

# تصور مقترح لتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية في إطار رؤية مصر 2030

د.ساره فايز عبد المسيح\*

## ملخص البحث

يهدف البحث الحالي إلى تقديم تصور مقترح لتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية في ضوء رؤية مصر 2030، وتسليط الضوء على رؤية أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي لواقع التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية، ومدى إدراك أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي لأهمية تطبيق التربية الإعلامية في المدارس الإعدادية، والكشف عن اتجاهات أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي تجاه التصور المقترح، ومدى وعيهم بأهمية تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية.

وينتمي البحث إلى الدراسات الوصفية التحليلية، حيث طبقت الدراسة على عينة من أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي بمحافظة القاهرة والجيزة قوامها 150 مفردة، واستعانت الباحثة بمقياس ليكرت الثلاثي لتصميم مقاييس الدراسة كما اعتمدت الباحثة على أداة الاستبيان لجمع البيانات والمعلومات من عينة الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

- 1- يمتلك أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي الوعي بأهمية تطبيق التربية الإعلامية في المدارس الإعدادية وذلك بمتوسط 2.94، وانحراف معياري 0.15، وبوزن نسبي 98%، مما يشير إلى إيجابية اتجاه عينة الدراسة تجاه التربية الإعلامية وأهميتها بالنسبة للطلاب.
- 2- جاءت اتجاهات عينة الدراسة تجاه التصور المقترح للتربية الإعلامية إيجابية، حيث جاءت بمتوسط إجمالي 2.91، وانحراف معياري 0.17، ووزن نسبي 97%، كما سجلت بنود المقياس متوسطات مرتفعة.
- 3- تقاربت اتجاهات عينة الدراسة تجاه واقع التربية الإعلامية في المدارس، وجاءت بمتوسط إجمالي ضعيف 1.30 مقارنة بالمقياس الثاني والمقياس الثالث، مما يشير إلى أن التربية الإعلامية ليس لها وجود في المدارس، وأن ما يقدم من التربية الإعلامية في المدارس مجرد فقرات إذاعية أو ندوات تتناول بعض المفاهيم النظرية للتربية الإعلامية.
- 4- لا توجد فروق بين متوسطات أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي تجاه مقاييس الدراسة ترجع إلى متغير الوظيفة ومتغير عدد سنوات الخبرة، بينما توجد فروق بين متوسطات أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي تجاه المقياس الثاني والمقياس الثالث ترجع إلى متغير النوع وذلك لصالح الإناث.

\* مدرس بقسم الإعلام ب كلية التربية النوعية – جامعة القاهرة

## **A suggested vision for enforcement the media literacy in the middle schools within the frame of Egypt's vision 2030.**

### **Abstract**

The current research aims to present a suggested vision for the implementation of media literacy in the middle schools in the frame of Egypt's vision 2030, and focus on the reality of media literacy in the middle schools, and the extent to which the educational media specialist and supervisor are aware of the importance of applying media literacy, and to reveal the trends of educational media specialists and supervisors towards perception The proposal, and their awareness of the importance of applying media education in schools. The research depends on the analytical descriptive studies, where the study was applied to a sample of educational media specialists and supervisors in the governorates of Cairo and Giza, consisting of 150 members.

The study reached a set of results, the most important of which are:

1- The educational media specialists and supervisors have awareness of the importance of applying media education in middle schools with an average of 2.94, a standard deviation of 0.15, and a relative weight of 98%, which indicates the positive attitude of the study sample towards media education and its importance for students.

2- The trends of the study sample towards the proposed perception of media education were positive, with a total mean of 2.91, a standard deviation of 0.17, and a relative weight of 97%, and the items of the measure recorded high averages.

3- Attitudes of the study sample towards the reality of media literacy in the middle schools converged, and came with a weak overall average of 1.30 compared to the second and third measures, which indicates that media education does not exist in the middle schools, and that what is presented from media education in schools are just radio paragraphs or seminars dealing with Theoretical concepts of media literacy.

4- There are no differences between the averages of the educational media specialists and supervisors towards the measures of study due to the variable of the job and the variable number of years of experience, while there are differences between the averages of the educational media specialist and supervisors towards the second measure and the third measure due to the gender variable in favor of females.

**Key Words: Media literacy, Media Education, Media information Literacy, Media Literate Person, Egypt's vision 2030.**

## مقدمة

يشهد العالم حالياً تطور رقمي غير مسبوق في تكنولوجيا الاتصال، وتدفق هائل للمعلومات والرسائل الإعلامية التي تهدف بعضها إلى العنف والإباحية والتجاوز على حدود الآخرين، والتنميط لبعض الأقليات والأجناس، وذلك من أجل تحقيق مشاهدات مرتفعة، والوصول إلى التريند، وبالتالي تحقيق أرباح مالية كبيرة، دون الالتزام بمعايير الأداء الإعلامي والمسئولية الإعلامية تجاه أفراد المجتمع وخاصة الأطفال والشباب.

وتتطلب هذه التطورات والتحديات اكتساب مهارات الاستخدام الواعي للمعلومات والرسائل الإعلامية، والتعامل مع الرسائل والمضامين الإعلامية بمنظور نقدي تحليلي، وتحقيق الاستفادة من الأدوات والوسائل الرقمية التي تمكن من الوصول إلى المعلومات وإرسالها والتفاعل معها.

فالمتقف إعلامياً هو مستخدم كفاء للوسائل التكنولوجية ولديه رؤية في التفاعل مع وسائل الإعلام والكشف عن أهداف القائم بالاتصال.

وترتكز رؤية مصر 2030 على بناء المواطن الإيجابي المثقف إعلامياً الذي يعمل على تنمية نفسه ومجتمعه، ومن هنا تبرز الحاجة أكثر من أي وقت مضى لأن تواكب نظم التعليم وأساليب طرق التدريس والتعلم المستحدثات التكنولوجية، ويحتاج أخصائيي الإعلام التربوي والطلاب أن يدركوا تأثيرات الرسائل والمضامين الإعلامية على مجتمعهم، وتعلم مهارات التفكير الناقد والتحليل والتقييم للرسائل والمضامين الإعلامية، ومن ثم فإن حصر مسئولية القائمين على الإعلام عن التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام في المتلقي لم تعد تواكب التطور التكنولوجي والإتساع المعلوماتي المتزايد، فإذا كانت المؤسسات الإعلامية مسئولة عما تقدمه فإن المتلقي مسئول أيضاً من خلال معايير استخدامه واستفادته من وسائل الإعلام.

وتسعى مؤسسات الدولة وخاصة المؤسسات التعليمية في عصرنا الحالي إلى تزويد الطلاب بمهارات متعددة تساعده في بناء شخصيته ليتفاعل مع متطلبات القرن الحادي والعشرين ورؤية مصر 2030 تجاه تمكين طلاب المدارس من الثقافة الإعلامية الواعية وتنمية الشعور بالولاء والانتماء للوطن والإحساس بالمسئولية تجاه الذات والمجتمع ككل، ويتطلب ذلك تكامل الأدوار بين المؤسسات التعليمية ووسائل الإعلام والأسرة كمؤسسات للتنشئة الاجتماعية، مما يساهم في تفعيل التربية الإعلامية وأهدافها.

وعلى الرغم من أهمية تفعيل التربية الإعلامية بالمدارس إلا أن التربية الإعلامية مازالت في حالة ضعف على مستوى العالم وخاصة في الدول النامية، وقد يرجع ذلك إلى التحديات الربحية والثقافية والتكنولوجية الرهيبة التي أصبحت مهيمنة على مستوى المؤسسات الإعلامية، والأسرة، والطلاب<sup>1</sup>.

وفي المجتمع المصري تحديدا نجد التربية الإعلامية بالمدارس مجرد نشاط يمارسه بعض الطلاب بأسلوب تقليدي قديم مثل إنتاج بعض النشرات، أو إعداد برنامج إذاعي، وتتحصر معرفة الطلاب للتربية الإعلامية في المعرفة النظرية البعيدة تماماً عن ممارسة التربية

الإعلامية ومبادئها، وبالتالي فهي بعيدة تماماً عن الأساليب الحديثة للتربية الإعلامية والتي يفرضها التطور التكنولوجي الذي يحفز تنمية التفكير الإبداعي والنقدي لدى الطلاب<sup>2</sup>.

وبناء على العرض السابق فإن وضع التربية الإعلامية كمقرر أساسي بالمدارس الإعدادية أصبح ضرورة قومية من حيث تشكيل الشخصية الواعية والقيادية التي لها دور وتأثير إيجابي على تنمية المجتمع، وهذا يأتي إنطلاقاً من رؤية الدولة المصرية 2030 حيث أكدت على أهمية بناء النشء فكرياً وثقافياً وإنسانياً لكي يكونوا شخصيات ذات تأثير فعال وإيجابي تجاه وسائل الإعلام وتحدياتها، ولذلك فإن إعداد تصور مقترح لتطبيق التربية الإعلامية كمقرر أساسي بالمدارس الإعدادية جاء متماثلاً مع أهداف الدولة المصرية نحو تحقيق الإرتقاء الانساني، وملئياً لاحتياجات طلاب المدارس لتحقيق الإنفتاح الثقافي والإتصال الفكري الآمن ونقل الخبرات والتداول المعلوماتي البناء بين أفراد المجتمع.

### مشكلة الدراسة

توجه الدولة المصرية في إطار رؤية مصر 2030 جميع مؤسساتها تجاه تبني أهداف التنمية المستدامة من أجل بناء المواطن الواعي للتحديات الثقافية والأخلاقية والفكرية والتكنولوجية، وذلك من منطلق المسؤولية الاجتماعية تجاه تقديم تربية إعلامية فعالة تعمل على تنمية الفكر والشخصية لدى طلاب المدارس.

ومن ثم يقع على عاتق المؤسسات التعليمية مسؤولية كبيرة لمواكبة التطورات التكنولوجية والتحديات التي تفرضها على طلاب المدارس، ولتقديم تربية إعلامية تعمل على تنمية مهاراتهم نحو التعامل الواعي مع وسائل الإتصال، ويشير الاهتمام المتزايد من قبل الباحثين إلى ضرورة تضمين التربية الإعلامية في المراحل التعليمية المختلفة بما يعكس أثره على وعي الطلاب، وتنمية شخصياتهم.

ولاحظت الباحثة - بحكم طبيعة عملها كمشرف أكاديمي على مادة التربية الميدانية بالمدارس الإعدادية- أن طلاب المرحلة الإعدادية ليس لديهم معرفة بالتربية الإعلامية ومبادئها، ويتشاركون المنشورات والتغريدات والفيديوهات والصور وغيرها من أشكال الرسائل الإعلامية التي تنقلها وسائل الإعلام التقليدية سواء المقروءة أو المرئية أو المسموعة دون أن يكون لديهم وعي بتأثيرات وأهداف تلك المضامين.

وجدير بالذكر أن طلاب المدارس من أكثر فئات المجتمع استخداماً لوسائل الإتصال الرقمية، مما ساهم في تشكيل أفكارهم وسلوكياتهم وممارستهم اليومية، وظهور العديد من السلوكيات السلبية التي تشمل التجاوزات الأخلاقية والإباحية، وإنتهاك خصوصية الآخرين، وابتزازهم إلكترونياً، وإنشاء الصفحات وغرف الدردشة المجانية التي تهدف إلى نشر أفكار متطرفة تحض على ممارسة العنف بكل صوره، وأيضاً غرف الدردشة المدفوعة التي توفر المزيد من الحماية والسرية والصعوبة في الوصول إليها من قبل الجهات الجنائية والقانونية، وذلك من أجل ممارسة الأنشطة المشبوهة والإتجار بالبشر، وغيرها من السلوكيات غير الآمنة، وتختفي تلك الجهات تحت ستار الحرية الرقمية عبر الفضاء الواسع للإنترنت، ونتيجة لذلك

يقع العديد من الضحايا الذين ليس لديهم وعي بالتربية الإعلامية وكيفية التعامل الواعي مع المضامين الإعلامية والرقمية.

ومن هنا يأتي دور المدرسة ومسئوليتها الاجتماعية تجاه تقديم التربية الإعلامية الواقعية والملموسة في البيئة التي يعيش فيها طلاب المدارس، وخاصة طلاب المرحلة الإعدادية تلك المرحلة التي تتشكل فيها المفاهيم والقيم لدى الفرد، وعلى أساسها يتجه الفرد نحو التقضيلات لبعض الأفكار والسلوكيات والممارسات والقيم، والرفض للبعض الآخر من الأفكار والسلوكيات والممارسات الهدامة، وذلك على مستوى البناء الذاتي للفرد في هذه المرحلة العمرية.

وعلى الرغم من أهمية التربية الإعلامية في ظل تنامي استخدام التكنولوجيا الرقمية، وتركيز دول العالم والهيئات والمنظمات الدولية على ضرورة تضمين التربية الإعلامية كمقرر أساسي في مراحل التعليم ما قبل الجامعي إلا أن واقع التربية الإعلامية في المدارس يقتصر على مجموعة من الأنشطة الإعلامية يمارسها بعض الطلاب وتبتعد تماماً عن مهارات ومبادئ التربية الإعلامية وأهدافها، بالإضافة إلى ما تواجهه التربية الإعلامية بالمدارس من معوقات وصعوبات تحول دون تطبيقها وتفعيلها، وهذا ما أكدت عليه بعض الدراسات ومنها دراسة (ماهر أحمد 2021)<sup>3</sup> حيث أشارت إلى ضعف التربية الإعلامية في المدارس، وأشارت دراسة (هند حسين 2019)<sup>4</sup> إلى أهمية تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس وتفعيلها لدى الطلاب من خلال ممارستهم للأنشطة التي تدعم مبادئ التربية الإعلامية وجوهرها، كما أشارت دراسة كل من (عبيدة صبطي 2017)<sup>5</sup> (Alexander F2018)<sup>6</sup> ودراسة (حسن خليل 2015)<sup>7</sup> إلى عدم وجود إعداد مسبق للمعلمين القائمين على تدريس التربية الإعلامية بالمدارس، وغياب المتخصصين في مجال التربية الإعلامية لوضع أساسيات التربية الإعلامية الملائمة للتطبيق، بالإضافة إلى عدم وجود بنية تكنولوجية بالمدارس تساهم في تقديم التربية الإعلامية للطلاب .

وبناء على العرض السابق وإحساس الباحثة بالمشكلة البحثية فإن إدراج التربية الإعلامية كمقرر أساسي بالمدارس الإعدادية أصبح ضرورة لمواكبة رؤية مصر 2030، ولتمكين الطلاب من إنتاج الرسائل الإعلامية الجيدة والبناء، واتخاذ ردود فعل "Actions" إيجابية تتمثل في إجراء المناقشات الجيدة "Debates" والمشاركة في تعلم الآخرين "Teaching others"، ومواجهة التحديات الثقافية والاجتماعية والأخلاقية التي تفرضها وسائل الاتصال الرقمية "Challenge the Difficulties".

وفي ضوء ما سبق تتحدد مشكلة الدراسة الحالية في محاولة إعداد تصور مقترح لتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية كمقرر أساسي، وذلك في إطار رصد رؤية أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي للواقع الفعلي للتربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية، والكشف عن مدى ادراكهم لأهمية تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية، وبناء عليه قياس اتجاهات أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي تجاه التصور المقترح لمقرر التربية الإعلامية.

## أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من خلال مجموعة من النقاط التالية:-

1. تعد الدراسة الحالية استجابة لما تتطلع إليه رؤية مصر 2030 من تطوير التعليم ومواكبة التقدم الدولي في تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس، وتنمية مهارات التفكير الناقد والإبداعي لدى الطلاب، وتشجيعهم على الخلق والإبداع في إنتاج الرسائل والمضامين الإعلامية، وتحقيق التوجيه التربوي الصحيح حاضراً ومستقبلاً.
2. استخدام طلاب المدارس للإعلام الرقمي بشكل متزايد، وتأثرهم بالمضامين الإعلامية ومحاكاة بعض السلوكيات السلبية التي يشاهدونها عبر وسائل الاتصال الرقمية، وذلك دون أن يكون لديهم أدنى وعي بمخاطر وتأثيرات تلك المضامين، ومن ثم فإن تقديم تصور مقترح لتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية أصبح ضرورة لا يمكن تغافلها.
3. نظراً للدراسات التي أكدت على ضرورة التخطيط للتربية الإعلامية باعتبارها منظومة أساسية في خطة التنمية الشاملة للإصلاح التربوي المعتمد على دمج وسائل الإعلام في التعليم ما قبل الجامعي، وبالتالي يجب على المدارس أن تعتمد على استراتيجية ذات منهج وأهداف وأساليب تعلم بحيث تتناول قضايا إعلامية جديدة، وتعمل على نشر أسس ومبادئ التربية الإعلامية لدى الطلاب لتكوين الحس الإعلامي الإيجابي لديهم، وبناءً على ذلك يجب إدراج مقرر التربية الإعلامية في البرامج الدراسية بمرحلة التعليم الأساسي في صورة مستويات تدريجية تكاملية بداية من إلتحاق الطالب بالمرحلة التعليمية وحتى التخرج منها.
4. إلقاء الضوء على آراء واتجاهات أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي تجاه تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية، ورؤيتهم للواقع الفعلي للتربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية، ومدى أهمية تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية.
5. أهمية تنمية وعي أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي بأهمية تطبيق التربية الإعلامية باستخدام أساليب غير تقليدية تواكب التكنولوجيا الحديثة وذلك لجذب الطلاب لممارسة أنشطة التربية الإعلامية بالمدارس وتنمية الفكر البناء والواعي لدى الطلاب.
6. أن التصور الذي تقدمه الدراسة الحالية قد يفيد المسؤولين بقطاع التعليم في كيفية تطبيق التربية الإعلامية في المرحلة الإعدادية في ضوء استراتيجية مصر 2030، كما أن الدراسة الميدانية تكشف عن الواقع الحالي للتربية الإعلامية بالمدارس ومدى وعي أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي بالتربية الإعلامية، والكشف عن اتجاهاتهم تجاه التصور البحثي المقترح لتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية.
7. أهمية تطبيق التربية الإعلامية في جميع المراحل التعليمية بالمدارس والجامعات، وتوفير الإمكانيات ومتطلبات التطبيق بداية من تدريب طلاب الجامعات بكليات التربية على مهارات التربية الإعلامية واعتبارها من المقررات الإلزامية بنظام الساعات المعتمدة وحتى الاهتمام بتدريب المعلمين وأخصائيي الإعلام التربوي بالمدارس على مهارات ومتطلبات التربية الإعلامية.

### أهداف الدراسة:

- تهدف الدراسة الحالية إلى إعداد تصور مقترح لتطبيق التربية الإعلامية في المرحلة الإعدادية، وينبثق من الهدف الرئيسي للدراسة مجموعة من الأهداف الفرعية وهي كالآتي:-
1. الكشف عن رؤية أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي للواقع الفعلي للتربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية.
  2. إلقاء الضوء على رؤية أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي لأهمية تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية.
  3. تحليل اتجاهات أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي تجاه التصور المقترح لتطبيق مقرر التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية ومدى إمكانية تطبيقه وتحقيق الأهداف المرجوه منه.
  4. إعداد رؤية منهجية لتطبيق التربية الإعلامية في المرحلة الإعدادية في ضوء رؤية مصر 2030.

### تساؤلات الدراسة:

1. ما رؤية أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي تجاه الواقع الفعلي للتربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية؟
2. ما رؤية أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي لأهمية تطبيق مقرر التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية؟
3. ما اتجاهات أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي تجاه التصور المقترح لتطبيق مقرر التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية؟

### الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات السابقة التي تناولت التربية الإعلامية كمتغير رئيسي في عملية تنمية الوعي الإعلامي لدى طلاب المدارس والجامعات، وكيفية تحقيق الاستفادة من المضامين الإعلامية ووسائل الإعلام الجديدة، وفيما يلي تعرض الباحثة الدراسات التي تناولت الأهمية التطبيقية للتربية الإعلامية بالمدارس والجامعات، والرؤى المستقبلية للتربية الإعلامية ودورها تجاه المجتمع عامة وطلاب المدارس خاصة، وذلك في ضوء التحديات التي تفرضها وسائل الإعلام بكل أنماطها، وأيضاً في ضوء متطلبات تنمية المجتمعات وتطورها.

ناقشت دراسة (Min Pu and Hu Yang 2021)<sup>8</sup> معايير تنمية التربية الإعلامية لدى طلاب المدارس بدولة الصين، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على التحليل الكيفي، وتوصلت الدراسة إلى أن تنمية التربية الإعلامية لدى طلاب المدارس له أهميه كبيرة خاصة في ظل الانتشار الواسع لوسائل الإعلام وتعدد الرسائل الإعلامية.

ومن أهم معايير التربية الإعلامية التي يجب تنميتها لدى طلاب المدارس: الوصول إلى مصادر المعلومات، واختيار المحتوى الإعلامي البناء والمسئول والتحقق من مصداقيته، وتحديد الوقت المناسب للتعرض لوسائل الاتصال التقليدية والرقمية.

كما أضافت الدراسة الاستراتيجيات الثلاث التي تعمل معاً لضمان كفاءة التربية الإعلامية لدى طلاب المدارس في دولة الصين وهم: **The full use of education resources in schools, The being influence of the family, and External security of society.**

وتناولت دراسة (رباب صلاح السيد 2021)<sup>9</sup> اتجاهات المتخصصين والتربويين تجاه الاستراتيجية المقترحة لتنمية وعي المراهقين بأخلاقيات الرسالة الإعلامية في ضوء مبادئ التربية الإعلامية، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية مستخدمة منهج المسح، واعتمدت الدراسة على تصميم مقياس لقياس مدى ملائمة الاستراتيجية المقترحة لتنمية وعي المراهقين بأخلاقيات الرسالة الإعلامية وذلك من وجهة نظر المتخصصين والتربويين، وطبقت الدراسة على عينة من المتخصصين والتربويين وقوامها 100 مفردة وتم اختيارهم بطريقة عشوائية، وتوصلت الدراسة إلى أن اتجاهات المتخصصين والتربويين تجاه الاستراتيجية المقترحة كانت إيجابية، وجاءت اتجاهات عينة الدراسة بمتوسطات مرتفعة حيث شملت: "تمكن المراهقين من الكشف عن الهدف من الرسالة الإعلامية بمتوسط حسابي 2.77" و"تساعد المراهقين على التعرف على من يقوم بإستغلال الرسالة الإعلامية وكيف تؤثر في مستخدميها ويؤثرون فيها بمتوسط حسابي 2.69" و"تساعد المراهقين على معرفة كيفية قراءة وتفسير الرسالة الإعلامية حتى يتمكنوا من معرفة الغاية من المحتوى المقدم بمتوسط حسابي 2.62"، كما توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجة المتخصصين (أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية) والتربويين (أخصائي الإعلام التربوي) وذلك على مقياس الإتجاه تجاه الاستراتيجية المقترحة لتنمية وعي المراهقين بأخلاقيات الرسالة الإعلامية في ضوء مبادئ التربية الإعلامية.

واختبرت دراسة (غادة عزام 2021)<sup>10</sup> تأثير برنامج للتربية الإعلامية على تنمية التفكير الناقد لدى المراهقين من سن 15 إلى 17 سنة، وطبقت الدراسة على عينة من المراهقين قوامها 66 مفردة ممن يتعرضون للمواد الإعلامية والمواقع الالكترونية بنسبة 75%، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي، وبمقارنة نتائج القياسين القبلي والبعدي لأفراد العينة تبين فاعلية البرنامج في اكتساب المراهقين بعض المهارات الخاصة بالتفكير الناقد حيث مكّنهم البرنامج من التمييز بين الرسائل الإعلامية الحقيقية والزائفة، وفحص المحتوى الإعلامي والتدقيق في أهداف القائم بالاتصال، ومايريد توصيله للمتلقي، بالإضافة إلى تمكنهم من الاختيار الجيد للمواد الإعلامية المقدمة عبر وسائل الإتصال.

وطبقت دراسة (محسن يوسف 2021)<sup>11</sup> برنامج مقترح للتربية الإعلامية على عينة من طلاب قسم الإعلام التربوي جامعة المنيا قوامها 30 مفردة، وذلك بهدف قياس مدى فاعلية البرنامج في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى المجموعة التجريبية، وقياس الفروق بين القياس القبلي والبعدي لتطبيق البرنامج، وتمثلت أدوات الدراسة في إختبار تحصيلي لمهارات



التربية الإعلامية، ومقياس المسؤولية الاجتماعية، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الطلاب عينة الدراسة في القياسين القبلي والبعدي وذلك على مقياس مهارات التربية الإعلامية وذلك لصالح التطبيق البعدي، كما ساهم برنامج التربية الإعلامية في تنمية الوعي الإعلامي لدى العينة التجريبية، بالإضافة إلى إدراك المجموعة التجريبية لمجالات المسؤولية الاجتماعية واستشعارهم لأهميتها وذلك من خلال إلمامهم للبناء المهاري والمعرفي للمواد الإعلامية والتربوية التي قاموا بدراستها في الجامعة.

وسلّطت دراسة (أحمد يحيى ومحمد ناجي 2021)<sup>12</sup> الضوء على دور الإدارة التربوية في التربية الإعلامية في ظل التحولات الإقليمية المعاصرة من وجهة نظر معلمي المرحلة الثانوية بمدارس أمانة العاصمة صنعاء بدولة اليمن، وطبقت الدراسة على عينة من معلمي المرحلة الثانوية في مدارس أمانة العاصمة صنعاء وقوامها 569 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن أنشطة الإعلام التربوي بالمدارس الثانوية تؤدي دوراً كافياً في تعزيز التربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الثانوية وذلك من وجهة نظر معلمي المرحلة الثانوية عينة الدراسة، وعلى الرغم من إدراك أفراد العينة لدور التربية الإعلامية وأهمية تطبيقها في المدارس الثانوية إلا أنهم لا يمارسون إلا القليل منها وذلك في صورة إعداد بعض الأنشطة الإعلامية مثل تصميم اللوحات الإعلانية، والمجلات الصفية، والإذاعة المدرسية وغيرها من الأنشطة وذلك بجهود ذاتية من أخصائي الإعلام التربوي ومشاركة عدد محدود من الطلاب.

ورصدت دراسة (إيمان سيد 2020)<sup>13</sup> اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تفعيل التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات المصرية، حيث طبقت الدراسة على عينة من أساتذة الجامعات المصرية الحكومية والخاصة بكليات الإعلام وقوامها 200 مفردة، واستعانت الدراسة بأداة الاستبيان لرصد اتجاهات عينة الدراسة حيث أشارت النخبة الأكاديمية إلى أن التربية الإعلامية لها أهمية كبيرة كمقرر دراسي أساسي يقدم لطلاب الجامعات في كافة التخصصات لأنها تحصن الطلاب الجامعيين ضد العديد من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام ورسائلها المختلفة بمتوسط حسابي 1.59، وعن آليات تطبيق التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر النخبة فهي متمثلة في "الاستعانة بالخبراء الدوليين في مجال التربية الإعلامية بمتوسط 1.94"، و"تشجيع طلاب الجامعة على المشاركة وإبداء الرأي بوسائل الإعلام المختلفة بمتوسط 1.52"، و"تأهيل أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية لتدريس التربية الإعلامية بمتوسط 1.19"، و"إنشاء قنوات إعلامية في الجامعات تتيح الفرصة للطلاب للمشاركة والتعبير عن الرأي بمتوسط 1.19.

وتناولت دراسة (حنان اسماعيل 2020م)<sup>14</sup> مدى كفاءات مهارات التربية الإعلامية لدى الطلاب بأقسام الإعلام التربوي على مستوى الاستهلاك الناقد ومستوى المهارات الشخصية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وطبقت الدراسة على عينة حصرية من طلاب الفرقتين الثالثة والرابعة بأقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية جامعة القاهرة وجامعة المنوفية وجامعة المنيا، وقوامها 360 مفردة بالإضافة إلى عينة مجموعة نقاش مركزة قوامها 8 محوئين من المعيدين والمدرسين المساعدين المقيمين في التدريب الميداني بالمدارس.

وتوصلت الدراسة إلى أن منهج الإعلام التربوي لا يحتوى على أية مفاهيم أو كفاءات للتربية الإعلامية، ويتضمن المنهج شرحاً نظرياً للفنون الصحفية والإذاعية المختلفة، ويطبق المنهج على طلاب المدارس بداية من الصف الثالث الابتدائي وحتى الصف الثالث الثانوي، وعدم إلمام الطالب المعلم بالمهارات الأساسية المتمثلة في اختيار الرسالة الإعلامية ومدى ملائمتها للجمهور المستهدف، ومراحل إعداد المادة الإعلامية وتحديد الشكل الإعلامي المناسب لتنفيذها وتقديمها.

وتوجد فجوة بين معرفة بعض المهارات وإمكانية تطبيقها على أرض الواقع نظراً للصعوبات التي تتمثل في صعوبة التواصل مع طلاب المدرسة، وعدم الوعي بأهمية التربية الإعلامية لدى طلاب المدارس.

وقامت دراسة (ليلى فلاح سليم 2020)<sup>15</sup> بإجراء دراسة تجريبية على عينة من طلاب الإعلام التربوي قوامها 40 مفردة وذلك لقياس مدى فاعلية برنامج تدريبي مقترح لتنمية مهارات تعليم قيم الأمن الفكري لدى الطلاب أخصائيي الإعلام التربوي بجامعة تبوك بالمملكة العربية السعودية، واستعانت الدراسة ببعض الأدوات البحثية وهي بطاقة ملاحظة مهارات قيم الأمن الفكري، ومقياس الإتجاه نحو تعزيز تعليم قيم الأمن الفكري لدى الطلاب أخصائيي الإعلام التربوي، وطبقت أدوات الدراسة قبل وبعد تطبيق البرنامج المقترح على العينة التجريبية، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات المجموعة التجريبية من حيث الإختبار القبلي والبعدي وذلك لصالح الإختبار البعدي، كما أثبتت الدراسة فاعلية البرنامج في تنمية مهارات قيم الأمن الفكري والإتجاه نحو تعزيزها لدى طلاب الإعلام التربوي.

وهدفت دراسة (نياف بن رشيد الجابري 2020)<sup>16</sup> مسح الدراسات والأدبيات التي تناولت التجارب الدولية في التربية الإعلامية والكفايات الأساسية للتربية الإعلامية، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية معتمدة على منهج المسح كما اعتمدت على التحليل الكيفي، وتوصلت الدراسة إلى أن الكفايات البسيطة للتربية الإعلامية تتمثل في فهم دلالات الرموز شائعة الاستعمال في وسائل الإعلام، والكفايات العميقة للتربية الإعلامية متمثلة في إنتاج المحتوى الإعلامي وممارسة التفكير الناقد تجاه ما تنطوي عليه الرسائل الإعلامية من قيم اجتماعية وثقافية، وأشارت الدراسة إلى أن الممارسات الدولية للتربية الإعلامية تشهد تقدماً واهتماماً متنامياً في دول الاتحاد الأوروبي حيث جاء تدريس التربية الإعلامية في ثلاثة أنماط أساسية تشمل التدريس عبر المنهج، والتدريس من خلال مادة مستقلة، والتدريس بالتكامل مع مواد أخرى مثل التربية الفنية، والعلوم التقنية.

وأثبتت التجارب الدولية أن تضمين التربية الإعلامية عبر المنهج له تأثير إيجابي في تدريس التربية الإعلامية مقارنة بالتدريس كمادة مستقلة أو بالتكامل مع بعض المواد، وأكدت الدراسة أيضاً على أهمية تدريس التربية الإعلامية بالطريقة التمكينية وليس الوقائية فقط.

وتوصلت دراسة (Alexander F, Anastasia L 2019)<sup>17</sup> إلى أن هناك عقبات تقف دون الاستفادة من دور وفاعلية التربية الإعلامية وتشمل المعرفة الضئيلة للنظرية ومنهجية

تطبيق التربية الإعلامية، وإهدار الوقت في وضع الخطط الخاصة بالجانب النظري للتربية الإعلامية دون الاهتمام بالجانب التطبيقي، عدم تقديم الدعم الكافي من المسؤولين في المؤسسات التعليمية لممارسة التربية الإعلامية بالمدارس، بالإضافة إلى غياب الحوافز المالية والتشجيعية للمعلمين المساهمون في تطبيق وتنفيذ التربية الإعلامية على أرض الواقع سواء بالمدارس أو الجامعات الروسية والأوكرانية.

وأوصت الدراسة بضرورة تطوير وتحسين مستوى التربية الإعلامية لدى الجمهور الروسي بكل فئاته بحيث يتم تنمية الثقافة الإعلامية بوسائل الاتصال، وتنمية القدرات والمهارات الاتصالية، وتنمية التفكير الناقد، وتمكين الجمهور من تقييم دور ووظائف وسائل الإعلام في إجراء الإصلاحات السياسية والاقتصادية بالمجتمع الروسي، وتمييز النصوص الإعلامية من حيث الأسلوب والنوع والطريقة.

واختبرت دراسة (محمد محمود 2019)<sup>18</sup> مدى فاعلية برنامج تدريبي مقترح لتنمية الوعي بالأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي وآليات مواجهه، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات التجريبية، مستخدمة المنهج شبه التجريبي، وطبقت الدراسة على عينة من الطلاب بأقسام كلية التربية النوعية جامعة طنطا وقوامها 64 مفردة وتم تقسيمهم إلى مجموعتين إحداهما تجريبية وقوامها 32 مفردة، والمجموعة الأخرى ضابطة وقوامها 32 مفردة، واستعانت الدراسة بمجموعة من الأدوات البحثية تشمل (أداة الاستبيان، وبطاقة الملاحظة، ومقياس الوعي بالأخبار الزائفة، وتوصلت الدراسة إلى أن المبحوثين ليس لديهم القدرات والمهارات الكافية لاكتشاف الأخبار المزيفة أو الصور والفيديوهات المفبركة، وعلى الرغم من أن المبحوثين درسوا برامج تعديل الصور والفيديوهات إلا أنهم لم يكتشفوا فبركة الصور والفيديوهات التي عرضت عليهم مما يؤكد على أهمية تطبيق التربية الإعلامية كبرنامج دراسي في مرحلة الجامعة، كما توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعتين الضابطة والتجريبية على مقياس الوعي بالأخبار الزائفة وذلك لصالح المجموعة التجريبية.

واختبرت دراسة (T Fairuz and others 2019)<sup>19</sup> تطوير التفكير الناقد لدى طلاب المرحلة الثانوية وذلك من خلال عرض برنامج تعليمي يتناول مهارات التفكير النقدي، واعتمدت الدراسة على المنهج شبه التجريبي، ومن خلال إجراء القياس القبلي والقياس البعدي على المجموعتين الضابطة والتجريبية، وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى تنمية المهارات النقدية لدى طلاب المجموعة التجريبية أعلى من مستوى طلاب المجموعة الضابطة وذلك بناء على مقياس المهارات النقدية.

وأوصت الدراسة بأهمية تعزيز مهارات التفكير النقدي لدى طلاب المرحلة الثانوية، ودمج مواد تعليمية ضمن المناهج الدراسية تعمل على تنمية التربية الإعلامية والمعلوماتية لدى الطلاب، بالإضافة إلى ضرورة تبني إدارات المدارس الثانوية استراتيجيات ومنهجيات حديثة لتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الثانوية، وتعزيز مهارات التحليل والتقييم لدى الطلاب، ومتابعة مستويات الطلاب ومدى تقدمهم من حيث الوعي الإعلامي والنقدي والتحليلي للرسائل الإعلامية والمحتوى المعلوماتي ككل.

وهدفت دراسة (هند حسين 2019)<sup>20</sup> إلى إعداد تصور مقترح لزيادة كفاءة التعليم العام لتطبيق التربية الإعلامية في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية مستخدمة منهج المسح الإعلامي، واعتمدت الدراسة على تحليل الدراسات السابقة والأدبيات العربية والأجنبية التي تناولت التربية الإعلامية والتعليم العام، وتوصلت الدراسة إلى أن التربية الإعلامية عملية يجب إكسابها للطلاب وتدريبها كمقرر أساسي ضمن برامج التعليم العام، وأن علاقة الإعلام بالتربية تحتاج إلى تضافر الجهود لتمكين التربية الإعلامية بمراحل التعليم ما قبل الجامعي والجامعي، وأشارت الدراسة إلى بعض التجارب الدولية الناجحة في تطبيق التربية الإعلامية بصورة رسمية في المدارس والجامعات الكندية والأمريكية والألمانية والفرنسية، كما أشارت الدراسة إلى معوقات تطبيق التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية المصرية والتي تتمثل في التباين الكبير بين الثقافة المدرسية والثقافة الإعلامية التي تروجها وسائل الإعلام المختلفة، وعدم مواكبة المؤسسات التعليمية للتطور التكنولوجي وتحدياته التي يفرضها على طلاب المدارس، وعدم إدراك المسؤولين في المؤسسات التعليمية بأهمية التعاون مع المؤسسات الإعلامية لتطبيق التربية الإعلامية والقصور في الدعم المادي اللازم لتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس والجامعات.

وأوصت الدراسة بضرورة أن تستفيد الدول النامية من التجارب الدولية الناجحة في تطبيق التربية الإعلامية من حيث التركيز على آليات التطبيق التربوية الإعلامية، والكفايات اللازمة لتنمية مهارات التربية الإعلامية لدى طلاب المدارس والجامعات، وكيفية معالجة صعوبات التطبيق في المؤسسات التعليمية، ومواجهة المعوقات التي تحول دون تطبيق التربية الإعلامية في المجتمعات النامية لكي تتم التربية الإعلامية بطريقة فعالة وذات تأثير.

وتناولت دراسة (Alexander F, Anastasia L 2018)<sup>21</sup> التربية الإعلامية ودورها في تنمية المجتمع الروسي، وطبقت الدراسة على أساتذة الجامعات الروسية والأوكرانية، وأكدت عينة الدراسة على أن التربية الإعلامية بمثابة الواقي ضد التأثيرات الضارة للرسائل الإعلامية والتي تتمثل في المشاهد العنيفة، والدعاية والإعلانات عديمة المنفعة وأيضاً وعي الجمهور بالأعمال الفنية التي هي دون المستوى وغير الهادفة وذلك بنسبة 74.5%، وتعمل التربية الإعلامية على تنمية التفكير الناقد والجاد تجاه وسائل الإعلام بنسبة 62.8%، وتساهم التربية الإعلامية في إعداد الجمهور لممارسة الديمقراطية في المجتمع الروسي بنسبة 61.61%، وأوصت الدراسة بضرورة تدريس التربية الإعلامية بالمدارس والجامعات الروسية كمادة أساسية وإجبارية.

وناقشت دراسة (Alexander F 2018)<sup>22</sup> تطور التربية الإعلامية في روسيا، وتحديد الصعوبات التي تحول دون تحقيق التقدم في تطوير التربية الإعلامية بالمؤسسات التعليمية ووفقاً لتوصيات اليونسكو فإن تطوير التربية الإعلامية في روسيا يواجه بعض الصعوبات الجوهرية ومن أهمها: عدم وجود إعداد مسبق للمعلمين في مجال التربية الإعلامية، لا يوجد حد أدنى من الثقافة الإعلامية لدى المسؤولين في منظمات المجتمع المدني وأجهزة الدولة الروسية، لا يوجد تشجيع من قبل الدولة الروسية للباحثين في مجال التربية الإعلامية بحيث يتم نشر تلك الأبحاث على نطاق واسع ونتيجة لذلك لا يوجد تعاون دولي في مجال التربية

الإعلامية، ومن ثم أوصت الدراسة بإدخال التربية الإعلامية ضمن المناهج المدرسية والجامعية والاهتمام بتنقيف الجمهور العام بمبادئ التربية الإعلامية، وهذا يتطلب التعاون بين مؤسسات الدولة الروسية وتضامنها معاً من أجل تحقيق التطوير اللازم للتربية الإعلامية بالمدارس والجامعات الروسية.

وهدفت دراسة (أحمد جمال 2018)<sup>23</sup> إعداد رؤية مقترحة لتطبيق التربية الإعلامية على طلاب الجامعة المتخصصين في مجال الإعلام التربوي ودراسة أثر هذه الرؤية على جودة إنتاجهم للرسائل الإعلامية، وطبقت الدراسة على عينة من طلاب الفرقة الرابعة بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة المنيا وقوامها 64 مفردة، واعتمدت الدراسة على إجراء اختبار معرفي لبنية مهارات التربية الإعلامية، وتصميم بطاقة تقييم جودة إنتاج الرسائل الإعلامية التي قام بها الطلاب أفراد العينة قبل وبعد تعرضهم للمادة التجريبية الخاصة بتنمية مهارات التربية الإعلامية، وتوصلت الدراسة إلى أن أهداف التربية الإعلامية غير واضحة وغير محددة في المجتمع المصري مما انعكس على مستوى أهمية التربية الإعلامية في الجامعات المصرية وأيضاً في مراحل التعليم ما قبل الجامعي، كما أن استخدام الأساليب التقليدية في تدريس التربية الإعلامية يؤكد على عدم مواكبة التطور التكنولوجي ومدى إنجذاب طلاب المدارس له، كما يكشف عن عدم وجود الإرادة والرغبة في إجراء التغيير والتطوير اللازم لتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس.

وأشارت الدراسة أيضاً إلى أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الطلاب في القياسين القبلي والبعدي للاختبار المعرفي لبنية مهارات التربية الإعلامية وتقييم جودة إنتاج الرسائل الإعلامية وذلك لصالح الاختبار البعدي.

وتناولت دراسة (سمية متولي عرفات 2018)<sup>24</sup> مدى تأثير دراسة مقرر التربية الإعلامية على السلوك الإعلامي الواعي لطلاب كلية الإعلام جامعة فاروس بالاسكندرية، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات التجريبية مستخدمة المنهج شبه التجريبي، واعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان ومقياس التعامل مع وسائل الإعلام، وطبقت الدراسة على عينة عمدية من الطلاب قوامها 100 مفردة بالفرقة الثانية ممن درسوا مقرر التربية الإعلامية (المجموعة التجريبية)، وكذلك طبقت الدراسة على عينة عمدية أخرى قوامها 100 مفردة من طلاب الفرقة الأولى ولكنهم لم يدرسوا مقرر التربية الإعلامية (المجموعة الضابطة).

وتوصلت الدراسة إلى أن طلاب المجموعة التجريبية استفادوا من دراسة مقرر التربية الإعلامية بنسبة 60%، و40% لم يستفيدوا من دراستهم لمقرر التربية الإعلامية، و90% من المبحوثين أكدوا على أن دراستهم لمقرر التربية الإعلامية أدى إلى تغير في سلوكياتهم الخاصة بالتعامل مع وسائل الإعلام، وأصبحوا أكثر انتباهاً للهدف الحقيقي للرسائل الإعلامية وبالتالي أصبحوا أقل تأثراً بها وذلك بنسبة 31.8%، كما أكدت الدراسة على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعتين على محاور مقياس التعامل مع وسائل الإعلام وذلك لصالح المجموعة التجريبية.

وناقشت دراسة (فاطمة عبد الرحمن ونوال حمد2018)<sup>25</sup> واقع اسهامات معلمات المدارس الحكومية بالرياض في التربية الإعلامية للطالبات، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وطبقت الدراسة على عينة من المعلمات قوامها 519 مفردة، واستعانت الدراسة بأداة الاستبيان تضمنت أربعة محاور أساسية مكونة من 46 عبارة، وتوصلت الدراسة إلى أن المعلمات يحزنن الطالبات من بعض الوسائل الإعلامية التي تؤثر على الدين والأخلاق والانتماء الوطني بمتوسط 4.34، ويعتمدن المعلمات على التلقين المباشر في شرح وتوضيح معايير التمييز بين الجيد والرديء من الرسائل الإعلامية بمتوسط 3.66، وأجمعن المعلمات على أن قلة الميزانية المخصصة لتطبيق برامج التربية الإعلامية من أهم المعوقات بمتوسط 4.22.

وعرضت دراسة (Alexander F, Anastasia L2017)<sup>26</sup> العلاقة بين التربية الإعلامية وتنمية الفكر الناقد لدى طلاب المدارس والجامعات الروسية، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية المقارنة بين الأدبيات والبحوث التي تناولت العلاقة بين التربية الإعلامية والفكر الناقد، وتوصلت الدراسة إلى أن تحقيق الكفاءة الإعلامية للطالب يتطلب العديد من العوامل منها توفير قاعدة معرفية متطورة من المعلومات الخاصة بوسائل الإعلام المتنوعة بحيث أن تكون تلك القاعدة قابلة للتطور وممتدة مدى حياة الطالب لما بعد التخرج، وحث الطلاب على التفسير والتحليل للمعلومات والمضامين الإعلامية، ورصد التأثيرات العاطفية للرسائل الإعلامية ومناقشتهم لتلك التأثيرات العاطفية التي تعيق التحليل الجاد للنصوص الإعلامية، وأكد مجموعة من الأساتذة البريطانيين على أن التربية الإعلامية تشمل أربع نواحي رئيسية يجب الاهتمام بهم في تدريس التربية الإعلامية وهم:

Who produces a text? , The Media language, The Representation of media text, and the audience.

ورصدت دراسة (عبيدة صبطي2017)<sup>27</sup> واقع التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية بدولة الجزائر، وذلك من وجهة نظر أساتذة المدارس بولاية بسكرة الجزائرية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وطبقت الدراسة على عينة من أساتذة المدارس قوامها 62 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن المعلمين عينة الدراسة أكدوا على أهمية تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس بنسبة 100%، وأن ما تتضمنه المقررات الدراسية من التربية الإعلامية غير كاف لتنمية مهارات التربية الإعلامية لدى طلاب المدارس وذلك بنسبة 53.2%، ومن أهم معوقات التربية الإعلامية بالمدارس الجزائرية عدم تدريس التربية الإعلامية كمادة مستقلة بنسبة 35.5%، بالإضافة إلى غياب المتخصصين في مجال التربية الإعلامية لوضع الأطر والمبادئ الملائمة لتطبيق التربية الإعلامية في المدارس.

وناقشت دراسة (كريم بلقاس2017)<sup>28</sup> دور مناهج التعليم الجامعي في تحقيق التربية الإعلامية، وهدفت الدراسة معرفة مدى إدراك طلاب الدراسات العليا المتخصصين في مجال الإذاعة والتلفزيون لأهمية تطبيق التربية الإعلامية بالمرحلة الجامعية، وطبقت الدراسة على عينة من طلاب الماجستير والدكتوراه بقسم الإذاعة والتلفزيون قوامها 39 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن 53.15% من طلاب الدكتوراه أكدوا على أن التربية

الإعلامية تهدف إلى إكساب المهارة التحليلية للمضمون الإعلامي، وتقدم التعليم بشأن الإعلام والتكنولوجيا الجديدة بنسبة 23.07%، ويرى طلاب الدكتوراه أن التربية الإعلامية من مهمة المؤسسات التعليمية بالدرجة الأولى بنسبة 46.6%، يليها الأسرة والإعلام بنسبة 23.07%، ثم الدولة بنسبة 7.70%، بينما أكد طلاب السنة الأولى من مرحلة الماجستير على أن الإعلام هو المسئول الأول عن تقديم التربية الإعلامية بنسبة 62.96%، أما طلاب السنة الثانية من مرحلة الماجستير أكدوا على أن الإعلام هو المسئول الأول لتقديم التربية الإعلامية بنسبة 42.10%، ومن أهم الوحدات الدراسية التي اقترحتها عينة الدراسة لتضمينها في برامج التعليم الجامعي؛ أخلاقيات العمل الإعلامي في الترتيب الأول بنسبة 48.83%، والتربية الإعلامية في الترتيب الثاني بنسبة 46.15%، أما نقد وتحليل الخطاب الإعلامي في الترتيب الثالث بنسبة 23.08%.

وتناولت دراسة (نهى السيد 2016)<sup>29</sup> دراسة استدلالية للكشف عن دور التربية الإعلامية في بناء شخصية المعلم، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك مستوى متدني للتربية الإعلامية في المجتمعات العربية لدى فئة الشباب والمراهقين، وأن الجهود المصرية في مجال التربية الإعلامية مازالت في بدايتها وتحتاج إلى دعم المؤسسات التعليمية ومتخذو القرار ووضع السياسات، كما أشارت إلى أن فاعلية ونجاح بعض نماذج التربية الإعلامية التي تم الأخذ بها وتطبيقها على بعض فئات الجمهور العام ويعد ذلك مؤشر إيجابي لاستعداد الجمهور لتعلم مفهوم التربية الإعلامية وممارسته على أرض الواقع.

واختبرت دراسة (Alice Y.L. Lee 2016)<sup>30</sup> تطبيق منهج للتربية الإعلامية لدى طلاب التعليم الأساسي في دولة الصين بمدريستي (Shak Chung Shan Memorial Catholic Primary School and The Good Counsel Catholic Primary School in Hong Kong)

واعتمدت الدراسة على المنهج شبه التجريبي حيث صمم برنامج خاص بالتربية الإعلامية باستخدام آليات تكنولوجية حديثة ومتاحة لدى طلاب المدارس عينة الدراسة، وأجريت الدراسة على طلاب المدرستين وذلك لمدة خمس سنوات من عام 2009 وحتى عام 2014، واستخدمت الدراسة أداة الإستبيان، ودليل الملاحظة، وأجرت الدراسة بعض جلسات المناقشة البؤرية لعينة من الطلاب وأخصائي الإعلام التربوي، وطبقت الدراسة على عينة من طلاب المدارس قوامها 664 مفردة بالإضافة إلى 18 معلم ومعلمه بالمدارس عينة الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى أن منهج التربية الإعلامية له تأثير كبير على الطلاب من حيث تحسين وتطوير إدراكهم لوسائل الإعلام، 71% من الطلاب أصبح لديهم الوعي بتأثيرات الإعلام عليهم، و62.9% أصبح لديهم فهم عميق لتأثير الإعلام على المجتمع، و79.8% أصبح لديهم المعرفة بالسياسات التحريرية التي تتبناها كل صحيفة، و80.9% من عينة الدراسة أكدوا على فهمهم للخصائص الشكلية لوسائل الإعلام المختلفة، واتفق 85% من أخصائي الإعلام التربوي على أن منهج التربية الإعلامية ساهم في وعي الطلاب بالتأثيرات السلبية للرسائل الإعلامية، و100% من أخصائي الإعلام التربوي اتفقوا على أن التربية

الإعلامية تمكن الطلاب من إشباع حاجاتهم للتسلية والمتعة الإعلامية كما تساهم في تنمية إدراكهم لوظائف الإعلام والعملية الاتصالية.

وتناولت دراسة (Amanda G.Earp 2012)<sup>31</sup> تطوير التربية الإعلامية في مؤسسات التعليم العالي بأمريكا، حيث هدفت الدراسة إلى تطوير التربية الإعلامية في أقسام الصحافة والتلفزيون بالجامعات الأمريكية، والوصول إلى مجموعة من الأهداف الأساسية التي يجب أن تقوم عليها التربية الإعلامية في مؤسسات التعليم العالي بالولايات المتحدة الأمريكية، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وتعتمد الدراسة على التحليل الكيفي حيث رصدت الدراسة مجموعة من المناهج الخاصة بالتربية الإعلامية وتم تحليلها للوصول إلى النموذج الفعال لتطبيق التربية الإعلامية في الجامعات الأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى أن إعداد مقرر رسمي للتربية الإعلامية يساعد أساتذة الجامعات على تحديد أهدافهم التدريسية، وأساليب التعلم، والموضوعات التي يقومون بتدريسها للطلاب، ويتم تنمية إدراك الطلاب للتربية الإعلامية من خلال مستويين أساسيين وهما: المستوى المعرفي، والمستوى العملي "الممارسة"، ومن سمات المنهج الجيد للتربية الإعلامية أن يتضمن مجموعة من التساؤلات التي تثير التفكير والإدراك والتحليل لدى الطلاب وتشمل (Who, What, Why, How, When, Where)، وأضافت الدراسة دور الأساتذة المسؤولين عن تدريس التربية الإعلامية حيث أكدت على أهمية تدريبهم وإعدادهم الإعداد الجيد فيما يخص أساسيات التربية الإعلامية الفعالة Active Media Literacy التي تقوم على مساعدة الطلاب Helps Learners على فهم السياقات المرتبطة بوسائل الإعلام، والقدرة على تحليل ونقد وسائل الإعلام بحرية من خلال توفير الفرص للتعبير عن آرائهم دون تدخل أخصائي الإعلام التربوي القائم بتدريس التربية الإعلامية وهذا ما يطلق عليه Active Learning instead by a Lecture .

وعرضت دراسة (Susan Ferguson 2011)<sup>32</sup> مدى اهتمام وزارة التعليم الكندية بالتربية الإعلامية وخاصة في مدارس مدينة أونتاريو الكندية، حيث اهتمت وزارة التعليم الكندية بالتربية الإعلامية في مدارس أونتاريو منذ عام 2003، وذلك من خلال إدراج منهج محو الأمية الإعلامية لدى طلاب المدارس، وكيفية مواجهة الرسائل الإعلامية المختلفة التي يتعرض لها الطلاب في مرحلة ما قبل الجامعة.

وهدفت التربية الإعلامية في مدارس أونتاريو إلى تحقيق مجموعة من الأهداف من أهمها: أن يفهم الطلاب النصوص الإعلامية المختلفة المطبوعة والإلكترونية، وأن يدرك الطلاب وجهات النظر المتعددة المتضمنة في الرسائل الإعلامية، ومقارنة النصوص في الوسائط المختلفة لفحص كيفية التعامل مع نفس القضايا بطرق مختلفة، وأن يفسر الطلاب النصوص الإعلامية، والنظر في الطرق الأخرى التي يمكن من خلالها تقديم المعلومات، بالإضافة إلى تطوير فهم الطلاب لمهارة الكتابة الإعلامية من خلال تحليل ما يقدمه الصحفي والإعلامي من موضوعات ووجهات نظر للتأثير على الجمهور.

وتنطلق التربية الإعلامية في مدارس أونتاريو من خلال عدة منطلقات أساسية من أهمها: أن يكون الطلاب قادرين على التفرقة بين الحقيقة والرأي، وتمكينهم من تقييم مدى مصداقية



المصادر، والكشف عن صور التحيز والتمييز بين الأفراد والجماعات كالنساء والأقليات في المجتمع الكندي، بالإضافة إلى خلق الدافع لدى الطلاب بأهمية الإبداع والخلق لإنشاء وسائط إعلامية مختلفة تشمل الرسوم المتحركة ورسومات الكمبيوتر والمسرحيات الإذاعية وإعداد مقاطع الفيديو القصيرة والطويلة، وإعداد صفحات الويب كوسائل يستخدمها الطلاب للتعبير عن آرائهم وتحقيق التواصل الإلكتروني.

وكشفت دراسة (Elizabeth Wood 2009)<sup>33</sup> عن آراء أخصائيي الإعلام التربوي في التربية الإعلامية المقدمة في مدارس ولاية كولورادو الأمريكية، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية مستخدمة منهج المسح، واعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان حيث طبقت على عينة من أخصائيي الإعلام التربوي قوامها 1626 مفردة مقسمة إلى 192 أخصائي بالمدارس التي تقع في مقاطعة Eagle، و1434 أخصائي بالمدارس التي تقع في مقاطعة Denver، وتم سحب أفراد العينة من إجمالي 30 مدرسة.

وتوصلت الدراسة إلى أن التربية الإعلامية تحتاج إلى المزيد من الاهتمام من قبل المسؤولين في المدارس لكي تقوم التربية الإعلامية بدورها الفعال في تنمية مهارات الطلاب في عمليات التقييم والتحليل والوصول الفعال للمعلومات، ويتحقق ذلك أيضا من خلال تشجيع أخصائيي الإعلام التربوي للطلاب على المناقشة، وتبادل الخبرات والآراء، وتحليل المحتوى الاعلامي ونقده.

واقترحت عينة الدراسة أن يحتوي منهج التربية الإعلامية على مجموعة من التساؤلات الرئيسية التي تثير التفكير والتوقع لدى الطلاب في الفصل الدراسي وتتمثل هذه التساؤلات في: (Who, What, Why, How, When, Where)، كما أقرت عينة الدراسة إعداد مجموعة من البرامج التدريبية الخاصة بالتربية الإعلامية وإتاحتها لأخصائيي الإعلام التربوي لتمكينهم من مواكبة التطورات التكنولوجية الجديدة وإلحاق طلاب المدارس بهذه التطورات.

وركزت دراسة (Alexander Fedorov 2008)<sup>34</sup> على مراحل تطور التربية الإعلامية على مستوى دول أوروبا وأمريكا، حيث بدأ الاهتمام بالتربية الإعلامية في فرنسا سنة 1920 ثم بريطانيا وأيضاً روسيا، إذ تعتبر فرنسا من أول الدول الأوروبية التي اهتمت بالتربية الإعلامية وظهر هذا الاهتمام في إعداد العديد من الكتب والمقالات التي تناولت التربية الإعلامية والثقافة الإعلامية، وأهمية تنمية وعي الشعب الفرنسي بالتربية الإعلامية المسؤولة، يليها بريطانيا وألمانيا وروسيا، ثم وضعت مجموعة الدول الأوروبية استراتيجية لإدخال التربية الإعلامية بالمدارس وجعلها متطلب أساسي، وفي الولايات المتحدة وكندا وأستراليا نالت التربية الإعلامية أهمية كبيرة بالمدارس والجامعات وأيضاً على مستوى البحوث الأكاديمية نالت التربية الإعلامية أهمية بحثية كبيرة في الدراسات المعملية "التجريبية"، والدراسات التتبعية أيضاً.

### التعليق على الدراسات السابقة والاستفادة منها:

1- تتسم الدراسات السابقة التي تم عرضها في إطار الدراسة الحالية بالتنوع الموضوعي والثراء المنهجي ليشمل منهج المسح والمنهج التجريبي وشبه التجريبي ومنهج العلاقات السببية، وتنوعت الأدوات البحثية المستخدمة لتشمل أداة الاستبيان، وأداة المقابلة، وأداة الملاحظة، وإعداد المقاييس والبرامج التجريبية لتطبيقها على طلاب المدارس في مراحل التعليمية المختلفة وأيضاً طلاب الجامعات المتخصصين في مجال الإعلام وغير المتخصصين، وعلى الرغم من إجماع الدراسات السابقة على أهمية التربية الإعلامية ودورها في تنمية وعي طلاب المدارس والجامعات من التأثيرات الإعلامية الضارة، ومواجهة التحديات التي يفرضها التطور التكنولوجي السريع، وتحقيق الاستفادة من المتغيرات التي ظهرت على وسائل الإعلام من سرعة في إعداد المحتوى الإعلامي ونشره وتداوله عبر العديد من الوسائط الإلكترونية، إلا أن الواقع الفعلي في المدارس يكشف عن عدم وجود رؤية لتطبيق التربية الإعلامية في المدارس، وأن هناك فجوة بين ما تتطلع إليه رؤية مصر 2030 نحو تحقيق التنمية الانسانية وما يطبق في المدارس من أساليب تقليدية في التدريس وموضوعات قديمة لا تواكب التطور المجتمعي والتكنولوجي والاتجاهات الحديثة للتربية الإعلامية، ومن هذا المنطلق ركزت الدراسة الحالية على وضع تصور مقترح لتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية كمقرر أساسي.

2- ركزت الدراسات الأجنبية على كيفية تطوير التربية الإعلامية، ومتابعة مستويات الطلاب بالمدارس والجامعات ومدى تطور مهارات التربية الإعلامية لديهم، كما تميزت الدراسات الأجنبية بنقل تجارب تطبيق التربية الإعلامية في العديد من الدول المتقدمة وتقديم النموذج البنائي للتربية الإعلامية الذي يعمل على مستويين أساسيين في تطبيق التربية الإعلامية وهما: المستوى المعرفي والمستوى العملي "الممارسة"، ويقدم هذا النموذج دور أخصائي الإعلام التربوي كمرشد للطلاب وليس كملقن لهم، ولذلك ركزت الباحثة على إعداد تصور مقترح لتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية في ضوء رؤية مصر 2030 حيث تركز على كيفية إعداد طلاب قادرين على الإبداع والنقد والتحليل والتفسير للمضامين الإعلامية، وبناء الجانب القيمي والأخلاقي لدى الطلاب خاصة فيما يتعلق بممارساتهم الإعلامية عبر الإنترنت، والتركيز على دعم دور أخصائي الإعلام التربوي في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الطلاب وذلك من خلال تنمية مبادئ ومهارات التربية الإعلامية، وأيضاً تعلم الطلاب كيفية التعامل الواعي والمسئول تجاه وسائل الإعلام والوسائط الحديثة، وهذا ما تنفرد به الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة.

3- أوصت الدراسات السابقة إلى ضرورة تطبيق التربية الإعلامية كمفهوم ومبادئ ومهارات وتضمينها في المقررات الدراسية كالتربية الوطنية، ومواد الحاسب الآلي، والتربية الفنية، ومادة اللغة العربية وفروعها، كما أوصت بعض الدراسات السابقة بتطبيق طريقة الدمج أي توظيف التربية الإعلامية كمدخل تكاملية للمقررات الدراسية مثل المدخل الجمالي والأخلاقي، ولكن ترى الباحثة أن وضع مقرر مستقل للتربية الإعلامية سوف يكون أكثر فعالية وتأثير لدى الطلاب، بالإضافة إلى أن أخصائي الإعلام التربوي قد ينقصهم

الخبرة الكافية في عملية تكامل المناهج أو الدمج، ومن الممكن أن يركز أخصائيي الإعلام التربوي على أهداف المنهج العلمي الأساسي دون الاهتمام بأهداف التربية الإعلامية ومبادئها، ومن ثم فإن الدراسة الحالية تعد من الدراسات النادرة التي تهتم بتقديم تصور لتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس.

**واستفادت الباحثة من الدراسات السابقة في اختيار المنهجية الملائمة للدراسة الحالية، وتحديد أدوات الدراسة، والتركيز على النقاط الرئيسية التي تجعل تطبيق التربية الإعلامية كمقرر أساسي بالمدارس الإعدادية أمر مهم وضروري، حيث ركزت على رصد الواقع الفعلي للتربية الإعلامية من وجهة نظر أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي بالمدارس، والكشف عن مدى إدراكهم لأهمية تطبيق التربية الإعلامية، وإعداد تصور مقترح للتربية الإعلامية كمقرر أساسي بالمدارس الإعدادية وذلك في ضوء رؤية مصر 2030.**

### **فروض الدراسة:**

- 1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين رؤية أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي لواقع التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية، وذلك وفقاً لمتغيرات (النوع، الوظيفة، الخبرة).
- 2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين رؤية أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي لأهمية تطبيق التربية الإعلامية كمقرر أساسي بالمدارس الإعدادية، وذلك وفقاً لمتغيرات (النوع، الوظيفة، الخبرة).
- 3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي تجاه التصور المقترح لمقرر التربية الإعلامية وذلك وفقاً لمتغيرات (النوع، الوظيفة، الخبرة).

### **الإطار المعرفي للدراسة:**

#### **1- أهمية تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس كمقرر أساسي وذلك وفق أهداف رؤية مصر 2030:**

يرجع الاهتمام بضرورة تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس كمقرر أساسي إلى عدة أسباب من أهمها:

- 1- تعدد وسائل الإعلام وأدواتها، وتنوع المصادر الإلكترونية وإتاحتها للجميع، ونتيجة لذلك أصبح هناك سيل من المعلومات والأخبار والآراء والتوجهات المتنوعة ذات الأهداف والرؤى المتعددة التي تساهم في تكوين الفكر والصور الذهنية للواقع لدى الطلاب والنشء، ويعد ذلك تحدي أمام رؤية مصر 2030 التي تهدف إلى تكوين المواطن المفكر والمحلل والقائد الذي يخدم وطنه ويساهم في بناءه، ومن ثم فإن تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس خاصة في مراحل التعليم الأساسي أصبح ضرورة قومية تعمل على تحقيق رؤية مصر 2030 من حيث بناء الفكر الناضج القادر على بناء وتحليل الرسائل الإعلامية، وتوجيه النقد البناء لوسائل الإعلام والقائم بالاتصال بما يفيد تقدم المجتمع فكرياً وثقافياً، بالإضافة إلى تحقيق المشاركة الجماهيرية في بناء وتخطيط السياسات الإعلامية التي تنتبها وسائل الإعلام.

2- أصبح الإعلام بكل وسائله من محددات التفكير والسلوك والقيم وتشكيل الاتجاهات وذلك لما له من تأثير على الطلاب والشباب، ويرجع ذلك إلى أن وسائل الإعلام كالتلفزيون والإذاعة والصحافة والإنترنت والمسرح والسينما شهدت تطوراً كبيراً إذ تتخطى الزمان والمكان عبر الشبكات والتقنيات الحديثة، ولذلك فإن التربية الإعلامية ترشد الطلاب بالمدارس إلى التأثيرات السلبية للرسائل الإعلامية الضارة، و توضح أوجه الاستفادة من الإنفتاح على الثقافات الأخرى في عملية تطوير المهارات الشخصية لدى الطلاب.

3- تقليل الفجوة بين المدرسة والمجتمع المحيط بها لأن التربية الإعلامية تمثل جزءاً من تكوين هوية الطالب وبناء شخصيته من خلال تشجيع الطلاب على التعبير عن الرأي، ومناقشة الأفكار والسياسات الإعلامية ومدى تطابقها مع رؤية مصر 2030، وكيفية معالجة قضايا المجتمع السياسية والاجتماعية والثقافية والدينية والاقتصادية، وتشجيع الطلاب أصحاب الحلول والمقترحات الإبداعية والمبتكرة بمنحهم بعض الجوائز التشجيعية والقيام ببعض الأدوار الرئيسية أثناء القيام بالأنشطة الإعلامية بالمدرسة، ولذلك يجب أن تقترب التربية الإعلامية من قضايا المجتمع خاصة التي لها تأثيرات مباشرة على الطلاب.<sup>35</sup>

ومن ثم يمكننا القول أن تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس كمقرر مستقل له أهمية كبيرة، وضرورة يفرضها تطور وسائل الاتصال، ولذلك يجب أن تكون من أولويات التطبيق والمتابعة لدى المسؤولين في المؤسسات التعليمية وذلك وفق رؤية مصر 2030.

**ويعتمد تطبيق التصور المقترح للتربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية على العناصر التالية:**

#### 1. الطلاب المستهدفون من التربية الإعلامية

يحتاج الطلاب في المرحلة الإعدادية إلى تنمية وعيهم الإعلامي، وإبراز دور وسائل الإعلام في تنمية المجتمع وتناول قضاياهم ومشكلاتهم، وكيفية الوصول إلى وسائل الإعلام ومصادر المعلومات وتقييمها وتحليلها، وتنمية شخصية الطالب في هذه المرحلة العمرية لأنها تعتبر مرحلة متوسطة تقع بين مرحلة الطفولة ومرحلة المراهقة، ولذلك فإن التأكيد على تنمية جوانب شخصية الطالب من الناحية المعرفية والوجدانية والسلوكية من خلال ممارسته للتربية الإعلامية الواعية في الفصول الدراسية وخارجها كل هذا يساهم في بناء الطلاب كمستقبلين للرسائل الإعلامية، ومنتجون للرسالة الإعلامية، ومقيمون للرسالة الإعلامية، ولذلك فإن الاستعانة بمدخل الحماية للتربية الإعلامية وفرض التفسير وسن القوانين والفلترية للمحتوى الإعلامي لم يعد واقعياً في ضوء تطور الوسائط الإلكترونية والتقنيات الحديثة، ولذلك فإن إعطاء الطلاب الثقة للقيام ببعض الأدوار المسؤولة، وإشباع حاجتهم إلى الوعي الإعلامي، كل هذا يساهم في تكوين شخصيات متوازنة وقادرة على اتخاذ القرارات السليمة والتعرض الانتقائي للمضامين الإعلامية مما يمكنهم من القيام بدورهم كقادة في المستقبل المهني كإعلاميين.<sup>36</sup>

## 2. الأهداف العامة للتصور المقترح للتربية الإعلامية:

ينطلق التصور المقترح للتربية الإعلامية من خلال رؤية مصر 2030 والتي تتطلع إلى تحقيق تنمية الانسان علمياً وثقافياً وفكرياً وإبداعياً، ومواكبة السياق العالمي للتطور في عملية بناء الانسان وتنميته لكي يكون مواطن صالح يسعى إلى تطوير مجتمعه، إضافة إلى مواكبة العالم في الاهتمام بالتربية الإعلامية وإعلان اليونسكو للأسبوع العالمي للدراسة الإعلامية والمعلوماتية عام 2021<sup>37</sup>، وذلك إيماناً بأن تحقيق التقدم ومواجهة التحديات يتوقف على مدى إعداد الفرد بكفاءات الدراية الإعلامية والمعلوماتية للمساهمة في عملية الاتصال وتبادل المعلومات والاستفادة منها، ومن ثم فإن التصور الحالي يركز على تنمية طلاب المدارس الإعدادية من خلال إعداد مقرر للتربية الإعلامية يلائم المرحلة الإعدادية، ويتناول محتوى يمكن تطبيقه بالمدارس وفق مجموعة من الأهداف المرحلية تساعد أخصائي الإعلام التربوي والقائمين على التربية الإعلامية بالمدارس على تنفيذها، وتقويم الطلاب، ومتابعة مدى استجابتهم وتطورهم في عملية التربية الإعلامية.

## 3. الأهداف العامة للتربية الإعلامية في النقاط التالية:

- 1- الحماية من التأثيرات الضارة أو غير المرغوبة لوسائل الإعلام والوقاية من الاستخدامات الخاطئة للتقنيات الحديثة وتحقيق الاستفادة من وسائل الإعلام الجديدة.
- 2- مواكبة التطورات السريعة والمتلاحقة لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات.
- 3- دعم حرية التعبير وحق الوصول إلى مصادر المعلومات المتعددة، وتحقيق المشاركة في البناء الديمقراطي للمجتمع.
- 4- تمكين الطلاب من فهم الأنظمة الإعلامية وسياساتها، وإدراك العلاقة بين النظم الإعلامية والسياقات الاجتماعية والثقافية التي تعمل في إطارها.<sup>38</sup>

## 4. الأهداف الخاصة للتربية الإعلامية بالمرحلة الإعدادية:

- 1- تعريف الطلاب بوسائل الإعلام وأدوارها وخصائصها ووظائفها وتقنياتها ومدى الاتفاق والاختلاف بينهم.
- 2- مشاركة الطلاب في اختيار المواد الإعلامية وتدريبهم على تفسيرها وذلك تحت إشراف مشرف أو أخصائي الإعلام التربوي في المدرسة وذلك في بداية -المرحلة الأولى- تطبيق التربية الإعلامية على الطلاب.
- 3- تدريب الطلاب على مهارات التفكير الناقد للمضامين الإعلامية ومهارات تحليل الرسالة الإعلامية، وتحديد السياقات الضمنية للمضامين الإعلامية، والكشف عن تأثيرات الرسائل الإعلامية الإيجابية منها والسلبية.
- 4- أن يدرك الطلاب القيم الأخلاقية المنظمة للعمل الإعلامي مما يسهل عملية الاختيار، والتعرض الانتقائي لوسائل الإعلام وموضوعاتها، وكيفية إنتاج المضامين الإعلامية بصورة أخلاقية مسؤولة.

5- تطوير آراء الطلاب تجاه المضامين الإعلامية المقدمة لهم، وذلك من خلال تدريبهم على الاختيار وفق مبادئ التربية الإعلامية والمسئولية تجاه أنفسهم والمجتمع، وتمكينهم من التمييز بين الحقائق والتحليلات الإعلامية، والرأي، وتعزيز قدراتهم في عملية البحث عن المعلومات والحقائق لدعم آرائهم واتجاهاتهم تجاه المواقف والأحداث الجارية.

6- تدريب الطلاب على إنتاج أنشطة التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة من خلال موقع المدرسة.

7- تحقيق المتعة الفكرية والوجدانية لدى الطلاب من خلال ممارسة التربية الإعلامية والانفتاح على الثقافات المختلفة بحرية.

8- تمكين الطلاب من توظيف أنشطة الإعلام التربوي في إعداد رسائلهم الإعلامية تحت إرشاد وإشراف أخصائي الإعلام التربوي.

**5. الأساليب التي تساهم في تنمية وعي الطلاب بمبادئ التربية الإعلامية وتعلم مهاراتها في إطار أنشطة الإعلام التربوي وفق رؤية مصر 2030<sup>39</sup>:**

1- توزيع الطلاب في مجموعات صغيرة للقراءة والمناقشة والتحليل، ومناقشة مجلة أو جريدة أو موضوع منشور عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مما ينمي مهارة الوصول للمعلومات لدى الطلاب.

2- تمييز المضامين الزائفة في وسائل الإعلام المختلفة، وذلك من خلال تقديم محتوى إعلامي (رسالة إعلامية أو إعلان) ومطالبة الطلاب تحليل المحتوى والتحقق من دقة المعلومات، ومناقشة البيانات الزائفة التي يروج لها المحتوى، وفحص مدى تحيزها.

3- الكشف عن الطريقة التي تعكس بها الرسالة الإعلامية هوية القائم بالاتصال، وإبراز الاختلاف في تقديم نفس الرسالة من خلال آخرين (القائمين بالاتصال عبر وسائل أخرى)، ومدى انعكاس إيديولوجية الوسيلة على القائم بالاتصال، ومدى إنجذابهم للقائم بالاتصال في كل وسيلة، والأساليب الإقناعية التي تم استخدامها من خلال القائمين بالاتصال ومدى اقتناعهم بها.

4- تشجيع الطلاب القدامى على تدريب الطلاب الأحدث على فنون الإنتاج الإعلامي تحقيقاً للتواصل والمشاركة والتعاون بين الطلاب مما يساهم تنمية الجانب الاجتماعي والوجداني لدى طلاب المرحلة الإعدادية.

5- إتاحة الفرص لمشاركة الطلاب في التغطية الإعلامية للمشروعات المجتمعية مثل افتتاح المتاحف، والمعارض، والمكتبات العامة، والمشروعات الصناعية والتجارية، مما يساهم في تنمية الشعور بالانتماء والمسئولية تجاه تنمية وطنهم.

6- إجراء مقارنة بين الأساليب الإعلامية المختلفة التي تقدم من خلالها المضامين الإعلامية وذلك من خلال تقديم (الأخبار الصحفية، والتحقيقات الصحفية، والمقالات الصحفية، والصورة الصحفية، والبرامج الإذاعية والتلفزيونية، والإعلانات، والأفلام الوثائقية،

والسينمائية) على أن تتمثل نقاط المقارنة في المساحة والزمن، والفرق بين سمات المادة المرئية والمصورة والمقروءة، ودور الكاميرا ومدى اختلافها بين البرامج التلفزيونية والأفلام الوثائقية وغيرها من المواد الفيلمية، ومناقشة قوة تأثير تلك الأساليب المختلفة في تقديم الرسائل والمضامين الإعلامية.

7- تشجيع الطلاب على تخطيط وتصميم منتج إعلامي في صورة كتابة تحقيق صحفي حول قضية أو موضوع له أهمية لديهم، أو إعداد تقرير عن مدى تطور وسائل الإعلام وتأثيره على الأجيال القادمة، أو إنتاج فيديو حول موضوع يهم المجتمع مثل تلوث البيئة وطرح حلول للتغلب على قضية تلوث البيئة، وتقديم المنتج في صورته النهائية لباقي الطلاب، وإتاحة الفرص للمناقشة والتحليل.

8- مناقشة القضايا الأخلاقية والقانونية التي تتناولها وسائل الإعلام للتأكد من إدراك الطلاب للمسئولية الأخلاقية والقانونية تجاه استخداماتهم لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة، وعدم نشر خصوصيات الآخرين دون موافقتهم سواء في صورة نص أو صورة أو فيديو، مع تسليط الضوء على تقديم بعض نماذج من الإعلاميين الذين يستهدفون الإثارة والتجاوز على حرية الآخرين، وعدم تحري الدقة في النشر أو التقديم التلفزيوني.

## 6. التصور المقترح لتطبيق التربية الإعلامية في المرحلة الإعدادية في ضوء رؤية مصر 2030.

تبرز أهمية إعداد تصور مقترح لتطبيق التربية الإعلامية في المرحلة الإعدادية من أهمية رؤية مصر 2030 لكي تتماشى العملية الإعلامية وفق استراتيجية تتبناها الدولة بمؤسساتها التربوية والتعليمية خاصة في المراحل التعليم الأساسية " المرحلة الإعدادية".

## 7. ويعتمد التصور المقترح للدراسة الحالية على مجموعة من المرتكزات التالية:

- الاستخدام الأخلاقي والاجتماعي لوسائل الاتصال، ويشمل فهم القضايا الأخلاقية والثقافية والاجتماعية المرتبطة باستخدام وسائل الإعلام في تحليل المحتوى الإعلام ونقده وتكوينه ونشره عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وينطلق هذا الاتجاه من مضمون نظرية المسؤولية الاجتماعية التي تستند على مسؤولية الجمهور تجاه ما يتعرض له من رسائل إعلامية عديدة، وإخضاع المحتوى الإعلامي للنقد والتحليل وفق معايير أخلاقية وموضوعية دقيقة تهدف إلى الكشف عن الحقيقة<sup>40</sup>.
- استخدام التطبيقات العملية في ممارسة التربية التربوية الإعلامية بالمدارس وتقديم المواقف الواقعية المختلفة وتشجيع الطلاب لكي يتفاعلوا مع تلك المواقف كإجراء مناقشات حول مجموعة من الشائعات والمعلومات الخاطئة التي تتناولها وسائل الإعلام، مع ذكر الأدلة والبراهين العلمية عند تصويب تلك المعلومات، وإجراء عمليات التواصل بين المشرف و أخصائي الإعلام التربوي بالمدرسة والطلاب وذلك عبر موقع المدرسة ومجموعات الشات وذلك للربط بين بيئة الطلاب وبيئة المدرسة

مما يحقق أهداف التربية الإعلامية في سد الفجوة بين الطالب والمدرسة والتربية الإعلامية.

- البعد عن التوجيه المباشر للطلاب عند ممارسة التربية الإعلامية وإتاحة الفرصة للتعلم الذاتي لدى الطلاب مع توجيههم للمصادر الموثوق بها من كتب ومواقع الكترونية لمؤسسات إعلامية والمنظمات الدولية وخاصة منظمة اليونسكو نظراً لاهتمامها البارز بالتربية الإعلامية والثقافة.
- تنوع الوسائل المستخدمة في تطبيق التصور المقترح لتشمل إجراء الدورات التدريبية لأخصائيي الإعلام التربوي بالمدارس يقوم بإعدادها والإشراف عليها مجموعة من المتخصصين في مجال الإعلام والتربية، وإعداد ورش عمل يشارك فيها الطلاب بالمدارس، وإجراء اللقاءات بالصحفيين والإعلاميين المشهود لهم بالمصداقية والثقة، وتنظيم الزيارات الميدانية إلى المؤسسات الإعلامية والصحفية، وتحليل المحتوى الإعلامي من الناحية المهنية والأخلاقية، وإجراء المشروعات الصحفية الجماعية وتنظيم المسابقات الخاصة بأنشطة ومهارات التربية الإعلامية.

#### **8. أهداف التصور المقترح وفق رؤية مصر 2030:**

يهدف التصور المقترح تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية وينبثق من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية التي يمكن إجمالها كالتالي:

- إكساب الطلاب الثقافة الإعلامية لكل أنواع وسائل الإعلام ووظائفها وتأثيراتها بما يتناسب مع المرحلة الإعدادية.
- تمكين الطلاب من مهارات التفكير والتحليل الناقد وتقييم الرسائل الإعلامية المتنوعة.
- إمام الطلاب بآليات إنتاج الرسائل الإعلامية المختلفة، وتأثيرات الرسائل الإعلامية على الجمهور المستهدف.
- تنمية القيم الأخلاقية والمعرفة القانونية لاستخدامات وسائل الإعلام والمشاركة في إنتاج الرسائل الإعلامية في إطار المسؤولية الاجتماعية والحفاظ على الجانب الجمالي للرسالة الإعلامية.
- تشجيع الطلاب على استخدام التكنولوجيا الحديثة، وكيفية الاستفادة منها في الوصول إلى المعلومات وإنتاج الرسائل الإعلامية.
- تدريب الطلاب على اللغة الإعلامية ودورها في الاتصال بالجمهور.
- تدريب الطلاب على مهارات الاتصال الفعال.
- تدريب الطلاب على معالجة قضايا المجتمع إعلامياً باستخدام أساليب إعلامية متنوعة كالمعالجة الصحفية أو معالجة إذاعية أو معالجة عبر وسائل الاتصال الحديثة.



- إدراك أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي لأهمية تطبيق التربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الإعدادية.
  - حث المسؤولين على توفير المتطلبات والتجهيزات المادية والبشرية لتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس، وربط الطلاب بالعالم الخارجي to link local classrooms to a global world.
  - التطلع إلى تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية خلال الفترة القادمة.
- وتقترح الباحثة أن يتضمن مقرر التربية الإعلامية الموضوعات التالية:**
- الوحدة الأولى: مقدمة في التربية الإعلامية وتتضمن النقاط التالية:**
- مفهوم التربية الإعلامية ومبادئها.
  - أهداف التربية الإعلامية وفق رؤية مصر 2030.
  - مهارات التعامل الواعي مع المضامين الإعلامية وتشمل الوصول والتقييم والاختيار والمشاركة والتحليل.
  - حقوق وواجبات المتلقي تجاه المضامين الإعلامية المختلفة.
  - احتياجات طلاب المرحلة الإعدادية للتربية الإعلامية وكيفية إشباعها.
  - التحديات التي تفرضها التكنولوجيا الحديثة وكيفية مواجهتها من خلال التربية الإعلامية.
- الوحدة الثانية: فهم الأخبار وأخلاقيات الإعلام وتتضمن النقاط التالية:**
- أخلاقيات العمل الإعلامي والقوانين.
  - معايير أخلاقيات العمل الإعلامي منها الصدق، والعدالة، والمسئولية، والموضوعية، والانسانية.
  - مواجهة التضليل الإعلامي، ومدى تدخل رأس المال في التأثير على مصداقية الوسيلة والرسالة الإعلامية.
  - احترام ضوابط النقد الإعلامي والتميز بين نقد الرسالة الإعلامية والتشهير بالأشخاص واحترام خصوصيات الآخرين، وعدم مصادرة آراء الآخرين خاصة التي تتعارض مع سياسة الوسيلة الإعلامية.
  - التمييز بين الأخبار الصحيحة والأخبار الكاذبة وكيفية تصحيحها.
- الوحدة الثالثة: تأثيرات وسائل الإعلام على الفرد وعلى المجتمع وتتضمن النقاط التالية:**
- طبيعة وسائل الإعلام من حيث السمة والتخصص.
  - قواعد صناعة وسائل الإعلام من حيث الهيكل الإداري، والتخطيط، والسياسة.

- نظريات تأثير وسائل الإعلام على الفرد والرأي العام.
- مستويات تأثير وسائل الإعلام منها التأثير في المعارف والإدراك، والتأثير في الاتجاهات، والتأثير في بناء الصور الذهنية، والتأثير في السلوك.
- التمييز بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة وتأثيراتها المختلفة.
- تصنيف الجمهور المستهدف من المضامين الإعلامية ورصد تفاعله مع وسائل الإعلام التقليدية والحديثة.
- التمييز بين المحتوى الاعلاني والمحتوى الاعلامي ورصد تأثير كل منهما على الجمهور.

#### الوحدة الرابعة: اللغة المستخدمة في المضامين الإعلامية المختلفة وتتضمن النقاط التالية:

- قراءة النصوص الإعلامية والمعلوماتية وتحديد الرموز المستخدمة فيها.
- تحليل الصور والرسوم والمقاطع الصوتية والفيديو وزوايا الكاميرا والرموز اللفظية وغير اللفظية للكشف عن مدى تأثير تلك اللغات المستخدمة في الجمهور ودلالاتها لدى القائم بالاتصال.
- التدريب على مهارات الكتابة المؤثرة وتفكيك المضامين الإعلامية وإعادة بنائها.
- استخدامات أساليب البث المباشر وكيفية توظيفها في الأنشطة الإعلامية.

#### الوحدة الخامسة: الاتصال الفعال وتتضمن النقاط التالية:

- ماهية عناصر الاتصال الفعال.
- التدريب على مهارات الاتصال الفعال.
- كيفية استخدام مهارات الاتصال الفعال في صناعة الرأي العام.
- كيفية تطبيق التقنيات الحديثة في عمليات الاتصال الفعال.

#### الوحدة السادسة: مهارات التفكير الناقد والإبداعي في الإعلام وتتضمن النقاط التالية:

- تعريف التفكير الناقد وأهميته.
- كيفية تنمية مهارات التفكير الناقد لدى طلاب المرحلة الإعدادية.
- التحقق من صحة المضامين الإعلامية والتمييز بين الحقيقة والرأي.
- تحليل المضامين الإعلامية للوصول إلى أساليب الإقناع المستخدمة.

- التدريب على مهارات التفكير الإبداعي لإنتاج المضامين الإعلامية، والوصول إلى الافتراضات، والاستنباط، والبحث عن الأسباب، والاستقراء.
- استخدام الطلاب للتقنيات الحديثة للتعبير عن آرائهم في المضامين الإعلامية المختلفة، وإنتاج الرسائل الإعلامية.

#### الوحدة السابعة: التربية الإعلامية وقضايا المجتمع.

- تحديد الظواهر والمشكلات التي يعاني منها المجتمع.
- تعريف الظواهر والمشكلات التي يعاني منها المجتمع مثل ظاهرة التنمر، والإدمان، والعنف المجتمعي، والتشهير، والانتحار.
- دور التربية الإعلامية تجاه ظاهرة التنمر.
- دور التربية الإعلامية تجاه الإدمان.
- دور التربية الإعلامية تجاه التشهير الإعلامي.
- دور التربية الإعلامية تجاه العنف المجتمعي.
- دور التربية الإعلامية تجاه الانتحار.
- كيفية استخدام التربية الإعلامية في المدرسة لتنمية الثقة في النفس لدى الطلاب.
- كيفية استخدام التربية الإعلامية للكشف عن مواهب الطلاب والعمل على تدعيمها.<sup>41</sup>

**وتتلخص إجراءات تنفيذ التصور المقترح لمقرر التربية الإعلامية وفق رؤية مصر 2030:**

#### من الناحية التنظيمية:

- أن تتعاون إدارة المدرسة وأخصائي الإعلام التربوي والموجهين على تطبيق مقرر التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية، وتوفير الموارد والإمكانيات التكنولوجية التي تسهل على الطلاب وأخصائي الإعلام التربوي تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس وعبر الإنترنت، وذلك وفق خطة معده من قبل المسؤولين في الإدارات التعليمية تعتمد على تقديم تربية إعلامية فعالة بعيدة عن التلقين النظري ومعتمدة على مهارات الخلق والإبداع.
- أن تخصص الإدارات التعليمية مجموعة من الجوائز القيمة لأخصائيي الإعلام التربوي الممارسون للتربية الإعلامية بالمدارس كنوع من التشجيع والإثابة وخلق المنافسة بين المدارس وأخصائيي الإعلام التربوي.

- تقسيم مقرر التربية الإعلامية المقترح إلى جانبين احدهما نظري والآخر تطبيقي، وتخصيص ساعات أكثر للجانب التطبيقي نظراً لطبيعته التي تحتاج إلى وقت وإمكانيات مادية وتكنولوجية وتعاون ومشاركة جميع الطلاب في هذا الجانب.
- أن تقسم الوحدات المقترحة للتدريس ولممارسة التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية بمراحلها الثلاث بحيث يتم تدريس الوحدة الأولى والوحدة الرابعة بالصف الأول الإعدادي، وتدرس الوحدة الثانية والوحدة الثالثة بالصف الثاني الإعدادي، وتدرس الوحدة الخامسة والسادسة والسابعة بالصف الثالث الإعدادي، على أن يبدأ تدريس المقرر المقترح بداية من الصف الأول الإعدادي، على أن يكون تدريب الطلاب على مهارات التربية الإعلامية في صورة إعداد ورش عمل.
- عند تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية يجب الاتفاق على متابعة مدى تنفيذ أهداف المقرر وإجراء تقييمات مرحلية وبصفة دورية من قبل أحد المتخصصين في مجال الاعلام والتربية، مما يتطلب التعاون بين المدارس والإدارات التعليمية وأساتذة الجامعات المتخصصين في الإعلام التربوي.

#### من الناحية التنفيذية:

- استخدام الأنشطة الإعلامية في تعلم التربية الإعلامية بمعنى توظيف الإذاعة المدرسية والصحافة المدرسية والملصقات والنشرات واللوحات الإعلانية والندوات والمناظرات في تنمية وعي الطلاب بالتربية الإعلامية وممارستها في الواقع المدرسي.
- عرض مجموعة من القضايا الأخلاقية التي تمس خصوصيات الآخرين وحث الطلاب على مناقشة تلك القضايا من الناحية الإعلامية والأخلاقية والاجتماعية، وتشجيعهم على التعبير عن آرائهم بحرية، وعدم مصادرة أفكارهم، وتحليل سياق الرسالة وأهداف القائم بالاتصال وتحديد الجمهور المستهدف .
- استخدام استراتيجيات الحوار والمناقشة والعصف الذهني للطلاب سواء داخل الصف الدراسي أو خارجه وذلك عبر الزيارات الميدانية.
- مناقشة رؤية مصر 2030 مع الطلاب وذلك في إطار أهداف التربية الإعلامية التي تسعى إلى بناء شخصية متكاملة ومسئولة ومنفتحة على العالم والحضارات المختلفة وتحترم الآخر، وتسعى إلى تطوير ذاتها ومجتمعها.
- عرض نماذج لمواد إعلامية غربية ومحاولة الاستفادة من كيفية تقديم مضمون إعلامي شيق وجذاب يحقق المتعة ويشبع الحاجة إلى التسلية والترفيه.
- دراسة حالة لبعض الظواهر التي يعاني منها المجتمع مثل الإدمان والتنمر والعنف والانتحار، وتوظيف التربية الإعلامية في معالجة تلك الظواهر ذات التأثيرات السلبية على الطلاب والمجتمع.

**وتعتمد أساليب تقويم مقرر التربية الإعلامية<sup>42</sup> المقترح على بعض الوسائل من أهمها:**

- رصد ردود فعل الطلاب تجاه المقرر، وملاحظة مدى تفاعلهم مع الأنشطة الإعلامية المدرسية وفق مبادئ التربية الإعلامية.
- مراجعة أهداف التصور المقترح والمحتوى وأساليب التنفيذ وفق الأهداف والمحتوى.
- تصميم مقياس لقياس الأثر من تطبيق التربية الإعلامية على الطلاب في المرحلة الإعدادية.
- تصميم مقياس لقياس اتجاهات الموجهين وأخصائي الإعلام التربوي تجاه تطبيق المقرر المقترح للتربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية.
- رصد جوانب القوة وجوانب الضعف التي تظهر عند تنفيذ مقرر التربية الإعلامية وذلك لتصميم المعالجات اللازمة وإجرائها بصفة مستمرة ضماناً لتحقيق الأهداف المرجوة من تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس.

**الإطار النظري للدراسة**

**نظرية المسؤولية الاجتماعية Social Responsibility Theory**

تشكلت نظرية المسؤولية الاجتماعية لو سائل الإعلام عقب صدور تقرير لجنة Hutchins عام 1947، وذلك كاستجابة للانتقادات واسعة المجال تجاه الصحافة الأمريكية وما تبثه من أخبار زائفة ولا تهدف إلى إشباع الاحتياجات الاتصالية لدى الجمهور الأمريكي. وتلخص دينيس ماكويل المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية كالتالي:

- 1- يجب أن تلتزم وسائل الإعلام بدورها المسئول تجاه قضايا المجتمع والمساهمة في عمليات الإصلاح الاجتماعي والثقافي، والسياسي.
- 2- أن تقوم بدورها وتفي بالتزاماتها تجاه المجتمع والجمهور من خلال وضع معايير مهنية للإعلام كالموضوعية والدقة والتوازن والصدق.
- 3- يجب أن تتجنب ما قد يؤدي إلى الجريمة، والعنف، والإباحية، والفوضى، والتقليل من شأن الأقليات.
- 4- يجب أن يكون الصحفيون والإعلاميون مسئولين وعرضه للمحاسبة تجاه المجتمع.
- 5- أن يخضع أصحاب المؤسسات الإعلامية تحت طائلة القانون إذا ما تجاوزت مؤسساتهم خصوصية الآخرين وتسببت في تشويه السمعة<sup>43</sup>.

وترتبط المسؤولية الاجتماعية بجوهر التربية الإعلامية وكيفية تقديمها في إطاراً أخلاقياً ومهنياً يجب الإلتزام به أثناء ممارسة النشاط الإعلامي بكافة أشكاله وفقاً لمقتضيات المجتمع المدرسي وطبيعته، وأيضاً محاولة نقل الضوابط الأخلاقية والمهنية للطلاب في التعامل مع وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي بما يساهم في ترسيخ قواعد ومعايير المسؤولية تجاه أي نشاط اتصالي يقوم به الطلاب مع الأخصائي أو بمفردهم، وبما يحقق مبادئ وأهداف التربية الإعلامية.

### التربية الإعلامية والمسئولية الاجتماعية:

تؤدي التربية الإعلامية دوراً مهماً في عملية تنمية المسئولية الاجتماعية لدى الطلاب من خلال تشكيل مفاهيمهم وعواطفهم نحو الإتجاه الإيجابي وتبني القيم المرغوبة، وتعويدهم على السلوكيات المقبولة اجتماعياً وإعلامياً، والتي تتفق مع معايير الأخلاقية والقيمية للمجتمع وللعمل الإعلامي، مما يعني أن التربية الإعلامية تعمل على إعداد الطلاب لأداء السلوكيات الإيجابية المسؤولة تجاه ذواتهم والمجتمع وذلك في إطار اتصالهم بالرسائل الإعلامية ومواقع التواصل الاجتماعي، وأيضاً أثناء قيامهم بالأنشطة الإعلامية بالمدرسة.

وإذا كانت المسئولية الاجتماعية تكويناً ذاتياً فإنها في جانب كبير من نموها نتاج اجتماعي يمكن اكتسابه وتعلمه، وتقوم التربية الإعلامية بتدريب الطلاب على المهارات اللازمة التي تمكنهم من فهم ونقد وتحليل وإنتاج الرسائل الإعلامية وذلك وفق معايير وقيم تستند على دعم المسئولية تجاه الفرد ذاته والآخرين.

**ويركز نموذج Teaching Personal and Social Responsibility (TPSR)** على أن الطلاب يجب أن يتعلموا أن يكونوا مسئولين عن أنفسهم والآخرين، وإتاحة الفرص لهم لممارسة المسئولية الإعلامية والضبط الذاتي عبر حياتهم المدرسية، كما أن التربية الإعلامية لا تكفي بتعلم الطلاب بعض المهارات الإعلامية لفحص الرسائل الإعلامية فقط وإنما تعمل على احترام حقوق ومشاعر الآخرين وعدم التجاوز على حرية الآخرين وكشف أسرارهم الخاصة، والإلتزام بالدقة ونقل الحقيقة وعدم الخلط بين الرأي الشخصي وحقيقة الموضوع، والاستقلالية عن أي تبعية فالمسئولية الإعلامية تتطلب تحري الدقة فيما يقدم عبر وسائل الإعلام أو مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لكسب ثقة الجمهور<sup>44</sup>.

وهنا يظهر دور أخصائي الإعلام التربوي فهو في الحقيقة قوة اجتماعية للطلاب وكلما كان أخصائي الإعلام التربوي على دراية كاملة بمسئوليته الاجتماعية تجاه الطلاب كلما نجح في تنمية المسئولية الاجتماعية لدى الطلاب ومن ثم فمن السهل على الطلاب تبني مبادئ وأهداف التربية الإعلامية من منطلق مسئولياتهم الاجتماعية.

### الإطار المنهجي للدراسة

#### • نوع الدراسة ومنهجها

تنتهي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية لأن الدراسات الوصفية تهدف إلى جمع البيانات وتصنيفها وتحليلها وتفسيرها، ولذلك تسعى الدراسة إلى إعداد مقترح للتربية الإعلامية وتطبيقها بالمدارس الإعدادية، وكيفية تطبيق المقترح البحثي بالمدارس، والوصول إلى آراء أخصائي وموجهي الإعلام التربوي تجاه تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية، ومدى إدراكهم لأهمية التربية الإعلامية لدى الطلاب، وذلك للوصول إلى تعميمات علمية مقبولة يمكن الاعتماد عليها في تصميم أسئلة الاستبيان وبناء المقاييس وتطبيقها على أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي عينة الدراسة لتوصيف الواقع الفعلي للتربية الإعلامية في المدارس الإعدادية، والعمل على تطبيق التربية الإعلامية في المدارس الإعدادية في إطار رؤية الدولة المصرية 2030.

### • منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة الحالية على منهج المسح لمسح الدراسات السابقة والأدبيات العلمية العربية والأجنبية التي تناولت التربية الإعلامية في المدارس، ويركز منهج المسح التحليلي على رصد الأوضاع وتوثيقها في اللحظة الحالية بهدف تفسير وتحليل الواقع الفعلي من خلال اختبار متغيرات الدراسة والتعرف على العلاقات بينهم، وذلك من خلال جمع البيانات والمعلومات التي يتم رصدها من خلال الاستبيان ومقاييس الدراسة وذلك للإجابة عن تساؤلات البحث والفروض<sup>45</sup> ثم تصنيف البيانات والمعلومات التي تم تجميعها من أخصائي وموجهي الإعلام التربوي عينة الدراسة، بالإضافة إلى ، وذلك لتحليلها وتفسيرها بما يخدم الدراسة الحالية من حيث تحقيق الأهداف والوصول إلى النتائج العلمية التي تساهم في رصد الواقع الفعلي للتربية الإعلامية وكيفية تطويره، بما يتناسب ويتلائم مع رؤية الدولة المصرية 2030.

### • مجتمع وعينة الدراسة

يتحدد مجتمع البحث في أخصائي وموجهي الإعلام التربوي لرصد رؤيتهم للواقع الفعلي للتربية الإعلامية بالمدارس، ومدى إدراكهم لأهمية تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس، والكشف عن اتجاهاتهم وآرائهم تجاه المقترح البحثي الخاص بتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية، وطبقت الدراسة على عينة عمدية من أخصائي وموجهي الإعلام التربوي بالمرحلة الإعدادية قوامها 150 مفردة بمحافظة القاهرة والجيزة، وقد روعي في اختيار عينة الدراسة تمثيل النسبة المناسبة من مجتمع أخصائي وموجهي الإعلام التربوي العاملين بالإشراف على المدارس الإعدادية، مما يسهل عملية تعميم النتائج على المجتمع الأصلي للدراسة المتمثل في أخصائي وموجهي الإعلام التربوي

كما اهتمت الباحثة بعدد سنوات الخبرة بحيث لا يقل عدد سنوات الخبرة لدى أخصائي وموجهي الإعلام التربوي عن 5 سنوات وذلك لضمان توفير عامل الخبرة في الإشراف على الإعلام التربوي والإدارات التعليمية مما يساهم في عملية إثراء البحث الحالي بخبراتهم وآرائهم لتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية وفق رؤية مصر 2030.

### • أدوات الدراسة

استعانت الباحثة بأداة الاستبيان ومقياس ليكرت الثلاثي، حيث صممت أداة الاستبيان وثلاثة مقاييس لرصد واقع التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية، ومدى إدراك أهمية تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية، وأيضاً قياس اتجاهات أخصائي وموجهي الإعلام التربوي تجاه التصور المقترح لتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية، واستعانت الباحثة بمقياس ليكرت الثلاثي لتصميم مقاييس الدراسة الحالية، وذلك بعد الإطلاع على العديد من المقاييس التي استعانت بها الدراسات السابقة مثل دراسة (رباب صلاح 2021)<sup>46</sup>، ودراسة (إيمان سيد 2021)<sup>47</sup>، ودراسة (محمد علاء 2021)<sup>48</sup>، ودراسة (شدى صالح 2020)<sup>49</sup>، ودراسة (أحمد جمال 2018)<sup>50</sup>، ودراسة (Igor Kanizaj 2017)<sup>51</sup> وأيضاً دراسة (Amanda G2012)<sup>52</sup>.

## • مصطلحات الدراسة

### 1- التربية الإعلامية:

هي القدرة علي تفسير وبناء المعني الشخصي من الرسائل الإعلامية، والاختيار وتوجيه الأسئلة والوعي بما يحيط الطالب بدلاً من أن يكون سلبياً ومعرضاً للاختراق، وأشار تقرير شراكة من أجل مهارات القرن الحادي والعشرين إلى أن التربية الإعلامية تتضمن الوصول إلى الرسائل الإعلامية، وتحليلها، وإدارتها، ودمجها، وتقييمها، وإنتاج المعلومات بطرق ووسائل متنوعة من الأشكال والوسائط الإعلامية، بالإضافة إلى تمكين الطلاب من فهم دور وسائل الإعلام المجتمعي<sup>53</sup>.

ويقصد بالتربية الإعلامية إجرائياً: بإعداد تصور لمقرر التربية الإعلامية يقوم بتدريسه أخصائي الإعلام التربوي في المدرسة، وجوهر هذا المقرر قائم على تعلم الطلاب كيفية التعامل الواعي مع الرسائل الإعلامية ووسائل الاتصال المتعددة، وتمكين الطلاب من مهارات التربية الإعلامية وتشمل الوصول البناء لوسائل الإعلام المختلفة، والقدرة على التفكير الناقد والتحليل، وإنتاج المحتوى الإعلامي الهادف والمسئول، وتعزيز استمتاع الطلاب بالوسائط الإعلامية المتاحة من خلال استخدامها في إنشاء قنوات إعلامية تتناول احتياجاتهم وتعبير عن شخصياتهم وتناقش قضاياهم ومشكلاتهم، وتحث المسئولين للتجاوب معهم وإيجاد الحلول لمشكلاتهم، بالإضافة إلى توعية الطلاب بالمدارس بأن وسائل الإعلام لا تقدم الرسائل الإعلامية من أجل تقديم معلومة أو شغل الوقت والمساحة الزمنية فقط بل أن كل رسالة أو مضمون إعلامي يقدم فهو يعبر عن سياقات اجتماعية وسياسية واقتصادية وثقافية تسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الموضوعية ضمن استراتيجية عمل ومهام الوسيلة الإعلامية<sup>54</sup>.

### 2- رؤية مصر 2030<sup>55</sup>:

يقصد برؤية مصر 2030 مجموعة من السياسات التي تتخذها مصر في العديد من مجالات التنمية، وذلك لتحقيق استراتيجيات التنمية الاجتماعية والعلمية والاقتصادية والفكرية بحلول عام 2030، وركزت رؤية مصر 2030 على بعض الأهداف الاستراتيجية التي تستهدف تحقيقها في مجال التعليم ما قبل الجامعي ومن أهمها:

- تمكين المتعلم من متطلبات ومهارات القرن الحادي والعشرين
- توفير بنية تحتية قوية داعمة للتعلّم (معامل - مكتبات - اتصال بالإنترنت - مرافق لممارسة الأنشطة).
- تطوير المناهج بجميع عناصرها بما يتناسب مع التطوّرات العالمية والتحديث المعلوماتي مع مراعاة سن المتعلّم واحتياجاته المعرفية والثقافية والبيولوجية والنفسية، بحيث تكون المناهج متكاملة وتُسهّم في بناء شخصيته.



- التوصل إلى الصيغ التكنولوجية الأكثر فعالية، في عرض المعرفة المستهدفة وتداولها بين الطلاب وأخصائي الإعلام التربوي.
- التنمية المهنية الشاملة والمستدامة المخططة للمعلمين.
- تطوير البنية التنظيمية للوزارة والمديريات والإدارات التعليمية والمدارس، بما يحقق تحسين الخدمة التعليمية المقدمّة.
- تطوير منظومة التقييم والتقويم في ضوء أهداف التعليم وأهداف المادة العلمية، والتركيز على التقييم الشامل (معرفياً - مهاريًا - وجدانياً) دون التركيز على التقييم التحصيلي فقط.

#### حدود الدراسة:

**الحدود البشرية:** تقتصر الدراسة على أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي بالمدارس الإعدادية بمحافظتي القاهرة والجيزة.

**الحدود الموضوعية:** ركزت الدراسة على رصد الواقع الفعلي للتربية الإعلامية، ومدى إدراك أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي لتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية، والكشف عن اتجاهات أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي تجاه مقرر مقترح للتربية الإعلامية.

**الحدود الزمنية:** تم تطبيق الدراسة في الفترة من 2022/4 حتى 2022/6.

#### إجراءات الصدق والثبات لأدوات الدراسة:

اعتمدت الباحثة على آراء المحكمين<sup>56</sup> في اختبار صدق أدوات الدراسة، حيث اتفق المحكمين على صدق أدوات الدراسة الاستبتيان والمقاييس، كما أكدوا على أن عبارات المقياس واضحة وغير مكررة، وتتفق مع أهداف البحث.

ولاختبار ثبات المقاييس تم اختبار معامل الثبات لعينة استطلاعية قوامها 30 مفردة من الأخصائيين والموجهين ممثلة للعينة الأصلية، وذلك باستخدام معامل الثبات ألفا كرونباخ.

وأظهرت نتائج اختبارات الصدق والثبات التي تم إجرائها على أدوات القياس الآتي:-

أن معامل الثبات ألفا كرونباخ بلغت قيمته ( 0.81 ) لإجمالي المقياس الأول " واقع التربية الإعلامية في مدارس المرحلة الإعدادية"، و( 0.85 ) لإجمالي المقياس الثاني " مدى إدراك أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي لأهمية تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية"، و( 0.86 ) لإجمالي المقياس الثالث " اتجاهات أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي تجاه التصور المقترح لمقرر التربية الإعلامية".

وباستخدام معامل ارتباط بيرسون لحساب مدى الاتساق الداخلي لعبارات كل مقياس، تراوحت قيم معاملات الارتباط لعبارات المقياس الأول (23 عبارة) ما بين ( -0.77\*\* ) و( 0.83\*\* )، وتراوحت قيم معاملات الارتباط لعبارات المقياس الثاني (17 عبارة) ما

بين (\*\*0.88 - \*\*0.79) ، أما قيم معاملات الارتباط لعبارات المقياس الثالث (22 عبارة) تراوحت ما بين (\*\*0.87 - \*\*0.76) ، وتشير هذه النتائج إلى ارتفاع مستويات الاتساق بين بنود كل مقياس مما يدل على صلاحية ومصداقية المقاييس الثلاثة للوصول والتحقق من النتائج والفروض التي تم إعدادها في الدراسة الحالية.

#### الأساليب الإحصائية المستخدمة:

- 1- التكرارات والنسب المئوية.
- 2- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي.
- 3- معامل ارتباط الفا كرونباخ.
- 4- معامل ارتباط بيرسون لحساب الاتساق الداخلي.

#### 5- اختبار Independent samples T-Test

#### 6- اختبار "ف" (One Way ANOVA (ANALYSIS OF VARIANCE))

#### أولاً: النتائج العامة للدراسة:

#### 1- رؤية أخصائي وموجهي الإعلام التربوي لواقع التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية

#### جدول رقم ( 1 )

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
3	%47	0.78	1.41	تقدم التربية الإعلامية من خلال الندوات والملتقيات.
6	%44.66	0.66	1.34	تقدم التربية الإعلامية من خلال الصحافة المدرسية والنشرات.
4	%45.66	0.70	1.37	تقدم التربية الإعلامية من خلال برامج الإذاعة المدرسية.
15	%36.33	0.29	1.09	توجد خطة دراسية لتدريس التربية الإعلامية وممارستها عبر الأنشطة الإعلامية.
15	%36.33	0.30	1.09	يقدم توجيه النشاط الإعلامي خطة لتنفيذ أنشطة التربية الإعلامية بالمدرسة.
8	%41.66	0.54	1.25	تتوفر الكتب والمصادر المعرفية الخاصة بالتربية الإعلامية لدى الطلاب.
3	%47	0.71	1.41	يتوفر المكان والأدوات اللازمة لتدريس وممارسة أنشطة التربية الإعلامية.
7	%44.33	0.60	1.33	تمتلك الخبرة الكافية لتدريب الطلاب على مهارات التربية الإعلامية ومبادئها.
15	%36.33	0.32	1.09	يتم توجيه النشاط الإعلامي دورات تدريبية في التربية الإعلامية لأخصائي الإعلام التربوي.
16	%36	0.26	1.08	يوفر التوجيه ميزانية خاصة لتنفيذ برامج التربية الإعلامية في المدرسة.
2	%68.66	0.95	2.06	يتفاعل الطلاب بإيجابية تجاه القضايا المثارة إعلامياً من خلال المناقشة والحوار وإبداء الرأي بحرية وذلك عبر المناظرات والندوات.
1	%83.66	0.80	2.51	تقوم بدور المرشد أثناء تنفيذ الطلاب للأنشطة الإعلامية التي تدعم تنمية مهارات التربية الإعلامية لدى الطلاب.

تصور مقترح لتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية في إطار رؤية مصر 2030

15	%36.33	0.32	1.09	يطبق الطلاب مبادئ التربية الإعلامية من خلال الأنشطة الصفية واللاصفية التي يقومون بها.	13
9	%41.33	0.52	1.24	يقبل الطلاب على إنتاج أنشطة التربية الإعلامية عبر موقع المدرسة ومواقع التواصل الاجتماعي.	14
11	%40	0.44	1.20	يفرق الطلاب بين حقوق وواجبات الجمهور المتلقي تجاه المضامين الإعلامية المتنوعة.	15
17	%35.33	0.33	1.06	يمارس الطلاب مهارات التربية الإعلامية مثل التحليل للمضامين الإعلامية والنقد والكتابة الإعلامية من خلال الأنشطة الإعلامية التي يقدمونها في المدرسة.	16
5	%45	0.69	1.35	يميز الطلاب بين وسائل الإعلام من حيث السمات والخصائص.	17
14	%38	0.36	1.14	يدرك الطلاب السياقات السياسية والاقتصادية والثقافية للرسالة الإعلامية.	18
13	%38.33	0.42	1.15	يتعامل الطلاب بوعي مع وسائل الإعلام الحديثة ومضامينها.	19
13	%37.33	0.37	1.13	يلتزم الطلاب بممارسة الأنشطة الصحفية المدرسية وفق المعايير المهنية والدقة والموضوعية.	20
9	%41	0.57	1.23	يناقش الطلاب التأثيرات الإعلامية الإيجابية والسلبية للمضامين الإعلامية من خلال الندوات التي تنظمها المدرسة.	21
12	%39	0.42	1.17	يميز الطلاب بين الصورة النمطية المقدمة عبر وسائل الإعلام والواقع.	22
11	%40	0.50	1.20	يفرق الطلاب بين الرأي والحقيقة في المضامين الإعلامية التي يقومون بتقديمها عبر الإذاعة المدرسية، والصحافة المدرسية، والنشرات.	23
-	%43.33	0.22	1.30	المستوى الكلي للاستجابات "ضعيف"	

يتضح من نتائج الجدول السابق أن المتوسط الإجمالي لبنود مقياس "رؤية أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي لواقع التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية" بلغ 1.30، وذلك وفق آراء أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي عينة الدراسة، ويعد ذلك المتوسط ضعيفاً، حيث جاءت استجابات أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي تجاه واقع التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية (يطبق الطلاب مبادئ التربية الإعلامية من خلال الأنشطة الصفية واللاصفية التي يقومون بها بمتوسط 1.09، يمارس الطلاب مهارات التربية الإعلامية كالتحليل والنقد والكتابة الإعلامية بمتوسط 1.06، يدرك الطلاب السياقات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية للرسائل الإعلامية بمتوسط 1.14، يتعامل الطلاب بوعي مع وسائل الإعلام الحديثة ومضامينها بمتوسط 1.15، يمارس الطلاب الأنشطة الصحفية وفق المعايير المهنية والموضوعية بمتوسط 1.13، يميز الطلاب بين الصور النمطية وواقعها بمتوسط 1.17، يفرق الطلاب بين الرأي والحقيقة بمتوسط 1.20، يناقش الطلاب التأثيرات الإعلامية الإيجابية والسلبية للمضامين الإعلامية وذلك من خلال الندوات التي تنظمها المدرسة بمتوسط 1.23، توجد خطة دراسية لتدريس التربية الإعلامية وممارستها عبر الأنشطة الإعلامية بمتوسط 1.09، يقدم توجيه النشاط الإعلامي خطة تنفيذية لممارسة أنشطة التربية الإعلامية بالمدارس بمتوسط 1.09، يتيح توجيه النشاط الإعلامي دورات تدريبية في التربية الإعلامية لأخصائيي الإعلام التربوي بمتوسط 1.09، يوفر توجيه النشاط الإعلامي ميزانية خاصة لتنفيذ برامج التربية الإعلامية بالمدارس بمتوسط 1.08)

وتشير هذه النتيجة إلى ضعف ممارسة الطلاب للتربية الإعلامية وذلك من وجهة نظر أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي، وتتفق مع هذه النتيجة كل من دراسة (رباب

صلاح(2021)<sup>57</sup>، ودراسة (أحمد الخزاولة 2020)<sup>58</sup>، ودراسة(Alexander2019)<sup>59</sup>، ودراسة (عبيده صبطي 2017)<sup>60</sup>، ودراسة(حسن خليل 2015)<sup>61</sup>، وأيضاً دراسة (Miglana S.Todorova 2015)<sup>62</sup> حيث أشارت هذه الدراسات إلى ضعف ممارسة التربية الإعلامية بالمدارس ويرجع ذلك إلى عدم اهتمام المسؤولين ومديري المدارس والإدارات التعليمية بتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس، ونقص الخبرات لدى أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي في مجال التربية الإعلامية وكيفية تدريسها، وعدم توفير الميزانية والإمكانات التكنولوجية اللازمة لتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس، وعدم إتاحة الفرص أمام الطلاب لتطبيق مبادئ ومهارات التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية، وممارسة الطلاب للأنشطة الإعلامية بالمدارس تنحصر في المشاركة المحدودة في الإذاعة والصحافة المدرسية دون الاهتمام بتنمية وعي الطلاب بدور وسائل الإعلام وتأثيراتها وكيفية توظيفها في تناول قضايا المجتمع المدرسي وقضاياهم ومشكلاتهم الخاصة، وتمكين الطلاب من تحقيق الاستفادة من وسائل الاتصال الحديثة من خلال تدريب الطلاب بالمدارس على المناقشة وإبداء الرأي وتحرير الموضوعات الصحفية والإذاعية وذلك وفق مبادئ التربية الإعلامية ورؤية مصر 2030 والتي تركز على تنمية التفكير الإبداعي والنقدي لدى طلاب المدارس، وتشجيع الطلاب على إيجاد الحلول لبعض الموضوعات الإعلامية كالخصوصية واحترام الآخر، والالتزام بالمعايير المهنية والدقة في نقل الأخبار وتحليلها ومتابعتها.

ومن ثم فإن هذه النتيجة تشير إلى ضرورة تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس المصرية لمواكبة رؤية مصر 2030، وأيضاً تشير هذه النتيجة إلى أهمية إعداد مقررات خاصة بالتربية الإعلامية وتطبيقها في كل المراحل التعليمية، على أن يقوم بإعدادها نخبة من المتخصصين في المجال التربوي والإعلامي، وأن تكون رؤية مصر 2030 من أهم مرتكزات مقرر التربية الإعلامية، ومواجهة المعوقات والتحديات التي تقف أمام تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس مثل توفير الدورات التدريبية الدائمة في مجال التربية الإعلامية لأخصائيي وموجهي الإعلام التربوي على أن يقوم بإعداد وتنفيذ هذه الدورات نخبة من المتخصصين في المجال الاعلامي والتربوي، وتطوير البنية التكنولوجية بالمدارس بما يتناسب مع متطلبات العصر الحالي وتوجه رؤية مصر 2030

واكتساب الطلاب مهارات النقد والتحليل والتفسير للرسائل الإعلامية وكيفية فك وبناء الرسالة الإعلامية، وتمكين الطلاب من فهم القائم بالاتصال وتحديد أهدافه وسياسته الإعلامية، وتمكين الطلاب من التمييز بين المحتوى الإعلامي والمحتوى الإعلاني، وتمكين الطلاب من ممارسة أخلاقيات العمل الإعلامي من خلال أسلوب المحاكاة لمواقف وطرح الأسئلة على الطلاب لعرض آرائهم وكيفية معالجة الموضوعات إعلامياً بأسلوب شيق وجذاب وموضوعي، بالإضافة إلى ضرورة تطوير الخطط السنوية الخاصة بالنشاط الإعلامي بالمدارس على أن يتم التركيز على دمج مهارات التربية الإعلامية في تلك الأنشطة وتوفير أساليب للتقويم والمتابعة، وتشجيع المسؤولين والقيادات بالإدارات التعليمية لأخصائيي الإعلام التربوي وتوفير الحافز المادي والنفسي لهم.

2- رؤية أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي لأهمية تطبيق التربية الإعلامية كمقرر أساسي بالمدارس الإعدادية.

جدول رقم (2)

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
1	لمساعدة الطلاب للوصول الإيجابي لوسائل الإعلام التي تشبع احتياجاتهم الاتصالية.	2.99	0.08	99.66%	1
2	لتنمية مستويات التفكير الناقد لدى الطلاب وفحص الرسائل الإعلامية المتنوعة التي تبث عبر الوسائط المتعددة، والاختيار الواعي للرسائل الإعلامية.	2.97	0.23	99%	3
3	لتمكين الطلاب من تقييم الأساليب الإعلامية المستخدمة في تقديم المضامين الإعلامية	2.95	0.25	98.33%	5
4	لتنمية الوعي لدى الطلاب بالسياقات السياسية والاقتصادية والثقافية المصاحبة لوسائل الإعلام.	2.94	0.26	98%	6
5	لاستيعاب عناصر العملية الاتصالية، ومدى الترابط بين المصدر، والوسيلة، والقائم بالاتصال، والجمهور، ورجع الصدى، وإعداد رسائل إعلامية ذات تأثيرات بناءة وجيدة.	2.93	0.32	97.66%	7
6	لتعزيز قدراتهم على تكوين الأحكام الذاتية تجاه المضامين الإعلامية وفق مبادئ التربية الإعلامية، وقبول الجيد منها ورفض المضامين ذات التأثيرات الضارة.	2.93	0.30	97.66%	7
7	لإحاطة الطلاب بتأثيرات المضامين الإعلامية وأهداف القائمين عليها، وذلك من خلال التركيز على نظريات الإعلام ضمن تدريس برامج التربية الإعلامية.	2.94	0.26	98%	6
8	لتنمية القيم الإعلامية لدى الطلاب وتشمل الدقة والموضوعية والصدق، والتمييز بين الحقيقة والرأي، والفرق بين الواقع والصور النمطية التي تقدمها وسائل الإعلام.	2.98	0.14	99.33%	2
9	ليتمكن الطلاب من أساليب التواصل البناء مثل المناقشة وإبداء الرأي واحترام آراء الآخرين، وتبادل الخبرات.	2.96	0.25	98.67%	4
10	ليتمكن الطلاب من تنفيذ رسائل إعلامية تعبر عن قضاياهم، وأرائهم تجاه قضايا المجتمع المحيط بهم.	2.96	0.25	98.67%	4
11	ليتعلم الطلاب أخلاقيات العمل الإعلامي، ويحدد السلوكيات الخاطئة التي تمارس عبر المواقع الإلكترونية وبرامج الشات وتعرض أصحابها للمسائلة القانونية.	2.97	0.24	99%	3
12	لتحقيق المتعة الفكرية والوجدانية والثقافية لدى الطلاب من خلال الانفتاح الثقافي والحضاري الذي تقدمه وسائل الإعلام الجديدة.	2.89	0.42	96.33%	8
13	كضرورة لمواجهة التحديات الثقافية والاجتماعية التي تفرضها المضامين الإعلامية عبر وسائل الإعلام، والتعامل معها بشكل إيجابي.	2.93	0.32	97.66%	7
14	لمواجهة بث الصور والمعلومات والتسجيلات التي تخص الآخرين، والوعي باحترام الخصوصية وعدم التجاوز السلوكي عبر المنصات الإلكترونية.	2.89	0.42	96.33%	8
15	لكي يكون للطلاب دور مؤثر وفعال في تثقيف المحيطين بهم بالثقافة الإعلامية.	2.93	0.34	97.66%	7
16	لنقليل الفجوة بين خبرات الطلاب خارج المدرسة وداخلها من خلال توظيف الوسائل التكنولوجية والمعلوماتية في تطبيق برامج التربية الإعلامية.	2.93	0.29	97.66%	7
17	ليتمكن من الكشف عن الأخبار الكاذبة والأخبار الصحيحة وكيفية البحث عن المعلومات.	2.93	0.29	97.66%	7
-	المستوى الكلي للاستجابات "قوي"	2.94	0.15	98%	-

يتضح من نتائج الجدول السابق أن إدراك أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي لأهمية تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية جاء مرتفعاً، حيث جاء إجمالي المتوسط الحسابي للمقياس 2.94 بوزن نسبي 98%، وجاءت الاستجابات بمتوسطات حسابية كبيرة

مما يدل على زيادة وعي أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي لدور التربية الإعلامية في تنمية الوعي الإعلامي لدى الطلاب، وتشير هذه النتيجة إلى أن رؤية أخصائي الإعلام التربوي للتربية الإعلامية أصبحت أكثر عمقاً، حيث أكد أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي على بنود المقياس ومن أبرز الاستجابات: تمكن الطلاب من الوصول الإيجابي لوسائل الإعلام التي تشبع احتياجاتهم الإتصالية بمتوسط 2.99، وتنمي القيم الإعلامية لدى الطلاب وتشمل الدقة والموضوعية والصدق، والتميز بين الحقيقة والرأي بمتوسط 2.98، ويتعلم الطلاب أخلاقيات العمل الإعلامي، ويحدد السلوكيات الخاطئة التي تمارس عبر المواقع الإلكترونية بمتوسط 2.97، ويتمكن الطلاب من أساليب التواصل البناء مثل المناقشة وإبداء الرأي واحترام آراء الآخرين بمتوسط حسابي 2.96، ويتمكن الطلاب من تقييم الأساليب الإعلامية المستخدمة في تقديم المضامين الإعلامية بمتوسط 2.95.

وبناء على هذه النتيجة ترى الباحثة أن تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية يحتاج إلى التعاون والجدية وإعداد الرؤية المستقبلية من قبل المسؤولين والقيادات بالإدارات التعليمية وموجهي الإعلام التربوي ومديري المدارس لتوفير المناخ الملائم لتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس، ونشر الوعي الإعلامي المنضبط بين الطلاب، خاصة أن أخصائيي الإعلام التربوي عينة الدراسة أكدوا على أهمية تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس، ودورها في تنمية وعي الطلاب بالمضامين الإعلامية المتنوعة، وحمايتهم من المخاطر والتأثيرات الضارة للتدفق المعلوماتي الهائل لوسائل التواصل الاجتماعي، ومواجهة التحديات الثقافية والاجتماعية والتعامل معها بشكل إيجابي، وتشجيع الطلاب على الإنتاج الإبداعي للرسائل الإعلامية التي تعبر عن آرائهم وقضاياهم وقضايا المجتمع ككل.

وتعكس نتائج الجدول السابق أن إدراك أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي لأهمية تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس لا يكفي لتطبيق التربية الإعلامية والدليل على ذلك أن نتائج **الجدول رقم (1)** أثبتت أن التربية الإعلامية ليس لها وجود بالمدارس وذلك من وجهة نظر أخصائي وموجهي الإعلام التربوي عينة الدراسة، ومن هنا نستنتج أن أخصائي وموجهي الإعلام التربوي يواجهون تحديات وصعوبات تحول دون تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس، على الرغم من إدراكهم لأهمية تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية، وتتفق مع هذه النتيجة دراسة (أحمد حسن 2021) <sup>63</sup>، ودراسة (أسماء كمال 2016) <sup>64</sup>، ودراسة (أسماء أبو بكر 2015) <sup>65</sup>، وأيضاً دراسة (أشجان حامد 2012) <sup>66</sup>، ودراسة (عايدة محمد 2020) <sup>67</sup> حيث اتفقت هذه الدراسات على أن التربية الإعلامية تواجه العديد من التحديات والصعوبات التي تحول دون تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس ومن أهمها عدم وجود التعاون والتنسيق بين إدارة المدرسة والتوجيه والأخصائي فيما يتعلق بأنشطة التربية الإعلامية في المدارس، ولا توجد مقررات للتربية الإعلامية، وعدم التعاون بين إدارة المدرسة والأخصائي والأسرة من حيث إتاحة الفرص لمشاركة الطلاب في الأنشطة الإعلامية بالمدرسة، وضعف الإمكانيات المادية والتكنولوجية اللازمة لتطبيق التربية الإعلامية في المدارس ولمواكبة التحديات الثقافية التي تفرضها وسائل الإعلام الحديثة، واقتصار ممارسة النشاط الإعلامي في المدارس على إجراء مجموعة من المسابقات ومجلات الحائط النصفية، وإذاعة بعض البرامج الإذاعية دون مشاركة الطلاب في اختيار

تصور مقترح لتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية في إطار رؤية مصر 2030

الموضوعات وصياغتها وإعدادها وتصويرها وإخراجها، ولذلك فإن تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس يحتاج إلى اهتمام المسؤولين والإدارات التعليمية بضرورة مواجهة التحديات التي تفرضها وسائل الإعلام، وتدفق المعلومات والثقافات المختلفة، والرسائل الإعلامية المتنوعة التي يتعرض لها الطلاب دون وعي بأهداف القائم بالاتصال، وماهية سياسات وسائل الإعلام ورسائلها، ولذلك يمكننا القول بأن التربية الإعلامية من أحد أهم مرتكزات تطبيق رؤية مصر 2030، ومواجهة التحديات الإعلامية والثقافية والاجتماعية يجب إعادة النظر في تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس المصرية من قبل المسؤولين في قطاع التعليم ما قبل الجامعي.

3- اتجاهات أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي تجاه المقرر المقترح للتربية الإعلامية.

جدول رقم (3)

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
1	99%	0.19	2.97	يساهم في تعلم طلاب المرحلة الإعدادية مفهوم التربية الإعلامية وأهدافها.
2	98.66%	0.19	2.96	يمكن طلاب المرحلة الإعدادية من فهم المضامين الإعلامية وكيفية تحليلها
3	98%	0.23	2.94	يوضح حقوق وواجبات المتلقي تجاه المضامين الإعلامية المتنوعة.
4	95.66%	0.23	2.87	يساعد الطلاب على فهم السياسات الإعلامية وكيفية تخطيطها.
5	98%	0.23	2.94	يمكن الطلاب من معرفة مبادئ العمل الإعلامي المهني السليم.
6	98%	0.28	2.94	يساعد الطلاب على ممارسة الأنشطة الإعلامية التقليدية وعبر الإنترنت في سياق الدقة والمسئولية واحترام خصوصية الآخر.
7	96.33%	0.39	2.89	يساعد الطلاب على اكتساب مهارات الكتابة الإعلامية المؤثرة.
8	95.33%	0.43	2.86	يمكن الطلاب من مهارات التفكير العلمي في البحث والوصول إلى مصادر المعلومات المتنوعة.
9	94%	0.51	2.82	يمكن الطلاب من إنتاج المضامين الإعلامية باستخدام الكفايات التكنولوجية المتاحة لديهم.
10	96%	0.44	2.88	يساعد الطلاب على فهم قواعد النقد الإعلامي.
11	98%	0.33	2.94	يساهم في إدراك الطلاب لتأثيرات وسائل الإعلام على المجتمع والفرد.
12	96.66%	0.39	2.90	يمكن الطلاب من إنتاج الرسائل الإعلامية البناءة مقابل الرسائل الإعلامية الهدامة.
13	99%	0.18	2.97	يساعد الطلاب على توظيف الأنشطة الإعلامية (الفنون الإذاعية والصحفية) في نشر الوعي الإعلامي بوسائل الإعلام.
14	99%	0.21	2.97	يساعد الطلاب على فهم وإدراك أخلاقيات ومواثيق العمل الإعلامي.
15	98.33%	0.25	2.95	يمكن الطلاب من الكشف عن أهداف القائم بالاتصال، والجمهور المستهدف من الرسالة الإعلامية.
16	94.33%	0.48	2.83	يساعد الطلاب على توظيف البث المباشر للغة والمؤثرات المرئية والصوتية والموسيقى في إنتاج المضامين الإعلامية.
17	97%	0.36	2.91	يمكن الطلاب من التحقق من صحة المضامين الإعلامية والتمييز بين الحقيقة والرأي.
18	95.66%	0.45	2.87	يمكن الطلاب من إدراك مستويات التأثير للرسالة الإعلامية من الناحية المعرفية وبناء الصورة الذهنية الصحيحة.

تصور مقترح لتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية في إطار رؤية مصر 2030

20	يمكن الطلاب من التفكير الإبداعي لإنتاج المضامين الإعلامية، والوصول إلى الافتراضات ، والبحث عن الأسباب، والاستقراء، والمناقشة، والعصف الذهني.	2.89	0.38	96.33%	8
21	يساعد الطلاب على تحديد احتياجاتهم المعرفية والمهارية والوجدانية والترفيهية وكيفية إشباعها عبر وسائل الإعلام وفي إطار مبادئ التربية الإعلامية.	2.91	0.32	97%	6
22	يمكن الطلاب من التعبير عن الرأي وبناء الشخصية المسنولة تجاه نفسها والمجتمع المحيط.	2.91	0.31	97%	6
23	يساعد الطلاب على تحقيق رؤية مصر 2030 في مجال التربية الإعلامية.	2.95	0.22	98.33%	3
المستوى الكلي للاستجابات "قوي"		2.91	0.17	97%	-

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن اتجاه أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي تجاه المقرر المقترح للتربية الإعلامية "إيجابي" حيث جاء المتوسط الاجمالي للمقياس 2.91، بوزن نسبي 97%، مما يشير إلى صلاحية المقترح البحثي وإمكانية تطبيقه بالمدارس الإعدادية، حيث جاءت الاستجابات بمتوسطات مرتفعة ومن أهمها: يساهم في تعلم طلاب المرحلة الإعدادية مفهوم التربية الإعلامية وأهدافها بمتوسط 2.97، يساعد الطلاب على فهم وإدراك أخلاقيات ومواثيق العمل الإعلامي بمتوسط 2.97، يساعد الطلاب على توظيف الأنشطة الإعلامية في نشر الوعي الإعلامي بمتوسط 2.97، يمكن الطلاب من فهم المضامين الإعلامية وكيفية تحليلها بمتوسط 2.96، يساعد الطلاب على توظيف الأنشطة الإعلامية في نشر الوعي الإعلامي بوسائل الإعلام بمتوسط 2.97، يساعد الطلاب على تحقيق رؤية مصر 2030 في مجال التربية الإعلامية بمتوسط 2.95، يمكن الطلاب من الكشف عن أهداف القائم بالاتصال والجمهور المستهدف من الرسالة الإعلامية بمتوسط 2.95، يساهم في إدراك الطلاب لتأثيرات وسائل الإعلام على المجتمع والفرد بمتوسط 2.94، يمكن الطلاب من معرفة مبادئ العمل الإعلامي المهني السليم بمتوسط 2.94، يساعد الطلاب على ممارسة الأنشطة الإعلامية التقليدية وعبر الانترنت في سياق مسئول ودقيق بمتوسط 2.94، يساهم في إدراك الطلاب لتأثيرات وسائل الإعلام على المجتمع والفرد بمتوسط 2.94، يمكن الطلاب من التحقق من صحة المضامين الإعلامية والتمييز بين الحقيقة والرأي بمتوسط 2.91، يساعد الطلاب على تحديد احتياجاتهم المعرفية والمهارية والوجدانية والترفيهية وكيفية إشباعها عبر وسائل الإعلام وفي إطار مبادئ التربية الإعلامية 2.91، يمكن الطلاب من التعبير عن الرأي وبناء الشخصية المسنولة تجاه نفسها والمجتمع المحيط بمتوسط 2.91، يمكن الطلاب من إنتاج الرسائل الإعلامية البناءة مقابل الرسائل الإعلامية الهدامة بمتوسط 2.90، ويساهم في اكتساب مهارات الكتابة الإعلامية المؤثرة بمتوسط 2.89، ويساعد على فهم قواعد النقد الإعلامي بمتوسط 2.88، يمكن الطلاب من التفكير الإبداعي لإنتاج المضامين الإعلامية، والوصول إلى الافتراضات ، والاستنباط، والبحث عن الأسباب، والاستقراء، والمناقشة، والعصف الذهني بمتوسط حسابي 2.89، يمكن الطلاب من مهارات التفكير العلمي في البحث والوصول إلى مصادر المعلومات المتنوعة بمتوسط حسابي 2.86، يساعد الطلاب على توظيف البث المباشر اللغة والمؤثرات المرئية والصوتية والموسيقى في إنتاج المضامين الإعلامية بمتوسط 2.82، يمكن الطلاب من إنتاج المضامين الإعلامية باستخدام الكفايات التكنولوجية المتاحة لديهم بمتوسط (2.83)



ومن ثم فإن اتجاهات أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي تجاه التصور المقترح للتربية الإعلامية إيجابية حيث ركز على دمج تطور وسائل الإعلام ومبادئ التربية الإعلامية وأهدافها وكيفية توظيف الأنشطة الإعلامية في تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية وفق رؤية مصر 2030، كما تناول التصور مهارات التربية الإعلامية وكيفية ربطها باحتياجات الطلاب المعرفية والوجدانية، والمهارية في المرحلة الإعدادية .

#### ثانياً: نتائج الفروض:

**الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات موجهي وأخصائيي الإعلام التربوي تجاه .

واقع التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية وفقاً لمتغير النوع.

#### جدول رقم (4)

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى المعنوية	الدلالة
الذكور	29	30.96	4.66	2.57	0.864	غير دالة
الإناث	121	28.38	4.90			

تشير نتائج الجدول إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث تجاه "الواقع الفعلي للتربية الإعلامي بالمدارس الإعدادية" مما يشير إلى اتفاق أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي "الذكور والإناث" على عدم تطبيق التربية الإعلامية على أرض الواقع.

2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي تجاه أهمية تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية وفقاً لمتغير النوع.

#### جدول رقم (5)

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى المعنوية	الدلالة
الذكور	29	48.17	4.35	2.78	0.000	دالة
الإناث	121	50.47	1.87			

تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث تجاه أهمية تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية، حيث جاءت قيمة "ت" 2.78، ومستوى دلالة مرتفع مما يشير إلى قوة التباين بين الذكور والإناث وذلك لصالح الإناث بمتوسط 50.47.

3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي تجاه التصور المقترح لتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية وفقاً لرؤية مصر 2030."

#### جدول رقم (6)

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى المعنوية	الدلالة
الذكور	29	64.93	5.43	2.42	0.000	دالة
الإناث	121	67.48	3.45			

يتضح من نتائج الجدول إلى أن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث تجاه التصور المقترح للتربية الإعلامية وذلك لصالح الإناث بمتوسط 67.48.

وقد ترجع نتائج الجدول رقم (5) والجدول رقم (6) إلى أن أخصائي وموجهي الإعلام التربوي من الإناث لديهم رؤية لأهمية تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس، وقد يرجع ذلك إلى أن أغلب أخصائي وموجهي الإعلام التربوي في المدارس الإعدادية من الإناث أكثر من الذكور.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي تجاه واقع التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية، وذلك وفقاً لمتغير (الوظيفة).

#### جدول رقم (7)

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى المعنوية	الدلالة
موجهي الإعلام التربوي	41	29.58	5.01	1.07	0.593	غير دالة
أخصائي الإعلام التربوي	109	28.61	4.92			

2. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي تجاه أهمية تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية وفقاً لمتغير الوظيفة.

#### جدول رقم (8)

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى المعنوية	الدلالة
موجهي الإعلام التربوي	41	49.75	2.71	0.773	0.306	غير دالة
أخصائي الإعلام التربوي	109	50.13	2.68			

3. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي تجاه التصور المقترح للتربية الإعلامية وفقاً لرؤية مصر 2030 وفقاً لمتغير الوظيفة.

#### جدول رقم (9)

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى المعنوية	الدلالة
موجهي الإعلام التربوي	41	66.78	4.08	0.396	0.705	غير دالة
أخصائيي الإعلام التربوي	109	67.07	4.01			

تشير نتائج الجدول رقم (7) والجدول رقم (8) وأيضاً الجدول رقم (9) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات موجهي الإعلام التربوي وأخصائيي الإعلام التربوي تجاه المقاييس الثلاثة، ولذلك نرفض الفرض القائل "أن هناك فروق بين عينة الدراسة تجاه المقاييس الثلاثة ترجع إلى متغير الوظيفة".

وتشير هذه النتيجة إلى أن أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي لديهم اتجاهات إيجابية تجاه تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية وتتفق مع هذه النتيجة دراسة (رباب صلاح 2021)<sup>68</sup>، ودراسة (حسن خليل 2021)<sup>69</sup>، ودراسة (هاني نادي 2020)<sup>70</sup> حيث أشارت هذه الدراسات إلى إتفاق أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي بضرورة تطبيق التربية الإعلامية في المراحل التعليمية المختلفة.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أخصائي وموجهي الإعلام التربوي تجاه واقع التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية، ومدى أهمية تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية، والتصور المقترح للتربية الإعلامية وذلك وفقاً لمتغير (سنوات الخبرة).

#### جدول رقم (10)

المتغيرات	سنوات الخبرة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ف	مستوى المعنوية	الدلالة
مقياس " واقع التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية"	5 سنوات	33	28.39	4.43	0.512	0.727	غير دالة
	أكثر من 5 سنوات	28	29.39	4.93			
	10 سنوات	25	29.04	3.65			
	أكثر من 10 سنوات	35	28.17	4.03			
	20 سنة فأكثر	29	69.65	7.16			
مقياس " مدى إدراك أهمية تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية"	5 سنوات	33	50.63	1.34	0.953	0.435	غير دالة
	أكثر من 5 سنوات	28	50.00	2.32			
	10 سنوات	25	50.16	2.54			
	أكثر من 10 سنوات	35	50.00	2.56			
	20 سنة فأكثر	29	49.31	4.08			

تصور مقترح لتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية في إطار رؤية مصر 2030

غير دالة	0.068	2.23	2.57	68.03	33	5 سنوات	مقياس " مدى أهمية التصور المقترح لتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية وفقاً لرؤية مصر 2030"
			4.00	66.25	28	أكثر من 5 سنوات	
			3.35	67.08	25	10 سنوات	
			3.29	67.80	35	أكثر من 10 سنوات	
			5.92	65.48	29	20 سنة فأكثر	

تشير نتائج الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة "أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي" ترجع إلى عدد سنوات الخبرة، وهذه النتيجة تشير إلى أن أخصائيي الإعلام التربوي الذي يعمل على مدار 5 سنوات يتفق مع الموجه الذي يعمل على مدار 20 سنة فأكثر، مما يدل على أن أفراد عينة الدراسة تتفق آرائهم واتجاهاتهم تجاه أهمية تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية، وتوفير الامكانيات اللازمة للتطبيق، وذلك لتحقيق رؤية مصر 2030 وتنمية الوعي الإعلامي لدى الطلاب.

ومن ثم يمكننا القول أن المقرر المقترح الذي قدمته الباحثة ينال موافقة أفراد العينة "أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي".

### خلاصة النتائج:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التي تعكس بعض المؤشرات المهمة لتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية، ومن أهمها:

1- جاءت استجابات أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي تجاه مدى استعدادهم لتعليم الطلاب التربية الإعلامية وأهدافها ومبادئها استجابات سلبية، حيث جاءت بمتوسط 1.09، كما اتفقت عينة الدراسة على أن الإمكانيات المادية والتكنولوجية اللازمة لتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية محدودة، ولا تتوفر الميزانية اللازمة لتنفيذ برامج التربية الإعلامية بالمدارس، كما أن التربية الإعلامية تقدم من خلال الإذاعة المدرسية وإعداد بعض النشرات وذلك في صورة معلومات نظرية، ونتيجة لذلك فإن واقع التربية الإعلامية في المدارس الإعدادية محل الدراسة ضعيف وذلك من وجهة نظر عينة الدراسة.

2- اتفقت عينة الدراسة على أهمية تدريس وتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية استجابات إيجابية، وذلك لمساعدة الطلاب على الوصول الإيجابي لوسائل الإعلام المتعددة وإشباع احتياجاتهم الاتصالية، ولتنمية مستويات التفكير الناقد، ولإستيعاب عناصر العملية الاتصالية، ولتعزيز قدراتهم على تكوين الأحكام الذاتية البناءة تجاه المضامين الإعلامية وفق مبادئ التربية الإعلامية، ولتنمية القيم الإعلامية اللازمة لممارسة العمل الإعلامي القائم على المناقشة وتبادل الآراء، واحترام خصوصية الآخرين، ولمواجهة التحديات والتأثيرات السلبية للرسائل الإعلامية الهدامة، ولتحقيق المتعة الفكرية والوجدانية والثقافية لدى الطلاب من خلال الانفتاح الثقافي والحضاري الذي تقدمه وسائل الإعلام الجديدة، ومن ثم يمكننا القول بأن أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي يدركون مدى أهمية تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس، ولكن تطبيق التربية الإعلامية يحتاج إلى تضافر الجهود من قبل التوجيه

- والإدارات والمسؤولين وأخصائي الإعلام التربوي، والعمل على إدخال التربية الإعلامية كمقرر مستقل يتم تدريسه نظرياً وتطبيقياً بالمدارس الإعدادية وفق رؤية مصر 2030.
- 3- جاءت استجابات أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي إيجابية تجاه المقترح البحثي للتربية الإعلامية، مما يتطلب دراسة المقترح البحثي الحالي وأخذ بعين الاعتبار وتوفير كافة الامكانيات والمتطلبات اللازمة لتطبيق التصور المقترح بالمدارس الإعدادية.
- 4- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات أخصائيي وموجهي الإعلام التربوي تجاه التصور المقترح لتطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية ترجع لمغيري الوظيفة وعدد سنوات الخبرة.

### مقترحات الدراسة

- ترى الباحثة أن تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس الإعدادية يحتاج إلى اهتمام المسؤولين والقائمين على النشاط الإعلامي بالمدارس والإدارات التعليمية المختلفة مع ضرورة الإطلاع على البحث الحالي ومحاولة الاستفادة من رؤية الباحثة للمقرر المقترح، وترحب الباحثة بالمناقشة البناءة للاستفادة وتبادل الخبرات أملاً في مستقبل أفضل لطلاب المدارس، وتحصينهم من التحديات الإعلامية والرسائل الإعلامية ذات الثقافات المتعددة والتي تزداد بشكل سريع، وأيضاً لتحقيق رؤية مصر 2030 والتي تركز على تنمية الفكر والإبداع لدى طلاب المدارس، ومواجهة العديد من الظواهر السلبية التي ظهرت بشكل كبير في المجتمع المصري كالإدمان، والعنف، وإختراق خصوصية الآخرين.
- تقترح الباحثة مشاركة وزارة التربية والتعليم المصرية بقاداتها ومسئولها للمؤتمرات الدولية واللقاءات العلمية التي تناقش مستقبل التربية الإعلامية وكيفية مواجهة التحديات الثقافية، والفكرية، والاجتماعية، والاقتصادية.
- ترى الباحثة أن هناك قصور في المجال البحثي التطبيقي الخاص بالتربية الإعلامية، خاصة المقترحات العلمية في مجال التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها في الحضانات والمرحلة الابتدائية، والإعدادية، والثانوية.
- تقترح الباحثة إجراء البحوث والدراسات المستقبلية حول دور التربية الإعلامية في معالجة المشكلات التي يعاني منها الطلاب في المدارس مثل العنف، وتنمية الثقة بالنفس، والوعي بالمسؤولية الاجتماعية تجاه النفس والمجتمع، والشعور بالإنتماء للوطن، وحث الطلاب على النجاح والإنجاز والمبادرة.
- أن تعمل الجامعات المصرية على تنمية التربية الإعلامية وفق مبادئها وأهدافها وكفاياتها التعليمية لدى طلاب الجامعات وخاصة طلاب الإعلام التربوي "الطالب المعلم" لكي يتمكن من القيام بدوره ومسؤولياته تجاه طلاب المدارس، وهذا يتطلب إعداد مقررات للتربية الإعلامية كمقررات إجبارية يدرسها ويتعلمها طلاب الإعلام

- التربوي على مدار الأربع سنوات الدراسة الجامعية وذلك بالتركيز على الشق التطبيقي للتربية الإعلامية.
- ضرورة توفير الدورات التدريبية في التربية الإعلامية لأخصائيي وموجهي الإعلام التربوي.
- أن تتناول برامج التربية الإعلامية في المدارس الإعدادية رؤية مصر 2030 والعمل على تطبيقها فعلياً من خلال ممارسة الطلاب للأنشطة الإعلامية بالمدارس، وذلك بما يواكب إتجاه التقدم الدولي تجاه التفكير العلمي، والإبداعي، والنقد والمناقشة، وزيادة الرغبة في المعرفة والإطلاع على ثقافات متعددة.
- تقترح الباحثة إنشاء مرصد إعلامية تهتم بالمتابعة والتقييم للمواد الإعلامية التي تقدم من خلال وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي، وإعلان نتائجها كأسلوب ضغط على المؤسسات الإعلامية غير المنضبطة.
- الاهتمام بصياغة أدلة للأداء الإعلامي تساعد في ضبط العمل الإعلامي وفقاً للمعايير المهنية والأخلاقية.

- <sup>1</sup> ولاء محمد محروس، الاتجاهات الحديثة في دراسات التربية الإعلامية، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد الدولي للإعلام بالشروق، ع17، سبتمبر 2021، ص295.
- <sup>2</sup> ممدوح بن محمد، فاعلية مديري المدارس في استثمار الإعلام التربوي داخل البيئة المدرسية، جامعة بورسعيد، كلية التربية، ع18، يونيو 2015، ص970.
- <sup>3</sup> ماهر أحمد حسن، تفعيل التربية الإعلامية في مدارس التعليم العام بالمنطقة الشرقية في ضوء خبرات وتجارب بعض الدول المتقدمة، جامعة الإمام محمد بن سعود، كلية التربية، مجلة العلوم التربوية، عدد28، الجزء الثالث، 2021، ص ص406-409.
- <sup>4</sup> علاء محمد عبد العاطي، رؤية مستقبلية لتفعيل دور أخصائي الإعلام التربوي في تطبيق التربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الإعدادية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ع58، ج2، يوليو 2021، ص675.
- <sup>5</sup> عبدة صبطي، واقع التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية الجزائرية، جامعة الجزائر، كلية الإعلام والاتصال، مجلة الدراسات والبحوث الإنسانية، م1، ع3، 2017،
- <sup>6</sup> Alexander F& Anastasia L (2018), Comparative analysis of the development of mass media education in the commonwealth of Independent States countries, Media Education publication, 58(3), pp49-44.
- <sup>7</sup> حسن خليل، تقويم واقع ممارسة الطلاب لمهارات التربية الإعلامية في ضوء تعدد مصادرهم للثقافة الإعلامية وتأثيراتها، مجلة دراسات الطفولة، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، مج18، ع66، يناير-مارس 2015، ص ص47-52.
- <sup>8</sup> Min Pu and Hu Yang(2021), Research on the Cultivation of students 'information Literacy Ability Based on Large Data Analysis Under the current Situation of Network Media, Journal of physics; Conference series, PP1-5.
- <sup>9</sup> رباب صلاح السيد، استراتيجيات مقترحة لتنمية وعي المراهقين بأخلاقيات الرسالة الإعلامية في ضوء مبادئ التربية الإعلامية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد22، الجزء الأول يوليو-ديسمبر 2021، ص ص180-187.
- <sup>10</sup> غادة فندي عزام، دور التربية الإعلامية في تحفيز الفكر الناقد عند المراهقين، معهد التنمية الاقتصادية والبحوث الاجتماعية بتركيا، المجلد1، مارس 2021، ص ص48-55.
- <sup>11</sup> محسن يوسف مهني، فاعلية برنامج مقترح في التربية الإعلامية لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، جامعة المنيا، كلية التربية النوعية، مجلد8، ع40، 2021، ص ص755-759.
- <sup>12</sup> أحمد يحيى الشاطبي، ومحمد ناجي الدعيس، دور الإدارة التربوية في التربية الإعلامية في ظل التحولات الإقليمية المعاصرة من وجهة نظر معلمي المرحلة الثانوية بمدارس أمانة العاصمة صنعاء، مجلة الأندلس للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد8، ع42، إبريل-يونيو 2021، ص ص162-170.
- <sup>13</sup> إيمان سيد علي، اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات المصرية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ع55، ج6، أكتوبر 2020، ص ص3949-3954.
- <sup>14</sup> حنان محمد اسماعيل، تقييم كفاءة ممارسة مهارات التربية الإعلامية لدى الطلاب بأقسام الإعلام التربوي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع71، 2020، ص ص285-288.
- <sup>15</sup> ليلي فلاح سليم، فاعلية برنامج تدريبي مقترح لتنمية مهارات تعليم قيم الأمن الفكري والاتجاهات تجاه تعزيزها لدى الطلاب أخصائي الإعلام التربوي في برنامج الإعداد التربوي بجامعة تبوك، مجلة العلوم التربوية، جامعة تبوك السعودية، كلية التربية والآداب، ع22، ج3، 2020، ص ص160-169.

- <sup>16</sup> نياف بن رشيد الجابري، التربية الإعلامية الجديدة كفاياتها ومداخل تدريسها في المملكة العربية السعودية في ضوء الممارسات العالمية، مجلة العلوم التربوية، جامعة طيبة السعودية، كلية التربية، ع4، ج5، أكتوبر 2020، ص ص41-75.
- <sup>17</sup> Alexander F& Anastasia L (2019), Synthetic Media Education Model Used in Commonwealth of Independent States, Media Education publication, 59(1), pp30-36.
- <sup>18</sup> محمد محمود عبد الغني، فاعلية برنامج تدريبي مقترح لتنمية الوعي بالأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي وآليات مواجهه، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد الدولي العالمي للإعلام بالشروق، العدد 10، ديسمبر 2019، ص ص140-146.
- <sup>19</sup> T Fairuz and others (2019), Enhancing Critical Thinking Skills and information literacy of students through integrated sciences teaching materials, Journal of physics, pp1-9.
- <sup>20</sup> هند حسين محمد، تصور مقترح لزيادة كفاءة التعليم العام لتطبيق التربية الإعلامية في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030، جامعة جده، كلية التربية، المجلة الالكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية، العدد 20، ديسمبر 2019، ص ص22-26.
- <sup>21</sup> Alexander F& Anastasia L (2018), Comparative analysis of the development of mass media education in the commonwealth of Independent States countries, Media Education publication, 58(3), pp49-44.
- <sup>22</sup> Alexander F (2018), Mass Media Literacy Education in Modern Russia, Media Education Journal, No2, PP6-18.
- <sup>23</sup> أحمد جمال حسن، رؤية منهجية مقترحة لتطبيق التربية الإعلامية على طلاب الجامعة المتخصصين وأثرها على جودة إنتاجهم للرسائل الإعلامية، جامعة المنيا، كلية التربية النوعية، رسالة دكتوراه-غير منشورة، 2018، ص ص1-10.
- <sup>24</sup> سمية متولي عرفات، العلاقة بين طلاب الإعلام لمقرر التربية الإعلامية وسلوكهم الواعي في التعامل مع وسائل الإعلام، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، العدد 14، 2018، ص ص235-247.
- <sup>25</sup> فاطمة عبد الرحمن، ونوال حمد، واقع إسهام معلمات المرحلة المتوسطة في التربية الإعلامية للطلبات، جامعة الملك عبد العزيز بالسعودية، مجلة الآداب والعلوم الانسانية، م26، ع2، 2018، ص ص195-225.
- <sup>26</sup> Alexander F& Anastasia (2017), Media Education and Media Criticism in the Educational process in Russia, European Journal of Contemporary Education, 6(1),pp39-47.
- <sup>27</sup> عبيدة صبطي، واقع التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية الجزائرية، جامعة الجزائر، كلية الإعلام والاتصال، مجلة الدراسات والبحوث الانسانية، م1، ع3، 2017، ص ص165-172.
- <sup>28</sup> كريم بلقاس، دور مناهج التعليم الجامعي في تحقيق التربية الإعلامية، جامعة الجزائر، كلية الاعلام والاتصال، مجلة الدراسات والبحوث الانسانية، م1، ع2، مارس 2017، ص ص111-125.
- <sup>29</sup> نهى السيد أحمد، التربية الإعلامية ودورها في بناء شخصية المعلم، جامعة المنوفية، كلية التربية النوعية، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، ع6، ج1، ابريل 2016، ص ص797-818.
- <sup>30</sup> Alice Y.L.Lee (2016), Media Education in the School 2.0; Teaching Media Literacy Through Laptop Computers and I Pads, Global Media China, Vol1 (4), PP435-449. Sage pub.com.



- <sup>31</sup> Amanda G. Earp(2012), Creating a foundation for Media Literacy Education A content Analysis of Higher Education Media Literacy, Master Degree, Baylor University, PreQuest Dissertation Publishing, PP1-108.
- <sup>32</sup> Susan Ferguson (2011), Classroom Contradictions: Popular Media in Ontario Schools' Literacy and Citizenship Education Policies, Education, Citizenship and Social Justice, Vol6 (2), PP137-151.
- <sup>33</sup> Elizabeth Wood (2009), Media literacy Education; Evaluating Media Literacy Education in Colorado Schools, Master Degree, University of Denver, ProQuest Dissertations Publishing, pp150-242.
- <sup>34</sup> Alexander Fedorov (2008), Media Education around The world; Brief history, Actadidactica Napocensia, Vol1, No2, pp56-65.
- <sup>35</sup> ولاء محروس عبده، الإتجاهات الحديثة في دراسات التربية الإعلامية، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد الدولي للإعلام بالشروق، ع17، سبتمبر 2021، ص ص322-324.
- <sup>36</sup> عبير حسين أبو الحسن، التربية الإعلامية بالمدارس الحكومية والخاصة وانعكاساتها على السلوك الاجتماعي، المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة جنوب الوادي، كلية الآداب، ع5، يناير-يونيو 2019، ص ص102-112.
- <sup>37</sup> <https://en.unesco.org/commemorations/globalmilweek/2021/featureconference>
- <sup>38</sup> أسماء كمال حسن، دور التربية الإعلامية في المرحلة الثانوية في مواجهة الغزو الفكري، مجلة التربية، كلية التربية، جامعة بنها، مج27، ع107، 2016، ص ص309-312.
- <sup>39</sup> دعاء محمود النوبي، المتطلبات الفكرية للتربية الإعلامية في التعليم الثانوي، مجلة دراسات في التعليم الجامعي، كلية التربية، جامعة عين شمس، ع50، يناير 2021، ص ص140-142.
- <sup>40</sup> أحمد جمال حسن، التربية الإعلامية، ط1 (المنيا: دار المعرفة للنشر والطباعة، 2015) ص50.
- <sup>41</sup> Emily and Haley (2020), Critical media literacy approaches to violence prevention, a research note, Journal of media literacy education, University of Toronto, 12(1), pp84-99.
- <sup>42</sup> أحمد جمال حسن وآخرون، خطة مقترحة لتطبيق التربية الإعلامية على طالبات كليات التربية للطفولة المبكرة في إطار مهارات القرن الحادي والعشرين، المؤتمر الدولي الأول، التعليم النوعي الإبتكاري وسوق العمل، جامعة المنيا، كلية التربية النوعية، ع17، ج1 يوليو 2018، ص ص165-180.
- <sup>43</sup> محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، ط1 (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2003م) ص ص18-19.
- <sup>44</sup> أخلاقيات ومبادئ العمل الصحفي والإعلامي، مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، القاهرة، 2016، ص6.
- <sup>45</sup> شيماء ذو الفقار زعيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، ط1 (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009) ص ص109-110.
- <sup>46</sup> رباب صلاح السيد، استراتيجية مقترحة لتنمية وعي المراهقين بأخلاقيات الرسالة الإعلامية في ضوء مبادئ التربية الإعلامية، مرجع سابق.
- <sup>47</sup> إيمان سيد علي، اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات المصرية، مرجع سابق.
- <sup>48</sup> علاء محمد عبد العاطي، رؤية مستقبلية لتفعيل دور أخصائي الإعلام التربوي في تطبيق التربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الإعدادية، مرجع سابق.

- <sup>49</sup> شدى صالح المسند، تقييم مدى إدراك عينة من معلمي ومعلمات المرحلة الثانوية بمدينة الرياض لمفهوم التربية الإعلامية وأهمية تضمينها في المناهج الدراسية بالمملكة العربية السعودية، مجلة العلوم التربوي والنفسية، كلية التربية، جامعة الملك سعود، ج4، ع35 سبتمبر 2020، ص ص39-58.
- 50 أحمد جمال حسن وآخرون، مرجع سابق، ص ص165-185.
- <sup>51</sup> Igor Kanizaj (2017), The role of Civil Society Organizations in Promoting Media Literacy, Trans literacy, and Information Literacy in EU, Faculty of Political Science, pp69-80.
- <sup>52</sup> Amanda G. Earp (2012), Creating a foundation for Media Literacy Education A content Analysis of Higher Education Media Literacy.
- <sup>53</sup> Sibel A (2013), A new concept in literacy, Journal of Education and Sociology, 4(2), pp145-149.
- <sup>54</sup> نيف بن رشيد، التربية الإعلامية كفايتها ومدخل تدريسيها، مجلة العلوم التربوية، كلية التربية، جامعة طيبة بالمملكة العربية السعودية، ع4، ج5 أكتوبر 2020، ص ص50-56.
- <sup>55</sup> موقع رئاسة الجمهورية: <https://www.presidency.eg/ar/2030-مصر/رؤية-مصر>
- 56 1- أ.د/ اعتماد خلف معبد استاذ متفرغ بقسم الإعلام وثقافة الطفل، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
- 2- أ.د/ أماني موسى استاذ متفرغ والعميد الأسبق لمعهد الإحصاء، جامعة القاهرة.
- 3- أ.د/ هناء شوقي استاذ علم النفس الاكلينيكي، جامعة الفيوم.
- 4- أ.زينب يوسف موجه أول.
- 5- أ.هدى عبد الله موجه أول.
- 6- أ.هبة حسن.
- 7- أ. جيهان عماد.
- <sup>57</sup> رباب صلاح السيد، استراتيجيات مقترحة لتنمية وعي المراهقين بأخلاقيات الرسالة الإعلامية في ضوء مبادئ التربية الإعلامية، مرجع سابق.
- <sup>58</sup> أحمد الخزاعلة، درجة امتلاك طلبة جامعة آل البيت لمهارات التربية الإعلامية في ضوء بعض المتغيرات في دولة الأردن، مرجع سابق. أحمد الخزاعلة، درجة امتلاك طلبة جامعة آل البيت لمهارات التربية الإعلامية في ضوء بعض المتغيرات في دولة الأردن، مجلة جامعة النجاح للأبحاث "العلوم الانسانية"، جامعة النجاح بالأردن، المجلد 34(4)، ص ص692-706.
- <sup>59</sup> Alexander F& Anastasia L (2019), Synthetic Media Education Model Used in Commonwealth of Independent States, Media Education publication.
- <sup>60</sup> عبدة صبطي، واقع التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية الجزائرية، مرجع سابق.
- <sup>61</sup> حسن محمد على، رؤية مستقبلية لتوظيف أخصائي الإعلام التربوي للأنشطة الإعلامية في توعية طلاب المرحلة الثانوية بمتطلبات المواطنة الرقمية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع74، مارس 2021، ص ص378-379.
- <sup>62</sup> Miglena S.Todorova (2015), Dusty but mighty: using radio in the critical media literacy classroom, Journal of media literacy Education, 6(3), 46-56.
- <sup>63</sup> ماهر أحمد حسن، تفعيل التربية الإعلامية في مدارس التعليم العام بالمنطقة الشرقية في ضوء خبرات وتجارب بعض الدول المتقدمة، مرجع سابق.
- <sup>64</sup> أسماء كمال حسن، دور التربية الإعلامية في المرحلة الثانوية في مواجهة الغزو الفكري، مرجع سابق.

- <sup>65</sup> أسماء بكر الصديق وآخرون، تصور مقترح لدور أخصائي الإعلام التربوي في المدارس الإعدادية في ضوء المفاهيم الحديثة للتربية الإعلامية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع6، مارس 2015، صص 191-195.
- <sup>66</sup> أشجان الشديفات، خلود الحساونة، واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة بالمملكة الأردنية، المجلة التربوية الدولية المتخصصة، مج1، ع6، 2012، صص 274-287.
- <sup>67</sup> عايدة محمد عوض، أساليب تطبيق التربية الإعلامية في مدارس التعليم العام من منظور أخصائي الإعلام التربوي، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع28، سبتمبر 2020، صص 290-300.
- <sup>68</sup> رباب صلاح السيد، استراتيجية مقترحة لتنمية وعي المراهقين بأخلاقيات الرسالة الإعلامية في ضوء مبادئ التربية الإعلامية، مرجع سابق.
- <sup>69</sup> حسن محمد علي، رؤية مستقبلية لتوظيف أخصائي الإعلام التربوي للأنشطة الإعلامية في توعية طلاب المرحلة الثانوية بمتطلبات المواطنة الرقمية، مرجع سابق.
- <sup>70</sup> هاني نادي عبد المقصود، فعالية برنامج مقترح في التربية الإعلامية باستخدام الإنفوجرافيك في تنمية الوعي بمفاهيم المواطنة الرقمية لدى أخصائي الإعلام التربوي، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا، المجلد 7، العدد 29، يوليو 2020، صص 690-695.