

فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك (دراسة ميدانية)*

د. إبراهيم خلف سليمان الخالدي**
د. محمد احمد حسن ربابعة***

* تاريخ التسليم: 2015/7/5م، تاريخ القبول: 2016/4/26م.
** أستاذ مساعد/ جامعة اليرموك/ الأردن.
*** أستاذ مساعد/ جامعة اليرموك/ الأردن.

ملخص:

(3.61 - 3.79), the field of "methods of achieving media education" scored the first rank with the highest mean of (3.79), while the field of "reasons for activating media education" scored the least rank with a mean of (3.61), the mean for the instrument as a whole was (3.69), the results showed that there are no statistical differences ($\alpha = 0.05$) for the impact of the educational year in all fields and in the instrument as a whole, except in the field of "reasons for activating media education" for the favor of third year students. There are no statistical differences ($\alpha = 0.05$) for the impact of gender in all fields and in the instrument as a whole.

Key words: education, media, students, Islamic Da'wah and Media, Yarmouk University

مقدمة:

تكمّن الخطورة البالغة هذه في وسائل الإعلام بما تبثّه من رسائل قد تسهم في فساد العقيدة، وهدم القيم والأخلاق، وتغيير الحقائق، والكسل والتراخي، وضعف الإنتاجية، ولذلك لا بد من إعادة النظر في التربية الإعلامية بما يتناسب مع هذا العصر وما امتاز به من التدفق الهائل للمعلومات والإقبال على وسائل الإعلام المختلفة لاسيما أن الطلبة أكثر عرضة للمادة الإعلامية والثقافة الأجنبية والتأثر بها مما أدى إلى التفاعل مع التيارات الثقافية والمذهبية والسياسية، دون النظر إلى الظروف التي رافقت إنتاج مثل هذه البرامج فكانت الحاجة ملحة إلى التربية الإعلامية لتنوير الفكر، وتوجيه وتعديل السلوك، وتوفير المعلومات الكافية للمجتمع والطلبة عن وسائل الإعلام.

تعد المؤسسات التربوية من المؤسسات التي تهتم في تنشئة وإعداد الأجيال للمستقبل، فمن المؤكد أن تتحكم في التدفق المعلوماتي لمجالات الحياة المختلفة لتتمكن من مواكبة مستجدات هذا العصر، والتأقلم والتكيف معه. ويعد الإعلام من أقوى الوسائل التي تسهم في تأكيد هوية المجتمعات وقيمها ومبادئها وتحقيق التنمية، فلم تعد المؤسسات التربوية بشكل عام قادرة على النهوض بالتنمية الشاملة للمجتمع والفرد دون أن تستعين بوسائل الإعلام المختلفة، ولا سيما إنهما متكاملان بالهدف والمصدر وهو تحقيق العبودية لله سبحانه وتعالى، والاستخلاف في الأرض من خلال الإعداد المتكامل للفرد والمجتمع، ولا سيما أن الإنسان هو المستهدف في رسالة الإعلام والتربية، ومصادرها هو كتاب الله سبحانه وتعالى، وسنة نبيه محمد صلى الله عليه وسلم.

وقد لا نغالي إذا قلنا إننا نعيش اليوم مرحلة الدولة الإعلامية الواحدة، التي ألغت الحدود وأزالت السدود، واختصرت المسافات والأزمان، واختصرت التاريخ، وتكاد تلغي الجغرافيا، حتى بات الإنسان يرى العالم ويسمعه من مقعده، ولم يقتصر الأمر على اختصار الحدود السياسية، والسدود الأمنية، بل إلغاء الحدود الثقافية، والتداخل في الخصائص النفسية. ولا يرى الخبراء تسمية لهذا القرن إلا قرن المعلومات والاتصالات والإعلام، فقد شهد تقدما في الوسائل السمعية والبصرية ووسائل الإعلام والنشر فأصبحت تعبر الحدود من غير حواجز وقيود.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك. تكونت عينة الدراسة من (209) طلاب من تخصص الدعوة للإعلام الإسلامي، اختيروا من السنتين الثالثة والرابعة وفقا للطريقة العشوائية الطبقية، وقام الباحث بإعداد استبانة فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك. تكونت الاستبانة بصورتها النهائية من (31) فقرة تمثل (3) أبعاد هي: مبررات تفعيل التربية الإعلامية، محتوى التربية الإعلامية، طرق تحقيق التربية الإعلامية. واستخرجت دلالات الصدق والثبات لها. واستخدمت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار t للاستجابة على أسئلة الدراسة، حيث أشارت النتائج إلى أن مستوى فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك جاءت بمتوسطات تراوحت ما بين (3.61 - 3.79)، حيث جاء مجال طرق تحقيق التربية الإعلامية في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (3.79)، بينما جاء مجال مبررات تفعيل التربية العملية في المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (3.61)، وبلغ المتوسط الحسابي للأداة ككل (3.69)، وأشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر السنة الدراسية في جميع المجالات وفي الأداة ككل باستثناء مجال مبررات تفعيل التربية العملية وجاءت الفروق لصالح السنة الثالثة. وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الجنس في جميع المجالات وفي الأداة ككل.

الكلمات المفتاحية: التربية، الإعلامية، طلبة، الدعوة والإعلام الإسلامي، جامعة اليرموك

The effectiveness of Media on Students of Islamic Da'wah and Media at Yarmouk University (Case study)

Abstract:

This study aimed to identify the effectiveness of Media Education on students of Islamic Da'wah and Media at Yarmouk University, study sample consisted of (209) students, of the specialty of Islamic Da'wah and Media, in which they were chosen from third and fourth years according to simple random sampling method, the researcher conducted a questionnaire consisted of (31) items, representing (3) dimensions: reasons for activating media education, content of Media Education, and methods of achieving media education. Validity and reliability indicators were extracted; means, standard deviations, and T-test were used to answer the questions of the study, findings of the study showed that the level of media education effectiveness for students of Islamic Da'wah and Media in Yarmouk University ranged between

وهذا هو ما تسعى الدراسة إلى تحقيقه في ضوء الوقوف على فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي، ومن المؤمل أن تقدم نتائج هذه الدراسة عوناً للمعنيين في جميع الجامعات والوزارات المعنية في إطار التخطيط لتنفيذ ممارسات التربية الإعلامية بشكل مناسب، وتحديدًا يمكن لهذه الدراسة أن تساهم بما يلي:

1. توفير معلومات عن مستوى فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة تخصص الدعوة والإعلام الإسلامي في الجامعات.
2. توفير وتطوير برامج توعوية وتدريبية وتأهيلية لإعداد وتأهيل العاملين مع طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي وذلك ضمن احتياجاتهم الفعلية.

أهداف الدراسة:

هنالك العديد من أهداف الدراسة وهي:

1. التعرف على مستوى فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك.
2. التعرف على الفروقات في مستوى فاعلية التربية الإسلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك تعزى لمتغير السنة الدراسية و متغير الجنس ومتغير مكان السكن.

حدود الدراسة:

تحدد الدراسة بالمحددات التالية:

- ♦ الحدود الزمانية: طبقت هذه الدراسة على عينة من طلبة تخصص الدعوة والإعلام الإسلامي للفصل الدراسي الثاني للعام الجامعي 2014 / 2015.
- ♦ الحدود المكانية: طبقت هذه الدراسة على طلبة تخصص الدعوة والإعلام الإسلامي في كلية الشريعة في جامعة اليرموك.
- ♦ الحدود الموضوعية: اقتصرَت الدراسة على معرفة فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك.

التعريفات الإجرائية:

- ♦ التربية الإعلامية: إعطاء الطالب قدراً من المعارف والمفاهيم التربوية الخاصة بالتعامل مع الإعلام وكيفية الاستفادة من المعارف المتوافرة.
- ♦ تخصص الدعوة والإعلام الإسلامي: من التخصصات التي تتبع قسم الدراسات الإسلامية في كلية الشريعة والدراسات الإسلامية في جامعة اليرموك، وأنشئ بقرار مجلس العمداء في جلسته رقم 1/ 2000 بتاريخ 8/1/2001 ليضم ثلاثة تخصصات، هي: التربية الإسلامية، الدعوة والإعلام الإسلامي، الدراسات الأسرية، وجاء فتح هذه التخصصات الجديدة لتلبية للحاجة الماسة إليها محلياً وعربياً وعالمياً، وتطبيقاً لهذا يمنح القسم درجة البكالوريوس في الدراسات الإسلامية في ثلاثة مسارات هي: التربية الإسلامية، والدراسات الأسرية، والدعوة والإعلام الإسلامي.

ورغم الإيجابيات الكثيرة لوسائل الإعلام إلا أن آثارها السلبية ومخاطرها شكلت أكبر التحديات أمام التربية في العالم كله، بما تميزت به من التشويق والجاذبية والإثارة والتنوع في الثقافة والمعرفة، بل أنها تفوقت على الأسرة والمؤسسات التعليمية، ولا سيما أن الفرد يقضي ساعات طويلة أمام هذه الوسائل.

وما دامت التربية الإعلامية تنعكس على معارف وسلوك الأفراد؛ لا بد من الوقوف على واقع التربية الإعلامية في مؤسساتنا التعليمية، والتوجيه نحو التربية الإعلامية الإيجابية عند الذكور والاناث، في المدن والقرى، كما أنه لا بد من بناء برامج إعلامية تساهم في توعية وتدريب وتأهيل طلبة الإعلام بشكل عام، والإعلام الإسلامي بشكل خاص.

مشكلة الدراسة:

تعد التربية الإعلامية من الأسس التي يمكن أن تبنى عليها خطط تطوير وتفعيل التربية بشكل عام لدى طلبة الجامعات والإعلامية منها بشكل خاص في الأردن. إن الإجابة عن أسئلة الدراسة تقدم بيانات ومعلومات حيوية للقائمين على تعليم طلبة الجامعات بشكل عام، وطلبة تخصص الدعوة والإعلام الإسلامي بشكل خاص، ومتخذي القرار، والمهتمين من القطاعين العام والخاص بالتركيز على التربية الإعلامية؛ لذا فإن مشكلة الدراسة الحالية تتلخص في محاولتها التعرف على فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك في الأردن، وتحديدًا يمكن لهذه الدراسة أن تساهم في توفير معلومات عن مستوى فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة تخصص الدعوة والإعلام الإسلامي في الجامعات، وتوفير وتطوير برامج توعوية وتدريبية وتأهيلية لإعداد وتأهيل العاملين مع طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي، وذلك ضمن احتياجاتهم الفعلية.

أسئلة الدراسة:

جاءت هذه الدراسة للإجابة على الأسئلة التالية:

- ◀ ما مستوى فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك؟
- ◀ هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في مستوى فاعلية التربية الإسلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك تعزى لمتغير السنة الدراسية؟
- ◀ هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في مستوى فاعلية التربية الإسلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك تعزى لمتغير الجنس؟
- ◀ هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في مستوى فاعلية التربية الإسلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك تعزى لمتغير مكان السكن؟

أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من كونها تشكل الأساس الذي يمكن أن تبنى عليه خطط تطوير وتفعيل التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات بشكل عام في الأردن، وذلك لأن أي خطة تطوير فعالة لا بد أن تستند إلى وصف دقيق للواقع القائم من جميع جوانبه،

الإطار النظري والدراسات السابقة

مفهوم التربية الإعلامية

16). ومن أوجه الاتفاق بين المفهومين، أن كليهما يمثل جانباً من جوانب العلاقة بين الإعلام والتربية وينطلقان من المؤسسات التربوية (المليص، 2007: 3). وهناك من يرى أن زمن الإعلام التربوي قد انتهى وجاء عصر التربية الإعلامية (الحيزان، 2007: 144) ويختلفان في أن الإعلام التربوي يستخدم الإعلام كوسيلة لتحقيق الأهداف التربوية من خلال الوظيفة الإعلامية في المحيط التربوي، بينما تستخدم التربية الإعلامية الإعلام موضوعاً للتعليم وميداناً للتربية من خلال إعداد الطلبة ليكونوا قادرين على التفاعل الواعي مع وسائل الإعلام ومضامينه (الخيري، 2009: 110).

نشأة التربية الإعلامية:

يلاحظ على هذا العصر التسارع في تطور مفهوم الإعلام وعمله، وكيفية التعامل والتفاعل مع الرسائل الإعلامية، ولذلك فإن الفهم السائد للتربية الإعلامية في الخمسينات والستينات أن عقل المشاهد كاللوح الأملس، فكانت الأجندة التعليمية هي التطعيم، وجعل المشاهد يميز ما بين الإعلام الجيد والإعلام الفاسد والتقدير الجمالي للإعلام الجيد (الدليمي، 2013: 32). وفي أواخر الستينات ظهر مفهوم الإعلام التربوي كوسيلة تعليمية مساندة للعمل التدريسي من خلال استخدام أدوات الاتصال لتحقيق منافع ملموسة (الجار الله، 2007: 7). وتطور مفهوم التربية الإعلامية في السبعينات والثمانينات من القرن العشرين إلى توجيه أسئلة (إيديولوجية) للإعلام بدلاً من الأسئلة الجمالية (الدليمي، 2013: 7). وتطور مفهوم التربية الإعلامية في السنوات الأخيرة، فسعى إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية المحيطة بهم، والتعامل معها والمشاركة فيها بصورة فعالة ومؤثرة، فأصبحت التربية الإعلامية مشروع تمكين لا دفاع (الشميمري، 2010: 23). ولقد اختلفت وتباينت دول العالم في تعاملها مع التوجيهات الحديثة للتربية الإعلامية على النحو التالي:

♦ الدول المتقدمة التي وضعت أسساً للتربية الإعلامية وموجهاتها ومناهجها. وتم إعداد المعلمين وتدريبهم، وتوفير المصادر التربوية اللازمة لتعليم التربية الإعلامية، ومن هذه الدول: كندا وبريطانيا واسكتلندا وأستراليا.

♦ الدول التي يتوافر فيها مدرسون ومهتمون بالتربية الإعلامية بطريقة غير منتظمة فلا يوجد فيها إطار منهجي أو سياسي للتدريس كإيطاليا، والهند (ثومان، 2006: 5).

♦ الدول التي لا تزال التربية الإعلامية فيها في مرتبة التعليم غير المدرسي، إذ تقدم برامج للشباب، والجماعات النسائية، ودور العبادة كالولايات المتحدة الأمريكية، والدول العربية. ومن بين الدول العربية التي تقوم بتدريس التربية الإعلامية في المدارس هي لبنان بواقع خمس حصص للصف الأول المتوسط ضمن مادة التربية الوطنية والتنشئة الاجتماعية، وأربع حصص للصف الثالث الثانوي في مادة الإعلام والرأي العام (الشميمري، 2010).

ويعد إعلان جرنوالد للتربية الإعلامية عام 1982م الحجر الأساسي في بلورة مفهوم التربية الإعلامية الحديث، ثم جاء مؤتمر "الاتجاهات الحديثة في التربية الإعلامية" الذي عقد في جامعة تولوز بفرنسا عام 1990م استكمالاً لإعلان جرنوالد، حيث فرق بين التربية الإعلامية التي تستخدم الإعلام موضوعاً للتعليم والتربية،

يرجع ظهور مصطلح التربية الإعلامية في العالم إلى أواخر الستينات من خلال استخدام وسائل الإعلام وأدوات الاتصال كوسيلة تعليمية (الشميمري، 2010)، ففي هذه الفترة بدأ الترويج لأهمية تدريس الإعلام في المدارس والجامعات، من خلال تدريس مهارات الاتصال. (الدسوقي، 2010) ويتكون هذا المصطلح من كلمتين، هما: التربية والإعلام ويشير دلالة المصطلح المركب إلى الترجمة للكلمة الانجليزية (MediaEducation) أي التربية الإعلامية أو التعليم الإعلامي، وهو المصطلح الأكثر استخداماً في إنجلترا وكثير من الدول الأوروبية (الدسوقي، 2010) ظهرت تعريفات عدة للتربية الإعلامية ذات مضمون متشابه، ورؤية واحدة إجمالاً منها مهارة التعامل مع الإعلام (الشميمري، 2010). وعرفت على أنها إعداد الإعلاميين لأداء العملية التربوية (دولة، 2008: 23). وتعرف على أنها إعطاء الطالب قدراً من المعرفة والمفاهيم التربوية الخاصة بالتعامل مع الإعلام وكيفية الاستفادة الإفادة من المعارف المتوفرة فيه (الغلايني، 2007). ويعد التعريف الذي ورد في توصيات مؤتمر فينيا عام 1999م، الذي عقد برعاية اليونسكو، شارك فيه 41 خبيراً من 33 دولة في العالم من أفضل التعريفات التي عرفت التربية الإعلامية بأنها: التربية التي تختص في التعامل مع كل وسائل الإعلام الاتصالي، وتشمل الكلمات، والرسوم المطبوعة، والصوت، والصورة الساكنة، والمتحركة التي يتم تقديمها عن طريق أي نوع من أنواع التقنيات (الدليمي، 2013). وتمكن التربية الإعلامية الأفراد في المجتمع من الوصول إلى فهم لوسائل الإعلام الاتصالية التي تستخدم في مجتمعهم، والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل، ليتمكن الأفراد من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين. وبذلك تضمن التربية الإعلامية تعلم أفراد المجتمع لمصادر النصوص الإعلامية والسياق الذي وردت فيه، وأهدافها السياسية، والاجتماعية، والثقافية والتجارية، وتحليل وتكوين الآراء الانتقادية حول المواد الإعلامية، وإنتاج الإعلام الخاص بهم مع الفهم والتفسير للرسائل والقيم التي تقدم من خلال الإعلام، وبالتالي الوصول إلى الإعلام، أو المطالبة بالوصول إليه، بهدف التلقي والإنتاج مع اختيار الوسائل الإعلامية المناسبة التي تمكن الشباب من إيصال رسائلهم الإعلامية وقصصهم إلى الجمهور (الشميمري، 2010).

وهنا لابد من الإشارة إلى أن هنالك خلطاً لدى بعض الباحثين بين مفهوم التربية الإعلامية والإعلام التربوي، على الرغم من أن الاختلاف بينهما على الرغم من أن كل مفهوم يمثل وجهاً مختلفاً للعلاقة ما بين الإعلام والتربية.

فالإعلام التربوي: هو المحاولة الجادة للإفادة من تقنيات الاتصال وعلومه من أجل تحقيق أهداف التربية من غير تفريط في جدية التربية وأصالتها، أو إفراط في سيطرة فنون الاتصال وإثارتها عليها (الدليمي، 2011: 78)، أي تجسيد التربية في المجالات الإعلامية (يالجن، 2008: 200) عن طريق نقل المعلومات والمشاهد بالكلمة المكتوبة أو المسموعة أو المجسمة أو التخليقية من مكان وزمان إلى آخر لتحقيق الأهداف التربوية (الضبع، 2009).

المسلم لمواجهة التحدي الإعلامي، وبث روح التسامح والتعايش الإيجابي في المجتمع بمختلف أطيافه، والسعي إلى تحقيق التكامل بين المؤسسات الإعلامية والتربوية (الخيرى، 2007: 137).

2. فهم أفراد المجتمع لوسائل الإعلام الاتصالية المستخدمة في مجتمعهم، وطريقة عملها واكتساب المهارات في استخدامها في التفاهم مع الآخرين (الدليمي، 2013: 33).

3. مساعدة الأفراد على النقد والتقويم ليكونوا أفراداً مسؤولين وفاعلين في المجتمع (بيرسيفال، 2007: 32).

4. زيادة الوعي لدى أفراد المجتمع بأشكال الرسائل الإعلامية التي توجههم في أثناء حياتهم العملية، وتمكينهم من حل مشاكلهم بالتفكير النقدي والمهارات الإبداعية ليتمكنوا من إنتاج الإعلام (زاشيتي، 2007: 35).

أساليب تفعيل التربية الإعلامية:

ظهرت وجهات نظر عدة حول طرق تفعيل التربية الإعلامية واستراتيجياتها في المؤسسات التربوية كما يلي:

♦ أن يتعلم الطلبة مهارات التربية الإعلامية من خلال مادة خاصة بالتربية الإعلامية.

♦ دمج المادة المقررة للتربية الإعلامية بالمنهج كونها كفاية وليست مقرر.

♦ تدريس مهارة التفكير الناقد عن طريق توظيف النموذج الاستقرائي ودمج التربية الإعلامية مع تقديم مقرر كامل لها (الصالح، 2007: 6).

♦ دمج مهارات ومفاهيم التربية الإعلامية ضمن النشاطات التعليمية في المحتوى.

♦ التكامل ما بين المسجد والمؤسسات التربوية والمؤسسات الإعلامية والأسرة في تفعيل التربية الإعلامية (يحيى، 2007: 19).

الدراسات السابقة:

باستعراض الأدب النظري ذي الصلة بفاعلية التربية الإعلامية، نجد أن هنالك عدداً قليلاً جداً من الدراسات، ولذلك قام الباحث بمسح الأدب المرتبط بموضوع البحث، وخلص إلى مجموعة من الدراسات وهي كما يلي:

قام الخالدي، إبراهيم (2015) بدراسة بعنوان الدور التربوي لوسائل الإعلام الإسلامي من وجهة نظر طلبة جامعة آل البيت في الأردن، دراسة ميدانية هدفت للتعرف إلى الدور التربوي الذي تلعبه وسائل الإعلام الإسلامي في المجتمع الأردني، وبيان درجة انتشارها في الأردن، ومستوى قيام وسائل الإعلام الإسلامي بدورها التربوي من وجهة نظر أفراد العينة، وتكونت عينة الدراسة من 1000 طالب وطالبة من طلبة جامعة آل البيت تم اختيارهم بطريقة عشوائية طبقية، وكانت منهجية الدراسة مسحية وصفية، وبينت الدراسة أن قراءة الكتب والكتيبات الإسلامية لها تأثير تربوي من خلال وسائل الإعلام الإسلامي في مقابل الوسائل الأخرى، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لأثر النوع لصالح الإناث، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) للتخصص.

واستخدام الإعلام لتحقيق أهداف التربية كالتقنيات التعليمية والإعلام التربوي. وفي عام 1999 عقد في فيينا مؤتمر "التربية من أجل عصر الإعلام والتقنية الرقمية" الذي جاء استكمالاً للجهود السابقة في بلورة مفهوم التربية الإعلامية. وفي عام 2002 عقد سيمنار في مدينة إشبيلية بعنوان (التربية الإعلامية للشباب) لتحديد المفهوم العملي الإجرائي للتربية الإعلامية، وما يتضمنه من التحليل الانتقادي والإنتاج الإبداعي للإعلام. وفي عام 2007 عقد في الرياض مؤتمر (التربية الإعلامية ووعي ومهارة اختيار) الذي سعى لبيان أهمية العناية بالوعي الإعلامي في التفكير النقدي التأملي، وتكوين المواطن المستنير، والمشاركة الفعالة في المجتمع. ومن أهم توصياته عمل فريق مشترك من الخبراء الأكاديميين والمهنيين لتحقيق التكامل بين مخرجات المؤسسات التعليمية ومضامين المؤسسات الإعلامية، وبناء خطط وبرامج متخصصة في التربية الإعلامية، واعتماد مقرر التربية الإعلامية في مراحل التعليم الجامعية، وإعداد برامج تدريبية في مهارات التربية الإعلامية للمعلمين والطلاب (الخيرى، 2009).

أهمية التربية الإعلامية وأهدافها:

أصبحت الحاجة إلى الوعي الإعلامي في الوقت الحاضر أمراً ضرورياً وهاماً وملحاً؛ لأن هذا العصر هو عصر المعلومات والاتصالات والإعلام، في حين كان تأثير الإعلام قديماً محدوداً، لأنه كان محلياً (الشميمري، 2010). ونجد في هذا العصر ظهور كثير من القيم والأيدولوجيات ولم يعد هنالك مجال للخصوصيات (الخيرى، 2009). كما أن المؤسسات التربوية قد تأثرت بوسائل الإعلام المختلفة وبشكل خاص في فكر ووجدان الشباب (المغامسي، 2004). وتعد وسائل الإعلام المرئية الركيزة الأساسية في نقل الثقافة والمعرفة والعلوم (العياضي، 2004: 7). وتكمن أهمية التربية الإعلامية في:

1. الوصول أفراد المجتمع إلى فهم مشترك للحدوث والتطورات في مختلف الجوانب لا سيما في ضوء التطورات السريعة في العصر الحديث.

2. إيجاد شباب واع ومثقف ومؤهل لمواجهة الأفكار المنحرفة والشائعات والالتزام بتعاليم الدين الحنيف.

3. إكساب الطلبة الثقة الاجتماعية وامتلاكهم مهارات النقد والتقويم والتحليل ومعالجة مشاكلهم النفسية والثقافية والاجتماعية (الخطيب، 2007: 1).

4. تعد التربية الإعلامية جزءاً من الحقوق الأساسية لكل فرد من أفراد المجتمع بسبب سلطة الإعلام المؤثر في المجتمعات المعاصرة.

5. تساعد التربية الإعلامية على نشر ثقافة الحوار في المجتمع، وتشجيع المتعلمين على الإيجابية والفاعلية في تنمية المجتمع وتقديمه وبناءه، مما يساهم في إنتاج المضامين الإعلامية، ونشرها وبثها بما يعبر عن وطنيتهم وثقافتهم وحضارتهم (الشميمري، 2012: 25).

ومن الأهداف التي تسعى التربية الإعلامية إلى تحقيقها:

1. تنمية القيم والمبادئ الإسلامية الصحيحة لدى الشباب

مستوى الدلالة (0.05) بين آراء الطالبات حول العبارات التي تقيس واقع مساهمة معلمات الصف الأول الثانوي في التربية الإعلامية من وجهة نظر الطالبات والمشرفات التربويات بمدينة مكة المكرمة لصالح غرب وجنوب مكة المكرمة.

وأعدت دولة (2008) دراسة بعنوان «التربية الإعلامية في المجتمع العربي المعاصر: مفهوما، مجالاتها، تاريخها» وهي دراسة وصفية مسحية، هدفت بيان الصعوبات التي تواجه الإعلام العربي في ظل الظروف التي فرضتها العولمة، وبيان صيغ التعامل للبلث الفضائي، ومؤسسات التربية الإعلامية؛ وتوصلت الدراسة إلى أنه لا بد من تغيير جذري في السياسة الإعلامية العربية، وأن يكون هناك تنسيق مابين المؤسسات الإعلامية والتربوية لبيان مدى التأثير الإعلامي على المجتمع والفرد، وأن التربية الإعلامية ليست عملية تعليمية عن طريق وسائل الإعلام بل ترتبط التربية الإعلامية بالتعليم والتعلم من الإعلام عن طريق وسائله المختلفة.

قكام (2001 Lee Rother) بدراسة بعنوان (Media Educa- tion and At-risk Adolescents in Canada) سعت هذه الدراسة إلى بيان تأثيرات التربية الإعلامية على سلوكيات طلبة التعليم المهني البديل ومدى فهمهم للإعلام بأشكاله المختلفة، وتراوحت أعمار الطلبة ما بين 16 – 19 سنة، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التتبعي بدراسة حالة امتدت لست سنوات من عام 1991 – 1997، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: تمكين الطلبة من قراءة النصوص الإعلامية وفهمها وتفسيرها، وبيان المعنى الخفي في نصوصها، وتمكين الطلبة من معرفة الإيديولوجيات الكامنة في النص الإعلامي واكتشافها وربطها بتجاربهم الخاصة ليحكموا عليها.

من خلال العرض السابق للبحوث والدراسات السابقة التي تناولت فاعلية التربية الإعلامية يتضح الفرق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة، حيث ركز معظمها على دور وسائل الاعلام التربوية، كما ركزت ايضا على التعليم المدرسي بشكل أكبر من التعليم الجامعي، وكيفية تفعيل التربية الإعلامية بشكل مناسب، في حين أن الدراسة الحالية هدفت إلى بيان فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك من وجهة نظر الطلبة، وتناولت متغيرات جديدة لم تتناولها الدراسات السابقة، كما تتميز الدراسة الحالية عن غيرها بأنها الدراسة الوحيدة في الأردن -حسب علم الباحث- التي تناولت موضوع فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك.

الطريقة والإجراءات:

يقدم هذا الجزء وصفاً لأفراد الدراسة وأداة الدراسة، وإجراءات التطبيق الذي اتبعه الباحث والمعالجة الإحصائية للبيانات.

مجتمع الدراسة وعينتها:

تكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة تخصص الدعوة والاعلام الاسلامي في جامعة اليرموك، وذلك في مستوى السنة الثالثة والرابعة والبالغ عددهم (420) طالباً. أما عينة الدراسة فتم اختيار (209) طلاب من تخصص الدعوة والاعلام الاسلامي أي بنسبة (50 %) من مجتمع الدراسة تقريباً، واختيروا من السنتين

قامت الشديفات والخصاونة (2012) بدراسة بعنوان «واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها» هدفت هذه الدراسة لمعرفة واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة فيها من وجهة نظر طلبة المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية، وكانت منهجية الدراسة مسحية، تم مسحها من خلال عينة تكونت من 100 طالب من طلبة المدارس الخاصة في عمان. وبينت هذه الدراسة أن مستوى التربية الإعلامية مرتفع في المدارس الخاصة، وأن أركان العملية التعليمية هي أكثر العوامل المؤثرة في التربية الإعلامية.

قام الخيري (2009) بإجراء دراسة بعنوان (تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية). سعت لبيان مفهوم التربية الإعلامية، وأهميتها ومدى تفعيلها من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية، والعلاقة التي تربط الإعلام بالتربية، وكانت منهجية الدراسة وصفية مسحية، وتكونت عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس في كليات وأقسام التربية في الجامعات السعودية والبالغ عددهم 1154، ومن 112 عضو هيئة تدريس في كليات وأقسام الإعلام. وتوصلت الدراسة إلى أن العلاقة ما بين الإعلام والتربية هي علاقة تكاملية، وبناء عليه لا بد من إعداد الأجيال لمواجهة هذا التحدي من خلال تفعيل التربية الإعلامية عن طريق تكوين القدرة لدى الطلبة في قراءة الرسالة الإعلامية، وتحليلها ونقدتها وتقويمها والمشاركة في إنتاجها بما يتناسب مع القيم الإسلامية، ولا سيما أن فلسفتها تقوم على النقد للمضامين الإعلامية ببيان موضوعية الإعلام، وليس استخدامه وسيلة، وبينت الدراسة أهمية تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية كموضوعات ضمن الأنشطة العامة التي تطرحها الجامعة وليس مقررًا مستقلاً، وأن هنالك فروقاً ذات دلالة إحصائية في درجة أهمية تفعيل التربية الإعلامية لصالح تخصص التربية، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمتغير الدرجة العلمية والخبرة.

قامت العمودي (2009) بإجراء دراسة بعنوان «واقع مساهمة معلمات الصف الأول الثانوي في التربية الإعلامية من وجهة نظر الطالبات والمشرفات التربويات بمدينة مكة المكرمة» وهي دراسة ميدانية تصف واقع مساهمة المعلمات في التربية الإعلامية، وبينت من خلالها وجهة نظر الطالبات والمشرفات في مكة المكرمة في مساهمة معلمات الصف الأول الثانوي بالتربية الإعلامية، وتوصلت الدراسة إلى أن درجة استجابة عينة الطالبات حول العبارات التي تقيس واقع مساهمة معلمات الصف الأول الثانوي للتربية الإعلامية كانت بدرجة أبدأ، وبالنسبة للمشرفات أحياناً، وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين آراء المشرفات والطالبات حول العبارات التي تقيس واقع مساهمة معلمات الصف الأول الثانوي في التربية الإعلامية من وجهة نظر الطالبات والمشرفات التربويات في مدينة مكة المكرمة لصالح الطالبات. وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين آراء المشرفات حول العبارات التي تقيس واقع مساهمة معلمات الصف الأول الثانوي في التربية الإعلامية من وجهة نظر الطالبات والمشرفات التربويات في مدينة مكة المكرمة لصالح الطالبات لصالح التخصص الأدبي، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية عند

درجاته الخمس (أوافق بشدة، أوافق، متردد، لا أوافق، لا أوافق بشدة) وهي تمثل رقمياً (5، 4، 3، 2، 1) على الترتيب، وقد تم اعتماد المتوسطات التالية لأغراض تحليل النتائج: من (1 - 2.33) ليمثل مستوى منخفضة، و من (2.34 - 3.67) ليمثل مستوى متوسط، و من (3.68 - 5) ليمثل مستوى مرتفع.

صدق وثبات الأداة:

تم التأكد من صدق الأداة بعرضها على مجموعة من المحكمين ذوي الخبرة في المجال، وأفاد المحكمون بأن الاستبانة صادقة، كما تم التوصل لدلالات ثبات الأداة من خلال استخراج قيم الثبات للمقياس بطريقة الاتساق الداخلي بواسطة معادلة كرونباخ ألفا حيث بلغت معدلات الثبات (0.93) . والجدول يبين ذلك (2).

جدول (2)

معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا وثبات الإعادة للمجالات والدرجة الكلية

المجال	ثبات الإعادة	الاتساق الداخلي
مبررات تفعيل التربية العملية	0.89	0.90
محتوى التربية العملية	0.91	0.85
طرق تحقيق التربية الإعلامية	0.87	0.92
الأداة ككل	0.90	0.93

إجراءات الدراسة:

بعد الانتهاء من بناء استبانة الدراسة بصورتها النهائية، قام الباحث بالإجراءات التالية:

1. بناء الاستبانة بصورتها الأولية بعد الرجوع الى الادب النظري.
2. تحكيم الاستبانة واستخراج دلالات الصدق والثبات لها.
3. تحديد مجتمع وعينة الدراسة من الطلبة في تخصص الدعوة والاعلام الإسلامي، من خلال الرجوع إلى دائرة القبول والتسجيل والحصول على أعداد الطلبة في التخصص ومكان قاعات الدرس للطلبة.
4. قام الباحث بالتواصل مع أفراد عينة الدراسة و تحديد المكان والزمان.
5. توزيع المقياس على أفراد الدراسة لتعبئته.
6. جمع وتفرغ البيانات وعددها (225)، استبعدت (16) لعدم اكتمال إجاباتها ليصبح العدد الكلي (209) .
7. إدخال البيانات على الحاسوب لإجراء المعالجات الإحصائية، واستخراج النتائج.

التحليل الإحصائي:

الدراسة الحالية هي دراسة مسحية، اي مسح جمهور وسائل الاعلام حيث يعتمد على المنهج المسحي لمستوى التربية الإعلامية لطلبة تخصص الدعوة والاعلام الاسلامي في جامعة اليرموك. وللإجابة على سؤال الدراسة الأول تم حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات الاستبانة.

الثالثة والرابعة وفقاً للطريقة العشوائية الطبقية. والجدول رقم (1) يبين ذلك.

جدول (1)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغيرات الدراسة

السنة	الجنس	مكان السنة
الثالثة	ذكر	96
الرابعة	أنثى	140
المجموع (209)		

أدوات الدراسة:

للإجابة على أسئلة الدراسة قام الباحث بتطوير استبانة، بهدف التعرف على فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك، حيث قام الباحث بوضع واستخدام الأدوات والوسائل الملائمة لطبيعة الدراسة في جمع المعلومات اللازمة والتي شملت على:

♦ استبانة فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك. حيث تكونت الاستبانة بصورتها النهائية من (31) فقرة تمثل (3) أبعاد هي:

- مبررات تفعيل التربية الإعلامية
- محتوى التربية الإعلامية
- طرق تحقيق التربية الإعلامية.

وقد تم تطوير أداة الدراسة وفق الخطوات التالية :

♦ الاطلاع على الأدب السابق المرتبط بموضوع الدراسة الحالية من أجل اشتقاق الفقرات المعبرة عن فاعلية التربية الإعلامية الواجب توفيرها وذلك من خلال :

♦ مراجعة الأدب التربوي والدراسات السابقة المتعلقة بفاعلية التربية الإعلامية.

♦ استطلاع آراء مجموعة من طلبة الدعوة والاعلام حول أهمية التربية الإعلامية بالنسبة لهم.

♦ تحليل ما جمع من آراء ومعلومات ذات صلة بموضوع الدراسة.

بناء على الأدب السابق المرتبط بموضوع الدراسة و على آراء الطلبة في تخصص الدعوة والإعلام الإسلامي، تمكن الباحث من تطوير أداة الدراسة وهي عبارة عن استبانة مكونة من (31) فقرة موزعة على (3) أبعاد، تناولت فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك. وتم عرضها على ستة محكمين من أصحاب الخبرة في المجال لإبداء رأيهم في مدى ملائمة هذه الفقرات، وقد أوصى المحكمون بحذف جزء من هذه الفقرات، وقد حذفت الفقرات التي اتفق على حذفها 80 % من المحكمين، لأنها لا تنتمي ولا تقيس فاعلية التربية الإعلامية، وقد مثلت من خلال فقرات أخرى، وبذلك تم التوصل إلى الصورة النهائية من هذا الجزء من الاستبانة التي تضمنت بصورتها النهائية (31) فقرة تمثل التربية الإعلامية، واعتمد سلم ليكرت الخماسي لتصحيح أدوات الدراسة، بإعطاء كل فقرة من فقراته درجة واحدة من بين

وللإجابة على سؤال الدراسة الثاني والثالث، فقد تم استخدام اختبار (t-test).

نتائج الدراسة:

السؤال الأول: ما مستوى فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى فاعلية التربية الإسلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول (3)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى فاعلية التربية الإسلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية					
الرتبة	الرقم	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	3	طرق تحقيق التربية الإعلامية	3.79	0.926	مرتفعة
2	2	محتوى التربية العملية	3.69	0.686	مرتفعة
3	1	مبررات تفعيل التربية العملية	3.61	0.679	متوسطة

جدول (4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار «ت» لأثر السنة الدراسية على مستوى فاعلية التربية الإسلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك

السنة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
ثالثة	103	3.71	0.668	2.020	207	0.045
رابعة	106	3.52	0.680			
ثالثة	103	3.73	0.715	0.787	207	0.432
رابعة	106	3.65	0.658			
ثالثة	103	3.87	0.879	1.259	207	0.209
رابعة	106	3.71	0.967			
ثالثة	103	3.76	0.632	1.754	207	0.081
رابعة	106	3.61	0.603			

لمتغير الجنس؟

للإجابة عن هذا السؤال استخرجت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى فاعلية التربية الإسلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك حسب متغير الجنس، ولبيان الفروق الإحصائية بين المتوسطات الحسابية تم استخدام اختبار «ت»، والجدول أدناه يوضح ذلك.

يتبين من الجدول (4) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر السنة الدراسية في جميع المجالات وفي الأداة ككل باستثناء مجال مبررات تفعيل التربية العملية، وجاءت الفروق لصالح السنة الثالثة.

السؤال الثالث: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في مستوى فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك تعزى

جدول (5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار "ت" لأثر الجنس على مستوى فاعلية التربية الإسلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك

الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	درجات الحرية	الدالة الإحصائية
مبررات تفعيل التربية العملية	ذكر	3.60	0.684	-0.200	207	0.842
	انثى	3.62	0.679			
محتوى التربية العملية	ذكر	3.72	0.643	0.499	207	0.618
	انثى	3.67	0.708			
طرق تحقيق التربية الاعلامية	ذكر	3.90	0.797	1.138	207	0.256
	انثى	3.74	0.982			
الاداة ككل	ذكر	3.72	0.598	0.560	207	0.576
	انثى	3.67	0.633			

يتبين من الجدول (5) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($a = 0.05$) تعزى لأثر الجنس في المجالات جميعاً، وفي الأداة ككل.

السؤال الرابع: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($a = 0.05$) في مستوى فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك تعزى لمتغير مكان السكن؟

جدول (6)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار "ت" لأثر مكان السكن على مستوى فاعلية التربية الإسلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك

مكان السكن	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	درجات الحرية	الدالة الإحصائية
مبررات تفعيل التربية العملية	مدينة	3.69	0.708	1.874	207	0.062
	قرية	3.52	0.633			
محتوى التربية العملية	مدينة	3.77	0.728	1.941	207	0.054
	قرية	3.59	0.620			
طرق تحقيق التربية الاعلامية	مدينة	3.78	0.951	-0.232	207	0.816
	قرية	3.81	0.898			
الاداة ككل	مدينة	3.74	0.667	1.350	207	0.179
	قرية	3.62	0.556			

يتبين من الجدول (6) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($a = 0.05$) تعزى لأثر مكان السكن في المجالات جميعاً، وفي الأداة ككل.

مناقشة النتائج والتوصيات:

السؤال الأول: ما مستوى فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك:

أشارت النتائج فيما يتعلق بمستوى فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك إلى أن المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (3.61 - 3.79)، وجاء مجال طرق تحقيق التربية الإعلامية في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (3.79)، بينما جاء مجال مبررات تفعيل التربية العملية في المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (3.61)، وبلغ المتوسط الحسابي للأداة ككل (3.69) بمستوى فاعلية مرتفع.

يتناول هذا الجزء مناقشة النتائج التي تم الحصول عليها من خلال ربط النتائج الكمية للبيانات عن فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك بأداة الدراسة.

نتائج الدراسة الحالية.

السؤال الرابع: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في مستوى فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك تعزى لمتغير مكان السكن؟

أشارت النتائج فيما يتعلق بمتغير مكان السكن الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر مكان السكن في المجالات جميعا، وفي الأداة ككل. ويعزو الباحث ذلك إلى أن الطلبة في تخصص الدعوة والإعلام الإسلامي سواء كانوا يسكنون في المدينة أو في القرية يتوافر لديهم الظروف المعيشية ذاتها من تكنولوجيا، ومواصلات وغيرها، والوقت الحالي في القرية يستطيع أن يستخدم الطالب ما يستخدمه، أو يحتاجه الطالب في المدينة رغم وجود عدد من الفوارق التي تختص بها القرية نحو وجود علاقات اجتماعية بين الافراد بشكل اكبر، وغيرها من الفوارق إلا أنها لم تؤثر على نتائج توقعات الطلبة حول فاعلية التربية الإعلامية، وهذا يتفق مع نتائج دراسة الشديفات والخصاونة (2012)، والخيري (2009).

التوصيات :

1. إجراء المزيد من الدراسات التي تتناول التربية الإعلامية باستخدامات متغيرات أخرى جديدة.
2. قيام الجامعات الاردنية بإعداد برامج وأنشطة في التربية الإعلامية مناسبة للطلبة الجامعيين بشكل عام وطلبة تخصص الدعوة والإعلام الاسلامي بشكل خاص.
3. تضمين خطط وبرامج الطلبة في كلية الشريعة وكلية الاعلام في الجامعات الاردنية بمساق للتربية الاعلامية.

المصادر والمراجع:

أولاً- المراجع العربية:

1. بيرسيفال، جوزية، تعرض المعلمين لوسائل الإعلام، مجلة التربية الإعلامية، عدد صفر، 2007.
2. الجار الله، عبد العزيز جار الله، المقدمة، مجلة المعرفة، العدد 140، 2007.
3. الحيزان، محمد، وجهة نظر، مجلة المعرفة، العدد 145، 2007.
4. الخالدي، إبراهيم، الدور التربوي لوسائل الاعلام الاسلامي من وجهة نظر طلبة جامعة ال البيت في الاردن دراسة ميدانية، مقبول للنشر، جامعة القدس المفتوحة، القدس، 2015.
5. الخطيب، محمد شحات، دور المدرسة في التربية الإعلامية، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، الرياض، 2007.
6. الخيري، طلال بن عقيل عطاس، تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية، 2009، مكة المكرمة.
7. الدسوقي، سماح محمد (2010) التربية الإعلامية بالتعليم الأساسي في عصر العولمة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية.
8. الدليمي، محمد (2013) الإعلام الإسلامي، دار المسيرة، عمان.

ويعزو الباحث حصول طرق تحقيق التربية الإعلامية لأعلى متوسط إلى ضرورة وأهمية وجود صياغة واضحة لأهداف التربية الإعلامية تتفق مع أهداف مرحلة التعليم الجامعي، وضرورة تشجيع الطلبة على إجراء الدراسات في مجال التربية الإعلامية، والافادة من أصحاب الخبرة والاختصاص الاعلامي لوضع برامج اعلامية في الجامعة، وفتح قنوات إعلامية داخل الجامعة يعبر من خلالها الطلبة عن رأيهم، وضرورة توفير المستلزمات المادية اللازمة للتربية الإعلامية في الجامعة لتنفيذ ندوات ولقاءات داخل وخارج الجامعة لتأهيل الطلبة على قراءة ونقد الرسائل الاعلامية، وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة الشديفات والخصاونة (2012) التي اشارت الى أن مستوى التربية الإعلامية مرتفع في المؤسسات التعليمية، ودراسة الخيري (2009) التي اشارت الى أهمية تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية كموضوعات ضمن الأنشطة العامة التي تطرحها الجامعة، وتختلف نتائجها مع نتائج دراسة دولة (2008) التي اشارت الى ان التربية الإعلامية ليست عملية تعليمية عن طريق وسائل الإعلام، بل ترتبط التربية الإعلامية بالتعليم والتعلم من الإعلام عن طريق وسائله المختلفة.

السؤال الثاني: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في مستوى فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك تعزى لمتغير السنة الدراسية؟

أشارت النتائج فيما يتعلق بفاعلية التربية الاعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر السنة الدراسية في المجالات جميعا، وفي الأداة ككل باستثناء مجال مبررات تفعيل التربية الإعلامية، وجاءت الفروق لصالح السنة الثالثة. ويعزو الباحث ذلك الى التقارب ما بين طلبة السنة الثالثة والرابعة في التفكير واختلاطهم مع بعضهم بعضا من خلال دراسة المواد نفسها، الا ان طلبة السنة الثالثة يرون ضرورة العمل على تفعيل التربية الاعلامية من خلال تنمية الثقافة الاعلامية لدى الطلبة، وتنمية القيم الاسلامية لدى الطلبة لمواجهة التحديات الاعلامية، وتنمية المعرفة والمهارة اللازمة لدى الطلبة للتعاطي مع وسائل الاعلام، وتقبل الآخرين والتعايش معهم بشكل صحيح، وهذا يتفق مع نتائج دراسة الخيري (2009) و الخالدي (2015)، ولا يوجد دراسات تختلف نتائجها مع نتائج الدراسة الحالية.

السؤال الثالث: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) في مستوى فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك تعزى لمتغير الجنس؟

أشارت النتائج فيما يتعلق بمتغير الجنس الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) تعزى لأثر الجنس في جميع المجالات وفي الأداة ككل. ويعزو الباحث ذلك الى ان الطلبة في تخصص الدعوة والاعلام الاسلامي أغلبهم من بيئة واحدة عاشوا الظروف الدراسية ذاتها، وتعلموا عند المدرسين أنفسهم، كما أن وضوح الحاجة الى وجود تربية إعلامية، ومدى انعكاس فوائد التربية الاعلامية بات أمرا واضحا بالنسبة لطلبة تخصص الدعوة والاعلام الاسلامي، ولا يوجد دراسات تتفق أو تختلف نتائجها مع

ثانياً المراجع الأجنبية:

1. Lee Rother»Media Education and At-risk Adolescents in Canada», InCecilia Von Feilititzen (Ed) :New from International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen,Unesco,Vol. 5.N1,2001.
9. الدليمي، محمد (2011) وسائل الإعلام والطفل، دار المسيرة، عمان.
10. دولة، عبد الجبار (2009) أبعاد غائبة التربية الإعلامية في المجتمع الغربي المعاصر، مفهومها، نتائجها، مجالاتها، مركز الناقد الثقافي، بريطانيا.
11. زاشيتي، مايكو، الاستراتيجيات الدولية للتربية الإعلامية، مجلة التربية الإعلامية، عدد صفر، 2007.
12. الزحيلي، وهبة (1990) القيم الانسانية في القرآن الكريم، دار المكتبي، دمشق.
13. السرور، ناديا هائل (2000) مدخل الى تربية المتميزين والموهوبين، دار الفكر، عمان.
14. سفر، محمود (1980) الاعلام موقف، الكتاب العربي السعودي، جدة.
15. سيرسون، سو (2004) ادوات للمواطنة والحياة، ترجمة مدارس الظهران الاهلية، دار الكتاب العربي، الدمام.
16. الشديفات، اشجان والخصاونة. واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها، المجلة الدولية التربوية المتخصصة، المجلد الاول، العدد السادس، 2012.
17. الشميمري، فهد (2010) . التربية الإعلامية، دار الثقافة: الرياض.
18. الصالح، بدر (2007) مدخل دمج تقنية المعلومات في التعليم للتربية الاعلامية، ورقة عمل مقدمة لمؤتمر التربية الاعلامية، الرياض.
19. الصمدي، خالد (2007) ادماج القيم الإعلامية في المناهج الدراسية، بحث مقدم للمؤتمر السنوي السادس للمعلمات: التربية الإعلامية ضرورة عصر الانفتاح الإعلامي، الكويت.
20. الضبع، رفعت (2009) الاعلام التربوي تأصيله وتحصيله، دار الفكر:عمان.
21. العبد الكريم، راشد (2008) المناهج الدراسية وتنمية ملكات النقد لوسائل الاعلام، ورقة عمل مقدمة لمؤتمر التربية الإعلامية، الرياض.
22. العمودي، هناء (2009) واقع مساهمة معلمات الصف الأول الثانوي في التربية الإعلامية من وجهة نظر الطالبات والمشرفات التربويات بمدينة مكة المكرمة، جامعة ام القرى، مكة المكرمة.
23. العياضي، نصر الدين (2004) وسائل الإعلام والمجتمع (ظلال واضواء) دار الكتاب الجامعي، العين.
24. الغلاييني، أروى كيف يتم التفاعل مع وسائل الإعلام، مجلة المعرفة، العدد 145، 2007.
25. اللقاني، احمد والجمال علي (1999) معجم المصطلحات التربوية المعرفة في المناهج وطرق التدريس، القاهرة : عالم الكتب.
26. المغامسي، عبد الله (2004) الفكر التربوي وعوامل التأثير في المؤسسات التعليمية، عالم الكتاب: الدمام.
27. يالجن، مقداد (2008) منهج أصول التربية الإسلامية المطور، دار عام الكتاب، الرياض.
28. يحيى، حسن (2007) رؤى حول التربية والاعلام وادوار المناهج لتنمية التفكير في مضامين الاعلام لتحقيق التربية الاعلامية، ورقة عمل مقدمة لمؤتمر التربية الاعلامية، الرياض.