الآراء والمواقف الشخصية للنخب الأكاديمية دورًا هامًا في تحديد اتجاهاتهم نحو تدريس مساقات التربية الإعلامية. قد تتأثر آراؤهم بالتوقعات المجتمعية، والدور الذي يلعبه التعليم الإعلامي في تنمية المجتمع والثقافة.
- 3- **الدافعية:** يمكن أن يؤثر مستوى الدافعية لدى النخب الأكاديمية في تدريس مساقات التربية الإعلامية على اتجاهاتهم وتحفيزهم لتقديم تجربة تعليمية ممتازة. قد تشمل الدوافع تحقيق التفوق الأكاديمي، والاهتمام بتطوير المناهج والمقررات الدراسي.
- 4- **العوامل الثقافية والاجتماعية:** تعكس العوامل الثقافية والاجتماعية السياق الذي يتم فيه تدريس مساقات التربية الإعلامية في الجامعات الأردنية. يمكن أن تتأثر اتجاهات النخب الأكاديمية بعوامل مثل القيم الثقافية، والتوجهات السياسية، والظروف الاقتصادية، وتوافر الموارد والدعم المؤسسي.
- 5- **التوجهات البحثية والتطورات الأكاديمية:** تسهم التوجهات البحثية والتطورات الأكاديمية في تشكيل اتجاهات النخب الأكاديمية نحو تدريس مساقات التربية الإعلامية. قد تتأثر هذه الاتجاهات بالمعرفة العلمية المتجددة والأبحاث الحديثة في مجال التربية الإعلامية، وتطبيقاتها العملية، والتحديات في المناهج التعليمية.
- 6- **التحفيز والتحديات:** تعتبر التحفيزات والتحديات التي تواجه النخب الأكاديمية في تدريس مساقات التربية الإعلامية جزءًا مهمًا في تأثير اتجاهاتهم. قد تشمل التحفيزات الاعتراف

الأكاديمي والمهني، والتأثير المباشر على التطور الأكاديمي والمهني للمدرس، في حين قد تتضمن التحديات نقص الموارد والدعم، والتوتر الوظيفي، والضغط الأكاديمية.

اتجاهات النخب الأكاديمية

الاتجاهات مفهومها مكوناتها وأنواعها

ظهر مصطلح الاتجاهات في مجال علم النفس الاجتماعي منذ عام (1909)، ولقد تعددت المفاهيم والآراء التي تناولت تعريف الاتجاهات، ومن بين هذه التعاريف ما يلي (صديق، 2012):

- يعرف إلبورت Allport الاتجاه: "بأنه إحدى حالات التهيؤ والتأهب العقلي العصبي التي تنظمها الخبرة ولها فعل توجيه على استجابات الأفراد للأشياء والمواقف المختلفة".
- أما بوجاردوس Bogardus فيرى الاتجاه بأنه: "نزعة للتصرف سواء إيجابياً أو سلبياً نحو وضع ما في البيئة التي تحدد قيماً إيجابية أو سلبية لهذا التصرف".
- ويعرفه توماس Tomas بالقول أن: "اتجاه الشخص هو حصيلة مزاجه ونوع المفاهيم التي يفرضها عليه مجتمعه، والصورة التي يدرك بها شتى المواقف في ضوء خبراته وتفكيره".

ولا بُدَّ من التركيز على أنَّ مفهوم الاتجاهات يرتبط بشكل أساسي بالحالات العقلية والعصبية المتمثلة في عملية الاستجابة للعديد من المواقف، وهو ما ساهم في تأكيد شبكات التواصل الاجتماعي على ضرورة التعرف على الاتجاهات النسبية، والتي تشمل على مفهوم الاستعداد السلوكي للتعرض للأفكار، الموضوعات، القضايا، كما قد يرتبط مفهوم الاتجاهات بالسلوكيات العاطفية والشعورية (معلا وتوفيق، 2005).

وتعتبر الاتجاهات من المفاهيم التي تنتبأ بالسلوكيات التي تساهم في تكوين فهم متكامل؛ من أجل تشكيل الاتجاهات المبنية على الممارسات الفعلية الحالية أو المستقبلية، مع أهمية قيامها في تحديد الاستراتيجيات التي تسعى إلى تلبية رغبات واحتياجات الأفراد حيال القضايا أو الأحداث المقدمة، بحيث تتأثر الاتجاهات بمجموعة من العناصر من أهمها (المناصير، 2011):

1. الأصدقاء والأسرة.
2. الخبرات المباشرة.
3. العناصر الشخصية.
4. وسائل الاتصال الجماهيري.

وعليه فإنَّ مفهوم الاتجاهات يتأثر بشكل كبير بالأنماط المعيشية للأفراد أو الجماهير المستهدفة، بالإضافة إلى ارتباطها بالتقاليد والعادات المستحدثة، والأساليب الإعلامية والاتصالية المتطورة، والأنماط السلوكية، مع أهمية تأكيدها على ضرورة إشباع الرغبات والحاجات الوجدانية المتعددة (العامري، 2013).

وقد تنوعت طرق تغيير الاتجاهات من خلال الأساليب المختلفة؛ من أجل تعديلها، ومن أهم هذه الطرق بحسب (العامري، 2013):

- **طريقة تغيير الجماعة المرجعي:** ويقصد بها الطريقة التي تركز على عملية انتقال الأفراد من جماعة إلى أخرى، على أن تكون ذات اتجاهات مختلفة، بحيث توفر الفرص أمام الفرد؛ من أجل تبني القيم التي تمتلكها الجماعة الجديدة بالإضافة إلى تبني اتجاهاتها.
- **طريقة تغيير الإطار المرجعي:** ويقصد بها الطريقة التي تؤكد على المعايير والقيم الفردية التي يتم تغييرها من خلال دمج الفرد بالاتجاهات المرتبطة بالإطار المرجعي بشكل ثابت.

• **طريقة التغيير في موضوع الاتجاه:** ويقصد بها الطريقة التي تساهم بتغيير الاتجاه حسب الموضوع، على أن يتم التعرف على المدركات والاتجاهات المعرفية بالتغييرات من قبل الفرد ذاته.

• **طريقة التغيير القسري:** ويقصد بها الطريقة التي تساهم في التعبير عن السلوكيات التي يتم تغييرها بشكل طارئ واضطراري، سواء كان التغيير في الاتجاهات بطريقة سلبية أو إيجابية.

ومما سبق وبعد الاطلاع على المفاهيم والتعريفات السابقة للاتجاه يمكن للباحثة أن تعرّف الاتجاه على أنه: ميل أو تأهب نفسي مكتسب يتميز بالثبات النسبي، ويوجه مشاعر الفرد وسلوكه نحو المثيرات من حوله من أشياء أو أفراد أو موضوعات تستدعي الاستجابة ويعبر عنها بالحب أو الكراهية، وتحمل طابعاً ايجابياً أو سلبياً تجاه الأشياء أو الأفراد أو الموضوعات المختلفة.

عناصر الاتجاه ومكوناته

يتكون الاتجاه من ثلاثة عناصر، الأول: يتمثل بالشعور الإيجابي أو السلبي تجاه شيء ما؛ والثاني: يتمثل بحالة استعداد عقلية توجه تقييم أو استجابة الشخص نحو الأشياء؛ وأما الثالث فيتضمن المشاعر: الوجدان، والسلوك أو الأفعال، والإدراك أو التفكير؛ وللاتجاه مكونات ثلاث، يجمّلها (العامري، 2013: 41) و(نجيب، 2017) على النحو التالي:

المكون المعرفي

يعتبر المرحلة الأولى في تكوين الاتجاه، ويتضمن المعارف ومعتقدات الفرد نحو موضوع الاتجاه، وهو الذي يكتسب عن طريق البيئة المحيطة بالفرد ودرجة ثقافته وتعليمه، وهو عبارة عن مجموع الخبرات والمعارف والمعلومات التي تتصل بموضوع الاتجاه، والتي آلت إلى الفرد عن

طريق النقل أو التلقين أو عن طريق الممارسة المباشرة، وهو ما يؤمن به الفرد من آراء ووجهات نظر نحو موضوع معين اكتسبها من خبراته السابقة مع مثيرات هذا الموضوع، مما يسهم في إعداده وتهيئته وتأهبه للاستجابة لها، وتقويمها في المواقف المتشابهة بنفس التفكير المبني على معرفته المسبقة بها.

المكون الوجداني

يتأثر الاتجاه بالتعزيز والتدعيم النفسي الذي يتمثل في درجة الانشراح أو الانقباض التي تعود على الفرد أثناء تفاعله مع المواقف المختلفة، وهذه الانفعالات تشكل الشحنة الانفعالية التي تصاحب تفكير الفرد النمطي حول موضوع الاتجاه بما يميزه عن غيره.

المكون السلوكي

هو الذي يمثل الوجهة الخارجية له، فيمثل انعكاساً لقيم الفرد واتجاهاته وتوقعات الآخرين، والخطوات الإجرائية التي ترتبط بتصرفات الإنسان إزاء موضوع الاتجاه، بما يدل على قبوله أو رفضه بناءً على تفكيره النمطي حوله إحساسه الوجداني، فالإتجاه يرتبط بالسلوك حيث يعد منبئاً للسلوك المستقبلي للفرد.

فالاتجاهات تنبئ بشكل قوي بالسلوك عندما يكون الأفراد لديهم خبرات مباشرة بهدف الاتجاه ويعبرون عن اتجاهاتهم بشكل متكرر؛ مما يحدث ثباتاً في الاتجاه، الذي يمثل التعبيرات والاستجابات الواضحة التي يقدمها الفرد كرد فعل لموقف معين، ومن الترتيب المنطقي أن الفرد يأتي بسلوك معين تعبيراً عن إدراكه لشيء ما ومعرفته ومعلوماته وعاطفته وانفعاله نحوه؛ ولذلك فإن المكون السلوكي للاتجاه هو نهاية المطاف، فعندما تتكامل جوانب الإدراك وأبعاده ويكون الفرد بناءً على ذلك رصيذاً من الخبرات والمعرفة والمعلومات التي تساعد في تكوين العاطفة أو

الانفعال، يقوم الفرد بالسلوك أو تقديم الاستجابة التي تتناسب مع هذا الانفعال وهذه الخبرة وهذا الإدراك (المحسن، 2016: 127).

مراحل تكوين الاتجاه

يتكون الاتجاه عند الفرد ويتطور من خلال التفاعل بين الفرد وبيئته بكل ما فيها من خصائص ومقومات، ويمر تكوين الاتجاه بثلاث مراحل هي:

المرحلة المعرفية

وتتمثل بعدة مجالات كما يوردها (عبد الحميد، 2012: 54)، وهي:

1. كشف الغموض: وذلك بإزالة الغموض الناتج عن نقص المعلومات التي يتعرض لها الفرد أو

تناقض المعلومات، أو عدم كفايتها لفهم معاني الأحداث أو تحديد التفسيرات الصحيحة لهذه الأحداث.

2. تكوين الاتجاه: تقوم وسائل الإعلام بتشكيل الاتجاهات من خلال المعلومات حول القضايا

المثارة في المجتمع، حيث تعمل على دفع غير محدود للآراء والموضوعات والشخصيات التي تثير المتلقين للاهتمام.

3. ترتيب الأولويات: وتقوم في ترتيب الأولويات واهتمامات المتلقين للموضوعات والأفكار التي

تتشرها، وذلك عندما تسلط وسائل الإعلام الضوء حول قضايا معينة دون أخرى، ليتشكل أهمية لدى الجمهور على هذه القضايا.

4. اتساع الاهتمامات: تساهم وسائل الإعلام في توسيع المعتقدات، وتعمل على تعليم الجمهور

بمعارف لا يدركونها من قبل، فذلك يساهم في تشكيل الأهمية.

مرحلة التأثيرات الوجدانية

تشير مرحلة التأثيرات الوجدانية عموماً للفئات العمرية المختلفة من المشاعر، والعواطف، والمكونات الأساسية من الحب، والكراهة في المجتمعات التي يتم بها تطوير اتجاهات الجمهور نحو وسائل الإعلام، للحصول على المعلومات، ونجد أن التأثير العاطفي أو التغيير العاطفي لدى الناس يمكن أن يحدث عندما يقدم معلومات معينة، من خلال رسائل إعلامية تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم؛ ومن هذه التأثيرات كما يجملها (حسيب، 2009: 101):

- **الفتور العاطفي:** وتعني كثرة التعرض للعنف في وسائل الإعلام وهي تؤدي إلى الشعور باللامبالاة وعدم الرغبة في تقديم العون للآخرين، فالفرد يتصرف كما لو كان العنف هو الحياة الحقيقية، إلا أنه ليس من الضروري أن يتحقق هذا، وربما يؤدي تعرض الأفراد لمشاهد العنف إلى إثارة الدافع لديهم، لاتخاذ مواقف ضد أسباب ممارسي العنف.
- **الخوف والقلق:** عندما تقوم وسائل الإعلام بعرض مشاهد العنف والرعب، فذلك يثير مشاعر الخوف لدى المتلقين، من أن يتعرضوا لمثل تلك المواقف في حياتهم.
- **الدعم المعنوي والاعتراب:** تعمل وسائل الإعلام إلى رفع الروح المعنوية للمواطنين أو تزيد شعورهم بالاعتراب، وذلك من خلال الاحساس بالاندماج بالمجتمع، أو التوحد، والعكس، فالمجتمعات التي تقوم وسائل الإعلام فيها بأدوار اتصال رئيسية، ترفع فيها من الروح المعنوية نتيجة زيادة الشعور الجمعي والتوحيد والاندماج، في حين يزداد اغتراب الفرد إذا لم يجد معلومات ووسائل الإعلام معبرة عن نفسه وثقافته وانتماءاته العرقية، والدينية، والسياسية.

مرحلة الآثار السلوكية

وتُعنى مرحلة الآثار السلوكية في التغيير في الاتجاهات، والاعتقادات، والحالات العاطفية؛ وهي أشياء يهتم بها الناس وتؤثر بوضوح في سلوكهم، وتتمثل الآثار السلوكية لاتجاه الفرد نحو وسائل الإعلام في سلوكين بحسب (عبد الحميد، 2012: 59):

- **التنشيط:** يعني قيام الفرد بنتيجة سلوكية نتيجة تعرضه لوسائل الإعلام.
- **الخمول:** ويعني عدم قيام الفرد بأي عمل، وعزوفه عن أي نشاط من الممكن القيام به، ويكون للملل تأثير كبير تجاه عزوف الأفراد عن العمل، والسبب في ذلك يكون التغطية الإعلامية المبالغ بها، التي قد تدفع الفرد لخموله هذا.

النخب الأكاديمية

شكلت النُخب في ذاتها ظاهرة سياسية اجتماعية هامة في التاريخ، فاستقطبت جهود الباحثين والدارسين من مختلف الاختصاصات والميادين، لأن فهم المجتمعات الإنسانية، وإدراك قانونية وجودها، لا يمكن أن يتم بعيداً عن النخب الفاعلة في التاريخ. ومن هنا تحولت ظاهرة النُخب إلى موضوع للدراسة وأداة للتليل في آن واحد.

ويشكل مفهوم النخب أحد المفاهيم الاستراتيجية الموظفة منهجياً في تحليل الظواهر الاجتماعية والإنسانية، ولاسيما القضايا الاجتماعية التي تتصل بالسلطة والطبقة وتوزيع الثروة والتطور الاجتماعي والتنمية، وضمن هذا التصور فإن مفهوم النخب ليس مجرد مفهوماً وصفيًا للدلالة على وضعية اجتماعية محددة في داخل المجتمع، بل هو أداة هامة جداً في مستويات تحليل الظواهر الاجتماعية وتفسيرها، ويضاف إلى ذلك كله أن مفهوم النخب قد شكل تاريخياً حقلاً مميزاً للتنظير الأيديولوجي ما بين الماركسية الكلاسيكية والاتجاهات الماركسية الجديدة وبين الاتجاهات

السوسيولوجية النقدية في مختلف مراحل تطور الفكر الإنساني في النصف الثاني من القرن العشرين (وظفة، 2015).

مفهوم النخب الأكاديمية

جاء في لسان العرب لابن منظور، أن كلمة نخبة مصدرها الفعل انتخب وانتخب الشيء، أي اختاره، والنخبة ما اختاره منه، ونخبة القوم، ونخبتهم خيارهم، ويقال: نخبة القوم بضم النون وفتح الخاء، وإذا قيل جاء في نخب أصحابه، أي خيارهم (ابن منظور، 2002).

وتعرف النخبة بأنها: "مجموعة من الأفراد الذين يشكلون أقلية وتسود تفضيلاتهم عند حدوث اختلاف التفضيلات المتعلقة بالقضايا الأساسية في المجتمع (وظفة، 2015)، وتعرف كذلك على أنها: "جماعة من الأشخاص يتم الاعتراف بعظمة تأثيرهم وسيطرتهم في شؤون المجتمع حيث تشكل هذه الجماعة أقلية حاكمة يمكن تمييزها عن الطبقة المحكومة، لمعيار القوة والسلطة بدلالة تمتعها بسلطان القوة والنفوذ والتأثير في المجتمع أكثر مما تتمتع به الطبقة المحكومة فيه، وذلك بسبب ما تمتلكه هذه الأقلية من مميزات القوة والخبرة في ممارسة السلطة والتنظيم داخل المجتمع الأمر الذي يؤهلها لقيادته (الشمري، 2015).

وقد بين (آدم، 2021) أن للنخب صفات تتسم بها وأهمها:

1- قلة العدد نسبياً باعتبارهم الصفوة، ومن ثم فهي متجانسة متحدة وواعية إلى حد كبير وتتميز بخاصية الحفاظ على ذاتها.

2- التمتع بمكانة اجتماعية مرموقة (السياسيون ورجال الدين والمثقفون ورجال الأعمال).

3- الإمساك بمصادر القوة السياسية (النخبة السياسية) ولها دور فاعل في صناعة السياسة

وتنفيذ ما تتضمنه من برامج.

4- القدرة على صنع القرارات.

5- توجيه المواطنين إلى القيم الاجتماعية التي تؤمن بها.

6- تشكل عناصرها وتأييدها لتولي المناصب المهمة في المجتمع (مقاليد السلطة).

7- القدرة على التوجيه والمشاركة في توجيه النشاط الاقتصادي من خلال السيطرة على وسائل

الإنتاج.

8- التأثير في العقيدة من خلال الدعاة أو النخبة الدينية.

ويمكن تعريف النخبة حسب تعريف الموسوعة البريطانية بأنها: الشريحة الأفضل في كل

طبقة، أو أنها جزء يتسم بالتفوق الاجتماعي داخل مجتمع ما وفق معايير، أو أنها مجموعة من

الأشخاص الذين حازوا على قدر كبير من القوة والتأثير بفضل مكانتهم الاجتماعية أو مستوياتهم

التعليمية (Encyclopedia Britannica, 1993)، أو أنها: "المجموعة المنتقاة التي تعد بمثابة

أفضل عناصر أي مجتمع من المجتمعات (حسين، 2020).

أما النخبة الأكاديمية فقد عرفها (بن جوى، 2012) على أنها: "جزء من النخبة الفكرية التي

تضم أساتذة الجامعات والأدباء والمفكرين، وهذه النخبة لها قدرتها على تشكيل قيم وثقافة مجموعة

كبيرة في المجتمع بحكم وظيفتها التدريسية للأجيال، ومن خلال إصداراتها العلمية ومشاركاته

الثقافية.

التربية الإعلامية

إن التطور الذي حصل في تكنولوجيا الاتصال في السنوات الأخيرة من القرن الماضي ومطلع

القرن الحالي هيأ الفرص اللازمة لانتشار وسائل الإعلام بخطوات سريعة وفاعلة فتحت الطريق

أمام الإنسان للمشاركة في مختلف الأنشطة الثقافية والتربوية والاجتماعية والاقتصادية.

إن فكرة التربية الإعلامية انطلقت في الوطن العربي خلال العقد الأول من الألفية الثالثة، وجاءت كضرورة ملحة وهدف لزيادة المعارف في الجوانب التحليلية والنقدية للنص الإعلامي سواء الذي يقدمه الإعلام العربي أو الأجنبي، وتعتبر الجامعة الأمريكية في بيروت نقطة الانطلاق العربية الأولى عندما بدأت أول ورشة عام 2006، بهدف التعرف إلى مفهوم جديد للإعلام في ظل عولمة الإعلام ودخول عصر تقنيات الاتصال والمعلومات وتأثيرها في تبدل الكثير من المفاهيم الاجتماعية والفكرية لدى المواطن والمجتمع (إحدادن، 2002).

مفهوم التربية الإعلامية

أصبح الإعلام يركز على قضايا العصر ومشكلاته وكيفية معالجة قضاياها، فقد عرف (أبو سمرة، 2009) الإعلام بأنه: "اتصال بين طرفين بقصد إيصال معنى أو قضية أو فكرة للعلم بها، والإعلام فن وعلم في الوقت نفسه، فهو علم لأنه يستند إلى البحث العلمي، وهو فن لأنه يعبر عن الأفكار في صورة فنية متنوعة".

وعرفها (عبد الحي، 2011) بأنه: "التعبير الفني المقنن والموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وقيمها وتربيتها وتجاربها وأوضاعها وأهدافها وأخبارها وحل المشكلات المختلفة"، أما (ختانتة وأبو سعد، 2010) فعرفا الإعلام بأنه: "نشر للمعلومات والأخبار والأفكار والآراء بين الناس على وجه يعبر عن ميولهم واتجاهاتهم وقيمهم بقصد التأثير".

وعرفها (الدليمي، 2011) بأنه: عملية تزويد الناس بالأخبار والحقائق والمعلومات الصادقة عن طريق وسائل خاصة، أو هو اطلاع الرأي العام المحلي والخارجي على ما يدور من أحداث ووقائع وبث الثقافة والوعي بين صفوفه.

ويمكن تعريف الإعلام بمفهومه الواسع بأنه العملية التي تزود الأفراد والجماعات بمجريات الأحداث والوقائع بنقلها إليهم بشكل مقروء أو مسموع أو مرئي.

أما التربية فقد تعددت تعريفاتها، وأحدث التعريفات في معظم الكتب التي تبحث بهذا الموضوع هو ما ذكره (الخرزاعلة وآخرون، 2011): "التربية عملية التكيف أو التفاعل بين الفرد وبيئته التي يعيش فيها، وعملية التكيف، أو التفاعل هذه تعني التكيف مع البيئة الطبيعية، والبيئة الاجتماعية ومظاهرها، وهي عملية طويلة الأمد، ولا نهاية لها إلا بانتهاج الحياة".

والتربية الإعلامية مفهوم مركب يشمل المعرفة والمهارات والمواقف التي تمكن المواطنين من فهم دور ووظائف وسائل الإعلام، والتقييم النقدي للمعلومات التي توجد في وسائل الإعلام، واستخراج وتنظيم المعلومات، وتحديد موقع المعلومات وكيفية الوصول إليها، والتواصل الأخلاقي المسؤول عن فهم الإنسان للمعرفة، والقدرة على إنشاء محتوى إعلامي (Grizzle, et al, 2013).

وعرفت التربية الإعلامية بأنها: "التعرف على مصادر المحتوى الإعلامي وأهدافه السياسية والاجتماعية والتجارية والثقافية والسياق الذي يرد فيه، ويشمل ذلك التحليل النقدي للمواد الإعلامية وإنتاج هذه المواد وتفسير الرسائل الإعلامية والقيم التي تحتويها" (الحمداني، 2015)، كما عرفها (البدراي، 2019) بأنها: "التفكير النقدي والمشاركة النقدية وإنتاج الأفكار الجديدة والمعالجات، وهي تشمل ليس فقط تحليل الخبر بإعادة قراءة ونقد التعليم والأفلام التلفزيونية والسينما والصورة وغيرها وان يكون للمواطن حق المشاركة الفعالة في صنع الخبر".

وتعرفها (أم الرتم وعواج، 2019) بأنها: "تنمية مهارات وقدرات النشء على تحليل الرسائل ونقدها وتقويمها بالشكل الذي يمكنه من المشاركة الواعية والهادفة في إنتاج المضامين الإعلامية".

وتعرفها (السيد، 2011) بأنها: "عملية تهدف إلى تعليم الطلبة وتدريبهم على التعامل مع محتويات وسائل الإعلام، وتجنبهم الآثار السلبية للإعلام، وتمكنهم من الاستفادة من الآثار الإيجابية، وتجعلهم أكثر إيجابية ووعي في التعامل مع وسائل الإعلام".

ويعرفها نيل (Neill, 2011) بأنها: "القدرة على الوصول إلى جميع وسائل الإعلام القديمة والحديثة، والاستفادة منها على أكمل وجه، واستخدامها بطريقة خلاقة، بالإضافة إلى المقدرة على التفكير النقدي لها، وهي جزء أساسي من استحقاق المواطنين للديمقراطية، ويرى ستيربيرغ وويلسون (Strasburger & Wilson, 2004) أن التربية الإعلامية هي: "تمكين الفرد من أن يقرأ ويكتب ويفسر رسائل الإعلام من حوله وينتج معنى، وكيف يتم تنظيمها، وكيف تعدل وتبنى الحقيقة، وكيف تؤثر في حياتنا، وربما تتضمن القدرة على الإنتاج الإعلامي".

ويمكن تعريف التربية الإعلامية: "القدرة على الوصول إلى الرسائل الإعلامية وتحليلها وتقييمها وإنتاج المحتوى والمشاركة من خلاله، وتشمل الكلمات والرسوم المطبوعة، والصوت، والصورة الساكنة والمتحركة التي يتم تقديمها عن طريق أي نوع من وسائل الإعلام". (الطويسي والهالات، 2018).

ويعرفها (غلاب، 2018) "شكل من أشكال التعليم واكتساب المهارات يهدف إلى إكساب الطلبة حساً نقدياً بشأن كل إنتاج إعلامي قد يعترضهم، وكيفية التعامل مع هذا التدفق الهائل من الرسائل الإعلامية يومياً وتمكينهم من الاختيار المميز والملائم".

من خلال التعريفات السابقة يمكن للباحثة أن تعرّف التربية الإعلامية: بأنها الطريقة التي تهدف إلى وصول الأفراد بغض النظر عن أعمارهم ونوعهم الاجتماعي إلى الرسالة الإعلامية

وفهما والعمل على نقدها وتفسيرها والتحقق منها، بالإضافة إلى التمكن من صياغة رسالة إعلامية جديدة تحمل في طياتها المشاركة الفاعلة في المجتمع بطريقة ديمقراطية تنفع جميع أفراد المجتمع.

التطور التاريخي لمفهوم التربية الإعلامية

بدأ ظهور مفهوم التربية الإعلامية في الستينيات من القرن الماضي كما جاء في تقرير (The Newsom Report) عام 1963 الصادر عن المجلس الاستشاري المركزي للتعليم في العاصمة البريطانية، والذي أكد ضرورة اكتساب المتعلمين مهارات القدرة على تحليل المواقف الإعلامية ونقدها، وفي عام 1973 ظهر الاهتمام بالمبادرة الإعلامية التي أطلق عليها مصطلح "الاتصال التربوي" (Educommunication) أو "التربية الإعلامية" (Media Education) بوساطة المجلس الدولي للفيلم والتلفزيون (International Film and TV council (IFTC) (Hamley, 2004).

وفي ملتقى خبراء اليونسكو المنعقد في باريس عام 1979، خرج الخبراء بتوصيات تتبنى مفهوماً أوسع للتربية الإعلامية لتشمل جميع طرق الدراسة والتعلم والتعليم لكل المستويات والمراحل التعليمية، وفي كل الظروف، وتقويم الإعلام كممارسة وتقنيات وتأثيراته الاجتماعية ومضامين وسائله والمشاركة فيها والتكيف معها، وإدراك دور وسائلها في الإبداع (عبدالحميد، 2012).

وبرز مصطلح الإعلام التربوي في أواخر السبعينات عندما استخدمته اليونسكو (المنظمة الدولية للتربية والثقافة والعلوم) للدلالة على التطور الذي طرأ على نظم المعلومات التربوية، وأساليب توثيقها، وتصنيفها، والإفادة منها، وذلك في أثناء انعقاد الدورة السادسة والثلاثين للمؤتمر الدولي للتربية عام 1977 (الدليمي، 2011).

واهتمت المنظمات الدولية ومنها منظمة اليونسكو بنشر التربية الإعلامية بين الأفراد عامة والمتعلمين خاصة، حيث مؤتمرها الدولي عن التربية الإعلامية في ألمانيا عام 1982، وكان من أبرز توصياته دعوة السلطات المختصة للمبادرة بالبداية في برنامج التربية الإعلامية الشاملة ومساندتها بدءاً من المرحلة ما قبل المدرسة حتى نهاية المرحلة الجامعية (Aix, 1989).

وجاء مؤتمر (تولوز) للتربية الإعلامية المنعقد بجامعة تولوز في فرنسا في يوليو عام 1990، حيث اجتمع (180) مندوباً من (40) دولة برعاية اليونسكو ومعهد الأفلام البريطانية ومركز (CLEMI)، للتباحث حول مستقبل التربية الإعلامية، والوقوف على تطور التعليم في مجال الإعلام، وطبيعة ذلك التطور، ومن أبرز توصيات هذا المؤتمر ضرورة العمل على إعداد النشء لخدمة مجتمعاتهم، وذلك بالاهتمام بمهوم الإعداد (Preparation)، ليكون الأفراد قادرين على المشاركة الفاعلة في مجتمعاتهم، من خلال الاختيار أو الانتقاء بالرؤية الناقدة للمحتوى الإعلامي، ومن ثم تقديم رؤى خاصة بكل فرد تظهر قدراته الإبداعية في التعامل مع وسائل الإعلام.

وفي عام 1999 قامت اللجنة التحضيرية واللجنة الوطنية النمساوية لليونسكو بتنظيم مؤتمر عالمي في فيينا في النمسا تحت مسمى " التربية من أجل عصر الإعلام والتقنية الرقمية"، وقد حضر المؤتمر (41) باحثاً يمثلون (33) دولة، وقد تطلعت نتائج المؤتمر إلى أن التربية الإعلامية نشاط أكثر ارتباطاً بالسياق العام لكل المجتمع، والاهتمام بمفهوم التمكين (Empowerment)، وإيجاد مساحة إعلامية للشباب لضمان حرية التعبير، وحق الوصول للمعلومات، بالإضافة إلى الاهتمام بالاختيار والنقد والتحليل ثم الإنتاج وبناء المعاني، وإدخال التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية. كما أقيمت في اشبيلية في اسبانيا حلقة دراسية في فبراير عام 2002 تحت

عنوان "التربية الإعلامية للشباب" لتأكيد مبادئ مؤتمر فيينا وتوصياته، والاهتمام بالتعريف العملي للتربية الإعلامية، والإفادة من التربية الإعلامية وبرامجها وآليات تنفيذها (عبدالحמיד، 2012).

ويمكن القول أن التطور المعرفي والتكنولوجي والتطورات الاقتصادية الوطنية والعالمية، رافقه اهتمام متزايد بالتربية الإعلامية، وبذلك حرصت العديد من دول العالم على الاهتمام بالتربية الإعلامية، والعناية بتدريسها في مراحل العملية التعليمية المختلفة، وإعداد خطط وبرامج متخصصة في التربية الإعلامية.

أهمية التربية الإعلامية

أشار (البدراي، 2019) أن وسائل الإعلام اليوم حلت بدلاً عن مؤسسات التنشئة الاجتماعية الأساسية مثل الأسرة والمدرسة والمسجد، وساهمت وسائل التواصل الاجتماعي بتطبيقاتها المختلفة بجعل الوالدين أكثر تخوفاً على سلوكيات وعادات أبنائهم وأطفالهم من المخاطر التي قد يتعرضون لها أثناء تعايشهم الذهني مع تلك التطبيقات. لذا تعمل التربية الإعلامية على تحقيق رسالتها بإعداد مواطنين قادرين على النفاذ إلى وسائل الإعلام لينهلوا بالمعلومات التي تزيد من معرفتهم ضمن الأصول الثقافية النافعة، والتي تجعل منهم أفراداً مواكبين لأشكال التطور في مناحي الحياة المختلفة بطريقة تحافظ على مبادئنا وتراثنا وثقافتنا.

وقد ذكر (درويش، 2012) أن أهمية التربية الإعلامية تتمثل في النقاط الآتية:

– تعليم الأطفال والشباب مهارات التعرض النقدي، وذلك بسبب ما يتم بثه في بعض وسائل

الإعلام من مواد غير مسؤولة.

- عدم إدراك بعض الأسر للدور الخطير الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام في تنشئة أفراد المجتمع، وغياب دور بعض الأسر في توجيه الأطفال والمراهقين في التعامل مع وسائل الإعلام، من هنا تساعد التربية الإعلامية الأسر في توجيه أبنائها.

- الحماية من التأثيرات الضارة لوسائل الإعلام.

- تساهم في جعل الأفراد أكثر مقدرة على تحليل ونقد وإنتاج الرسائل الإعلامية.

- تعزيز الديمقراطية بين أفراد المجتمع.

- تمكين أفراد المجتمع من الرد على المواد الإعلامية الغير مسؤولة.

وذكرت (الديوب، 2011) أن أهمية التربية الإعلامية تتمثل في النقاط الآتية:

- تثقيف الطلاب بطرق فهم الأمور وتقديرها، واستيعاب متطلبات العصر الجديد، وطرق التعامل مع العولمة.

- تجهيز الطلاب لمواجهة الأحداث الطارئة وغير الطارئة، وتزويدهم بالمهارات اللازمة لتجنب الخوف.

- مساعدة الطلاب على معرفة حقوقهم وواجباتهم، وتعزيز الانتماء وحب الوطن.

- معالجة المشكلات الاجتماعية والنفسية والثقافية، كالأمية التكنولوجية.

- إكساب الطلاب الثقافة الاجتماعية، وتنمية مهارات حل المشكلات والنقد والتقويم، والتحليل ومهارات القراءة والكتابة، والحوار والحديث والخطابة.

- تساعد على تكوين أنموذج القدوة الحسنة للطلاب بالمدارس، وإكسابهم صفات معينة" كالصبر، والتحمل، وتقدير الذات.

وبحسب (الطويسي وآخرون، 2016) فإنه هناك عدة مجالات يعكس عليها تبني التربية

الإعلامية بصورة ايجابية حددها التحالف الدولي للتربية الإعلامية وهي على النحو الآتي:

- الحكومة الرشيدة والمواطنة وحرية التعبير.
- وصول جميع المواطنين إلى المعلومات والمعرفة.
- تطوير وسائل الإعلام والمكتبات والإنترنت وغيرها من مقدمي المعلومات.
- التعليم والتدريس، والتعلم والتنمية المهنية.
- التنوع اللغوي والثقافي وتعزيز الحوار بين الثقافات والأديان.
- تمكين النساء والأطفال والشباب والأشخاص ذوي الإعاقة والفئات الاجتماعية المهمشة.
- ضمان الصحة الجسمية والبدنية والعقلية.
- الأعمال والصناعة والتشغيل والتنمية الاقتصادية المستدامة.
- الزراعة وحماية الحياة البرية والغابات والحفاظ على الموارد الطبيعية.

أهداف التربية الإعلامية

أشار (عبد الحميد، 2012) إلى أن أهداف التربية الإعلامية، تتمثل فيما يلي:

- حماية الصغار من تأثيرات وسائل الإعلام السلبية أو غير المرغوبة.
- دعم الثقافة المحلية والوطنية، والمحافظة على الهوية الثقافية.
- جعل الفرد على اطلاع دائم على التطورات السريعة في تكنولوجيا الاتصال.
- حرية التعبير وحق الوصول للمعلومات والحقائق.
- مساعدة أفراد المجتمع على فهم الأنظمة الإعلامية وأهدافها.
- بناء مواطن صالح يسهم في المشاركة الديمقراطية.

- التثقيف الشامل لجميع أفراد المجتمع وفي مجالات المعرفة.
- التربية والتعليم من خلال برامج تربوية درامية هادفة.
- تشكيل الاتجاهات وبنائها، حيث تعمل التربية الإعلامية على بناء الاتجاهات، أو تغييرها، أو تعديلها.

وأشارت (جودة، 2018) أن هناك أهداف للتربية الإعلامية تتعلق بالوالدين، وهي على النحو الآتي:

- حماية الأبناء من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام وخصوصاً بالمواد الإعلامية التي تتضمن مشاهد عنف ومشاهد تدعو إلى الرذيلة أو مشاهد تحرض على التفرد العنصرية.
- توعية الوالدين بالدور المناط بهم اتجاه أبنائهم من خلال التواصل معهم ورفعهم بالتوعية والخبرات التي تمكنهم من التعامل مع وسائل الإعلام بطريقة سليمة.

خصائص التربية الإعلامية وسماتها

أشار (الشميمري، 2010) و(الدسوقي، 2010) أن التربية الإعلامية تجمع بين خصائص وسمات كل أطراف الثقافة التربوية والإعلامية، ومن هذه الخصائص والسمات ما يلي:

- **العلمية:** حيث أصبحت المادة الإعلامية علماً أكاديمياً تتراكم فيه المعرفة ويتزايد فيه الإنتاج العلمي بشكل مطرد.
- **الواقعية:** إذ تتسم موضوعات التربية الإعلامية بمعالجتها لقضايا الواقع المعاصر، وبما يتلاءم مع متطلبات الواقع.
- **التوازن:** حيث تشمل التربية الإعلامية على مفاهيم إيجابية تعززها منظومة من القيم والاتجاهات المرغوبة.

- **التنوع:** حيث تقوم التربية الإعلامية على وسائل متعددة، منها: المقروء، والمسموع، والمرئي.
 - **الجاذبية:** حيث تتواصل التربية الإعلامية مع المهتمين بها بجاذبية برامجها المحببة للنفوس وتنوعها الثقافي والتعليمي.

- **التفاعلية:** وذلك بتفاعل المتعلم مع موضوعاتها المثيرة لانفعالات الجوارح، ودوافع الحاجات الإنسانية.

- **استمرارية التعلم:** حيث تعمل التربية الإعلامية على تزويد القادة التربويين بخبرات تعلم فريدة خارج الإطار الصفي من خلال وسائل الإعلام المتنوعة.

- **تنمية مهارات التفكير العليا:** كما ذكرتها (الشعراني، 2009)، وهي على النحو الآتي:

• **مهارة التفكير الناقد:** وهي مهارة عقلية تقوم على التفكير التأملي المعقول الذي يركز على ما يعتقد به الفرد أنه يقوم بأدائه، كما ويعرف بأنه فحص وتقويم للحلول المعروضة من أجل إصدار حكم حول قيمة الشيء.

• **مهارة التفكير الإبداعي:** وهي عملية ذهنية يتفاعل فيها القائد مع الخبرات العديدة التي يواجهها، بهدف استيعاب عناصر المواقف من أجل الوصول إلى فهم جديد أو إنتاج جديد، ويحقق حلاً أصيلاً لمشكلته، أو اكتشاف شيء جديد ذي قيمة بالنسبة له أو للمجتمع الذي يعيش فيه، ومن مهارات التفكير الإبداعي:

- **الطلاقة:** وتعني القدرة على توليد عدد كبير من البدائل أو المترادفات أو الأفكار أو المشكلات أو الاستعمالات عند الاستجابة لمثير معين مع السرعة والسهولة في توليدها.

- **المرونة:** وهي القدرة على توليد أفكار متنوعة ليست من نوع الأفكار المتوقعة عادة، وهي توجيه أو تحويل لمسار التفكير مع تغير في المثير أو متطلبات الموقف، أو مقدرة الشخص على التغير أو التكيف حين يلزم ذلك، وهي ذات علاقة بالكيف وليس بالكم.
- **الإفاضة والتوسع:** وتعني القدرة على إضافة تفاصيل جديدة ومتنوعة لفكرة أو حل لمشكلة.
- **الأصالة:** وتعني الجدة والتفرد في توليد الأفكار الجديدة وتعد محكاً للحكم على مستوى الإبداع وإنتاج ما غير مألوف.
- **الحساسية للمشكلات:** ويقصد بها الوعي بوجود مشكلات أو حاجات أو عناصر ضعف في البيئة أو الموقف، ويعني ذلك أن بعض الأفراد أسرع من غيرهم في ملاحظة المشكلات والتحقق من وجودهم في الموقف.
- **مهارة اتخاذ القرار:** وهي المهارة التي تهدف تعرف البدائل المتاحة لاختيار الأنسب بعد التأمل بواقع متطلبات الموقف وفي حدود الوقت المتاح.
- **مهارة حل المشكلات:** وهي نشاط ذهني معرفي تسير في خطوات معرفية ذهنية مرتبة ومنظمة في ذهن الفرد.
- **مهارة التحليل للرسائل الإعلامية للوقوف على جانبها الإيجابية لتعزيزها والجوانب السلبية للابتعاد عنها.**

مهارات التربية الإعلامية

- أوضح هوبس (Hobbs, 2010) أن الأفراد يحتاجون مهارات للحصول على فهم جيد حول كيفية إنشاء المعرفة وتعبيرها عن الواقع والانخراط في الأنشطة المدنية والعمل الاجتماعي، وتتمثل مهارات التربية الإعلامية في المهارات الآتية:

- الوصول (Access): القدرة على استخدام التكنولوجيا الحديثة التي توصلك إلى وسائل الإعلام بمهارة، والقدرة على تبادل المعلومات مع الآخرين والتواصل معهم.
- التحليل والتقييم (Analyze & Evaluate): القدرة على فهم الرسالة الإعلامية وتحليل جودتها بطريقة نقدية، والقدرة على معرفة صدق الرسالة الإعلامية، والقدرة على التفريق بين الخطأ والصواب في الرسالة الإعلامية.
- الإنشاء (Create): القدرة على إنشاء محتوى إعلامي وإنتاج المعرفة والرأي بطريقة أخلاقية وفعالة، القدرة على استخدام العديد من الأجهزة والوسائل الرقمية والاستفادة من وظائفها لغرض إنشاء محتوى ما أو رأي معين، وامتلاك ثقافة الإنتاج للرسائل الإعلامية وليس استهلاكها فقط.
- العمل والمشاركة (Act): العمل بشكل فردي وجماعي على تبادل المعرفة وحل المشكلات في المجتمعات المحلية والدولية.

ثانياً: الدراسات السابقة ذات الصلة

هناك العديد من الدراسات العربية والاجنبية ذات الصلة بموضوع الدراسة الحالية، قامت

الباحثة بتلخيصها وترتيبها زمنياً من الأقدم إلى الأحدث، وهي كما يأتي:

دراسة (الخصاونة والشديفات، 2012)، بعنوان: واقع التربية الإعلامية في المدارس الخاصة في المملكة الاردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها.

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع التربية الإعلامية في المدارس الخاصة في المملكة

الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها، ولتحقيق هدف الدراسة استخدمت الباحثتان المنهج

الوصفي المسحي، بالتطبيق على عينة عشوائية قوامها (100) طالب من طلاب الصف العاشر

الأساسي بالمدارس الخاصة في العاصمة عمان.

أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى التربية الإعلامية في المدارس الخاصة مرتفع بشكل عام،

وأن أكثر العوامل المؤثرة في التربية الإعلامية هو تركيز التربية الإعلامية على أركان العملية

التعليمية.

دراسة (البدراي، 2016)، بعنوان: التربية الإعلامية والرقمية وتحقيق المجتمع المعرفي.

هدفت إلى التعرف على مفهوم التربية الإعلامية وتطبيقاتها وأهدافها، ودورها في تحقيق

المعرفة للمجتمعات، ولتحقيق أهداف الدراسة اتبع الباحث المنهج الوصفي الاستقرائي، وذلك من

خلال مراجعة الكتب والدراسات السابقة واستنباط النتائج منها.

توصلت الدراسة إلى أن التربية الإعلامية بقدر ما هي أسلوب تفكير جديد في الحياة، وعلى

وجه التحديد في المجالات التي يتعرض فيها الأفراد، فهي سلوك تربوي جديد يحتاج إلى مزيد من

الدراسة والفهم لزيادة الوعي فيه، وقد أصبح من اللازم إدخال التربية الإعلامية لتكون منهجاً ثابتاً

لدراسة في المدارس والجامعات، وتفعيل الجهود في ذلك لأنه سيسهم في تفعيل مسألة التواصل المعمق وإثراء الثقافة الإعلامية بين جميع أفراد وفئات المجتمع.

دراسة (العسال، 2016)، بعنوان: معرفة الوالدين بالتربية الإعلامية والرقمية في المجتمع الأردني. هدفت الدراسة إلى تحديد مدى معرفة الوالدين في المجتمع الأردني بالتربية الإعلامية والرقمية، وقدرتهما على توجيه أبنائهم بخصوص التعامل مع الوسائل الرقمية والإعلامية، ولتحقيق هدف الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي المسحي، وبالاعتماد على عينة عشوائية بلغ عددها (400) والد ووالدة في الأردن.

أظهرت نتائج الدراسة وجود معرفة متوسط في التربية الإعلامية والتربية الرقمية، ووجود قدرة ضعيفة عند الوالدين على توجيه الأبناء في التعامل مع الوسائل الإعلامية والرقمية، وأن الوالدين في المجتمع الأردني يستهلكان المحتوى الإعلامي ولا ينتجانها، كما أن الحس النقدي لديهما ضعيف.

دراسة سايمون، وآخرون (Simons et al., 2017) بعنوان:

Measuring media literacy for media education: Development of a questionnaire for teachers' competencies.

قياس الثقافة الإعلامية للتربية الإعلامية: تطوير استبيان لكفاءات المعلمين.

هدفت هذه الدراسة إلى تطوير استبيان لقياس الثقافة الإعلامية للتربية الإعلامية ومدى كفاءة المعلمين في التثقيف الاعلامي بشكل فردي أو كفريق، ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمد الباحثون المنهج الوصفي التحليلي وذلك من خلال توزيع استبيان على عينة تمثيلية قوامها 454 معلمًا و219 طالبًا مدرسًا في مدارس التعليم العام في فلمنكا البلجيكية، وتم إجراء تحليل عامل استكشافي

أظهر أن الاستبيان صحيح وموثوق بما فيه الكفاية لتطوير إطار مرجعي يرسم الكفاءات اللازمة للمعلمين والتلاميذ.

خلصت الدراسة إلى أنه إذا كان المعلمون سيوفرون لمتعلميهم تربية إعلامية فعالة، فيجب عليهم أن يكونوا على دراية كافية بوسائل الإعلام، وأن يكون لديهم الكفاءات المطلوبة لتعزيز الثقافة الإعلامية بين المتعلمين.

دراسة (الرشيد، 2017)، بعنوان: واقع التربية الإعلامية في المدارس الحكومية بدولة الكويت: دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من المعلمين والمعلمات.

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع التربية الإعلامية ومدى الاعتماد عليها في المدارس الحكومية الكويتية من وجهة نظر المعلمين والمعلمات، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث المنهج المسحي، وبالاعتماد على عينة عشوائية قوامها (950) من المعلمين والمعلمات بمحافظة دولة الكويت.

أظهرت نتائج الدراسة وجود شرح كبير في الارتباط بين المدرسة والمؤسسة الإعلامية، وغياب التربية الإعلامية على مستوى الممارسة الفعلية على أرض الواقع، وأرجعوا السبب إلى صعوبة تطبيقها كمادة دراسية بسبب غياب الكفاءات والكوادر اللازمة لذلك.

دراسة (مسلم وعزيز، 2017)، بعنوان: تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكاديمية.

هدفت الدراسة إلى تأصيل مفهوم التربية الإعلامية، وبيان أهميتها، ومدى حاجة طلاب الجامعة إليها بصفة خاصة، وأفراد المجتمع بصفة عامة، مع إلقاء الضوء على الوعي بها، وكيف يمكن تنمية مستوى وعي طلاب الإعلام التربوي بهذه التربية، من خلال أدبيات المجال والبحوث

السابقة، وفي ضوء المعايير الأكاديمية المناسبة؛ تمهيدا لبناء البرنامج أو المقرر المزمع للتربية الإعلامية. ولتحقيق هذه الأهداف اتبع الباحث المنهج الوصفي، في مراجعة البحوث والكتابات التربوية والأكاديمية، ذات العلاقة بكل من: الوعي، والتربية الإعلامية، والمعايير الأكاديمية. أظهرت نتائج الدراسة ضرورة "التربية الإعلامية"، في الوعي بمضامين الإعلام وفي تعزيز قدرات طلاب الجامعات؛ لفهم وتحليل ما تقدمه وسائل الاتصالات التكنولوجية الحديثة والوسائط المتعددة في هذا المجتمع المعلوماتي.

دراسة (شبية، 2018). دراسة بعنوان: التربية الإعلامية ومواقع التواصل الاجتماعي دراسة لأدوار الأولياء في استخدام الأبناء لـفيسبوك.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مدى وعي الوالدين بمضامين الفيسبوك، والتعرف على الجوانب الايجابية والسلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي، والكشف عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في ايجاد مشاكل أسرية، وتسليط الضوء على أهمية دور الوالدين في التربية الإعلامية والاستخدام الجيد لمواقع التواصل الاجتماعي، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدمت الباحثة المنهج المسحي، ومن خلال توزيع الاستبانة على عينة قصدية بواقع (30) من أولياء الأمور في مدينة المسيلة في الجزائر.

أظهرت نتائج الدراسة أن 50% من أولياء الأمور يتركون أبنائهم بمفردهم أثناء استخدام الفيسبوك، وأن ما نسبته 73% على علم بطبيعة أصدقاء أبنائهم، وأن ما نسبته 90% يعرفون طبيعة المجموعات التي ينتمي إليها أبنائهم عبر الفيسبوك، وأن ما نسبته 86,7% من الاولياء أظهروا موافقتهم على تجنب أبنائهم المضامين السلبية في الفيسبوك.

دراسة جراتر وياداف (Gretter & Yadav, 2018) بعنوان:

What Do Preservice Teachers Think about Teaching Media Literacy? An Exploratory Study Using the Theory of Planned Behavior

ماذا يفكر معلمو ما قبل الخدمة في تدريس التربية الإعلامية؟ دراسة استكشافية باستخدام نظرية السلوك المخطط.

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف العوامل والمعتقدات الكامنة وراء نية معلمي ما قبل الخدمة في تدريس التربية الإعلامية والمعلوماتية في الفصل الدراسي المستقبلي وفقاً لنظرية السلوك المخطط، ولتحقيق هدف الدراسة اعتمد الباحثان المنهج الكيفي التحليلي، وذلك من خلال إجراء مقابلات هيكلية مخططة مع مجموعة من المدرسين وبواقع (40) مدراساً في مدارس التعليم العام في برلين بألمانيا.

تشير النتائج إلى أنه على الرغم من أن معلمي ما قبل الخدمة لديهم مواقف إيجابية تجاه التربية الإعلامية والمعلوماتية كمهارة أساسية للطلاب، إلا أنهم لا يشعرون أنه تم إبرازها في برنامج تعليم المعلمين، ويرى الكثيرون من أعضاء هيئة التدريس ومديري المدارس وأولياء الأمور ضرورة التركيز على تدريس التربية الإعلامية للطلاب في المدارس، وأنه قد تكون هناك حاجة لنمذجة المعلم لوسائل التربية الإعلامية والمعلوماتية لمساعدة المعلمين قبل الخدمة على تنمية الثقة في دمجها في عملهم المستقبلي.

دراسة (قاسيمي، 2019)، بعنوان: التربية الإعلامية في ظل حتمية الرقمنة: الفرص والتحديات.

هدفت الدراسة إلى تأصيل مفهوم التربية الإعلامية، وبيان أهميتها، في عصر ثورة المعلومات وغزو الرقمنة لجميع مجالات الحياة مع إلقاء الضوء على الاستخدامات المتعددة لشبنة الانترنت من قبل الافراد في مختلف المستويات، والتركيز على التربية الإعلامية واليات تفعيلها وأهميتها في ظل الإعلام الجديد الذي غير ملامح الخطاب الإعلامي المعاصر إضافة إلى الأطراف

والمؤسسات المسؤولة عن ترسيخها في المجتمع، ولتحقيق هذه الأهداف اتبعت الباحثة المنهج الوصفي في مراجعة البحوث والكتابات التربوية والأكاديمية، ذات العلاقة بكل من: التربية الإعلامية، الإعلام الجديد أو عصر الرقمنة.

توصلت الدراسة إلى أن التربية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد أو عالم الرقمنة أصبحت أكثر من ضرورة لأن الثورة التكنولوجية قد مست جميع قطاعات الحياة مما يفرض على الافراد التأقلم معها والتدريب على كيفية استخدامها بالطريق التي تجعلنا نستفيد منها ونحافظ على قيمنا وأخلاقنا لا بالطريقة التي تؤدي بنا بالانزياح ضمن سلبياتها.

دراسة مانفرا وهولميس (Manfra & Holmes, 2020) بعنوان:

Integrating Media Literacy in Social Studies Teacher Education

دمج التربية الإعلامية في تعليم معلم الدراسات الاجتماعية

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهمية تعليم التربية الإعلامية لدى معلمي الدراسات الاجتماعية، ولتحقيق هدف الدراسة اعتمد الباحثان المنهج الاستقرائي، وذلك من خلال مراجعة أدبيات الدراسة ذات العلاقة بموضوع دراستهم الحالية.

وقد أشارت نتائج الدراسة المستخلصة من الدراسات والأبحاث السابقة إلى أن النهج الشامل متعدد الأوجه للتربية الإعلامية يمكن أن يساعد الطلاب على تطوير التفكير المدني عبر الإنترنت، والتغلب على التحيز السياسي، والمشاركة في الأنشطة المدنية عبر الإنترنت. من أجل أن يتبنى المعلمون قبل الخدمة التربية الإعلامية كجزء من ممارساتهم التدريسية، يجب على معلمي الدراسات الاجتماعية أن يحسنوا كفاءتهم في التنقل عبر وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الإخبارية ومصادر المعلومات الأخرى، مع دمج التربية الإعلامية بانتظام في برامج تعليم المعلمين.

دراسة (العقباوي، 2022)، بعنوان: العلاقة بين الوعي بالتربية الإعلامية الرقمية والسمات الشخصية لدى الطالبات المعلمات بكلية التربية للطفولة المبكرة.

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين الوعي بالتربية الإعلامية الرقمية والسمات الشخصية لدى الطالبات المعلمات بكلية التربية للطفولة المبكرة في ضوء متغير السمة الشخصية للطالبة، ولتحقيق أهداف البحث تم اختيار عينة مكونة من (242) طالبة ممن يدرسون في كلية التربية للطفولة المبكرة جامعة المنوفية، وتم اختيارهم بطريقة عشوائية من مجتمع الدراسة البالغ عددهم (435) طالبة، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي المسحي.

توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في بين الوعي بالتربية الإعلامية والسمات الشخصية للطالبات، وهذا يشير إلى قلة الوعي بالتربية الإعلامية لدى عينة الدراسة بشكل عام.

دراسة (المشاقبة، 2022)، بعنوان: التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها على مضامين المواقع الإخبارية الأردنية في ظل تنامي الواقع الرقمي.

هدفت الدراسة إلى بيان تطبيق التربية الإعلامية على مضامين المواقع الإخبارية الأردنية وبيان توظيف مضامين التربية الإعلامية في المواقع الإخبارية الأردنية في ظل تنامي الإعلام الرقمي وبيان مزايا تطبيق التربية الإعلامية في الجامعات الأردنية من وجهة نظر الطلبة وبيان مجالات تطبيق التربية الإعلامية في الجامعات الأردنية من وجهة نظر الطلبة. وتكون مجتمع الدراسة من طلبة الجامعات الأردنية وتم توزيع الأداة على عينة مكونة من (650) من طلبة الدراسات العليا في الجامعات.

وبينت الدراسة وجود درجة متوسطة من الموافقة على مجالات تطبيق التربية الإعلامية في الجامعات الأردنية من وجهة نظر الطلبة بشكل عام، كما أشارت نتائج الدراسة إلى وجود درجة متوسطة من الموافقة على مجال تطبيق مجال المواقع الإخبارية بشكل عام، وتبين من خلال نتائج التحليل أن المواقع الإخبارية كأحد مجالات التربية الإعلامية تسهم بشكل ضعيف في زيادة معرفة الطلبة بالأحداث الوطنية.

ثالثاً: ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

بحث الدراسات السابقة التي قامت الباحثة بمراجعتها في موضوع التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها أو أثرها في متغيرات كالوعي أو السمات الشخصية أو تطورها في ظل الحتمية التكنولوجية، وقد تنوعت في مجالها وأهدافها والبيئة التي أجريت فيها والمنهجية التي اعتمدها، وقد تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من حيث الموضوع والأهداف والبيئة المكانية، وكما يأتي:

- من حيث الموضوع والهدف

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على اتجاهات النخب الأكاديمية نحو تدريس مساقات التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات الأردنية، بينما جاءت معظم الدراسات السابقة للتعرف بشكل عام على التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها وأثرها في متغيرات أخرى، ولم تبحث في اتجاهات النخب الأكاديمية نحو تدريس التربية الإعلامية كمساقات جامعية، وبهذا الاختلاف تتميز عن غيرها من الدراسات السابقة.

- من حيث البيئة المكانية والحدود

تم تطبيق الدراسة الحالية في بيئة عربية (الأردن)، وبالتحديد على عينة من النخب الأكاديمية من أعضاء الهيئات التدريسية العاملين في الجامعات الأردنية، في حين أجريت الدراسات السابقة في بيئات عربية وغير عربية، ولكل منها خصوصيتها واهتماماتها.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

يتناول هذا الفصل الطرق والإجراءات التي استخدمتها الدراسة ومجتمعها والعينة، وكيفية اختيارها وأدوات الدراسة لجمع البيانات الأولية، وصدق وثبات أداة الدراسة، وتوضيحاً للأساليب الاحصائية التي تم استخدامها، وعلى النحو الآتي:

منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي حيث يُعد هذا المنهج الأكثر ملائمة في هذا النوع من الدراسات، يقوم على وصف اتجاهات النخب الأكاديمية نحو تدريس مساقات التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات الأردنية. حيث تم تصميم استبانة لقياس مفهوم وأهمية التربية الإعلامية، واتجاهات النخب الأكاديمية نحو أهمية تدريس مساقات التربية الإعلامية في الجامعات، العوامل المؤثرة في فاعلية تطبيق وتدريس مساقات التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات الأردنية، وكذلك المعوقات التي تواجه تطبيق وتدريس التربية الإعلامية في الجامعات الأردنية.

مجتمع الدراسة

تضمن مجتمع الدراسة نخبة أعضاء هيئات التدريس في الجامعات الأردنية في شمال الأردن وعمان، في مختلف المستويات الأكاديمية: (مدرس - أستاذ مساعد - أستاذ مشارك - أستاذ)، الذين يدرسون مواد في تخصص الإعلام والتربية الإعلامية، والبالغ عددهم (95) مفردة.

عينة الدراسة

شملت عينة الدراسة جميع مفردات مجتمع الدراسة والبالغ (95) مفردة، وزعت الباحثة عليهم أداة الدراسة المتمثلة باستبيان إلكتروني من خلال برنامج (Google Drive)، وتم استثناء (4)

استبانات غير صالحة لأغراض التحليل الإحصائي، وبذلك فإن العينة تكونت من (91) مفردة. وتوضح الجداول الآتية العوامل الديموغرافية لعينة الدراسة.

الجدول (1)

توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	70	%76.7
أنثى	21	%23.3
المجموع	91	%100

من الجدول السابق يتضح أن معظم أفراد العينة هم من الذكور، حيث بلغ عددهم (70) عضو هيئة تدريس، شكلوا ما نسبته (76.7%)، في حين أن الإناث بلغ عددهن (21)، شكلن ما نسبته (23.3%).

الجدول (2)

توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية

الفئة العمرية	التكرار	النسبة
أقل من 30 سنة	6	%6.6
من 30 إلى أقل من 45 سنة	29	%31.9
من 45 سنة فأكثر	56	%61.5
المجموع	91	%100

من الجدول السابق يتضح أن معظم أفراد العينة ضمن الفئة العمرية (من 45 سنة فأكثر)، حيث بلغ عددهم (56) عضو هيئة تدريس، شكلوا ما نسبته (61.5%)، يليهم من هم ضمن الفئة العمرية (من 30 - 45 سنة) وبنسبة (31.9%)، ويليه في المرتبة الأخيرة من هم ضمن الفئة (أقل من 30 سنة)، وبنسبة (6.6%).

الجدول (3)

توزيع أفراد العينة حسب المستوى الأكاديمي

النسبة	التكرار	المستوى الأكاديمي
7.7%	7	مدرس / محاضر
26.4%	24	أستاذ مساعد
42.9%	39	أستاذ مشارك
23.1%	21	أستاذ
100%	91	المجموع

من الجدول السابق يتضح أن معظم أفراد العينة ضمن المستوى الأكاديمي (أستاذ مشارك)، حيث بلغ عددهم (39) عضو هيئة تدريس، شكلوا ما نسبته (42.9%)، يليهم من هم ضمن المستوى (أستاذ مساعد) ونسبة (26.4%)، يليهم من هم ضمن المستوى (أستاذ)، ونسبة (23.1%)، ويليه في المرتبة الأخيرة من هم ضمن المستوى (مدرس/محاضر)، ونسبة (7.7%).

الجدول (4)

توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة في التدريس

النسبة	التكرار	سنوات الخبرة
6.6%	6	أقل من 5 سنوات
40.7%	37	من 5 - 10 سنوات
52.7%	48	أكثر من 10 سنوات
100%	91	المجموع

من الجدول السابق يتضح أن معظم أفراد العينة لديهم سنوات خبرة (أكثر من 10 سنوات)، حيث بلغ عددهم (48) عضو هيئة تدريس، شكلوا ما نسبته (52.7%)، يليهم من هم ضمن الفئة (من 5 - 10 سنوات) ونسبة (40.7%)، ويليه في المرتبة الأخيرة من هم ضمن الفئة (أقل من 5 سنوات)، ونسبة (6.6%).

طرق جمع البيانات والمعلومات

اعتمدت الباحثة نوعين من مصادر المعلومات:

أولاً: المصادر الأولية: تم الاعتماد على الاستبانة للحصول على البيانات الأولية للدراسة، حيث قامت الباحثة بتصميمها بالاعتماد على ما طرحه الأدب النظري والدراسات السابقة لقياس اتجاهات النخب الأكاديمية نحو تدريس مساقات التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات الأردنية. ثانياً: المصادر الثانوية: تم الحصول عليها من الكتب والمراجع العربية والأجنبية، والبحوث العلمية المنشورة في الدوريات، بالإضافة إلى الرسائل والأطاريح الجامعية، والشبكة العالمية للمعلومات (الانترنت).

أداة الدراسة

قامت الباحثة بتطوير أداة الدراسة (الاستبانة) بعد الرجوع إلى الأدب النظري السابق والدراسات السابقة المتعلقة بتدريس مساقات التربية الإعلامية، حيث تكونت أداة الدراسة من خمسة أجزاء:

- الجزء الأول: المتغيرات الشخصية والوظيفية، وتتضمن (الجنس - الفئة العمرية - المستوى الأكاديمي - سنوات الخبرة في التدريس)
- الجزء الثاني: الفقرات التي تقيس مفهوم وأهمية التربية الإعلامية: (الفقرات من 1-10).
- الجزء الثالث: الفقرات التي تقيس آراء النخب الأكاديمية في أهمية تدريس مساقات التربية الإعلامية في الجامعات، حيث تم تقسيمها إلى أربعة أبعاد على النحو الآتي:

- البعد الأول: البعد المعرفي (الفقرات من 11-20).

- البعد الثاني: البعد الوجداني (الفقرات من 21-25).

- البعد الثالث: البعد المهاري (الفقرات من 26-30).

- البعد الرابع: البعد التربوي (الفقرات من 31-36).

واستخدمت الباحثة مقياس ليكرت الخماسي (Likert/ Five Scale) بهدف قياس آراء واتجاهات أفراد عينة الدراسة، وذلك بوضع إشارة (✓) أمام الإجابة التي تعكس درجة موافقتهم، وقد تم إعطاء كل فقرة من فقرات أداة الدراسة درجة ليتم معالجتها إحصائياً على النحو التالي:

- موافق بشدة = 5 موافق = 4 محايد = 3

- غير موافق = 2 غير موافق بشدة = 1

وبناء عليه تم اعتماد المقياس التالي للحكم على المتوسطات الحسابية لمستوى التقييم، وحسب

المعادلة الآتية:

$$1.33 = 3/(4-5)$$

أولاً: (أقل من 2.33) درجة منخفضة.

ثانياً: (من 2.33 – أقل من 3.67) درجة متوسطة.

ثالثاً: (من 3.67 – 5) درجة مرتفعة.

صدق أداة الدراسة (الاستبانة)

تم التحقق من صدق أداة الدراسة من خلال الصدق الظاهري والصدق الداخلي، وكما يلي:

1- الصدق الظاهري (Face Validity)

لأغراض التحقق من الصدق الظاهري، عرضت أداة الدراسة عدد من المحكمين والخبراء في مجال الصحافة والإعلام (الملحق رقم 1)، لإبداء رأيهم في فقراتها من حيث صياغتها اللغوية، ومدى انتماء الفقرات لمجالاتها، وصلاحياتها للهدف الذي صممت لأجله، وتم تعديلها حسب توجيهات المحكمين حيث تم تغيير وحذف بعض الفقرات، وإجراء تعديلات على صياغتها اللغوية والعلمية، والخروج بالشكل النهائي لهما (الملحق رقم 2).

2- صدق البناء (Validity)

ويقصد بهذا الصدق مدى تعبير فقرات كل بعد من أبعاد الدراسة عن المتغير الذي ينتمي إليه وقد انصب الاهتمام على التأكد من أن كل متغير من متغيرات الدراسة ممثل بشكل دقيق بمجموعة من الفقرات أو العبارات بصورة مناسبة وأن هذه الفقرات تقيس بالفعل هذا المتغير، وتم قياس صدق محتوى الاستبانة من خلال قياس العلاقة بين كل فقرة وبين المحور الذي تنتمي إليه واستبعاد الفقرات التي يكون معامل ارتباطها ضعيفاً بالاعتماد على علاقات الارتباط التي تكون دلالتها الإحصائية مهمة عند مستوى $(\alpha \geq 0.05)$ ، وكما يلي:

أولاً- الفقرات التي تقيس مفهوم وأهمية التربية الإعلامية

الجدول (5)

صدق البناء لفقرات مفهوم وأهمية التربية الإعلامية

الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1	0.33	*0.02	6	0.71	**0.00
2	0.57	**0.00	7	0.64	**0.00
3	0.76	**0.00	8	0.68	**0.00
4	0.85	**0.00	9	0.72	**0.00
5	0.47	**0.00	10	0.59	**0.00

* دال إحصائياً عند المستوى (0.05).

** دال إحصائياً عند المستوى (0.01).

من الجدول السابق يتضح أن معاملات الارتباط لفقرات مفهوم وأهمية التربية الإعلامية تراوحت ما بين (0.33) و(0.85)، وهي دالة إحصائياً عد المستوى (0.01) والمستوى (0.05)، وهذا يشير إلى وجود اتساق داخلي قوي لفقرات (مفهوم وأهمية التربية الإعلامية).

ثانياً- آراء النخب الأكاديمية في أهمية تدريس مساقات التربية الإعلامية في الجامعات

الجدول (6)

صدق البناء لفقرات أهمية تدريس مساقات التربية الإعلامية في الجامعات

الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
11	0.66	**0.00	24	0.94	**0.00
12	0.88	**0.00	25	0.88	**0.00
13	0.77	**0.00	26	0.57	**0.00
14	0.79	**0.00	27	0.68	**0.00
15	0.72	**0.00	28	0.74	**0.00
16	0.88	**0.00	29	0.75	**0.00
17	0.91	**0.00	30	0.88	**0.00
18	0.78	**0.00	31	0.77	**0.00
19	0.69	**0.00	32	0.56	**0.00
20	0.44	**0.00	33	0.77	**0.00
21	0.67	**0.00	34	0.87	**0.00
22	0.55	**0.00	35	0.69	**0.00
23	0.64	**0.00	36	0.61	**0.00

** دال إحصائياً عند المستوى (0.01).

من الجدول السابق يتضح أن معاملات الارتباط لفقرات (أهمية تدريس مساقات التربية

الإعلامية في الجامعات) تراوحت ما بين (0.44) و (0.94)، وهي دالة إحصائياً عند المستوى

(0.01)، وهذا يشير إلى وجود اتساق داخلي قوي لهذه الفقرات).

الجدول (7)

صدق البناء لفقرات العوامل المؤثرة في فاعلية تطبيق وتدريس مساقات التربية الإعلامية

الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
37	0.32	**0.01	42	0.69	**0.00
38	0.72	**0.00	43	0.94	**0.00
39	0.82	**0.00	44	0.88	**0.00
40	0.82	**0.00	45	0.91	**0.00
41	0.65	**0.00	46	0.88	**0.00

** دال إحصائياً عند المستوى (0.01).

من الجدول السابق يتضح أن معاملات الارتباط لفقرات العوامل المؤثرة في فاعلية تطبيق وتدريب مساقات التربية الإعلامية، تراوحت ما بين (0.32) و (0.94)، وهي دالة إحصائياً عد المستوى (0.01)، وهذا يشير إلى وجود اتساق داخلي قوي لفقرات (العوامل المؤثرة في فاعلية تطبيق وتدريب مساقات التربية الإعلامية).

الجدول (8)

صدق البناء لفقرات المعينات التي تواجه تطبيق وتدريب التربية الإعلامية

الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
47	0.66	**0.00	50	0.82	**0.00
48	0.36	*0.03	50	0.59	**0.00
49	0.77	**0.00			

** دال إحصائياً عند المستوى (0.01).

من الجدول السابق يتضح أن معاملات الارتباط لفقرات المعينات التي تواجه تطبيق وتدريب التربية الإعلامية، تراوحت ما بين (0.36) و (0.82)، وهي دالة إحصائياً عد المستوى (0.01)، وهذا يشير إلى وجود اتساق داخلي قوي لفقرات (المعينات التي تواجه تطبيق وتدريب التربية الإعلامية).

ثبات أداة الدراسة

للتأكد من ثبات أداة الدراسة تم حساب الاتساق الداخلي وفق معادلة كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) لكل بعد وللمعدل ككل لفقرات الاستبانة، وكما هو مبين في الجدول (9):

الجدول (9)

ثبات أبعاد أداة الدراسة باستخدام معامل ألفا كرونباخ (ن=91)

معامل ألفا كرونباخ	عدد العبارات	البعد
0.821	10	مفهوم وأهمية التربية الإعلامية
0.862	26	اتجاهات النخب الأكاديمية نحو أهمية تدريس مساقات التربية الإعلامية
0.844	10	العوامل المؤثرة في فاعلية تطبيق وتدريس مساقات التربية الإعلامية
0.811	5	المعوقات التي تواجه تطبيق وتدريس التربية الإعلامية
0.899	51	أداة الدراسة ككل

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن معامل كرونباخ ألفا لجميع أبعاد وفقرات أداة الدراسة بلغ (0.889) وهو مؤشر على الثبات، ويعد معامل ثبات أكبر من (0.70) مقبولاً، كما أن معاملات كرونباخ ألفا لأبعاد أداة الدراسة كل على حدة كان مرتفعاً، حيث بلغ عند (مفهوم وأهمية التربية الإعلامية) (0.821)، و(0.862) لبعد (اتجاهات النخب الأكاديمية نحو أهمية تدريس مساقات التربية الإعلامية)، و(0.844) لبعد (العوامل المؤثرة في فاعلية تطبيق وتدريس مساقات التربية الإعلامية)، و(0.811) لبعد (المعوقات التي تواجه تطبيق وتدريس التربية الإعلامية)، وهذا ما يشير إلى الثبات.

المعالجة الإحصائية

من أجل تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها، سيتم معالجة بيانات الاستبانة، بعد التأكد من استيفائها كافة الشروط المطلوبة؛ باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS) من خلال:

أولاً: أساليب الإحصاء الوصفي Descriptive Statistic Measures

وذلك لغايات وصف خصائص عينة أفراد الدراسة الديموغرافية والوظيفية، بالإضافة إلى

تقديراتهم من خلال إجاباتهم على فقرات أداة الدراسة، وتشمل ما يأتي:

- النسب المئوية: لقياس التوزيعات التكرارية النسبية لخصائص أفراد الدراسة.
- الوسط الحسابي: لقياس متوسط إجابات المبحوثين عن فقرات الاستبانة.
- الانحراف المعياري: لقياس مدى تشتت الإجابات عن وسطها الحسابي.
- الأهمية النسبية: يتم تحديدها عند التعليق على المتوسطات طبقاً لصيغة معتمدة، ووفقاً لمقياس ليكرت الخماسي لبدائل الإجابة لكل فقرة.

ثانياً: الإحصاء التحليلي

- معامل الثبات (كرونباخ الفا) Cronbach Alpha للتعرف على مدى ثبات مقاييس الدراسة.
- اختبار التباين (t-test) و(f-test) لقياس الفروق المعنوية في اتجاهات أفراد العينة تبعاً لخصائصهم الشخصية.

إجراءات الدراسة

اتبعت الباحثة في سبيل تحقيق اهداف الدراسة، مجموعة من الإجراءات، تتمثل في الآتي:

- 1- تحديد مشكلة الدراسة المتمثلة بدراسة اتجاهات النخب الأكاديمية نحو تدريس مادة التربية الإعلامية في الجامعات الأردنية.
- 2- مراجعة الأدب النظري والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، للاستعانة في كتابة الأدب النظري والدراسات السابقة، بالإضافة إلى تصميم أداة الدراسة.

- 3- توزيع أداة الدراسة إلكترونيا على عينة الدراسة حيث بلغ عددهم (91) عضو هيئة تدريس.
- 4- تحليل البيانات التي تم الحصول عليها من أفراد عينة الدراسة، ومن ثم مناقشة النتائج في ضوء ما أسفرت عنه عملية التحليل، وبالإستعانة بالأدب النظري ونتائج الدراسات السابقة، ووضع التوصيات المناسبة.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

يستعرض هذا الفصل نتائج الدراسة التي تم التوصل إليها بعد تحليل إجابات أفراد العينة من النخب الأكاديمية على أداة الدراسة (الاستبانة)، بهدف التعرف على اتجاهات النخب الأكاديمية نحو تدريس مساقات التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات الأردنية، وفيما يأتي عرضاً لنتائج الدراسة:

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول والذي نص على: ما مستوى إدراك النخب الأكاديمية لمفهوم التربية الإعلامية وأهميتها؟

للإجابة عن هذا السؤال، قامت الباحثة بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة من النخب الأكاديمية على الفقرات المتعلقة بمفهوم التربية الإعلامية، وجاءت النتائج كما هي موضحة في الجدول (10).

الجدول (10)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى إدراك النخب الأكاديمية لمفهوم التربية الإعلامية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	أستطيع فهم ما تقدمه وسائل الإعلام والتمييز بين المفيد والضار.	4.97	0.18	مرتفعة
2	أرى أن لوسائل الإعلام دورا كبير في تسليط الضوء على العديد من القضايا التي تهم المجتمع.	4.23	0.52	مرتفعة
3	تزيد التربية الإعلامية من القدرة على الوصول إلى جميع وسائل الإعلام	4.51	0.71	مرتفعة
4	تزيد التربية الإعلامية الاستفادة من مواد التربية التي تبث عبر وسائل الاعلام	4.16	0.83	مرتفعة
5	تهدف التربية الإعلامية إلى تعليم الطلبة وتدريبهم على التعامل مع محتويات وسائل الإعلام	4.18	0.85	مرتفعة

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة	الرقم
مرتفعة	0.89	4.32	تعمل التربية الإعلامية على تجنب الطلبة الاثار السلبية لوسائل الاعلام	6
مرتفعة	0.66	4.36	تمكن التربية الإعلامية الطلبة من الاستفادة من ميزاتھا الايجابية	7
مرتفعة	0.78	4.47	تسهم التربية الإعلامية في التعرف على مصادر المحتوى الإعلامي وأهدافه والسياق الذي يرد فيه.	8
مرتفعة	0.81	4.24	تسهم التربية الإعلامية في تعليم مهارات التعرض النقدي	9
مرتفعة	0.78	4.25	تسهم التربية الإعلامية في الحماية من التأثيرات الضارة لوسائل الإعلام.	10
مرتفعة		4.37	معدل الأوساط الحسابية	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن إجابات معظم أفراد العينة كانت تتجه نحو الموافقة بشدة على ما جاء في الجزء المتعلق بمفهوم التربية الإعلامية لدى النخب الأكاديمية، وهذا ما يشير إليه متوسطات إجاباتهم، حيث تراوحت متوسطات الإجابات بين (4.16 إلى 4.97)، وقد جاءت الفقرة رقم (1) التي تنص على: "أستطيع فهم ما تقدمه وسائل الإعلام والتميز بين المفيد والضار" في المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي بلغ (4.97)، وبدرجة موافقة مرتفعة، وجاءت الفقرة رقم (4) التي تنص على: "تزيد التربية الإعلامية الاستفادة من مواد التربية التي تبث عبر وسائل الاعلام" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (4.16) وبدرجة موافقة مرتفعة كذلك.

ويشير معدل الأوساط الحسابية البالغ (4.37) إلى وجود مستوى مرتفع من إدراك النخب

الأكاديمية لمفهوم التربية الإعلامية.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني والذي نص على: "ما اتجاهات النخب الأكاديمية نحو أهمية التربية الإعلامية وتطبيقاتها في التعليم العام الأردني؟"

للإجابة عن هذا السؤال، قامت الباحثة بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة من النخب الأكاديمية على الفقرات المتعلقة بأهمية التربية الإعلامية، حيث تضمنت أهمية التربية الإعلامية أربعة أبعاد، تم احتساب هذه الأبعاد أولاً، ثم احتساب فقرات كل بعد من الأبعاد، وجاءت النتائج على النحو الآتي:

الجدول (11)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاهات النخب الأكاديمية نحو أبعاد أهمية التربية الإعلامية وتطبيقاتها في التعليم الأردني

الرقم	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	البعد المعرفي	4.31	0.18	مرتفعة
2	البعد الوجداني	4.36	0.52	مرتفعة
3	البعد المهاري	4.41	0.71	مرتفعة
4	البعد التربوي	4.35	0.83	مرتفعة
	معدل الأوساط الحسابية للأبعاد ككل	4.36		مرتفعة

تشير بيانات الجدول (11) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة على أبعاد (أهمية التربية الإعلامية)، تراوحت ما بين (4.31 - 4.41)، وجاء البعد المهاري في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (4.41)، وبأهمية نسبية مرتفعة، يليه البعد الوجداني، وبمتوسط حسابي بلغ (4.36)، وبأهمية نسبية مرتفعة، ويليه البعد التربوي، وبمتوسط حسابي بلغ (4.35)، وبأهمية نسبية مرتفعة، وفي المرتبة الأخيرة جاء البعد المعرفي، بمتوسط حسابي بلغ (4.31)، وبأهمية نسبية مرتفعة.

كما تشير بيانات الجدول السابق أن الوسط الحسابي لمتوسطات إجابات أفراد العينة على أبعاد (أهمية التربية الإعلامية) ككل بلغ (4.36) وبأهمية نسبية مرتفعة، أي أن هناك مستوى مرتفعاً من الأهمية النسبية للتربية الإعلامية من وجهة نظر النخب الأكاديمية عينة الدراسة.

وبعد أن تم احتساب أوساط إجابات أفراد العينة على أبعاد أهمية التربية الإعلامية ككل، تم

احتساب أوساط إجاباتهم لفقرات كل بعد، وجاءت النتائج كالاتي:

1- البعد المعرفي

قامت الباحثة باحتساب المتوسطات الحسابية لإجابات النخب الأكاديمية على فقرات البعد

المعرفي كأحد أبعاد أهمية التربية الإعلامية، وعلى النحو الموضح في الجدول (12).

الجدول (12)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى أهمية البعد المعرفي في التربية الإعلامية

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة	الرقم
مرتفعة	0.35	4.91	يساعد تدريس مساقات التربية الإعلامية الطلبة على بالاطلاع على المصادر الأصلية للمحتوى الإعلامي.	11
مرتفعة	0.44	4.14	يمكن تدريس مساقات التربية الإعلامية الطلبة من اختيار المادة والمحتوى الإعلامي المناسب.	12
مرتفعة	0.83	4.35	يوفر تدريس مساقات التربية الإعلامية للطلبة المعرفة اللازمة للاستخدام الآمن لوسائل الإعلام.	13
مرتفعة	0.85	4.05	أؤمن بأن المعرفة والثقافة بالتعامل مع وسائل الإعلام وفهمها واجب وحق لكل مواطن.	14
مرتفعة	0.88	4.18	يسهم تدريس مساقات التربية الإعلامية على تثقيف الطلاب	15
مرتفعة	0.93	4.25	يسهم تدريس مساقات التربية الإعلامية على فهم الأمور وتقديرها	16
مرتفعة	0.80	4.31	يسهم تدريس مساقات التربية الإعلامية على استيعاب متطلبات العصر الجديد	17
مرتفعة	0.89	4.26	يسهم تدريس مساقات التربية الإعلامية على التعامل مع العولمة.	18
مرتفعة	0.82	4.27	يساعد تدريس مساقات التربية الإعلامية على تكوين أنموذج القدوة الحسنة للطلاب	19
مرتفعة	0.80	4.36	يساعد تدريس مساقات التربية الإعلامية على إكسابهم صفات معينة" كالصبر، والتحمل، وتقدير الذات.	20
مرتفعة		4.31	معدل الأوساط الحسابية	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن إجابات معظم أفراد العينة كانت تتجه نحو الموافقة بشدة على ما جاء في الجزء المتعلق بالبعد المعرفي في أهمية التربية الإعلامية لدى النخب الأكاديمية، وهذا ما يشير إليه متوسطات إجاباتهم، حيث تراوحت متوسطات الإجابات بين (4.05 إلى 4.91)، وقد جاءت الفقرة رقم (11) التي تنص على: "يساعد تدريس مساقات التربية الإعلامية الطلبة على بالاطلاع على المصادر الأصلية للمحتوى الإعلامي" في المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي بلغ (4.91)، وبدرجة موافقة مرتفعة، وجاءت الفقرة رقم (14) التي تنص على: "أؤمن بأن المعرفة والثقافة بالتعامل مع وسائل الإعلام و فهمها واجب و حق لكل مواطن" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (4.05) وبدرجة موافقة مرتفعة كذلك.

ويشير معدل الأوساط الحسابية البالغ (4.31) إلى وجود مستوى مرتفع من إدراك النخب الأكاديمية لأهمية البعد المعرفي في تدريس التربية الإعلامية في الجامعات الأردنية، واعتمادها كمقررات دراسية.

2- البعد الوجداني

قامت الباحثة باحتساب المتوسطات الحسابية لإجابات النخب الأكاديمية على فقرات البعد الوجداني كأحد أبعاد أهمية التربية الإعلامية، وعلى النحو الموضح في الجدول (13).

الجدول (13)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى أهمية البعد الوجداني في التربية الإعلامية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
21	تمكن التربية الإعلامية الطلبة من التعايش بالطرق الإيجابية مع الوسائل الإعلامية المختلفة.	4.65	0.67	مرتفعة
22	تتمى التربية الإعلامية لدى الطلبة قيم المواطنة الصالحة.	4.29	0.62	مرتفعة
23	تعزز التربية الإعلامية ثقافة السلام لدى الطلبة.	4.24	0.72	مرتفعة
24	تمكن التربية الإعلامية الطلبة من التصدي للشائعات والفتن التي تهدد أمن المجتمع واستقراره.	4.29	0.82	مرتفعة
25	تشكل التربية الإعلامية حالة من الوعي الفكري لدى الطلبة تجاه المصادر الإعلامية المختلفة.	4.35	0.79	مرتفعة
	معدل الأوساط الحسابية	4.36		مرتفعة

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن إجابات معظم أفراد العينة كانت تتجه نحو الموافقة بشدة على ما جاء في الجزء المتعلق بالبعد الوجداني في أهمية التربية الإعلامية لدى النخب الأكاديمية، وهذا ما يشير إليه متوسطات إجاباتهم، حيث تراوحت متوسطات الإجابات بين (4.24 إلى 4.65)، وقد جاءت الفقرة رقم (21) التي تنص على: "تمكن التربية الإعلامية الطلبة من التعايش بالطرق الإيجابية مع الوسائل الإعلامية المختلفة" في المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي بلغ (4.65)، وبدرجة موافقة مرتفعة، وجاءت الفقرة رقم (23) التي تنص على: "تعزز التربية الإعلامية ثقافة السلام لدى الطلبة" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (4.24) وبدرجة موافقة مرتفعة كذلك. ويشير معدل الأوساط الحسابية البالغ (4.36) إلى وجود مستوى مرتفع من إدراك النخب الأكاديمية لأهمية البعد الوجداني في تدريس التربية الإعلامية في الجامعات الأردنية، واعتمادها كمقررات دراسية.

3- البعد المهاري

قامت الباحثة باحتساب المتوسطات الحسابية لإجابات النخب الأكاديمية على فقرات البعد المهاري كأحد أبعاد أهمية التربية الإعلامية، وعلى النحو الموضح في الجدول (14).

الجدول (14)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى أهمية البعد المهاري في التربية الإعلامية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
26	يساعد تدريس مساقات التربية الإعلامية الطلبة في اتخاذ القرارات المناسبة تجاه المواد الإعلامية.	4.67	0.62	مرتفعة
27	يمكن تدريس مساقات التربية الإعلامية الطلبة من امتلاك مهارة إبداء الرأي وطرح الأسئلة تجاه الرسائل الإعلامية.	4.31	0.57	مرتفعة
28	يمكن تدريس مساقات التربية الإعلامية الطلبة من امتلاك القدرة على تصنيف المواد الإعلامية المختلفة إلى حقيقة أو تزوير أو خيال.	4.36	0.89	مرتفعة
29	ينمي تدريس مساقات التربية الإعلامية لدى الطلبة مهارات التفكير المختلفة.	4.33	0.86	مرتفعة
30	يكسب تدريس مساقات التربية الإعلامية مهارة المرونة في التعامل مع الوسائل الإعلامية المختلفة.	4.38	0.70	مرتفعة
	معدل الأوساط الحسابية	4.41		مرتفعة

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن إجابات معظم أفراد العينة كانت تتجه نحو الموافقة بشدة على ما جاء في الجزء المتعلق بالبعد المهاري في أهمية التربية الإعلامية لدى النخب الأكاديمية، وهذا ما يشير إليه متوسطات إجاباتهم، حيث تراوحت متوسطات الإجابات بين (4.31 إلى 4.67)، وقد جاءت الفقرة رقم (26) التي تنص على: "يساعد تدريس مساقات التربية الإعلامية الطلبة في اتخاذ القرارات المناسبة تجاه المواد الإعلامية" في المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي بلغ (4.67)،

وبدرجة موافقة مرتفعة، وجاءت الفقرة رقم (27) التي تنص على: "يمكن تدريس مساقات التربية الإعلامية الطلبة من امتلاك مهارة إبداء الرأي وطرح الأسئلة تجاه الرسائل الإعلامية" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (4.31) وبدرجة موافقة مرتفعة كذلك.

ويشير معدل الأوساط الحسابية البالغ (4.41) إلى وجود مستوى مرتفع من إدراك النخب الأكاديمية لأهمية البعد المهاري في تدريس التربية الإعلامية في الجامعات الأردنية، واعتمادها كمقررات دراسية.

4- البعد التربوي

قامت الباحثة باحتساب المتوسطات الحسابية لإجابات النخب الأكاديمية على فقرات البعد التربوي كأحد أبعاد أهمية التربية الإعلامية، وعلى النحو الموضح في الجدول (15).

الجدول (15)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى أهمية البعد التربوي في التربية الإعلامية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
31	تسهم التربية الإعلامية في خلق جيل واعٍ لما يدور حوله من أحداث وتداعيات.	4.65	0.79	مرتفعة
32	تغرس التربية الإعلامية في نفوس الطلبة الممارسات الأخلاقية والصفات الحميدة.	4.25	0.82	مرتفعة
33	تغرس التربية الإعلامية في نفوس الطلبة مبدأ الاحترام والرأي الآخر	4.36	0.72	مرتفعة
34	تحافظ التربية الإعلامية على الموروث الثقافي للمجتمع من خلال نشره والتعريف به.	4.21	0.90	مرتفعة
35	تغرس التربية الإعلامية القيم الاجتماعية السليمة في نفوس الطلبة.	4.24	0.98	مرتفعة
36	تعمل التربية الإعلامية على توعية الطلبة بأهمية الإعلام ووظائفه في المجتمع.	4.38	0.80	مرتفعة
	معدل الأوساط الحسابية	4.35		مرتفعة

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن إجابات معظم أفراد العينة كانت تتجه نحو الموافقة بشدة على ما جاء في الجزء المتعلق بالبعد التربوي في أهمية التربية الإعلامية لدى النخب الأكاديمية، وهذا ما يشير إليه متوسطات إجاباتهم، حيث تراوحت متوسطات الإجابات بين (4.21 إلى 4.65)، وقد جاءت الفقرة رقم (31) التي تنص على: "تسهم التربية الإعلامية في خلق جيل واعٍ لما يدور حوله من أحداث وتداعيات" في المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي بلغ (4.65)، وبدرجة موافقة مرتفعة، وجاءت الفقرة رقم (34) التي تنص على: "تحافظ التربية الإعلامية على الموروث الثقافي للمجتمع من خلال نشره والتعريف به" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (4.21) وبدرجة موافقة مرتفعة كذلك.

ويشير معدل الأوساط الحسابية البالغ (4.35) إلى وجود مستوى مرتفع من إدراك النخب الأكاديمية لأهمية البعد التربوي في تدريس التربية الإعلامية في الجامعات الأردنية، واعتمادها كمقررات دراسية.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث والذي نص على: "ما العوامل المؤثرة في فعالية تطبيق وتدريس التربية الإعلامية كمساقات لدى طلبة الجامعات الأردنية؟"

للإجابة عن هذا السؤال، قامت الباحثة بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة من النخب الأكاديمية على الفقرات المتعلقة بالعوامل المؤثرة في فعالية تطبيق وتدريس التربية الإعلامية كمساقات لدى طلبة الجامعات الأردنية، وجاءت النتائج كما هي موضحة في الجدول (16).

الجدول (16)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعوامل المؤثرة في فعالية تطبيق وتدريس التربية الإعلامية
كمساقات لدى طلبة الجامعات الأردنية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
37	توفير أعضاء هيئة تدريس متخصصين في مجال التربية الإعلامية.	4.96	0.21	مرتفعة
38	توفير كوادر إدارية وفنية في مجال التربية الإعلامية.	4.20	0.48	مرتفعة
39	تقديم الدعم المالي للبحوث والدراسات المتعلقة بتطبيق التربية الإعلامية.	4.48	0.72	مرتفعة
40	توفير الأدوات والتجهيزات اللازمة لتفعيل التربية الإعلامية وتطبيقها في المناهج الجامعية.	4.13	0.79	مرتفعة
41	توفير المصادر التعليمية والمعلوماتية كالأدلة الإرشادية والكتيبات المرتبطة بمناهج وأنشطة التربية الإعلامية.	4.37	0.68	مرتفعة
42	إنشاء بيانات افتراضية على الإنترنت لدعم برامج التربية الإعلامية في الجامعة.	4.25	0.81	مرتفعة
43	ربط الأنشطة الجامعية المتنوعة بلجنة إعلامية خاصة بالجامعة.	4.30	0.94	مرتفعة
44	تسهيل الاستضافة الداخلية في مساقات الجامعة لرموز إعلامية واجتماعية وتربوية مهتمة بالتربية الإعلامية وتطبيقاتها.	4.35	0.85	مرتفعة
45	إنشاء وحدة خاصة بالتربية الإعلامية في الجامعة لإكساب الطلاب مهارات التربية الإعلامية.	4.48	0.81	مرتفعة
46	تدريب الهيئة التدريسية على مفاهيم التربية الإعلامية من خلال اجراء ورش عمل	4.33	0.73	مرتفعة
	معدل الأوساط الحسابية	4.39		مرتفعة

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن إجابات معظم أفراد العينة كانت تتجه نحو الموافقة بشدة على ما جاء في الجزء المتعلق بالعوامل المؤثرة في فعالية تطبيق وتدريس التربية الإعلامية كمساقات لدى طلبة الجامعات الأردنية، وهذا ما يشير إليه متوسطات إجاباتهم، حيث تراوحت متوسطات الإجابات بين (4.13 إلى 4.96)، وقد جاءت الفقرة رقم (37) التي تنص على: "توفير أعضاء هيئة تدريس متخصصين في مجال التربية الإعلامية" في المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي

بلغ (4.96)، وبدرجة موافقة مرتفعة، وجاءت الفقرة رقم (40) التي تنص على: "توفير الأدوات والتجهيزات اللازمة لتفعيل التربية الإعلامية وتطبيقها في المناهج الجامعية" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (4.13) وبدرجة موافقة مرتفعة كذلك.

ويشير معدل الأوساط الحسابية البالغ (4.39) إلى وجود العديد من العوامل التي تؤثر في تطبيق وتدريس التربية الإعلامية في الجامعات، يأتي في مقدمتها: توفير أعضاء هيئة تدريس متخصصين في مجال التربية الإعلامية.

النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع والذي نص على: "ما أهم الصعوبات التي تحول دون تطبيق وتدريس التربية الإعلامية في الجامعات الأردنية؟"

للإجابة عن هذا السؤال، قامت الباحثة بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة من النخب الأكاديمية على الفقرات المتعلقة بالصعوبات التي تواجه تطبيق وتدريس التربية الإعلامية كمساقات لدى طلبة الجامعات الأردنية، وجاءت النتائج كما هي موضحة في الجدول (17).

الجدول (17)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للصعوبات التي تحول دون تطبيق وتدريس التربية الإعلامية في الجامعات الأردنية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
47	عدم وجود كوادرات إدارية وفنية في الجامعات قادرة على التعامل مع تطبيقات التربية الإعلامية.	4.91	0.41	مرتفعة
48	عدم وجود كوادرات أكاديمية متخصصة بالتربية الإعلامية	4.10	0.60	مرتفعة
49	عدم اقتناع إدارة الجامعة بطرح مادة التربية الإعلامية لأسباب ذاتية أو فكرية.	4.41	0.71	مرتفعة
50	عدم وجود الدعم المالي الكافي لتطبيق التربية الإعلامية في المناهج التدريسية في الجامعة.	4.25	0.89	مرتفعة
51	النظرة السلبية لأولياء الأمور نحو النشاطات المدرسية	4.45	0.82	مرتفعة
	معدل الأوساط الحسابية	4.42		مرتفعة

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن إجابات معظم أفراد العينة كانت تتجه نحو الموافقة بشدة على ما جاء في الجزء المتعلق بالصعوبات التي تحول دون تطبيق وتدريس التربية الإعلامية كمساقات لدى طلبة الجامعات الأردنية، وهذا ما يشير إليه متوسطات إجاباتهم، حيث تراوحت متوسطات الإجابات بين (4.10 إلى 4.91)، وقد جاءت الفقرة رقم (47) التي تنص على: "عدم وجود كوادر إدارية وفنية في الجامعات قادرة على التعامل مع تطبيقات التربية الإعلامية" في المرتبة الأولى، بمتوسط حسابي بلغ (4.91)، وبدرجة موافقة مرتفعة، وجاءت الفقرة رقم (48) التي تنص على: "عدم وجود كوادر أكاديمية متخصصة بالتربية الإعلامية" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (4.10) وبدرجة موافقة مرتفعة كذلك.

ويُشير معدل الأوساط الحسابية البالغ (4.42) إلى وجود العديد من الصعوبات التي تحول دون تطبيق وتدريس التربية الإعلامية في الجامعات الأردنية، يأتي في مقدمتها: عدم وجود كوادر إدارية وفنية في الجامعات قادرة على التعامل مع تطبيقات التربية الإعلامية.

النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس والذي نص على: "هل هناك فروقاً دالة إحصائياً في اتجاهات النخب الأكاديمية نحو أهمية التربية الإعلامية وتطبيقاتها في التعليم الجامعي تبعاً لخصائصهم الشخصية والوظيفية؟"

للإجابة عن هذا السؤال تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة من النخب الأكاديمية في الجامعات الأردنية حول أهمية التربية الإعلامية وتطبيقاتها في التعليم الجامعي، وفقاً لمتغيرات (النوع الاجتماعي - الفئة العمرية - المستوى الأكاديمي - عدد سنوات الخبرة في التدريس)، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول (18).

الجدول (18)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد العينة حول درجة أهمية التربية الإعلامية وتطبيقاتها في التعليم الجامعي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغير	
0.16	4.34	ذكر	النوع الاجتماعي
0.28	4.37	أنثى	
0.24	4.26	أقل من 30 سنة	الفئة العمرية
0.24	4.42	من 30-45 سنة	
0.23	4.32	من 46 سنة فأكثر	
0.23	4.34	أستاذ	المستوى الأكاديمي
0.25	4.41	أستاذ مساعد	
0.25	4.32	أستاذ مشارك	
0.23	4.30	محاضر/ مدرس	
0.34	4.36	أقل من 5 سنوات	سنوات الخبرة
0.25	4.32	من 5-10 سنوات	
0.22	4.38	أكثر من 10 سنوات	

من خلال الجدول السابق يتضح وجود فروقاً ظاهرية بين المتوسطات الحسابية التي تشير إلى

تقدير أفراد العينة حول فعالية الأداء الإداري في مديرات التربية والتعليم في شمال الأردن، تبعاً

لاختلاف النوع الاجتماعي، والفئة العمرية، والمستوى الأكاديمي وعدد سنوات الخبرة في التدريس.

ولمعرفة فيما إذا كانت الفروق بين متوسطات تقديرات أفراد العينة دالة إحصائياً، تم إجراء

اختبار (ت)، (t-test) لمعرفة الفروق في متغير (النوع الاجتماعي)، واختبار التباين الأحادي (f-

test)، لمعرفة الفروق في متغيرات (الفئة العمرية والمستوى الأكاديمي وسنوات الخبرة)، وجاءت

النتائج كما يلي:

1- متغير النوع الاجتماعي.

يوضح الجدول (19) نتائج اختبار (ت) (t-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة أهمية التربية الإعلامية وتطبيقها في التعليم الجامعي، تعزى لمتغير الجنس، وذلك عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، أي عند نسبة خطأ لا تتجاوز (5%) ومستوى ثقة لا يقل عن (95%).

الجدول (19)

اختبار (t-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة أهمية التربية الإعلامية وتطبيقها في التعليم الجامعي تعزى لمتغير النوع الاجتماعي

قيمة (t)	درجات الحرية	فرق المتوسطات	مستوى الدلالة
0.399	90	0.151	0.529

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في تقديرات أفراد العينة حول درجة أهمية التربية الإعلامية وتطبيقها في التعليم الجامعي تبعاً لمتغير الجنس، حيث بلغت مستوى الدلالة (0.529)، وهي أكبر من المستوى المقبول به إحصائياً، وهذا يشير إلى أن تقديرات الذكور والإناث قد تماثلت تقريباً ولم تتباين حول درجة أهمية التربية الإعلامية وتطبيقها في التعليم الجامعي.

2- متغير الفئة العمرية.

يوضح الجدول (20) نتائج اختبار التباين (f-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة أهمية التربية الإعلامية وتطبيقها في التعليم الجامعي، تعزى لمتغير الفئة العمرية، وذلك عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، أي عند نسبة خطأ لا تتجاوز (5%) ومستوى ثقة لا يقل عن (95%).

الجدول (20)

اختبار التباين (f-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة أهمية التربية الإعلامية وتطبيقها في التعليم الجامعي تعزى لمتغير الفئة العمرية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (f)	مستوى الدلالة
بين المجموعات	0.206	2	0.103	1.749	0.180
داخل المجموعات	5.177	88	0.059		
المجموع	5.382	90			

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في تقديرات أفراد العينة حول درجة أهمية التربية الإعلامية وتطبيقها في التعليم الجامعي تبعاً لمتغير الفئة العمرية، حيث بلغت مستوى الدلالة (0.180)، وهي أكبر من المستوى المقبول به إحصائياً، وهذا يشير إلى عدم تباين تقديرات أفراد العينة حول درجة أهمية التربية الإعلامية وتطبيقها في التعليم الجامعي حسب فئاتهم العمرية.

3- متغير المستوى الأكاديمي.

يوضح الجدول (21) نتائج اختبار التباين (f-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة أهمية التربية الإعلامية وتطبيقها في التعليم الجامعي، تعزى لمتغير المستوى الأكاديمي، وذلك عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، أي عند نسبة خطأ لا تتجاوز (5%) ومستوى ثقة لا يقل عن (95%).

الجدول (21)

اختبار التباين (f-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة أهمية التربية الإعلامية وتطبيقها في التعليم الجامعي تعزى لمتغير المستوى الأكاديمي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (f)	مستوى الدلالة
بين المجموعات	0.151	3	0.050	0.839	0.476
داخل المجموعات	5.231	87	0.060		
المجموع	5.382	90			

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $(\alpha \leq 0.05)$ في تقديرات أفراد العينة حول درجة أهمية التربية الإعلامية وتطبيقها في التعليم الجامعي تبعاً لمتغير المستوى الأكاديمي، حيث بلغت مستوى الدلالة (0.476)، وهي أكبر من المستوى المقبول به إحصائياً، وهذا يشير إلى عدم تباين تقديرات أفراد العينة حول درجة أهمية التربية الإعلامية وتطبيقها في التعليم الجامعي حسب مستوياتهم الأكاديمية.

4- متغير سنوات الخبرة.

يوضح الجدول (22) نتائج اختبار التباين (f-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة أهمية التربية الإعلامية وتطبيقها في التعليم الجامعي، تعزى لمتغير سنوات الخبرة في التدريس، وذلك عند مستوى الدلالة $(\alpha \leq 0.05)$ ، أي عند نسبة خطأ لا تتجاوز (5%) ومستوى ثقة لا يقل عن (95%)

الجدول (22)

اختبار التباين (f-test) للفروق في تقديرات أفراد العينة حول درجة أهمية التربية الإعلامية وتطبيقها في التعليم الجامعي تعزى لمتغير سنوات الخبرة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (f)	مستوى الدلالة
بين المجموعات	0.074	2	0.037	0.612	0.544
داخل المجموعات	5.308	88	0.060		
المجموع	5.382	90			

تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $(\alpha \leq 0.05)$ في تقديرات أفراد العينة حول درجة أهمية التربية الإعلامية وتطبيقها في التعليم الجامعي تبعاً لمتغير سنوات الخبرة في التدريس، حيث بلغت مستوى الدلالة (0.544)، وهي أكبر من المستوى المقبول به إحصائياً، وهذا يشير إلى عدم تباين تقديرات أفراد العينة حول درجة أهمية التربية الإعلامية وتطبيقها في التعليم الجامعي حسب سنوات خبرتهم التدريسية.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

في هذا الفصل عرض لمناقشة النتائج التي أسفرت عنها عملية التحليل الإحصائي لإجابات

أفراد العينة من النخب الأكاديمية، وفيما يلي مناقشة لهذه النتائج:

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول والذي نص على: ما مستوى إدراك النخب الأكاديمية لمفهوم التربية الإعلامية وأهميتها؟

أظهرت نتائج الدراسة وجود مستوى مرتفع من إدراك النخب الأكاديمية لمفهوم التربية الإعلامية، حيث أجمع معظم أفراد العينة أنهم يستطيعون فهم ما تقدمه وسائل الإعلام والتميز بين المفيد والضار، وأن التربية الإعلامية تزيد من القدرة على الوصول إلى جميع وسائل الإعلام، كما اتفق معظمهم على أن لوسائل الإعلام دورا كبيرا في تسليط الضوء على العديد من القضايا التي تهم المجتمع، وأنها تسهم في التعرف على مصادر المحتوى الإعلامي وأهدافه والسياق الذي يرد فيه، وهي كذلك تسهم التربية الإعلامية في الحماية من التأثيرات الضارة لوسائل الإعلام.

وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأنه يمكن فهم التربية الإعلامية على أنها عملية تعليمية تهدف إلى تنمية القدرات الإعلامية لدى الأفراد، وتعزيز فهمهم للمعلومات والرسائل الإعلامية وتحليلها وتقييمها واستخدامها بشكل فعال، وترتبط النخب الأكاديمية بالتربية الإعلامية بشكل وثيق، حيث يعتبر تطوير القدرات الإعلامية لدى الأفراد من الأهداف الرئيسية للتعليم العالي.

ويتضمن دور النخب الأكاديمية في التربية الإعلامية، تزويد الطلاب بالمعرفة اللازمة لفهم الأسس والمبادئ التي تحكم عملية الإنتاج الإعلامي، وتمكينهم من التعرف على الرسائل الإعلامية المختلفة وتحليلها وتقييمها بشكل نقدي وعلمي. كما يساعد النخب الأكاديمية الطلاب في تطوير

مهارات البحث والتحليل والتواصل، وذلك من خلال الدروس والندوات والنشاطات الأكاديمية التي يقومون بها. ويعتبر الدور الرئيسي للنخب الأكاديمية في التربية الإعلامية هو تمكين الطلاب من القدرة على تحليل المعلومات الإعلامية والوصول إلى الحقائق والمعلومات الصحيحة، وتوفير الأدوات والمهارات اللازمة للتفكير النقدي والتحليلي للمعلومات الإعلامية وتطبيقها في المجتمع.

إن وجود مستوى مرتفع من إدراك النخب الأكاديمية لمفهوم التربية الإعلامية يمكن تفسيره بواسطة نظرية الفعل المبرر، إذ تستند تقدم نظرية الفعل المبرر إلى أن الفرد يتصرف بناءً على معتقداته ومعرفته، وبالتالي يمكن أن يشير ارتفاع مستوى إدراك النخب الأكاديمية لمفهوم التربية الإعلامية إلى وجود معرفة عميقة وتوعية بأهمية التربية الإعلامية كمجال دراسي وتعليمي. كما تعزز نظرية الفعل المبرر أهمية الاعتقاد بالفوائد المترتبة على سلوك معين، فإذا كانت النخب الأكاديمية تعتقد أن تدريس مساقات التربية الإعلامية يسهم في تنمية مهارات الطلاب وتعزيز فهمهم للإعلام، فقد يؤدي ذلك إلى إدراك مرتفع لمفهوم التربية الإعلامية.

وتعكس نظرية الفعل المبرر أهمية الدوافع الشخصية والالتزام باتخاذ سلوك محدد، فإذا كانت النخب الأكاديمية متحمسة وملتزمة بتدريس مساقات التربية الإعلامية، فقد ينتج عن ذلك إدراك مرتفع لمفهوم التربية الإعلامية، بالإضافة لذلك فإن نظرية الفعل المبرر تعزز الدور الذي يلعبه التأثير الاجتماعي في تشكيل سلوك الفرد، فإذا كانت النخب الأكاديمية تعمل في بيئة أكاديمية تشجع وتدعم تدريس مساقات التربية الإعلامية، فقد يؤدي ذلك إلى إدراك مرتفع لمفهوم التربية الإعلامية.

وقد اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة سايمون، وآخرون (Simons et al. 2017) التي خلصت إلى أنه إذا كان المعلمون سيوفرون لمتعلميهم تربية إعلامية فعالة، فيجب عليهم أن يكونوا

على دراية كافية بوسائل الإعلام، وأن يكون لديهم الكفاءات المطلوبة لتعزيز الثقافة الإعلامية بين المتعلمين.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني والذي نص على: "ما اتجاهات النخب الأكاديمية نحو أهمية التربية الإعلامية وتطبيقاتها في التعليم العام الأردني؟"

أظهرت النتائج وجود مستوى مرتفع من الأهمية لجميع أبعاد التربية الإعلامية من وجهة نظر النخب الأكاديمية، وبمتوسط بلغ (4.36)، حيث جاء البعد المهاري في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (4.41)، وبأهمية نسبية مرتفعة، يليه البعد الوجداني، وبمتوسط حسابي بلغ (4.36)، وبأهمية نسبية مرتفعة، ويليه البعد التربوي، وبمتوسط حسابي بلغ (4.35)، وبأهمية نسبية مرتفعة، وفي المرتبة الأخيرة جاء البعد المعرفي، بمتوسط حسابي بلغ (4.31)، وبأهمية نسبية مرتفعة.

وتشير هذه النتيجة إلى أهمية البعد المعرفي في التربية الإعلامية، إذ يساعد تدريس مساقات التربية الإعلامية الطلبة في الاطلاع على المصادر الأصلية للمحتوى الإعلامي، وإكسابهم صفات معينة كالصبر، والتحمل، وتقدير الذات، كما يسهم تدريس مساقات التربية الإعلامية على استيعاب متطلبات العصر الجديد، وتوفير المعرفة اللازمة للطلبة في الاستخدام الآمن لوسائل الإعلام.

كما تشير النتيجة إلى أهمية البعد الوجداني في التربية الإعلامية من خلال تمكين الطلبة من التعايش بالطرق الإيجابية مع الوسائل الإعلامية المختلفة، وتنمية قيم المواطنة الصالحة، وثقافة السلام، كما أنها تمكن الطلبة من التصدي للشائعات والفتن التي تهدد أمن المجتمع واستقراره، من خلال تشكيل حالة من الوعي الفكري لديهم تجاه المصادر الإعلامية المختلفة.

وفيما يتعلق بأهمية البعد المهاري كأحد أبعاد التربية الإعلامية، فإن تدريس مساقات التربية الإعلامية يساعد الطلبة في اتخاذ القرارات المناسبة تجاه المواد الإعلامية، وامتلاك القدرة على تصنيف المواد الإعلامية المختلفة إلى حقيقة أو تزوير أو خيال، بالإضافة إلى أن تدريس مساقات التربية الإعلامية يمكن الطلبة من امتلاك مهارة إبداء الرأي وطرح الأسئلة تجاه الرسائل الإعلامية، ويكسبهم مهارة المرونة في التعامل مع الوسائل الإعلامية المختلفة ومهارات التفكير المختلفة.

أما بالنسبة للبعد التربوي، فإن تدريس التربية الإعلامية تسهم في خلق جيل واعٍ لما يدور حوله من أحداث وتداعيات، وتغرس في نفوس الطلبة مبدأ احترام الرأي والرأي الآخر، وتعمل على توعية الطلبة بأهمية الإعلام ووظائفه في المجتمع، بالإضافة إلى أن تدريس التربية الإعلامية يسهم في غرس الممارسات الأخلاقية والصفات الحميدة والقيم الاجتماعية السليمة في نفوس الطلبة.

إن اتجاهات النخب الأكاديمية بخصوص أهمية تدريس مساقات التربية الإعلامية في الجامعات يمكن أن تتطابق مع مبادئ نظرية الفعل المبرر من خلال العديد من العوامل، منها: تحقيق الأهداف التعليمية، حيث تعتقد النخب الأكاديمية أن تدريس مساقات التربية الإعلامية يسهم في تحقيق الأهداف التعليمية للطلاب، ومن خلال تعلم المفاهيم والمهارات المتعلقة بالإعلام والاتصال، يمكن للطلاب أن يكتسبوا قدرات تحليلية ونقدية وإبداعية تساعدهم في التفاعل مع العالم المعاصر، وكذلك تطوير المهارات الأكاديمية والمهنية، إذ يعزز النخب الأكاديمية أهمية تدريس مساقات التربية الإعلامية لتطوير المهارات الأكاديمية والمهنية للطلاب، فمن خلال التربية الإعلامية قد يتعلم الطلاب كيفية البحث والتحليل والتعبير عن الأفكار بشكل فعال، ويكتسبون المعرفة والمهارات التقنية اللازمة للعمل في صناعة الإعلام والاتصال.

وبالإضافة لما سبق، فإن من العوامل المهمة والمحددة لاتجاهات النخب الأكاديمية نحو أهمية التربية الإعلامية: التأثير على المجتمع والمشاركة العامة، يؤمن النخب الأكاديمية بأن تدريس مساقات التربية الإعلامية يمكن أن يؤثر على المجتمع ويساهم في تشكيل الرأي العام. من خلال تعليم الطلاب حول أخلاقيات الإعلام والصحافة وحقوق الإنسان والتنوع الثقافي، يمكن للنخب الأكاديمية أن يساعد الطلاب على أن يصبحوا مواطنين نشطين ومسؤولين في المجتمع.

وقد اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة البدراني (2016) التي بينت نتائجها أن التربية الإعلامية بقدر ما هي أسلوب تفكير جديد في الحياة، وعلى وجه التحديد في المجالات التي يتعرض فيها الأفراد، فهي سلوك تربوي جديد يحتاج إلى مزيد من الدراسة والفهم لزيادة الوعي فيه، وقد أصبح من اللازم إدخال التربية الإعلامية لتكون منهجاً ثابتاً للدراسة في المدارس والجامعات. كما اتفقت مع نتيجة دراسة مسلم وعزيز (2017) التي بينت أهمية وضرورة "التربية الإعلامية"، في الوعي بمضامين الإعلام وفي تعزيز قدرات طلاب الجامعات؛ لفهم وتحليل ما تقدمه وسائل الاتصالات التكنولوجية الحديثة والوسائط المتعددة في هذا المجتمع المعلوماتي.

واتفقت النتيجة الحالية مع نتيجة دراسة قاسمي (2019) التي بينت نتائجها أن التربية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد أو عالم الرقمنة أصبحت أكثر من ضرورة لأن الثورة التكنولوجية قد مست جميع قطاعات الحياة مما يفرض على الأفراد التأقلم معها والتدريب على كيفية استخدامها بالطريق التي تجعلنا نستفيد منها ونحافظ على قيمنا وأخلاقنا لا بالطريقة التي تؤدي بنا بالانزياح ضمن سلبيات.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث والذي نص على: "ما العوامل المؤثرة في فعالية تطبيق وتدريب التربية الإعلامية كمساقات لدى طلبة الجامعات الأردنية؟"

أظهرت النتائج وجود العديد من العوامل المؤثرة في فعالية تطبيق وتدريب التربية الإعلامية

كمساقات لدى طلبة الجامعات الأردنية من وجهة نظر النخب الأكاديمية، أهمها:

- توفير أعضاء هيئة تدريس متخصصين في مجال التربية الإعلامية.
- إنشاء وحدة خاصة بالتربية الإعلامية في الجامعة لإكساب الطلاب مهارات التربية الإعلامية.

- تقديم الدعم المالي للبحوث والدراسات المتعلقة بتطبيق التربية الإعلامية.

- توفير المصادر التعليمية والمعلوماتية كالأدلة الإرشادية والكتيبات المرتبطة بمناهج وأنشطة التربية الإعلامية.

- تسهيل الاستضافة الداخلية في مساقات الجامعة لرموز إعلامية واجتماعية وتربوية مهتمة بالتربية الإعلامية وتطبيقاتها.

وترى الباحثة أنه بالإضافة لما سبق من عوامل، توجد العديد من العوامل التي تؤثر في فعالية

تطبيق وتدريب التربية الإعلامية كمساق لدى طلبة الجامعات الأردنية، ومن أهم هذه العوامل:

- **التخصص الأكاديمي:** قد تؤثر تخصصات معينة مثل الإعلام والصحافة في زيادة اهتمام الطلاب بتعلم التربية الإعلامية وفهم أهميتها، حيث يشعرون بأن هذه المواد ذات صلة مباشرة بمستقبلهم المهني.

- **طريقة التدريس:** يمكن أن تؤثر طريقة التدريس في فعالية تطبيق وتدريب التربية الإعلامية، حيث يجب تبسيط المفاهيم والمصطلحات الإعلامية واستخدام الأمثلة الحية لزيادة فهم الطلاب.

- **المناهج الدراسية:** يجب تصميم المناهج الدراسية بطريقة تشمل تعليم الطلاب مهارات التحليل النقدي والتفكير الإعلامي، وتطوير قدراتهم على استخدام الوسائل الإعلامية بشكل مسؤول وفعال.

- **التقنية:** يمكن استخدام التقنية في تعليم التربية الإعلامية عبر استخدام برامج الوسائط المتعددة والمواد التعليمية التفاعلية، مما يزيد من فعالية التدريس وتفاعل الطلاب مع المادة الدراسية.

- **الإعداد والتدريب للمدرسين:** يجب تدريب المدرسين على مهارات التدريس والتفكير الإعلامي والوعي الإعلامي لتمكينهم من تدريس هذه المواد بشكل فعال وإنتاج مواد دراسية عالية الجودة.

- **التوعية والتثقيف الإعلامي:** يمكن للتوعية والتثقيف الإعلامي المستمر للطلاب خارج المساق الدراسي أن يساعد على تعزيز فهم التربية الإعلامية.

وبشكل عام؛ فإن العوامل المؤثرة في فعالية تدريس التربية الإعلامية تتعلق بالعوامل التعليمية والتدريسية والتقنية والإعداد والتدريب للمدرسين والتوعية والتثقيف الإعلامي، وهذه العوامل تترابط مع نظرية الفعل المبرر، ففي سياق الدعم الإداري والتحفيز، وعندما يتلقى أعضاء هيئة التدريس دعمًا وتشجيعًا من الإدارة الجامعية لتطبيق وتدريس مساقات التربية الإعلامية، فإن ذلك يؤثر إيجابيًا على مستوى دافعيتهم والالتزام بتقديم هذه المساقات بطريقة فعالة ومبتكرة، بالإضافة إلى المعرفة والكفاءة التدريسية، حيث تشير نظرية الفعل المبرر إلى أن المعرفة والكفاءة التدريسية تلعب دورًا رئيسيًا في تأثير النخب الأكاديمية على طلابهم. عندما يتمتع أعضاء هيئة التدريس بمعرفة

عميقة بمفاهيم وأساليب التربية الإعلامية، ويكونون قادرين على توصيلها بطرق فعالة وملهمة، فإنهم يزيدون من فعالية التعلم لدى الطلاب.

وقد اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة جراتر وياداف (2018) Greter & Yadav التي بينت نتائجها أنه على الرغم من أن معلمي ما قبل الخدمة لديهم مواقف إيجابية تجاه التربية الإعلامية والمعلوماتية كمهارة أساسية للطلاب، إلا أنهم لا يشعرون أنه تم إبرازها في برنامج تعليم المعلمين، ويرى الكثيرون من أعضاء هيئة التدريس ومديري المدارس وأولياء الأمور ضرورة التركيز على تدريس التربية الإعلامية للطلاب في المدارس، وأنه قد تكون هناك حاجة لنموذج المعلم لوسائل التربية الإعلامية والمعلوماتية لمساعدة المعلمين قبل الخدمة على تنمية الثقة في دمجها في عملهم المستقبلي.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع والذي نص على: "ما أهم الصعوبات التي تحول دون تطبيق وتدريس التربية الإعلامية في الجامعات الأردنية؟"

أظهرت النتائج وجود مجموعة من الصعوبات التي تحول دون تطبيق وتدريس التربية الإعلامية في الجامعات الأردنية من وجهة نظر النخب الأكاديمية، من أهمها: عدم وجود كوادر إدارية وفنية في الجامعات قادرة على التعامل مع تطبيقات التربية الإعلامية، وكذلك عدم اقتناع إدارة الجامعة بطرح مادة التربية الإعلامية لأسباب ذاتية أو فكرية، بالإضافة إلى عدم وجود الدعم المالي الكافي لتطبيق التربية الإعلامية في المناهج التدريسية في الجامعة.

وترى الباحثة وجود عدة صعوبات قد تحول دون تطبيق وتدريس التربية الإعلامية في الجامعات الأردنية من وجهة نظر النخب الأكاديمية، ومن أبرز هذه الصعوبات:

- نقص الكوادر التدريسية المتخصصة في التربية الإعلامية وعدم توفرهم بشكل كافي في الجامعات الأردنية، مما يؤدي إلى صعوبة تطبيق التربية الإعلامية بشكل فعال.
 - عدم وجود الإمكانيات اللازمة لتطبيق التربية الإعلامية مثل المعامل المتخصصة والبرامج الحاسوبية والأجهزة اللازمة لتنفيذ التجارب العملية، وهو ما يعيق جهود النخب الأكاديمية في تدريس هذا المساق بشكل متميز.
 - قلة الاهتمام بالتربية الإعلامية من قبل بعض الجامعات وعدم وجود سياسات واضحة لتطبيقها، مما يعمل على عرقلة جهود النخب الأكاديمية في تطبيقها وتدريسها.
 - قد يعاني الطلاب من صعوبة فهم وتطبيق المفاهيم النظرية والعملية في التربية الإعلامية، وهو ما يتطلب جهود إضافية من النخب الأكاديمية لتوضيح هذه المفاهيم بشكل فعال.
 - قد يؤدي التركيز الشديد على المحتوى الأكاديمي النظري في التربية الإعلامية إلى تجاهل الجوانب العملية والتطبيقية للموضوع، مما يجعلها أقل جاذبية للطلاب ويؤثر على فعالية تطبيقها.
- وقد اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الرشيد (2017) التي بينت نتائجها وجود شرح كبير في الارتباط بين المدرسة والمؤسسة الإعلامية، وغياب التربية الإعلامية على مستوى الممارسة الفعلية على أرض الواقع، وأرجعوا السبب إلى صعوبة تطبيقها كمادة دراسية بسبب غياب الكفاءات والكوادر اللازمة لذلك.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس والذي نص على: "هل هناك فروق دالة إحصائياً في اتجاهات النخب الأكاديمية نحو أهمية التربية الإعلامية وتطبيقاتها في التعليم الجامعي تبعاً لخصائصهم الشخصية والوظيفية؟"

أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود فروق دالة إحصائياً في اتجاهات النخب الأكاديمية نحو أهمية التربية الإعلامية وتطبيقاتها في التعليم الجامعي تبعاً لخصائصهم الشخصية والوظيفية، حيث تشابهت اتجاهاتهم نحو أهمية التربية الإعلامية وتطبيقاتها في التعليم الجامعي على اختلاف نوعهم الاجتماعي وفئاتهم العمرية ومستواهم الأكاديمي واختلاف سنوات خبراتهم في التدريس.

وترى الباحثة أن عدم وجود فروق في اتجاهات النخب الأكاديمية نحو أهمية التربية الإعلامية وتطبيقاتها في التعليم الجامعي بغض النظر عن خصائصهم الشخصية والوظيفية يمكن أن يشير إلى مدى اتفاق النخب الأكاديمية على أهمية تدريس وتطبيق التربية الإعلامية في الجامعات. قد يعكس هذا أيضاً المدى الذي يؤثر فيه التعليم الأكاديمي والخبرة التدريسية في تشكيل الاتجاهات نحو التربية الإعلامية.

ومع ذلك، يجب الانتباه إلى أن عدم وجود فروق قد يكون بسبب قيود المنهج الأكاديمي والتعليمي الحالي، والتي قد لا تتيح الفرصة لتعزيز التربية الإعلامية بالشكل الذي يجب عليها، وقد يتطلب تغييرات في مناهج الدراسة وأساليب التدريس لتحسين فعالية تدريس التربية الإعلامية. كما يمكن أن تكون هناك عوامل أخرى خارجية مثل المتغيرات الاجتماعية والثقافية التي قد تؤثر على اتجاهات النخب الأكاديمية بشأن التربية الإعلامية.

بالإضافة لما سبق، قد تكون الفروق غير ملحوظة بسبب عدم وجود تباين كبير في مستوى الوعي بين أفراد النخب الأكاديمية حول التحديات الراهنة التي يواجهها المجتمع والعالم في عصر

الإعلام والتكنولوجيا. ومن الممكن أن يكون هناك توافق واسع حول الحاجة إلى تطبيق التربية الإعلامية في الجامعات لتمكين الطلبة من مهارات وأدوات الاستخدام الفعال للوسائل الإعلامية والتقنية، وتعزيز قدرتهم على التفكير النقدي والتحليلي واتخاذ القرارات الصائبة.

وبشكل عام، يمكن القول إن عدم وجود فروق في اتجاهات النخب الأكاديمية نحو التربية الإعلامية يمثل إشارة إيجابية على الاتجاه العام لتطوير التعليم الجامعي في الأردن، ويمثل تحدياً للجامعات والمؤسسات التعليمية لتعزيز وتطوير التربية الإعلامية كمساق دراسي وتطبيق في برامج التدريس والتعليم.

وقد اتفقت النتيجة الحالية جزئياً مع نتيجة دراسة العقباوي (2022) التي بينت نتائجها عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في بين الوعي بالتربية الإعلامية والسمات الشخصية للطالبات.

التوصيات

بناءً على ما توصلت إليه الدراسة، تم وضع التوصيات الآتية

1- توفير دورات تدريبية وورش عمل للنخب الأكاديمية في المجالات ذات الصلة بالتربية

الإعلامية وتطبيقاتها، لتعزيز مهاراتهم وثقافتهم الإعلامية، وتأكيد على أهمية دمج التربية

الإعلامية في الخطط الدراسية.

2- تطوير وإنشاء مواد تعليمية محدثة ومتخصصة في مجال التربية الإعلامية لتحسين جودة

التعليم والتعلم، وتوسيع الفهم الطلابي للإعلام والتقنية.

3- العمل على إشراك الطلاب في أنشطة التعلم العملي والمشاريع البحثية المرتبطة بالتربية

الإعلامية، لتعزيز الخبرات العملية وتطوير المهارات الإعلامية.

4- تحسين البيئة التعليمية للتربية الإعلامية، بتزويد المدارس والجامعات بالمعدات والأدوات

اللازمة لتعليم التربية الإعلامية وتطبيقاتها.

5- إطلاق حملات توعوية للترويج لأهمية التربية الإعلامية وتطبيقاتها، وزيادة الوعي الإعلامي

لدى الطلاب والأسرة، وتشجيعهم على استخدام الإعلام وتكنولوجيا المعلومات بطريقة

إيجابية وفاعلة.

6- إجراء دراسات أخرى لتحديد المزيد من العوامل التي تؤثر في تدريس التربية الإعلامية

وتطبيقاتها في الجامعات الأردنية، وتحديد التغييرات المطلوبة في النهج التعليمي والمناهج

الدراسية لتحقيق تطلعات النخب الأكاديمية.

قائمة المراجع

أولاً- المراجع العربية

- ابن منظور . (2002). *لسان العرب*. دار صادر للطباعة والنشر، بيروت، لبنان.
- أبو دلهوم، ماجدولين سليمان (2012). *اتجاهات القيادات التربوية المحلية في الأردن نحو مشروع اللامركزية: دراسة ميدانية*، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.
- أبو سمرة، محمد (2009). *إستراتيجيات الإعلام التربوي*، عمان: الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- إحدادن، زهير (2002). *مدخل لعلوم الإعلام والاتصال*، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
- آدم، دعاء حاتم محمد (2021). استخدام النخبة الأكاديمية لموقع انستجرام والتماس الأخبار منه، *مجلة البحوث الإعلامية*، 56(4)، 1631 – 1678.
- أم الرتم، سحر وعواج، سامية (2019). التربية الإعلامية والرقمية ضمن متطلبات التنشئة الاجتماعية. *مجلة العلوم الاجتماعية، الجزائر*، 1(16)، 92.
- البدراني، فاضل محمد (2016). التربية الإعلامية والرقمية وتحقيق المجتمع المعرفي، *مجلة المستقبل العربي*، 452(39)، 134-149.
- البدراني، فاضل محمد المرجع. (2019). *التربية الإعلامية صناعة فك تشفير الإعلام*، مؤسسة النبأ، دبي، الإمارات العربية المتحدة.
- بن جوى، مصطفى (2021). مساهمة النخبة الأكاديمية في صناعة التغيير السياسي والاجتماعي في الجزائر، *مجلة المعيار*، 25(60)، 825-843.
- جودة، هبة ابراهيم (2018). *التربية الإعلامية في مواجهة مخاطر الشبكات الاجتماعية*، منشورات نور، المملكة المتحدة.
- حسيب، سالم. (2009). *تأثير الإعلام على الاتجاهات العامة*. مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، لبنان.

حسين، يوسف محمد (2020). تعرض النخب الأكاديمية للمصادر الإخبارية: دراسة ميدانية للمدة من 2019/10/1 لغاية 2019/12/31، مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية، (71)، 202 - 226.

الحمداني، بشرى (2015). التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، عمان: الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع.

ختانتة، سامي وأبو سعد، أحمد (2010). علم النفس الإعلامي، عمان: الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع.

الخروصي، رحمة والصقري، محمد (2017). تأثير الدوافع الخارجية في النية السلوكية للأكاديميين بكلية العلوم بجامعة السلطان قابوس نحو التشارك في المعرفة باعتماد نظرية الفعل المبرر، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 12(4)، 56-74.

الخرزاعلة، محمد والشقصي عبدالله والسخني حسين والشوبكي عساف (2011). مبادئ في علم التربية، عمان: الأردن، دار صفاء للنشر والتوزيع.

الخصاونة، خلود والشديفات، أشجان (2012). واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في الأردن من وجهة نظر طلابها، المجلة الدولية للتربية المتخصصة، 1(6)، 274 - 290.

الخيون، حارث محمد طارق (2018). تأثير تدريس التربية الإعلامية في المدرسة، المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، (1)، 1-29.

درويش، عبد الرحيم. (2012). مقدمة إلى علم الاتصال، مكتبة نانسي، دمياط، مصر.

الدسوقي، سماح (2010). التربية الإعلامية بالتعليم الأساسي في عصر العولمة، الإسكندرية، مصر، دار الجامعة الجديدة.

الدليمي، عبدالرزاق (2011). الإعلام التربوي، عمان: الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع.

الديوب، هبه (2011). تفعيل التربية الإعلامية في مرحلة التعليم الأساسي من وجهة نظر طلاب كلية التربية في الفرات، مجلة العلوم التربوية، كلية التربية بجامعة أم درمان الإسلامية، السودان، 5(11)، 260 - 285.

الرشيد حمد فالح (2017). واقع التربية الإعلامية في المدارس الحكومية بدولة الكويت: دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من المعلمين والمعلمات، مجلة البحث العلمي في التربية، جامعة عين شمس، (7)18.

السالم، محمد أحمد (2019). دور وسائل الإعلام في تسويق السياحة الأردنية من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات العلوم الإنسانية، 5(4)، 122-135.

السيد، ماجدة (2011). تقنيات الإعلام التربوي والتعليمي، عمان: الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

شبيرة، هجيرة (2018). التربية الإعلامية ومواقع التواصل الاجتماعي: دراسة لأدوار الأولياء في استخدام الأبناء للفيديو، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر.

الشعراني، ربي (2009). الإبداع في التربية المدرسية في التعليم الأساسي، بيروت: لبنان، دار النهضة للنشر والتوزيع.

الشمري، علي جبار، وعبد الأمير، علي عبد الهادي (2015). الاعتماد على وسائل الإعلام وتشكيل مستوى المعرفة لدى النخبة الأكاديمية بشؤون منظمة الأمم المتحدة، مجلة الباحث الإعلامي، 6(29)، 201-2019.

الشميري، فهد (2010). التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام، الرياض: السعودية، مكتبة الملك فهد الوطنية.

صبري، خولة شخشير، وربيع، جمال (2014). العلاقة بين إدراك الطلبة المعلمين في الضفة الغربية (فلسطين) لتكنولوجيا الحاسوب واتجاههم نحو استخدامها في التعليم، مجلة الدراسات التربوية والنفسية، 8(3)، 455-473.

صديق، حسين (2012). الاتجاهات من منظور علم الاجتماع، مجلة جامعة دمشق، 28(4)، 299-322.

الطويسي، باسم والهالات، جبريل (2018). التربية الإعلامية والمعلوماتية، الجزء الأول، معهد الإعلام الأردني، عمان، الأردن.

الطويسي، باسم وصبحي، شيرين والبناء، نيلي (2016). التربية الإعلامية والمعلوماتية في الأردن الحاجات والفرص، ورقة سياسة عامة 2016/ معهد الإعلام الأردني عمان /الأردن.

عامر، دليلة وقزادري، حياة (2016). التربية الإعلامية والمواطنة، ندوة علمية بكلية الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 25 إبريل.

العامري، محمد (2013). مدخل إلى الاتجاهات ومكوناتها، دار وائل للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

عبد الحي، رمزي (2011). الإعلام التربوي في ظل ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، عمان: الأردن، دار الوراق للنشر والتوزيع.

عبدالحמיד، محمد (2012). التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي، القاهرة: مصر، عالم الكتب للنشر والتوزيع.

العسال، حسام (2016). معرفة الوالدين بالتربية الإعلامية في المجتمع الأردني، (رسالة ماجستير غير منشورة)، معهد الإعلام الأردني، عمان: الأردن.

العقباوى، بسنت عبدالمحسن عبداللطيف (2022). العلاقة بين الوعي بالتربية الإعلامية الرقمية والسمات الشخصية لدى الطالبات المعلمات بكلية التربية للطفولة المبكرة. مجلة كلية التربية، 37(1)، 329 - 392.

غلاب، مجيب (2018). علاقة التربية الإعلامية بالمصطلحات المتداخلة معها في الحقلين التربوي والإعلامي ضبط الإطار المفاهيمي، المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية، 3(3)، 140-122.

قاسيمي، أمال (2019). التربية الإعلامية في ظل حتمية الرقمنة: الفرص والتحديات، مجلة الميادين للدراسات في العلوم الإنسانية، 3(3)، 297 - 313.

كبار، عبدالله (2013). النخبة الجامعية والمجتمع المدني في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 11(11)، 227-2015.

المحسن، سعيد (2016). العلوم السلوكية في الإدارة. مكتبة الرشد، الرياض، المملكة العربية السعودية.

مسلم، محمود وعزيز، عبد السلام (2017). تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكاديمية، مجلة جامعة بنها، مصر، (4)7، 1-25.

المشاقبة، يوسف عوض أحمد. (2022). التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها على مضامين المواقع الإخبارية الأردنية في ظل تنامي الإعلام الرقمي. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، (80)، 2089 - 2108.

معلا، ناجي، وتوفيق، رائف (2005). أصول التسويق مدخل استراتيجي لاتجاهات المستهلكين، مركز طارق للخدمات الجامعية، عمان، الأردن.

المناصير، أشرف محمد (2011). *اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الدراما التلفزيونية في قناة MBC1*، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

نجيب، حمدان. (2017). *مقدمة في علم النفس الاجتماعي*. دار النهضة العربية للنشر، القاهرة، مصر.

نسيغاوي، لطيفة (2015). *المراهق الجزائري والإنترنت: دراسة في الاستخدامات والإشباع*، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، الجزائر.

وظفة، علي أسعد (2015). *في مفهوم النخبة: مقارنة بنائية، مركز نقد وتنوير للدراسات الإنسانية*، (2)6، 15-62.

ثانياً: المراجع الأجنبية

Aiex, Nola Kortner (1989). *How to Read Television: Teaching Students to View TV Critically*, (Unpublished Doctoral Dissertation), The Pennsylvania State University, Pennsylvania.

Albarracin, D., Johnson, B. T., & Zanna, M. P. (Eds.). (2017). *The handbook of attitudes* (2nd ed.). Routledge.

Encyclopedia Britannica. (1993). *Elite*. Chicago: Encyclopedia Britannica, Inc.

- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. Psychology Press.
- Greenway, P. (2015). *Media and arts Education: a global view from Australia*. New Brunswick and London: Transaction Publishers.
- Gretter, S., & Yadav, A. (2018). What Do Preservice Teachers Think about Teaching Media Literacy? An Exploratory Study Using the Theory of Planned Behavior. *Journal of Media Literacy Education*, 10(1), 104-123.
- Grizzle, A. Moore, P. Dezuanni, M. Asthana, S. Wilson, C. Banda, F. (2013). *Media and Information Literacy Policy & Strategy Guidelines*, UNESCO report.
- Grizzle, A. Moore, P. Dezuanni, M. Asthana, S. Wilson, C. Banda, F. (2013). *Media and Information Literacy Policy & Strategy Guidelines*, UNESCO report.
- Hamley, atherine (2004), Why Study the Mass Media, Retrieved from <http://www.aber.ac.uk/Media/Students/KIh9803>.
- Hobbs, R. (2010). *Digital and media literacy: A plan of action*. Washington, D.C.: The Aspen Institute.
- Jose, M., & Brown, A. (2008). *Media Literacy, New Conceptualization, New Approach, Empowerment Through Media Education, An Intercultural Dialogue*, Ulla Carlson SamyTayie, Genevieve Jacquinot, the international Clearinghouse on children, Youth & Media, Sweden.
- Manfra, M., & Holmes, C. (2020). Integrating media literacy in social studies teacher education. *Contemporary Issues in Technology and Teacher Education*, 20(1), 121-141.
- Neill, O. (2011). *Media Education and the Development of Media Competence*, Dublin Institute of Technology.
- Share, J. (2013). *Media Literacy is Elementary: Teaching Youth to Critically Read and Create Media*, New York: Peter Lang.

Simons, M., Meeus, W., & T'Sas, J. (2017). Measuring media literacy for media education: Development of a questionnaire for teachers' competencies. *Journal of Media Literacy Education*, 9(1), 99-115.

Sniehotta, F. F., Presseau, J., & Araújo-Soares, V. (2014). Time to retire the theory of planned behaviour. *Health Psychology Review*, 8(1), 1-7.

Strasbourg, Victor C & Jone Wilson (2004). *Children, Adolescents & the Media*, London: Sage Publications.

الملحقات

الملحق (1)

قائمة بأسماء السادة المحكمين

الرقم	الاسم	الرتبة	التخصص	مكان العمل
1	علي عقلة نجادات	أستاذ دكتور	صحافة وإعلام	جامعة البترا
2	حاتم سليم العلاونة	أستاذ دكتور	صحافة وإعلام	جامعة اليرموك
3	عزت حجاب	أستاذ دكتور	سياسات إعلام	جامعة الشرق الأوسط
4	عبد الكريم الدبيسي	أستاذ مشارك	صحافة وإعلام	جامعة الشرق الأوسط
5	إبراهيم الخصاونة	أستاذ مشارك	إذاعة وتلفزيون	جامعة البترا
6	كامل خورشيد	أستاذ مشارك	صحافة وإعلام	جامعة الشرق الأوسط
7	صخر الخصاونة	أستاذ مشارك	تشريعات إعلامية	معهد الإعلام الأردني
8	منال مزاهرة	أستاذ مشارك	إعلام	جامعة البترا
9	علي حديد	أستاذ مساعد	علاقات عامة	جامعة اليرموك
10	حنان الشيخ	أستاذ مساعد	إعلام	جامعة الشرق الأوسط
11	هناء الصعوب	أستاذ مساعد	إعلام	جامعة البترا

الملحق (2)

الاستبانة بصورتها النهائية



جامعة الشرق الأوسط

كلية الإعلام

تحية طيبة مباركة وبعد،،،

تقوم الباحثة بدراسة علمية عنوانها: "اتجاهات النخب الأكاديمية نحو تدريس مساقات التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات الأردنية"، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام في جامعة الشرق الأوسط.

أرجو التكرم بالإجابة عن فقرات هذه الاستبانة والتي تم تطويرها من قبل الباحثة، لما فيه منفعة للعلم وللمجتمع وبلدنا الغالي.

وتفضلوا بقبول جزييل الاحترام والتقدير،،،

الباحثة: ديماء النتشة

جامعة الشرق الأوسط

القسم الأول: البيانات الشخصية الأولية:

1. النوع الاجتماعي:

ذكر

أنثى

2. الفئة العمرية:

أقل من 30 سنة

من 31 - 45 سنة

46 سنة فأكثر

3. المستوى الأكاديمي:

مدرس / محاضر

أستاذ مساعد

أستاذ مشارك

أستاذ

4. عدد سنوات الخبرة في التدريس:

أقل من 5 سنوات

من 5 - 10 سنوات

أكثر من 10 سنوات

القسم الثاني: الفقرات التي تقيس مفهوم وأهمية التربية الإعلامية

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرة	
					أستطيع فهم ما تقدمه وسائل الإعلام والتميز بين المفيد والضار .	1
					أرى أن لوسائل الإعلام دورا كبير في تسليط الضوء على العديد من القضايا التي تهم المجتمع.	2
					تزيد التربية الإعلامية من القدرة على الوصول إلى جميع وسائل الإعلام	3
					تزيد التربية الإعلامية الاستفادة من مواد التربية التي تبث عبر وسائل الاعلام	4
					تهدف التربية الإعلامية إلى تعليم الطلبة وتدريبهم على التعامل مع محتويات وسائل الإعلام	5
					تعمل التربية الإعلامية على تجنب الطلبة الاثار السلبية لوسائل الاعلام	6
					تمكن التربية الإعلامية الطلبة من الاستفادة من ميزاتها الايجابية	7
					تسهم التربية الإعلامية في التعرف على مصادر المحتوى الإعلامي وأهدافه والسياق الذي يرد فيه.	8
					تسهم التربية الإعلامية في تعليم مهارات التعرض النقدي	9
					تسهم التربية الإعلامية في الحماية من التأثيرات الضارة لوسائل الإعلام.	10

القسم الثالث- اتجاهات النخب الأكاديمية نحو أهمية تدريس مساقات التربية الإعلامية في الجامعات

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرة	
أولاً- البعد المعرفي						
					يساعد تدريس مساقات التربية الإعلامية الطلبة على بالاطلاع على المصادر الأصلية للمحتوى الإعلامي.	11
					يمكن تدريس مساقات التربية الإعلامية الطلبة من اختيار المادة والمحتوى الإعلامي المناسب.	12
					يوفر تدريس مساقات التربية الإعلامية للطلبة المعرفة اللازمة للاستخدام الآمن لوسائل الإعلام.	13
					أؤمن بأن المعرفة والثقافة بالتعامل مع وسائل الإعلام وفهماها واجب وحق لكل مواطن.	14
					يسهم تدريس مساقات التربية الإعلامية على تثقيف الطلاب	15
					يسهم تدريس مساقات التربية الإعلامية على فهم الأمور وتقديرها	16
					يسهم تدريس مساقات التربية الإعلامية على استيعاب متطلبات العصر الجديد	17
					يسهم تدريس مساقات التربية الإعلامية على التعامل مع العولمة.	18
					يساعد تدريس مساقات التربية الإعلامية على تكوين أنموذج القدوة الحسنة للطلاب	19
					يساعد تدريس مساقات التربية الإعلامية على إكسابهم صفات معينة" كالصبر، والتحمل، وتقدير الذات.	20
ثانياً- البعد الوجداني						
					تمكن التربية الإعلامية الطلبة من التعايش بالطرق الإيجابية مع الوسائل الإعلامية المختلفة.	21
					تنمي التربية الإعلامية لدى الطلبة قيم المواطنة	22

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرة	
					الصالحة.	
					تعزز التربية الإعلامية ثقافة السلام لدى الطلبة.	23
					تمكن التربية الإعلامية الطلبة من التصدي للشائعات والفتن التي تهدد أمن المجتمع واستقراره.	24
					تشكل التربية الإعلامية حالة من الوعي الفكري لدى الطلبة تجاه المصادر الإعلامية المختلفة.	25
ثالثاً- البعد المهاري						
					يساعد تدريس مساقات التربية الإعلامية الطلبة في اتخاذ القرارات المناسبة تجاه المواد الإعلامية.	26
					يمكن تدريس مساقات التربية الإعلامية الطلبة من امتلاك مهارة إبداء الرأي وطرح الأسئلة تجاه الرسائل الإعلامية.	27
					يمكن تدريس مساقات التربية الإعلامية الطلبة من امتلاك القدرة على تصنيف المواد الإعلامية المختلفة إلى حقيقة أو تزوير أو خيال.	28
					ينمي تدريس مساقات التربية الإعلامية لدى الطلبة مهارات التفكير المختلفة.	29
					يكسب تدريس مساقات التربية الإعلامية مهارة المرونة في التعامل مع الوسائل الإعلامية المختلفة.	30
رابعاً- البعد التربوي						
					تسهم التربية الإعلامية في خلق جيل واعٍ لما يدور حوله من أحداث وتداعيات.	31
					تغرس التربية الإعلامية في نفوس الطلبة الممارسات الأخلاقية والصفات الحميدة.	32
					تغرس التربية الإعلامية في نفوس الطلبة مبدأ الاحترام والرأي الآخر	33
					تحافظ التربية الإعلامية على الموروث الثقافي للمجتمع من خلال نشره والتعريف به.	34

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرة	
					تغرس التربية الإعلامية القيم الاجتماعية السليمة في نفوس الطلبة.	35
					تعمل التربية الإعلامية على توعية الطلبة بأهمية الإعلام ووظائفه في المجتمع.	36

القسم الرابع- العوامل المؤثرة في فاعلية تطبيق وتدريس مساقات التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات الأردنية

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرة	
					توفير أعضاء هيئة تدريس متخصصين في مجال التربية الإعلامية.	37
					توفير كوادر إدارية وفنية في مجال التربية الإعلامية.	38
					تقديم الدعم المالي للبحوث والدراسات المتعلقة بتطبيق التربية الإعلامية.	39
					توفير الأدوات والتجهيزات اللازمة لتفعيل التربية الإعلامية وتطبيقها في المناهج الجامعية.	40
					توفير المصادر التعليمية والمعلوماتية كالأدلة الإرشادية والكتيبات المرتبطة بمناهج وأنشطة التربية الإعلامية.	41
					إنشاء بيانات افتراضية على الإنترنت لدعم برامج التربية الإعلامية في الجامعة.	42
					ربط الأنشطة الجامعية المتنوعة بلجنة إعلامية خاصة بالجامعة.	43
					تسهيل الاستضافة الداخلية في مساقات الجامعة لرموز إعلامية واجتماعية وتربوية مهمة بالتربية الإعلامية وتطبيقاتها.	44

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرة	
					إنشاء وحدة خاصة بالتربية الإعلامية في الجامعة لإكساب الطلاب مهارات التربية الإعلامية.	45
					تدريب الهيئة التدريسية على مفاهيم التربية الإعلامية من خلال اجراء ورش عمل	46

القسم الخامس - المعوقات التي تواجه تطبيق وتدریس التربية الإعلامية في الجامعات الأردنية

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرة	
					عدم وجود كوادر إدارية وفنية في الجامعات قادرة على التعامل مع تطبيقات التربية الإعلامية.	47
					عدم وجود كوادر أكاديمية متخصصة بالتربية الإعلامية	48
					عدم اقتناع إدارة الجامعة بطرح مادة التربية الإعلامية لأسباب ذاتية أو فكرية.	49
					عدم وجود الدعم المالي الكافي لتطبيق التربية الإعلامية في المناهج التدريسية في الجامعة.	50
					النظرة السلبية لأولياء الأمور نحو النشاطات اللامنهجية	51