

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / غانم السعيد - عميد كلية الإعلام ، جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعد ورئيس التحرير:

أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د / فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة - عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د / محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان، ومدير وحدة الجودة بالكلية

سكرتارية التحرير:

د / إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ / رامى جمال مهدي - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق لغوي: أ / جمال أبو جبل - معيد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: أ / محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد الخامس والخمسون - الجزء السادس - صفر ١٤٤٢هـ - أكتوبر ٢٠٢٠ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢-٢٩٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧-١١١٠

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ محمد فياض (العراق)
أستاذ الإعلام بكلية الإمارات للتكنولوجيا.
١١. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

محتويات العدد

- ٣٢٥٣ ■ اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول أزمة كورونا
أ.م.د. فودة محمد علي
- ٣٣١٥ ■ المعالجة النظرية والمنهجية لبحوث التسويق السياسي: دراسة تحليلية من المستوى الثاني للبحوث المنشورة في الفترة من ٢٠٠٦ إلى ٢٠١٨
أ.م.د. لبيبة عبد النبي إبراهيم عبد المعطي
- ٣٣٩١ ■ السياسة الخارجية كما تعرض لها الحسابات الرسمية السعودية عبر موقع التواصل الاجتماعي «تويتر»: دراسة تحليلية
أ.م.د. عبدالله بن عبدالمحسن بن سعود العساف
- ٣٤٣٣ ■ آليات الخطاب الإعلامي للصحف الإلكترونية المصرية في معالجة أزمة تيران وصنافير بين مصر والسعودية: دراسة كيفية نقدية
د. حسين خليفة
- ٣٤٧٩ ■ انعكاس البيئة التعليمية لدارسي الإعلام على تعرضهم للإعلام الجديد واتجاهاتهم نحو المضامين السياسية بها
د. هاجر محمود محمد
- ٣٥٤٧ ■ أطر معالجة الأخبار الاقتصادية المنشورة في المواقع الإخبارية المحلية والعالمية ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادي
د. راللا أحمد محمد عبد الوهاب
- ٣٦٣٩ ■ دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو مجلس الشيوخ والمرشحين لعضويته- دراسة مسحية
د. محمد عبداللطيف عبدالمعطي محمد

- علاقة استخدام الطلبة وأعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية لتطبيقات ووسائل الإعلام الجديد باتجاهاتهم نحو التعليم عن بعد أثناء جائحة كورونا «**COVID-19**» د. مؤمن جبر عبد الشاي ٣٧٠٣
-
- استخدام المراهقين المكفوفين وضعاف البصر لبرامج وتطبيقات تكنولوجيا الاتصال وعلاقته بالتمكين الثقافى لديهم- دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي الإنترنت د. مروى عبد اللطيف محمد ٣٧٧٧
-
- واقع التأهيل والتدريب في أقسام العلاقات العامة بكليات ومعاهد الإعلام الحكومية والخاصة بمصر من وجهة نظر هيئة التدريس والطلبة بها د. عبدالله أحمد مصطفى محمد ٣٨٤٩
-
- اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات د. إيمان سيد علي ٣٩١٧
-
- **Internet Use and Democratic Satisfaction in Egypt after Five Years of the 2011 Revolution**
Assist. Prof. Dr. Alaa Elshamy ٣٩٦٥
-

ISSN- O	ISSN- P	نقاط المجلة (يوليو 2020)	نقاط المجلة (مارس 2020)	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2682- 292X	1110- 9207	7	6.5	جامعة الأهرام	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2314- 873X	2314- 8721	7	6	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	2
2536- 9393	2536- 9393	5	5	جامعة الأهرام الكندية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	3
2366- 9891	2366- 9891	4	4	Cairo University	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2536- 9237	2536- 9237	3.5	3.5	جامعة جنوب الوادي	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	5
2367- 0407	2367- 0407	6.5	3.5	اكاديمية الشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	6
2366- 9131	2366- 9131	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	7
2366- 914X	2366- 914X	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	8
2366- 9158	2366- 9158	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110- 5836	1110- 5836	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110- 5844	1110- 5844	6.5	3	Cairo University, Center of Public Opinion Research	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	11

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي سنكشر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس ٢٠٢٠ مطبقا على كل الأبحاث التي سنكشر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات

اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات

- The attitudes of academic elite towards activating the principles of media education among university students

د. إيمان سيد علي

مدرس بقسم الإعلام التربوي - كلية التربية النوعية- جامعة عين شمس

dr.eman.sayed@sedu.asu.edu.eg

ملخص الدراسة

تهدف الدراسة إلى التعرف على اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تطبيق التربية الإعلامية بالجامعات المصرية، وهي دراسة وصفية، تعتمد على منهج المسح، وتمثلت عينة الدراسة في عينة قوامها (200) مفردة من النخبة الأكاديمية بكليات الإعلام بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة، وتمثلت أدوات البحث في أداة الاستبيان، وكانت أهم النتائج ما يلي:

- جاءت أفضل طريقة لتدريس التربية الإعلامية للطلاب هي: «ورش العمل»، و«المناقشة والحوار، وتبادل وجهات النظر بين الطلاب والمعلم»، و«التجربة الفعلية من خلال إنتاج مواد إعلامية يشارك بها الطلاب، بينما جاءت طريقة «الإلقاء من خلال محاضرات يلقيها المعلم للطلاب» في مؤخرة طرق التدريس.
- أشارت النتائج إلى أن أكثر المخاطر التي تراها النخبة الأكاديمية للتعامل غير الواعي للطلاب مع وسائل الإعلام هي: «تحفيز الغرائز الجنسية، و«تحفيز الميول العدوانية، و«انعزال الطلاب عن قضايا المجتمع»، و«التأخر في الدراسة»، و«هدم القيم الاجتماعية والدينية»، و«اللامبالاة السلبية».
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة الدرجة العلمية للنخبة الأكاديمية (مدرس- أستاذ مساعد- أستاذ- أستاذ متفرغ) واتجاهاتهم نحو أساليب تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات. الكلمات المفتاحية: (النخبة، التربية الإعلامية، طلاب الجامعات).

Abstract

The study sought to identify the academic elite's attitude towards implementation of media education in Egyptian universities, and this study belongs to descriptive studies, and the study relied on the survey method, and the study sample was represented in a sample of (200) single members of the academic elite from the media in Egyptian and private universities, and the research tools were In the questionnaire tool, the study concluded to a number of results as following: -

- The best way to teach media education to students came as “workshops”, “discussion, dialogue and exchange of views between students and the teacher”, “actual experience through the production of informational materials in which students participate, while the method of” Lectures given by the teacher to students “at the back of teaching methods.” - The results indicated that the most common risks that the academic elite see in the unconscious interaction of students with the media are “stimulating sexual instincts,” stimulating aggressive tendencies and “students’ isolation from community issues” and “Delay in studying, ”the demolition of social and religious values,” and “negative indifference.”
- There are statistically significant differences between the academic degree nature of the academic elite (teacher - assistant professor - professor - full-time professor) and their attitudes towards methods of activating the principles of media education among university students.

Keywords: (elite, media education ,university students) .

إننا نعيشُ اليوم في قريةٍ عالميَّةٍ تسُوِّدُها بيئَةٌ مُشَبَّعةٌ بالوسائل الإعلامية المختلفة التي تُبثُّ مضامينَ سياسية واجتماعية وثقافية مختلفة تحقِّقُ من خلالها أهدافًا واستراتيجيات ورؤى ومصالح القائم على الاتصال في هذه الوسائل، ومن هنا تبرزُ أهميَّةُ الوعي بالتربية والثقافة ومحو الأُمِّيَّةِ الإعلامية؛ فهي أنجح سبيلٍ لتفكيك الرسالة الإعلامية والتعرُّف على هدف تصنيعها وبثها وفهم المنتج الإعلامي بشكلٍ متبصَّر، وبناء عليه فهم كيميَّة وآليَّة استخدامها بالشكل الصحيح النافع.

وأصبحت التربية الإعلامية ضرورة واحتياجًا عصريًا؛ فهي تهدف إلى تقديم إطار علمي في أصول التدريس والمنهج الثقافي يسهم في بناء الإنسان في أي مكان، فهي تهتم بتسمية أساليب التفكير الناقد، وتدعيم مهارات المتعلم في البحث والتحليل والتقييم لكل ما يعرض عبر وسائل الإعلام؛ إلا أن عدم وضوح هذا المفهوم جاء بسبب سياسات عدم الوضوح في التسمية والتربية والتعليم، ولا زال مفهوم التربية الإعلامية غائبًا عند كثيرين، ويحتاج الوقوف عنده وتوضيحه، كما أن الجدل ما زال قائمًا بين التربويين والإعلاميين في الوطن العربي على هذا المفهوم كمصطلح؛ لكنهم متفقون على أهميته في المنهج التربوي.

وتمثل التربية الإعلامية مفهومًا شاملًا يُعنى بطريقة التعبير والوصول إلى الإعلام والفهم الإعلامي، وتقييم الإعلام تقييماً ناقداً، والوعي بإمكانيات الإعلام ومخاطره.

وللتربية الإعلامية أثر ملموس في صناعة التغيير المنشود في الرؤى والمفاهيم والتطبيقات التربوية، ويتميز العصر الحاضر بكثافة العناصر الثقافية، وسرعة تفاعلها، وانتشارها، وتداخلها، وشدة تأثيرها إلى درجة لا يمكن معها مجاراتها ومتابعتها؛ إلا أن التربية الإعلامية يمكنها أن تساعد النخبة التربوية والإعلامية في الجامعات والمؤسسات الإعلامية على ضبط هذه التأثيرات وترشيدها وبلورتها في إطار يخدم الأهداف المنشودة، ومن أبرز القضايا المعاصرة التي تعنى بها التربية الإعلامية تثقيف الناشئة بسبل فهم الأمور

وتقديرها، وسبل التعايش مع الآخرين واستيعاب مقتضيات العصر الحديث، وآليات التفاعل مع العولمة، وتعبئة الشباب لمواجهة الأحداث الجارية.

وتوفر التربية الإعلامية مساحة كبيرة من الفرص المواتية لمعالجة المشكلات النفسية والثقافية والاجتماعية التي يعاني منها الشباب، وتؤدي التربية الإعلامية دورًا بارزًا في إكساب الطلاب الثقافة الاجتماعية التي تساعدهم على الاتصال الفعال، وتمكّنهم من استيعاب الخصوصيات الثقافية والمتغيرات الثقافية الأخرى.

الدراسات السابقة:

راجعت الباحثة التراث العلمي السابق المرتبط بموضوع الدراسة، وذلك من خلال عرض النتائج العلمي من الدراسات السابقة، وتم حصر هذه الدراسات والاستفادة من نتائجها للانطلاق في هذه الدراسة من ناحية جديدة، وفيما يلي عرض لبعض الدراسات المرتبطة بموضوع الدراسة، التي أوضحت التأثيرات المختلفة للتربية الإعلامية، ودور وسائل الإعلام في نشر مفاهيم التربية الإعلامية، والعلاقة بين ممارسة أنشطة الإعلام التربوي وتنمية مهارات التربية الإعلامية:

وعن رصد أهم التأثيرات المرتبطة بالتربية الإعلامية، أكدت دراسة (الخنيني) (2019)⁽¹⁾ التأثيرات المختلفة للتربية الإعلامية الرقمية على المراهقين، وذلك من خلال التعرف على التأثيرات السلبية والإيجابية والمعرفية والسلوكية والوجدانية للتربية الإعلامية الرقمية على الطلاب المراهقين، وتنتمي هذه الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية، وتعتمد على منهج المسح الإعلامي، واختارت عينة عمدية من المراهقين (مجتمع الدراسة) عددها 374 مفردة من الطلاب (ذكور وإناث) بمحافظة دمياط، واعتمدت الدراسة في جمع المعلومات على أداة الاستبيان، وخلصت الدراسة إلى عديد من النتائج تمثل أهمها في: وجود علاقة ارتباطية موجبة بين التأثيرات الإيجابية للتربية الإعلامية الرقمية على المراهقين وكل من: (مدة الاستخدام للعالم الرقمي، ووسائل الاستخدام)، بينما لا توجد علاقة بين التأثيرات الإيجابية للتربية الإعلامية الرقمية على المراهقين وكل من: (مكان التصفح، وعدد مرات التصفح، ومدة التصفح)، من ناحية أخرى تأثر المراهقون إيجابيًا بما تلقوه من خلال التربية الإعلامية الرقمية، بينما لم يتأثروا بمكان التصفح، وعدد مرات التصفح، ومدة التصفح، كذلك توصلت إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيًا بين التأثيرات السلبية للتربية الإعلامية الرقمية على المراهقين وكل من: (وسائل الاستخدام، وعدد مرات التصفح)، بينما لا توجد علاقة بين التأثيرات السلبية وكل من: (مكان التصفح، ومدة الاستخدام، ومدة التصفح).

وقدمت دراسة (البرصان) (2019)⁽²⁾ الإجابة عن مدى إدراك مدرسي المرحلة الثانوية في الأردن لمفهوم التربية الإعلامية وأهميتها، ولتحقيق ذلك استخدمت الباحثة أداة الاستبيان لجمع البيانات والمعلومات، واختيرت عينة مكونة من 300 مدرس من مدرسي المرحلة الثانوية في العاصمة عمّان بطريقة العينة الطبقية، وقد تبين من تحليل هذا الاستبيان عدة نتائج أهمها: إدراك مدرسي المرحلة الثانوية أن للتربية الإعلامية دورًا في تشكيل الرأي العام للطلاب تجاه القضايا العامة، وأن تدريس التربية الإعلامية يسهم في تنمية الوعي الإعلامي للطلبة، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في إدراك مدرسي المرحلة الثانوية في الأردن لمفهوم التربية الإعلامية ومبادئها تبعًا للنوع، وجاء (العمل على إدخال التربية الإعلامية كمتطلب اختياري في الجامعات) بالترتيب الأول في النظرة المستقبلية لمدرسي المرحلة الثانوية في تدريس التربية الإعلامية، وفي الترتيب الثاني (ضرورة التعاون بين وزارة التربية والتعليم والمحطات الفضائية الأردنية في دعم برنامج التربية الإعلامية)، أما بالترتيب الثالث فجاء (أعتقد بضرورة النظر في إدراج التربية الإعلامية عند تطوير المناهج التعليمية).

وعن دور وسائل الاتصال في نشر مفهوم التربية الإعلامية، توصلت دراسة (محمود) (2019)⁽³⁾، التي اعتمدت على المنهج الكيفي باستخدام المقابلات المتعمقة مع عينة عمدية من مديري الإدارات التعليمية عددهم (12) مبحوثًا من مختلف الإدارات التعليمية بالمحافظة، إضافة إلى عينة عشوائية من معلمي المرحلة الثانوية تم تقسيمهم إلى مجموعتين، كل مجموعة تضم (10) من المعلمين والمعلمات، والمناقشات الجماعية المتعمقة مع عينة عمدية من طلاب المرحلة الثانوية (بنين-بنات) من 6 مدارس من 6 إدارات تعليمية مختلفة بالمحافظة، حيث قُسموا إلى 6 مجموعات: كل مجموعة بها 12 مفردة، بعدد كلي بلغ 72 مفردة، إلى: أن غالبية العينة من مديري الإدارات التعليمية لديهم معرفة بالتربية الإعلامية كمفهوم أو ممارسات، وأفادوا بأهمية التربية الإعلامية للعملية التعليمية، وجاءت معظم النتائج بعدم وجود تضمين للتربية الإعلامية في المناهج الدراسية، وأن أفضل طريق لتدريس التربية الإعلامية يكون من خلال المقررات الدراسية، إضافة إلى عدم معرفة جميع الطلاب بمفهوم التربية الإعلامية بالرغم من استخدامهم لوسائل الاتصال (التقليدية والجديدة) بنسبة 100%. وأكدت النتائج الدور الإيجابي للأسرة من حيث المراقبة والإشراف على الأبناء في استخدام وسائل الإعلام، خاصة الإنترنت، وأيضًا وجود مناقشات داخل الأسرة حول المضامين الإعلامية خاصةً المواد الترفيهية كونها المواد الأكثر تفضيلًا لدى الطلاب عينة الدراسة.

وعن استكشاف مدى ملاءمة وسائل الإعلام الجديد، عرضت دراسة Francis, (2018)⁽⁴⁾ للدور الذي تؤديه أدوات الإعلام الجديد في نشر التربية الإعلامية وتحسينها بين شباب الجامعات، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي الاستكشافي إضافة إلى الكيفي للتعرف على الدور الذي يؤديه الإعلام الجديد في نشر التربية الإعلامية وتحسينها بين الطلاب الجامعيين، وشارك في الدراسة عينة تكونت من طلاب قسم تكنولوجيا الإعلام بجامعة أوكسفورد، (68) طالبًا وطالبة، متوسط أعمارهم بين (19-21 عامًا)، وتم اختيار العينة عمدًا نظرًا لوجود مناهج التربية الإعلامية بشكل أساسي ضمن المقررات الدراسية للطلاب، وطُبقت الأدوات على أفراد العينة لتجميع بيانات الدراسة، وكانت أدوات جمع البيانات هي: المقابلات المتعمقة، والاستبيان، والملاحظات، وتم التوصل من خلال التحليلات إلى نتائج أبرزها: من وجهة نظر الطلاب، تعد أدوات الإعلام الجديد عناصر محورية في نشر التربية الإعلامية وتحسينها بين الطلاب، وظهور مجموعة من العوامل المساهمة في دور الإعلام الجديد كبيئة مناسبة لدعم معارف الطلاب واكتسابهم أسس التربية الإعلامية (تمثلت في: 1) التكنولوجيا التي تعد الأساس في الإعلام الجديد، (2) العناصر البصرية والإبهار التي تميز الإعلام الجديد، (3) التفاعلية.

واستهلت دراسة Albawardi, (2017)⁽⁵⁾ في بدايتها بفحص مستويات التربية الإعلامية بين طالبات الجامعة بالملكة العربية السعودية، إضافة إلى التعرف على الدور الذي يؤديه الإعلام الجديد وأدواته الاتصالية في نشر التربية الإعلامية بين الطالبات، واستخدمت الدراسة المنهجين: الكمي والنوعي، وأجريت الدراسة على طالبات إحدى الجامعات بالمنطقة الشرقية في المملكة العربية السعودية (العدد = 103 طالبات، ومتوسط العمر 19-25 عامًا) لتخصص تكنولوجيا الإعلام، حيث يدرس الطالبات موادًا في التربية الإعلامية، وتمثلت أدوات جمع البيانات في: استبانة التربية الإعلامية في ضوء الإعلام الجديد، وتحليل محتوى عينات تفاعل الطلاب مع الإعلام الجديد أثناء دراسة التربية الإعلامية، وقد أسفرت الدراسة عن النتائج الآتية: أظهرت التحليلات أن ممارسة الطالبات للتربية الإعلامية كانت متعددة الأنماط والنماذج، وقد تأثرت بمجموعة عوامل هي: (أ) ضوابط التكنولوجيا وحدودها، والإعلام الجديد في مجال التربية الإعلامية، (ب) متطلبات جودة التربية الإعلامية ومعاييرها، (ج) الخبرات الفردية والاتصالية أثناء المشاركة في التربية الإعلامية، وتم التوصل إلى وجود علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين استخدام أدوات الإعلام الجديد الاتصالية وانتشار التربية الإعلامية بين الطالبات.

وقدمت دراسة (Gui, Fasoli & Carradore, 2017)⁽⁶⁾ الإجابة عن تطوير واستخدام أدوات الإعلام الجديد في مجال التربية الإعلامية بالمرحلة الجامعية في ضوء نموذج "جينكينز" للإعلام الجديد، واستخدمت الدراسة المنهج الكيفي الارتباطي، وشارك في الدراسة عينة تكونت من (170) طالبًا جامعيًا من أقسام كلية علوم الاتصال متوسط أعمارهم ما بين 19-21 عامًا، وتم فحص مستويات استخدام الإعلام الجديد وفقًا لنموذج "جينكينز" في ضوء عناصر المهارات والاستهلاك والمشاركة المباشرة وتأثيرها على مفاهيمهم نحو التربية الإعلامية، وتمثلت أدوات جمع البيانات في: مقياس مهارات الإعلام الجديد (إعداد المؤلفين)، واستبانة المعلومات الديموغرافية، واستبانة المفاهيم نحو التربية الإعلامية (إعداد المؤلفين)، وتم التوصل من إالى نتائج أبرزها: وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجات المفحوصين على مقياس مهارات الإعلام الجديد واستبانة المفاهيم نحو التربية الإعلامية، وهو ما يبرهن على أهمية استخدام أدوات الإعلام الجديد في مجال التربية الإعلامية بين طلاب الجامعات، ووفقًا لنموذج "جينكينز" أثبتت الدراسة كفاءة عناصر المهارات والاستهلاك والمشاركة المباشرة عبر وسائل الإعلام الجديد، وكذلك أكدت تأثيرها على مفاهيمهم نحو التربية الإعلامية.

وتم رصد دور القائم بالاتصال في تقديم مفاهيم التربية الإعلامية ومدى إدراك طلاب التعليم الثانوي من خلال دراسة (العسكري) (2017)⁽⁷⁾، وانتمت الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح، وطبقت الدراسة على عينة قوامها 54 مفردة من القائمين بالاتصال في الإعلام المدرسي بالمرحلة الثانوية، و(450) مفردة من طلاب المرحلة الثانوية (التعليم الثانوي العام الحكومي، والتعليم الثانوي العام الخاص، والتعليم الفني)، واعتمدت الدراسة على صحيفة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات عن العينة؛ حيث تم تطبيق استمارتي استبيان على عينة الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: اهتمام المدرسة الثانوية بالأنشطة الإعلامية بها، وكان من مظاهر هذا الاهتمام التوجيه في النشاط المستمر من قبل موجهي النشاط، ووجود حوافز للطلاب المشاركين، وكذلك حددت للطلاب كيفية المشاركة في النشاط، وأيضًا وجود وقت محدد لممارسة الأنشطة الإعلامية بالمدرسة، وقد أثبتت نتائج الدراسة أن المشرفين على أنشطة الإعلام المدرسي المرحلة الثانوية تم إعدادهم أكاديميًا، وساعدهم الإعداد الأكاديمي على اكتساب بعض المهارات منها: إجادة فنون الإخراج الصحفي، وفهم أهداف النشاط الإعلامي، والعمل على تنظيم المسابقات الإعلامية، ومتابعة ما يستجد في مجال التخصص، وكذلك الدراية بسمات الطلاب وخصائصهم في مراحل التعليم العام.

وهدفت دراسة (علي، البريدي، سالم) (2017)⁽⁸⁾ إلى التعرف على العلاقة بين ممارسة طلاب المرحلة الثانوية لأنشطة الإعلام التربوي وتنمية مهارات التربية الإعلامية لديهم، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية الارتباطية، وفي إطارها استخدم الباحثون منهج المسح بالعينة، واستخدموا في ذلك مقياس مهارات التربية الإعلامية لجمع البيانات المطلوبة، وطُبقت أداة البحث على عينة عشوائية قوامها (400) مفردة من طلاب المرحلة الثانوية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الطلاب الممارسين لأنشطة الإعلام التربوي ومتوسطات درجات الطلاب غير الممارسين لها على مقياس مهارات التربية الإعلامية وأبعاده لصالح الطلاب الممارسين لأنشطة الإعلام التربوي، كما كشفت النتائج أيضًا أن مهارات التربية الإعلامية جاءت بدرجة مرتفعة لدى الطلاب الممارسين للأنشطة، بينما جاءت بدرجة متوسطة لدى الطلاب غير الممارسين لهذه الأنشطة.

وعن التعرف على كفاءة استخدام الإعلام الجديد في التربية الإعلام بين طلاب الجامعات، جاءت دراسة (Hoffman, 2016)⁽⁹⁾، من خلال عينة مكونة من 370 طالبًا وطالبة بالجامعات (متوسط العمر ما بين 20 - 20.7 سنوات) تخصص صحافة من ثلاثة معاهد في ولايتي: ألاباما وأوهايو، وتمثلت أدوات جمع البيانات في: مقياس الإعلام الجديد في التربية الإعلامية (إعداد المؤلف)، ومقياس استخدام الإعلام الجديد (إعداد المؤلف)، وتم التوصل من خلال التحليلات إلى نتائج أبرزها: ظهور علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مستويات استخدام الإعلام الجديد ومستويات وعي الطلاب بالتربية الإعلامية، وأظهرت التحليلات أن المشاركة المرتفعة في استخدام الإعلام الجديد ارتبطت بزيادة الميول نحو دراسة التربية الإعلامية.

وعن استكشاف مدى ملائمة استخدام الإعلام الجديد في تحسين مفاهيم طلاب الجامعات نحو التربية الإعلامية، كانت دراسة (Schilder, 2015)⁽¹⁰⁾ من خلال المشاركين في برنامج تأهيلي للتربية الإعلامية بالسنة النهائية من الدراسة (متوسط العمر ما بين 21-22 عامًا) بجامعة كارولينا الشمالية بلغ عددهم (171) طالبًا وطالبة من طلاب كلية الإعلام تم اختيارهم عمدًا، وتم تجميع البيانات عبر تطبيق أدوات: المقابلات شبه البنائية مع مجموعة النقاش المركزة (العدد = 10)، واستبانة نتائج الإعلام الجديد في التربية الإعلامية (إعداد المؤلف)، وتم التوصل إلى نتائج أبرزها: ظهور علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المفحوصين لأدوات الإعلام الجديد ومفاهيمهم نحو التربية

الإعلامية، وأوضحت النتائج ارتباط أهداف التربية الإعلامية بنتائجها خاصة عند استخدام أدوات الإعلام الجديد في التربية الإعلامية.

واستهلت دراسة (محمد) (2015)⁽¹¹⁾ في بدايتها بافتراض أثر نموذج التربية الإعلامية المقترح نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، وأجريت الدراسة على عينة بلغ قوامها (32) طالبًا من طلاب الفرقة الثانية بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعة المنيا، وطُبقت تجربة الدراسة في الفصل الدراسي الثاني للعام الجامعي 2013/2014م، في الفترة من 2014/3/12، حتى 2014/4/20، لتشمل التطبيق القبلي، وتطبيق تجربة الدراسة الأساسية لتشمل (12) لقاءً بواقع ثلاثة لقاءات أسبوعيًا بشكل تزامني ولا تزامني، والتطبيق البعدي، وقد استخدم الباحث منهجين بحثيين هما: المنهج الوصفي التحليلي، والمنهج شبه التجريبي، وقد أظهرت نتائج الدراسة: وجود فرق دال إحصائيًا عند مستوى (0.01) بين متوسطي درجات طلاب عينة الدراسة في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي لاختبار التربية الإعلامية قبل تعرضهم للنموذج وبعده، لصالح التطبيق البعدي.

وتم رصد مستويات الوعي بالتربية الإعلامية بين عينة طلابية، وتأثيرها على فهم عاداتهم وتفضيلاتهم لاستخدام الإعلام، من خلال دراسة (Chu, & Chu (2015)⁽¹²⁾ حيث تكونت عينة البحث من 448 طالبًا وطالبة من 4 كليات إعلامية وتقنية بجامعة هونج كونج، وشارك الطلاب في ورشة عمل مختصرة للتوعية بالتربية الإعلامية، ثم تطبيق الاستبانة عليهم، وقد بلغ عدد الطلاب الفعليين الذين أجابوا على الاستبانة 332 طالبًا وطالبة، وتكونت أدوات البحث الرئيسية من: ورشة العمل حول الوعي بالتربية الإعلامية، واستبانة الوعي بالتربية الإعلامية والاستخدام الإعلامي، وتوصلت الدراسة إلى: أنه على الرغم من انتماء الطلاب إلى عصر الإعلام الجديد؛ إلا أنهم كانوا يعتقدون أن وسائل الإعلام التقليدية كالتلفاز والصحف من بين مصادر التربية الإعلامية الهامة، وأظهرت التحليلات أن أنماط التربية الإعلامية لأفراد العينة مالت للتركيز على المحتوى، وتبرهن النتائج على ضرورة اتباع مزيد من المفاهيم المتعمقة في تقويم وعي الطلاب بالتربية الإعلامية ونماذجها.

وسعت دراسة (Bucht, (2014)⁽¹³⁾ إلى إلقاء الضوء على مفاهيم الشباب ومواقفهم تجاه استخدام الإعلام الجديد في تنمية الوعي بالتربية الإعلامية، واستخدم البحث المنهج النوعي التجريبي، حيث يستمد البحث نتائجه من أفكار، وخبرات، ومشاعر الشباب مستخدمين الإعلام الجديد، وتكونت عينة البحث من 125 طالبًا وطالبة من طلاب

جامعة جورج واشنطن الأمريكية تتراوح أعمارهم بين 20-22 عامًا من مستخدمي الإعلام الجديد، وقد أجريت مع كل منهم مقابلة شبه بنائية على انفراد (12 مقابلة)، بلغت مدة كل مقابلة 40 دقيقة، واستخدمت أدوات جمع البيانات: مقياس الوعي بالتربية الإعلامية (المفوضية الأوروبية، 2012)، والمقابلات شبه البنائية، وقد أوضحت نتائج فحص ردود أفعال الطلاب تجاه استخدام الإعلام الجديد في التربية الإعلامية، وتأثيرًا ذا حدين أحدهما إيجابي والآخر سلبي حول دور استخدام الإعلام الجديد في دعم الوعي بالتربية الإعلامية، وكذلك أوضحت التحليلات أن زيادة استهلاك الإعلام الجديد ارتبطت إيجابيًا بنمو الوعي بالتربية الإعلامية.

وتم رصد حالة التربية الإعلامية في الجامعات اليابانية في ضوء المعايير الأكاديمية، وكذلك تم التعرف على رأي الأكاديميين في معايير التربية الإعلامية بالجامعات اليابانية من خلال ما أشارت إليه دراسة (Imaizumi, & Seiji, 2014)⁽¹⁴⁾، بمشاركة عينة ضمت 8 أساتذة في التربية الإعلامية بالجامعات اليابانية (سنوات خبرتهم ما بين 12-23 عامًا)، تم استطلاع رأيهم حول المعايير الأكاديمية للتربية الإعلامية بين الواقع والمأمول، وتم تجميع البيانات باستخدام: المقابلات المتعمقة شبه البنائية، وقد توصلت الدراسة من خلال التحليلات إلى نتائج منها: أظهرت استجابات المفحوصين على أسئلة المقابلة ميولًا للاتفاق على تشابه معايير التربية الإعلامية بالجامعات اليابانية مع المأمول، فيما عدا زيادة الاعتماد على التكنولوجيا في مجال التربية الإعلامية، وأظهر تحليل الاستجابات أهمية دور المعايير القومية في تحسين وعي الطلاب بالتربية الإعلامية.

وعن رصد أهمية التربية الإعلامية للطلاب الجامعيين بفنلندا، أشارت دراسة (Aaltonen, 2014)⁽¹⁵⁾ إلى بحث دور التربية الإعلامية في التحكم بوعي وأيدولوجيات الشباب الجامعي، واستعراض أفضل أساليب تنمية الوعي بالتربية الإعلامية بين طلاب الجامعات، وتم تطبيق منهجي: البحث التجريبي والوصفي، وتكونت عينة البحث من 13 طالبًا بالسنة النهائية بكلية بحوث الإعلام في إحدى الجامعات الفنلندية، وكان الطلاب يحصلون على برنامج خاص في التوعية بقيمة التربية الإعلامية، وتم تطبيق الأدوات الآتية لتجميع البيانات: ملاحظة وتسجيل التفاعلات التعليمية للطلاب خلال برنامج التربية الإعلامية، واستبانة الوعي بالتربية الإعلامية، والمقابلات مع الطلاب، وتوصلت إلى نتائج منها: ظهر بالدليل مستويات وعي متزايدة بالتربية الإعلامية للطلاب نتيجة للمشاركة في البرنامج (بنسبة 98%)، وهو ما انعكس على المعارف والتفكير الناقد لطلاب الجامعات حول الإعلام، وأظهرت التحليلات دور البرنامج في تغيير طريقة إدراك الطلاب للتربية الإعلامية

نتيجة لزيادة عمق المعرفة الإعلامية لديهم، وظهرت علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين تحسن التربية الإعلامية والقدرة على التحكم بوعي الشباب الجامعي وأيدولوجياته.

وعن الاستفادة من الخبرات الأخرى فى مجال التربية الإعلامية، أشارت دراسة (أبو المجد) (2012) (16) إلى واقع التربية الإعلامية بالمدارس الثانوية المصرية وجوانب القوة والضعف فى الممارسات والنشاطات الإعلامية بالمدرسة الثانوية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: تعد التربية الإعلامية أحد الموضوعات الحديثة التي يغفل عنها كثيرون وتندر فيها الدراسات السابقة؛ فالتربية الإعلامية منظور من خلاله نتعرض لوسائل الإعلام، ونفسر معنى الرسائل التي نلتقاها، وأن التربية الإعلامية تصبح أكثر تأثيراً عندما تتكامل أدوار الآباء والمعلمين والمختصين فى الإعلام وصنّاع القرار لخلق وعي نقدي أكبر بين الأفراد، وتوجد بعض المبادئ والحقائق الأساسية التي تركز عليها برامج التربية الإعلامية، من أهمها التعرف على كيفية بناء الرسائل الإعلامية وتركيبها، ودور وسائل الإعلام فى بناء الإطار المعرفى وفهم الحقيقة والعالم لدى الفرد، إضافة إلى أن الرسائل الإعلامية تتضمن بعض الأغراض والسياقات السياسية والاقتصادية وغيرها، وأن تفسير الرسائل الإعلامية يتم من منظور فردي.

التعليق على الدراسات السابقة:

بتحليل الدراسات السابقة التي تناولت التربية الإعلامية تبين ما يلي:

- من حيث الموضوع: تم الاطلاع على بعض الدراسات التي تناولت موضوعات التربية الإعلامية، فمن خلالها تم الربط بين موضوع التربية الإعلامية وبعض الموضوعات الأخرى ومنها وسائل الاتصال، والإعلام الجديد، والأنشطة الإعلامية المدرسية فى نشر هذا المفهوم، كما تناولت بعض الدراسات الأخرى دور التربية الإعلامية فى تشكيل الرأي العام للطلاب تجاه القضايا العامة، وكذلك رصد أهم التأثيرات السلبية والإيجابية والمعرفية والسلوكية والوجدانية المرتبطة بمهارات التربية الإعلامية.
- من حيث العينة: تنوع استخدام العينة من حيث الفئة العمرية، وكذلك المرحلة التعليمية التي طبقت عليها الدراسات، فهناك من اعتمد على عينة من المراهقين، وطلاب المرحلة الثانوية، والشباب الجامعي، كما اعتمدت بعض الدراسات على عينة من المدرسين والمديرين والأخصائيين.
- من حيث المنهج: اعتمدت الدراسات السابقة على منهجي: المسح الإعلامى، والمنهج الوصفي التحليلي.

- من حيث الأدوات: اعتمدت معظم الدراسات السابقة على مجموعة من الأدوات المختلفة، كان من أهمها: أداة الاستبيان، والمقابلات المتعمقة، ومقياس مهارات التربية الإعلامية، وتحليل المحتوى.
- من حيث النتائج: أكدت نتائج الدراسات السابقة في مجملها أهمية التربية الإعلامية في تشكيل الرأي العام للطلاب تجاه القضايا العامة، وأن تدريس التربية الإعلامية يسهم في تنمية الوعي الإعلامي للطلبة، وزيادة مهارات التربية الإعلامية لدى الطلاب الممارسين للأنشطة الإعلامية المدرسية، بينما جاءت بدرجة متوسطة لدى الطلاب غير الممارسين لهذه الأنشطة، وأيضاً أهمية التربية الإعلامية في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة.

مشكلة الدراسة:

فرض التطور التكنولوجي مظهرًا مهمًا من مظاهر التكامل بين الإعلام والتربية، وأصبح الإعلام محورًا من محاور العملية التعليمية، وتم إدراج الإعلام التربوي ضمن التخصصات التربوية المنتشرة في المؤسسات التربوية؛ فالثورة التكنولوجية جعلت التربية الإعلامية أكثر إلحاحًا، خاصة بعد أن فقدت الدول السيطرة الكاملة على البث المباشر للبرامج التلفزيونية، وفقدت قدرتها على التصدي للبث الإعلامي الخارجي والاكتماسح الثقافي الأجنبي، وبعد أن ساعدت شبكة الإنترنت على الغزو الثقافي وتهديد كثير من الثقافات، وتفاعل معها الصغار والشباب والكبار، ومع الفوضى السائدة في المجال الإعلامي، ومع التناقس والصراع بين أنماط الثقافة الوطنية والثقافات الأجنبية.

فإذا كانت وسائل الإعلام المختلفة تؤدي أدوارًا كبيرة في حياة المجتمع المعاصر، وذلك انطلاقًا من انتشارها ووظائفها وأهدافها وأدوارها المتنوعة؛ كان من الضروري وفق هذا الواقع أن يزداد وعي المؤسسات التعليمية بأهمية وخطورة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام المختلفة في تنشئة الأفراد وتربيتهم، والعمل الجاد على الاستفادة من هذه الوسائل بهدف بناء توجهاتهم وتنمية معارفهم ومهاراتهم بشكل يسهم في تنمية وإعمار المجتمع بشكل إيجابي وبناء.

وتعد التربية الإعلامية وفق هذا المنظور عملية لبناء الإنسان ومساعدته على استخدام وسائل الإعلام بالشكل الصحيح؛ لتشكيل ثقافة تهدف إلى التفاعل الإيجابي مع هذه الوسائل والاستفادة منها في تنمية مهارات الفرد الاتصالية والتحليلية والتقييمية والابتكارية والنقدية للمضامين الإعلامية كافة.

وفي ظل أهمية التربية الإعلامية في الجامعات، والحاجة الملحة إليها باعتبار دورها مهمًا في الحماية من الرسائل السلبية التي تستهدف الشباب، ومن خلال عرض الدراسات السابقة، نجد اهتمامًا كبيرًا من قبل الباحثين بدراسة التربية الإعلامية وتأثيرها على فئة الشباب، مما يدل على أهميتها كقالب إعلامي يمكن أن يسهم في تنمية القدرة على الإبداع والنقد والتحليل لدى الشباب كما أشارت (دراسة). (Albawardi, -Francis, (2018) (2017) - (2017) Gui, Fasoli & Carradore, (2017) - Hoffman, (2016) دراسة (2015) Schilder, (2015) دراسة (Chu, & Chu (2015)).

وإذا كانت النخبة الأكاديمية تعد من أهم القطاعات، نظرًا للمستوى العلمي والثقافي لها الذي يمكنها من التقييم الدقيق لتكنولوجيا الاتصال والإعلام، وضرورة التصدي لسلبياته من خلال التربية الإعلامية، ومن هنا رأت الباحثة ضرورة دراسة اتجاهات التخبطة الأكاديمية نحو تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات.

أهمية الدراسة:

الأهمية الأكاديمية:

- يستمد البحث أهميته من العلاقة بين التربية والإعلام، ودور كل منهما في المجتمع المعاصر، خاصة أن دور الإعلام لا يقل عن دور المدرسة أو الأسرة في التنشئة الاجتماعية إن لم يكن يفوق دورهما لما يتوفر للإعلام من عناصر التشويق والتجديد والإثارة.
- دور النخبة الأكاديمية في تنسيق الجهود في اتجاه الدفاع والحماية، وتمكين الشباب والمتعرضين لوسائل الإعلام من امتلاك ثقافة إعلامية وفكر نقدي يمكنهم من فهم الرسائل الإعلامية المختلفه وتجاوز سلبياتها.
- تحديد أدوار التربية الإعلامية ومهامها في بناء الأجيال وتعديل المفاهيم لديهم نحو منظومة القيم.
- إعداد طلاب قادرين على فهم المتغيرات من خلال علاقاتهم الاجتماعية في ضوء التربية الإعلامية.
- تطوير الجامعات كأحد العناصر الرئيسية المساهمة في نشر الثقافة والتربية الإعلامية، كما حددتها منظمة "اليونيسكو" في مؤتمرها الأخير عام 2014 بالقاهرة، التي اشتملت على عناصر عدة منوطة بالتربية الإعلامية منها: الأسرة، والمدرسة، والجامعة، وجماعة الرفاق، والمؤسسات الدينية، والمؤسسات الإعلامية، وأخرى، ولم تقتصر التربية

الإعلامية على مسئول النشاط الإعلامي فقط داخل الجامعة؛ بل امتدت أيضًا إلى الإدارة الجامعية وأعضاء هيئة التدريس بها.

• في ظل التطور الهائل والمؤثر للمضامين الإعلامية المقدمة من مختلف وسائل الإعلام، أصبح من الضروري وجود التربية الإعلامية للتخلص من المضامين السلبية الضارة للمتلقي.

الأهمية العملية:

• تتبع أهمية الدراسة من خلال تحليل ودراسة اتجاهات النخبة الأكاديمية لتطبيق مبادئ التربية الإعلامية ومقرراتها داخل المؤسسات التعليمية، وذلك من خلال دراسة النخبة الأكاديمية التي تعد الأقرب إلى شرح طريقة عمل المضمون الإعلامي وخطوات إعداد الرسالة الإعلامية حتى وصولها للمتلقي، وبناء عليه تكوين وعي لدى الطلاب يساعدهم على فهم الرسائل المختلفة وراء كل مضمون إعلامي يتعرضون له.

• افتقار المكتبة العربية والتربوية لمثل تلك الأنواع من البحوث.

• قد تفيد المسؤولين في المؤسسات التعليمية المختلفة في الإعداد لبرنامج التربية الإعلامية ضمن مقرراتهم الدراسية الثقافية.

أهداف الدراسة:

من خلال الأهمية السابقة تهدف الدراسة إلى:

- التعرف على مفهوم التربية الإعلامية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية المتخصصة في المجال الإعلامي.

- التعرف على أهمية تفعيل التربية الإعلامية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية.

- التعرف على المعايير التي يجب أن تستند إليها التربية الإعلامية في الجامعات.

- التعرف على اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تطبيق التربية الإعلامية بالجامعات المصرية.

الإطار المعرفي للدراسة:

مفهوم التربية الإعلامية وخصائصها:

عرّف (Francis, 2018)⁽¹⁷⁾ التربية الإعلامية بأنها: "اكتساب المهارات والمعرفة

لقراءة وتفسير وإنتاج أنواع معينة من الإعلام واكتساب الأدوات الفكرية والقدرات اللازمة للمشاركة التامة في العمل الإعلامي".

وعرّف (Palmer, 2017)⁽¹⁸⁾ التربية الإعلامية بأنها: "عملية تعليمية يكتسب من خلالها الطلاب القدرة على اختيار وفهم والتأثير وإنتاج وتقييم والاستجابة للإعلام من حيث الشكل والمحتوى".

وأيضًا، عرّف (Buckingham, 2016)⁽¹⁹⁾ التربية الإعلامية بأنها: "عملية التعليم والتعلم حول الإعلام، وتتكون من مجموعة من الكفايات الاتصالية من بينها القدرة على الوصول وتحليل وتقييم وابتكار واستخدام جميع صور الاتصال".

خصائص التربية الإعلامية:

حدّد (Buckingham, Grahame, & Sefton-Green, 2015) الخصائص الآتية للتربية الإعلامية⁽²⁰⁾:

- 1) التربية الإعلامية تقوم على التفكير الناقد في مصادر الإعلام والمعلومات.
- 2) التربية الإعلامية تتضمن فهم آلية إنتاج الرسالة الإعلامية وتوزيعها.
- 3) التربية الإعلامية تركز على تأثير الوسيلة الإعلامية على الفرد والمجتمع.
- 4) التربية الإعلامية ترتبط باستراتيجيات تحليل الرسائل الإعلامية ومناقشتها بطريقة هادفة.
- 5) التربية الإعلامية تساعد الطلاب على التذوق الجمالي والفني للإعلام الجيد.

المبادئ والمهارات المرتبطة بالتربية الإعلامية بين طلاب الجامعات:

تقوم التربية الإعلامية في الجامعات على المبادئ الآتية⁽²¹⁾:

المعيار الأول: الملاحظة والتعلم حول الإعلام: يشمل المعيار تحليل المعنى وتفسيره وصياغته من وسائل الإعلام، ونقد المضامين الإعلامية بطريقة ناقدة، باستخدام الحوار الشفهي والتحريري.

المعيار الثاني: التبصر والنقد بهدف التقييم:

يقوم المعيار على أساس استخدام معايير معينة في مناقشة المحتوى الإعلامي وتقييمه، يتم بموجب هذا المعيار التأكيد على التفكير الناقد من خلال تجميع المعلومات وتقييمها وتحليلها.

المعيار الثالث: الابتكار والاستكشاف:

يعمل المعيار على تطوير وبناء إتقان مُلائم للمهارات والفنيات باستخدام التقنيات التقليدية والجديدة، وفهم الخصائص والسمات التعبيرية للمحتوى الإعلامي، ويشمل المعيار تحديد وتفسير وتوكيد أن العملية الابتكارية تقوم على نمو الأفكار من خلال عملية الاستفسار والاستكشاف والبحث.

ووصف (Lee, 2016) (22) المهارات مرتبطة بمجال التربية الإعلامية كما يلي:

- 1- الوعي الناقد بتأثير الإعلام على الفرد والمجتمع.
- 2- فهم طبيعة صناعة الإعلام وعملياتها وخصائصها.
- 3- مهارة التحليل الإعلامي.
- 4- التقدير الناقد للإعلام.
- 5- التعلم من خلال الإعلام.
- 6- التعبير الإبداعي.
- 7- مهارة المتابعة ونقد الإعلام.
- 8- ممارسة أخلاقيات الإعلام.
- 9- التطبيق البناء لما يتم تعلمه من الإعلام على مواقف الحياة اليومية.

أهمية زيادة الوعي بالتربية الإعلامية بين طلاب الجامعات:

تكمن أهمية الوعي بالتربية الإعلامية في بلوغ الحد الأدنى من المهارات والمواقف (ليس مهارات مهنية احترافية) اللازمة لتفسير موجة الصور والمحتوى الإعلامي البصري والسمعي، الذي أصبح يشكل جزءاً أساسياً من الحياة اليومية، ويرتبط الوعي بالتربية الإعلامية بمعرفة وتقييم المحتوى والرسائل الإعلامية، وفهم التأثيرات الإعلامية على المستويين: العملي ومتعدد الأنظمة (السياسة والأدب والاجتماع والفن وغيرها)، وتشجيع المشاركة النشطة في صنع المحتوى الإعلامي للطلاب بدلاً من مجرد الاكتفاء بالمتابعة (23).

ويشير عديد من الباحثين إلى المكانة المرتفعة للتربية الإعلامية إلى درجة اعتقاد بعضهم بأنها باتت من المهارات الحياتية الأساسية، وأن لها القدرة على تمكين الشباب، ويُعتقد أن التربية الإعلامية عنصر حيوي في التربية الديمقراطية (24).

تهدف تنمية الوعي بالتربية الإعلامية إلى غرس فهم دور التربية الإعلامية في المجتمع والعالم لدى الطلاب، والقدرة على دعم الاتصال الفعال على المستويين: المحلي والعالمي، وتتكون عملية تنمية الوعي بالتربية الإعلامية من مستويين: أحدهما نظري والآخر عملي، ففي المستوى النظري يكتسب الطلاب المعرفة حول نظريات الاتصال الاجتماعي والاتصال الجماهيري والاتصال متعدد الثقافات والإعلام، أما على المستوى العملي، فتتم تنمية الوعي بالتربية الإعلامية من خلال مهارات جمع المعلومات وتنظيمها، والتفكير الناقد المرونة في فهم المعلومات، ومهارات الكتابة الفعالة، ومهارات التحدث والإنصات النشط، وكفاءة الاتصال الاجتماعي والثقافي، والتثقيف الإعلامي (25).

ويهتم مجال التربية الإعلامية باستخدام الإعلام وفهم التأثيرات الإعلامية، وما يجب تدريسه حول الإعلام والخيارات الإعلامية⁽²⁶⁾. وتزود التربية الإعلامية الطلاب بالوعي الإعلامي الكافي للتمييز والحكم على مصداقية الأخبار المستهلكة من الإعلام⁽²⁷⁾. وأضاف (Chen, & Dai, 2017) جوانب الأهمية الآتية للتربية الإعلامية بالنسبة لطلاب الجامعات⁽²⁸⁾:

- تجنب الرسائل السلبية المنتشرة عبر التقنيات الإعلامية المختلفة من خلال تطوير المهارات اللازمة للاستفسار وتقويم هذه الرسائل وتحليلها.
- تساعد التربية الإعلامية هؤلاء الطلاب على الاستفادة من التقنيات الإعلامية في تفسير جميع أنواع الرسائل الإعلامية ومعالجتها.

أهداف التربية الإعلامية:

تخلق التربية الإعلامية تكاملاً غير مسبق بين ما يتعلمه الطالب، وما يحتاجه في الحياة اليومية؛ فالتربية الإعلامية تنقل الطالب من التلقي السلبي إلى التلقي الإيجابي، وترفع من مستوى فهمه للقضايا الحياتية المختلفة.

وتهدف التربية الإعلامية إلى غرس المبادئ الأساسية للإعلام في نفوس الطلاب، من خلال تزويدهم بالمشاركة الحيوية والخبرات الفعالة للتعامل مع وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، وتساعد التربية الإعلامية الطلاب على استكشاف شكل الإعلام ومحتواه، وفهم الأيدولوجيات المتضمنة في الإعلام، وبناء السياق اللازم لفهم الشخصي لأشكال الإعلام، وتعلم صنع القرارات المتعلقة بالاستهلاك والابتكار الإعلامي⁽²⁹⁾.

ويتعرف الطلاب من خلال التربية الإعلامية على المفاهيم الإعلامية، ويدرسون تقنياتها، إضافة إلى المشاركة في عديد من المشروعات الإعلامية، وتهتم التربية الإعلامية بمساعدة الطلاب على اكتساب المهارات اللازمة للحصول على الرسائل الإعلامية والتحليل والتقويم والتعبير عنها بصور متعددة⁽³⁰⁾.

ووصف لين (2011) الأهداف الآتية لتنفيذ التربية الإعلامية⁽³¹⁾:

- تحقيق المشاركة والمواطنة النشطة للشباب.
 - مواكبة اقتصاد المعرفة والتنافسية.
 - تحقيق أهداف التعلم مدى الحياة، والتعبير الثقافى.
- ويتم تصنيف أهداف التربية الإعلامية لشباب الجامعات إلى⁽³²⁾:
- التوعية بالتطورات التكنولوجية والمساعدة على فهم المصطلحات الإعلامية.

- تشجيع الطلاب على التعرف على أحدث تكنولوجيا الإعلام وخدماته، وفهم طبيعة البيئة الإعلامية.
 - تشجيع الطلاب على تجربة أدوات الإعلام الرقمي.
- كما حدد Thoman وآخرون (2014) ثلاثة أهداف من تطوير المعايير الأكاديمية للتربية الإعلامية، كما يلي⁽³³⁾:
- الوعي بأهمية اختيار الوسائل الإعلامية.
 - اكتساب المهارات الأساسية للمتابعة للناقدة لوسائل الإعلام.
 - استكشاف القضايا الأعم، الاجتماعية أو السياسية أو الاقتصادية حول الإعلام.
- وعرض "أحمد جاب الله" (2017) إطاراً عاماً لما ينبغي أن تكون عليه المعايير الأكاديمية لتدريس التربية الإعلامية كنموذج يتفق مع الطبيعة المصرية وخصائص طلاب الجامعة على النحو الآتي⁽³⁴⁾:
- 1) معرفة طلاب الجامعات بأهمية الوسائل الإعلامية وتأثيرها الواضح في حياتنا المعاصرة.
 - 2) الفهم الواعي في استخدام أنسب هذه الوسائل استخداماً آمناً شكلاً ومضموناً.
 - 3) قدرة الطلاب على تحليل المضامين الإعلامية وتفسيرها.
 - 4) المشاركة الفاعلة لطلاب الجامعات في ابتكار محتويات إعلامية جديدة وإنتاجها.
 - 5) التواصل الإعلامي بين طلاب الجامعات بروح الفريق الباحث عن الارتقاء بالذوق العام.
 - 6) اتفاق مضمون المادة الإعلامية مع القيم والعادات والسلوكيات الأخلاقية لدينا الحنيف.
 - 7) توفير المحتوى المناسب مع ثراء الموضوعات الإعلامية من المعارف والمعلومات والقيم والاتجاهات والمهارات والخبرات اللازمة للتربية الإعلامية.
 - 8) الاستفادة من المشروعات العالمية وتجارب الدول وخبراتها المناسبة في مجال التربية الإعلامية.
 - 9) التنوع في المحتوى الإعلامي ضرورة حتمية لتتناسب مع الميول والاهتمامات المختلفة لجمهور المتلقين.
 - 10) مصداقية الوسيلة في تقديم موادها الإعلامية في ضوء ميثاق شرف المهنة.
 - 11) قدرة الطالب على تقييم أداء الوسيلة ومن ثم جودة الانتقاء والاختيار للمسموع أو المقروء أو المشاهد.

تحديات تحسين الوعي بالتربية الإعلامية للطلاب:

في الوقت الذي تقر فيه المؤسسات التعليمية المختلفة بأهمية تنمية الوعي بالتربية الإعلامية لطلابها، وتنظيم دورات خاصة بها، تظهر مجموعة من التحديات التي تواجه هذه الجهود لتنمية الوعي بالتربية الإعلامية، منها⁽³⁵⁾:

- (1) اهتمام غالبية الجامعات والكليات بالدورات العملية فقط على حساب التوعية.
 - (2) على الرغم من تكامل بعض برامج تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في المناهج الدراسية لطلاب الأقسام الإعلامية إلا أنه ما زالت تعامل كبرامج مكملات ذات اهتمام ضعيف.
 - (3) عدم مراعاة كثير من الجامعات لأهمية التوعية بالتربية الإعلامية للطلاب.
 - (4) نقص الأساتذة المدربين على تنفيذ برامج الوعي بالتربية الإعلامية.
 - (5) غياب متابعة سياسة تنمية الوعي بالتربية الإعلامية من جانب الحكومة.
- وأضاف "جوسين" (2013) عددًا من التحديات تواجه تحسين الوعي بالتربية الإعلامية، منها⁽³⁶⁾:

- (1) غياب الخطة الشاملة لتنمية الوعي بالتربية الإعلامية.
- (2) لا يوجد نظام يجمع الأجهزة كافة في نظام موحد متناسق.
- (3) غياب الاعتمادات المالية الموجهة لبرامج تنمية الوعي بالتربية الإعلامية.

تساؤلات الدراسة:

- ما أهمية التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية؟
- ما أهداف التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية؟
- ما أبرز المعارف التي ينبغي أن يتضمنها محتوى التربية الإعلامية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية؟
- ما المهارات التي ينبغي أن تسعى التربية الإعلامية إلى إكسابها لطلاب الجامعة من وجهة نظر النخبة الأكاديمية؟
- ما أساليب تحقيق التربية الإعلامية لأهدافها في المرحلة الجامعية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية؟
- ما مدى تطبيق مفهوم التربية الإعلامية على طلاب الجامعة من وجهة نظر النخبة الأكاديمية؟
- ما أفضل طريقة لتدريس التربية الإعلامية للطلاب من وجهة نظر النخبة الأكاديمية؟
- ما المعايير التي يجب أن تستند إليها التربية الإعلامية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية؟

- ما مسئوليات النخبة الأكاديمية تجاه تدريب الطلاب على التعامل مع المضمون الإعلامي؟
 - ما وجهة نظر النخبة الأكاديمية في ضرورة نشر الثقافة الإعلامية؟
 - ما المخاطر التي تراها النخبة الأكاديمية للتعامل غير الواعي للطلاب مع وسائل الإعلام؟
- فروض الدراسة:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة الدرجة العلمية للنخبة الأكاديمية (مدرس- أستاذ مساعد- أستاذ- أستاذ متفرغ) واتجاهاتهم نحو أساليب تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات.
- توجد فروق بين اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو أساليب تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات تبعاً لسنوات الخبرة.
- يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات النخبة الأكاديمية بالجامعات الخاصة ومتوسطات درجات النخبة الأكاديمية بالجامعات الحكومية نحو أساليب تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات.

نوع الدراسة ومنهجها:

تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى إلى تقديم تفسير للمتغيرات؛ حيث تهدف الدراسة إلى الكشف عن اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات، وذلك من خلال استخدام منهج المسح على عينة من النخبة الأكاديمية في الجامعات المصرية.

مجتمع الدراسة:

تشكل الجامعات المصرية مجتمعًا للدراسة متمثلًا في النخبة من أعضاء هيئة التدريس بها.
عينة الدراسة:

تمثلت عينة الدراسة في عينة قوامها (200) مفردة من النخبة الأكاديمية بالجامعات المصرية.

جدول رقم (1)
توزيع عينة الدراسة وفقًا للنوع، والدرجة العلمية، وسنوات الخبرة

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
النوع	ذكور	81	40,5%
	إناث	119	59,5%
المجموع			100%
الدرجة العلمية	مدرس	38	19,0%
	أستاذ مساعد	99	49,5%
	أستاذ	37	18,5%
	أستاذ متفرغ	26	13,0%
المجموع			100%
الجامعات	حكومية	147	73,5%
	خاصة	53	26,5%
المجموع			100%
سنوات الخبرة	من سنة إلى 5 سنوات	40	20,0%
	من 6 إلى 10 سنوات	99	49,5%
	من 11 إلى 15 سنة	32	16,0%
	أكثر من 16 سنة	29	14,5%
المجموع			100%

وتمثلت العينة كما يلي:

- بلغت عينة الذكور نسبة 40,5%، بينما جاءت نسبة عينة الإناث 59,5%، في حين جاءت عينة الدرجة العلمية مدرس 19%، أما درجة الأستاذ المساعد فبلغت نسبتهم 49,5%، وجاءت نسبة الأساتذة في عينة الدراسة 18,5%، ونسبة 13% جاءت للأستاذ المتفرغ.
- وجاءت عينة النخبة الأكاديمية بالجامعات الحكومية بنسبة أكبر من الجامعات الخاصة بلغت 73,5%، وفي الجامعات الخاصة بلغت 26,5%.
- وبالنسبة لما يتعلق بسنوات الخبرة، فجاءت نسبة من خبرتهم من سنة إلى خمس سنوات 20%، بينما جاءت نسبة من بلغت سنوات خبراتهم من 6 إلى 10 سنة 49,5%، وبلغت نسبة ذوي الخبرة في مجال تدريس التربية الإعلامية من 11 - 15

سنة 16٪، وأخيراً من بلغت سنوات خبراتهم أكثر من 16 سنة فجاءت نسبتهم 14,5٪. أداة الدراسة وصدقها وثباتها:

اعتمدت الدراسة على استمارة الاستبيان كأداة أساسية للدراسة.

اختبار الصدق والثبات:

1- صدق المحكمين:

للتحقق من صدق الأسئلة والعبارات التي تكون منها الاستبيان، والتأكد من صلاحيتها لقياس متغيرات الدراسة وفروضها تم عرضها على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في مجال الدراسة^(*)، وأجرت الباحثة تعديلات وفقاً لمقترحاتهم بما يتوافق مع أهداف الدراسة.

2- الثبات بطريقة التجزئة النصفية (S.H):

كما قامت الباحثة بحساب معامل ثبات استمارة الاستبيان بتطبيق الاستمارة على 10 مفردة، وبعد أسبوعين تم تطبيقها مرة ثانية وحساب معامل ارتباط للتطبيقين وفقاً لطريقة التجزئة النصفية لجتمان ومعامل ارتباط ألفا كرونباخ، كما يلي:

جدول رقم (2)

معامل الثبات لإعادة التطبيق وفقاً (التجزئة النصفية لجتمان- ألفا كرونباخ)

معامل ارتباط ألفا كرونباخ	معامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان	معامل الارتباط لاستمارة الاستبيان ككل
0,919	0,907	

يتضح من الجدول السابق تراوح معامل ثبات ما بين 0,907-0,919، وهي معاملات ثبات عالية وصالحة للاستخدام.

حدود الدراسة:

حدود موضوعية: تمثلت في اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات.

حدود مكانية: تمثلت في النخبة الأكاديمية بالجامعات الخاصة (كلية اللغة والإعلام بالأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا- كلية الإعلام بجامعة مصر الدولية)، والجامعات الحكومية (كلية التربية النوعية جامعة عين شمس- كلية التربية النوعية جامعة القاهرة).

حدود زمانية: تم إجراء تطبيق الدراسة في الفترة من 2019/11/1م حتى 2019/11/30م.

مفاهيم الدراسة:

1- النخبة الأكاديمية: يقصد بها أساتذة الجامعات من الأكاديميين، وهم النخبة الإعلامية الأكاديمية.

2- التربية الإعلامية: يقصد بها إكساب المعرفة والفهم والتطبيق الصحيح للمهارات والمواقف التي تسمح للطلاب بالتعامل مع العالم الإعلامي المعقد والمتغير بطريقة واعية هادفة، كما تعبر عن إكساب القدرة على استخدام الإعلام بطريقة نشطة وحيوية بهدف المشاركة الاجتماعية الفعالة⁽³⁷⁾.

المعاملات الإحصائية المستخدمة:

لاستخراج نتائج الدراسة استخدمت الباحثة برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) بتطبيق بعض الأساليب الإحصائية التي تتلاءم وطبيعة البيانات المطلوبة، مثل:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية.
- اختبار "ت" T. Test للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين الحسابيين لمجموعتين من المبحوثين على أحد متغيرات الدراسة.
- اختبار كا² لجدول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الاسمي.
- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2×2 .
- اختبار "Z. Test" لدراسة معنوية الفرق بين نسبتين مئويتين.
- تحليل التباين ذي البعد الواحد One Way Analysis of Variance ANOVA لدراسة الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات في أحد متغيرات الدراسة.
- الوزن المرجح لمجموع الأوزان.

نتائج الدراسة الميدانية:

يهدف هذا البحث إلى الكشف عن اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعة، وفي إطار منهج المسح تم ملء استمارة الاستبيان بالمقابلة لعينة الدراسة وقوامها (200) مفردة من النخبة الأكاديمية، وتم مراعاة المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة، وفيما يلي تعرض الباحثة أهم نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على العينة، وذلك للإجابة عن تساؤلات البحث.

المحور الأول: تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية

1- تدريس النخبة الأكاديمية أحد مقررات التربية الإعلامية بإحدى الجامعات

جدول رقم (3)

تدريس النخبة الأكاديمية أحد مقررات التربية الإعلامية بإحدى الجامعات وفقاً للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
نعم	لا	ك	%	ك	%	ك	%
79	2	113	95,0	192	96,0	79	97,5
2	8	6	5,0	8	4,0	2	2,5
81		119	100	200	100	81	100

قيمة كا² = 0,831 درجة الحرية = 1 معامل التوافق = 0,064 مستوى الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن نسبة من يقومون بتدريس التربية الإعلامية بصفة منتظمة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 96%، بينما بلغت نسبة من لا يدرسون مقررات التربية الإعلامية من إجمالي مفردات عينة الدراسة 4%، وبحساب قيمة كا² من الجدول السابق عند درجة حرية = 1، وجد أنها = 0,831 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0,064 تقريباً، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع النخبة الأكاديمية (ذكور- إناث) ومدى تدريس النخبة الأكاديمية لمقررات التربية الإعلامية.

2- مدى تطبيق مفهوم التربية الإعلامية على طلاب الجامعة من وجهة نظر النخبة الأكاديمية

جدول رقم (4)

مدى تطبيق مفهوم التربية الإعلامية على طلاب الجامعة من وجهة نظر النخبة الأكاديمية وفقاً للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
نعم	لا	ك	%	ك	%	ك	%
60	19	78	69,0	138	71,9	60	75,0
19	54	35	31,0	54	28,1	19	24,1
79		113	100	192	100	79	100

قيمة كا² = 1,102 درجة الحرية = 1 معامل التوافق = 0,076 مستوى الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق إلى أن نسبة من يرون أن مقررات التربية الإعلامية تطبق مفهومها على الطلاب من وجهة نظر النخبة الأكاديمية من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 71,9%، بينما بلغت نسبة من يرون أن مقررات التربية الإعلامية لا تطبق مفهومها على الطلاب من وجهة نظر النخبة الأكاديمية من إجمالي مفردات عينة الدراسة 28,1%، وبحساب قيمة كا² من الجدول السابق عند درجة حرية = 1، وجد أنها =

1,102 وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند أي مستوى دلالة، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0,076 تقريبًا، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائيًا بين نوع النخبة الأكاديمية (ذكور- إناث) ومدى تطبيق مفهوم التربية الإعلامية على طلاب الجامعة من وجهة نظر النخبة الأكاديمية.

وترى الباحثة أن ذلك يرجع إلى تعرض الشباب الجامعي لكثير من المؤثرات من خلال وسائل الإعلام الجديد حيث التفاعلية والتنوع وسهولة الاستخدام، وأيضاً شعور الفرد داخل هذا المجتمع الافتراضي بأنه عضو فعال، وغيرها من العوامل المؤثرة التي يتعرض لها الشاب من ثقافات وموضوعات مختلفة؛ الأمر الذي يترتب عليه ضرورة تطبيق مفهوم التربية الإعلامية على طلاب الجامعة.

3- أفضل طريقة لتدريس التربية الإعلامية للطلاب من وجهة نظر النخبة الأكاديمية

جدول (5)

أفضل طريقة لتدريس التربية الإعلامية للطلاب من وجهة نظر النخبة الأكاديمية وفقاً للنوع

الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الطريقة
		%	ك	%	ك	%	ك	
غيردالة	0,283	24,0	46	25,7	29	21,5	17	الإلقاء من خلال محاضرات يلقيها المعلم على الطلاب
غيردالة	0,090	55,2	106	55,8	63	54,4	43	المناقشة والحوار وتبادل وجهات النظر بين الطلاب والمعلم
غيردالة	0,668	38,5	74	34,5	39	44,3	35	التجربة الفعلية من خلال إنتاج مواد إعلامية يشارك بها الطلاب
غيردالة	0,275	87,5	168	85,8	97	89,9	71	ورش العمل
		192		113		79		جملة من سئلا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أفضل طريقة لتدريس التربية الإعلامية للطلاب من وجهة نظر النخبة الأكاديمية؛ حيث جاء في الترتيب الأول من هذه الطرق طريقة "ورش العمل" بنسبة بلغت 87,5% من إجمالي مفردات عينة النخبة الأكاديمية، يليها في الترتيب الثاني طريقة "المناقشة والحوار وتبادل وجهات النظر بين الطلاب والمعلم" بنسبة 55,2%، أما في الترتيب الثالث فجاءت طريقة "التجربة الفعلية من خلال إنتاج مواد إعلامية يشارك

بها الطلاب" بنسبة 38,5%، وفي الترتيب الأخير جاءت طريقة "الإلقاء من خلال محاضرات يلقيها المعلم على الطلاب" بنسبة بلغت 24%.

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة كل من محمود (2019)، التي أشارت إلى أن أفضل طريقة لتدريس التربية الإعلامية للطلاب من خلال المقررات التي تعتمد على ما يلقيه المعلم على الطلاب، وترجع الباحثة هذا الاختلاف إلى أن النخبة الأكاديمية القائمة على المؤسسات الجامعية المختلفة يستخدمون عددًا من الاستراتيجيات التعليمية المختلفة التي تسعى إلى وجود حوار بين الطالب والمعلم، والاعتماد على الورش العملية لتنمية مهاراتهم؛ الأمر الذي يؤدي إلى تراجع استخدام المحاضرة التقليدية لدى النخبة، بينما احتل تدريس التربية الإعلامية ترتيبًا متقدمًا لدى دراسة (محمود 2019) لكونها تقوم على التدريس داخل مؤسسات التعليم ما قبل الجامعي، التي بدورها قد لا تعتمد على عديد من الاستراتيجيات التعليمية التي تسعى إلى الحوار والممارسة العملية.

بينما تتفق مع دراسة العسكري (2017) التي أشارت إلى مشاركة الطلاب في أنشطة الاعلام التربوي والمشاركة فيه؛ مما يؤدي إلى الوعي بالتربية الإعلامية من خلال المناقشة والحوار، وإنتاج مواد إعلامية يشارك بها الطلاب.

4- المعايير التي يجب أن تستند عليها التربية الإعلامية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية جدول رقم (6)

المعايير التي يجب أن تستند عليها التربية الإعلامية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية وفقًا للنوع

الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع المعايير
		%	ك	%	ك	%	ك	
غيردالة	0,574	58,3	112	54,9	62	63,3	50	إدراك أن وسائل الإعلام لها تأثير على الطالب والمجتمع
غيردالة	0,427	49,5	95	46,9	53	53,2	42	التفكير النقدي لما تبثه وسائل الإعلام
غيردالة	0,332	51,6	99	49,6	56	54,4	43	إدراك أن الرسالة الإعلامية لها أبعاد تجارية وسياسية واجتماعية وثقافية جمالية
غيردالة	0,411	36,5	70	38,9	44	32,9	26	اتخاذ ردود أفعال ملزمة تجاه المؤسسة الإعلامية التي تبث مضامين ضارة
غيردالة	0,022	56,8	109	56,6	64	57,0	45	التعامل الواعي والرشيد مع وسائل الإعلام الحديثة كالإنترنت
		192		113		79		جملة من سنلوا

يتضح من تحليل بيانات الجدول السابق أن أهم المعايير التي يجب أن تستند إليها التربية الإعلامية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية تمثلت في: "إدراك أن وسائل الإعلام لها

تأثير على الطالب والمجتمع" في الترتيب الأول بنسبة 58,3٪، وجاء في الترتيب الثاني "التعامل الواعي والرشيد مع وسائل الإعلام الحديثة كالإنترنت" بنسبة 56,8٪، أما "إدراك أن الرسالة الإعلامية لها أبعاد تجارية وسياسية واجتماعية وثقافية جمالية" فقد جاء بالترتيب الثالث بنسبة 51,6٪، وفي الترتيب الرابع جاء "التفكير النقدي لما تبثه وسائل الإعلام" بنسبة 49,5٪، وفي الترتيب الخامس جاء "اتخاذ ردود أفعال ملزمة تجاه المؤسسة الإعلامية التي تبث مضامين ضارة" بنسبة بلغت 36,5٪.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من دراسة البرصان (2019)، ودراسة (2017) aibawardic، (2016) lee، التي أشارت إلى أن التربية الإعلامية لها دور في تنمية الوعي الإعلامي لدى الطلاب، وأن المشاركة المباشرة عبر وسائل الإعلام الجديد لها تأثيرها على مفاهيم التربية الإعلامية التي من خلالها يمكن زيادة الوعي النقدي ومهارة التحليل الإعلامي لما يتعرض له الفرد.

5- أهم مسئوليات النخبة الأكاديمية تجاه تدريب الطلاب على التعامل مع المضمون الإعلامي.

جدول رقم (7)

أهم مسئوليات النخبة الأكاديمية تجاه تدريب الطلاب على التعامل مع المضمون الإعلامي وفقاً للنوع

الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع المسئوليات
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	0,351	35,9	69	38,1	43	32,9	26	تعريف الطلاب بكل وسائل الإعلام القديمة والحديثة
غير دالة	0,246	49,0	94	50,4	57	46,8	37	توعية الطلاب بتأثيرات الإعلام الإيجابية والسلبية
غير دالة	0,338	22,4	43	20,4	23	25,3	20	إكساب الطلاب المهارات اللازمة للتعامل مع وسائل الإعلام
غير دالة	0,900	30,2	58	24,8	28	38,0	30	وعي عضو هيئة التدريس باحتياجات ورغبة الطلاب من وسائل الإعلام
غير دالة	0,450	84,9	163	87,6	99	81,0	64	توعية الطلاب بأخلاقيات العمل الإعلامي
غير دالة	0,029	63,5	122	63,7	72	63,3	50	التفاعل مع الطلاب من خلال المناقشة والحوار
غير دالة	0,064	56,3	108	56,6	64	55,7	44	تبصير الطلاب بأهمية مقاومة المضامين الإعلامية الضارة
غير دالة	0,271	56,8	109	58,4	66	54,4	43	تدريب الطلاب على الاستخدام الرشيد لوسائل الإعلام
غير دالة	0,582	53,1	102	56,6	64	48,1	38	تشجيع الطلاب على إنتاج المواد الإعلامية المرتبطة بمشكلاتهم وقضاياهم

غير دالة	0,138	97,4	187	98,2	111	96,2	76	الاستعانة بوسائل الإيضاح والشرح الجذابة لتسهيل عملية تدريب الطلاب
غير دالة	0,070	94,3	181	94,7	107	93,7	74	التقييم المستمر للطلاب لمعرفة مدى إكسابهم معايير التربية الإعلامية
غير دالة	0,146	91,1	175	90,3	102	92,4	73	الاطلاع الدوري على الأبحاث العلمية الخاصة بالتربية الإعلامية
غير دالة	0,521	38,5	74	35,4	40	43,0	34	الحصول على دورات تدريبية دورية في كيفية تدريس التربية الإعلامية
غير دالة	0,106	69,3	133	69,9	79	68,4	54	توفير الحوافز والاستمالات التي تحمس الطلاب على اكتساب معايير التربية الإعلامية
		192	113	79	جملة من سنلوا			

يتضح من تحليل بيانات الجدول السابق أن أهم مسؤوليات النخبة الأكاديمية تجاه تدريب الطلاب على التعامل مع المضمون الإعلامي وفقاً للنوع جاء في مقدمتها: "الاستعانة بوسائل الإيضاح والشرح الجذابة لتسهيل عملية تدريب الطلاب" بنسبة بلغت 97,4%، وجاء في الترتيب الثاني "التقييم المستمر للطلاب لمعرفة مدى إكسابهم معايير التربية الإعلامية" بنسبة 94,3%، أما "الاطلاع الدوري على الأبحاث العلمية الخاصة بالتربية الإعلامية" فقد جاءت بالترتيب الثالث بنسبة 91,1%، وفي الترتيب الرابع جاءت "توعية الطلاب بأخلاقيات العمل الإعلامي" بنسبة 84,9%، وفي الترتيب الخامس "توفير الحوافز والاستمالات التي تحمس الطلاب على اكتساب معايير التربية الإعلامية" بنسبة بلغت 69,3% من إجمالي عينة النخبة الأكاديمية.

بينما جاء في الترتيب السادس "التفاعل مع الطلاب من خلال المناقشة والحوار" بنسبة بلغت 63,5%، وبالترتيب السابع مسئولية "تدريب الطلاب على الاستخدام الرشيد لوسائل الإعلام" بنسبة 56,8%، يليها بالترتيب الثامن "تبصير الطلاب بأهمية مقاومة المضامين الإعلامية الضارة" بنسبة 56,3%، يليها بالترتيب التاسع "تشجيع الطلاب على إنتاج المواد الإعلامية المرتبطة بمشكلاتهم وقضاياهم" بنسبة 53,1%، في حين جاء بالترتيب العاشر "توعية الطلاب بتأثيرات الإعلام الإيجابية والسلبية" بنسبة 49%، أما بالترتيب الحادي عشر "تعريف الطلاب بكل وسائل الإعلام القديمة والحديثة" بنسبة 35,9%.

وفي الترتيب الثاني عشر جاءت مسئولية "وعي عضو هيئة التدريس باحتياجات ورغبة الطلاب من وسائل الإعلام" بنسبة 30,2%، وفي الترتيب الثالث عشر "إكساب الطلاب المهارات اللازمة للتعامل مع وسائل الإعلام" بنسبة 22,4%.

6- وجهة نظر النخبة الأكاديمية في ضرورة نشر الثقافة الإعلامية
جدول رقم (8)

وجهة نظر النخبة الأكاديمية في ضرورة نشر الثقافة الإعلامية وفقاً للنوع

الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع وجهة النظر
		%	ك	%	ك	%	ك	
غيردالة	0,005	38,0	73	38,1	43	38,0	30	تحسين الطلاب من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام
غيردالة	0,455	77,1	148	74,3	84	81,0	64	مراعاة المسؤولية الاجتماعية عند معالجة الرسالة الإعلامية
غيردالة	0,222	23,4	45	24,8	28	21,5	17	التعامل الواعي مع مجتمع المعلومات
	0,070	85,4	164	85,8	97	84,8	67	حماية المجتمع من الثقافات الوافدة
غيردالة	0,111	16,1	31	16,8	19	15,2	12	الارتقاء بالذوق الجمالي لدى الجمهور
غيردالة	1,022	53,1	102	59,3	67	44,6	35	تنمية التفكير النقدي للطلاب لما يتلقونه من وسائل الإعلام
		192		113		79		جملة من سنلوا

يتضح من تحليل بيانات الجدول السابق وجهة نظر النخبة الأكاديمية في الثقافة الإعلامية، وجاءت في مقدمتها "حماية المجتمع من الثقافات الوافدة" في الترتيب الأول بنسبة 85,4%، وجاء في الترتيب الثاني ثقافة "مراعاة المسؤولية الاجتماعية عند معالجة الرسالة الإعلامية" بنسبة 77,1%، أما "تنمية التفكير النقدي للطلاب لما يتلقونه من وسائل الإعلام" فقد جاءت بالترتيب الثالث بنسبة 53,1%، وفي الترتيب الرابع جاءت "تحسين الطلاب من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام" بنسبة 38%، وفي الترتيب الخامس "التعامل الواعي مع مجتمع المعلومات" بنسبة بلغت 23,4%، يليها في الترتيب السادس والأخير ثقافة "الارتقاء بالذوق الجمالي لدى الجمهور" بنسبة 16,1%.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (2017) chen,dah التي أشارت إلى أن أهمية التربية الإعلامية ترجع إلى تجنب الرسائل المنتشرة عبر التقنيات الإعلامية، وتطوير المهارات اللازمة للاستفسار وتقييم الرسائل وتحليلها ومعالجة أنواع الرسائل الإعلامية.

7- أكثر المخاطر التي تراها النخبة الأكاديمية للتعامل غير الواعي للطلاب مع وسائل الإعلام

جدول رقم (9)

أكثر المخاطر التي تراها النخبة الأكاديمية للتعامل غير الواعي للطلاب مع وسائل الإعلام وفقاً للنوع

الدلالة	قيمة Z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع المخاطر
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	0,008	25,0	48	24,8	28	25,3	20	التأثر بالثقافات الوافدة
غير دالة	0,090	44,8	86	44,2	50	45,6	36	تحفيز الميول العدوانية
غير دالة	0,384	46,4	89	48,7	55	43,0	34	تحفيز الغرائز الجنسية
غير دالة	0,471	37,0	71	39,8	45	32,9	26	التأخر في الدراسة
غير دالة	0,438	26,6	51	29,2	33	22,8	18	اللامبالاة السلبية
غير دالة	0,046	31,3	60	31,0	35	31,6	25	هدم القيم الاجتماعية والدينية
غير دالة	0,972	37,5	72	43,4	49	29,1	23	انعزال الطلاب عن قضايا المجتمع
		192		113		79		جملة من سئلوا

يتضح من تحليل بيانات الجدول السابق أن أكثر المخاطر التي تراها النخبة الأكاديمية للتعامل غير الواعي للطلاب مع وسائل الإعلام وفقاً للنوع، حيث جاء في مقدمة تلك المخاطر "تحفيز الغرائز الجنسية" بنسبة بلغت 46,4%، وفي الترتيب الثاني "تحفيز الميول العدوانية" بنسبة 44,8%، أما الخطر من "انعزال الطلاب عن قضايا المجتمع" فقد جاء بالترتيب الثالث بنسبة 37,5%، وفي الترتيب الرابع ظهر "التأخر في الدراسة" بنسبة 37%، وفي الترتيب الخامس جاء "هدم القيم الاجتماعية والدينية" بنسبة بلغت 31,3% من إجمالي عينة النخبة الأكاديمية، بينما جاء في الترتيب السادس "اللامبالاة السلبية" بنسبة بلغت 25,0%.

8- ترتيب العبارات:

جدول رقم (10)

ترتيب العبارات التي توضح مدى تفعيل الجامعات لمفهوم التربية الإعلامية

الوزن المثوي	الترتيب						
	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	الوزن المثوي	
%	ك	ك	ك	ك	ك	ك	
6,9	40	146	-	-	524	6,9	
6,8	25	5	162	-	-	521	
3,7	139	27	13	13	-	284	
8,8	23	33	28	40	68	673	
12,0	3	2	3	42	142	894	
6,9	6	40	146	-	-	524	
9,4	-	25	5	162	-	713	
3,7	139	27	13	13	-	284	
8,8	23	33	28	40	68	673	
12,0	3	2	4	42	141	892	
7,3	17	40	101	15	19	555	
9,3	11	21	20	107	33	706	
5,0	94	33	43	21	1	378	
الوزن المرجح						192	7621

تشير بيانات الجدول السابق إلى ترتيب العبارات التي توضح مدى تفعيل الجامعات

لمفهوم التربية الإعلامية، على النحو الآتي:

- جاء في الترتيب الأول كل من "تدريب الطلاب على إنتاج المواد الإعلامية المختلفة"، و"إجراء دورات تدريبية للطلاب في التربية الإعلامية" بوزن مئوي بلغت نسبته 12٪، وجاء في الترتيب الثاني "مواكبة الجامعة لثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال" بوزن مئوي بلغ 9,4٪، أما في الترتيب الثالث فجاء "عقد ندوات وورش عمل بين الطلاب والمتخصصين في التربية الإعلامية" بوزن مئوي 9,3٪.
- يليه كل من "الاهتمام بالأنشطة الإعلامية داخل الجامعة"، و"توفير كوادر مدربة على تدريس التربية الإعلامية" بالترتيب الرابع بوزن مئوي 8,8٪، وجاء في الترتيب الخامس "عمل مسابقات بين الطلاب في تحليل ونقد إنتاج الرسائل الإعلامية" بوزن مئوي بلغت نسبته 7,3٪، وجاء في الترتيب السادس كل من "الجامعة تقع عليها مسئولية كبيرة في تطبيق آليات التربية الإعلامية"، و"تدريب الطلاب على التفكير النقدي لما تقدمه وسائل الإعلام" بوزن مئوي بلغ 6,9٪.
- بينما جاء في الترتيب السابع "الجامعة يجب أن تعي أهمية التربية الإعلامية" بنسبة 6,8٪، أما بالترتيب الثامن فجاء "التعاون مع المؤسسات الأخرى الداعمة للتربية الإعلامية" بنسبة 5٪، وفي الترتيب التاسع والأخير "توفير مناهج دراسية في التربية الإعلامية"، و"تدريب الطلاب على الاستخدام الآمن لتكنولوجيا الاتصال" بنسبة 3,7٪.

المحور الثاني: أهمية التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية

9- أهمية التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية

جدول (11) يوضح

أهمية التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية

درجة الأهمية	المتوسط الحسابي	غير مهم		محايد		مهم		درجة الاهتمام	العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك		
مهم	1,77	2,1	4	19,3	37	78,6	151	تعريف الأجيال الناشئة بالتحويلات الحضارية والتحديات الإعلامية المعاصرة	
مهم	1,59	6,8	13	27,1	52	66,1	127	مواجهة التأثيرات السلبية للإعلام	
مهم	1,40	11,5	22	37,0	71	51,6	99	مواجهة الانحلال الأخلاقي	
غير مهم	0,16	90,1	173	4,2	8	5,7	11	مواجهة الغزو الثقافي	
مهم	1,88	2,1	4	7,8	15	90,0	173	تلبية حاجة الطالب الجامعي المعرفية والترفيهية والفكرية	
مهم	1,80	2,1	4	8,9	17	89,1	171	إبراز دور القيم في توجيه السلوك الجامعي	
محايد	1,13	1,6	3	87,5	168	10,9	21	تنمية روح المواطنة لدى الطالب	
محايد	1,03	2,6	5	52,1	100	45,3	87	تنمية القدرة على الانفتاح الفكري على الآخر والتفاعل الإيجابي مع الإعلام	
مهم	1,26	34,9	67	4,7	9	60,4	116	الإسهام في ربط المنهج الدراسي بالحياة المعاصرة	
مهم	1,28	32,8	63	6,3	12	60,9	117	تنمية الوعي الإعلامي لمواجهة تدفق المعلومات وانتشارها	
مهم	13,3	ن=192						الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق أن استجابات النخبة الأكاديمية حول أهمية التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية جاءت كالآتي:

- جاء بالترتيب الأول أهميتها في "تلبية حاجة الطالب الجامعي المعرفية والترفيهية والفكرية" بمتوسط حسابي بلغ (1,88)، يليها بالترتيب الثاني في الأهمية "إبراز دور القيم في توجيه السلوك الجامعي" بمتوسط بلغ (1,80)، واحتلت "تعريف

الأجيال الناشئة بالتحويلات الحضارية والتحديات الإعلامية المعاصرة" الترتيب الثالث بمتوسط بلغ (1,77).

- بالترتيب الرابع جاءت "مواجهة التأثيرات السلبية للإعلام" من وجهة نظر النخبة الأكاديمية حيث حصلت على متوسط حسابي بلغ (1,59)، أما في الترتيب الخامس فجاءت "مواجهة الانحلال الأخلاقي" بمتوسط بلغ (1,40)، وتليها بالترتيب السادس "تنمية الوعي الإعلامي لمواجهة تدفق المعلومات وانتشارها" بمتوسط حسابي (1,28).

- كذلك جاء بالترتيب السابع من أهمية التربية الإعلامية "الإسهام في ربط المنهج الدراسي بالحياة المعاصرة" بمتوسط حسابي (1,26)، وبالترتيب الثامن وبدرجة أهمية محايد جاءت "تنمية روح المواطنة لدى الطالب" بمتوسط حسابي (1,13)، وفي الترتيب التاسع بنفس درجة الأهمية جاءت "تنمية القدرة على الانفتاح الفكري على الآخر والتفاعل الإيجابي مع الإعلام" بمتوسط (1,03)، وبدرجة أهمية غير مهم جاءت "مواجهة الغزو الثقافى" بمتوسط حسابي (0,16).

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة كل من أحمد جاب الله (2017) ودراسة buvkinghan (2015)، في الإشارة إلى أهمية التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية التي تتم من خلال توعية القدرة على التقويم لما يتعرضون له من خلال وسائل الإعلام المختلفة، وتنمية التذوق الجمالي والنقدى لديهم، والسعي نحو تدعيم التفكير الناقد لمصادر الإعلام والمعلومات.

10- أهداف التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية جدول (12) يوضح

أهداف التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية

درجة الأهمية	المتوسط الحسابي	غير مهم		محايد		مهم		درجة الاهتمام الأهداف
		%	ك	%	ك	%	ك	
مهم	1,17	32,3	62	15,1	29	52,6	101	تزويد الطلاب بمحتوى مناسب من الثقافة الإعلامية
مهم	1,27	32,2	62	8,9	17	58,9	113	إكساب الطلاب المهارات اللازمة للتعامل مع وسائل الإعلام
مهم	1,42	22,9	44	12,5	24	64,6	124	تحقيق التكامل بين المؤسسات الإعلامية والتربوية
مهم	3,86	ن=192						الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن استجابات النخبة الأكاديمية، حول أهداف التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية جاءت كالآتي:

جاء في الترتيب الأول "تحقيق التكامل بين المؤسسات الإعلامية والتربوية" بمتوسط حسابي بلغ (1,42)، وفي الترتيب الثاني "إكساب الطلاب المهارات اللازمة للتعامل مع وسائل الإعلام" بمتوسط بلغ (1,27)، ثم "تزويد الطلاب بمحتوى مناسب من الثقافة الإعلامية" في الترتيب الثالث والأخير بمتوسط بلغ (1,17).

وتتفق هذه النتيجة مع كل من Ito, M., Horst, Bittanti, Boyd, Herr- Hagood, M.C., Stephenseon, Lange, Pascoe, & Robinson, L. (2013). Lin, S. Leander, K.M., Luke, C., Mackey, M., & Nixon, H. (2013). S. (2011)، التي أشارت إلى أن التربية الإعلامية تهدف إلى غرس المبادئ الأساسية للإعلام في نفوس الطلاب من خلال تزويدهم بالمشاركة الحيوية والخبرات الفعّالة للتعامل مع وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، وتساعد التربية الإعلامية الطلاب على استكشاف شكل الإعلام ومحتواه، وفهم الأيدولوجيات المتضمنة في الإعلام، وبناء السياق اللازم للفهم الشخصي لأشكال الإعلام، أيضًا مساعدة الطلاب على اكتساب المهارات اللازمة للحصول على الرسائل وتحليلها وتقويمها والتعبير عنها بصور متعددة، والتوعية بالتطورات التكنولوجية، والمساعدة على فهم المصطلحات الإعلامية.

11- أبرز المعارف التي ينبغي أن يتضمنها محتوى التربية الإعلامية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية

جدول (13) يوضح

أبرز المعارف التي ينبغي أن يتضمنها محتوى التربية الإعلامية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية

درجة الأهمية	المتوسط الحسابي	غير مهم		محايد		مهم		درجة الاهتمام المعارف
		%	ك	%	ك	%	ك	
مهم	1,64	14,6	28	7,3	14	78,1	150	التعريف بمفاهيم الإعلام ووسائله
مهم	1,96	1,0	2	2,1	4	96,9	186	التعريف بمصادر المواد الإعلامية
غير مهم	0,34	74,0	142	18,2	35	7,8	15	التعريف بطرق عمل وسائل الإعلام
مهم	1,42	16,1	31	26,0	50	57,8	111	التعريف بأساليب التأثير الإعلامي
محايد	1,01	24,0	46	51,6	99	24,5	47	التعريف بالأهداف السياسية والثقافية والاجتماعية لمؤسسات الإعلام
مهم	13,3	ن=192						الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن استجابات النخبة الأكاديمية، حول أبرز المعارف التي ينبغي أن يتضمنها محتوى التربية الإعلامية جاءت كالآتي:

جاء في مقدمة تلك المعارف التي يجب أن تتضمنها محتويات التربية الإعلامية "التعريف بمصادر المواد الإعلامية" بمتوسط حسابي بلغ (1,96)، يليها بالترتيب الثاني من تلك المعارف "التعريف بمفاهيم الإعلام ووسائله" بمتوسط بلغ (1,64)، ثم "التعريف بأساليب التأثير الإعلامي" في الترتيب الثالث بمتوسط بلغ (1,42).

وفي الترتيب الرابع جاء "التعريف بالأهداف السياسية والثقافية والاجتماعية لمؤسسات الإعلام" من وجهة نظر النخبة الأكاديمية؛ حيث جاءت الاستجابة بمحايد بمتوسط حسابي بلغ (1,01)، أما في الترتيب الخامس فجاءت "مواجهة الانحلال الأخلاقي" بمتوسط بلغ (1,40)، وفي الترتيب السادس "التعريف بطرق عمل وسائل الإعلام" باستجابة غير مهم بمتوسط حسابي (0,34).

12- أهم المهارات التي ينبغي أن تسعى التربية الإعلامية إلى إكسابها لطلاب الجامعة من وجهة نظر النخبة الأكاديمية

جدول (14) يوضح

أهم المهارات التي ينبغي أن تسعى التربية الإعلامية إلى إكسابها لطلاب الجامعة

من وجهة نظر النخبة الأكاديمية

درجة الأهمية	المتوسط الحسابي	غير مهم		محايد		مهم		درجة الاهتمام	المهارات
		%	ك	%	ك	%	ك		
مهم	1,29	5,7	11	13,5	26	80,0	155	مهارة قراءة الرسالة الإعلامية وفك رموزها	
مهم	1,28	5,7	11	14,1	27	80,2	154	مهارة التفكير الناقد لمحتوى المواد الإعلامية	
مهم	1,25	12,5	24	14,1	27	73,4	141	مهارة اتخاذ القرار المناسب بشأن المضامين الإعلامية	
محايد	0,99	14,6	28	42,7	82	42,7	82	مهارة المشاركة في إنتاج البرامج الإعلامية	
مهم	4,81	ن=192						الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق أن استجابات النخبة الأكاديمية حول أهم المهارات التي ينبغي أن تسعى التربية الإعلامية إلى إكسابها لطلاب الجامعة جاءت كالآتي:

جاء في مقدمة تلك المهارات التي يجب أن تسعى التربية الإعلامية إلى إكسابها لطلابها "مهارة قراءة الرسالة الإعلامية وفك رموزها" بمتوسط حسابي بلغ (1,29)، تليها بالترتيب الثاني من تلك المهارات "مهارة التفكير الناقد لمحتوى المواد الإعلامية" بمتوسط بلغ

(1,28)، واحتلت "مهارة اتخاذ القرار المناسب بشأن المضامين الإعلامية" الترتيب الثالث بمتوسط بلغ (1,25)، وفي الترتيب الرابع جاءت "مهارة المشاركة في إنتاج البرامج الإعلامية" من وجهة نظر النخبة الأكاديمية حيث حصلت على استجابة محايد بمتوسط حسابي بلغ (0,99).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة buckinghan(2015)، ودراسة lee(2016)، وأحمد جاب الله 2017، ودراسة أبو المجد 2012، التي أشارت إلى أن التربية الإعلامية تسعى إلى تنمية مهارة التفكير الناقد لمحتوى المواد الإعلامية، ومهارة المشاركة في إنتاج البرامج الإعلامية، ومهارة اتخاذ القرار المناسب بشأن المضامين الإعلامية.

المحور الثالث: آليات تحقيق التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية

13- أساليب تحقيق التربية الإعلامية لأهدافها في المرحلة الجامعية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية

جدول (15) يوضح

أساليب تحقيق التربية الإعلامية لأهدافها في الجامعة في المرحلة الجامعية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية

الاستجابة	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		الاستجابة العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
محايد	1,06	27,1	52	40,1	77	32,8	63	وضع أهداف التربية الإعلامية متسقة مع أهداف المرحلة الجامعية
موافق	1,60	15,1	29	9,4	18	75,5	145	تصميم برامج التربية الإعلامية بإشراك متخصصين في مجالي التربية والإعلام
موافق	1,94	1,6	3	3,1	6	95,3	183	الاستعانة بالنخبة الأكاديمية "الدوليين" في مجال التربية الإعلامية لتصميم برامج التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية
معارض	0,14	90,1	173	5,7	11	4,2	8	إدخال التربية الإعلامية كمقرر دراسي ضمن متطلبات الجامعة
موافق	1,58	13,0	25	16,1	31	70,8	136	تضمن التربية الإعلامية كموضوعات ضمن المقررات الدراسية الجامعية
موافق	1,35	1,0	2	12,5	24	86,5	166	استهداف جميع طلاب المرحلة الجامعية بالتربية الإعلامية
محايد	1,09	20,8	40	33,9	68	45,3	87	توفير الإمكانيات المادية اللازمة للتربية الإعلامية في المرحلة الجامعية
محايد	1,16	14,6	28	34,9	67	50,5	97	تأهيل أعضاء هيئة التدريس لتحقيق

رسالة التربية الإعلامية								
موافق	1,59	7,3	14	16,7	32	76,0	146	الاستفادة من الأنشطة الطلابية لتحقيق التربية الإعلامية
موافق	1,19	26,0	50	29,2	56	44,8	86	إنشاء قنوات إعلامية داخل الجامعة تتيح للطلاب فرصة المشاركة والتعبير عن الرأي
معارض	0,81	44,3	85	30,2	58	25,5	49	تنفيذ دورات تدريبية للطلاب في مجالات التربية الإعلامية المختلفة
موافق	1,47	17,7	34	17,2	33	65,1	125	عقد ندوات داخل الجامعة يشارك فيها الطالب في مجال قراءة الرسائل الإعلامية وتحليلها ونقدها ونشر ثقافة التربية الإعلامية
موافق	1,58	4,2	8	33,9	65	62,0	119	حث أعضاء هيئة التدريس وطلاب الجامعة على إجراء البحوث في مجال التربية الإعلامية
موافق	1,52	9,4	18	29,2	56	62,5	118	تشجيع طلاب الجامعة على المشاركة وإبداء الرأي بالوسائل الإعلامية المختلفة
موافق	18,08	ن=192					الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق أن استجابات النخبة الأكاديمية حول أساليب تحقيق التربية الإعلامية لأهدافها في المرحلة الجامعية جاءت كالآتي:

جاء في الترتيب الأول من تلك الأساليب باستجابة الموافقة على "الاستعانة بالنخبة الأكاديمية" الدوليين" في مجال التربية الإعلامية لتصميم برامج التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية" بمتوسط حسابي بلغ (1,94)، يليها في الترتيب الثاني "تصميم برامج التربية الإعلامية بإشراك متخصصين في مجالي التربية والإعلام" بمتوسط بلغ (1,60)، واحتلت "الاستفادة من الأنشطة الطلابية لتحقيق التربية الإعلامية" الترتيب الثالث من تلك الأساليب بمتوسط بلغ (1,59)، وفي الترتيب الأخير جاء أسلوب "إدخال التربية الإعلامية كمقرر دراسي ضمن متطلبات الجامعة" باتجاه معارض، الذي جاء بمتوسط حسابي (0,14).

ثانياً: نتائج التحقق من صحة الفروض:

في ضوء أهداف الدراسة وفروضها تُعرض نتائج التحقق من صحة الفروض كما يلي:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة الدرجة العلمية للنخبة الأكاديمية "مدرس- أستاذ مساعد- أستاذ- أستاذ متفرغ" واتجاهاتهم نحو أساليب تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات

جدول (16)

تحليل التباين أحادي الاتجاه (OnWay-ANOVA) بين متوسطات درجات

النخبة الأكاديمية حول أساليب تفعيل مبادئ التربية الإعلامية تبعاً لاختلاف الدرجة العلمية

الدلالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
دالة عند 0,05	2,667	0,681	3	2,044	بين المجموعات
		0,255	188	48,034	داخل المجموعات
		-	191	50,078	المجموع

مما سبق يتضح وجود فروق في رأي النخبة الأكاديمية لتفعيل مبادئ التربية الإعلامية، وذلك تبعاً لاختلاف الدرجة العلمية (مدرس- أستاذ مساعد- أستاذ- أستاذ متفرغ)، حيث بلغت قيمة ف = (2,667) وهذه قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة = 0,05، وعليه يُقبل الفرض القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة الدرجة العلمية للنخبة الأكاديمية "مدرس- أستاذ مساعد- أستاذ- أستاذ متفرغ" واتجاهاتهم نحو أساليب تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات.

جدول (17)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات حول أساليب تفعيل مبادئ التربية الإعلامية

لدى طلاب المرحلة الجامعية تبعاً لاختلاف الدرجة العلمية للنخبة الأكاديمية

المجموعات	مدرس	أستاذ مساعد	أستاذ	أستاذ متفرغ
مدرس	-	0,089	*0,224	**0,255
أستاذ مساعد	0,089	-	0,031	0,166
أستاذ	*0,224	0,031	-	0,135
أستاذ متفرغ	**0,255	0,166	0,135	-

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات النخبة الأكاديمية أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين

المدرس والأستاذ المتفرغ بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ($0,255^{**}$) لصالح المدرس، وهو فرق دال إحصائيًا عند مستوى دلالة $0,01$ ، كما ظهر أن هناك اختلافًا بين الأستاذ والمدرس بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ ($0,224^{**}$) لصالح المدرس من النخبة الأكاديمية وهو فرق دال إحصائيًا عند مستوى دلالة 0.05 .

وترجع الباحثة ذلك إلى أن موضوع التربية الإعلامية من الموضوعات الحديثة في مجال الإعلام بشكل عام والإعلام التربوي بشكل خاص؛ الأمر الذي جعل فئة المدرسين من أعضاء هيئة التدريس أكثر ارتباطًا بتلك الموضوعات في مجالات البحث والدراسة. الفرض الثاني: توجد فروق بين اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو أساليب تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات تبعًا لسنوات الخبرة

جدول (18)

تحليل التباين أحادي الاتجاه (OnWay-ANOVA) بين متوسطات درجات

النخبة الأكاديمية نحو أساليب تفعيل مبادئ التربية الإعلامية تبعًا لاختلاف سنوات الخبرة

الدالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
دالة عند $0,01$	4,983	1,436	3	4,307	بين المجموعات
		0,288	188	54,172	داخل المجموعات
		-	191	58,479	المجموع

مما سبق يتضح وجود فروق بين اتجاهات النخبة الأكاديمية حول أساليب تفعيل مبادئ التربية الإعلامية، وذلك تبعًا لاختلاف سنوات الخبرة؛ حيث بلغت قيمة ف = ($4,983$)، وهذه قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة $0,01$ ، وعليه يُقبل الفرض القائل: توجد فروق بين اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو أساليب تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات تبعًا لسنوات الخبرة، ولمعرفة مصدر الفروق ودلالاتها بين المتوسطات الحسابية لمجموعات النخبة الأكاديمية، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (19)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات

حول أساليب تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات تبعاً لاختلاف سنوات النخبة الأكاديمية

المجموعات	من سنة إلى 5 سنوات	من 6-10 سنوات	من 11-15 سنة	أكثر من 16 سنة
من سنة إلى 5 سنوات	-	*0,231	0,050	**0,473
من 6-10 سنوات	*0,231	-	0,181	*0,242
من 11-15 سنة	0,050	0,181	-	0,123
أكثر من 16 سنة	**0,473	*0,242	0,123	-

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات النخبة الأكاديمية أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين النخبة الأكاديمية ذوي الخبرة الأقل من 5 سنوات وذوي الخبرة من 6-10 سنوات، بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ (0,231*) لصالح ذوي الخبرة "من سنة إلى 5 سنوات"، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05، كما ظهر أن هناك اختلافاً بين ذوي الخبرة الأقل من 5 سنوات وذوي الخبر الأكثر من 16 سنة للخبراء بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ (0,473**) لصالح ذوي الخبرة "من سنة إلى 5 سنوات"، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0,01، بينما جاء اختلاف بين الخبراء من 6-10 سنوات والنخبة الأكاديمية ذوي الخبرة الأكثر من 16 سنة بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ (0,242*) لصالح النخبة الأكاديمية ذوي الخبرة "من 6-10 سنوات"، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0,05.

الفرض الثالث: يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات النخبة الأكاديمية بالجامعات الخاصة ومتوسطات درجات النخبة الأكاديمية بالجامعات الحكومية نحو أساليب تفعيل

مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات

جدول (20)

نتائج اختبار (ت) T-test لدلالة الفروق بين درجات النخبة بالجامعات الخاصة والنخبة الأكاديمية بالجامعات الحكومية في اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات وفقاً لاختلاف

النوع

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
الحكومية	147	2,28	0,551	3,606	190	دالة عند 0,01
الخاصة	53	2,60	0,495			

مما سبق يتضح أنه توجد فروق بين رأي النخبة الأكاديمية من العاملين بالجامعات الخاصة والحكومية حول أكثر أساليب تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات، فقد جاءت قيمة "ت" = 3,606 لصالح النخبة بالجامعات الخاصة، وعليه يُقبل الفرض القائل: يوجد فرق دال إحصائيًا بين متوسطات درجات النخبة الأكاديمية بالجامعات الخاصة ومتوسطات درجات النخبة الأكاديمية بالجامعات الحكومية نحو أساليب تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات.

النتائج العامة للدراسة:

توصلت الدراسة إلى عديد من الدلالات والاستنتاجات يمكن عرضها على النحو الآتي:

- جاءت "ورش العمل"، و"المناقشة والحوار وتبادل وجهات النظر بين الطلاب والمعلم"، و"التجربة الفعلية من خلال إنتاج مواد إعلامية يشارك بها الطلاب كأفضل طريقة لتدريس التربية الإعلامية للطلاب، بينما جاءت طريقة "الإلقاء من خلال محاضرات يلقيها المعلم للطلاب" في مؤخرة طرق التدريس، وقد يكون ذلك لأن الطلاب لا يميلون إلى التدريس في الطريقة التقليدية في إلقاء المحاضرات، ولكنهم يسعون إلى التعلم من خلال الممارسة والمناقشة والحوار لما له من فاعلية في إكسابهم عديد من المهارات والمعلومات التي يرغبون في معرفتها، وذلك ما تهدف إليه الاتجاهات الحديثة في التعليم.

- جاء تدريب الطلاب على التعامل مع المضمون الإعلامي من خلال "الاستعانة بوسائل الإيضاح والشرح الجذابة لتسهيل عملية تدريب الطلاب"، و"التقييم المستمر للطلاب لمعرفة مدى إكسابهم معايير التربية الإعلامية"، و"توعية الطلاب بأخلاقيات العمل الإعلامي".

وترى الباحثة أن توظيف النخبة الأكاديمية لهذه الوسائل المختلفة جزء مهم ضمن مسؤولياتهم تجاه الطلاب للتوعية بالتربية الإعلامية لما لها من تأثير على ميولهم واتجاهاتهم وأفكارهم؛ لذا نجد أن النخبة تشجع الطلاب على إنتاج المواد الإعلامية المرتبطة بمشكلاتهم وقضاياهم، و"توعية الطلاب بتأثيرات الإعلام الإيجابية والسلبية".

- وأوضحت النتائج أن أكثر المخاطر التي تراها النخبة الأكاديمية للتعامل غير الواعي للطلاب مع وسائل الإعلام هي "تحفيز الغرائز الجنسية"، و"تحفيز الميول العدوانية"، و"انعزال الطلاب عن قضايا المجتمع"، و"التأخر في الدراسة"، و"هدم القيم الاجتماعية والدينية"، و"اللامبالاة السلبية"، وتلك المخاطر من أهم التأثيرات السلبية الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام دون وجود ثقافة التربية الإعلامية

لدى الشباب الجامعي؛ لذا ترى الباحثة أنه من المهم أن تصبح مادة التربية الإعلامية ضمن المقررات الأساسية للتعليم الجامعي لما يترتب على عدم معرفة الطالب لها من مخاطر عديدة التي تراها النخبة الأكاديمية.

- وأشارت النتائج إلى أن أهم المهارات التي تسعى التربية الإعلامية إلى إكسابها لطلاب الجامعة: "مهاراة قراءة الرسالة الإعلامية وفك رموزها"، و"مهاراة التفكير الناقد لمحتوى المواد الإعلامية"، و"مهاراة اتخاذ القرار المناسب بشأن المضامين الإعلامية".

وترى الباحثة أن النخبة تسعى دائماً إلى تحقيق تلك المهارات لدى الطلاب؛ لأنها من أهم مهارات التربية الإعلامية، التي إذا عرفها الطالب استطاع أن يتعامل مع وسائل الإعلام المختلفة من حيث نقد المحتوى المقدم وفك الرسائل غير المعلنة بشكل غير مباشر في وسائل الإعلام؛ الأمر الذي يترتب عليه في النهاية إمكانية المتلقي لاتخاذ القرار المناسب لما هو سلبى وإيجابى في الرسائل الإعلامية المطروحة والمقدمة إليه.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة الدرجة العلمية للنخبة الأكاديمية "مدرس- أستاذ مساعد- أستاذ- أستاذ متفرغ" واتجاهاتهم نحو أساليب تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات.
- توجد فروق بين اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو أساليب تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات تبعاً لسنوات الخبرة.
- يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات النخبة الأكاديمية بالجامعات الخاصة ومتوسطات درجات النخبة الأكاديمية بالجامعات الحكومية نحو أساليب تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات.

التوصيات والمقترحات:

بناءً على ما تقدم، تُوصي الباحثة بالآتي:

- السعي لتكوين نظرة نقدية واعية لدى طلبة الجامعات في تعاملهم مع سبل مضامين وسائل الإعلام الكلاسيكية والجديدة.
- إكساب طلبة الجامعات الوعي التام في تعاملهم مع الوسائل الإعلامية المختلفة.
- تصميم مقررات إعلامية (إجبارية) لطلبة الجامعة كلهم باختلاف تخصصاتهم، تهدف إلى إشراك الطلبة في تصميم المضامين الإعلامية الهادفة وإنتاجها بطرق مختلفة، وبنها في وسائل الإعلام.

- تنظيم فعاليات ومناشط جامعية تهدف إلى نشر الوعي بالتأثيرات السلبية للمضامين الرخيصة والغثّة في وسائل الإعلام المختلفة التي تتعارض مع القيم الدينيّة والثقافية المعتبرة في المجتمع.
- إصدار ميثاق شرف وطني يُعنى باستخدام الإعلام الجديد ومنصّات التواصل الاجتماعي الشخصية وفق الأخلاقيات والضوابط المهنية المعتمدة.
- تضافر جهود المؤسسات كافة لتحقيق هدف التربية الإعلامية، ذلك ابتداءً بمؤسسة الأسرة، فالمدارس والمعاهد والجامعات، ثم المساجد والمؤسسات الاجتماعية والثقافية المختلفة وُصولاً إلى الجهات التشريعية والإعلاميين والمؤثرين ووسائل الإعلام المختلفة.
- تصميم مقررات جامعية ضمن مقررات المتطلبات العامة تهدف إلى احترام النظم الاجتماعية، والابتعاد عن السلوكيات والتصرفات غير المقبولة دينياً واجتماعياً وإنسانياً، وذلك بهدف تعزيز الأخلاقيات السامية والارتقاء بالذوق العام، وعليه الابتعاد عن المحتوى الاتصالي الهابط.
- وضع استراتيجية وطنية للتربية الإعلامية تتعاون فيها مختلف الجهات ذات العلاقة، ابتداءً بوزارة التربية والتعليم والتعليم العالي، ووزارة الثقافة الشباب والرياضة، والمعاهد والجامعات، والمؤسسات الإعلامية المختلفة، والمراكز والجمعيات الشبابية والتطوعية... إلخ، وذلك لمعالجة الموضوع من مختلف زواياه.

قائمة المراجع:

- 1- الخيني، محمد رمضان محمد (2019)، التأثيرات المختلفة للتربية الإعلامية الرقمية على المراهقين -دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة.
- 2- البرصان، إلهام أحمد سليم (2019)، إدراك مدرسي المرحلة الثانوية في الأردن لمفهوم ومبادئ التربية الإعلامية: دراسة مسحية، ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام.
- 3- محمود، هالة سمير محمد (2019)، دور وسائل الاتصال في تشكيل مفهوم التربية الإعلامية في المدارس المصرية، دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
- 4- Francis, R. J. (2018). Media Education In The New Media Age: An Investigation Into The Implications Of New Media In Media Literacy Enhancement Among Undergraduates, PhD Thesis, University of Oxford: UK.
- 5- Albawardi, A. (2017). Digital Media Literacy Practices Of Saudi Female University Students: Insights From New Media Role In Media Literacy Development And Proliferation, MA Thesis, University of Reading, UK.
- 6- Gui, M., Fasoli, M., & Carradore, R. (2017). "New Media Well-Being": Developing and Using New Media Tools For Media Literacy Among Undergraduates. Italian Journal of Sociology of Education, 9(1), 155-173. doi: 10.14658/pupj-ijse-2017-1-8
- 7- العسكري، هناء راضي مصطفى (2017)، دور القوائم بالاتصال في الإعلام المدرسي في توعية طلاب المرحلة الثانوية بمفاهيم التربية الإعلامية، ماجستير غير منشورة، جامعة المنوفية، كلية التربية النوعية.
- 8- علي، هناء السيد محمد، البريدي، سكرة علي حسن، سالم، دعاء عبدالله محمد (2017)، ممارسة أنشطة الإعلام التربوي وعلاقتها بتمية مهارات التربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الثانوية، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية: ع 10 (أبريل 2017) ج 1، م 1، (32-3).
- 9- Hoffman, M. E. (2016). Media Literacy And New Media Usage In Higher Education, MA Thesis, University of Missouri-Columbia: USA.
- 10- Schilder, E. A. M. (2015). Perceptions of Media Literacy Through The Utilization of New Media Among Undergraduate Students: A Mixed Methods Study, PhD Thesis, Virginia Polytechnic Institute and State University, Virginia: USA.
- 11- محمد، أحمد جمال حسن (2015)، التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية، ماجستير غير منشورة، جامعة المنيا، كلية التربية النوعية.
- 12- Chu, D., & Chu, S. (2015). Media Education Awareness In The Age Of New Media: A Case Study Of Undergraduate Students In Hong Kong. ASSIST; 6 (14).

- 13- Bucht, C. (2014). Media Education Development Among Youth According to New Media Proceedings: A Pilot Study. *Children, Youth & Media in the World*; 3 (11).
- 14- Imaizumi, K. S., & Seiji, W. (2014). Academic Standards of Media Education in Japanese Faculties: Present and Future. *Japan Prize International Educational Research Journal*; 11 (2).
- 15- Aaltonen, T. (2014). Finnish Media Education: Development of Media Education Awareness among University Students. Finnish National Audiovisual Institute. Finland.
- 16- أبو المجد، مها عبد الفتاح (2012)، تصور مقترح للتربية الإعلامية في مدارس التعليم الثانوي في جمهورية مصر العربية في ضوء بعض الخبرات الدولية، ماجستير غير منشورة، جامعة أسوان، كلية التربية.
- 17- Francis, R. J. (2018). Media education in The New Media Age: An Investigation Into The Implications Of New Media In Media Literacy Enhancement Among Undergraduates, phd Thesis, University of Oxford: UK, 13.
- 18- Palmer, L.S. (2017). "The State Of Media Education Implementation In Rochester, NY Colleges, MA Thesis, Rochester Institute of Technology, P5.
- 19- Buckingham, D. (2016). Media Education: Literacy, Learning And Contemporary Culture. Cambridge, UK: Polity: 1.
- 20- Buckingham, D., Grahame, J. & Sefton-Green, J. (2015) Making Media: Practical Production In Media Education. London: English and Media Centre, p69.
- 21- Imaizumi, K. S., & Seiji, W. (2014). OP.CIT, p.49.
- 22- Lee, A. Y. L. (2016). From communication power shift to media education paradigm change: The case of Hong Kong. *Journal of Media Literacy*, 57(1-2), p69.
- 23- Aguaded, J.I. (2014). United Nations aiming at Media Literacy Education. *Comunicar*, 38, 7-8. DOI: <http://dx.doi.org/10.3916/C38-2014-01-01>
- 24- McBrien, J. L. (2013). New Texts, New Tools: An Argument For Media Literacy. *Educational Leadership*, 57(2), p76.
- 25- Selwyn, N. (2013) Exploring the 'digital disconnect' between net-savvy students and their schools, *Learning, Media and Technology*, 31(1), p 5.
- 26- Kubey, R. (2011). Obstacles to the development of media education in the United States . *Journal of Communication*, 48(1), p58.

- 27- Lee, A. Y. L. & Mok, E. (2014). Media education in postcolonial Hong Kong: Cultivating critical young minds. In A. Nowak, S. Abel & K. Ross (Eds.), Rethinking media education: Critical pedagogy and identity politics. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- 28- Chen, G. M., & Dai, X-d. (2017). New media and asymmetry in cultural identity negotiation. In P. H. Cheong, J. N. Martin, & L. Macfadyen, L. (Eds.), New Media and Intercultural Communication: Identity, Community and Politics. New York: Peter Lang, p29.
- 29- Ito, M., Horst, H., Bittanti, M., Boyd, D., Herr-Stephenseon, B., Lange, P.G., Pascoe, C.J., & Robinson, L. (2013) Living and learning with new media: Summary of findings from the digital youth project. Chicago, IL: John D. and Catherine T. MacArthur Foundation.
- 30- Hagood, M.C., Leander, K.M., Luke, C., Mackey, M., & Nixon, H. (2013). Media and online literacy studies (New directions in research). Reading Research Quarterly, 38(3), 388-413.
- 31- Lin, S. S. (2011). Learning through prosuming: Insights from media literacy programmes in Asia. Science, Technology and Society, 13(2): p259.
- 32- Sonia Livingstone and Yinhan Wang. (2013) Media Policy Brief 2, Media literacy and the Communications Act. Available: www2.lse.ac.uk/media@lse/documents/MPP/LSE-Media-Policy-Brief-2-Updated.pdf.
- 33- Thoman, E., and T. Jolls. (2014). Media Literacy—A National Priority For A Changing World. American Behavioral Scientist 48 (1): p18.
- 34- أحمد جاب الله (2017). "تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكاديمية". رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة بنها، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي.
- 35- Brown, J. A. (2012). Television "Critical Viewing Skills" Education: Major Media Literacy Projects in the United States and Selected Countries. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- 36- Jospin, L. (2013). Media education and democracy. In C. Bazalgette, E. Bevort, & J. Savino (Eds.), New directions: Media education worldwide (pp. 212-215). London: British Film Institute/Paris: CLEMI.

(* قائمة السادة المحكمين:

أ.د/سامي طابع: أستاذ العلاقات العامة والإعلان- كلية الإعلام- جامعة القاهرة.

أ.د/ حنان جنيد: أستاذ العلاقات العامة والإعلان- كلية الإعلام- جامعة القاهرة.

أ.د/ السيد بهنسي: أستاذ الإعلام- كلية الآداب- جامعة عين شمس.

أ.د/ خالد صلاح الدين: أستاذ الإذاعة والتلفزيون- كلية الإعلام- جامعة القاهرة.

أ.د/ اعتماد خلف: أستاذ الإعلام- كلية الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس.

- 37- Share, J. (2013). Media literacy is elementary: Teaching youth to critically read and create media. New York, NY: Peter Lang, P. 119.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof.Ghanem Alsaaed

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editor-in-chief:Prof. Reda Abdelwaged Amin

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof.Fahd Al-Askar

- Vice-President of Imam Muhammad bin Saud University for Graduate Studies and Scientific Research (Kingdom of Saudi Arabia)

Prof.Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof.Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Dean of the Faculty of Mass Communication, Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Dr.Mohamed Fouad El Dahrawy

Lecturer at Public Relations and Advertising Department, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ramy Gamal: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Language checker: Gamal Abogabal: Demonstrator at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Designed by : Mohammed Kamel - Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

Correspondences

● Issue 55 October 2020 - part 6

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.