

فعالية البرامج التدريبية في تمكين الشباب الأردني من أبعاد التربية  
الإعلامية "دراسة تجريبية"

The Effectiveness of Training Programs in Empowering  
Jordanian Youth with the Dimensions of Media  
Literacy: An Experimental Study

إعداد

روان سليمان المعاني

إشراف

د رامت أبو حصيرة

قدمت هذه الرسالة إستمكماً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

قسم الصحافة والإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

حزيران، 2024

## التفويض

أنا روان سليمان حامد المعاني، أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: روان سليمان حامد المعاني

التاريخ: 2024/6/2



التوقيع:

## قرار لجنة المناقشة

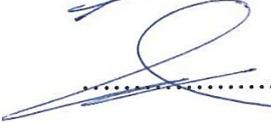
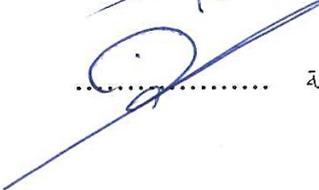
نوقشت هذه الرسالة وعنوانها: فعالية البرامج التدريبية في تمكين الشباب الأردني من أبعاد

التربية الإعلامية "دراسة تجريبية".

وأجيزت بتاريخ: 2024/06/02.

للباحثة: روان سليمان المعاني.

### أعضاء لجنة المناقشة

الإسم	الصفة	مكان العمل	التوقيع
د. رامز محمد أبو حصيرة	المشرف	جامعة الشرق الأوسط	
د. حنان كامل الشيخ	رئيس اللجنة	جامعة الشرق الأوسط	
د. صدام سليمان المشاقبة	عضو اللجنة الداخلي	جامعة الشرق الأوسط	
د. عثمان منصور طاهات	عضو اللجنة الخارجي	جامعة الزرقاء الخاصة	

## شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين، حمداً كثيراً طيباً مباركاً، الحمد لله على جميل ما أعطى وعظيم ما وهب حمداً تطيب به الحياة ، وتستديم به النعم، الحمد لله الذي نظن به خيراً فيكرمنا بأفضل ما كنا نظن وأكثر، فأحمد الله على عونه وتوفيقه حمداً كثيراً ، ومن جعل للحمد خاتمة النعمة ،جعلها الله فاتحة المزيد فالحمد لله دائماً وابدأ أن من علي بإتمام هذه الرسالة التي كانت حلمًا يرافقني، وعلى ما خصني به من جزيل نعمه وعلى حسن توفيقه وكريم عونه وعلى ما فتح به علي من إنجاز لهذه الرسالة.

يقول رسولنا الكريم "من لا يشكر الناس لا يشكر الله" وإنطلاقاً من هذا الهدي النبوي يتوجب علي أن أعترف بالفضل و الجميل لأهله، وما كان لهذا الجهد أن يرى النور ولا ينجز بهذه الصورة التي هو عليها لولا أن تعهده أهل العلم بالتوجيه، وأهل الخبرة بصادق النصح والإرشاد ، وهنا أتقدم بجزيل الشكر وعظيم الإمتنان إلى الدكتور رامت أبو حصيرة الذي تفضل بالإشراف على هذه الرسالة، وكان لتوجيهاته وملاحظاته القيمة الدور الأكبر في إنجاز هذه الدراسة.

كما وأتقدم بالشكر الجزيل إلى رئيس وأعضاء لجنة المناقشة على تفضلهم بمناقشة الرسالة ، والذين أثروها بأرائهم وملاحظاتهم وخلصا خبرتهم القيمة في خدمة العلم وأصحابه والشكر مقرون بكل معاني الحب والوفاء لجامعة الشرق الأوسط ، وجميع من فيها أساتذة أفاضل ،لهم كل التقدير على ما قدموه من جهد وعلم خلال فترة دراستي في الجامعة.

الباحثة

روان المعاني

## الإهداء

إلى من وهباني الحياة الكريمة ، منذ أن كنت نطفة ثم طفلة وإلى الآن "والدي و والدتي" اللذان لم يتوانى يوماً عن دعمي وتشجيعي.

إلى إخوتي أحمد وأحمد ورزان من اعتبروني قدوة وكانوا ومازالوا عناقيد الحب ومشاعل الأمل التي تلتف حولي.

إلى زوجي الحبيب "أحمد فريج" رفيق درب قبل الكلمات ، مصدر عزي وفخري والروح المتممة لروحي.

إلى إنجازي الأعظم أولادي ميرال وهاشم وماجد أهديكم يا أمي هذا النجاح.

وإلى بقية الأهل والأصدقاء..ممن أثاروا شغفي ودافعتي ، من نللو أمامي الصعوبات وكانوا بلسماً للقلب بكلماتهم وعباراتهم ، إليكم جميعاً أهديكم ثمرة جهدي بكل الحب والإمتنان.

الباحثة

روان المعاني

## قائمة المحتويات

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

### الفصل الأول: خلفية الرسالة وأهميتها

المقدمة.....	1.....
مشكلة الدراسة.....	3.....
أهداف الدراسة.....	3.....
أهمية الدراسة.....	4.....
أسئلة الدراسة.....	5.....
فروض الدراسة.....	6.....
حدود الدراسة.....	7.....
محددات الدراسة.....	7.....
مصطلحات الدراسة.....	7.....

### الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

أولاً: الأدب النظري.....	9.....
ثانياً : الدراسات السابقة.....	23.....
ثالثاً: التعقيب على الدراسات السابقة.....	29.....

### الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

31	.....	نوع الدراسة ومنهجيتها
31	.....	مجتمع الدراسة وعينتها
32	.....	أداة الدراسة
34	.....	إجراءات الصدق والثبات
35	.....	متغيرات الدراسة
35	.....	المعالجة الإحصائية
36	.....	إجراءات الدراسة

### الفصل الرابع: نتائج الدراسة

37	.....	أولاً: نتائج الدراسة الميدانية للاختبار القبلي
50	.....	ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية للاختبار البعدي
60	.....	ثالثاً: نتائج اختبار الفروض

### الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

75	.....	مناقشة نتائج الاختبار القبلي والبعدي
83	.....	مناقشة نتائج اختبار الفروض
85	.....	التوصيات
86	.....	قائمة المراجع
86	.....	المراجع العربية
89	.....	المراجع الأجنبية
91	.....	الملحقات

## قائمة الجداول

رقم الفصل - رقم الجدول	محتوى الجدول	الصفحة
1-3	البيانات الشخصية للمبحوثين عينة الدراسة	32
2-3	معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) للاختبار القبلي والبعدي	34
3-4	مشاركة الشباب ببرامج أو دورات تدريبية في التربية الإعلامية قبل الانضمامك للدورة	37
4-4	سبب عدم مشاركة الشباب في برامج ودورات تدريبية تتعلق بالتربية الإعلامية	38
5-4	مفهوم التربية الإعلامية الأبرز قبل مشاركة الشباب في برامج التربية الإعلامية	39
6-4	قدرة الشباب على الوصول إلى الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام	40
7-4	قدرة الشباب على فهم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام	41
8-4	قدرة الشباب على تحليل الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام	43
9-4	قدرة الشباب على تقييم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام	44
10-4	قدرة الشباب على إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها عبر وسائل الإعلام	45
11-4	قدرة الشباب على التفاعل عبر وسائل الإعلام	47
12-4	قدرة الشباب على التفكير الناقد عبر وسائل الإعلام	48
13-4	سبب مشاركة الشباب في برامج ودورات تدريبية تتعلق بالتربية الإعلامية	50
14-4	مفهوم التربية الإعلامية الأبرز لدى الشباب بعد المشاركة في البرامج التدريبية للتربية الإعلامية	51
15-4	تمكين الشباب من الوصول إلى الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام	52
16-4	تمكين الشباب من فهم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام	53

رقم الفصل - رقم الجدول	محتوى الجدول	الصفحة
17-4	تمكين الشباب من تحليل الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام	54
18-4	تمكين الشباب من تقييم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام	55
19-4	تمكين الشباب من إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها عبر وسائل الإعلام	56
20-4	تمكين الشباب من التفاعل عبر وسائل الإعلام	57
21-4	تمكين الشباب من التفكير الناقد للرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام	58
22-4	اختبار (T) للفروق بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لأبعاد التربية الإعلامية (الوصول، الفهم، التحليل، التقييم، الإنتاج، التفاعل، التفكير الناقد) تبعًا لمتغير: (النوع الاجتماعي)	60
23-4	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)، بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لأبعاد التربية الإعلامية (الوصول، الفهم، التحليل، التقييم، الإنتاج، التفاعل، التفكير الناقد) تبعًا لمتغير: (المؤهل التعليمي)	61
24-4	اختبار (LSD) لدراسة الفروق في متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لأبعاد التربية الإعلامية (الوصول، الفهم، التحليل، التقييم، الإنتاج، التفاعل، التفكير الناقد) تبعًا لمتغير: (المؤهل التعليمي)	62
25-4	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)، بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لأبعاد التربية الإعلامية (الوصول، الفهم، التحليل، التقييم، الإنتاج، التفاعل، التفكير الناقد) تبعًا (المجال الجغرافي للبرنامج التدريبي)	63
26-4	اختبار (LSD) لدراسة الفروق بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لأبعاد التربية الإعلامية (الوصول، الفهم، التحليل، التقييم، الإنتاج، التفاعل، التفكير الناقد) تبعًا لمتغير: (المجال الجغرافي للبرنامج التدريبي)	64

الصفحة	محتوى الجدول	رقم الفصل - رقم الجدول
65	نتائج اختبار تحليل التباين الإحادي (One-Way ANOVA)، بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لأبعاد التربية الإعلامية (الوصول، الفهم، التحليل، التقييم، الإنتاج، التفاعل، التفكير الناقد) تبعًا لمتغير: (العمر)	27-4
66	اختبار (T) للفروق بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لمفهوم التربية الإعلامية لدى الشباب تبعًا لمتغير: (النوع الاجتماعي)	28-4
67	نتائج اختبار تحليل التباين الإحادي (One-Way ANOVA)، بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لمفهوم التربية الإعلامية لدى الشباب تبعًا لمتغير: (المؤهل التعليمي)	29-4
68	نتائج اختبار تحليل التباين الإحادي (One-Way ANOVA)، بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لمفهوم التربية الإعلامية لدى الشباب تبعًا لمتغير: (المجال الجغرافي للبرنامج التربوي)	30-4
69	نتائج اختبار تحليل التباين الإحادي (One-Way ANOVA)، بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لمفهوم التربية الإعلامية لدى الشباب تبعًا لمتغير: (العمر)	31-4
77	الفروق بين الاختبار القبلي والبعدي لأبعاد التربية الإعلامية	32-4

## قائمة الملحقات

الصفحة	المحتوى	الرقم
91	أسماء الأساتذة محكمي استبانة الدراسة	1
92	استبانة الدراسة الاختبار القبلي والبعدي	2
101	استبانة الدراسة الاختبار البعدي	3

## "فعالية البرامج التدريبية في تمكين الشباب من أبعاد التربية الإعلامية" دراسة تجريبية"

إعداد: روان سليمان المعاني

إشراف: الدكتور رامز أبو حصيرة

### الملخص

هدفت الدراسة التعرف إلى فعالية البرامج التدريبية في تمكين الشباب من أبعاد التربية الإعلامية، بالاعتماد على المنهج شبه التجريبي، واستخدام أسلوب التصميم التجريبي القبلي-البعدي باستخدام مجموعة واحدة من الأفراد، بحيث تم استخدام عينة الدراسة كمجموعة تجريبية وضابطة في الوقت ذاته، بالتطبيق على عينة قوامها (40) شابًا وشابة، شاركوا في برنامج تدريبي عقده صندوق الملك عبد الله الثاني للتنمية في محافظات المملكة (عجلون، الزرقاء، معان) في شهري شباط وآذار من عام 2024، وأظهرت نتائج الدراسة أنّ البرامج التدريبية مكنت الشباب من أبعاد التربية الإعلامية، حيث جاءت مهارة التفكير الناقد في الترتيب الأول، حيث كان هناك فروق بين الوسط الحسابي للاختبار القبلي (3.54) والاختبار البعدي (4.26)، وفي الترتيب الثاني مهارة التحليل بوسط حسابي (4.16) للاختبار البعدي، و(3.88) للاختبار القبلي، بينما جاء في الترتيب الأخير مهارة التفكير الناقد بوسط حسابي بلغ (4.26) للاختبار البعدي، و(3.54) للاختبار القبلي، وأظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الاختبار القبلي والاختبار البعدي لأبعاد التربية الإعلامية (الوصول، الفهم، التحليل، التقييم، الإنتاج، التفاعل، التفكير الناقد)، وفقًا لمتغير المجال الجغرافي للبرنامج التدريبي ولمتغير المؤهل التعليمي، وخلصت النتائج إلى ضرورة أن يوفر القائمون على البرامج التدريبية للتربية الإعلامية دورات تثقيفية للشباب تركز على مهارتي التفاعل والتفكير الناقد لأنواع الرسائل الإعلامية ودوافع استخدام الصور والبيانات من خلال التطبيق العملي للشباب.

الكلمات المفتاحية: البرامج التدريبية، التمكين، الشباب، أبعاد التربية الإعلامية، المنهج شبه

التجريبية

# **The Effectiveness of Training Programs in Empowering Jordanian Youth with the Dimensions of Media Literacy: An Experimental Study**

**Prepared by: Rawan Suliaman Al-Ma'ani**

**Supervised by: Assistant Prof. Ramez Abuhasirah**

## **Abstract**

The study aimed to identify the effectiveness of training programs in empowering young people with media education skills. It employed a quasi-experimental approach, using a pre-test/post-test one-group design. The same sample of 40 young men and women (n=40) participated in both the pre-test and post-test. They were recruited from a training program held by the King Abdullah II Fund for Development in the governorates of Ajloun, Al-Zarqa, and the South during February and March 2024. The results indicated that the training program improved participants' mastery of media literacy skills. Critical thinking showed the greatest improvement, with a significant difference between the pre-test mean (3.54) and the post-test mean (4.26). Analysis skills followed closely, with pre-test and post-test means of 3.88 and 4.16, respectively. Comprehension skills showed the least improvement, with pre-test and post-test means of 3.83 and 3.85, respectively. Statistically significant differences were found between pre-test and post-test scores for all media literacy dimensions (access, understanding, analysis, evaluation, production, interaction, and critical thinking). These differences were also observed across geographical training locations and educational qualifications. The study concludes that media literacy program developers should offer courses that focus on helping young people understand different media message types and the motivations behind the use of images and data.

**Keywords: Training programmes, empowerment, youth, dimensions of media literacy, quasi-experimental approach**

## الفصل الأول خلفية الرسالة وأهميتها

### المقدمة

يعيش العالم بأسره ثورة حقيقية في شتى وسائل الإعلام، شكلت بإثرها نقلة نوعية في وسائل الاتصال والتواصل مع اختلاف الأدوات، واستطاعت هذه النقطة أن تأخذ حيزاً كبيراً في مجال التربية الإعلامية، من خلال المنصات الإعلامية والرقمية، في ظل انتشار الإنترنت والهواتف الذكية، إلى جانب منصات التواصل الاجتماعي، التي وفرت كمّاً هائلاً من الرسائل الإعلامية غير المحدودة.

وفي ظل هذا الزخم من الرسائل والأخبار، أصبح من الضروري التوسع في نشر مفاهيم ومبادئ التربية الإعلامية، وحماية الفرد والمجتمع من الرسائل السلبية التي قد تنشرها بعض هذه المنصات، وبالتالي الوقوف كمسافة أمان وتحويل الفرد من مستهلك سلبي إلى مستهلك إيجابي.

انطلقت فكرة التربية الإعلامية في الوطن العربي، خلال العقد الأول من الألفية الثالثة وجاءت كضرورة ملحة لزيادة المعارف والتجارب، وتحديداً في الجوانب التحليلية والنقدية للمواد الإعلامية المقدمة في الإعلام المحلي العربي أم الأجنبي، وتعد الجامعة الأمريكية في بيروت نقطة الانطلاق الأولى في مجال التربية الإعلامية عربياً، عندما بدأت أول برنامج علمي عُقد في عام 2006 بهدف التعرف إلى مفهوم الإعلام، وما شهدته من تطورات في ظل عولمة الإعلام، ودخول عصر تقنيات الاتصال والمعلومات وتأثير ذلك في تبدل الكثير من المفاهيم الاجتماعية (المومني، 2021).

وعلى المستوى الأردني خطى الأردن خطوة كبيرة إلى الأمام في مشروع تطوير التربية الإعلامية والمعلوماتية، حيث أكد تصنيف اليونسكو لعام 2023، أنّ الأردن أنهى السيناريو الثالث، وأصبح على أعتاب السيناريو الرابع من سيناريوهات تبني التربية الإعلامية والمعلوماتية، والذي يشير إلى

وجود سياسات وطنية في التربية الإعلامية تهدف إلى بناء القدرات الوطنية، وإدماج التربية الإعلامية في المناهج الدراسية، ونشر الوعي والوصول إلى فئات المجتمع كافة (الطويسى، 2023)

ويعد المعهد الأردني الجهة المنفذة لمشاريع المؤسسات في الأردن، ويدير خريجي طلبة الصحافة والإعلام على مشاريع التربية الإعلامية والمعلوماتية والذين يقومون بدورهم بتدريب مختلف الفئات ومن ضمنهم المعلمون وأساتذة الجامعات ومتابعة تدريسهم للطلاب والإشراف عليهم؛ بهدف تنمية قدراتهم الإعلامية، من خلال توفير الدروس والبرامج التدريبية المناسبة واستخدام التكنولوجيا الحديثة في العملية التعليمية، وكيفية تحليل الرسائل الإعلامية وتقييمها (القضاة، 2021)، إلى جانب ذلك، يعقد صندوق الملك عبد الله الثاني للتنمية في الأردن ومن خلال ذراعه الشبابي والممثل في هيئة شباب كلنا الأردن مع معهد الإعلام الأردني، العديد من البرامج المتخصصة والندوات والورشات التدريبية المتعلقة بالتربية الإعلامية، التي تُركز جميعها على بث الوعي بأهمية التربية الإعلامية، وتنمية تفكيرهم النقدي، والحد من انتشار الإشاعات والأخبار الزائفة والمضللة وإنتاج المحتوى الإعلامي، والاستخدام المسؤول لوسائل الإعلام، وقياس هذا الأثر على أرض الواقع.

ومن هنا، تأتي هذه الدراسة للتعرف إلى أبعاد التربية الإعلامية ومفهومها، في ضوء الجهود الأردنية المبذولة لتعزيز الثقافة الإعلامية لدى الشباب الأردني، ودورها المهم في تنمية المواطنة المسؤولة والفاعلة تجاه المجتمع، من خلال البرامج التدريبية التي تنظمها، في وقت أصبح نشر مبادئ التربية الإعلامية ضرورة مهمة للشباب للتعامل مع وسائل الإعلام، وتمكينهم من الإلمام بالمهارات اللازمة لفهم وسائل الإعلام والتفاعل معها بشكل سليم، في ظل انتشار منصات التواصل الاجتماعي، وما يفرضه العالم الافتراضي الرقمي من رسائل إعلامية مضللة، ومضامين إعلامية متنوعة ومختلفة.

## مشكلة الدراسة

تحظى التربية الإعلامية والمعلوماتية في الأردن، بمرتبة متقدمة من خلال الجهود الوطنية في نشر التربية الإعلامية والمعلوماتية، ودعم مؤسسات المجتمع المحلي لبرامج التربية الإعلامية، حيث ظهرت العديد من البرامج والدورات التدريبية التي تهتم بتدريب الشباب على مبادئ التربية الإعلامية ومفهومها وأبعادها؛ بهدف تحسين قدرة الشباب على التعامل مع وسائل الإعلام والتفاعل معها، وتمكينهم من الاستخدام الأمثل لها، إلى جانب تحصين فكر الشباب من الأفكار والمضامين السلبية، بأسلوب نقدي. لكن، هل هذه البرامج قادرة على تكريس مفهوم وأبعاد التربية الإعلامية لدى الشباب؟ وتعمل على تنمية المهارات عملياً في الحكم على مصداقية المواد الإعلامية، بكل ما قد تنطوي عليها من شائعات أو معلومات مغلوطة أو مفبركة أو رسائل موجهة، وتمكنهم من فهم ونقد وتحليل المواد الإعلامية، وفي ضوء غياب الدراسات العلمية في ضوء علم الباحثة التي تقيس فعالية هذه البرامج في تمكين الشباب الأردني من أبعاد التربية الإعلامية، تتمثل مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي: ما فعالية البرامج التدريبية في تمكين الشباب من أبعاد التربية الإعلامية؟

## أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيس من هذه الدراسة في التعرف إلى فعالية البرامج التدريبية في تمكين الشباب من أبعاد التربية الإعلامية، ويندرج من هذا الهدف، مجموعة من الأهداف الفرعية الآتية:

1. الكشف عن إقبال الشباب الأردني على المشاركة ببرامج تدريبية تتعلق بالتربية الإعلامية.
2. تحديد أسباب إقبال الشباب الأردني على المشاركة ببرامج تدريبية تتعلق بالتربية الإعلامية.
3. تحديد أسباب عدم إقبال الشباب الأردني على المشاركة ببرامج تدريبية تتعلق بالتربية

الإعلامية.

4. الكشف عن قدرة الشباب الأردني في تحديد مفهوم التربية الإعلامية قبل وبعد المشاركة في

البرامج التدريبية الخاصة بالتربية الإعلامية.

5. التعرف إلى قدرة الشباب الأردني في تحديد أبعاد التربية الإعلامية قبل وبعد المشاركة في

البرامج التدريبية الخاصة بالتربية الإعلامية.

### أهمية الدراسة

### الأهمية العلمية

1. تتبع أهمية الدراسة من خلال تطرقها لفاعلية البرامج التدريبية للتربية الإعلامية، وهذه الدراسة

"تجريبية" في حقل الإعلام، لم يسبق وأن تطرقت لها الدراسات السابقة.

2. تزويد المكتبات العلمية بدراسات جديدة للتربية الإعلامية، من حيث المحتوى والمنهج.

3. تدعيم الجهود الأردنية المبذولة في مجال البرامج التدريبية للتربية الإعلامية.

### الأهمية التطبيقية

1. تسليط الضوء على فعالية البرامج التدريبية في تمكين الشباب من أبعاد التربية الإعلامية،

مما يمكن صانع القرار والعاملين في مجال التربية الإعلامية من نشر ثقافة التربية الإعلامية

والمعلوماتية، والاهتمام بمخرجات هذه البرامج على الواقع.

2. تمكين الشباب الأردني من التعامل مع الرسائل الإعلامية بشكل واعٍ وإيجابي، وذلك من

خلال تركيز هذه الدراسة على الجانب التطبيقي لبرامج التربية الإعلامية.

3. إعادة النظر في مدخلات ومخرجات البرامج التدريبية المتعلقة بالتربية الإعلامية، والوقوف

على نتائج هذه البرامج التدريبية، بما يضمن زيادة أثر وفعالية البرامج التدريبية في تمكين

الشباب من التفاعل مع وسائل الإعلام بشكل أكثر وعي ومسؤولية.

## أسئلة الدراسة

### أسئلة الدراسة القبليّة

1. هل شارك الشباب الأردني في برامج تدريبية تتعلق بالتربية الإعلامية؟
2. ما سبب عدم مشاركة الشباب الأردني في برامج تدريبية تتعلق بالتربية الإعلامية؟
3. ما مفهوم التربية الإعلامية لدى الشباب الأردني قبل مشاركتهم في برامج التربية الإعلامية؟
4. هل لدى الشباب القدرة على الوصول إلى الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام؟
5. هل لدى الشباب القدرة على فهم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام؟
6. هل لدى الشباب القدرة على تحليل الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام؟
7. هل لدى الشباب القدرة على تقييم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام؟
8. هل لدى الشباب القدرة على إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها عبر وسائل الإعلام؟
9. هل لدى الشباب القدرة على التفاعل عبر وسائل الإعلام؟
10. هل لدى الشباب القدرة على التفكير الناقد للرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام؟

### أسئلة الدراسة البعديّة

1. ما أسباب مشاركة الشباب الأردني في برامج تدريبية تتعلق بالتربية الإعلامية؟
2. ما مفهوم التربية الإعلامية لدى الشباب الأردني بعد مشاركتهم في برامج التربية الإعلامية؟
3. هل استطاع البرنامج التدريبي تمكين الشباب الأردني من الوصول إلى الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام؟
4. هل استطاع البرنامج التدريبي تمكين الشباب الأردني من فهم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام؟

5. هل استطاع البرنامج التدريبي تمكين الشباب الأردني من تحليل الرسائل الإعلامية عبر

وسائل الإعلام؟

6. هل استطاع البرنامج التدريبي تمكين الشباب الأردني من تقييم الرسائل الإعلامية عبر وسائل

الإعلام؟

7. هل استطاع البرنامج التدريبي تمكين الشباب الأردني من إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها

عبر وسائل الإعلام؟

8. هل استطاع البرنامج التدريبي تمكين الشباب الأردني من التفاعل عبر وسائل الإعلام؟

9. هل استطاع البرنامج التدريبي تمكين الشباب من التفكير الناقد للرسائل الإعلامية عبر وسائل

الإعلام؟

## فروض الدراسة

1. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاختبار القبلي والاختبار البعدي لمفهوم التربية

الإعلامية لدى الشباب، تعزى للمتغيرات التالية: النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل التعليمي،

المجال الجغرافي.

2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاختبار القبلي والاختبار البعدي لأبعاد التربية الإعلامية

(الوصول، الفهم، التحليل، التقييم، الإنتاج، التفاعل، التفكير الناقد)، تعزى للمتغيرات التالية:

النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل التعليمي، المجال الجغرافي.

## حدود الدراسة

1. الحدود المكانية: طبقت الدراسة في الأقاليم الثلاث في المملكة الأردنية الهاشمية، الشمال (عجلون) والوسط (الزرقاء)، والجنوب (معان).
2. الحدود البشرية: الشباب المشاركون في برامج التربية الإعلامية التي تقدمها المراكز الشبابية في محافظات عجلون والزرقاء ومعان، بالتنسيق مع هيئة شباب كلنا الأردن.
3. الحدود الزمانية: طبقت الدراسة خلال عقد البرامج التدريبية خلال شهري شباط وآذار عام 2024.

## محددات الدراسة

يمكن تعميم نتائج البحث على مجتمع الدراسة نفسه طبقاً لتجانس المجتمع وإجراءات صدق الأداة وثباتها ودرجة التزام المبحوثين وجديتهم في الإجابات

## مصطلحات الدراسة

**الفاعلية:** هي وصف فعل معين، وتحديد أكثر الوسائل قدرة على تحقيق الهدف، كما تعرف بأنها: القدرة على تحقيق النتيجة المقصودة طبقاً لمعايير محددة مسبقاً (العطوي، 2018).

أما إجرائياً: هي قدرة البرامج التدريبية من تمكين الشباب من أبعاد التربية الإعلامية.

**البرامج التدريبية:** يقصد بها البرامج المخصصة لتحقيق الأهداف التي صمم من أجلها سواء أكان الهدف إضافة معارف ومعلومات، أم إكساب خبرات ومهارات، أم تغيير اتجاهات الأفراد

العاملين نحو العمل أم المنظمة أم مجتمعة معاً (Abbas & Ali, 2009)

أما إجرائياً: هي دورة التربية الإعلامية والمعلوماتية للشباب والتي تم عقدها بالتعاون مع صندوق الملك عبد الله الثاني للتنمية ومعهد الاعلام الأردني لمدة (3) أيام وبواقع (18) ساعة تدريبية.

**التمكين:** هو رفع الوعي والقدرات للأفراد من أجل إحداث تغيير في المجتمع (أبو بكر، 2002).

أما إجرائيًا: كفاءة البرامج التدريبية في رفع وعي الشباب وزيادة مهاراتهم في التعامل مع وسائل الإعلام.

**الشباب:** تم اعتماد تعريف الشباب كما جاء في الاستراتيجية الوطنية للشباب 2005-2009، والتي أعدها المجلس الأعلى للشباب، حيث تم تعريف الشباب على أنهم الأفراد في الفئة العمرية 12 - 30 (خمش، 2016).

أما إجرائيًا: الشباب المشاركون في برامج التربية الإعلامية.

**أبعاد التربية الإعلامية:** هي المهارات التي تؤسس لمدخل التربية الإعلامية والمتمثلة في مهارات: الوصول، التحليل، التقييم، إنتاج المحتوى (Livingstone's, 2004).

أما إجرائيًا: هي مهارات الوصول والفهم والتحليل والتقييم والإنتاج والتفاعل والتفكير الناقد لوسائل الإعلام.

## الفصل الثاني

### الإطار النظري والدراسات السابقة

#### أولاً: الأدب النظري

##### أولاً: التربية الإعلامية والنماذج النظرية المفسرة لها

تستند هذه الدراسة إلى التوجهات الحديثة في التربية الإعلامية، والأطر النظرية والمداخل الفلسفية التي اهتمت بمفهوم التربية الإعلامية وأبعادها، حيث تبني العديد من الباحثين مجموعة من المفاهيم والأبعاد والأطر الفلسفية والنقدية للتربية الإعلامية، كما تعددت وجهات النظر حول الاستراتيجيات أو الأساليب المناسبة في تفعيل برامج التربية الإعلامية، حيث تنوعت آراء المختصين والخبراء حول كيفية تعلم الطلبة والشباب لمهارات التربية الإعلامية؛ فمنهم من يتبنى مبدأ تعلم الشباب مهارات التربية الإعلامية من خلال مقرر خاص بالتربية الإعلامية، وآخرون يتبنون دمج التربية الإعلامية في المنهج بدلاً من تقديمها في مقرر منفصل، وآخرون يتبنون توظيف كلا المنهجين معاً (خليل، 2015).

وتتعلق الأطر النظرية للتربية الإعلامية من افتراض رئيس يتمثل في أنّ إدراك الأفراد لمفهوم التربية الإعلامية وامتلاكهم لمهاراتها يُقلل من الآثار السلبية للمحتوى الإعلامي الزائف الذي يتم تداوله عبر وسائل الإعلام؛ وبالتالي فإنّ هذا الافتراض يشير إلى ضرورة وجود مبادئ رئيسة يرتبط بعضها بالمحتوى الذي تنتجه وسائل الإعلام، وآلية التفاعل معه، بينما يرتبط بعضها الآخر بالمتلقي وامتلاكه لمهارات التربية الإعلامية الرئيسية: (الوصول، والتحليل، والتقييم، وإنتاج المحتوى)، أو بالقائم بالاتصال ودوره وفعالته، إلى جانب تحول المستخدم إلى منتج للمحتوى الرقمي (مكاوي وآخرون، 2021).

وقد تباينت تلك الأطر النظرية في تفسير الافتراض السابق في إطار المداخل الفكرية والفلسفية المختلفة، حيث طرح Freed (2001) أنموذجاً للتربية الإعلامية يركز على مفهوم التفاعلية، الذي

يميز بين وسائل الإعلام وتقنيات المعلومات الحديثة؛ فالإعلام الرقمي كوني بطبعه، خصوصاً مع انتشار الشبكات التفاعلية واسعة النطاق، وبالتالي فإن مهارات التفكير الناقد والمهارات التقنية ليست كافية وحدها للبقاء دون فهم الطلاب لطبيعة وقوة هذه التفاعلية، إلى جانب أن المتلقي المثقف إعلامياً يدرك عمق التفاعل الكوني، والذي يعد مدخلاً لثقافته الإعلامية، ويقترح لتحقيق فهم الطالب للتفاعل الكوني كأساس للتربية الإعلامية، نموذجاً أسماه الثقافة الإعلامية العميقة (Deep Media Literacy)) يتكون من ثلاثة مستويات: الأول: مهارات استخدام تقنيات المعلومات وتصفح الشبكات الرقمية، والثاني: مهارات التفكير الناقد لمحتوى الرسائل الإعلامية، والثالث: تقدير التفاعلية الكونية، كما يقترح ثلاث استراتيجيات لتدريس الثقافة الإعلامية، هي: تطوير رؤية إعلامية مشتركة، ومناقشة الاختيارات الإعلامية، ومناقشة التفاعلية.

أما نموذج Jenkins (2006)، فقد أظهر أهمية وجود قائمة تضم قائمة من المهارات، في مجال وسائل الإعلام الجديد لتعزيز وتطوير أبعاد التربية الإعلامية، أهمها: الأداء، والمحاكاة، والتقريب، ويتميز هذا النموذج بتفسيره لدور الإعلام الجديد في نشر التربية الإعلامية، حيث اعتبر الأفراد شركاء نشطين في البيئة الرقمية، وأعاد صياغة أدوارهم بحيث تتجاوز الاستهلاك الإعلامي؛ لتشمل الابتكار النشط للمحتوى الإعلامي. وتُعبّر هذه المهارات عن كفاءات اجتماعية وثقافية تغطي الوصول للتكنولوجيا وإتقان استخدام المنصات الإعلامية المتعددة، بالإضافة إلى تنمية مهارات نقدية قابلة للتطوير.

ويطرح Damiano (2014) عدد من المؤشرات لضمان جودة التربية الإعلامية، منها: إدراج مهارة تحليل محتوى وسائل الإعلام، والنصوص الإعلامية، والإنتاج الإعلامي الذي يستند إلى الأنشطة التفاعلية والمشاركة في إطار السياق الاجتماعي والثقافي للطلبة، واستخدام المعلمين لأساليب

العمل الفردي والجماعي، وتحفيز التفكير الناقد لكل ما يكتشفه أو ينتجه الطلاب داخل الفصل، وإتاحة المناقشات بين الطلاب، وإعطاء كل طالب الفرصة في تكوين رأيه والتعبير عنه، وتقييم كفاءة المعلمين في قدرتهم على القيام بأنشطة التربية الإعلامية، وتحقيق مشاركة أولياء الأمور في توضيح ماهية التربية الإعلامية لأطفالهم، وتدريب أولياء الأمور على إدارة وسائل الإعلام بالمنزل لتحقيق النتائج التعليمية المستهدفة.

ويؤكد Hobbs (1998)، على أهمية أن يتضمن تحليل الشباب للرسالة الإعلامية، خمسة مفاهيم أساسية، هي: إنَّ الرسالة الإعلامية نتاج فرد أو مؤسسة أو منظمة، ويتم إنتاج الرسالة الإعلامية في سياقات اجتماعية وثقافية واقتصادية وسياسية وتاريخية وجمالية، وبالتالي فإنَّ تفسير المعنى في الرسالة الإعلامية هو نتاج ما بين التفاعل بين المتلقي للرسالة ومحتواها والثقافة السائدة.

وقدم Maksi (2015) نموذجًا يركز على فكرة استخدام وسائل الإعلام الجديدة لدعم وتعزيز التربية الإعلامية، والاستفادة من التكنولوجيا الحديثة في نشر المعرفة وتطوير الوعي الإعلامي من خلال المعالجة الفكرية، وتحسين وجهة الضبط الإعلامية، وبناء المعرفة بالوسائل الإعلامية الجديدة.

وحدد مركز الثقافة الإعلامية عشر استراتيجيات لتفعيل التربية الإعلامية وتدريبها، أهمها: دمج التربية الإعلامية في المناهج، وتقديم مقررات كاملة في التربية الإعلامية، وتوظيف النموذج الاستقرائي، وتدريب مهارات التفكير الناقد، وتحليل البيئة الإعلامية، إلى جانب استخدام نموذج التعلم النشط، الذي يبدأ بمرحلة الوعي بقضية معينة ثم تحليلها ثم التعقيب أو التفسير وأخيراً مرحلة الاستجابة، ونتاج هذه النشاطات الأربعة هو الخبرة التي يكتسبها الطالب (الصالح، 2007).

وبناءً على النماذج السابقة المفسرة للتربية الإعلامية، وتباينها في تحديد الأبعاد والمهارات، استفادت الدراسة الحالية من هذه النماذج، من خلال تحديد أبرز الأبعاد المرتبطة بشكل رئيس في

قياس فعالية البرامج التدريبية للتربية الإعلامية، حيث تبنت معظم الأطر النظرية نموذج واحد أو نموذجين وفقاً للأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، وبالرغم من أهمية هذه النماذج ودورها الرائد في استخدام وسائل الإعلام، والاستفادة من التكنولوجيا الحديثة في نشر وتعزيز أسس ومبادئ التربية الإعلامية، فإن الأثر بدأ واضحاً في تفعيل هذه النماذج في تفسير تعامل الأفراد مع وسائل الإعلام، وخاصة الجديدة، حيث تعيد هذه النماذج صياغة أدوار جديدة للأفراد بحيث تتجاوز الاستهلاك الإعلامي حتى تشمل إنتاج المحتوى ومشاركته، إلى جانب تفسير وفهم المحتوى الإعلامي. هذا وتم توظيف هذه النماذج من خلال تحديد أكثر الأبعاد شيوعاً في النماذج، وتوظيفها في الاختبار القبلي والبعدي في الدراسة، لقياس فعالية البرامج التدريبية في تمكين الشباب من أبعاد التربية الإعلامية.

### ثانياً: مفهوم التربية الإعلامية

لقد تطور مصطلح التربية الإعلامية من لحظة ظهوره حتى وقتنا الحالي، بالعديد من المراحل، سواء من حيث المفهوم أو الأهداف، أو المهارات أو الأبعاد، حيث كان هذا التغيير واضحاً من خلال تطور تكنولوجيا الاتصال عبر التقنيات الحديثة، إذ اختلف مصطلح التربية الإعلامية من مجتمع لآخر حسب الجمهور المستهدف، وطبيعة الوسيلة، والبيئة الاجتماعية والثقافية والسياسية السائدة، فتم تعريفها بأنها المهارة اللازمة للتعامل الواعي مع وسائل الإعلام (Livingstone, 2003).

وتهدف التربية الإعلامية إلى زيادة الفهم لجوانب الإعلام المتعددة؛ فالتربية الإعلامية تهدف إلى فهم أكثر عمقاً للإعلام ورسائله، سواء كانت (معرفية، وجدانية، فنية، أخلاقية)، إلى جانب تعزيز التقدير السليم للمضامين الإعلامية، والقدرة على تقييم وتقويم مضامين الإعلام والقائمين على إنتاجها، أي القدرة على تحليل ونقد المضامين المختلفة، بالإضافة إلى القدرة على إنتاج المضامين ومشاركتها، فالهدف الإنتاجي للتربية الإعلامية هدف تعليمي وليس هدفاً تجارياً (Potter, 2003).

وعُرفت التربية الإعلامية وفق توصيات مؤتمر فيينا عام 1999 والذي عقد تحت رعاية منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونيسكو) بأنها: التعامل مع وسائل الإعلام من صور وكلمات ورسوم، إلى جانب تمكين الأفراد من فهم الرسائل الإعلامية وإنتاجها، واختيار الوسائل المناسبة للتعبير عن رسائلهم المناسبة (الطعاني، 2019). أما (Euro Media Literacy (2009، فيعرفها بأنها القدرة على الوصول إلى مضامين وسائل الإعلام، والفهم والتقييم الناقد لها، والقدرة على إنتاج الرسائل الإعلامية في العديد من السياقات. وتعرف منظمة اليونيسكو، التربية الإعلامية والمعلوماتية بأنها: الكفاءات الأساسية التي تتيح للمستخدمين التعامل مع وسائل الإعلام بشكلٍ فعّال، وتطوير التفكير النقدي ومهارات التعلّم، في سبيل تنشئة اجتماعية تجعل منهم مستخدمين فاعلين.

وتؤكد الشديفات (2012)، أنّ التربية الإعلامية في مفهومها تهدف إلى تزويد المتلقين بالتقييم والمثل العليا، وتنمية الاتجاهات السلوكية البناءة، والنهوض بالمستوى الفكري والحضاري والوجداني للمتلقين والمحافظة على التراث التربوي ونشره، إلى جانب تنمية اتجاهات فكرية تساهم في تعزيز التماسك الاجتماعي، والمشاركة في نشر الوعي التربوي على مستوى القطاعات التعليمية المختلفة. ووفقاً ما سبق، تلتقي تعريفات التربية الإعلامية حول مهارات استخدام وسائل الإعلام والتعرض النقدي لها، من خلال الإلمام بمجموعة من المهارات المرتبطة في كيفية التعامل مع وسائل الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، والفهم والتحليل والتقييم والقدرة على التفاعل معها باختلاف أنواعها.

### ثالثاً: أبعاد التربية الإعلامية

تعتمد التربية الإعلامية بشكل رئيس على اكتساب مجموعة من المهارات التي تنطلق من أهمية المعرفة والإدراك في التعامل مع وسائل الإعلام، من خلال الفهم والتقييم والتحليل والتفاعل، بحيث يتعامل المستخدم بشكلٍ إيجابي ومسؤول مع وسائل الإعلام وتقنياتها (الدسوقي، 2010).

وتعد التربية الإعلامية عملية متعددة الأبعاد، أي أنها تعتمد على تداخل وتكامل أبعاد مختلفة ومتعددة في إدراك وتحليل الرسائل الإعلامية، حيث حدد بوتز أربعة أبعاد أساسية للتربية الإعلامية تتمثل في البعد الأخلاقي، الذي يشير إلى قدرة الفرد على استنباط القيم الأخلاقية التي تحكم المضامين الإعلامية، والبعد الجمالي المرتبط بمقدرة الفرد على إدراك النواحي الفنية في المضامين الإعلامية والقدرة على تحري الفرق بين الفن الحقيقي والفن المتكلف، والبعد العاطفي، من خلال امتلاك المتلقي لحس مرهف أثناء تعرضه للمضامين الإعلامية، أما البعد المعرفي فيشير إلى العمليات العقلية التي يجب أن يقوم بها الجمهور من حيث القدرة على إدراك المعاني والرموز والدلالات والأساليب الإقناعية التي تحتويها المضامين الإعلامية (حسن، 2015).

ويؤكد (Martenes 2010) أنّ الأبعاد التي قدّمها الخبراء في وصف التربية الإعلامية يعتمد في على المعرفة والمهارات؛ فالأفراد يحتاجون إلى اكتساب المعرفة حول عمل وسائل الإعلام، مثل: الصناعة الإعلامية، والرسائل الإعلامية، والجمهور، وتأثيرات وسائل الإعلام، وحاجتهم إلى توظيف المهارات من أجل استخدام هذه المعرفة لحماية أنفسهم من الآثار السلبية المحتملة، وتمكينهم من استخدام وسائل الإعلام بوعي أكبر، ثم اتخاذ القرارات التي يُمكن أن تحسن حياتهم.

وتشكل الأبعاد السابقة المتمثلة في (الوصول، التحليل، التقييم، إنتاج المحتوى) المهارات التي تؤسس لمدخل التربية الإعلامية (Livingstone's, 2004)، وتطرح هذه الدراسة أبعادًا جديدة ترتبط ارتباطًا رئيسًا بالسياقات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والتكنولوجية، التي جعلت المستخدم ينتقل من مستوى التعرض للرسائل الإعلامية إلى إنتاج المحتوى الرقمي، وذلك على النحو الآتي:

## 1. مهارة الوصول إلى الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام

وتعني قدرة الفرد على استخدام وسائل الإعلام، وانتقاء المحتوى دون غيره، والتعرف على رموز هذا المحتوى، واستكشاف الأبعاد المرتبطة به، وامتلاك القدرة على استخدام التكنولوجيا التي تمكنه من التعامل مع وسائل الإعلام، والقدرة على فهم دور كل وسيلة إعلامية وكيفية استخدام الوظائف الخاصة بها، إلى جانب القدرة على البحث والوصول للمحتوى الإعلامي والمعلومات واستعادتها وتخزينها واستخدام التقنيات المناسبة، وبرغم أنّ التربية الإعلامية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالوصول إلى الرسائل الإعلامية، إلا أنّ منظمة اليونيسكو تؤكد أن هناك العديد من الأفراد ليس لديهم معرفة، أو لديهم معرفة محدودة يستطيعون من خلالها استخدام تقنيات المعلومات، كما أنهم غير قادرين على الوصول للمعلومات والتواصل عبر الأدوات والوسائل التكنولوجية (UNESCO, 2013).

وتتمثل مهارة الوصول إلى الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام في المقدرة على استخدام الحاسوب والموبايل والتطبيقات والأدوات الذكية؛ للوصول إلى وسائل وسائل الإعلام ورسائلها، وتحديد أهدافهم قبل التعرض لوسائل الإعلام، واختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة، وانتقاء الرسائل التي تلبي احتياجاتهم ورغباتهم، إلى جانب استخدام محركات البحث للوصول إلى المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام، وتحديد عناصر الرسائل الإعلامية، ورسائلها الموثوقة.

## 2. مهارة فهم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام:

وتعني قدرة المستخدم على تحديد مصدر الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام، وإدراكه لتوجهات الوسيلة وخصائصها، وطبيعة الخطاب المقدم عبرها، وجمهورها المستهدف، إلى جانب فهم تقنية الجهاز، ومعرفة كيفية اختلاف معنى الرسالة في حد ذاتها عبر التقنيات المستخدمة، بالإضافة إلى فهم المحتوى وسياقه، وسبب إنشاء المحتوى ومعناه ضمن السياق الاجتماعي (Park, 2012)،

كما يتضمن الفهم النقدي للمحتوى الإعلامي والمعلوماتي، وطريقة عمل المؤسسات الإعلامية ضمن السياق العام لحقوق الإنسان والحريات الإنسانية (Unesco, 2013).

وتتمثل مهارة فهم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام، في المقدرة على فهم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام، وفهم تأثيرها على الشباب والمجتمع، وفهم كيفية صياغة الرسائل الإعلامية من خلال ربطها بسياقها الثقافي والاجتماعي، إلى جانب فهم أهداف وسائل الإعلام في الإقناع عبر رسائلها الإعلامية وفهم دوافع استخدام الصور والبيانات، وفهم أنواع الرسائل الإعلامية، وفهم المعنى الضمني للدلالات التي تحتويها الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام.

### 3. مهارة تحليل الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام

وتتضمن تفسير وعرض المعلومات، باستخدام تقنيات المعلومات والاتصال التي تُعد تحديًا من ناحية جمع وفلتر ومقارنة التفاوت بين المصادر المتعددة، حيث تتطلب مهارة التحليل تربية مرئية وصوتية ضرورية لفهم العالم بشكل أفضل واتخاذ قرارات مستنيرة من خلال تحديد نوع الرسالة الإعلامية (خبرية، إعلانية، ترويجية) وتحليل أهداف المرسل، والمعنى الذي يحاول إيصاله عبر الرسائل الإعلامية، إلى جانب تقييم موثوقية المصدر، وتحليل التقنيات المستخدمة للتأثير على الجمهور واتجاهاتهم، وتشكيل رأي نقدي حول الرسالة الإعلامية (Unesco, 2011).

وتتمثل مهارة تحليل الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام، في المقدرة على تحديد تأثير مصادر الرسائل الإعلامية، والتمييز بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة في وسائل الإعلام، والتمييز بين الأخبار الصحيحة والمزيفة والمضللة، وتحليل أشكال الرسائل الإعلامية سواء أكانت نص أم صورة أم فيديو، أم إعلان، والتمييز بين الأخبار والآراء عبر وسائل الإعلام، إلى جانب تحديد نقاط القوة

والضعف في محتوى الرسائل الإعلامية، وتحديد تقنيات الإقناع المستخدمة في الرسائل الإعلامية، وتحديد أسلوب تركيب الرسالة الإعلامية عبر وسائل الإعلام.

#### 4. مهارة تقييم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام

في العصر الرقمي، تُعدّ مهارة تقييم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام ضرورة من ضروريات مكافحة التضليل وتزييف الوعي عبر وسائل الإعلام؛ فهي تساهم في استيعاب الحقائق وتمكين الأفراد من اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن مصالحهم، وتعزيز الأخلاقيات في المجتمع، مما يساهم في بناء مجتمع أكثر نزاهة ووعياً عبر تقييم الرسائل الإعلامية (Elola & Oskoz, 2014).

وتتمثل مهارة تقييم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام في المقدرة على تقييم المعنى الضمني للرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام، وتقييم تحيز المعلومات في الرسالة الإعلامية، وتقييم مصداقية المصادر في الرسائل الإعلامية، وتقييم دقة وصحة وموضوعية المعلومات المقدمة في الرسائل الإعلامية، إلى جانب القدرة على تقييم تقنيات الإقناع المستخدمة في الرسائل الإعلامية، وتأثير الرسائل الإعلامية على المجتمع، واستخدام الحجج والأدلة لدعم الرأي حول الرسائل الإعلامية، بالإضافة إلى تقييم اللغة الإعلامية المستخدمة في الرسائل الإعلامية.

#### 5. مهارة إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها عبر وسائل الإعلام

تعد مهارة إنتاج الرسائل الإعلامية على اختلاف أساليبها جوهرًا للتربية الإعلامية، حيث ساعدت تقنيات المعلومات والاتصال في دعم العمليات الإبداعية في إنتاج المحتوى (Unesco, 2011)، وتتضمن هذه المهارة الاستخدام الأخلاقي للمحتوى الإعلامي، والمعرفة بجوانب الملكية الفكرية، وتشير هذه المهارة إلى امتلاك الفرد لمهارة الإنشاء أو الإنتاج، من خلال أجهزة وتقنيات الإعلام الرقمي، إلى جانب معرفة كيفية عملها ووظائفها بغرض إنتاج المحتوى؛ بهدف التعبير عن الآراء

والأفكار المختلفة (العسال، 2016)، كما أنّ هذه المهارة تتضمن امتلاك المهارات والخبرات، التي تساعد الأفراد في فهم كيفية تكوين الإعلام لوعيهم، وتمكنهم من المشاركة بشكل أكبر في صناعة وإنتاج المحتوى الإعلامي وفقاً للأخلاقيات السائدة في المجتمع، ومساهمتها في تعزيز الوعي الإعلامي، وهو أمر ضروري للتعامل السليم مع وسائل الإعلام ومحتواها، ويُشجع الأفراد على مراجعة وتقييم مصادر المعلومات المختلفة بشكل نقدي واستخدام التقنيات الحديثة بحذر ووعي في إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها (Hobbs & Jensen, 2016).

وتتمثل مهارة إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها عبر وسائل الإعلام في المقدرة على إنشاء محتوى إعلامي ومعلوماتي إبداعي للنشر عبر وسائل الإعلام، واستخدام أدوات وتقنيات مختلفة لإنتاج الرسائل الإعلامية، والقدرة على إنتاج رسائل إعلامية ملتزمة بالمعايير الأخلاقية، وامتلاك ثقافة الإنتاج للرسائل الإعلامية وليس استهلاكها، وإنتاج رسائل إعلامية تعبر عن الآراء تجاه القضايا والموضوعات، واستخدام المعلومات المتوفرة عبر وسائل الإعلام لإنتاج رسائل إعلامية، والقدرة على تحرير المعلومات والصور والفيديوهات لإنتاج رسائل إعلامية، إلى جانب القدرة على مشاركة الرسائل الإعلامية مع الآخرين عبر وسائل الإعلام.

## 6. مهارة التفاعل عبر وسائل الإعلام

وتتمثل هذه المهارة في قدرة الشباب على التواصل واستخدام المعلومات بشكل مسؤول للتفاعل مع الآخرين عبر وسائل الإعلام، وتعد هذه المهارة عنصراً هاماً في مهارات التربية الإعلامية الأساسية، لكنها تطورت بشكل كبير، من خلال ظهور التربية الرقمية، وتقدم تقنيات المعلومات والاتصال وسائل عديدة ومنوعة لتحقيق التفاعل والتواصل ونقل المعلومات بشكل أسرع أكثر إقناعاً، كما تتضمن مهارة التفاعل قدرة الشباب على المشاركة في المناقشات حول الرسائل الإعلامية عبر

الإنترنت، واستخدام أدوات التواصل بشكل فعال للتفاعل مع الآخرين، وقدرة الشباب على استخدام التقنية المناسبة لنقل الرسائل الإعلامية بشكل أكثر سرعة وإقناع (العسال، 2016).

وتتضمن هذه المهارة : القدرة على التواصل بشكل فعال عبر وسائل الإعلام، والمشاركة في المناقشات حول الرسائل الإعلامية ، والقدرة على مشاركة الرسائل الإعلامية للمساهمة في مجتمع إعلامي مستتير ، القدرة على التفاعل مع الآخرين حول الرسائل الإعلامية بأمان وخصوصية ، واستخدام التقنية المناسبة لنقل الرسائل الإعلامية بشكل أكثر سرعة وإقناع.

#### 7. مهارة التفكير الناقد للرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام

وتتمثل مهارة التفكير الناقد عبر وسائل الإعلام في القدرة على التحقق من مصادر المعلومات، والخروج باستنتاجات تتعلق بالحقائق والآراء المطروحة، وتعد هذه المهارة من المهارات العليا، التي تنطلق من فرضية أنها قابلة للتطوير والتحديث لدى كل فرد. وتتضمن هذه المهارة قدرة الشباب على تكوين رأي مستقل حول الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام، والقدرة على نقد دقة ومصداقية المعلومات في الرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام، والقدرة على إجراء مقارنات منطقية بين المعلومات في الرسائل الإعلامية، والقدرة على استخدام وسائل الإعلام بشكل مسؤول لحل المشكلات واتخاذ القرارات (حسن، 2016).

وتتضمن هذه المهارة : القدرة على تكوين رأي مستقل حول الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام ، والقدرة على نقد ومصداقية المعلومات في الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام ، وتفكيك الرسائل الإعلامية إلى عناصرها ، و القدرة على الموازنة بين الفوائد و المخاطر للرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام، واستخدام وسائل الإعلام بشكل مسؤول لحل المشكلات واتخاذ القرارات

## رابعًا: التربية الإعلامية في الأردن

بدأت نقطة التحول الجوهرية في التربية الإعلامية في الأردن عام 2016 حينما فتحت وزارة التربية والتعليم المجال أمام تنفيذ مبادرات تجريبية في التربية الإعلامية ضمن حصص غير منهجية في تدريب المعلمين والمعلمات على أسس التربية الإعلامية، وعمليًا طورت وزارة التربية والتعليم الأردنية ثلاث وحدات دراسية في مجالات التربية الإعلامية في كل من كتاب التربية الوطنية للصفين السابع والثامن، وكتاب الحاسوب للصف العاشر، وتم إدخال هذه الوحدات إلى المناهج اعتبارًا من العام الدراسي 2020/2019، أما على مستوى الجامعات ومؤسسات التعليم العالي، فقد كانت جامعة آل البيت أول جامعة تقرر مقررًا في التربية الإعلامية لكافة طلبة الجامعة عام ، وخطت على خطاها الجامعات التي بدأت بدمج بعض المفاهيم التربوية الإعلامية في مقرراتها الدراسية (الطويسي، 2023).

وقد خطت المؤسسات الأكاديمية الأردنية خطوة كبيرة إلى الأمام في مشروع تطوير التربية الإعلامية وتعزيز فعاليتها، حيث أطلق معهد الإعلام الأردني، بالشراكة مع منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو)، مشروع إدخال التربية الإعلامية والمعلوماتية للأردن عام 2016 (القضاة، 2021)، ويتضمن الإطار الاستراتيجي لنشر التربية الإعلامية والمعلوماتية في الأردن ثلاثة مستويات، الأول: إدماج مفاهيم ومهارات التربية الإعلامية والمعلوماتية في نظام التعليم الأردني ، بدءاً من المدارس وصولاً إلى الجامعات، والثاني: تعزيز انتشار مفاهيم التربية الإعلامية و المعلوماتية في المؤسسات الشبابية والمدنية، والثالث: نشر مفاهيم التربية الإعلامية والمعلوماتية في الحياة العامة، عبر وسائل الإعلام ومؤسسات التنشئة الاجتماعية، من خلال تمكين المواطنين من التعامل مع تحديات وسائل الإعلام والإعلام الرقمي، بما في ذلك شبكات التواصل الاجتماعي.

وتمثلت الجهود الأردنية في مجال التربية الإعلامية، في تبني الحكومة والمؤسسات الرسمية سياسات وطنية للتربية الإعلامية والمعلوماتية، بهدف إدخالها في خططها وبرامجها، والانتقال إلى مرحلة جديدة تتمثل في الانتشار من حيث بناء القدرات الوطنية، كما سعت الإستراتيجية الوطنية للتربية الإعلامية والمعلوماتية في الأردن للأعوام 2022/2019، إلى خارطة طريق وطنية تهدف من خلالها إلى تعزيز التربية الإعلامية وإدراجها في مناهج التعليم وأنظمة التعليم غير الرسمية، وهي بذلك تمثل إطاراً وطنياً يوفر توجيهاً استرشادياً للحكومة والمؤسسات الوطنية ذات الصلة بهذا القطاع (الطويسي، 2023).

#### خامساً: البرامج التدريبية للتربية الإعلامية في الأردن

منذ عام 2014 اتخذ الأردن خطوات نوعية في تقديم برامج تدريبية مختصة بالتربية الإعلامية، وتمثلت أولى هذه الخطوات في التعاون بين منظمة اليونسكو والحكومة الأردنية ومؤسسات المجتمع المدني مثل: معهد الإعلام الأردني وصندوق الملك عبدالله الثاني للتنمية، عبر تأسيس شراكة تعمل على خلق ثقافة بين الجمهور الأردني في التعامل مع وسائل الإعلام، ونشر ثقافة مساءلة وسائل الإعلام وزيادة الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية، إذ ترجم هذا التعاون في إنشاء مرصد مصداقية الإعلام (أكيد) وهو أول مرصد باللغة العربية يُعنى بالتحقق من الأخبار وتدقيقها في العالم العربي (معهد الإعلام، 2014).

وتمثلت الخطوة الثانية مع انطلاق مشروع "دعم وسائل الإعلام في الأردن"، وهو مشروع ممول من قبل الاتحاد الأوروبي بناءً على اتفاقية تعاون بين الاتحاد والحكومة الأردنية، وتم تنفيذه بين 2018/2014، حيث تولى معهد الإعلام ومعهد التنوع الإعلامي في لندن، مهمة تنفيذ برامج وأنشطة هذا المشروع، واشتمل المشروع على خطة عمل واسعة لبناء القدرات الوطنية في مجال التربية الإعلامية، ودمج التربية الإعلامية والمعلوماتية في مناهج التعليم الرسمي، وانعكس هذا الإنجاز كأولوية في استراتيجية الحكومة الأردنية

للأعوام 2020/2019، حيث اشتمل المشروع على مبادرة تجريبية ضمت ثماني مدارس حكومية تضمنت تأسيس نوادٍ للتربية الإعلامية في مدارسهم، أما على مستوى الجامعات تم تقديم التربية الإعلامية كمقرر اختياري للعام الدراسي 202/2019، إلى جانب توفير المعدات لمختبرين للوسائط المتعددة، وعلى مستوى المنظمات الشبابية فقد تم تدريب ست عشرة منظمة يقودها الشباب على التربية الإعلامية لرفع مستوى الوعي حول التربية الإعلامية (الطويسي، 2023).

وأطلقت اليونيسكو ضمن مشروع "تمكين الشباب" مبادرة محو الأمية الإعلامية والمعلوماتية كاستجابة لمحاربة الكراهية والتطرف، وتضمنت المبادرة مشروع مدته عشرون شهراً خلال 2020/2018، يهدف إلى تعزيز قدرات المؤسسات العامة من مدارس وجامعات في التربية الإعلامية، إلى جانب الإعلاميين والمتخصصين في محافظات الأردن، كذلك نفذت العديد من المنظمات الدولية مشاريع بالتعاون مع شركاء محليين وتحديداً في مواجهة الأخبار الكاذبة وخطاب الكراهية (المومني، 2021).

كذلك، نفذ صندوق الملك عبد الله الثاني للتنمية وبوساطة مؤسسة ولي العهد ومن خلال نراعه الشبابي هيئة شباب كلنا الأردن سلسلة من البرامج والدورات التدريبية في مجال التربية الإعلامية استهدفت طلبة الجامعات الأردنية في مختلف المحافظات بعد أن طور دليلاً تدريبياً موجهاً للشباب بالتعاون مع معهد الإعلام الأردني، ومازالت هذه الدورات التدريبية قائمة ومستمرة حتى العام 2024.

## ثانيا : الدراسات السابقة

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة المرتبطة بفعالية البرامج التدريبية للتربية الإعلامية في الأردن، يتضح ندرة الدراسات الأردنية المرتبطة بهذه البرامج في الأردن، مع وجود اهتمام نسبي بهذه البرامج على المستوى العربي والدولي، حيث اهتمت غالبية الدراسات بأبعاد ومهارات التربية الإعلامية بشكل عام، وسيتم تناول هذه الدراسات من الأقدم إلى الأحدث وفقاً لما يلي:

رجب وآخرون (2023)، برنامج مقترح في التربية الإعلامية الرقمية لتنمية الوعي المعرفي بالخصوصية الرقمية لدى طلبة الجامعة

هدفت الدراسة التعرف إلى فعالية برنامج مقترح في التربية الإعلامية الرقمية لتنمية الوعي المعرفي بالخصوصية الرقمية لدى الطلبة، واعتمدت الدراسة على المنهج شبه التجريبي بالتطبيق على عينة قوامها (30) طالباً وطالبة من جامعة المنيا بجمهورية مصر العربية، وخلصت النتائج إلى أنّ الطلبة كانوا أكثر معرفةً بأبعاد التربية الإعلامية ومفهومها من حيث الوعي المعرفي بالخصوصية الرقمية للتربية الإعلامية بعد التجربة والاختبار البعدي.

**Tran-Duong (2023). The effect of media literacy on effective learning outcomes in online learning**

تران-دونج. (2023). تأثير الثقافة الإعلامية على نتائج التعلم الفعالة في التعلم عبر الإنترنت

هدفت الدراسة إلى الكشف عن تأثير التربية الإعلامية على كيفية إدراك الطلبة لنتائج التعلم الفعال عبر الإنترنت، من خلال استخدام المنهج المسحي، بالتطبيق على عينة قوامها (421) طالباً جامعياً من (32) جامعة في فيتنام، وأظهرت نتائج الدراسة أنّ أبعاد التربية الإعلامية (الاستهلاك الوظيفي، والتفكير النقدي، والافتراض النقدي) لها آثار إيجابية كبيرة على نتائج تعلم الطلبة في بيئة التعلم عبر الإنترنت، من

حيث تطوير المهارات في الفهم والتحليل والتقييم لمحتوى وسائل الإعلام، وخلصت الدراسة إلى ضرورة وضع الخطط الاستراتيجية لزيادة فعالية التدريس عبر الإنترنت.

#### الربابعة (2022). دور التربية الإعلامية في التوعية من خطر الشائعات لدى الشباب الأردني

هدفت الدراسة التعرف إلى تحقيق الدور التوعوي الذي تؤديه التربية الإعلامية في مواجهة خطر الشائعات لدى الشباب الأردني، من خلال اعتمادها على منهج المسح الميداني، بالتطبيق على عينة من الشباب الأردني قوامها (200) مفردة، وخلصت نتائج الدراسة إلى مساهمة التربية الإعلامية في مواجهة الشائعات، وحسن انتقاء المصدر، وضرورة توسيع دائرة تطبيق مناهج التربية الإعلامية لتشمل الندوات الثقافية والاجتماعية، وعدم الاكتفاء على تدريسها في الجامعات والمدارس.

#### Dolanbay, H. (2022). The experiences of medialiteracy education of university students and the awareness they have gained: An action research

#### دولانباي (2022)، تجربة التثقيف الإعلامي لطلاب الجامعات والوعي الذي اكتسبوه

هدفت الدراسة التعرف إلى تحسين الوعي الإعلامي لدى طلبة الجامعات في تركيا، من خلال استقادتهم من برامج التدريب الخاصة بالتربية الإعلامية، من خلال استخدام المنهج المسحي، بالتطبيق على عينة قوامها (150) طالبًا جامعيًا يدرسون في ثلاث جامعات حكومية تركية في العام الدراسي 2022/2021، ولم يتلقوا تعليمًا سابقًا في مجال الثقافة الإعلامية، وخلصت نتائج الدراسة إلى أنّ التربية الإعلامية تُساهم في زيادة قدرة الطلبة على إمكانية الوصول الفعال إلى المعلومات، وتقييم وتحليل محتوى الرسائل الإعلامية، وفهم تأثيرات وسائل الإعلام، إلى جانب حرية الرأي والتعبير، والمشاركة الفعالة في المجتمع، وأظهرت الدراسة ضرورة تنمية الوعي بمهارات التربية

الإعلامية، وتطوير سياسات تعليمية جديدة من أجل دمج الثقافة الإعلامية في نظام التعليم، إلى جانب إضافة دورة محو الأمية الإعلامية الإلزامية إلى المناهج الدراسية.

### **Xiao et al (2021). Who Consumes New Media Content More Wisely? Examining Personality Factors**

هدفت الدراسة التعرف إلى أهمية التربية الإعلامية لطلبة الجامعات الأميركية، وقدرتهم على التحليل النقدي للمعلومات والأخبار في وسائل الإعلام الرقمية، من خلال استخدام المنهج المسحي، بالتطبيق على عينة قوامها (551)، طالبًا في إحدى الجامعات الكبرى على الساحل الغربي في الولايات المتحدة الأميركية، وأظهرت نتائج الدراسة أنّ تطبيق مفهوم التربية الإعلامية في الجامعات يرتبط بزيادة البحث عن المعلومات والتحقق منها، وهو سلوك نقدي يساعد في الحصول على معلومات أكثر دقة لتصحيح المفاهيم الخاطئة، وخلصت النتائج إلى أنّ مهارات التربية الإعلامية لها تأثيرات وقائية تحمي الطلبة والشباب من التأثيرات السلبية للمعلومات المضللة.

### **المومني (2021) دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب في المجتمع الأردني**

هدفت الدراسة التعرف إلى دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب في المجتمع الأردني، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، بالتطبيق على عينة قوامها (320) شابًا من المسجلين في البرامج التي تعقدها المراكز الشبابية الأردنية على مدار العام (2018-2019)، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أنّ دور التربية الإعلامية في تطوير قدرات الشباب للوصول للمصادر الموثوقة للمعلومات وتقييمها، هو التمكين من تمييز الشائعات الضارة عن المعلومات الصحيحة، وإسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى الإعلامي.

دراسة دهيمي، عبد اللاوي (2021) إتجاهات أساتذة الإعلام نحو دور التربية الإعلامية في الحد من الاضطراب المعلوماتي لدى مستخدمي المنصات الاجتماعية

هدفت الدراسة التعرف إلى دور التربية الإعلامية في المنصات الاجتماعية، وتقديم مقترحات من وجهة نظر الأساتذة لتفعيل مهارات التربية الإعلامية والحد من خطر اضطراب وتحقيق الأمن المعلوماتي في الجزائر، من خلال استخدام المنهج المسحي على عينة قوامها (39) مفردة بالاعتماد على أسلوب الحصر الشامل من أساتذة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن أهم أسباب الاضطراب المعلوماتي هو غياب القدرة على تقييم وتحليل وإنتاج المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام لدى المستخدمين، إلى جانب الأهمية المرتفعة لضرورة اكتساب مهارات التربية الإعلامية من وجهة نظر عينة الدراسة، وضرورة إدراج التربية الإعلامية كمقياس في مختلف التخصصات.

**McNelly & Harvey (2021). Media literacy instruction in today's classrooms: A study of teachers' knowledge**

ماكيلي وهارفي (2021). تعليم التربية الإعلامية في الفصول الدراسية اليوم: دراسة لمعرفة المعلمين

التعرف إلى مفهوم التربية الإعلامية لدى المدرسين، وثقتهم في قدرتهم على دمج هذا المفهوم في تدريسهم، والتكامل الفعلي في دمج مفهوم التربية الإعلامية ضمن المحاضرات الصفية، من خلال استخدام المنهج المسحي، بالتطبيق على عينة قوامها (71) مدرساً في مدرسة في بنسلفانيا بأميركا، وخلصت النتائج إلى أنه بالرغم من المعرفة الكبيرة للمدرسين بمفهوم التربية الإعلامية وثقتهم في القدرة على دمج مفهوم التربية الإعلامية في الفصول الدراسية تقنياً وتطبيقياً، إلا أنّ التكامل الفعلي لتعليم التربية الإعلامية بدأ محدوداً فيما يتعلق بمشاركة الطلبة وتكوين رأي نقدي في القضايا الاجتماعية والعالمية باستخدام وسائل

الإعلام وإنتاج المحتوى الإعلامي، على عكس تلك المتعلقة بتدريس كيفية استخدام التكنولوجيا في عملية التعليم مثل أجهزة الكمبيوتر، ومصادر المعلومات.

مهني (2020). فاعلية برنامج مقترح في التربية الإعلامية لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى

طلاب الجامعة

هدفت الدراسة التعرف إلى فاعلية برنامج مقترح في التربية الإعلامية لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلبة جامعة المنيا بجمهورية مصر العربية، من خلال استخدام المنهج التجريبي القائم على التصميم شبه التجريبي ذا المجموعة التجريبية الواحدة (قبلي - بعدي)، بالتطبيق على عينة قوامها (30) طالبًا من طلاب قسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية بجامعة المنيا، وخلصت نتائج الدراسة إلى تحسن أداء تلاميذ عينة الدراسة في القياس البعدي، مقارنة بالقياس القبلي، ووجود أثر كبير لبرنامج التربية الإعلامية في تحصيلهم المعرفي لموضوع التعلم.

حسنين (2020) تقييم كفاءة ممارسة مهارات التربية الإعلامية لدى الطلاب بأقسام الإعلام

التربوي.

هدفت الدراسة التعرف إلى استخدام طلبة الإعلام التربوي في جامعة القاهرة والمنوفية والمنيا لوسائل الاتصال التقليدية والرقمية، والتعرف إلى مستوى الاستهلاك الناقد للوسائل فيما بينهم، من خلال استخدام المنهج المسحي، بالتطبيق على عينة حصصية قوامها (360) مفردة، ومجموعة نقاش مركزة اشتملت على (8) محوئين من المعيدين والمدرسين المساعدين في التدريب الميداني، وخلصت نتائج الدراسة إلى ضرورة التواصل بين أقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية في الجامعات والمؤسسات الإعلامية، مما يتيح الفرصة لعقد لقاءات ومناقشات بين الإعلاميين في هذه المؤسسات والطلاب لتفعيل الجانب المهاري والتطبيقي لديهم في التربية الإعلامية.

## علي (2020). اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات المصرية

هدفت الدراسة التعرف إلى اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تطبيق التربية الإعلامية في الجامعات المصرية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، بالتطبيق على عينة قوامها (200)، مفردة من النخبة الأكاديمية بكليات الإعلام بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن أفضل طريقة لتدريس التربية الإعلامية للطلاب هي ورش العمل والدورات، والمناقشة والحوار وتبادل وجهات النظر بين الطلاب والمدرسين، والتجربة الفعلية من خلال إنتاج مواد إعلامية يشارك فيها الطلبة، وأشارت النتائج إلى أن المعايير التي يجب أن تستند عليها أبعاد التربية الإعلامية هي: إدراك تأثير وسائل الإعلام على الطلبة والمجتمع، والتعامل الواعي والرشيد مع وسائل الإعلام الحديثة، وإدراك أنّ الرسالة الإعلامية لها أبعاد تجارية وسياسية واجتماعية وثقافية وجمالية، إلى جانب أنّ أبرز المعارف التي ينبغي أن يتضمنها محتوى التربية الإعلامية، هي التعريف بمفاهيم الإعلام ووسائله، ومصادر المواد الإعلامية، وطرق عمل وسائل الإعلام.

## Popescu. M. (2020). Media Literacy Tools in Combating Disinformation and Fake News in Social Media Popescu (2020)

بوبيسكو. (2020). أدوات الثقافة الإعلامية في مكافحة المعلومات المضللة والأخبار المزيفة في وسائل التواصل الاجتماعي.

هدفت الدراسة التعرف إلى تمكين الشباب في الجامعات الرومانية من مهارات التربية الإعلامية عبر تقديم طرق المساعدة في تجنب التعرض للتأثر السلوكي والمعرفي المقصود، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن تمكن الشباب من مهارات التربية الإعلامية تكشف الزيف والأكاذيب المنتشرة في

وسائل الإعلام خاصة الجديد منها، إلى جانب إتاحة الفرصة لإنتاج وإعداد مواد إعلامية من الأخبار يتداولها المرسلون والمستقبلون في الوقت ذاته.

### ثالثاً: التعقيب على الدراسات السابقة

يُلاحظ من العرض السابق، ندرة الدراسات التي تناولت البرامج التدريبية للتربية الإعلامية سوى في دراستين مهني (2020)، ودراسة رجب وآخرون (2023)، حيث ركزت الدراسات السابقة على مفهوم التربية الإعلامية مثل: دراسة McNelly & Harvey (2021)، بينما ركزت دراسة الربابعة (2022) والمومني (2021) على دور التربية الإعلامية التوعوي وتحديداً لدى الشباب.

في حين ركزت دراسة بوبيسكو (2020) ودراسة حسنين (2020) على دور التربية الإعلامية في تمكين الشباب من مهارات التربية الإعلامية.

وركزت دراسة علي (2020) ودراسة اللاوي (2021) على اتجاهات النخبة الأكاديمية في تطبيق مبادئ التربية الإعلامية، في حين ركزت دراسة دولانباي (2022) ودراسة اكسياو (2021) على تثقيف طلاب الجامعات من خلال التطبيق الفعلي لبرامج تدريبية في التربية الإعلامية.

وتنوعت الدراسات في المناهج المستخدمة، ما بين المنهج التجريبي مثل: دراسة مهني (2020)، ودراسة رجب وآخرون (2023)، والمنهج المسحي مثل: دراسة حسنين (2020) ودراسة ماكنلي وهارفي (2021) ودراسة اللاوي (2021) ودراسة اكسياو (2021) ودولانباي (2022) ودراسة الربابعة (2022)، والمنهج الوصفي المسحي: مثل دراسة المومني (2021) ودراسة علي (2020).

وخلصت معظم النتائج إلى ضرورة تنمية الوعي بمهارات التربية الإعلامية، وتطوير سياسات تعليمية جديدة، وإلى الدور التوعوي الذي يتمثل في حماية الشباب من التأثيرات السلبية للمعلومات المضللة وتعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى الإعلامي.

وتتميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في أنها هدفت التعرف إلى فعالية البرامج التدريبية في تمكين الشباب من أبعاد التربية الإعلامية.

كما تتميز الدراسة الحالية عن جميع الدراسات السابقة من حيث الإطار النظري الذي استندت إليه؛ والنماذج النظرية المفسرة للتربية الإعلامية، واختلفت هذه الدراسة أيضا من حيث الظاهرة المدروسة، كما استخدمت هذه الدراسة المنهج التجريبي من خلال تحديد أداة جمع البيانات، والتي تمثلت في الاستبانة المكونة من اختبار قبلي واختبار بعدي كما في دراسة مهني (2020)، ودراسة رجب وآخرون (2023)، أما بقية الدراسات اعتمدت على منهج المسحي والوصفي.

كما ساهمت الدراسات السابقة، في تحديد نقطة الاختلاف، حيث تشير الدراسات السابقة إلى البحث المستمر في التربية الإعلامية، ولم تتناول في معظمها البرامج التدريبية مثل: دراسة مهني (2020)، ودراسة رجب وآخرون (2023) وغيرها من الدراسات، ومن هنا تميزت هذه الدراسة في التعرف إلى مدى فاعلية البرامج التدريبية في تمكين الشباب من أبعاد التربية الإعلامية في إطار تفعيل وتعزيز التربية الإعلامية لدى الشباب الأردني.

## الفصل الثالث

### منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

يشمل هذا الفصل المنهجية المتبعة، ومجتمع الدراسة وعينتها، وأداة الرسالة، واختبارات الصدق والثبات لأداة الدراسة ومتغيرات الدراسة، وإجراءات الدراسة.

#### نوع الدراسة ومنهجيتها

تعد هذه الدراسة من البحوث التجريبية، والتي تعتمد على المنهج شبه التجريبي القائم على التصميم شبه التجريبي ذي المجموعة التجريبية الواحدة (قبلي، بعدي)، وتستند فكرة المنهج التجريبي في أنه إذا كان هناك موقفان متشابهان في جميع النواحي ثم أضيف عنصر معين إلى أحد الموقفين دون الآخر أو حذف عنصر معين من أحدهما دون الآخر، فإن أي اختلاف في النتائج يعزى إلى وجود هذا العنصر المضاف أو إلى غياب هذا العنصر، فالدراسات التجريبية تضع فرض واحد أو عدة فروض توضح العلاقة السببية المتوقعة بين بعض المتغيرات، وتجرى التجربة الفعلية لتؤكد صحة أو عدم صحة الفرض التجريبي (عبد الحفيظ، 2000)، وفي إطار المنهج شبه التجريبي تم الاعتماد على أسلوب التصميم التجريبي القبلي-البعدي باستخدام مجموعة واحدة من الأفراد، بحيث تم استخدام عينة الدراسة كمجموعة تجريبية وضابطة في الوقت ذاته.

#### مجتمع الدراسة وعينتها

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع الشباب المشاركين في البرامج التدريبية للتربية الإعلامية التي يعقدها صندوق الملك عبد الله الثاني للتنمية بالشراكة مع مؤسسة ولي العهد ومعهد الإعلام الأردني، أما العينة فتم اختيار حصر شامل لجميع المشاركين في البرامج التدريبية التي عقدها صندوق الملك عبد الله الثاني للتنمية في محافظات المملكة في شهري شباط وآذار من عام 2024، والبالغ عددهم

(40) شابًا وشابة، وقد حرصت الدراسة في اختيار العينة بأن تمثل الأقاليم الموجودة في الأردن (الشمال، الوسط، الجنوب)، وباعتبار أن البرامج التدريبية لم تعقد في جميع محافظات المملكة، نظرًا لعقدها خلال فترة زمنية محددة وفق جدول زمني معين؛ تم اختيار محافظة واحدة من كل إقليم لتمثل جميع الأقاليم الموجود في الأردن؛ فتم اختيار محافظة عجلون (إقليم الشمال)، ومحافظة الزرقاء (إقليم الوسط)، ومحافظة معان (إقليم الجنوب)، والجدول رقم (3-1) يوضح خصائص عينة الدراسة:

الجدول رقم (3-1): البيانات الشخصية للمبحوثين عينة الدراسة

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	16	40%
	أنثى	24	60%
المؤهل التعليمي	ثانوية عامة فما دون	0	0%
	ثانوية عامة (توجيهي)	8	20%
	دبلوم	7	17.5%
	بكالوريوس	23	57.5%
	دراسات عليا	2	5%
المجال الجغرافي للبرنامج التدريبي	الشمال (عجلون)	9	22.5%
	الوسط (الزرقاء)	13	32.5%
	الجنوب (معان)	18	45%
العمر	أقل من 20 سنة	10	25%
	من 20 سنة إلى 25 سنة	16	40%
	من 26 سنة إلى 30 سنة	14	35%
المجموع (ن)		40	100%

### أداة الدراسة

تم الاعتماد على الاستبانة أداة لهذه الدراسة، وتم جمع البيانات خلال الفترة الزمنية في شهري شباط وآذار من عام 2024 عن طريق المقابلة الشخصية مع عينة الدراسة لضمان إجاباتهم عن الأسئلة جميعها، والتأكد من فهم العينة لمحاوَر الدراسة وأسئلتها، وضمان الإجابات إجابات صحيحة،

وقد تم التصميم شبه التجريبي للبحث من خلال تصميم استبانتين، الأولى تختص بالاختبار القبلي لمعرفة قدرة الشباب على تحديد أبعاد التربية الإعلامية قبل مشاركتهم في البرامج التدريبية، والثانية تختص بالاختبار القبلي لمعرفة قدرة الشباب من تحديد أبعاد التربية الإعلامية بعد مشاركتهم في البرامج التدريبية، وقد شملت كل من الاستبانتين (الاختبار القبلي، والاختبار البعدي) المحاور الآتية:

استبانة الاختبار القبلي: وشملت محور مشاركة الشباب في برامج تدريبية تتعلق بالتربية الإعلامية، وأسباب عدم مشاركتهم في برامج تدريبية مختصة بالتربية الإعلامية قبل مشاركتهم في البرامج التدريبية، ومحور مفهوم التربية الإعلامية قبل مشاركتهم في البرامج التدريبية، ومحور تمكن الشباب من تحديد أبعاد التربية الإعلامية (الوصول، الفهم، التحليل، التقييم، الإنتاج، التفاعل، التفكير الناقد)، قبل مشاركتهم في البرامج التدريبية.

استبانة الاختبار البعدي: وشملت محور أسباب مشاركة الشباب في برامج تدريبية تتعلق بالتربية الإعلامية، ومحور مفهوم التربية الإعلامية لدى الشباب بعد مشاركتهم في البرامج التدريبية، ومحور تمكن الشباب من تحديد أبعاد التربية الإعلامية (الوصول، الفهم، التحليل، التقييم، الإنتاج، التفاعل، التفكير الناقد)، بعد مشاركتهم في البرامج التدريبية.

وتدرج المقياس في قدرة الشباب في تحديد أبعاد التربية الإعلامية لدى الشباب الجامعي قبل وبعد البرامج التدريبية الخاصة بالتربية الإعلامية: (5) موافق بشدة، (4) موافق، (3) محايد، (2) معارض، (1) معارض بشدة، وتم تقدير مستويات المتوسطات الحسابية تبعاً للإجابات وفقاً للدرجات الآتية: (1 - 2.33) منخفضة، و(2.34 - 3.66) متوسطة، و(3.67 - 5) مرتفعة.

## إجراءات الصدق والثبات

للتحقق من صدق أداة الدراسة "الاستبانة"، تم استخدام الصدق الظاهري، من خلال عرض أداة الدراسة (الاختبار القبلي والاختبار البعدي)، على مجموعة من المحكمين، من ذوي الخبرة والاختصاص في مجال الإعلام، لإبداء آرائهم وملاحظاتهم؛ بهدف التأكد من أنها تحقق أهداف الدراسة، وتقيس ما وضعت فعلاً لقياسه، وقد ساعدت نتائج المحكمين في تحسين محتوى الأداة وشكلها، عبر توضيح وترتيب المحاور، وصياغة الأسئلة، وإضافة عبارات وحذف أخرى، بما يتفق مع أهداف الدراسة، حيث تم إجراء التعديلات التي اقترحها المحكمون، لتصبح جاهزة للتطبيق الميداني، وقد أرفقت أسماء الأساتذة المحكمين في ملاحق الدراسة (ملحق 1).

وللتأكد من ثبات الأداة، تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، بالاعتماد على معامل الثبات كرونباخ ألفا (Crobach Alpha)، لقياس الاتساق الداخلي لمحاور الاستبانة (الاختبار القبلي والاختبار البعدي) ويوضح الجدول رقم (2-3)، قيمة معامل الثبات لكل محور من المحاور:

الجدول رقم (2-3): معامل الثبات كرونباخ ألفا ( Cronbach's Alpha للاختبار القبلي والبعدي

قيمة معامل الثبات	درجة ثبات محاور الاختبار القبلي
0.91	قدرة الشباب على الوصول إلى الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام
0.93	قدرة الشباب القدرة على فهم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام
0.86	قدرة الشباب القدرة على تحليل الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام
0.95	قدرة الشباب القدرة على تقييم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام
0.90	قدرة الشباب القدرة على إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها
0.87	قدرة الشباب القدرة على التفاعل عبر وسائل الإعلام
0.92	قدرة الشباب القدرة على التفكير الناقد عبر وسائل الإعلام

قيمة معامل الثبات	درجة ثبات محاور الاختبار البعدي
0.93	تمكين البرنامج التدريبي الشباب من الوصول إلى الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام
0.96	تمكين البرنامج التدريبي الشباب من فهم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام
0.92	تمكين البرنامج التدريبي الشباب من تحليل الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام
0.93	تمكين البرنامج التدريبي الشباب من تقييم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام
0.90	تمكين البرنامج التدريبي الشباب من إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها
0.92	تمكين البرنامج التدريبي الشباب من التفاعل عبر وسائل الإعلام
0.94	تمكين البرنامج التدريبي الشباب من التفكير الناقد عبر وسائل الإعلام

### متغيرات الدراسة

**المتغير المستقل (التجريبي):** فعالية البرامج التدريبية

**المتغير التابع:** تمكين الشباب من أبعاد التربية الإعلامية

**المتغيرات الوسيطة:** المتغيرات الشخصية لعينة الدراسة، وتتضمن: النوع الاجتماعي، المؤهل

العلمي، المجال الجغرافي للبرنامج التدريبي، العمر.

### المعالجة الإحصائية

عولجت البيانات إحصائياً، وحللت باستخدام برنامج (SPSS)؛ للوصول إلى إثبات الفرضيات أو

نفيها، وذلك باللجوء إلى الاختبارات والمعالجات الإحصائية الآتية:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي (Mean)، والانحراف المعياري (Standard Deviation).
- اختبار العينة الواحدة (One-Sample T-test).
- اختبار عينتين مستقلتين (Independent Sample T Test).

• اختبار تحليل التباين الأحادي (One-way Anova).

• اختبار تحليل التباين البعدي (LSD).

وُقِّلت نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (95%) فأكثر، عند مستوى دلالة (0.05).

### إجراءات الدراسة

بعد تحديد مشكلة الدراسة، تم الاطلاع على الأدبيات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، لفهمه فهماً دقيقاً، تم جمع المعلومات المتعلقة بالبرامج التدريبية للتربية الإعلامية، وتطويرها بما يخدم الدراسة، وبعد الاطلاع على المصادر والمراجع المختلفة تم تسجيل الملاحظات لبناء أداة الدراسة على عدة محاور، والمنتلة في أبعاد التربية الإعلامية، وبعد الانتهاء من إعداد الاستبانة تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين من أساتذة الإعلام، وتم الأخذ بجميع الملاحظات والتعديلات المقترحة وصياغة أداة الدراسة الاستبانة (الاختبار القبلي - الاختبار البعدي) بشكلها النهائي.

وبعد ذلك تم توزيع أداة الدراسة الاستبانة (الاختبار القبلي) على الشباب المشاركين في البرامج التدريبية قبل بدء البرامج التدريبية، لتحديد المعرفة الأولية لدى الشباب بأبعاد التربية الإعلامية، ومن ثم مع نهاية البرنامج التدريبي تم توزيع أداة الدراسة الاستبانة (الاختبار البعدي) لمعرفة قدرة البرامج التدريبية في تمكين الشباب من أبعاد التربية الإعلامية، ثم استكمال البيانات من المشاركين في البرامج التدريبية وتحليلها إحصائياً لاستخراج النتائج واختبار الفروض للحصول على الفروق بين الاختبارين (القبلي والبعدي)، ثم تفسير البيانات ومقارنتها مع الدراسات السابقة، واستخلاص النتائج وعرضها ومناقشتها، ثم صياغة التوصيات بناءً على نتائج الدراسة، ثم ضبط المراجع.

## الفصل الرابع

### نتائج الدراسة

يشتمل هذا الفصل عرضًا لنتائج الدراسة، وذلك عن طريق عرض سؤال من أسئلة الدراسة (القبلية والبعديّة، وذلك على النحو الآتي:

#### أولاً: نتائج الدراسة الميدانية للاختبار القبلي

1. هل سبق وشاركت ببرامج أو دورات تدريبية في التربية الإعلامية قبل انضمامك لهذه الدورة؟

الجدول رقم (4-3): مشاركة الشباب ببرامج أو دورات تدريبية في التربية الإعلامية قبل الانضمام للدورة

النسبة المئوية	التكرار	المقياس
37.5	15	نعم
62.5	25	لا
100%	40	المجموع (ن)

يتضح من الجدول السابق الذي يبين هل سبق وشارك المبحوثين ببرامج أو دورات تدريبية في التربية الإعلامية قبل انضمامهم لهذه الدورة، حيث أفادَ (62.5%)، بأنهم لم يشاركوا ببرامج أو دورات تدريبية في التربية الإعلامية قبل انضمامهم لهذه الدورة، بينما (37.5%) أفادوا بأنهم شاركوا ببرامج أو دورات تدريبية في التربية الإعلامية قبل انضمامهم لهذه الدورة.

## 2. ما سبب عدم مشاركتك في برامج ودورات تدريبية تتعلق بالتربية الإعلامية؟

الجدول رقم (4-4): سبب عدم مشاركة الشباب في برامج ودورات تدريبية تتعلق بالتربية الإعلامية

النسبة المئوية	التكرار	العبرة
56%	14	عدم المعرفة بوجود برامج ودورات تدريبية خاصة بالتربية الإعلامية
12%	3	عدم وجود وقت كافٍ للمشاركة في البرامج والدورات التدريبية الخاصة بالتربية الإعلامية
12%	3	البرامج والدورات التدريبية السابقة لم تلب احتياجاتي
8%	2	لا يوجد اهتمام سابق بالمشاركة في البرامج والدورات التدريبية الخاصة بالتربية الإعلامية
8%	2	عدم طرح برامج ودورات تدريبية خاصة بالتربية الإعلامية مجاناً
4%	1	أخرى
100%	25	المجموع (ن)

يتضح من الجدول السابق، الذي يبين سبب عدم مشاركة المبحوثين في برامج ودورات تدريبية تتعلق بالتربية الإعلامية من قبل، حيث جاء بالمقدمة، عدم المعرفة بوجود برامج ودورات تدريبية خاصة بالتربية الإعلامية، بنسبة 56.0%، وهذه النسبة تشير إلى ضرورة الإعلان عن الورشات التدريبية المتعلقة بالتربية الإعلامية عبر المنصات المختلفة بحيث يستطيع الشباب المشاركة فيها، و يليه عدم وجود وقت كافٍ للمشاركة في البرامج والدورات التدريبية الخاصة بالتربية الإعلامية بنسبة 12%، والبرامج والدورات التدريبية السابقة لم تلب احتياجاتي بنسبة 12.3%، حيث تشير النسب السابقة على أهمية التحديث المستمر لمضمون البرامج التدريبية من حيث التطبيق العملي وكيفية عرض المحتوى، بما يتلاءم مع اهتمامات الشباب، يليه على التوالي " لا يوجد اهتمام سابق بالمشاركة في البرامج والدورات التدريبية الخاصة بالتربية الإعلامية"، وهذا البند يشير إلى ضرورة توعية الشباب بمفهوم ومهارات التربية الإعلامية من خلال المؤسسات الإعلامية والتربوية المختلفة ثم جاء يليه "عدم طرح برامج ودورات تدريبية خاصة بالتربية الإعلامية مجاناً" بنسبة 8.0%، وهذا البند يشير

إلى ضرورة التأكيد من أن تكون البرامج التدريبية للتربية الإعلامية مقدمة مجاناً، مقابل زيادة التوعية بشكل أكبر لدى الشباب ، ثم يليه جاء بأقل نسبة أسباب الأخرى، بنسبة 4.0%، متمثلة أماكن طرح الدورات بعيدة عن مكان سكني، وهذا البند يشير إلى أهمية أن تكون البرامج التدريبية للتربية الإعلامية موزعة على جميع محافظات وقرى المملكة، من خلال مراكز الشباب حتى يتمكن الجميع دون استثناء على المشاركة والاستفادة من هذه البرامج.

### 3. ما مفهوم التربية الإعلامية الأبرز لديك قبل مشاركتك في برامج التربية الإعلامية؟

الجدول رقم (4-5): مفهوم التربية الإعلامية الأبرز قبل مشاركة الشباب في برامج التربية الإعلامية

النسبة المئوية	التكرار	العبرة
65%	26	فهم الرسائل الإعلامية وإنتاجها
40 %	16	كشف البربوغندا (الإعلانات المضللة) وسط المواد الإعلامية
35 %	14	القدرة على التعامل مع رسائل وسائل الإعلام من صور وكلمات ورسوم وفيديوهات
30%	12	التفكير الناقد لمضامين وسائل الإعلام
22.5%	9	الفهم التحليلي لمضامين وسائل الإعلام
20%	8	التحقق من المعلومات والصور والفيديوهات (تمييز المواد الزائفة)
15%	6	الحد من الآثار السلبية للرسائل الإعلامية
10%	4	تمييز المعلومات عن الرأي في المواد الإعلامية
95		المجموع (ن)

\* سمح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

4. هل لدى الشباب القدرة على الوصول إلى الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام؟ (مهارة

### (الوصول)

الجدول رقم (4-6): قدرة الشباب على الوصول إلى الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مُرتفعة	0.86	3.92	أستطيع تحديد أهدافي قبل التعرض لوسائل الإعلام
مُرتفعة	0.98	3.83	لدي القدرة اللازمة لاستخدام الحاسوب والموبايل والتطبيقات للوصول إلى رسائل ووسائل الإعلام
مُرتفعة	0.91	3.72	أستطيع اختيار وسائل الإعلام المناسبة
مُرتفعة	1.10	3.67	أستطيع انتقاء الرسائل الإعلامية التي تلبي احتياجاتي
مُرتفعة	1.02	3.67	أستطيع تحديد عناصر الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام
مُرتفعة	0.92	3.67	لدي القدرة على الوصول إلى وسائل الإعلام التي تقدم رسائل إعلامية موثوقة
مُرتفعة	0.98	3.64	استخدم محركات البحث للوصول إلى المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام
مُرتفعة	1.07	3.34	لدي القدرة اللازمة للوصول إلى وسائل الإعلام ورسائلها
مُرتفعة	0.96	3.78	المجموع

يلاحظ من الجدول السابق وجود درجة مرتفعة من قدرة الشباب على الوصول إلى الرسائل

الإعلامية عبر وسائل الإعلام، وهذا يشير إلى وجود معرفة سابقة لدى الشباب في الوصول إلى

الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام المختلفة، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور

(3.78)، وانحراف معياري (0.96)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: "أستطيع تحديد

أهدافي قبل التعرض لوسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (3.92)، ثم عبارة: "لدي القدرة اللازمة

لاستخدام الحاسوب والموبايل والتطبيقات للوصول إلى رسائل وسائل الإعلام" بمتوسط حسابي بلغ

(3.83)، حيث تشير هذه النسبة إلى مقدرة الشباب على استخدام كافة الوسائل مع اختلافها للوصول

للرسائل الإعلامية، ثم عبارة: "أستطيع اختيار وسائل الإعلام المناسبة" بمتوسط حسابي بلغ (3.72)، كما تشير هذه العبارة إلى قدرة الشباب على اختيار الوسيلة المناسبة قبل التعرض لمحتوى رسائل الإعلام، ثم جاءت العبارات التالية: "أستطيع انتقاء الرسائل الإعلامية التي تلبي احتياجاتي"، "أستطيع تحديد عناصر الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام"، "لدي القدرة على الوصول إلى وسائل الإعلام التي تقدم رسائل إعلامية موثوقة" بوسط حسابي مكرر (3.67) تؤكد مدى تمكن الشباب من مهارة الوصول، وقد جاءت بأقل متوسط حسابي عبارة: "استخدم محركات البحث للوصول إلى المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (3.64)، ثم عبارة: "لدي القدرة اللازمة للوصول إلى وسائل الإعلام ورسائلها" بمتوسط حسابي بلغ (3.34).

#### 5. هل لدى الشباب القدرة على فهم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام؟ (مهارة الفهم)

الجدول رقم (4-7): قدرة الشباب على فهم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مُرتفعة	0.96	3.95	لدي القدرة على فهم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام
مُرتفعة	1.00	3.93	أستطيع فهم أنواع الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام
مُرتفعة	0.86	3.88	لدي القدرة على فهم أهداف وسائل الإعلام في الإقناع عبر رسائلها الإعلامية
مُرتفعة	0.95	3.85	أستطيع فهم تأثير الرسائل الإعلامية على الشباب والمجتمع
مُرتفعة	1.10	3.77	أستطيع فهم المعنى الضمني للدلالات التي تحتويها الرسائل الإعلامية
مُرتفعة	0.91	3.72	لدي القدرة على فهم كيفية صياغة الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام
مُرتفعة	1.00	3.67	لدي القدرة على فهم الرسائل الإعلامية من خلال ربطها بسياقها الثقافي والاجتماعي
مُرتفعة	1.10	3.68	أستطيع فهم دوافع استخدام الصور والبيانات في وسائل الإعلام
مُرتفعة	0.70	3.83	المجموع

يلاحظ من الجدول السابق وجود درجة مرتفعة لدى الشباب في القدرة على فهم الرسائل الإعلامية

عبر وسائل الإعلام، وهذا يشير للمعرفة السابقة لدى الشباب والمكتسبة من التعرض المستمر للرسائل

الإعلامية المختلفة، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (3.83)، وبانحراف معياري (0.70)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: "لدي القدرة على فهم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (3.95)، ثم عبارة: "أستطيع فهم أنواع الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (3.93)، ثم عبارة: "لدي القدرة على فهم أهداف وسائل الإعلام في الإقناع عبر رسائلها الإعلامية " بمتوسط حسابي بلغ (3.88)، هذا وقد جاءت بأقل متوسط حسابي عبارة: " أستطيع فهم دوافع استخدام الصور والبيانات في وسائل الإعلام" بمتوسط حسابي بلغ (3.68)، حيث تشير هذه النسبة إلى ضرورة تدعيم البرامج التدريبية للتربية الإعلامية بالتطبيق العملي من خلال استخدام الفيديوهات والصور، وتدريب الشباب على كيفية استخدام هذه البيانات المختلفة عبر وسائل الإعلام ، ثم يليه عبارة: "لدي القدرة على فهم الرسائل الإعلامية من خلال ربطها بسياقها الثقافي والاجتماعي"، بمتوسط حسابي بلغ (3.67) .

## 6. هل لدى الشباب القدرة على تحليل الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام؟ (مهارة التحليل)

الجدول رقم (4-8): قدرة الشباب على تحليل الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مُرتفعة	0.93	3.95	لدي القدرة على تحديد تأثير مصادر الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام
مُرتفعة	0.88	3.95	لدي القدرة على تحديد نقاط القوة والضعف في محتوى الرسائل الإعلامية
مُرتفعة	0.80	3.85	أستطيع التمييز بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة عبر وسائل الإعلام
مُرتفعة	0.90	3.83	أستطيع تحديد تقنيات الإقناع المستخدمة في الرسائل الإعلامية
مُرتفعة	0.97	3.80	أستطيع تحليل أشكال الرسائل الإعلامية (نص، صورة، فيديو، إعلان)
مُرتفعة	0.99	3.67	لدي القدرة على التمييز بين الأخبار والآراء على وسائل الإعلام
مُرتفعة	0.95	3.65	لدي القدرة على تحديد أسلوب تركيب الرسالة الإعلامية في وسائل الإعلام
مُرتفعة	0.92	4.18	لدي القدرة على التمييز بين الأخبار الصحيحة والمزيفة
مُرتفعة	0.69	3.88	المجموع

يلاحظ من الجدول السابق وجود معرفة سابقة لدى الشباب على قدرة تحليل الرسائل الإعلامية

عبر وسائل الإعلام، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (3.88)، وانحراف معياري

(0.69)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: "لدي القدرة على التمييز بين الأخبار الصحيحة

والمزيفة"، بمتوسط حسابي بلغ (4.18)، حيث تشير هذه النسبة إلى مدى معرفة الشباب في التعامل

مع الرسائل الإعلامية، بما في ذلك الإشاعات، ثم عبارة: "لدي القدرة على تحديد تأثير مصادر

الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (3.95)، حيث تشير هذه العبارة إلى

وعي الشباب أثناء تعرضهم للرسائل الإعلامية، ثم عبارة: "لدي القدرة على تحديد نقاط القوة والضعف في محتوى الرسائل الإعلامية" بمتوسط حسابي بلغ (3.95) على التوالي، وقد جاءت بأقل متوسط حسابي عبارة: "لدي القدرة على التمييز بين الأخبار والآراء على وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (3.67)، ثم عبارة: "لدي القدرة على تحديد أسلوب تركيب الرسالة الإعلامية في وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (3.65)، حيث تشير هذه النسبة إلى أهمية تدعيم الجانب العملي في البرامج التدريبية للتربية الإعلامية لتمكين الشباب من تحليل الرسائل الإعلامية على اختلاف المصدر.

7. هل لدى الشباب القدرة على تقييم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام؟ (مهارة التقييم)

الجدول رقم (4-9): قدرة الشباب على تقييم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مرتفعة	0.76	4.21	أستطيع تقييم مصداقية المصادر في الرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام
مرتفعة	0.81	4.18	لدي القدرة على تقييم المعنى الضمني للرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام
مرتفعة	0.88	4.06	أستطيع تقييم تأثير الرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام على المجتمع
مرتفعة	0.72	4.03	أستطيع تقييم اللغة الإعلامية المستخدمة في الرسائل الإعلامية
مرتفعة	0.83	4.03	لدي القدرة على تقييم تقنيات الإقناع المستخدمة في الرسائل الإعلامية
مرتفعة	0.85	4.01	أستطيع تقييم تحيز المعلومات في الرسالة الإعلامية في وسائل الإعلام
مرتفعة	1.00	3.93	لدي القدرة على استخدام الحجج والأدلة لدعم الرأي حول الرسائل الإعلامية
مرتفعة	0.93	3.83	أستطيع تقييم دقة وصحة وموضوعية المعلومات المقدمة في الرسائل الإعلامية
مرتفعة	0.69	4.01	المجموع

يلاحظ من الجدول السابق وجود درجة مرتفعة جدًا لدى الشباب في القدرة على تقييم الرسائل

الإعلامية عبر وسائل الإعلام، وهي النسبة الأعلى مقارنة مع المهارات الأخرى، وهذا يدل على وعي

الشباب، ووجود معرفة سابقة استندت على الخبرات المكتسبة من تعامل الشباب مع وسائل الإعلام والتطبيقات المختلفة، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (4.01)، وبانحراف معياري (0.69)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: "أستطيع تقييم مصداقية المصادر في الرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (4.21)، ثم عبارة: "الذي القدرة على تقييم المعنى الضمني للرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام" بمتوسط حسابي بلغ (4.18)، وقد جاءت بأقل متوسط حسابي عبارة: "الذي القدرة على استخدام الحجج والأدلة لدعم الرأي حول الرسائل الإعلامية"، بمتوسط حسابي بلغ (3.93)، ثم عبارة: "أستطيع تقييم دقة وصحة وموضوعية المعلومات المقدمة في الرسائل الإعلامية"، بمتوسط حسابي بلغ (3.83).

8. هل لدى الشباب القدرة على إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها عبر وسائل الإعلام؟ (مهارة

### الإنتاج والمشاركة)

الجدول رقم (4-10): قدرة الشباب على إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها عبر وسائل الإعلام

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مرتفعة	0.78	4.18	أستطيع إنشاء محتوى إعلامي ومعلوماتي إبداعي للنشر عبر وسائل الإعلام
مرتفعة	0.84	4.11	أشارك الرسائل الإعلامية مع الآخرين عبر وسائل الإعلام
مرتفعة	0.82	4.00	امتلك ثقافة الإنتاج للرسائل الإعلامية وليس استهلاكها فقط
مرتفعة	0.89	3.98	استخدم المعلومات المتوفرة عبر وسائل الإعلام لإنتاج رسائل إعلامية
مرتفعة	0.70	3.91	لدي القدرة على تحرير المعلومات والصور والفيديوهات لإنتاج رسائل إعلامية
مرتفعة	0.89	3.80	استخدم أدوات وتقنيات مختلفة لإنتاج الرسائل الإعلامية
مرتفعة	0.97	3.80	لدي القدرة على إنتاج رسائل إعلامية ملتزمة بالمعايير الأخلاقية
مرتفعة	1.11	3.54	أستطيع إنتاج رسائل إعلامية تعبر عن رأيي تجاه القضايا والموضوعات
مرتفعة	0.69	3.92	المجموع

يلاحظ من الجدول السابق وجود اهتمام كبير من قبل الشباب على إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها عبر وسائل الإعلام، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (3.92)، وبانحراف معياري (0.69)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: "أستطيع إنشاء محتوى إعلامي ومعلوماتي إبداعي للنشر عبر وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (4.18)، ثم عبارة: "أشارك الرسائل الإعلامية مع الآخرين عبر وسائل الإعلام" بمتوسط حسابي بلغ (4.11)، حيث تشير هاتين العبارتين إلى تطبيق الشباب العملي لمهارة إنتاج الرسائل ومشاركتها، وقد جاءت بأقل متوسط حسابي عبارة: "استخدم أدوات وتقنيات مختلفة لإنتاج الرسائل الإعلامية"، وعبارة: "الذي القدرة على إنتاج رسائل إعلامية ملتزمة بالمعايير الأخلاقية" بمتوسط حسابي بلغ (3.80) على التوالي، وهنا تشير هذه النسب على ضرورة الاهتمام بتدعيم التقنيات المناسبة في محتوى البرامج التدريبية للتربية الإعلامية، ثم عبارة: "أستطيع إنتاج رسائل إعلامية تعبر عن رأيي تجاه القضايا والموضوعات"، بمتوسط حسابي بلغ (3.54)، إذ تشير هذه النسبة إلى أهمية تأهيل الشباب على الممارسة الفعلية في إنتاج الرسائل الإعلامية من خلال تدعيم هذه المهارة ضمن محتوى البرامج التدريبية للتربية الإعلامية.

## 9. هل لدى الشباب القدرة على التفاعل عبر وسائل الإعلام؟ (مهارة التفاعل)

الجدول رقم (4-11): قدرة الشباب على التفاعل عبر وسائل الإعلام

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مُرتفعة	0.95	3.80	لدي القدرة على استخدام التقنية المناسبة لنقل الرسائل الإعلامية بشكل أكثر سرعة وإقناع
مُرتفعة	0.98	3.78	لدي القدرة على التواصل بشكلٍ فعالٍ مع الآخرين عبر وسائل الإعلام
مُرتفعة	0.96	3.78	أستطيع التفاعل مع الآخرين في مكافحة الرسائل الإعلامية المضللة والمزيفة
مُرتفعة	0.97	3.70	أشارك في المناقشات حول الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام
مُرتفعة	1.02	3.70	أشارك الرسائل الإعلامية للمساهمة في مجتمع إعلامي مستنير
مُرتفعة	0.93	3.72	أستطيع استخدام أدوات التواصل بشكلٍ فعالٍ للتفاعل مع الآخرين عبر وسائل الإعلام
مُرتفعة	0.75	3.72	استخدم المعلومات بشكلٍ مسؤولٍ للتفاعل مع الآخرين عبر وسائل الإعلام
مُرتفعة	0.83	3.62	لدي القدرة على التفاعل مع الآخرين حول الرسائل الإعلامية بأمان وخصوصية
مُرتفعة	0.95	3.70	المجموع

يلاحظ من الجدول السابق وجود درجة منخفضة لدى الشباب في القدرة على التفاعل عبر وسائل

الإعلام، مقارنة مع بقية المهارات، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (3.70)، وبانحراف

معيارى (0.95)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابى عبارة: "لدي القدرة على استخدام التقنية المناسبة

لنقل الرسائل الإعلامية بشكل أكثر سرعة وإقناع"، بمتوسط حسابى بلغ (3.80)، ثم عبارة: "لدي

القدرة على التواصل بشكلٍ فعالٍ مع الآخرين عبر وسائل الإعلام" بمتوسط حسابى بلغ (3.78)، وقد

جاءت بأقل متوسط حسابى عبارة: "أشارك في المناقشات حول الرسائل الإعلامية عبر وسائل

الإعلام"، وعبارة: "أشارك الرسائل الإعلامية للمساهمة في مجتمع إعلامى مستنير"، بمتوسط حسابى

بلغ (3.70)، ثم عبارة: "لدي القدرة على التفاعل مع الآخرين حول الرسائل الإعلامية بأمان وخصوصية"، بمتوسط حسابي بلغ (3.62)، وهنا تشير هذه النسب إلى ضعف الشباب في مهارة التفاعل ، والتي تعد من المهارات المهمة في كيفية تعامل الشباب مع وسائل الإعلام ومع الآخرين بشكل فعال، كما تشير هذه النسب إلى ضرورة تفعيل مشاركة الشباب في المناقشات حول الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام

#### 10. هل لدى الشباب القدرة على التفكير الناقد عبر وسائل الإعلام؟ (مهارة التفكير الناقد)

الجدول رقم (4-12): قدرة الشباب على التفكير الناقد عبر وسائل الإعلام

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مُرتفعة	0.84	4.11	لدي القدرة على تكوين رأي مستقل حول الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام
مُرتفعة	1.00	3.93	القدرة على نقد دقة ومصداقية المعلومات في الرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام
مُرتفعة	0.97	3.80	أستطيع تفكيك الرسائل الإعلامية إلى عناصرها: (المصدر والهدف والجمهور)
مُرتفعة	0.82	4.00	لدي القدرة على التحقق من صحة المعلومات في الرسائل الإعلامية
مُرتفعة	0.89	3.80	أستطيع الموازنة بين الفوائد والمخاطر للرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام
مُرتفعة	0.75	3.72	لدي القدرة على إجراء مقارنات منطقية بين المعلومات في الرسائل الإعلامية
مُرتفعة	0.96	3.78	لدي القدرة على التواصل والمناقشة والحوار والتفاوض مع الآخرين حول وسائل الإعلام
مُرتفعة	1.11	3.54	أستطيع استخدام وسائل الإعلام بشكل مسؤول لحل المشكلات واتخاذ القرارات
مُرتفعة	0.81	3.80	المجموع

يلاحظ من الجدول السابق وجود درجة مرتفعة لدى الشباب في القدرة على التفكير الناقد عبر وسائل الإعلام، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (3.80)، وبانحراف معياري (0.81)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: "لدي القدرة على تكوين رأي مستقل حول الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (4.11)، ثم عبارة: "لدي القدرة على التحقق من صحة المعلومات في الرسائل الإعلامية" بمتوسط حسابي بلغ (4.00) إذ تشير هذه العبارة إلى وعي ومقدرة الشباب في التعامل مع الرسائل الإعلامية والتحقق من مصادرها، ثم عبارة: "القدرة على نقد دقة ومصداقية المعلومات في الرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (3.93). وقد جاءت بأقل متوسط حسابي عبارة: "لدي القدرة على إجراء مقارنات منطقية بين المعلومات في الرسائل الإعلامية"، بمتوسط حسابي بلغ (3.72)، ثم عبارة: "أستطيع استخدام وسائل الإعلام بشكل مسؤول لحل المشكلات واتخاذ القرارات" بمتوسط حسابي بلغ (3.54). إذ تشير هذه النسبة إلى أهمية الأخذ بضرورة تدريب الشباب على مهارة التفكير الناقد في كيفية التعامل مع وسائل الإعلام بشكل مسؤول تجنباً للوقوع في أي مشكلة أثناء التعرض لهذه الوسائل، مع القدرة على اتخاذ القرار الصحيح حال الوقوع فيها.

## ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية للاختبار البعدي

### 1. ما سبب مشاركتك في برامج ودورات تدريبية تتعلق بالتربية الإعلامية؟

الجدول رقم (4-13): سبب مشاركة الشباب في برامج ودورات تدريبية تتعلق بالتربية الإعلامية

النسبة المئوية	التكرار	العبرة
55%	22	تطوير مهارات الفهم وتحليل المحتوى الإعلامي بشكل نقدي
35%	14	الحاجة إلى تطوير مهارات التحقق من الرسائل الإعلامية من معلومات وصور وفيديوهات
65%	26	الحاجة إلى إنتاج محتوى إعلامي مسؤول وإبداعي ومشاركته عبر وسائل الإعلام
80%	32	المشاركة الفاعلة في المجتمع بهدف التعبير عن الآراء وفهم مختلف وجهات النظر
20%	8	تطوير مهارات التواصل والتفاعل الفعال مع رسائل وسائل الإعلام
30%	12	فهم كيفية استخدام وسائل الإعلام بشكل مسؤول وآمن
45%	18	تنمية المهارات الشخصية، مثل الثقة بالنفس، والقيادة، والعمل الجماعي
60%	24	الحاجة إلى مهارات التربية الإعلامية لمواكبة احتياجات سوق العمل
156		المجموع (ن)

\* سمح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

يتضح من الجدول السابق، الذي يبين سبب مشاركة المبحوثين في برامج ودورات تدريبية تتعلق بالتربية الإعلامية، حيث أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من خيار، وجاء بالمقدمة، المشاركة الفاعلة في المجتمع بهدف التعبير عن الآراء وفهم مختلف وجهات النظر، بنسبة 80%، يليه الحاجة إلى إنتاج محتوى إعلامي مسؤول وإبداعي ومشاركته عبر وسائل الإعلام، بنسبة 65%، يليه الحاجة إلى مهارات التربية الإعلامية لمواكبة احتياجات سوق العمل، بنسبة 60%، وجاء بأقل نسبة، تطوير مهارات التواصل والتفاعل الفعال مع رسائل وسائل الإعلام، بنسبة 20%، يليه أسباب الأخرى، بنسبة 0.0%.

2. ما مفهوم التربية الإعلامية الأبرز لديك بعد مشاركتك في برامج التربية الإعلامية؟

الجدول رقم (4-14): مفهوم التربية الإعلامية الأبرز لدى الشباب بعد المشاركة في البرامج التدريبية للتربية الإعلامية

النسبة المئوية	التكرار	العبارة
62.5%	25	القدرة على التعامل مع رسائل وسائل الإعلام من صور وكلمات ورسوم وفيديوهات
90%	36	فهم الرسائل الإعلامية وإنتاجها
95%	38	الفهم التحليلي لمضامين وسائل الإعلام
60%	24	التفكير الناقد لمضامين وسائل الإعلام
72.5%	29	كشف البربوغندا (الإعلانات المضللة) وسط المواد الإعلامية
47.5%	19	التحقق من المعلومات والصور والفيديوهات (تمييز المواد الزائفة)
57.5%	23	تمييز المعلومات عن الرأي في المواد الإعلامية
65%	26	الحد من الآثار السلبية للرسائل الإعلامية
220		المجموع (ن)

\* سمح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل

يتضح من الجدول السابق، الذي يبين مفهوم التربية الإعلامية الأبرز لدى المبحوثين بعد مشاركتهم في برامج التربية الإعلامية، حيث أتيح للمبحوثين اختيار أكثر من خيار، وجاء بالمقدمة، الفهم التحليلي لمضامين وسائل الإعلام، بنسبة 95.0%، يليه فهم الرسائل الإعلامية وإنتاجها، بنسبة 90%، يليه كشف البربوغندا (الإعلانات المضللة) وسط المواد الإعلامية، بنسبة 72.5%، يليه الحد من الآثار السلبية للرسائل الإعلامية، بنسبة 65%، يليه القدرة على التعامل مع رسائل وسائل الإعلام من صور وكلمات ورسوم وفيديوهات، بنسبة 62.5%، يليه التفكير الناقد لمضامين وسائل الإعلام، بنسبة 60%، يليه تمييز المعلومات عن الرأي في المواد الإعلامية، بنسبة 57.5%، يليه التحقق من المعلومات والصور والفيديوهات (تمييز المواد الزائفة)، بنسبة 47.5%، وجاء بأقل نسبة الأخرى، بنسبة 0.0%.

3. هل استطاع البرنامج التدريبي تمكينك من الوصول إلى الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام؟

### (مهارة الوصول)

الجدول رقم (4-15): تمكين الشباب من الوصول إلى الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مُرْتَفَعَة	0.78	4.34	مكّني من استخدام الحاسوب والموبايل والتطبيقات للوصول إلى رسائل وسائل الإعلام
مُرْتَفَعَة	0.80	4.01	مكّني من القدرة اللازمة للوصول إلى وسائل الإعلام ورسائلها
مُرْتَفَعَة	0.75	4.04	مكّني من تحديد أهدافي قبل التعرض لوسائل الإعلام
مُرْتَفَعَة	0.71	4.12	مكّني من القدرة على اختيار وسائل الإعلام المناسبة
مُرْتَفَعَة	0.74	4.05	مكّني من انتقاء الرسائل الإعلامية التي تلبي احتياجاتي
مُرْتَفَعَة	0.90	3.95	مكّني من استخدام محركات البحث للوصول إلى المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام
مُرْتَفَعَة	0.81	3.97	مكّني من تحديد عناصر الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام
مُرْتَفَعَة	0.79	4.00	مكّني من الوصول إلى وسائل الإعلام التي تقدم رسائل إعلامية موثوقة
مُرْتَفَعَة	0.56	4.13	المتوسط العام

يلاحظ من الجدول السابق وجود درجة مرتفعة من الموافقة نحو قدرة البرنامج التدريبي على تمكين

الشباب من الوصول إلى الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام ، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا

المحور (4.13)، وانحراف معياري (0.56)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: " مكّني من

استخدام الحاسوب والموبايل والتطبيقات للوصول إلى رسائل وسائل الإعلام "، بمتوسط حسابي بلغ (4.34)،

ثم عبارة: " مكّني من القدرة على اختيار وسائل الإعلام المناسبة " بمتوسط حسابي بلغ (4.12)، وقد

جاءت بأقل متوسط حسابي عبارة: " مكّني من تحديد عناصر الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام "،

بمتوسط حسابي بلغ (3.97)، ثم عبارة: "مكّني من استخدام محركات البحث للوصول إلى المعلومات التي

تقدمها وسائل الإعلام "، بمتوسط حسابي بلغ (3.95).

#### 4. هل استطاع البرنامج التدريبي تمكينك من فهم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام؟ (مهارة الفهم)

الجدول رقم (4-16): تمكين الشباب من فهم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مُرتفعة	0.73	4.33	مكّني من القدرة على فهم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام
مُرتفعة	0.80	3.85	مكّني من فهم تأثير الرسائل الإعلامية على الشباب والمجتمع
مُرتفعة	0.83	3.71	مكّني من فهم كيفية صياغة الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام
مُرتفعة	0.89	3.60	مكّني من فهم الرسائل الإعلامية من خلال ربطها بسياقها الثقافي والاجتماعي
مُرتفعة	0.86	3.60	مكّني من فهم أهداف وسائل الإعلام في الإقناع عبر رسائلها الإعلامية
مُرتفعة	0.85	3.63	مكّني من فهم دوافع استخدام الصور والبيانات في وسائل الإعلام
مُرتفعة	0.84	3.99	مكّني من فهم أنواع الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام
مُرتفعة	0.88	4.09	مكّني من فهم المعنى الضمني للدلالات التي تحتويها الرسائل الإعلامية
مُرتفعة	0.63	3.85	المتوسط العام

يلاحظ من الجدول السابق وجود درجة مرتفعة لدى الشباب في القدرة على فهم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (3.85)، وانحراف معياري (0.63)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: " مكّني من القدرة على فهم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام "، بمتوسط حسابي بلغ (4.33)، ثم عبارة: " مكّني من فهم المعنى الضمني للدلالات التي تحتويها الرسائل الإعلامية " بمتوسط حسابي بلغ (4.09)، وقد جاءت بأقل متوسط حسابي عبارة: " مكّني من فهم دوافع استخدام الصور والبيانات في وسائل الإعلام "، بمتوسط حسابي بلغ (3.63)، ثم عبارة: "مكّني من فهم الرسائل الإعلامية من خلال ربطها بسياقها الثقافي والاجتماعي"، وعبارة: "مكّني من فهم أهداف وسائل الإعلام في الإقناع عبر وسائل الإعلام" بمتوسط حسابي بلغ (3.60) على التوالي.

5. هل استطاع البرنامج التدريبي تمكينك من تحليل الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام؟ (مهارة التحليل)

الجدول رقم (4-17): تمكين الشباب من تحليل الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مرتفعة	0.71	4.22	مكّني من تحديد تأثير مصادر الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام
مرتفعة	0.72	4.18	مكّني من التمييز بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة عبر وسائل الإعلام
مرتفعة	0.74	4.13	مكّني من التمييز بين الأخبار الصحيحة والمزيفة
مرتفعة	0.76	4.07	مكّني من تحليل أشكال الرسائل الإعلامية (نص، صورة، فيديو، إعلان)
مرتفعة	0.78	4.07	مكّني من التمييز بين الأخبار والآراء على وسائل الإعلام
مرتفعة	0.80	4.08	مكّني من تحديد نقاط القوة والضعف في محتوى الرسائل الإعلامية
مرتفعة	0.78	4.09	مكّني من تحديد تقنيات الإقناع المستخدمة في الرسائل الإعلامية
مرتفعة	0.77	4.10	مكّني البرنامج من تحديد أسلوب تركيب الرسالة الإعلامية في وسائل الإعلام
مرتفعة	0.54	4.16	المتوسط العام

يلاحظ من الجدول السابق وجود درجة مرتفعة من الموافقة لطبيعة المعلومات التي يتلقاها

المبحوثين عبر وسائل الإعلام، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (4.16)، وبانحراف

معيارى (0.54)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: "مكّني من تحديد تأثير مصادر الرسائل

الإعلامية عبر وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (4.22)، ثم عبارة: "مكّني من التمييز بين

المصادر الموثوقة وغير الموثوقة عبر وسائل الإعلام" بمتوسط حسابي بلغ (4.18)، وقد جاءت

بأقل متوسط حسابي عبارة: "مكّني من تحديد نقاط القوة والضعف في محتوى الرسائل الإعلامية"،

بمتوسط حسابي بلغ (3.08)، ثم عبارة: "مكّني من تحليل أشكال الرسائل الإعلامية (نص، صورة،

فيديو، إعلان)"، وعبارة: "مكّني من التمييز بين الأخبار والآراء على وسائل الإعلام" بمتوسط

حسابي بلغ (3.07) على التوالي.

6. هل استطاع البرنامج التدريبي تمكينك من تقييم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام؟ (مهارة

(التقييم)

الجدول رقم (4-18): تمكين الشباب من تقييم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	درجة الموافقة
0.70	4.16	مكّني من تقييم المعنى الضمني للرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام	مُرْتَفَعَة
0.72	4.20	مكّني من تقييم تحيز المعلومات في الرسالة الإعلامية في وسائل الإعلام	مُرْتَفَعَة
0.79	4.00	مكّني من تقييم مصداقية المصادر في الرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام	مُرْتَفَعَة
0.81	3.96	مكّني من تقييم دقة وصحة وموضوعية المعلومات المقدمة في الرسائل الإعلامية	مُرْتَفَعَة
0.79	4.01	مكّني من تقييم تقنيات الإقناع المستخدمة في الرسائل الإعلامية	مُرْتَفَعَة
0.78	4.01	مكّني من تقييم تأثير الرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام على المجتمع	مُرْتَفَعَة
0.82	3.98	مكّني من استخدام الحجج والأدلة لدعم الرأي حول الرسائل الإعلامية	مُرْتَفَعَة
0.86	3.95	مكّني من تقييم اللغة الإعلامية المستخدمة في الرسائل الإعلامية	مُرْتَفَعَة
0.60	4.06	المتوسط العام	مُرْتَفَعَة

يلاحظ من الجدول السابق وجود درجة مرتفعة من الموافقة لدى الشباب في القدرة على تقييم

الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (4.06)،

وبانحراف معياري (0.60)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: " مكّني من تقييم تحيز

المعلومات في الرسالة الإعلامية في وسائل الإعلام "، بمتوسط حسابي بلغ (4.20)، ثم عبارة: "

مكّني من تقييم المعنى الضمني للرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام " بمتوسط حسابي بلغ

(4.16)، وقد جاءت بأقل متوسط حسابي عبارة: " مكنني من تقييم مصداقية المصادر في الرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام "، بمتوسط حسابي بلغ (4.00)، ثم عبارة: "مكنني من استخدام الحجج والأدلة لدعم الرأي حول الرسائل الإعلامية"، بمتوسط حسابي (3.98)، ثم عبارة " مكنني من تقييم دقة وصحة وموضوعية المعلومات المقدمة في الرسائل الإعلامية ، بمتوسط حسابي بلغ (3.96)، ثم عبارة " مكنني من تقييم اللغة الإعلامية المستخدمة في الرسائل الإعلامية، بمتوسط حسابي (3.95).  
7. هل استطاع البرنامج التدريبي تمكينك من إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها عبر وسائل

#### الإعلام؟ (مهارة إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها)

الجدول رقم (4-19): تمكين الشباب من إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها عبر وسائل الإعلام

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مُرتفعة	0.70	4.15	مكنني من إنشاء محتوى إعلامي ومعلوماتي إبداعي للنشر عبر وسائل الإعلام
مُرتفعة	0.71	4.16	مكنني من استخدام أدوات وتقنيات مختلفة لإنتاج الرسائل الإعلامية
مُرتفعة	0.72	4.10	مكنني من مشاركة الرسائل الإعلامية مع الآخرين عبر وسائل الإعلام
مُرتفعة	0.75	4.09	مكنني من إنتاج رسائل إعلامية ملتزمة بالمعايير الأخلاقية
مُرتفعة	0.75	4.11	مكنني من امتلاك ثقافة الإنتاج للرسائل الإعلامية وليس استهلاكها فقط
مُرتفعة	0.77	4.13	مكنني من إنتاج رسائل إعلامية تعبر عن رأيي تجاه القضايا والموضوعات
مُرتفعة	0.78	4.14	مكنني من استخدام المعلومات المتوفرة عبر وسائل الإعلام لإنتاج رسائل إعلامية
مُرتفعة	0.77	4.13	مكنني من تحرير المعلومات والصور والفيديوهات لإنتاج رسائل إعلامية
مُرتفعة	0.57	4.14	المتوسط العام

يلاحظ من الجدول السابق وجود درجة مرتفعة من الموافقة لدى الشباب في القدرة على إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها عبر وسائل الإعلام، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (4.14)، وبانحراف معياري (0.57)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: " مكنني من استخدام أدوات وتقنيات مختلفة لإنتاج الرسائل الإعلامية "، بمتوسط حسابي بلغ (4.16) على التوالي، ثم عبارة: " مكنني من إنشاء محتوى إعلامي ومعلوماتي إبداعي للنشر عبر وسائل الإعلام " بمتوسط حسابي بلغ (4.15)، وقد جاءت بأقل متوسط حسابي عبارة: " مكنني من امتلاك ثقافة الإنتاج للرسائل الإعلامية وليس استهلاكها فقط "، بمتوسط حسابي بلغ (4.11)، ثم عبارة: مكنني من إنتاج رسائل إعلامية ملتزمة بالمعايير الأخلاقية "، بمتوسط حسابي بلغ (4.09).

#### 8. هل استطاع البرنامج التدريبي تمكينك من التفاعل عبر وسائل الإعلام؟ (مهارة التفاعل)

الجدول رقم (4-20): تمكين الشباب من التفاعل عبر وسائل الإعلام

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مرتفعة	0.71	4.14	مكنني من التواصل بشكلٍ فعال مع الآخرين عبر وسائل الإعلام
مرتفعة	0.72	4.20	مكنني من المشاركة في المناقشات حول الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام
مرتفعة	0.76	4.04	مكنني من مشاركة الرسائل الإعلامية للمساهمة في مجتمع إعلامي مستنير
مرتفعة	0.74	3.95	مكنني من التفاعل مع الآخرين حول الرسائل الإعلامية بأمان وخصوصية
مرتفعة	0.73	4.12	مكنني من استخدام أدوات التواصل بشكلٍ فعال للتفاعل مع الآخرين عبر وسائل الإعلام
مرتفعة	0.74	4.09	مكنني من استخدام التقنية المناسبة لنقل الرسائل الإعلامية بشكل أكثر سرعة وإقناع
مرتفعة	0.75	4.11	مكنني من استخدام المعلومات بشكلٍ مسؤول للتفاعل مع الآخرين عبر وسائل الإعلام
مرتفعة	0.76	4.13	مكنني من التفاعل مع الآخرين في مكافحة الرسائل الإعلامية المضللة والمزيفة
مرتفعة	0.57	4.09	المتوسط العام

يلاحظ من الجدول السابق وجود درجة مرتفعة من الموافقة لدى الشباب في القدرة على التفاعل عبر وسائل الإعلام، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (4.09)، وبانحراف معياري (0.57)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: "مكّني من المشاركة في المناقشات حول الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (4.20)، ثم عبارة: "مكّني من التواصل بشكل فعال مع الآخرين عبر وسائل الإعلام" بمتوسط حسابي بلغ (4.14)، وقد جاءت بأقل متوسط حسابي عبارة: "مكّني من مشاركة الرسائل الإعلامية للمساهمة في مجتمع إعلامي مستنير"، بمتوسط حسابي بلغ (4.04)، ثم عبارة: "مكّني من التفاعل مع الآخرين حول الرسائل الإعلامية بأمان وخصوصية"، بمتوسط حسابي بلغ (3.95).

9. هل استطاع البرنامج التدريبي تمكينك من التفكير الناقد للرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام؟

#### (مهارة التفكير الناقد)

الجدول رقم (4-21): تمكين الشباب من التفكير الناقد للرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مُرتفعة	0.60	4.50	مكّني من القدرة على تكوين رأي مستقل حول الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام
مُرتفعة	0.60	4.48	مكّني من نقد دقة ومصداقية المعلومات في الرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام
مُرتفعة	0.66	4.46	مكّني من تفكيك الرسائل الإعلامية إلى عناصرها: (المصدر والهدف والجمهور)
مُرتفعة	0.61	4.44	مكّني من التحقق من صحة المعلومات في الرسائل الإعلامية
مُرتفعة	0.67	4.43	مكّني من الموازنة بين الفوائد والمخاطر للرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام
مُرتفعة	0.66	4.37	مكّني من إجراء مقارنات منطقية بين المعلومات في الرسائل الإعلامية
مُرتفعة	0.73	4.31	مكّني من التواصل والمناقشة والحوار والتفاوض مع الآخرين حول وسائل الإعلام
مُرتفعة	0.72	4.26	مكّني من استخدام وسائل الإعلام بشكل مسؤول لحل المشكلات واتخاذ القرارات
مُرتفعة	0.74	4.26	المتوسط العام

يلاحظ من الجدول السابق وجود درجة مرتفعة من الموافقة نحو هل لدى الشباب القدرة على التفاعل عبر وسائل الإعلام، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (4.39)، وبانحراف معياري (0.74)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: "الذي القدرة على تكوين رأي مستقل حول الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (4.50)، ثم عبارة: "القدرة على نقد دقة ومصداقية المعلومات في الرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام" بمتوسط حسابي بلغ (4.48)، ثم عبارة: "أستطيع تفكيك الرسائل الإعلامية إلى عناصرها: (المصدر والهدف والجمهور)"، بمتوسط حسابي بلغ (4.46). وقد جاءت بأقل متوسط حسابي عبارة: "الذي القدرة على التواصل والمناقشة والحوار والتفاوض مع الآخرين حول وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (4.31)، ثم عبارة: "أستطيع استخدام وسائل الإعلام بشكل مسؤول لحل المشكلات واتخاذ القرارات" بمتوسط حسابي بلغ (4.26).

### ثالثاً: نتائج اختبار الفروض

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاختبار القبلي والاختبار البعدي لأبعاد التربية الإعلامية (الوصول، الفهم، التحليل، التقييم، الإنتاج، التفاعل، التفكير الناقد)، تعزى للمتغيرات التالية: الجنس، العمر، المؤهل التعليمي، المجال الجغرافي.

#### 1) النوع الاجتماعي

الجدول رقم (4-22): اختبار (T) للفروق بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لأبعاد التربية الإعلامية (الوصول، الفهم، التحليل، التقييم، الإنتاج، التفاعل، التفكير الناقد) تبعاً لمتغير: (النوع الاجتماعي)

الاختبار القبلي						
الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "T"	القيمة الاحتمالية	الدالة الإحصائية
ذكر	16	2.50	0.67	16.758	0.412	غير دالة إحصائياً 0.412
أنثى	24	1.91	0.72			
الاختبار البعدي						
الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "T"	القيمة الاحتمالية	الدالة الإحصائية
ذكر	16	3.12	0.45	18.352	0.145	غير دالة إحصائياً 0.145
أنثى	24	2.24	0.32			

أظهر اختبار (Independent Sample T-test) في الجدول السابق، عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لأبعاد التربية الإعلامية (الوصول، الفهم، التحليل، التقييم، الإنتاج، التفاعل، التفكير الناقد)، تعزى لمتغير النوع الاجتماعي، ويرجع ذلك في تعرض الشباب ذكوراً وإناثاً لنفس محتوى البرنامج التدريبي.

## 2) المؤهل التعليمي

الجدول رقم (4-23): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)، بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لأبعاد التربية الإعلامية (الوصول، الفهم، التحليل، التقييم، الإنتاج، التفاعل، التفكير الناقد) تبعًا لمتغير: (المؤهل التعليمي)

الاختبار القبلي				
مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	مجموع المربعات	مصادر التباين
0.01 دالة	12.099	5.269	15.807	بين المجموعات
		0.522	242.081	داخل المجموعات
			<b>257.889</b>	المجموع
الاختبار البعدي				
مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	مجموع المربعات	مصادر التباين
0.02 دالة	12.654	4.647	16.807	بين المجموعات
		0.982	241.081	داخل المجموعات
			<b>257.889</b>	المجموع

أظهر استخدام تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) في الجدول السابق، وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لأبعاد التربية الإعلامية (الوصول، الفهم، التحليل، التقييم، الإنتاج، التفاعل، التفكير الناقد)، وذلك تبعًا لمتغير (المؤهل التعليمي)، حيث بلغت قيمة (F) لمتغير السنة الدراسية، (12.099)، وعند مستوى دلالة (0.01)؛ وهي دالة إحصائيًا عند مستوى (0.05)، ولمعرفة مصادر الفروقات تم إجراء اختبار التباين البعدي كما هو موضح في الجدول الآتي رقم (24).

الجدول رقم (4-24): اختبار (LSD) لدراسة الفروق في متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لأبعاد التربية الإعلامية (الوصول، الفهم، التحليل، التقييم، الإنتاج، التفاعل، التفكير الناقد) تبعاً لمتغير: (المؤهل التعليمي)

قيمة الفروق	الفروق بين متوسطات المجموعات	القيمة الاحتمالية	التكرار	المؤهل العلمي
0.94	ثانوية عامة فما دون	ثانوية عامة (توجيهي)	0	ثانوية عامة فما دون
0.213		دبلوم		
0.504*		بكالوريوس		
0.268-		دراسات عليا		
0.094-	ثانوية عامة (توجيهي)	ثانوية عامة فما دون	8	ثانوية عامة (توجيهي)
0.120		دبلوم		
0.213-*		بكالوريوس		
0.410		دراسات عليا		
0.213-	دبلوم	ثانوية عامة فما دون	7	دبلوم
0.120-		ثانوية عامة (توجيهي)		
0.290*		بكالوريوس		
2.410-		دراسات عليا		
0.504*-	رابعة	ثانوية عامة فما دون	23	بكالوريوس
0.213*		ثانوية عامة (توجيهي)		
0.290-*		دبلوم		
0.265*		دراسات عليا		
0.268	دراسات عليا	ثانوية عامة فما دون	2	دراسات عليا
0.410-		ثانوية عامة (توجيهي)		
2.410		دبلوم		
0.265-*		بكالوريوس		

يتضح من بيانات الجدول السابق، الذي يبين نتائج اختبار التباين البعدي لتحليل فروق بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لأبعاد التربية الإعلامية (الوصول، الفهم، التحليل، التقييم، الإنتاج، التفاعل، التفكير الناقد)، بناءً على متغير المؤهل التعليمي. وعليه، تُشير قيم الفروق أنّ الفروق لصالح فئة البكالوريوس، وقد يرجع ذلك لمدى وعي الشباب الجامعي وحرصهم على المعرفة، واهتمامهم في المشاركة بالبرامج التدريبية للتربية الإعلامية لزيادة مهاراتهم العملية من خلال استخدام وسائل الإعلام المختلفة.

### 3) المجال الجغرافي للبرنامج التدريبي

الجدول رقم (4-25): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)، بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لأبعاد التربية الإعلامية (الوصول، الفهم، التحليل، التقييم، الإنتاج، التفاعل، التفكير الناقد) تبعاً (المجال الجغرافي للبرنامج التدريبي)

الاختبار القبلي				
مصادر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
بين المجموعات	3.979	1.989	5.643	0.008 دالة
داخل المجموعات	253.910	0.546		
المجموع	257.889			
الاختبار البعدي				
مصادر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
بين المجموعات	9.256	2.345	8.012	0.04 دالة
داخل المجموعات	262.117	0.869		
المجموع	271.373			

أظهر استخدام تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) في الجدول السابق، وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لأبعاد التربية الإعلامية (الوصول، الفهم، التحليل، التقييم، الإنتاج، التفاعل، التفكير الناقد)، وذلك تبعاً لمتغير (المجال الجغرافي للبرنامج

التدريبي)، حيث بلغت قيمة (F) لمتغير السنة الدراسية، (5.643)، وعند مستوى دلالة (0.008)؛ وهي دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)، ولمعرفة مصادر الفروقات تم إجراء اختبار التباين البعدي كما هو موضح في الجدول الآتي ذي العدد (26).

الجدول رقم (4-26): اختبار (LSD) لدراسة الفروق بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لأبعاد التربية الإعلامية (الوصول، الفهم، التحليل، التقييم، الإنتاج، التفاعل، التفكير الناقد) تبعاً لمتغير: (المجال الجغرافي للبرنامج التدريبي)

الاختبار القبلي					
قيمة الفروق	الفروق بين متوسطات المجموعات	القيمة الإحتمالية	التكرار	المجال الجغرافي	
0.142	الشمال(عجلون)	الجنوب	0.247	9	الشمال
0.083-		الوسط	0.604		
0.225*	الوسط(الزرقاء)	الجنوب	0.084	13	الوسط
0.083		الشمال	0.082		
0.142-	الجنوب(معان)	الشمال	0.247	10	الجنوب
0.225-*		الوسط	0.028		
الاختبار البعدي					
قيمة الفروق	الفروق بين متوسطات المجموعات	القيمة الإحتمالية	التكرار	المجال الجغرافي	
0.142	الشمال(عجلون)	الجنوب	0.416	9	الشمال
0.083-		الوسط	0.512		
0.225*	الوسط(الزرقاء)	الجنوب	0.040	13	الوسط
0.083		الشمال	0.006		
0.142-	الجنوب(معان)	الشمال	0.416	10	الجنوب
0.225-*		الوسط	0.040		

يتضح من بيانات الجدول السابق، الذي يبين نتائج اختبار التباين البعدي لتحليل فروق بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لأبعاد التربية الإعلامية (الوصول، الفهم، التحليل، التقييم،

الإنتاج، التفاعل، التفكير الناقد) تبعًا لمتغير: (المجال الجغرافي للبرنامج التدريبي). وعليه، تُشير قيم الفروق أنَّ الفروق لصالح أقليم الجنوب، وقد يرجع ذلك إلى اهتمام محافظات الجنوب بالمشاركة بالبرامج التدريبية للتربية الإعلامية، وزيادة مهاراتهم المتعلقة بالاستخدام الصحيح والأمن لوسائل الإعلام، حيث يجب تكثيف هذه الدورات بما يضمن مشاركة أكبر عدد ممكن من الشباب.

#### 4- العمر

الجدول رقم (4-27): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)، بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لأبعاد التربية الإعلامية (الوصول، الفهم، التحليل، التقييم، الإنتاج، التفاعل، التفكير الناقد) تبعًا لمتغير: (العمر)

الاختبار القبلي				
مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	مجموع المربعات	مصادر التباين
0.433 غير دالة	0.838	0.463	0.926	بين المجموعات
		0.553	256.963	داخل المجموعات
			<b>257.889</b>	المجموع
الاختبار البعدي				
مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	مجموع المربعات	مصادر التباين
0.256 غير دالة	0.963	0.647	4.026	بين المجموعات
		0.852	214.627	داخل المجموعات
			<b>218.653</b>	المجموع

أظهر استخدام تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) في الجدول السابق، عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لأبعاد التربية الإعلامية (الوصول، الفهم، التحليل، التقييم، الإنتاج، التفاعل، التفكير الناقد)، وذلك تبعًا لمتغير (العمر)، حيث بلغ مستوى دلالة (0.433)؛ وهي أكبر من مستوى دلالة (0.05)؛ مما يدل على عدم وجود فروق.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاختبار القبلي والاختبار البعدي لمفهوم التربية الإعلامية لدى الشباب، تعزى للمتغيرات التالية: النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل التعليمي، المجال الجغرافي.

### 1. النوع الاجتماعي

الجدول رقم (4-28): اختبار (T) للفروق بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لمفهوم التربية الإعلامية لدى الشباب تبعاً لمتغير: (النوع الاجتماعي)

الاختبار القبلي						
النوع الاجتماعي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "T"	القيمة الاحتمالية	الدالة الإحصائية
ذكر	16	2.12	0.85	12.648	0.154	غير دالة
أنثى	24	1.96	0.67			إحصائياً
الاختبار البعدي						
النوع الاجتماعي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "T"	القيمة الاحتمالية	الدالة الإحصائية
ذكر	16	3.16	0.72	14.362	0.201	غير دالة
أنثى	24	4.98	0.56			إحصائياً

أظهر اختبار (Independent Sample T-test) في الجدول السابق، عدم وجود فروقات ذات

دلالة إحصائية بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لمفهوم التربية الإعلامية لدى الشباب، تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.

## 2. المؤهل التعليمي

الجدول رقم (4-29): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)، بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لمفهوم التربية الإعلامية لدى الشباب تبعًا لمتغير: (المؤهل التعليمي)

الاختبار القبلي				
مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	مجموع المربعات	مصادر التباين
0.35 غير دالة	6.412	7.201	18.256	بين المجموعات
		0.8745	254.296	داخل المجموعات
			<b>272.552</b>	المجموع
الاختبار البعدي				
مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	مجموع المربعات	مصادر التباين
0.65 غير دالة	8.145	4.695	22.314	بين المجموعات
		0.6512	226.056	داخل المجموعات
			<b>248.37</b>	المجموع

أظهر استخدام تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) في الجدول السابق، عدم وجود

فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لمفهوم التربية الإعلامية

لدى الشباب، وذلك تبعًا لمتغير (المؤهل التعليمي)، حيث بلغ مستوى دلالة (0.35)؛ وهي غير دالة

إحصائيًا عند مستوى (0.05). وعليه لا يوجد فروق.

### 3. المجال الجغرافي للبرنامج التدريبي

الجدول رقم (4-30): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)، بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لمفهوم التربية الإعلامية لدى الشباب تبعاً لمتغير: (المجال الجغرافي للبرنامج التدريبي)

الاختبار القبلي				
مصادر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
بين المجموعات	6.345	3.256	5.028	0.816 غير دالة
داخل المجموعات	219.024	0.814		
المجموع	225.369			
الاختبار البعدي				
مصادر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
بين المجموعات	9.542	9.632	9.422	0.654 غير دالة
داخل المجموعات	211.328	1.224		
المجموع	220.87			

أظهر استخدام تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) في الجدول السابق، عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لمفهوم التربية الإعلامية لدى الشباب، وذلك تبعاً لمتغير (المجال الجغرافي للبرنامج التدريبي)، حيث بلغ مستوى دلالة (0.816)؛ وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.05). وعليه لا يوجد فروق.

## 4. العمر

الجدول رقم (4-31): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)، بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لمفهوم التربية الإعلامية لدى الشباب تبعًا لمتغير: (العمر)

الاختبار القبلي				
مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	مجموع المربعات	مصادر التباين
0.41 غير دالة	0.634	0.674	0.824	بين المجموعات
		0.842	241.321	داخل المجموعات
			242.145	المجموع
الاختبار البعدي				
مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	مجموع المربعات	مصادر التباين
0.46 غير دالة	0.845	1.648	8.486	بين المجموعات
		4.354	211.690	داخل المجموعات
			220.176	المجموع

أظهر استخدام تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) في الجدول السابق، عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لمفهوم التربية الإعلامية لدى الشباب، وذلك تبعًا لمتغير (العمر)، حيث بلغ مستوى دلالة (0.41)؛ وهي غير دالة إحصائيًا عند مستوى (0.05). وعليه لا يوجد فروق.

## خلاصة نتائج الدراسة

توصلت الدراسة إلى:

- أظهرت نتائج الاختبار القبلي، إلى ما يلي:

(1) وجود درجة مرتفعة من الموافقة نحو هل لدى الشباب القدرة على الوصول إلى الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (3.78)،

وبانحراف معياري (0.96)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: "أستطيع تحديد أهدافي قبل التعرض لوسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (3.92)، وقد جاءت بأقل متوسط حسابي عبارة: "استخدم محركات البحث للوصول إلى المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (3.64).

(2) وجود درجة مرتفعة لدى الشباب في القدرة على فهم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (3.83)، وبانحراف معياري (0.70)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: "لدي القدرة على فهم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (3.95)، ثم عبارة: "أستطيع فهم أنواع الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (3.93)، وقد جاءت بأقل متوسط حسابي عبارة: "أستطيع فهم دوافع استخدام الصور والبيانات في وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (3.68).

(3) وجود درجة مرتفعة من الموافقة لطبيعة المعلومات التي يتلقاها المبحوثين من خلال المؤثرين الرياضيين العرب عبر منصات التواصل الاجتماعي، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (3.88)، وبانحراف معياري (0.69)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: "لدي القدرة على التمييز بين الأخبار الصحيحة والمزيفة"، بمتوسط حسابي بلغ (4.18)، وقد جاءت بأقل متوسط حسابي عبارة: "لدي القدرة على التمييز بين الأخبار والآراء على وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (3.67).

(4) وجود درجة مرتفعة من الموافقة لدى الشباب في القدرة على تقييم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (4.01)، وبانحراف معياري (0.69)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: "أستطيع تقييم مصداقية المصادر في

الرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (4.21)، وقد جاءت بأقل متوسط حسابي عبارة: "الذي القدرة على استخدام الحجج والأدلة لدعم الرأي حول الرسائل الإعلامية"، بمتوسط حسابي بلغ (3.93).

(5) وجود درجة مرتفعة من الموافقة لدى الشباب في القدرة على إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها عبر وسائل الإعلام، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (3.92)، وبانحراف معياري (0.69)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: "أستطيع إنشاء محتوى إعلامي ومعلوماتي إبداعي للنشر عبر وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (4.18)، وقد جاءت بأقل متوسط عبارة: "أستطيع إنتاج رسائل إعلامية تعبر عن رأيي تجاه القضايا والموضوعات"، بمتوسط حسابي بلغ (3.54).

(6) وجود درجة مرتفعة من الموافقة لدى الشباب في القدرة على التفاعل عبر وسائل الإعلام، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (3.70)، وبانحراف معياري (0.95)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: "الذي القدرة على استخدام التقنية المناسبة لنقل الرسائل الإعلامية بشكل أكثر سرعة وإقناع"، بمتوسط حسابي بلغ (3.80)، وقد جاءت بأقل متوسط حسابي عبارة: "الذي القدرة على التفاعل مع الآخرين حول الرسائل الإعلامية بأمان وخصوصية"، بمتوسط حسابي بلغ (3.62).

(7) وجود درجة مرتفعة من الموافقة نحو هل لدى الشباب القدرة على التفاعل عبر وسائل الإعلام، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (3.80)، وبانحراف معياري (0.81)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: "الديليدي القدرة على تكوين رأي مستقل حول الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (4.11)، وقد جاءت

بأقل متوسط حسابي عبارة: "أستطيع استخدام وسائل الإعلام بشكل مسؤول لحل المشكلات واتخاذ القرارات" بمتوسط حسابي بلغ (3.54).

- أظهرت نتائج الاختبار القبلي، كل ما يلي:

(1) وجود درجة مرتفعة من الموافقة نحو هل لدى الشباب القدرة على الوصول إلى الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (4.13)، وبانحراف معياري (0.56)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: "لدي القدرة اللازمة لاستخدام الحاسوب والموبايل والتطبيقات للوصول إلى رسائل وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (4.34)، وقد جاءت بأقل متوسط حسابي عبارة: "استخدم محركات البحث للوصول إلى المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (3.95).

(2) وجود درجة مرتفعة لدى الشباب في القدرة على فهم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (3.85)، وبانحراف معياري (0.63)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: "لدي القدرة على فهم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (4.33)، وقد جاءت بأقل متوسط حسابي عبارة: "لدي القدرة على فهم أهداف وسائل الإعلام في الإقناع عبر رسائلها الإعلامية"، وعبارة: "لدي القدرة على فهم الرسائل الإعلامية من خلال ربطها بسياقها الثقافي والاجتماعي" بمتوسط حسابي بلغ (3.60) على التوالي.

(3) وجود درجة مرتفعة من الموافقة لطبيعة المعلومات التي يتلقاها المبحوثين عبر وسائل الإعلام، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (4.16)، وبانحراف معياري (0.54)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: "لدي القدرة على تحديد تأثير مصادر

الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (4.22)، وقد جاءت بأقل متوسط حسابي عبارة: "أستطيع تحليل أشكال الرسائل الإعلامية (نص، صورة، فيديو، إعلان)"، وعبارة: "لدي القدرة على التمييز بين الأخبار والآراء على وسائل الإعلام" بمتوسط حسابي بلغ (3.07) على التوالي.

(4) وجود درجة مرتفعة من الموافقة لدى الشباب في القدرة على تقييم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (4.06)، وبانحراف معياري (0.60)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: "أستطيع تقييم تحيز المعلومات في الرسالة الإعلامية في وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (4.20)، وقد جاءت بأقل متوسط حسابي عبارة: "أستطيع تقييم دقة وصحة وموضوعية المعلومات المقدمة في الرسائل الإعلامية"، بمتوسط حسابي بلغ (3.96).

(5) وجود درجة مرتفعة من الموافقة لدى الشباب في القدرة على إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها عبر وسائل الإعلام، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (4.14)، وبانحراف معياري (0.57)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: "استخدم أدوات وتقنيات مختلفة لإنتاج الرسائل الإعلامية"، بمتوسط حسابي بلغ (4.16) على التوالي، وقد جاءت بأقل متوسط حسابي عبارة: "لدي القدرة على إنتاج رسائل إعلامية ملتزمة بالمعايير الأخلاقية"، بمتوسط حسابي بلغ (4.09).

(6) وجود درجة مرتفعة من الموافقة لدى الشباب في القدرة على التفاعل عبر وسائل الإعلام، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (4.09)، وبانحراف معياري (0.57)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: "أشارك في المناقشات حول الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (4.20)، وقد جاءت بأقل متوسط حسابي عبارة: "لدي

القدرة على التفاعل مع الآخرين حول الرسائل الإعلامية بأمان وخصوصية"، بمتوسط حسابي بلغ (3.95).

(7) وجود درجة مرتفعة من الموافقة نحو هل لدى الشباب القدرة على التفاعل عبر وسائل الإعلام، إذ بلغ متوسط الإجابات الكلي على هذا المحور (4.39)، وبانحراف معياري (0.74)، وقد جاءت بأعلى متوسط حسابي عبارة: "لدي القدرة على تكوين رأي مستقل حول الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام"، بمتوسط حسابي بلغ (4.50)، وقد جاءت بأقل متوسط حسابي عبارة: "أستطيع استخدام وسائل الإعلام بشكل مسؤول لحل المشكلات واتخاذ القرارات" بمتوسط حسابي بلغ (4.26).

#### خلاصة اختبار الفروض

(1) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاختبار القبلي والاختبار البعدي لأبعاد التربية الإعلامية (الوصول، الفهم، التحليل، التقييم، الإنتاج، التفاعل، التفكير الناقد)، تعزى لمتغير المجال الجغرافي للبرنامج التدريبي، وهي لصالح إقليم الجنوب، ولمتغير المؤهل التعليمي، وهي لصالح فئة البكالوريوس.

(2) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاختبار القبلي والاختبار البعدي لمفهوم التربية الإعلامية لدى الشباب، تعزى للمتغيرات التالية: النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل التعليمي، المجال الجغرافي.

## الفصل الخامس

### مناقشة النتائج والتوصيات

يتضمن هذا الفصل مناقشة نتائج الدراسة وتفسيرها، وفقاً للفروق بين الاختبار القبلي والبعدي،

لدى الشباب، إلى جانب عرض التوصيات بناءً على نتائج الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

#### مناقشة نتائج الاختبار القبلي والبعدي

##### أولاً: مشاركة الشباب في برامج تدريبية تتعلق بالتربية الإعلامية

أظهرت نتائج الدراسة أنّ الغالبية الكبرى من الشباب عينة الدراسة (62.5%)، لم يشاركوا في برامج تدريبية قبل مشاركتهم في البرنامج التدريبي الذي عقده صندوق الملك عبد الله الثاني للتنمية بالشراكة مع مؤسسة ولي العهد ومعهد الإعلام الأردني، وهذا يرجع إلى عدد من الأسباب، أبرزها: عدم معرفة الشباب بوجود برامج تدريبية مخصصة للتربية الإعلامية، نتيجة غياب الإعلان والترويج لهذه البرامج التدريبية وموعدها ومكان انعقادها، إلى جانب عدم اهتمام الشباب بالمشاركة في البرامج والدورات التدريبية الخاصة بالتربية الإعلامية، نظراً لعدم وجود الوقت الكافي للمشاركة في هذه البرامج، وعدم إدراكهم لأهمية امتلاك مهارات التربية الإعلامية في حياتهم، أو لأنّ هذه البرامج التدريبية في الغالب تكون ممولة من جهات خارجية، وبالتالي غياب التنسيق بين الجهات التي تقدم هذه البرامج، كما أنّ عقد مثل هذه البرامج التدريبية قد لا تلائم مواعيد الشباب، أو لا تلبي احتياجاتهم ورغباتهم؛ وبالتالي يجب على الجهات القائمة على هذه البرامج أن تنشر الوعي بأهمية التربية الإعلامية بين الشباب من خلال الحملات التوعوية وزيادة هذه البرامج التدريبية.

وأظهرت نتائج الدراسة أنّ أبرز الأسباب التي تدفع الشباب إلى المشاركة في برامج ودورات

تدريبية تتعلق بالتربية الإعلامية، يرجع إلى تطوير مهارات الفهم وتحليل المحتوى الإعلامي بشكل

نقدي، إذ تعد هذه المهارات من المبادئ الرئيسة للتربية الإعلامية؛ وتتفق هذه النتيجة مع دراسة دونج (2023) ودراسة دولانباي (2022) بينما تختلف مع دراسة اللاوي (2021)، ثم الحاجة إلى تطوير مهارات التحقق من الرسائل الإعلامية من معلومات وصور وفيديوهات وتتفق هذه النتيجة مع دراسة المومني (2021) ودراسة اكسياو (2021)، ثم المشاركة الفاعلة في المجتمع بهدف التعبير عن الآراء وفهم مختلف وجهات النظر وتتفق هذه النتيجة مع دراسة المومني (2021) ودراسة علي (2020) ، ثم تطوير مهارات التواصل والتفاعل الفعال مع رسائل وسائل الإعلام وتتفق هذه النتيجة مع دراسة حسنين (2020)، ثم فهم كيفية استخدام وسائل الإعلام بشكل مسؤول وآمن وتتفق هذه النتيجة مع دراسة الربابعة (2022) ودراسة علي (2020)، ثم تنمية المهارات الشخصية، مثل الثقة بالنفس، والقيادة، والعمل الجماعي وتتفق هذه النتيجة مع دراسة دولانباي (2022) ثم الحاجة إلى مهارات التربية الإعلامية لمواكبة احتياجات سوق العمل وتتفق هذه النتيجة مع دراسة علي (2020).

**ثانيًا: مفهوم التربية الإعلامية الأبرز لدى الشباب قبل وبعد مشاركتهم في برامج التربية الإعلامية:**

أظهرت نتائج الدراسة أن البرامج التدريبية مكنت الشباب من إدراكهم لمفهوم التربية الإعلامية، وتمثل المفهوم الأبرز لدى الشباب في فهم الرسائل الإعلامية وإنتاجها، وكشف البروبوغندا، بينما تمثل مفهوم التربية الإعلامية لدى الشباب بعد إجراء الاختبار البعدي في الفهم التحليلي لمضامين وسائل الإعلام، وفهم الرسائل الإعلامية وإنتاجها، ويمكن تفسير ذلك بأن البرامج التدريبية ركزت على إدراك الشباب لمفهوم التربية الإعلامية الذي يتضمن مهارة فهم الرسائل الإعلامية، وتتضمن هذه النتيجة في قدرة الشباب على فهم أنواع الرسائل الإعلامية وربطها بسياقات مختلفة، وفهم تأثير الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام، وأثرها على الشباب والمجتمع، وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة McNelly & Harvey (2021)، التي أظهرت أن عينة الدراسة على قدر عالٍ من معرفة

مفهوم التربية الإعلامية ، كما تتفق هذه الدراسة مع دراسة رجب وآخرون (2023) ومهني (2022) من حيث استخدام المنهج التجريبي، ومع نتيجة دراسة رجب، والتي أظهرت أن الطلبة كانوا أكثر معرفة بمفهوم التربية الإعلامية بعد التجربة والاختبار البعدي.

ثالثاً: قدرة الشباب في تحديد أبعاد التربية الإعلامية قبل وبعد البرامج التدريبية الخاصة بالتربية الإعلامية:

أظهرت نتائج الدراسة أن البرامج التدريبية للتربية الإعلامية مكنت الشباب من تحديد الأبعاد التي تساعدهم في امتلاك مهارات التربية الإعلامية، ويوضح الجدول رقم (32)، الفروق بين الاختبار القبلي والبعدي لأبعاد التربية الإعلامية.

جدول رقم (5-32) الفروق بين الاختبار القبلي والبعدي لأبعاد التربية الإعلامية

الاختبار البعدي	الاختبار القبلي	أبعاد التربية الإعلامية
4.26	3.54	مهارة التفكير الناقد
4.16	3.88	مهارة التحليل
4.06	4.01	مهارة التقييم
4.13	3.92	مهارة إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها
4.13	3.78	مهارة الوصول
4.09	3.70	مهارة التفاعل
3.85	3.83	مهارة الفهم

يتضح من الجدول السابق أن مهارة التقييم جاءت في الترتيب الأول لدى الشباب في القدرة على تقييم الرسائل عبر وسائل الإعلام، إذ بلغ الوسط الحسابي بالنسبة للاختبار القبلي (4.1) بينما بلغت في الاختبار البعدي 4.6 حيث جاءت في الترتيب الخامس، وهذا يدل أن البرامج التدريبية ركزت على هذه المهارة باعتبار أن الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها الشباب بحاجة إلى تقييم، إذ تعد هذه المهارة من المبادئ الرئيسة في التربية الإعلامية لمكافحة الأخبار الزائفة والمضللة، إذ تنتشر

الأخبار والشائعات عبر وسائل الإعلام، ومنصات التواصل الاجتماعي، فالشباب بحاجة إلى القدرة على استيعاب الحقائق، كذلك قد يرجع ذلك أن البرامج التدريبية لديها معايير محددة مرتبطة بتقييم الرسائل الإعلامية وتمكين الشباب من اتخاذ قرارات حول هذه الرسائل. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة تران دونج (2023) والتي أظهرت أن أبعاد التربية الإعلامية لها آثار إيجابية كبيرة على نتائج تعلم الطلبة من حيث تطوير مهارات التقييم لمحتوى وسائل الإعلام.

وهذه النتيجة تتفق مع دراسة المومني (2021) حيث للتربية الإعلامية دور كبير في تطوير قدرات الشباب للرسائل الإعلامية وتقييمها، من حيث أثر تلك الرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام على المجتمع، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة اللاوي (2021) والتي أظهرت أن أهم أسباب الاضطراب المعلوماتي هو غياب القدرة على تقييم المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام.

وفي المرتبة الثانية جاءت مهارة إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها إذ بلغ الوسط الحسابي بالنسبة للاختبار القبلي (3.92) بينما جاءت في الترتيب الثالث حسب الاختبار البعدي (4.13)، ويشير ذلك على أن محتوى البرامج التدريبية للتربية الإعلامية ركز على مهارة إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها، وتعزو الباحثة هذه النسبة المرتفعة إلى دور التربية الإعلامية في بناء قدرات الشباب على مشاركة وإنتاج المحتوى الإعلامي و المعلوماتي . لما لهذه المهارة من دور كبير في تحديد أهداف الشباب قبل التعرض للرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام، إذ تتضمن هذه المهارة القدرة على إنشاء محتوى إعلامي ومعلوماتي إبداعي للنشر عبر وسائل الإعلام، وقدرة الشباب على استخدام أدوات وتقنيات مختلفة لإنتاج الرسائل الإعلامية، وتشمل أيضاً ثقافة الإنتاج للرسائل الإعلامية وليس استهلاكها فقط، إلى جانب القدرة على تحرير المعلومات والصور والفيديوهات لإنتاج رسائل إعلامية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة مهني (2020) من حيث تحسن أداء تلاميذ العينة الدراسة في القياس

البعدي، و وجود أثر كبير لبرنامج التربية الإعلامية في تحصيلهم المعرفي لموضوع التعلم، و كما تتفق هذه النتيجة أيضاً مع دراسة علي (2020) إلى أن أفضل طريقة لتدريس التربية الإعلامية هي ورشات العمل التدريبية، وتتفق هذه النتيجة أيضاً مع دراسة بوبيسكو (2020) والتي أظهرت دور مهارة إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها، وهذه النتيجة تختلف مع دراسة McNelly & Harvey (2021) والتي أظهرت أن التكامل الفعلي لتعليم التربية الإعلامية بدأ محدوداً فيما يتعلق بمشاركة الطلبة باستخدام وسائل الإعلام وإنتاج المحتوى الإعلامي، على عكس تلك المتعلقة بتدريس كيفية استخدام التكنولوجيا في عملية التعليم مثل أجهزة الكمبيوتر ومصادر المعلومات.

وتتفق مهارة إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها مع نموذج Jenkins (2006) والذي أكد على أهمية الدور الذي يقدمه الإعلام الجديد في نشر التربية الإعلامية، حيث يعتبر الأفراد شركاء فاعلين ونشيطين في البيئة الرقمية، وبالتالي يعمل على تحرير أدوارهم وإعادة صياغتها من جديد، بحيث تتجاوز الاستهلاك الإعلامي التقليدي لتشمل الابتكار النشط للمحتوى الإعلامي أيضاً.

وفي المرتبة الثالثة جاءت مهارة التحليل إذ بلغ الوسط الحسابي بالنسبة للاختبار القبلي (3.88) بينما في الاختبار البعدي جاءت في المرتبة الثانية (4.16)، وتعرّضت الباحثة هذه النسبة المرتفعة إلى المبادئ الأساسية للتربية الإعلامية والتي تؤكد على أهمية مهارة التحليل في تمكين الشباب على تحديد تأثير مصادر الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام، وقدرة الشباب على التمييز بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة، كما تشمل تحديد أسلوب تركيب الرسالة الإعلامية في وسائل الإعلام. وتشير هذه النسبة إلى مدى اهتمام البرامج التدريبية هذه النتيجة تتفق مع دراسة سافاج (2018) والتي أظهرت أثر منهج التربية الإعلامية على قدرة الشباب على تمييز التحيز بين رسائل الإعلام وتحديد تقنيات الإقناع المستخدمة في تلك الرسائل، كما تتفق مع دراسة الربابعة (2022) في مساهمة

التربية الإعلامية في حسن اختيار المصادر الموثوقة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة تران دونج (2023) والتي أظهرت أن أبعاد التربية الإعلامية لها آثار إيجابية من حيث تطوير مهارة التحليل.

وتتفق مهارة التحليل مع نموذج Damiano (2014) والذي يشير من خلاله على مجموعة من المؤشرات لضمان جودة التربية الإعلامية وأهمها: إدراج كل من تحليل وسائل الإعلام، وتحليل النصوص الإعلامية، وتحليل الإنتاج الإعلامي ضمن المناهج الدراسية والقائمة على الأنشطة التفاعلية.

كما تتفق مهارة التحليل مع نموذج MaksI (2015) والذي يشير من خلاله على فكرة الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة في نشر المعرفة وتطوير الوعي الإعلامي من خلال المعالجة الفكرية، وتحسين وجهة الضبط الإعلامية، وبناء المعرفة بالوسائل الإعلامية الجديدة،.

في المرتبة الرابعة جاءت مهارة الفهم إذ بلغ الوسط الحسابي للاختبار القبلي (3.83) بينما بلغت في الاختبار البعدي المرتبة السابعة ونسبة (3.85)، إذ تشير إلى حاجة الشباب الواضحة إلى تدعيم و تمكين مهارة التحليل لديهم، وذلك من خلال تركيز البرامج التدريبية للتربية الإعلامية على هذه المهارة والتي تعد مهارة أساسية ضمن مهارات التربية الإعلامية، وتشمل مهارة الفهم القدرة على فهم تأثير الرسائل الإعلامية على الشباب و المجتمع، و قدرة الشباب على فهم كيفية صياغة الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام، و قدرة الشباب على فهم دوافع استخدام الصور والبيانات في وسائل الإعلام، هذه النتيجة تتفق مع دراسة Moura (2019) والتي أظهرت أهمية أثر التربية الإعلامية على قدرة الشباب على فهم المعنى الضمني للدلالات التي تحتويها الرسائل الإعلامية وتتفق هذه النتيجة مع دراسة دولانباي (2022) والتي أظهرت دور التربية الإعلامية في فهم تأثيرات وسائل الإعلام، كما تتفق مع دراسة تران دونج (2023) والتي أشارت إلى أثر التربية الإعلامية الإيجابي في فهم محتوى وسائل الإعلام ، هذا وتعد مهارة الفهم من المهارات الرئيسية والأساسية في التربية

الإعلامية، حيث تتيح للشباب فهم النصوص الإعلامية وأهدافها، وفهم السياق الذي ظهرت فيه هذه النصوص، وكما تساعد هذه المهارة المتلقين و خاصة فئة الشباب على كيفية صناعة إعلامهم الخاص واختيار وسائل الإعلام المناسبة لتوصيل رسائلهم الإعلامية التي يريدونها. تساعد الشباب على فهم أهداف وسائل الإعلام في الإقناع عبر رسائلها الإعلامية.

في المرتبة الخامسة جاءت مهارة الوصول إذ بلغ الوسط الحسابي للإختبار القبلي (3.78) بينما جاءت في الترتيب الرابع حسب الاختبار البعدي (4.13)، حيث تشير إلى ضعف الشباب في مهارة الوصول إلى الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام، ويعزى ذلك في بحث الشباب المستمر عما هو جديد واستخدام أكثر من وسيلة إعلامية، وهذا يتضح في عدم مقدرة الشباب على تحديد أهدافهم قبل التعرض لوسائل الإعلام، هذا وتشير هذه النسبة إلى عدم إهتمام البرامج التدريبية في تدعيم مهارة الوصول لدى الشباب، وعليه ضرورة الأخذ بهذه النتيجة من حيث تطوير المحتوى التدريبي لبرامج التربية الإعلامية، والتركيز على مهارة الوصول لتعزيز قدرة الشباب في الوصول إلى الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام.

وتتضمن هذه المهارة قدرة الشباب اللازمة لاستخدام الحاسوب والموبايل والتطبيقات للوصول إلى رسائل وسائل الإعلام، وقدرة الشباب على الوصول إلى وسائل الإعلام التي تقدم رسائل إعلامية موثوقة، وهذه النتيجة تختلف مع دراسة دولانباي (2022) والتي أظهرت دور التربية الإعلامية في زيادة قدرة طلاب الجامعات على إمكانية الوصول الفعال إلى المعلومات، لكنها تتفق مع دراسة المومني (2021) والتي أكدت على أهمية التربية الإعلامية في تطوير قدرات ومهارات الشباب للوصول للمصادر الموثوقة.

في المرتبة السادسة جاءت مهارة التفاعل ،حيث بلغ الوسط الحسابي للاختبار القبلي (3.70) بينما بلغت الترتيب الخامس في الاختبار البعدي بنسبة (4.9)،وهي نسبة منخفضة،إذ تشير إلى ضعف البرامج التدريبية في زيادة قدرة تفاعل الشباب مع الآخرين حول الرسائل الإعلامية ،وعدم مشاركة الشباب في مناقشة الرسائل الإعلامية في البرامج التدريبية،وتشير أيضاً إلى قصور التطبيق العملي لمهارة التفاعل لدى الشباب والممار على عبور تتضمن هذه المهارة قدرة الشباب على استخدام المعلومات بشكل مسؤول للتفاعل مع الآخرين عبر وسائل الإعلام ، وقدرة الشباب على التفاعل مع الآخرين في مكافحة الرسائل الإعلامية المضللة والمزيفة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة حسنين (2020) على ضرورة تفعيل الجانب المهاري والتطبيقي للشباب في مجال التربية الإعلامية ،وتتفق أيضاً مع دراسة Dolanbay (2022) على ضرورة تنمية الوعي بمهارات التربية الإعلامية وتطوير سياسات تعليمية جديدة،وهنا لابد من التأكيد على ضرورة تحديث البرامج التدريبية للتربية الإعلامية ، بما يضمن التركيز على مهارة التفاعل بما يتلائم مع حاجات الشباب.

وتتفق مهارة التفاعل مع نموذج Feed (2001) ، حيث يركز هذا النموذج على مفهوم التفاعلية، وهو ما يميز وسائل الإعلام وتقنيات المعلومات الحديثة،حيث تعد الشبكات الرقمية المعاصرة كونية الطابع وخاصة مع انتشار الشبكات الكونية التفاعلية واسعة النطاق التي تتيح للأفراد الانغماس في بيئات تفاعلية كونية.

في المرتبة السابعة جاءت مهارة التفكير الناقد بأقل وسط حسابي للاختبار القبلي (3.54) بينما بلغت في الاختبار البعدي الترتيب الأول وبنسبة (4.26)؛ وهذه النسبة تشير إلى مدى اهتمام البرامج التدريبية في تمكين مهارة التفكير الناقد لدى الشباب، من حيث التركيز على هذه المهارة الأساسية وتمكين الشباب من مهارة التفكير الناقد للرسائل الإعلامية، كما تدل هذه النتيجة بالنسبة للاختبار

القبلي على عدم مقدرة الشباب من التواصل والمناقشة والحوار والتفاوض مع الآخرين حول وسائل الإعلام، على الرغم من تعرضهم اليومي لعدد كبير من الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام المنوعة، وتتضمن هذه المهارة القدرة على تكوين رأي مستقل حول الرسائل الإعلامية المنوعة، وقدرة الشباب على نقد دقة ومصداقية المعلومات في الرسائل الإعلامية، والموازنة بين الفوائد والمخاطر للرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام. وهذه النتيجة تختلف مع دراسة تران دونج (2023) والتي أظهرت تأثير أبعاد التربية الإعلامية الإيجابي على مهارة التفكير الناقد وتحديداً لدى نتائج تعلم الطلبة.

وتتفق هذه المهارة مع نموذج freed (2001) والذي يركز على ضرورة الاهتمام بمهارة التفكير الناقد لمحتوى الرسائل الإعلامية، ويشير إلى أن المهارات التقنية وحدها ليست كافية للبقاء دون فهم الطلاب لطبيعة وقوة هذه المهارة. وتتفق مع نموذج damian (2014) والذي يشير إلى عدد من المؤشرات لضمان جودة التربية الإعلامية وتحديداً لدى طلاب المدارس وأهمها تحفيز المعلمين على التفكير الناقد لكل ما يكتشفه أو ينتجه الطلاب داخل الفصل.

### مناقشة نتائج اختبار الفروض

**1 الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاختبار القبلي والاختبار البعدي لأبعاد التربية الإعلامية (الوصول، الفهم، التحليل، التقييم، الإنتاج، التفاعل، التفكير الناقد)، تعزى للمتغيرات التالية: النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل التعليمي، المجال الجغرافي.

أظهرت النتائج عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط الاختبار القبلي والاختبار البعدي لأبعاد التربية الإعلامية (الوصول، الفهم، التحليل، التقييم، الإنتاج، التفاعل، التفكير الناقد)، تعزى لمتغير النوع الاجتماعي، ويرجع السبب في ذلك إلى تعرض الشباب ذكوراً وإناثاً لنفس محتوى

البرنامج التدريبي. كما وأظهرت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الاختبار القبلي والاختبار البعدي لأبعاد التربية الإعلامية، تعزى لمتغير المجال الجغرافي للبرنامج التدريبي، وهي لصالح إقليم الجنوب، وهنا لابد من الإشارة إلى اهتمام محافظات الجنوب بالمشاركة بالبرامج التدريبية للتربية الإعلامية، وزيادة مهاراتهم المتعلقة باستخدام الصحيح والآمن لوسائل الإعلام، حيث يجب تكثيف هذه الدورات بما يضمن مشاركة أكبر عدد ممكن من الشباب.

وأظهرت أيضًا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الاختبار القبلي والاختبار البعدي لأبعاد التربية الإعلامية، تعزى لمتغير المؤهل التعليمي، وهي لصالح فئة البكالوريوس، وهنا لابد من الإشارة على مدى وعي الشباب الجامعي وحرصهم على المعرفة، واهتمامهم في المشاركة بالبرامج التدريبية للتربية الإعلامية لزيادة مهاراتهم العملية من خلال استخدام وسائل الإعلام المختلفة، وهنا لابد من الإشارة إلى ضرورة عقد المزيد من البرامج التدريبية للتربية الإعلامية بشكل دوري ومستمر لطلبة الجامعات.

## 2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الاختبار القبلي والاختبار البعدي لمفهوم التربية

الإعلامية لدى الشباب، تعزى للمتغيرات التالية: النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل التعليمي، المجال الجغرافي.

## التوصيات

- 1) ضرورة تعزيز قدرة الشباب على تحديد أهدافهم قبل التعرض لوسائل الإعلام من خلال تطوير برامج تدريبية تركز على التخطيط الاستراتيجي للتعامل مع المحتوى الإعلامي.
- 2) توفير دورات تثقيفية للشباب تركز على فهم أنواع الرسائل الإعلامية ودوافع استخدام الصور والبيانات في وسائل الإعلام، وذلك لتعزيز قدرتهم على التحليل النقدي وفهم الرسائل الإعلامية بشكل أعمق.
- 3) تنظيم حملات توعية تستهدف الشباب لزيادة وعيهم بأساليب التلاعب الإعلامي وكيفية التمييز بين الأخبار الصحيحة والمزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي.
- 4) تنظيم ورش عمل ومناقشات تفاعلية تشجع الشباب على تطوير قدراتهم في تقييم مصداقية المصادر واستخدام الحجج والأدلة لدعم الرأي حول الرسائل الإعلامية.
- 5) تحديث البرامج التدريبية المتعلقة بالتربية الإعلامية بحيث تصبح ورشات إبداعية هادفة إلى تطوير مهارات الشباب في إنشاء محتوى إعلامي جديد.
- 6) ضرورة توفير جزء من البرامج التدريبية للتفاعل مع الرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام، بما يتعلق بالخصوصية والأمان.
- 7) تنظيم نقاشات موجّهة تشجع الشباب على تبادل وجهات النظر وتطوير قدراتهم على صياغة رأي مستقل واستخدام وسائل الإعلام بشكل مسؤول في حل المشكلات واتخاذ القرارات.

## قائمة المراجع

### المراجع العربية

أبو بكر، أميمة. (2002). المرأة والجن دار وإلغاء التمييز الثقافي والاجتماعي بين الجنسين. دار الفكر العربي.

البياتي، عبد الجبار توفيق. (1426 هـ). البحث التجريبي واختبار الرياضيات في العلوم التربوية والنفسية. دار جهينة.

حسن، أحمد جمال. (2016). التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة المنيا، اسوان، مصر.

حسن، أسماء كمال. (2015). دور التربية الإعلامية في مرحلة الثانوية في مواجهة الغزو الفكري. مجلة التربية، كلية التربية، جامعة بنها، 27 (107)، 299-338.

حسني، حنان محمد. (2020). تقييم كفاءة ممارسة مهارات التربية الإعلامية لدى الطلاب بأقسام الإعلام التربوي [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.

الحيزان، محمد بن عبد العزيز. (2004). البحوث الإعلامية أسسها-أساليبها-مجالاتها. الرياض: فهرسة الملك فهد الوطنية أثناء النشر.

خليل، محمد. (2015). تقويم واقع ممارسات الطلاب لمهارات التربية الإعلامية في ضوء تعدد مصادرهم للثقافة الإعلامية [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة عين شمس، الاسكندرية، مصر.

خمش، مجد الدين. (2016). الشباب والمشاركة السياسية في الأردن: دراسة اجتماعية. [رسالة ماجستير غير منشورة]. الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.

الدسوقي، سما محمد. (2010). التربية الإعلامية بالتعليم الأساسي في عصر العولمة. دار الجامعة الجديدة.

دهيمي، عبداللوي. (2021). اتجاهات أساتذة الإعلام نحو دور التربية الإعلامية في الحد من الاضطراب المعلوماتي لدى مستخدمي المنصات الاجتماعية [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر.

الربابعة، عبدة علي. (2022). دور التربية الإعلامية في التوعية من خطر الشائعات لدى الشباب الأردني [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.

الشديقات، أشجان حامد، والخصاونة، خلود أحمد. (2012). واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها. *المجلة الدولية التربوية المتخصصة*، 1(6)، 274-287.

الطعاني، سليمان. (2019). التربية الإعلامية في مراحل التعليم المختلفة. عمون : <https://www.ammonnews.net/article/430151>

الطويسي، باسم. (2023). حالة الدراية الإعلامية والمعلوماتية في الأردن. معهد الإعلام الأردني.

عبد الحفيظ، إخلص محمد، وباهي، مصطفى حسين. (1420 هـ). طرق البحث العلمي والتحليل الاحصائي في المجالات التربوية والنفسية والرياضية، مركز الكتاب للنشر.

العساف، صالح بن حمد. (1431 هـ). المدخل الى البحث في العلوم السلوكية. دار الزهراء.

العسال، حسام. (2016). معرفة الوالدين بالتربية الإعلامية والرقمية في المجتمع الأردني [رسالة ماجستير غير منشورة]. معهد الإعلام الأردني.

العطوي، محمد عودة. (2018). الإرشاد الأكاديمي. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

علي، إيمان سيد. (2020). اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة عين شمس، الإسكندرية، مصر.

القضاة، شفاء. (2022، 14 مايو). مشروع التربية الإعلامية للطلاب في الأردن : <https://ijnet.org/en/node/11582>

مرشد الطلاب. (2005). قاموس مدرسي، عربي عربي. مطبعة المرشد الجزائرية.

مسلم، محمود عبد العاطي. (2017). تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكاديمية (بحث مستل من رسالة دكتوراه). جامعة بنها.

مكاوي، ممدوح عبدالله، ومؤيد، هيثم جودة، وعثمان، إسلام أحمد (2021). آليات تداول الشباب العربي للمحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي: نموذج مقترح في إطار مدخل التربية الإعلامية الرقمية. مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، 56(2)، 527-584.

مهني، محسن يوسف. (2020). فاعلية برنامج مقترح في التربية الإعلامية لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة المنيا، المنيا، مصر

المومني، ديما سميح. (2021). دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب في المجتمع الأردني [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن

- Abbas, S., & Ali, A. (2009). *Human resource management*. Amman: Dar Wael.
- Chen, G. M., & Dai, X.-d. (2017). New media and asymmetry in cultural identity negotiation. In P. H. Cheong, J. N. Martin, & L. Macfadyen (Eds.), *New Media and Intercultural Communication: Identity, Community*.
- Damiano, F. (2014). Quality media literacy education: A tool for teachers and teacher educators of Italian elementary schools. *Journal of Media Literacy Education*, 6(1), 28-43.
- Dolanbay, H. (2022). The experience of media literacy education of university students and the awareness they have gained: An action research.
- Elola, I., & Oskoz, A. (2014). Blogging: Fostering intercultural competence development in education and study abroad contexts. *Foreign Language Annals*, 41(3), 454.
- Hobbs, R., & Jensen, A. (2016). The past, present, and future of media literacy education. *Journal of Media Literacy Education*, 1(1), 10.
- Jenkins, H., Clinton, K., Purushotma, R., Robison, A. J., & Weigel, M. (2006). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media*.
- Livingstone, S. (2004). Op. cit., 5.
- Maksl, A., Ashley, S., & Craft, S. (2015). Measuring news media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 6(3).
- Martens, H. (2010). Evaluating media literacy education: Concepts, theories, and future directions. *Journal of Media Literacy Education*, 2(1), 1-22. <https://doi.org/10.23860/jmle-2-1-1>
- McNelly, T., & Harvey, J. (2021). Media literacy instruction in today's classrooms: A study of teachers' knowledge, confidence, and integration. *Journal of Media Literacy Education*, 13(1), 108-130. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2021-13-1-10>
- Moeller, S., Joseph, A., Lau, J., & Carbo, T. (2011). Towards media and information literacy indicators. In Background Document of the Expert Meeting, Paris: UNESCO.
- Moura, P., & Pereira, S. (2019). Assessing media literacy competences: Reflections and recommendations from a quantitative study. University of Minho, Portugal.
- Park, S. (2012). Dimensions of digital media literacy and relationship with social exclusion. *Media International Australia*, 142(1), 87-100.
- Popescu, M. M. (2020). Media literacy tools in combating disinformation and fake news in social media. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Series VII, Social Sciences and Law*.

Potter, W. J. (2003). *Media Literacy*. California: Sage Publications.

Rabea, S., Najeeb, S., & Abdel-Maqsoud, W. (2023). A proposed program in digital media literacy to develop cognitive awareness of digital privacy among university students. *Journal of Research in Specific Education Fields, Minia University, Egypt*, 9(44), 2389-2429. <https://doi.org/10.21608/JEDU.2022.163322.1752>

Renee, H. (1998). The seven great debates in the media literacy movement. Paper presented at the International Communication Association, *Journal of Communication*, 48(1), 17-18.

Savage, A. (2018). The impact of a media literacy curriculum on middle school students' ability to recognize racial bias in mass media. University of South Carolina.

The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (1982). *Global media and information literacy assessment framework: Country readiness and competencies*. Paris.

The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2013). *Integrating media and information literacy into Jordanian schools*. Accessed on August 21, 2016. <http://www.unesco.org/new/en/amman/about-this-office/singleview/news/integrating-media-and-information-literacy-into-jordanian-schools/#.V7jaDph97IW>

Tran-Duon, Q. (2023). The effect of media literacy on effective learning outcomes in online learning. *Education and Information Technologies*, 28, 3605-3624. <https://doi.org/10.1007/s10639-022-11313-z>

Xiao, X., Su, Y., & Lee, D. (2021). Who consumes new media content more wisely? Examining personality factors, SNS use, and new media literacy in the era of misinformation. *Social Media + Society*, 7(1), 1-12. <https://doi.org/10.1177/2056305121990635>

## الملحقات

### الملحق رقم (1) أسماء السادة محكمي استبانة الدراسة

العنوان الوظيفي	التخصص	الرتبة	الاسم
جامعة الشرق الأوسط	الصحافة وإعلام	أستاذ دكتور	أ.د. عزت حجاب
جامعة الشرق الأوسط	الصحافة والإعلام	أستاذ دكتور	أ.د. كامل خورشيد
جامعة الشرق الأوسط	الإعلام الرقمي	أستاذ مشارك	د. أحمد عريقات
جامعة الشرق الأوسط	الإدارة التربوية	أستاذ مساعد	د. كاظم الغول
جامعة الشرق الأوسط	الصحافة والإعلام	أستاذ مساعد	د. محمد أبو حلقة

## الملحق رقم (2) الاختبار القبلي

### أولاً: البيانات الشخصية

الاسم : .....

رقم الموبايل.....

### النوع الاجتماعي

1. ذكر

2. أنثى

### العمر

1. أقل من 20 سنة

2. من 20 سنة إلى أقل من 25 سنة

3. من 25 سنة إلى أقل من 30 سنة

4. 30 سنة فأكثر

### المؤهل التعليمي

1. ثانوية عامة فما دون

2. ثانوية عامة (توجيهي)

3. دبلوم

4. بكالوريوس

5. دراسات عليا

### المجال الجغرافي للبرنامج التدريبي

1. الشمال

2. الوسط

3. الجنوب

## ثانياً: المعرفة العامة بالتربية الإعلامية

1. هل سبق وشاركت ببرامج أو دورات تدريبية في التربية الإعلامية قبل انضمامك لهذه الدورة؟

نعم

لا. ما سبب عدم مشاركتك في برامج ودورات تدريبية تتعلق بالتربية الإعلامية؟

1. عدم المعرفة بوجود برامج ودورات تدريبية خاصة بالتربية الإعلامية
2. عدم وجود وقت كافٍ للمشاركة في البرامج والدورات التدريبية الخاصة بالتربية الإعلامية
3. لا يوجد اهتمام سابق بالمشاركة في البرامج والدورات التدريبية الخاصة بالتربية الإعلامية
4. البرامج والدورات التدريبية السابقة لم تلبى احتياجاتي
5. عدم طرح برامج ودورات تدريبية خاصة بالتربية الإعلامية مجاناً
6. أخرى، تذكر: .....

2. ما مفهوم التربية الإعلامية الأبرز لديك قبل مشاركتك في برامج التربية الإعلامية؟

(يُمكن اختيار أكثر من بديل)

1. القدرة على التعامل مع رسائل وسائل الإعلام من صور وكلمات ورسوم وفيديوهات
2. فهم الرسائل الإعلامية وإنتاجها
3. الفهم التحليلي لمضامين وسائل الإعلام
4. التفكير الناقد لمضامين وسائل الإعلام
5. كشف البربوغندا (الإعلانات المضللة) وسط المواد الإعلامية
6. التحقق من المعلومات والصور والفيديوهات (تمييز المواد الزائفة)
7. تمييز المعلومات عن الرأي في المواد الإعلامية
8. الحد من الآثار السلبية للرسائل الإعلامية
9. غير ذلك، أذكر .....

## ثالثاً: مهارة الوصول

هل لدى الشباب القدرة على الوصول إلى الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام؟

#	البنود	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	لدي القدرة اللازمة لاستخدام الحاسوب والموبايل والتطبيقات للوصول إلى رسائل وسائل الإعلام					
2	لدي القدرة اللازمة للوصول إلى وسائل الإعلام ورسائلها					
3	استطيع تحديد أهدافي قبل التعرض لوسائل الإعلام					
4	استطيع اختيار وسائل الإعلام المناسبة					
5	استطيع انتقاء الرسائل الإعلامية التي تلبي احتياجاتي					
6	استخدم محركات البحث للوصول إلى المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام					
7	استطيع تحديد عناصر الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام					
8	لدي القدرة على الوصول إلى وسائل الإعلام التي تقدم رسائل إعلامية موثوقة					

## رابعاً: مهارة الفهم

هل لدى الشباب القدرة على فهم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام؟

#	البنود	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	لدي القدرة على فهم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام					
2	استطيع فهم تأثير الرسائل الإعلامية على الشباب والمجتمع					
3	لدي القدرة على فهم كيفية صياغة الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام					
4	لدي القدرة على فهم الرسائل الإعلامية من خلال ربطها بسياقها الثقافي والاجتماعي					
5	لدي القدرة على فهم أهداف وسائل الإعلام في الإقناع عبر رسائلها الإعلامية					
6	استطيع فهم دوافع استخدام الصور والبيانات في وسائل الإعلام					
7	استطيع فهم أنواع الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام					
8	استطيع فهم المعنى الضمني للدلالات التي تحتويها الرسائل الإعلامية					

## خامساً: مهارة التحليل

هل لدى الشباب القدرة على تحليل الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام؟

#	البنود	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	لدي القدرة على تحديد تأثير مصادر الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام					
2	استطيع التمييز بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة عبر وسائل الإعلام					
3	لدي القدرة على التمييز بين الأخبار الصحيحة والمزيفة					
4	استطيع تحليل أشكال الرسائل الإعلامية (نص، صورة، فيديو، إعلان)					
5	لدي القدرة على التمييز بين الأخبار والآراء على وسائل الإعلام					
6	لدي القدرة على تحديد نقاط القوة والضعف في محتوى الرسائل الإعلامية					
7	استطيع تحديد تقنيات الإقناع المستخدمة في الرسائل الإعلامية					
8	لدي القدرة على تحديد أسلوب تركيب الرسالة الإعلامية في وسائل الإعلام					

## خامساً: مهارة التقييم

هل لدى الشباب القدرة على تقييم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام؟

#	البنود	موافق بشدة	غير موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	لدي القدرة على تقييم المعنى الضمني للرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام					
2	استطيع تقييم تحيز المعلومات في الرسالة الإعلامية في وسائل الإعلام					
3	استطيع تقييم مصداقية المصادر في الرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام					
4	استطيع تقييم دقة وصحة وموضوعية المعلومات المقدمة في الرسائل الإعلامية					
5	لدي القدرة على تقييم تقنيات الإقناع المستخدمة في الرسائل الإعلامية					
6	استطيع تقييم تأثير الرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام على المجتمع					
7	لدي القدرة على استخدام الحجج والأدلة لدعم الرأي حول الرسائل الإعلامية					
8	استطيع تقييم اللغة الإعلامية المستخدمة في الرسائل الإعلامية					

## سادسًا: مهارة إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها

هل لدى الشباب القدرة على إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها عبر وسائل الإعلام؟

#	البنود	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	استطيع إنشاء محتوى إعلامي ومعلوماتي إبداعي للنشر عبر وسائل الإعلام					
2	استخدم أدوات وتقنيات مختلفة لإنتاج الرسائل الإعلامية					
3	أشارك الرسائل الإعلامية مع الآخرين عبر وسائل الإعلام					
4	لدي القدرة على إنتاج رسائل إعلامية ملتزمة بالمعايير الأخلاقية					
5	امتلك ثقافة الإنتاج للرسائل الإعلامية وليس استهلاكها فقط					
6	استطيع إنتاج رسائل إعلامية تعبر عن رأيي تجاه القضايا والموضوعات					
7	استخدم المعلومات المتوفرة عبر وسائل الإعلام لإنتاج رسائل إعلامية					
8	لدي القدرة على تحرير المعلومات والصور والفيديوهات لإنتاج رسائل إعلامية					

## سابعًا: مهارة التفاعل

هل لدى الشباب القدرة على التفاعل عبر وسائل الإعلام؟

#	البنود	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	لدي القدرة على التواصل بشكلٍ فعال مع الآخرين عبر وسائل الإعلام					
2	أشارك في المناقشات حول الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام					
3	أشارك الرسائل الإعلامية للمساهمة في مجتمع إعلامي مستنير					
4	لدي القدرة على التفاعل مع الآخرين حول الرسائل الإعلامية بأمان وخصوصية					
5	استطيع استخدام أدوات التواصل بشكلٍ فعال للتفاعل مع الآخرين عبر وسائل الإعلام					
6	لدي القدرة على استخدام التقنية المناسبة لنقل الرسائل الإعلامية بشكل أكثر سرعة وإقناع					
7	استخدم المعلومات بشكلٍ مسؤول للتفاعل مع الآخرين عبر وسائل الإعلام					
8	استطيع التفاعل مع الآخرين في مكافحة الرسائل الإعلامية المضللة والمزيفة					

## ثامناً: مهارة التفكير الناقد

هل لدى الشباب القدرة على التفكير الناقد عبر وسائل الإعلام؟

#	البنود	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	لدي القدرة على تكوين رأي مستقل حول الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام					
2	القدرة على نقد دقة ومصداقية المعلومات في الرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام					
3	استطيع تفكيك الرسائل الإعلامية إلى عناصرها: (المصدر والهدف والجمهور)					
4	لدي القدرة على التحقق من صحة المعلومات في الرسائل الإعلامية					
5	استطيع الموازنة بين الفوائد والمخاطر للرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام					
6	لدي القدرة على إجراء مقارنات منطقية بين المعلومات في الرسائل الإعلامية					
7	لدي القدرة على التواصل والمناقشة والحوار والتفاوض مع الآخرين حول وسائل الإعلام					
8	استطيع استخدام وسائل الإعلام بشكل مسؤول لحل المشكلات واتخاذ القرارات					

### الملحق رقم (3) الاختبار البعدي

#### أولاً: البيانات الشخصية

الاسم : .....

رقم

الموبايل : .....

#### النوع الاجتماعي

1. ذكر

2. أنثى

#### العمر

1. أقل من 20 سنة

2. من 20 سنة إلى أقل من 25 سنة

3. من 25 سنة إلى أقل من 30 سنة

4. 30 سنة فأكثر

#### المؤهل التعليمي

1. ثانوية عامة فما دون

2. ثانوية عامة (توجيهي)

3. دبلوم

4. بكالوريوس

5. دراسات عليا

#### المجال الجغرافي للبرنامج التدريبي

1. الشمال

2. الوسط

## 3. الجنوب

## ثانياً: المعرفة العامة بالتربية الإعلامية

1. ما سبب مشاركتك في برامج ودورات تدريبية تتعلق بالتربية الإعلامية؟  
(يُمكن اختيار أكثر من بديل)

1. تطوير مهارات الفهم وتحليل المحتوى الإعلامي بشكل نقدي
2. الحاجة إلى تطوير مهارات التحقق من الرسائل الإعلامية من معلومات وصور وفيديوهات
3. الحاجة إلى إنتاج محتوى إعلامي مسؤول وإبداعي ومشاركته عبر وسائل الإعلام
4. المشاركة الفاعلة في المجتمع بهدف التعبير عن الآراء وفهم مختلف وجهات النظر
5. تطوير مهارات التواصل والتفاعل الفعال مع رسائل وسائل الإعلام
6. فهم كيفية استخدام وسائل الإعلام بشكل مسؤول وآمن
7. تنمية المهارات الشخصية، مثل الثقة بالنفس، والقيادة، والعمل الجماعي
8. الحاجة إلى مهارات التربية الإعلامية لمواكبة احتياجات سوق العمل
9. أخرى، تذكر: .....

2. ما مفهوم التربية الإعلامية الأبرز لديك قبل مشاركتك في برامج التربية الإعلامية؟

(يُمكن اختيار أكثر من بديل)

1. القدرة على التعامل مع رسائل وسائل الإعلام من صور وكلمات ورسوم وفيديوهات
2. فهم الرسائل الإعلامية وإنتاجها
3. الفهم التحليلي لمضامين وسائل الإعلام
4. التفكير الناقد لمضامين وسائل الإعلام
5. كشف البربوغندا (الإعلانات المضللة) وسط المواد الإعلامية
6. التحقق من المعلومات والصور وفيديوهات (تمييز المواد الزائفة)
7. تمييز المعلومات عن الرأي في المواد الإعلامية
8. الحد من الآثار السلبية للرسائل الإعلامية
9. غير ذلك، أذكر: .....

## ثالثاً: مهارة الوصول

هل استطاع البرنامج التدريبي تمكينك من الوصول إلى الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام؟

#	البنود	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	مكّني من استخدام الحاسوب والموبايل والتطبيقات للوصول إلى رسائل وسائل الإعلام					
2	مكّني من القدرة اللازمة للوصول إلى وسائل الإعلام ورسائلها					
3	مكّني من تحديد أهدافي قبل التعرض لوسائل الإعلام					
4	مكّني من القدرة على اختيار وسائل الإعلام المناسبة					
5	مكّني من انتقاء الرسائل الإعلامية التي تلبي احتياجاتي					
6	مكّني من استخدام محركات البحث للوصول إلى المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام					
7	مكّني من تحديد عناصر الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام					
8	مكّني من الوصول إلى وسائل الإعلام التي تقدم رسائل إعلامية موثوقة					

## رابعاً: مهارة الفهم

هل استطاع البرنامج التدريبي تمكينك من فهم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام؟

#	البنود	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	مكّني من القدرة على فهم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام					
2	مكّني من فهم تأثير الرسائل الإعلامية على الشباب والمجتمع					
3	مكّني من فهم كيفية صياغة الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام					
4	مكّني من فهم الرسائل الإعلامية من خلال ربطها بسياقها الثقافي والاجتماعي					
5	مكّني من فهم أهداف وسائل الإعلام في الإقناع عبر رسائلها الإعلامية					
6	مكّني من فهم دوافع استخدام الصور والبيانات في وسائل الإعلام					
7	مكّني من فهم أنواع الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام					
8	مكّني من فهم المعنى الضمني للدلالات التي تحتويها الرسائل الإعلامية					

## خامساً: مهارة التحليل

هل استطاع البرنامج التدريبي تمكينك من تحليل الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام؟

#	البند	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	مكّني من تحديد تأثير مصادر الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام					
2	مكّني من التمييز بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة عبر وسائل الإعلام					
3	مكّني من التمييز بين الأخبار الصحيحة والمزيفة					
4	مكّني من تحليل أشكال الرسائل الإعلامية (نص، صورة، فيديو، إعلان)					
5	مكّني من التمييز بين الأخبار والآراء على وسائل الإعلام					
6	مكّني من تحديد نقاط القوة والضعف في محتوى الرسائل الإعلامية					
7	مكّني من تحديد تقنيات الإقناع المستخدمة في الرسائل الإعلامية					
8	مكّني البرنامج من تحديد أسلوب تركيب الرسالة الإعلامية في وسائل الإعلام					

## خامساً: مهارة التقييم

هل استطاع البرنامج التدريبي تمكينك من تقييم الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام؟

#	البند	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	مكّني من تقييم المعنى الضمني للرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام					
2	مكّني من تقييم تحيز المعلومات في الرسالة الإعلامية في وسائل الإعلام					
3	مكّني من تقييم مصداقية المصادر في الرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام					
4	مكّني من تقييم دقة وصحة وموضوعية المعلومات المقدمة في الرسائل الإعلامية					
5	مكّني من تقييم تقنيات الإقناع المستخدمة في الرسائل الإعلامية					
6	مكّني من تقييم تأثير الرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام على المجتمع					
7	مكّني من استخدام الحجج والأدلة لدعم الرأي حول الرسائل الإعلامية					
8	مكّني من تقييم اللغة الإعلامية المستخدمة في الرسائل الإعلامية					

## سادسًا: مهارة إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها

هل استطاع البرنامج التدريبي تمكينك من إنتاج الرسائل الإعلامية ومشاركتها عبر وسائل الإعلام؟

#	البنود	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	مكّني من إنشاء محتوى إعلامي ومعلوماتي إبداعي للنشر عبر وسائل الإعلام					
2	مكّني من استخدام أدوات وتقنيات مختلفة لإنتاج الرسائل الإعلامية					
3	مكّني من مشاركة الرسائل الإعلامية مع الآخرين عبر وسائل الإعلام					
4	مكّني من إنتاج رسائل إعلامية ملتزمة بالمعايير الأخلاقية					
5	مكّني من امتلاك ثقافة الإنتاج للرسائل الإعلامية وليس استهلاكها فقط					
6	مكّني من إنتاج رسائل إعلامية تعبر عن رأيي تجاه القضايا والموضوعات					
7	مكّني من استخدام المعلومات المتوفرة عبر وسائل الإعلام لإنتاج رسائل إعلامية					
8	مكّني من تحرير المعلومات والصور والفيديوهات لإنتاج رسائل إعلامية					

## سابعًا: مهارة التفاعل

هل استطاع البرنامج التدريبي تمكينك من التفاعل عبر وسائل الإعلام؟

#	البنود	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	مكّني من التواصل بشكلٍ فعال مع الآخرين عبر وسائل الإعلام					
2	مكّني من المشاركة في المناقشات حول الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام					
3	مكّني من مشاركة الرسائل الإعلامية للمساهمة في مجتمع إعلامي مستتير					
4	مكّني من التفاعل مع الآخرين حول الرسائل الإعلامية بأمان وخصوصية					
5	مكّني من استخدام أدوات التواصل بشكلٍ فعال للتفاعل مع الآخرين عبر وسائل الإعلام					
6	مكّني من استخدام التقنية المناسبة لنقل الرسائل الإعلامية بشكل أكثر سرعة وإقناع					
7	مكّني من استخدام المعلومات بشكلٍ مسؤول للتفاعل مع الآخرين عبر وسائل الإعلام					
8	مكّني من التفاعل مع الآخرين في مكافحة الرسائل الإعلامية المضللة والمزيفة					

## ثامناً: مهارة التفكير الناقد

هل استطاع البرنامج التدريبي تمكينك من التفكير الناقد للرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام؟

#	البنود	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	مكّني من القدرة على تكوين رأي مستقل حول الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام					
2	مكّني من نقد دقة ومصداقية المعلومات في الرسائل الإعلامية في وسائل الإعلام					
3	مكّني من تفكيك الرسائل الإعلامية إلى عناصرها: (المصدر والهدف والجمهور)					
4	مكّني من التحقق من صحة المعلومات في الرسائل الإعلامية					
5	مكّني من الموازنة بين الفوائد والمخاطر للرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام					
6	مكّني من إجراء مقارنات منطقية بين المعلومات في الرسائل الإعلامية					
7	مكّني من التواصل والمناقشة والحوار والتفاوض مع الآخرين حول وسائل الإعلام					
8	مكّني من استخدام وسائل الإعلام بشكل مسؤول لحل المشكلات واتخاذ القرارات					