المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية التربية

قسم أصول التربية

تصور مقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية

رسالة علمية مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في تخصص التربية الإسلامية

إعداد

محمد بن عبد الرحمن بن عبد الله التويجري

إشراف

د. نايف بن يوسف بن حمد القاضي

أستاذ التربية الإسلامية المشارك

العام الجامعي

١٤٤٤هـ / ٢٠٢٢-٢٠٢٣م

بسم الله الرحمن الرحيم

إجازة الرسالة العلمية

عنوان الرسالة:

تصور مقترح لتفعيل التربية الإعلامية في الجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية

إعداد:

محمد بن عبدالرحمن بن عبدالله التويجري

تمت الموافقة على قبول هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات درجة الدكتوراه في تخصص التربية الإسلامية من قسم أصول التربية

لجنة المناقشة والحكم على الرسالة

الأعضاء	الاسم	الرتبة العلمية	التوقيع
المشرف الرئيس	د.نايف بن يوسف القاضي	أستاذ مشارك	
عضو	د.يحيى بن صالح الحربي	أستاذ مشارك	
عضو	أ.د.عايش بن عطية البشري	أستاذ	

بتاريخ ٢٢ / ١ / ١٤٤٥هـ الموافق ٩ / ٨ / ٢٠٢٣م

ختم القسم المختص

Thesis Approval

Thesis Title:
A proposed vision for activating media education in Saudi universities in the light of Islamic education

By
Student Name:

Muhammad bin Abd al-Rahman bin Abdullah al-tuwaijri

This thesis has been approved and accepted in partial fulfillment of the requirements for the degree of PhD Degree in Islamic education

Examination Committee

التوقيع	Name	Rank	Signature
Advisor	Dr.Naif yousef alqadi	Associate professor	
Committee Member	Dr.Yahya saleh alharbi	Associate professor	
Committee Member	Prof.Aiesh atieah albeshri	Professor	

Date of Defense: 22/1/1445 AH. / 9/8/2023 AD.

scientific department stamp

الإهداء

إلى والدي عبدالرحمن رحمة الله عليه وعلى روحه الطاهرة والذي كان يمدني ببعض الكتب التربوية من مكتبته العامرة، ويتعاهدني باهتمامه وحرصه وسؤاله عن ما وصلتُ برسالتي؛ فأسال الله أن يُنير على قبره بالنور ويمده بالرحمة والمغفرة..

إلى والدتي عائشة اسأل الله أن يمد بعمرها على طاعته..

إلى زوجتي منى وأطفالي ميلا، وبسيم، وبانا..

إلى أخواتي وإخواني..

أُهدي لهم ثمرة هذا العمل فاسأل الله أن ينفع به..

محمد بن عبدالرحمن التويجري

الشكر والتقدير

أشكر الله تبارك وتعالى أن يسَّر هذا العمل، واسأله أن يعم بنفعه ما جُهد له.

كما أشكر جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية متمثلةً بكلية التربية وقسم أصول التربية وصولا إلى الشكر والتقدير لسعادة المشرف الدكتور نايف بن يوسف القاضي والذي كان لتوجيهاته وإرشاده الأثر الأكبر لهذا العمل؛ والشكر أوفره وأجلّه لمناقشي هذه الرسالة، لتفضلهما وقبولهما مناقشتها وإبداء ملحوظاتهم وتصويباتهم وهما سعادة الأستاذ الدكتور عايش بن عطية البشري أستاذ التربية الإسلامية في قسم التربية الإسلامية والمقارنة بجامعة أم القرى وسعادة الدكتور يحيى بن صالح الحربي أستاذ أصول التربية في قسم أصول التربية بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، فلهما خالص الثناء والشكر،

والشكر أولا وآخرا للأساتذة الخبراء الذين أثروا ندوة الخبراء بمتطلبات التربية الإعلامية، ولمحكمي استبانة الواقع والتصور المقترح، ولعينة الدراسة المشاركين في أداة الدراسة، ولمن كان له نُصح أو توجيه أو إرشاد لهذا العمل. فأسأل الله أن يجزي الجميع خيرا وأن يبارك جهدهم ووقتهم إنه سميع مجيب..

كما أشكر والديَّ وعائلتي على ما بذلوه من جهدٍ عظيمٍ وتهيئة كبرى لإتمام هذا العمل، فالله اسأل أن يجزيهم الخير كله.

محمد بن عبدالرحمن التويجري

مستخلص الرسالة

عنوان الدراسة: تصور مقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية

الباحث: محمد بن عبد الرحمن بن عبد الله التويجري **المشرف:** د نايف بن يوسف القاضي

الدرجة العلمية: الدكتوراه **الجامعة/الكلية:** جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية كلية التربية **القسم/التخصص:** قسم أصول التربية تخصص تربية إسلامية

العام الجامعي: ١٤٤٤هـ/٢٠٢٢-٢٠٢٣م

أهداف الدراسة: هدفت الدراسة إلى تقديم تصور مقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية، من خلال الكشف عن واقع تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية، والتعرف على متطلبات تفعيلها بالجامعات السعودية، إلى جانب استفادتها من خبرات وتجارب الدول العالمية المتقدمة في هذا الميدان.

منهج الدراسة: طبَّق الباحث المنهج الوصفي الوثائقي، والمنهج الوصفي المسحي للإجابة عن أسئلة الدراسة.

أداة الدراسة: استخدم الباحث الاستبانة أداةً لدراسته، وذلك للكشف عن واقع تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية. كما عقد الباحث ندوة خبراء لبيان متطلبات تفعيل التربية الإعلامية، وطبَّق الباحث أسلوب دلفاي للوصول لتصورٍ مقترحٍ لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية.

مجتمع الدراسة وعينتها: تكوَّن مجتمع الدراسة من أعضاء هيئة التدريس ومن في حكمهم بأقسام وكليات التربية والإعلام، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وجامعة أم القرى، وجامعة حائل، والجامعة السعودية الإلكترونية، إذ يبلغ عددهم إجمالا (٨٣٦). وقد قام الباحث بتطبيق دراسته على عينة عشوائية مستخدما معادلة روبيرت ماسون (Robert Mason) لحساب عينة الدراسة والبالغ عددها (٢٦١) عضوا.

وقد تمثلت نتائج واقع تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية وفقا للتالي:

- أظهرت نتائج الدراسة أن تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية من خلال أعضاء هيئة التدريس جاء بدرجة (متوسطة) ومتوسط حسابي (٣,٣٣) وبوزن نسبي (٦٦,٦٪).

- أما من خلال الأنشطة الطلابية، مفعلة بدرجة (متوسطة) ومتوسط حسابي (٢,٨٠)، وبوزن نسبي (٥٦,٠٪).

- فيما جاء واقع تفعيل التربية الإعلامية من خلال المقررات الدراسية في الجامعات السعودية التربية الإعلامية مفعلة بدرجة (متوسطة) ومتوسط حسابي (٢,٧٧) ووزن نسبي (٥٥,٤٪).

– أما المعوقات التي حدت من تفعيل التربية الإعلامية فجاءت بمستوى (متوسط)، وبمتوسط حسابي (٣,١٣) وبوزن نسبي (٦٢,٦٪)، وتنوعت المعوقات ما بين ضعف تثقيف الطلبة إعلاميا للتعامل الأمثل مع التحديات الإعلامية، وما بين غموض مفهوم التربية الإعلامية، والنظرة الخاطئة عنه، وعدم التفريق بين التربية الإعلامية والإعلام التربوي.

– كما توصلت الدراسة إلى أهم متطلبات تفعيل التربية الإعلامية من خلال المتطلبات الأكاديمية والتنظيمية:

أولا: المتطلبات الأكاديمية: (١) المتطلبات الأكاديمية من خلال أعضاء هيئة التدريس: – تأهيل أعضاء هيئة التدريس وإعدادهم مهنيا وإعلاميا من خلال الدورات والندوات، وورش العمل المتخصصة.

– تنمية آليات الوعي والتكيف مع المحيط لدى الطلبة لترسيخ ثقافة الحوار والتعبير عن الذات ومهارات الاتصال.

(٢) المتطلبات الأكاديمية من خلال المقررات الدراسية: – إقرار مادة بالتربية الإعلامية لجميع مراحل التعليم العام والجامعي ومادة في التفكير الناقد مرتبطة ببعضها.

– تدريب الطلبة على الإنتاج الإعلامي ومشاركة الطلبة بصنع محتوىٍ إعلاميٍ وإنتاجه وبثه في وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة وذلك ضمن المساهمة في الإنتاج الإعلامي.

(٣) المتطلبات الأكاديمية من خلال الأنشطة الطلابية: – مساهمة عضو هيئة التدريس بتفعيل التربية الإعلامية من خلال الأنشطة اللامنهجية.

– تفعيل الأندية الطلابية ودعم برامجها بموضوعات التربية الإعلامية وتعزيز حضورها في المهرجانات الطلابية داخليا وخارجيا.

ثانيا: المتطلبات التنظيمية: – إقرار جائزة سنوية لتشجيع البحوث بموضوعات التربية الإعلامية، وتقديم الحوافز لأبحاث التربية الإعلامية.

– عقد الشراكات والتواصل وتجسير العلاقة ما بين الجامعات وما بين وزارة الإعلام أو وزارة الثقافة لعملية البناء والتطوير، ومن أجل تعميق مفهوم التربية الإعلامية لدى الجمهور.

– استشعار مؤسسات المجتمع المدني للقيام بدورها في تعزيز مفهوم التربية الإعلامية وذلك بتكثيف البرامج التوعوية وورش العمل بما يحقق زيادة الوعي الإعلامي السليم.

– تكوين حلقة وصل ما بين الجامعات ووزارة الإعلام بالمملكة العربية السعودية من أجل تعميق مفاهيم البرامج التربوية، ومفهوم التربية الإعلامية للجمهور.

– إصدار اللوائح والمواد والسياسات التنظيمية للتربية الإعلامية بالجامعات السعودية.

– دعوة الجامعات لإنشاء مراكز للإنتاج الإعلامي الهادف لتدريب الطلبة على مختلف المنتجات الإعلامية، إلى جانب تثقيفهم وتدريبهم للتعامل الأمثل مع المضامين الإعلامية.

Abstract

Study title: A proposed vision for activating media education in Saudi universities in the light of Islamic education.

Researcher: Muhammad bin Abd al-Rahman bin Abdullah al-Tuwaijri Supervisor: Dr. Nayef bin Yusuf bin Hamad al-Qadi Academic degree: PhD University/College: Imam Muhammad bin Saud Islamic University College of Education Department/major: Department of Fundamentals of Education majoring in Islamic education

Academic year: ١٤٤٤ AH / ٢٠٢٣ AD

Study Objectives: The study aimed to provide a proposed vision for activating media education in Saudi universities in the light of Islamic education, by revealing the reality of activating media education in Saudi universities and identifying the requirements for activating it in Saudi universities, in addition to benefiting from the expertise and experiences of developed world countries in this field.

Study Methodology: The researcher applied the descriptive documentary approach and the descriptive survey approach to answer the study questions.

Study tool: The researcher used the questionnaire as a tool for his study, to reveal the reality of activating media education in Saudi universities in the light of Islamic education. The researcher also held an expert symposium to clarify the requirements for activating media education, and the researcher applied the Delphi method to reach a proposed vision for activating media education in Saudi universities.

Study population and sample: The study population consisted of faculty members in the departments and faculties of education and information, Imam Muhammad bin Saud Islamic University, Umm Al-Qura University, Hail University, and the Saudi Electronic University, with a total number of (٨٣٦). The researcher applied his study on a random sample using the Robert Mason formula to calculate the study sample, which numbered (٢٦١) members.

The results of the reality of activating media education in Saudi universities were as follows:

- The results of the study showed that the activation of media education in Saudi universities through faculty members came with a (moderate) degree, an arithmetic mean of (٣,٣٣), and a relative weight of (٦٦,٦٪).

- As for student activities, it is activated with a (average) degree, an arithmetic mean of (٢,٨٠), and a relative weight of (٥٦,٠٪).

- As for the reality of activating media education through the curricula in Saudi universities, media education is activated with a (medium) degree, a mean of (٢,٧٧), and a relative weight of (٥٥,٤٪).

As for the obstacles that limited the activation of media education, they came at a level (average), with an arithmetic mean of (٣,١٣) and a relative weight of (٦٢,٦٪). And not to differentiate between media education and educational information.

The study also found the most important requirements for activating media education through academic and organizational requirements:

First: Academic requirements: (١) Academic requirements for faculty members: - Qualifying faculty members and preparing them professionally and in the media through specialized courses, seminars, and workshops.

- Developing awareness mechanisms and adapting to the environment among students to establish a culture of dialogue, self-expression, and communication skills.

(٢) Academic Requirements Through Courses: - Adoption of a subject in media education for all stages of general and university education, and a subject in critical thinking related to each other.

- Training students on media production and students' participation in creating, producing, and broadcasting media content on various social media as part of contributing to media production.

(٣) Academic requirements through student activities: - The contribution of a faculty member to activating media education through extracurricular activities.

Activating student clubs, supporting their programs with media education topics, and enhancing their presence in student festivals internally and externally.

Second: Organizational Requirements: - Endorsement of an annual award to encourage research on media education topics and provide incentives for media education research.

- Establishing partnerships, communication, and bridging the relationship between universities and the Ministry of Information or the Ministry of Culture for the construction and development process, and to deepen the concept of media education among the public.

Sensing civil society institutions to play their role in promoting the concept of media education by intensifying awareness programs and workshops to achieve an increase in sound media awareness.

To form a link between universities and the Ministry of Information in the Kingdom of Saudi Arabia to deepen the concepts of educational programs and the concept of media education for the public.

Issuing regulations, materials, and organizational policies for media education in Saudi universities.

Inviting universities to establish centers for media production aimed at training students on various media products, as well as educating and training them to deal optimally with media contents.

فهرس المحتويات

الإهداء: .....أ

الشكر والتقدير: .....ب

مستخلص الرسالة: .....ج

مستخلص الرسالة باللغة الإنجليزية: .....د

فهرس المحتويات: .....هـ

فهرس الجداول: .....و

فهرس الأشكال: .....ز

فهرس الملاحق: .....ي

الفصل الأول: التعريف بمشكلة الدراسة: (١) تمهيد الدراسة.....١

(٢) مشكلة الدراسة:.....٤

(٣) أسئلة الدراسة:.....٧

(٤) أهداف الدراسة:.....٧

(٥) أهمية الدراسة: ٨

الأهمية النظرية:.....٨

الأهمية التطبيقية:.....٨

(٦) حدود الدراسة:.....٨

أولا: الحدود الموضوعية:.....٨

ثانيا: الحدود الزمانية:.....٩

ثالثا: الحدود المكانية:.....٩

(٧) مصطلحات الدراسة:..... ١٠

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة..... ١٢

الإطار النظري والدراسات السابقة..... ١٢
أولا: الإطار النظري ١٢
المبحث الأول: التربية الإعلامية في ضوء التربية الإسلامية:..... ١٢
(١) أولا: نشأة التربية الإعلامية: ١٢
(٢) مفهوم التربية الإعلامية: ١٤
(٣) تعريف التربية الإعلامية:..... ١٥
(٤) أهداف التربية الإعلامية في ضوء التربية الإسلامية: ١٨
(٥) أسس التربية الإعلامية في ضوء التربية الإسلامية:..... ٢٢
(٦) أهمية التربية الإعلامية:..... ٢٣
(٧) الكفايات الثقافية الإعلامية في ضوء التربية الإسلامية:..... ٢٥
(٨) التفكير الناقد في ضوء التربية الإسلامية:..... ٢٦
(٩) التحديات التي تواجه التربية الإعلامية:..... ٢٩
(١٠) معوقات تفعيل التربية الإعلامية بالمؤسسات التعليمية:..... ٣٤
ثانيا: التربية الإسلامية:..... ٣٥
مفهوم التربية الإسلامية: ٣٦
المبحث الثاني: الإعلام التقليدي والإعلام الجديد ٣٧
مفهوم الإعلام:..... ٣٧
(٣) الأهداف العامة للإعلام:..... ٤٠
(٤) تأثيرات وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع:..... ٤١
(٥) وظائف الإعلام: ٤٢
(٦) الإعلام الإسلامي: ٤٥
(٧) تعريف الإعلام الإسلامي:..... ٤٦
(٨) مجالات الوظيفة التربوية للإعلام الإسلامي:..... ٤٦
(١٠) الإعلام في مصادر التربية الإسلامية: ٤٧

(٩) الإعلام الجديد: ٥٠
(أ) مفهوم الإعلام الجديد: ٥٠
المبحث الثالث: النظريات الإعلامية: ٥٢
(أ) النظريات الإعلامية المفسرة: ٥٢
- نظرية الحرية: ٥٢
(ب) نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام: ٥٤
(١) نظرية ترتيب الأولويات: ٥٤
(٢) نظرية الغرس الثقافي: ٥٥
المبحث الرابع: المداخل الفلسفية والمنهجية للتربية الإعلامية..... ٥٧
أولا: المداخل الفلسفية للتربية الإعلامية: ٥٧
(١) مدخل اعتدال التأثير: ٥٧
(٢) مدخل الدراسات الثقافية: ٥٩
ثانيا: المداخل المنهجية للتربية الإعلامية (تفعيل التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية): ٦١
(١) مدخل المنهج التكاملي: ٦١
(٢) مدخل المنهج المستقل: ٦٣
المبحث الخامس: التفكير النقدي: ٦٥
التفكير الناقد في مواجهة الرسائل الإعلامية: ٦٥
أولا: تعريف التفكير الناقد: ٦٥
ثانيا: الثقافة النقدية الإعلامية: ٦٥
ثالثا: مهارات التفكير الناقد: ٦٦
المبحث السادس: التعليم الجامعي: ٦٩
أولا: الجذور الأولى للتعليم العالي: ٦٩
ثانيا: أُسس وأهداف التعليم الجامعي: ٦٩
ثالثا: أهداف التعليم الجامعي: ٧٠

رابعا: أدوار الجامعة: ٧٠
خامسا: مكونات التعليم العالي: ٧٢
المبحث السابع: تجارب الدول المتقدمة في مجال التربية الإعلامية: ٧٤
أولا: كندا: ٧٤
ثانيا: فنلندا: ٧٨
ثالثا: المملكة المتحدة: ٧٩
رابعا: الولايات المتحدة الأمريكية: ٨١
المداخل الفلسفية للتربية الإعلامية في الدول المقارَنة: ٨٤
 نظرة مقارنة لخبرات وتجارب الدول موضع الدراسة: ٨٦
ثانيا: الدراسات السابقة: ٨٨
المحور الأول: الدراسات التي تناولت التربية الإعلامية في مرحلة التعليم العام: ٨٨
المحور الثاني: الدراسات التي تناولت التربية الإعلامية في مرحلة التعليم العالي: ٩٤
التعقيب على الدراسات السابقة: ١٠٠
الفصل الثالث: منهجية الدراسة وإجراءاتها ١٠٨
منهجية الدراسة وإجراءاتها ١٠٨
أولا: منهج الدراسة: ١٠٨
ثانيا: مجتمع الدراسة: ١١٢
ثالثا: عينة الدراسة: ١١٢
رابعا: أدوات الدراسة وإجراءاتها: ١١٧
سادسا: تصحيح أداة الدراسة: ١٢٠
سابعا: صدق أداة الدراسة: ١٢١
١. الصدق الظاهري: ١٢١
٢. صدق المقياس: ١٢١
(أ) الاتساق الداخلي: ١٢١

(ب) الصدق البنائي: ١٢٦
تاسعا: أساليب المعالجة الإحصائية: ١٢٩
الفصل الرابع: نتائج الدراسة ومناقشتها وتفسيرها: ١٣١
نتائج الدراسة ومناقشتها وتفسيرها ١٣١
مدخل: ١٣١
(أ) مناقشة محور أداة الدراسة الأول: ١٣١
(ب) مناقشة محور أداة الدراسة الثاني: ١٤٦
مقترحات عينة الدراسة: ١٤٩
(أولا) مقترحات لتفعيل التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال: ١٥٠
(أ) عضو هيئة التدريس: ١٥٠
(ب) الأنشطة الطلابية: ١٥٠
(ج) المقررات الدراسية: ١٥٠
(د) البحث العلمي: ١٥١
(ب) أبرز المعوقات التي يراها أفراد عينة الدراسة والتي تحد من تفعيل التربية الإعلامية في الجامعات السعودية: ١٥١
سؤال الدراسة الرابع: ١٥٣
(١) المتطلبات الأكاديمية: ١٥٤
(أ) من خلال أعضاء هيئة التدريس: ١٥٤
(ب) من خلال المقررات الدراسية: ١٥٦
(ج) من خلال الأنشطة الطلابية: ١٥٨
(٢) المتطلبات التنظيمية: ١٦١
الفصل الخامس: التصور المقترح ١٦٥
التصور المقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية ١٦٥
أولا: فلسفة التصور المقترح: ١٦٦
ثانيا: الهدف العام للتصور المقترح: ١٦٩
ثالثا: منطلقات التصور المقترح: ١٧٠

- تفعيل التربية الإعلامية: ١٧١
- الجامعة: ١٧١
- التربية الإسلامية: ١٧٢

رابعا: آلية تنفيذ التصور المقترح: ١٧٢

- تفعيل التربية الإعلامية من خلال الأستاذ الجامعي: ١٧٣
- تفعيل التربية الإعلامية من خلال المقررات الدراسية: ١٧٥
- تفعيل التربية الإعلامية من خلال البحث العلمي: ١٧٧

خامسا: إجراءات تنفيذ التصور المقترح: ١٧٧

سادسا: معوقات تنفيذ التصور المقترح: ١٧٧

الفصل السادس ملخص الدراسة وتوصياتها ومقترحاتها: ١٧٦

أولا: عرض الدراسة: ١٧٧

ثانيا: توصيات الدراسة: ١٨١

ثالثا: مقترحات الدراسة: ١٨٣

المراجع ١٨٤

الملاحق ٢٠٢

ملحق (١) ٢٠٢

استبانة الواقع في صورتها الأولية ٢٠٢

ملحق (٢) ٢١٥

استبانة الواقع في صورتها النهائية ٢١٥

ملحق (٣) ٢٢٥

دعوة الخبراء للمشاركة في متطلبات التربية الإعلامية ٢٢٥

ثانيا: نتائج تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية: ٢٣٠

ملحق (٤) ٢٣٨

تحكيم أسلوب دلفاي ٢٣٩

ملحق (٥) ٢١٢
المحكمون لاستبانة واقع تفعيل التربية الإعلامية ٢١٢
ملحق (٦) ٢٣٦
المحكمون للتصور المقترح ٢٥٥
ملحق (٧) ٢٥٥
خبراء الندوة ٢٥٧
ملحق (٨) ٢٥٨
خطابات تسهيل مهمة باحث ٢٥٨
ملحق (٩) ٢٦٠
خطابات إجراءات بحث ٢٦٠

فهرس الجداول

جدول (١) إحصائية أعضاء هيئة التدريس.....١٠٨

جدول (٢) توزيع استجابات عينة الدراسة.....١٠٩

جدول (٣) تصنيف مقياس ليكرت.....١١٧

جدول (٤) معامل الارتباط لواقع التربية الإعلامية من خلال أعضاء هيئة التدريس.....١١٨

جدول (٥) معامل الارتباط لواقع التربية الإعلامية من خلال الأنشطة الطلابية.....١١٩

جدول (٦)معامل الارتباط لواقع التربية الإعلامية من خلال المقررات الدراسية.....١٢٠

جدول (٧) معامل الارتباط لواقع التربية الإعلامية من خلال البحث العلمي.....١٢١

جدول (٨) معامل الارتباط لمعوقات تفعيل التربية الإعلامية.....١٢٢

جدول (٩) محاور وأبعاد الدراسة ومعامل الارتباط لكل محور بالدرجة الكلية.....١٢٣

جدول (١٠) معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات محاور الدراسة.....١٢٤

جدول (١١) المتوسطات الحسابية والوزن النسبي والانحراف المعياري لإجابات أفراد العينة.....١٢٧

جدول (١٢)المتوسطات الحسابية والوزن النسبي والانحراف المعياري.....١٣٢

جدول (١٣) المتوسطات الحسابية والوزن النسبي والانحراف المعياري.....١٣٤

جدول (١٤) المتوسطات الحسابية والوزن النسبي والانحراف المعياري.....١٣٧

جدول (١٥) المتوسطات الحسابية والوزن النسبي والانحراف المعياري على أبعاد المحور الأول.....١٤٠

جدول (١٦) المتوسطات الحسابية والوزن النسبي والانحراف المعياري.....١٤٢

فهرس الأشكال

شكل (١) التوزيع النسبي لمتغير الجامعات ١١٠
شكل (٢) التوزيع النسبي للتخصص ١١١
شكل (٣) التوزيع النسبي للرتب العلمية ١١٢
شكل (٤) التوزيع النسبي لسنوات الخبرة..... ١١٣

فهرس الملاحق

ملحق (١) ٢٠٢

استبانة الواقع في صورتها الأولية ٢٠٢

ملحق (٢) ٢١٥

استبانة الواقع في صورتها النهائية..... ٢١٥

ملحق (٣) ٢٢٥

دعوة الخبراء للمشاركة في متطلبات التربية الإعلامية ٢٢٥

ثانيا: نتائج تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية: ٢٣٠

ملحق (٤) ٢٣٨

تحكيم أسلوب دلفاي ٢٤٠

ملحق (٥) ٢١٢

المحكمون لاستبانة واقع تفعيل التربية الإعلامية..... ٢١٢

ملحق (٦) ٢٣٦

المحكمون للتصور المقترح ٢٥٥

ملحق (٧) ٢٥٥

خبراء الندوة ٢٥٦

ملحق (٨) ٢٥٨

خطابات تسهيل مهمة باحث..... ٢٥٨

ملحق (٩) ٢٦٠

الفصل الأول

التعريف بمشكلة الدراسة

الفصل الأول

التعريف بمشكلة الدراسة

(١) تمهيد:

تهدف المجتمعات المسلمة المتعلمة والمتحضرة إلى تنشئة أفرادها تنشئة اجتماعية متوازنة ومتكاملة، من سائر الاتجاهات؛ منطلقة من مبادئ الإسلام وقيمه الراسخة ومن تلك الأهداف الاهتمام بنوع ما يتلقاه الأفراد من وسائل الإعلام المختلفة والمتنوعة الطرح، وذلك بتزويدهم بمحتوى مناسب من المعرفة والثقافة الإعلامية، وإكسابهم المهارات اللازمة، وترسيخ القيم الإسلامية في نفوسهم، والعمل الجمعي على حصانة العقول من كل مؤثر عليها، من خلال رفع مستوى الوعي من جهة، وتعزيز القدرة التحليلية النقدية للمضامين الإعلامية من جهة أخرى؛ لمواجهة الانفلات الإعلامي، خشيةً من الآثار السلبية المزعزعة لعقيدة ومبادئ وقيم المجتمعات المسلمة.

ومما تسعى إليه التربية الإسلامية لأجيالها المسلمة عبر وسائل الإعلام، هي تحقيق المبادئ والمفاهيم المكونة لجوهر الرسالة التربوية، ذلك أن التربية الإسلامية متوجهة إلى إعداد الفرد المسلم إعدادا إسلاميا بهدف تحقيق السعادة للإنسان في الحياتين الدنيوية والأخروية (بني عيسى وفوارس، ٢٠١٥م). والتربية في نظر الإسلام تعني تنشئة الفرد من جميع النواحي البدنية والروحية، والأخلاقية، في ضوء المبادئ والقيم التي جاء بها الإسلام، وطبقًا لأساليبه وطرائقه التربوية (السيد،٢٠٠٨م)

وحين كانت التربية الإسلامية نظاما متكاملا من جميع جوانب الحياة تتوجه إلى الأجيال المسلمة أفرادا ومجتمعات كان التوافق الجوهري بين ميداني التربية والإعلام حاضرا الأمر الذي يؤكد العلاقة بينهما. (فوارس، ٢٠١٥م) وبالرغم من الارتباط الوثيق بين التربية والإعلام لدورهما البارز في التنشئة الموجهة للسلوك الإنساني، وما للنظم التربوية من دور مهم وجوهري في ذلك؛ إلا أن للإعلام دورا لا يقل أهمية عن دور النظم التربوية باعتباره من أهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية، فالإعلام يتوافر لديه عناصر التشويق والتجديد والإفادة وبخاصة أن تأثيره يصل

إلى قطاعات واسعة وعريضة من شرائح المجتمع، وقد ساعد على ذلك سرعة اختصاره للزمان والمكان وسرعة تجاوبه مع المستجدات العلمية والتقنية مما يؤدي إلى زيادة الرصيد الثقافي للإنسان وتيسير عملية تبادل الخبرات البشرية. (حارب، ٢٠٠٧م) (الخطيب،٢٠٠٧م) (عبد الفتاح، ٢٠١١م) (المطيري،٢٠١٢م)

وخلال السنوات القريبة الماضية والتي جعلت من الإعلام بوسائله المختلفة واقعا يفرض نفسه على المجتمعات وعلى الحياة المعاصرة كما فرض على المجتمع أن يتماشى مع هذا الواقع وأن يستفيد مما يقدمه من خدمات وما يدعمه من وسائل في مجال التربية الإعلامية التي فرضت على الأفراد الانغماس في بيئات تفاعلية كونية تهدف لإكساب الطلاب القيم، والاتجاهات، والتفكير الناقد، والتفكير الإبداعي، وتكوين الوعي الإعلامي، وعدم قبول الرسائل الإعلامية دون تقييمها وفحصها واتخاذ القرار وامتلاك أدوات المشاركة من المصادر الإعلامية المختلفة مما يجعل هذه المصادر تثري شخصيات الطلاب وتضيف إليهم مهارات جديدة ومتعددة وتكون قادرة على تمكينهم من مواجهة التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام. (محمد، ٢٠١٧م) (حريري، ٢٠١٩م)

ومع سرعة المستجدات وما فرضته التطورات التقنية في العصر الحديث من مظاهر التكامل بين التربية والإعلام، فقد أضحى الإعلام محورا مهما من محاور العملية التعليمية؛ فالثورة التقنية جعلت التربية الإعلامية أكثر إلحاحا، خاصةً حين فقدت بعض الدول قدرتها على التصدي للبث الإعلامي الخارجي، واكتساح الثقافة الأجنبية، ومع الفوضى السائدة في المجال الإعلامي الخارجي، وصراع الثقافات، ظهر التأثير على كثير من المفاهيم والقيم والعادات، وعلى الهوية الثقافية وأصبحت المؤسسات التربوية مؤهلة أكثر من غيرها من المؤسسات لتمكين الطلاب من اكتساب ثقافة إعلامية واعية ناقدة قادرة على الفحص والتمييز(السعيد، ٢٠١٨م) (الخيون، ٢٠١٨م)

وفي صدد الثورة التقنية المتطورة في وسائل الإعلام الجديد وإقبال الشباب المتزايد على الإعلام الرقمي، فقد أشارت دراسة مسحية للهيئة العامة للإحصاء في المملكة العربية السعودية عن نسبة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ذكورا وإناثا وصلت في عام ٢٠١٩م إلى

٩٧,٣٤٪. مما يعني أن للشبكات الاجتماعية آثارا ظاهرة أو خفية على حياة المستخدمين؛ وانعكاسا لهذا التأثير فقد أظهرت دراسة استطلاعية للهيئة العامة للإحصاء أن ما نسبته ٩,٨١٪ واجهت تقصيرا في واجباتها الأسرية والاجتماعية فيما أصيبت ٣,٥١٪ من عينة الدراسة المسحية بالانطوائية وعدم الاختلاط بالآخرين ونسبة أخرى لا تتجاوز ٣,٩٢٪ ألمت تقصيرا في مهامها الوظيفية والدراسية. ونتيجة لهذا؛ فإن لوسائل الإعلام الرقمي ــ كما أشارت إلى ذلك العديد من الدراسات ومنها دراسة الحسن (٢٠٢١م) ــ خطورة وأثر سلبي على أفكار وسلوكيات الشباب نظرا لما يقضونه من وقت أمام هذه الوسائل الإعلامية الحديثة. ولهذا؛ فالتحديات التي تواجه الشباب هي صعوبات تحتاج إلى إدراك لخطورة تلك التقنيات العلمية والإعلامية المختلفة.

والواقع أن ما يشهده العصر الحديث من تحديات وتغيرات نتيجة للثورة العلمية والتقنية المتسارعة يُبرز ذلك الواقع التحدي الإعلامي بكل أشكاله ونفوذه، وتوغله في حياة المجتمعات والأفراد نتيجة للتطورات التقنية مما عمق من خطورة الإعلام وتأثيره وقدرته على تكوين الأفكار والمعتقدات على العقل الفردي وتحديد الاتجاهات وفقا لأيدولوجيته؛ ولهذا أدركت بعض الدول خطورة المادة الإعلامية الموجهة وسعت في حماية أبنائها فباتت التربية هي السبيل الأمثل، مما كان العاتق والمسؤولية الكبرى على مؤسسات التعليم بوصفها أحد أهم أبنية التربية، فجزء من دورها تمكين الطلاب من التعامل الإيجابي مع مختلف وسائل الإعلام وهو ما أوجد اهتماما واسعا من الجامعات في كندا وبريطانيا وفنلندا وألمانيا وفرنسا وأستراليا والولايات المتحدة الأمريكية، حيث شكلت التربية الإعلامية مجالا دراسيا وقاعدة تربوية وعنصرا جوهريا وإلزاميا في نظمها الأكاديمية (علام، ٢٠٠٨) (أبو النور، ٢٠١٥م)

وقد أشارت الدراسات العلمية التي تناولت التربية الإعلامية إلى الاهتمام العالمي في التربية الإعلامية على مستوى الدول المتقدمة وبمختلف المراحل التعليمية والجامعية وأدرجتها في المناهج الدراسية لدورها في تمكُّن الطلاب من قراءة وفهم الخطاب الإعلامي، والتفكير الناقد للرسائل الإعلامية، وتحليل مضامينه وتقييمه وتوعيتهم بأبعاده وتأثيراته السلبية والوقاية منها، والاستفادة من الرسائل الإيجابية وتعزيزها. (أبو النور، ٢٠١٥م) (محمد، ٢٠١٥م)

ووفقا لتلك الاهتمام بالتربية الإعلامية من الدول المتقدمة وفي ظل التحدي الإعلامي الكبير وخطورة الآلة الإعلامية، فقد تنبهت المؤسسات التعليمية في الدول المتقدمة إلى تلك التحديات فأولت التربية الإعلامية عناية كبرى وضمنتها في برامجها التعليمية، بل خطت بعض الجامعات في المملكة المتحدة وكندا خطوات متقدمة واستحدثت برامج عليا لتأهيل الخريجين في مجال التربية الإعلامية، فيما كان العديد من الجامعات لها دورا رياديا في خدمة المجتمع من خلال إقامة دورات وبرامج تدريبية عن بعد للتأهيل في مجال التربية الإعلامية.

(٢) مشكلة الدراسة:

تنادت الاتجاهات الحديثة بتفعيل التربية الإعلامية في جميع مراحل التعليم إيمانا بأهمية هذا الاتجاه والذي يسهم بدورٍ ريادي في تحقيق السياسات التعليمية والإسهام الفعال في تنمية الاتجاهات السلوكية للجماهير.

وقد أدرك المختصون والتربويون على المستوى الدولي أهمية التربية الإعلامية على كافة المستويات ونتيجة لذلك؛ فقد لاقت التربية الإعلامية اهتماما دوليا واسعا لا سيما في المجال التعليمي إذ وظفتها العديد من الدول المتقدمة في مراحلها التعليمية المختلفة، وأكدت على ضرورة تعليمه للنشء.

وقد حظيت التربية الإعلامية باهتمام المنظمات العالمية مثل منظمة اليونسكو التي سعت لنشر الوعي بأهمية التربية الإعلامية كما أقامت العديد من الدول المؤتمرات وورش العمل حول التربية الإعلامية ابتداء من إعلان جرانولد ١٩٨٢م في ألمانيا ثم مؤتمر جامعة تولوز في فرنسا ١٩٩٠م ومؤتمر التربية الإعلامية في فيينا ١٩٩٩م ثم ندوة التربية الإعلامية للشباب في أسبانيا ٢٠٠٢م وورشة عمل برشلونة ٢٠٠٤م والتي أكدت جميعها على أهمية تفعيل التربية الإعلامية في مؤسسات التعليم لمواجهة التحديات الإعلامية. (حويل، ٢٠٠٩م، ص ٦٠٦) (أبو النور،٢٠١٥م).

كما جاءت توصيات المؤتمر الأول للتربية الإعلامية المنعقد في الرياض (٢٠٠٧م) بأهمية إعداد وبناء خطط وبرامج متخصصة في التربية الإعلامية وضرورة الاهتمام بمناهج التربية

الإعلامية في مختلف مراحل التعليم. كما أكد المؤتمر على أهمية توظيف التقنية المعلوماتية في العملية التعليمية بما يعزز الأهداف التعليمية ويرقى بأدائها، وإقامة شراكة علمية ومهنية بين مختلف المؤسسات التعليمية والإعلامية. وفي ختام توصياته اقترح المؤتمر اعتماد مقرر للتربية الإعلامية في مرحلة التعليم الجامعي.

ودعا ملتقى التربية الإعلامية المنعقد في القريات (٢٠١٨م) تحت إشراف وزارة التعليم لبناء شراكة مع مؤسسات المجتمع المدني والقطاع الخاص لتطوير برامج وتطبيقات للتربية الإعلامية يستفيد منها طلاب التعليم العام والخاص. كما دعا في توصياته إلى أهمية إدراج ثقافة التربية الإعلامية ضمن المقررات الدراسية.

كما دعت جامعة الدول العربية ومن خلال أعمال اللجنة الدائمة للإعلام العربي والمنعقد بدولة الكويت (٢٠٢٣م) إلى بذل المزيد من الاهتمام بالإعلام العربي ترسيخا لرسالته التوعوية المجتمعية، وتعزيز العمل الوطني التنموي، ودعت إلى إدراج التربية الإعلامية في المقررات التعليمية. ٢٠٢٣/٣/١٣

وفي هذا السياق فقد أكدت نتائج وتوصيات العديد من الدراسات العلمية: (الخيري،٢٠٠٩م) (ديوب، ٢٠١١م) (المطيري،٢٠١٢م) (البلوي،٢٠١٣م) (العتيبي،٢٠١٣م) (العميري والمقاطي، ٢٠١٨م) (الخيون، ٢٠١٨م) و(الجعد والأسمري، ٢٠١٨م) (القرني، ٢٠١٩م) (المدني ٢٠١٩م) (حريري، ٢٠١٩م) على أهمية تفعيل التربية الإعلامية وأوصت بإدراجها مقررا ضمن المقررات الدراسية في جميع المراحل التعليمية.

وقد جاءت دراسة (الخطيب، ٢٠٠٧م) و (الخيون، ٢٠١٨م) و (سالم وحسن، ٢٠١٨م) مُقرِّرةً أهمية إعداد وبناء خطط وبرامج متخصصة في التربية الإعلامية تراعي الثوابت الدينية والقيم الأخلاقية، ودعوة المؤسسات التربوية إلى توظيف وسائل الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيرية في خدمة العملية التعليمية لإكساب الطلاب مهارات التفكير الناقد لبرامج الإعلام المختلفة، وإعداد الطلاب للتعامل الأمثل مع التحديات الإعلامية المعاصرة. وتطوير المناهج التربوية لمطابقتها المعايير الإعلامية والتربوية والنفسية، ووضعها ضمن التخطيط الشامل للإصلاح التربوي.

وبالرغم من دعوة المؤتمرات العالمية والمحلية وتأكيدها على أهمية التربية الإعلامية والاهتمام العالمي بدور المؤسسات التعليمية في التربية الإعلامية والذي بدت طلائعه منذ الثمانينيات الميلادية إلا أن الواقع يشير إلى قصورٍ في التطبيق (حويل، وعبد الجليل،٢٠٠٩م). والمتأمل بواقع التربية الإعلامية في الجامعات، يدرك أنها تواجه مجموعة من التحديات، أهمها النظرة الخاطئة عن التربية الإعلامية، وقلة المتخصصين (محمد، ٢٠١٧م).

إلى ذلك فقد أشارت دراسة (الخيري، ٢٠٠٩م) لوجود ضعف في العلاقة بين الإعلام والتعليم بالجانب التطبيقي. في حين أظهرت التربية الإعلامية تأثيرا إيجابيا على طلاب المرحلة الجامعية حيث أضافت لديهم وعيا بالمضامين الإعلامية ونمّت عندهم القدرة على فهم الخطاب الإعلامي (محمد، ٢٠١٥م) إلا أن دراسة (الدرعان، ٢٠١٦م) بيّنت ضعف الوعي بالتربية الإعلامية وتداخل مفهومه مع الإعلام التربوي، كما أظهرت أن معوقات التربية الإعلامية جاءت بدرجة عالية.

وأخيرا وفي ظل ما كشفت عنه الدراسات والأبحاث عن الدور الإعلامي ومدى تأثيره على وعي المتلقي، وبفضل السباق التنافسي المحموم وتعدد القنوات الفضائية المختلفة فقد باتت المادة الإعلامية صناعة مادية تسهم في التأثير على أنماط وسلوكيات المتلقي، وتشكيل عقله ورغباته. كما تعد رافدا أساسيا في التنشئة الاجتماعية وغرس القيم والمبادئ التي تتبناها؛ ولذا يجب استثمار الإعلام استثمارا نافعا في نشر القيم الحميدة وتعزيز المبادئ الفاضلة والاستفادة من الفرص المتاحة ورفع جودة المنتج الإعلامي نحو التلقين العقلي الأمثل والتهذيب السلوكي الأفضل بما يتوافق مع فطرة المسلم والعقيدة الإسلامية الصحيحة ليحفظ على المجتمع أمنه وسلمه الاجتماعي.

وبناءً على ما سبق وفي ضوء توصيات ومقترحات الدراسات السابقة نحو دراسة (الخالدي وربابعة، ٢٠١٧م) ودراسة (الحبيّب، ٢٠٢٠م) والتي تحث طلاب الدراسات العليا لإجراء المزيد من الدراسات العلمية في مجال التربية الإعلامية نظراً للأهمية التي تحظى بها التربية الإعلامية؛ تأتي هذه الدراسة لتقدم تصورا مقترحا لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية.

(٣) أسئلة الدراسة:

وتتمثل أسئلة الدراسة في سؤالها الرئيس:

ما التصور المقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية؟

ويتفرع عن السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية التالية:

س١) ما ملامح التربية الإعلامية في ضوء التربية الإسلامية؟

س٢) ما أبرز التجارب العالمية في مجال التربية الإعلامية في الجامعات؟

س٣) ما واقع تفعيل التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس؟

س٤) ما المتطلبات اللازمة لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية من وجهة نظر الخبراء؟

س٥) ما التصور المقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية من وجهة نظر الخبراء؟

(٤) أهداف الدراسة:

في ضوء مشكلة البحث وتساؤلاته فإن الدراسة تهدف إلى:

١) التعرف على ملامح التربية الإعلامية في ضوء التربية الإسلامية.
٢) تهدف الدراسة إلى معرفة أبرز التجارب العالمية في مجال التربية الإعلامية.
٣) الكشف عن واقع التربية الإعلامية وتفعيلها بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس.
٤) التعرف على متطلبات تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية من وجهة نظر الخبراء.
٥) تقديم تصور مقترح تطويري للتربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية من وجهة نظر الخبراء.

(٥) أهمية الدراسة:

(أ) الأهمية النظرية:

– تأتي هذه الدراسة استجابةً لتوصيات العديد من المؤتمرات والندوات نحو مؤتمر جرنوالد ١٩٨٢م ومؤتمر جامعة تولوز في فرنسا ١٩٩٠م ومؤتمر التربية الإعلامية في فيينا ١٩٩٩م وندوة التربية الإعلامية للشباب في أسبانيا ٢٠٠٢م ومؤتمر الرياض الدولي الأول للتربية الإعلامية ٢٠٠٧م وملتقى التربية الإعلامية المنعقد في القريات ٢٠١٨م وغيرها من المؤتمرات المحلية والدولية، والتي أوصت بدعم التربية الإعلامية في جميع المراحل التعليمية.

– يُتوقع من الدراسة أن تُنمي ـ لدى الطلاب ـ جوانب الوعي والتفكير والتحليل النقدي للتعامل الأجدر مع المضامين الإعلامية.

– قد تسهم هذه الدراسة في إثراء المحتوى العلمي التربوي.

– يمكن لهذه الدراسة أن تعزز ـ لدى الطلاب ـ الجانب الوقائي لإدراكهم الرسائل الإعلامية السلبية.

– يأمل الباحث أن تقدم الدراسة إضافة علمية ومعرفية للمكتبة التربوية في مجال التربية الإعلامية .

(ب) الأهمية التطبيقية:

– يمكن أن تزود هذه الدراسة مسؤولي التخطيط والإعداد في الجامعات بوضع رؤية تطويرية لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية.

(٦) حدود الدراسة:

تقتصر الدراسة في حدودها على الآتي:

أولا: الحدود الموضوعية: تتحدد الدراسة بحدها الموضوعي في بناء تصورٍ مقترحٍ لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية وذلك من خلال:

أ– اقتصرت حدود الدراسة الموضوعية في تناول التربية الإعلامية من خلال: (مفهوم التربية الإعلامية، الأهداف، المهارات، الكفايات، المداخل الفلسفية للتربية الإعلامية، النظريات الفلسفية، الإعلام الجديد، تجارب الدول المتقدمة).

ب– قامت الدراسة بالكشف عن واقع التربية الإعلامية ومتطلباتها في إطار المهارات التفعيلية للتربية الإعلامية من خلال: مهارة الوصول، والفهم الواعي، والتحليل، والتفكير النقدي للرسالة الإعلامية.

ج– بَنت الدراسة الميدانية نتائجها على استجابة عينة الدراسة بكليات وأقسام التربية والإعلام.

د– تناولت الدراسة أبرز الاتجاهات والخبرات والتجارب العالمية للدول المتقدمة في التربية الإعلامية وصولا لبناء تصورا مقترحا لتفعيل التربية الإعلامية وإمكانية تطبيقه بالجامعات السعودية بعد إجازته وتحكيمه من الخبراء

ثانيا: الحدود الزمانية: تم تطبيق الجانب الميداني من هذه الدراسة في الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي ١٤٤٤هـ

ثالثا: الحدود المكانية: اقتصرت الدراسة في حدودها المكانية على تخصصي التربية والإعلام بالجامعات السعودية التالية:

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، جامعة أم القرى، جامعة حائل، الجامعة السعودية الإلكترونية. وقد تم اختيار تلك الجامعات بناء على التوزيع الجغرافي للمناطق الإدارية ممثلة بالمنطقة الوسطى والشمالية والغربية وتمثل الجامعة الإلكترونية المنطقة الشرقية والجنوبية.

(٧) مصطلحات الدراسة:

تفعيل:

فَعَّل يُفعِّل تَفعِيلا، فهو مُفعَّل، والمفعول مفعل، وفعل الأمر: نشطه، قواه فعل مساعيه (معجم اللغة العربية المعاصرة)،

تفعيل التربية الإعلامية: ويعني الباحث بتفعيل التربية الإعلامية، أي تعزيز مفهومها وتطبيق أهدافها، وتنشيط مهاراتها لتحقيق الطلبة الجامعيين للمبادئ والمهارات الإعلامية.

التربية الإعلامية:

يبين مؤتمر فيينا (١٩٩٩م) مفهومه لمصطلح التربية الإعلامية بأنها: التعامل مع كل وسائل الإعلام الاتصالي والتي يتم تقديمها عن طريق أي نوع من أنواع التقنيات حيث تمكن أفراد المجتمع من الوصول إلى فهم لوسائل الإعلام الاتصالية التي تستخدم في مجتمعهم والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل ومن ثم تمكنهم من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين.

ويُعرِّف الباحث التربية الإعلامية إجرائيا بأنها: تنمية قدرات الطلبة الجامعيين لإكسابهم الدراية والمهارة والقدرة على الفهم الواعي للمضامين الإعلامية، وتحليلها، ونقدها، وتقييمها عبر مختلف وسائل الإعلام، حمايةً لقيمهم ومبادئهم الإسلامية.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

أولا: الإطار النظري:

- **نشأة التربية الإعلامية**
- **مفهوم التربية الإعلامية**
- **أهداف التربية الإعلامية**
- **أهمية التربية الإعلامية**
- **كفايات التربية الإعلامية ومهاراتها**
- **الإعلام التقليدي والجديد**
- **التفكير الناقد**
- **النظريات المفسرة**
- **المداخل الفلسفية**
- **التعليم الجامعي**
- **تجارب الدول المتقدمة**

ثانيا: الدراسات السابقة

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

في هذا الفصل يعرض الباحث أدبيات الدراسة في محوريها: الإطار النظري والدراسات السابقة، وستضع هذه المقدمة إطارا لمكونات الفصل الثاني، إذ قام الباحث بتقسيم الإطار النظري لسبعة مباحث حيث تناولت الدراسة ومن خلال مبحثها الأول نشأة التربية الإعلامية ومفهومها وأهدافها ومهاراتها وكفاياتها، ومن ثم عرضا متناولا للإعلام وأهدافه وتأثيراته على المجتمع ثم تناولت الدراسة الإعلام الجديد وخصائصه وأبرز تحدياته المعاصرة، ثم النظريات الإعلامية المفسرة ونظريات التأثير المعتدل، وفي المبحث الرابع تناولت الدراسة المداخل الفلسفية والمنهجية للتربية الإعلامية ثم استعرضت الدراسة مفهوم التفكير النقدي ومهاراته والتفكير في ضوء التربية الإسلامية ثم الحديث عن التعليم الجامعي وأهدافه وأدواره المجتمعية، ثم تناولت الدراسة أبرز التجارب العالمية في مجال التربية الإعلامية في دولة كندا وفنلندا والمملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية. وفي المحور الثاني من هذا الفصل يعرض الباحث الدراسات السابقة من خلال محورين:

الأول: الدراسات التي تناولت التربية الإعلامية في التعليم العام.

الثاني: الدراسات التي تناولت التربية الإعلامية في التعليم الجامعي. والتعليق عليها وإبراز الاتفاقات والاختلافات بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة.

أولا: الإطار النظري

المبحث الأول: التربية الإعلامية في ضوء التربية الإسلامية:

(١) أولا: نشأة التربية الإعلامية:

بالسنوات الأخيرة بدأ النظر إلى التربية الإعلامية على أنها تعليم بشؤون الإعلام ومجالاته، ومشروع يتمثل هدفه في حماية الأجيال من التداعيات التي أحدثتها وسائل الإعلام. فلم تكن التربية الإعلامية تقف عند الرسائل المسيئة وتكتفي بمعالجة جانبا من جوانب الواقع الإنساني، بل تطور مفهومها إلى إعداد الأجيال لفهم الرسالة الإعلامية بصورة فعّالة ومثمرة، وكشف

الرسائل المزيفة، والقيم غير الصالحة، وتشجيع الطلاب على رفضها وتجاوزها، بل ونقدها. ولذا لم تعد التربية الإعلامية جانب دفاع فحسب، بل أضحت مشروع تمكين للاستثمار الأعمق للمضامين الإعلامية. (الشميمري، ٢٠١٠م)

والمتتبع لنشأة التربية الإعلامية يجد أنه برز في أواخر الستينات الميلادية، عندما اقترح كل من ليفيز وطومسون (١٩٣٣م) (Levees & Tomson) تعليم الشباب كيفية التمييز بين الثقافتين، العليا والشعبية في بريطانيا، ثم ظهر بالولايات المتحدة الأمريكية، ليواكب الزيادة في أثر وسائل الإعلام على حياة الناس وبخاصة بمجال التعليم. وفي أوائل الثمانينيات الميلادية وتحديدا بإعلان جرانولد ١٩٨٢م جاء مصطلح التربية الإعلامية بمفهومه المعاصر إذ تطور من المفهوم التقليدي والذي يحصر التربية الإعلامية في مدخل الحماية، أو بإطار الإعلام التربوي، وتوظيف وسائل الإعلام في العملية التعليمية إلى المفهوم الحديث للتربية الإعلامية بمدخله التمكيني المستقر على قراءة المضامين الإعلامية ونقدها. (مسلم، ٢٠١٧م)

وفي بداية التسعينات من القرن العشرين تبنَّت اليونسكو وبدعمٍ من وزارات التربية والتعليم في الاتحاد الأوربي مشروع (مينتور) لنشر التربية الإعلامية في أوروبا ودول حوض البحر المتوسط وبانتهاء المشروع قرر عدد من الخبراء والمستشارين فيه تأسيس منظمة دولية على مستوى العالم وتحقق ذلك في مايو (٢٠٠٢م) من خلال تأسيس المنظمة الدولية للتربية الإعلامية. ومما جاء به مشروع مينتور من خلال المنظمة الدولية للتربية الإعلامية عام (٢٠٠٧م) التأكيد على أهمية وجود ميثاق شرف للمهنة في مجال التربية الإعلامية حيث ينص في ميثاقه على ضرورة:

- تنمية النظرة النقدية لدى صغار السن في تعاملهم مع وسائل الإعلام المعنية ببرامج الأطفال.
- إكساب الجمهور المتلقي الوعي الكامل في تعاملهم مع وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة.
- المشاركة الفعالة في إنتاج البرامج أو المساهمة في إنتاجها تبعا لاهتمام أفراد المجتمع لتقليل الفجوة بين وسائل الإعلام من جهة والجمهور من جهة أخرى.
- التزام القائمين بالاتصال في كافة وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة بأخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف المهنية.

- الحد من التأثيرات السلبية للمواد الإعلامية التي تتعارض مع القيم والمبادئ الاجتماعية. (مسلم، ٢٠١٧م)

(٢) مفهوم التربية الإعلامية:

تتبنى الدراسة الرؤية الحديثة للتربية الإعلامية والمنطلقة من مبدأ الحماية والتمكين والتي تقوم على قراءة الرسالة الإعلامية قراءةً تحليلية ونقدية تقويمية بكل تعاملاتها مع كل ما يختص بوسائل الإعلام من الكلمات، والرسوم المطبوعة، والصوت، والصور الساكنة والمتحركة، التي يتم تقديمها عن طريق أي نوع من أنواع التقنيات، ويسمى أحيانا بالثقافة الإعلامية لأنه يأخذ قدرا كبيرا في توعية النشء وتثقيفهم ودرايتهم بكافة وسائل الإعلام الاتصالية.

ولذا فإن التربية الإعلامية تمكّن أفراد المجتمع من الوصول إلى فهم وسائل الإعلام التي تستخدم في مجتمعهم، والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل، ومن ثمَّ تمكنهم من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين. (الشميمري،٢٠١٠م)

وقد استُخدام مصطلح التربية الإعلامية في البحوث والدراسات المعاصرة، وهو مصطلح تعددت مرادفاته بين الدراسات الحديثة ما بين (الثقافة الإعلامية، الوعي الإعلامي، محو الأمية الإعلامية، التعليم الإعلامي)؛ إذ تسعى مفاهيم المصطلح ومدلولاته، لاكتساب المهارات اللازمة للتعامل الأمثل مع وسائل الإعلام، والاختلاف في الاستعمال، يعود للمعرّف، أو المنظمة، أو المؤتمر الذي يصطلح على أحد هذه المفردات، استخداما، واستعمالا.

ووفقا لتلك؛ فمكتب التربية العربي لدول الخليج، اتخذ مصطلح (الثقافة الإعلامية) مفهوما له. ويشير النصر(٢٠١٦م) إلى أن تحالف الأمم المتحدة للحضارات (UNAOC) اعترف ومنذ تأسيسه في عام ٢٠٠٦م بـ (محو الأمية الإعلامية) كمجالٍ تعليمي وثقافي. وأما مؤتمر الرياض والذي أُقيم تحت إشراف وزارة التربية والتعليم عام (٢٠٠٧م) وهو أول مؤتمر للتربية الإعلامية في الشرق الأوسط، فقد اصطلح على مفهوم التربية الإعلامية وخرجت توصياته بذلك. وعلى هذا؛ فالدراسة الحالية تتبنى (التربية الإعلامية) مصطلحا لها.

(٣) تعريف التربية الإعلامية:

يعرفها الخطيب (٢٠٠٧م) بأنها "عملية توظيف وسائل الاتصال بطريقة مثلى من أجل تحقيق الأهداف التربوية المرسومة في السياسة التعليمية والسياسة الإعلامية للدولة".

وأورد حارب (٢٠٠٧م) في تعريفه التربية الإعلامية إلى "القدرة على الحكم على المضامين الثقافية التي يتلقاها الفرد والجماعة من المصادر الإعلامية وتشكل معتقداتهم وتصوراتهم ومفاهيمهم وقيمهم التي تؤثر في تكوين سلوكهم وعاداتهم وتقاليدهم وأنماط حياتهم"

وأضاف المؤتمر القومي للتربية الإعلامية الذي عقد في الولايات المتحدة الأمريكية ١٩٩٢م تعريفا للتربية الإعلامية بأنها: "تنمية قدرة الفرد على الوصول والدخول للرسائل الإعلامية وتحليلها وتقويمها وإنتاجها لأغراض محددة عبر مختلف وسائل الإعلام".

كما يعرفها دليل الثقافة الإعلامية بأنها: "التربية التي تهدف إلى تعلم الطلاب كيفية قراءة الرسائل الإعلامية وتحليلها وتقييمها وإبداعها بمجموعة متنوعة من الأشكال"

في حين أضاف مكديرومت (Mcdermott) في تعريفه للتربية الإعلامية بأنها: "تكوين القدرة على قراءة الاتصال وتحليله وتقويمه وإنتاجه" فالتصور لدى مكدي رومت لا يقتصر على جانب التلقي، بل يتجاوز ذلك إلى المشاركة الواعية والهادفة لإنتاج المحتوى الإعلامي.

فيما يحدد سلفبلات (Silveblatt) تعريفه للتربية الإعلامية بأنها: "الوعي بتأثير وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع وفهم عملية الاتصال الجماهيري وتطوير إستراتيجيات تمكننا من فهم وتحليل ومناقشة الرسائل الإعلامية وتنمية الاستمتاع الجمالي والتقدير لمضمون وسائل الإعلام"

ويؤكد هوبس (Hoops) أن التربية الإعلامية تشمل القدرة إلى الوصول للمعلومات والقدرة على تحليل الرسائل الإعلامية وتقويمها.

ويعرّفها أبو النور (٢٠١٥م) بأنها: "إعداد المتعلمين في مراحل التعليم بأنواعه المختلفة للتعامل الواعي والإيجابي مع الرسائل الإعلامية في مختلف صورها من خلال تمكينهم من مهارة

القراءة الصحيحة للرسائل والتفكير الناقد لها وتحليل مضامينها وتقييمها، لرصد الرسائل السلبية ومنع تأثيرها، والرسائل الإيجابية وتعزيز أثرها.

كما يعرّفها (مسلم، ٢٠١٧م) بأنها: "تكوين القدرة على قراءة المضمون الإعلامي وتحليله وتقويمه وإنتاجه، والمشاركة الواعية والهادفة لإنتاج المحتوى الإعلامي بما يجعل الطلاب متلقين إيجابيين يحللون وينتقون ويقومون بشكل تفاعلي"

ويتبنى هذا التعريف الكفاية للمدخلين:

أ) مدخل الحماية من الآثار السلبية للرسائل الإعلامية.

ب) مدخل التمكين أو ما يعرف بالمدخل الحديث للتربية الإعلامية إذ تشير نعيمة الدرعان (٢٠١٦م) إلى أن فلسفة هذا المدخل تقوم على مبدأ امتلاك الطلاب للخبرات الإعلامية المختلفة أي أنه لا يرتبط بالتحليل النقدي في حدود النصوص الإعلامية فحسب، بل يتوسع للوصول إلى معانٍ أعمق للرسائل الإعلامية باستخدام مهارات التحليل والتفكير والتمييز ثم مرحلة الإنتاج الذي يمكِّن الطلاب من المناقشة الموضوعية للرسالة الإعلامية.

وكلا المدخلين بحمايته وتمكينه، معززات لتنمية القدرة النقدية على قراءة الرسائل الإعلامية المبطّنة ومقاومة التأثير السلبي لها وفق الأسس العقدية والقيم الأخلاقية التي تستمد مرجعيتها من الشريعة الإسلامية؛ وامتلاك الطلاب الخبرات الإعلامية في تمييز مضامينها وقراءة محتواها والقدرة على نقدها وقبول حسنه وردّ ما دون ذلك؛ فإن هذا مؤشر دلالي على الكفاءة الفردية لحصانته من كل مؤثر سلبيٍّ على عقيدته الإسلامية الصحيحة أو على عقله وفكره وتصوراته. وستتناول الدراسة المداخل الفلسفية بالتفصيل في المبحث الثالث.

ويرى (مسلم، ٢٠١٧م) بأن التربية الإعلامية تنمي لدى الطلاب الوعي بأهمية تكوين التفكير الناقد للمضامين الإعلامية، كما تنمي مهارات استخدام الوسائل التقنية الحديثة لحماية الأطفال والنشء من المضامين الهدامة لبناء جيل قوي قادر على الإنتاج والإبداع.

ويعرف الباحث التربية الإعلامية إجرائيا بأنها: تنمية قدرات الطلبة الجامعيين لإكسابهم الدراية والمهارة والقدرة على الفهم الواعي للمضامين الإعلامية، وتحليلها، ونقدها، وتقييمها عبر مختلف وسائل الإعلام، حمايةً لقيمهم ومبادئهم الإسلامية..

فالتعريف الإجرائي يتضمن:

- التأكيد على المساهمة الفاعلة لمتلقي الرسالة الإعلامية.
- تنمية المهارات اللازمة من خلال:
- القراءة الواعية للرسائل الإعلامية.
- تحليل الرسالة الإعلامية.
- نقد الرسالة الإعلامية.

وفي ضوء هذه المفاهيم ومن خلال التعريفات السابقة يمكن القول: بأن المؤتمر القومي للتربية الإعلامية جاء في تعريفه جامعا بين المدخلين؛ مدخل الحماية، ومدخل التمكين، وتشير الدرعان (٢٠١٦م) إلى أن المؤتمر أضاف عامل الإنتاج بوصفه عنصرا مهما من عناصر القراءة الإعلامية، وهو أحد التعريفات التي تبناها مكتب التربية العربي تحت مسمى (الثقافة الإعلامية).

وفي ذات السياق يركز مكدي رومت على فلسفة اعتدال التأثير ومدخل الشهرة والذي يُعرف حديثا بالمدخل الحديث للتربية الإعلامية؛ فقراءة النص وتحليله ضمن الإطار الفلسفي للحماية وإنتاج المحتوى داخل في الفلسفة التمكينية للفرد.

ووفقا لذلك؛ فتعريف مكدي رومت يتفق مع تعريف المؤتمر القومي في إضافة عنصر الإنتاج إلى جانب قراءة النص وتحليله ونقده.

وفي إعلان اليونسكو وسلف بلات و(مسلم، ٢٠١٧م) أظهرت تعريفاتهم تعزيز الجوانب النقدية وتنمية مهارات استخدام الوسائل التقنية الحديثة.

فيما لم يقتصر سلف بلات على اعتبار المدخل التمكيني غاية في ذاته للوقوف أمام الرسائل السلبية ونقدها، بل دعا لتكثيف الجوانب الجمالية في كافة الرسائل الإعلامية.

في حين أضاف كلٍ من مكدي رومت وهوبس ومسلم (٢٠١٧م) قدرة المتلقي على قراءة الرسالة الإعلامية تحليلا ونقدا.

كما تنسجم رؤية مكدي رومت مع مؤتمر فيينا في ضرورة فهم سياق المضمون الإعلامي قبل الشروع في التحليل والنقد.

فيما يتفق مسلم (٢٠١٧م) مع مكدي رومت في أنهم لا يتوقعون من المتلقي قبول الرسالة الإعلامية ونقدها، بل يتجاوز تفاعله إلى المشاركة الواعية في الإنتاج الإعلامي.

وفي ضوء ما سبق يمكن تلخيص مفاهيم التربية الإعلامية:

١. أهمية التوعية المجتمعية من أخطار الإعلام وتوجهاته.
٢. تعزيز الوعي الفردي من الفهم الصحيح لطريقة نقل المعلومة والتلقي الفاحص لها.
٣. السعي لتطوير الأساليب والوسائل والطرائق لفهم وتحليل الرسائل الإعلامية فهما واعيا صحيحا.
٤. بناء القدرة على القراءة الواعية والناقدة للمضمون الإعلامي وتحليله وتوظيفه.
٥. التقدم في بناء المهارات النقدية للرسائل الإعلامية من مهارة النقد إلى المشاركة والإنتاج.

(٤) أهداف التربية الإعلامية في ضوء التربية الإسلامية:

ظهر مما سبق مدى الارتباط بين التعليم والتربية الإعلامية والدور الرائد والبارز لها كونها واحدة من الوسائل التثقيفية للأفراد والمجتمعات والتي تطورت من كونها مجرد عملية دفاع؛ إلى عملية دفاع وتمكين تؤهل الطالب للتعامل مع الرسائل الإعلامية بفكرٍ نقدي؛ "والذي من خلال التفكير الناقد تتحسن مهارات التفكير لدى الطلاب وتمكنهم من المهارات الأساسية في عملية التعلم والتعليم" (عبد الفتاح، ٢٠١٩م، ص٧٦)

وبالدور الرئيسي للتربية الإعلامية في سعيها إلى تعزيز الوعي بالثقافة الإعلامية لحماية النشء من الآثار السلبية، فيوضح (مسلم، ٢٠١٧م، ص ١٧٥) أن التربية الإعلامية تهدف إلى حماية المواطنين من الآثار السلبية للرسائل الإعلامية وتطور هذا الهدف عندما أصبحت وسائل الاتصال الجماهيرية جزءاً من الثقافة اليومية للفرد فاتسعت أهداف التربية الإعلامية

لتشمل تحويل الجمهور من مجرد متلقٍ سلبي إلى متلق نشط ناقد يملك أدوات التفسير والتحليل لكل رسالة إعلامية ذات أهداف مقصودة وغير مقصودة.

ويشير (السعيد، ٢٠١٨م) إلى دور الإعلام وارتباطه بالتعليم والتثقيف، فالفرد مطالب بفهم الرسائل الخفية التي تمررها وسائل الإعلام الجماهيرية والغايات التي تسعى إلى تحقيقها من وراء الخبر، وبذلك فإن التربية الإعلامية تعبر بالدرجة الأولى عن مستوى تحضر الشعوب ومدى قدرتهم على الاستفادة من التطورات التقنية في ميدان الإعلام والاتصال دون التخلي عن خصوصياتهم الثقافية وكل ما يميزهم مما يضمن لهم الرقي الفكري والحضاري وتحفظ لهم هويتهم الثقافية.

كما تتعدد أهداف التربية الإعلامية نتيجةً لتنوع معاييرها ونظرياتها وارتباطها بمفاهيم أخرى: الوعي الإعلامي والثقافة الإعلامية وتركيزها على المضامين والمعلومات التي يتلقاها طلاب الجامعات؛ إلا أنها تجتمع في ضرورة إكساب الجمهور المتلقي الفهم الناقد والتحليل والاستنتاج والاختيار لكل ما يتفق مع مبادئ الفرد وقيمه والاستبعاد لكل ما يخالف ذلك سواء على المستوى المسموع، أو المقروء، أو المكتوب، أو المرئي. (مسلم، ٢٠١٧م، ص ١٧٥)

ويذكر (الخيري، ٢٠٠٩م) بأن التربية الإعلامية تسعى لتزويد الطلاب بمحتوى مناسب من الثقافة والمعارف الإعلامية، وإكساب الطلاب المهارات اللازمة للتعامل مع وسائل الإعلام، وتنمية القيم الإسلامية لمواجهة التحدي الإعلامي، وتحقيق التكامل بين المؤسسة الإعلامية والمؤسسة التربوية، وتحقيق الاعتزاز بالعقيدة والقيم الإسلامية لدي الطالب، وتنمية روح التسامح والتعايش الإيجابي مع الآخرين.

وقد أوضح مؤتمر فيينا (١٩٩٩م) في طرحه لأهداف التربية الإعلامية: هي معرفة مصادر النصوص الإعلامية، ومقاصدها، وفهم الرسائل الإعلامية، وتفسيرها، وتحليلها، وتقديم الآراء النقدية للمضامين الإعلامية.

ويبرز (المدني،٢٠١٩م) الأهداف التي تحققها التربية الإعلامية لطلاب الجامعات حيث صُنفت إلى مجالاتٍ منها:

الأول: المجال المعرفي والتفكيري:

يتأسس المجال المعرفي على مهارات التفكير الإبداعي ومهارة النقد والتقويم والتحليل وفهم متطلبات العصر الحديث بما لا يتعارض مع المبادئ، والقيم الدينية، والثقافية، والمجتمعية.

الثاني: المجال الأدائي:

- إكساب الطلاب مهارات الاتصال الفعال مع الآخرين.
- تمكين الطلاب من تحقيق المهارات اللازمة لمواجهة المواقف.
- تنمية قدرات الطلاب على مهارات الحديث والتعبير عن الأفكار والرؤى.

الثالث: المجال الاجتماعي:

ويقوم المجال الاجتماعي على:

- تنمية الوعي لدى الطلاب بثقافتهم المجتمعية.
- مساعدة الطلاب على استيعاب الحقوق والواجبات تجاه مجتمعاتهم.
- مساعدة الطلاب في تكوين اتجاهات إيجابية نحو المجتمع والأفراد.
- تعزيز قيم الانتماء الوطني لدى الطلاب.

وقد طرح مؤتمر فيينا (١٩٩٩م) عددا من الأهداف والتي تسعى التربية الإعلامية لتحقيقها من خلال تعليم أفراد المجتمع من خلال:

- التعريف بمصادر النصوص الإعلامية ومقاصدها.
- فهم الرسائل الإعلامية وتفسيرها وما تحمله مضامينها من قيم.

- تحليل ونقد المضامين الإعلامية.

وبعد استعراضٍ لأهداف التربية الإعلامية في ضوء التربية الإسلامية فيمكن إيجازها في:

- الوعي بتأثير وسائل الإعلام بمصادرها وصورها المختلفة على الفرد والمجتمع.
- تنمية الفهم الناقد والمشاركة الفعالة حتى يتمكن الفرد من تفسير الرسائل الإعلامية بصورة صحيحة.

(سماح محمد، ٢٠١٦م، ص ٢٧٣)

- حماية النشء والشباب من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام ومضامينها المختلفة.

مساعدة الطلاب على التعبير عن آرائهم بحرية.

- دعم الهوية الثقافية والمحافظة عليها.
- إمداد طلاب الجامعات بالمعلومات والمعارف لفهم الأيدولوجيات الخاصة بوسائل الإعلام التي تسعى لتحقيقها.
- تحقيق الاتصال الفعال بين كافة طوائف المجتمع ووسائل الإعلام. (مسلم، ٢٠١٧م، ص١٧٥)
- مساعدة أفراد المجتمع على فهم الأنظمة الإعلامية وأهدافها وعلاقتها بالأنظمة الاجتماعية والسياقات المحلية والعالمية التي تعمل في إطارها هذه النظم الإعلامية. (الجعد، ٢٠١٨م، ص ٢٠٢)
- تنمية القيم الإسلامية لمواجهة التحديات الإعلامية. (الخيري، ٢٠٠٩م، ص١٣٧)
- التعرف على مصادر الرسائل الإعلامية وفهم مقاصدها.
- * تزويد الطلاب بمحتوى مناسب من الثقافة والمعارف، واطلاعهم على كل المنجزات الحضارية التي لا تتعارض مع قيم الدين وثقافة المجتمع.

(٥) أسس التربية الإعلامية في ضوء التربية الإسلامية:

يقوم بناء التربية الإعلامية على أسس تسهم في ترسيخ الهوية الثقافية للأمة المسلمة انطلاقا من التصور الإسلامي بشموليته وتكامله بالتمسك بحضارة الأمة والمحافظة على القيم المجتمعية. إلى ذلك كانت ثمة دعوات للوثاق والتكامل في الدور الأصيل بين الإعلاميين والتربويين، وذلك لترسيخ القيم التربويّة، ليعود النفع على الفرد والمجتمع.

وقد قامت التربية الإعلامية على أسس ركيزة منطلقة من التصور الإسلامي المتكامل أهمها: الخطيب (٢٠٠٧م) العبيدي (٢٠١٨م)

١. الالتزام بالإسلام وتصوراته الكاملة للكون والإنسان والحياة، والمحافظة على عقيدة الأمة، والإيمان بأن الرسالة المحمدية هي المنهج الأقوم للحياة الفاضلة التي تحقق السعادة لبني الإنسان، وتجنب وسائل الإعلام كل ما يناقض شريعة الإسلام.

٢. الارتباط الوثيق بتراث الأمة الإسلامية وتاريخها وحضارتها، والإفادة من سير أسلافنا العظماء، وآثارنا التاريخية.

٣. ترسيخ الهوية الثقافية وتأصيلها، وذلك عبر برامج هادفة تركز على هوية الأمة المسلمة.

٤. تعزيز مفهوم رسالة الأمة، ودورها الحضاري بين الأمم والشعوب.

٥. تعميق عاطفة الولاء للوطن، من خلال التعريف برسالته، وخصائصه ومكتسباته، وتوعية المواطن بدوره في نهضة الوطن وتقدمه، والمحافظة على ثرواته ومنجزاته.

٦. التركيز على أركان العملية التعليمية في الرسالة الإعلامية والمساهمة في التعريف بأدوارها في العملية التعليمية، وواجباتها وحقوقها وطرح مشكلاتها ومعالجتها إعلامياً.

٧. تكامل الدور بين الإعلاميين والتربويين، وذلك بوجود التوافق والنظرة الإيجابيَّة بينهم، بما يحقق ترسيخ القيم التربويّة، واستفادة الأفراد والمجتمع.

٨. التأكيد على أن اللغة العربية الفصحى هي وعاء الإسلام، ومستودع ثقافته، لذا ينبغي الالتزام بها لغة للتربية الإعلامية.

٩. الالتزام بالموضوعية في عرض الحقائق والبعد عن المبالغات، وتقدير شرف الكلمة ووجوب صيانتها من العبث.

١٠. التفاعل الواعي مع التطورات الحضارية العالمية في ميادين العلوم والثقافة والآداب.

وفي ظل المتغيرات الحديثة والتحديات الإعلامية المعاصرة فإن التربية الإسلامية تسعى إلى تعزيز القيم الإسلامية في بناء منهج التربية الإعلامية من خلال: الخيري (٢٠٠٩م)

١. الحصانة الفكرية ضد المؤثرات الإعلامية الهدامة.

٢. التعزيز الفكري لاستثمار الإيجابيات التي تتضمنها الرسائل الإعلامية.

٣. تنمية الحس النقدي للرسائل الإعلامية من قبل المتلقي.

(٦) أهمية التربية الإعلامية:

اكتسبت التربية الإعلامية أهميتها من كونها عملية مشتركة مع التعليم ذلك وأنهما تتكاملان معا؛ "فالتربية الإعلامية تعمل على توظيف وسائل الاتصال بطريقة مثلى من أجل تحقيق الأهداف التربوية المرسومة في السياسة التعليمية. ولذا لا يقتصر تأثيرها على الطلاب فحسب، بل يتعدى إلى التأثير على الآباء، والأمهات، والأفراد، والمجتمع. (عبد الفتاح، ٢٠١١م، ص ٢٢) ويشير (أبو النور، ٢٠١٥م) إلى أن التربية الإعلامية يمكنها مساعدة الطلاب في مواجهة الشائعات والتضليل الإعلامي ومحاربة الانحرافات الفكرية، وتمكين الطلاب من إجادة مهارات النقد والتقويم والتحليل الإعلامي كما يُجمل عبد الفتاح (٢٠١١م) إلى أن التربية الإعلامية تهتم بتثقيف النشء إعلاميا وآليات التعامل الأمثل مع العولمة الثقافية.

ويؤكد (الخطيب، ٢٠٠٧م، ص ١٨) على دور التربية الإعلامية في إكساب الطلاب الثقافة الاجتماعية الصحيحة، وفهم حقوقهم وواجباتهم وتقدير قيم الشورى واحترام الآخر.

كما تأخذ التربية الإعلامية دورا بارزا في امتلاك الطلاب مهارات النقد والتقويم والتحليل وحل المشكلات والربط بين الأشياء وبين المتغيرات. كما تساعدهم على تكوين نموذج القدوة الحسنة لدى الطلاب في المدرسة وامتلاكهم مهارات الخطابة والعرض والحوار وتعزيز المفاهيم الاجتماعية.

ويضيف (الصالح، ٢٠٠٧م، ص ٣) إلى تلك الجوانب: تمكين الطالب ليصبح مستهلكا حكيما للرسائل الإعلامية وزيادة قدراته على الاتصال والتعبير وتمكينه من التعامل المتكامل مع الرسائل الإعلامية وبناء مهارات المواطنة للمشاركة في الحوار العام.

ويشير (مسلم، ٢٠١٧م، ص ١٧٦-١٧٧) إلى أهمية التربية الإعلامية من خلال بث وسائل الإعلام مضامين غير هادفة لها أيدولوجيات تؤثر سلباً على ثقافة المجتمعات وخلفياتهم المعرفية مما يستلزم وجود التربية الإعلامية.

ويؤكد (الخالدي وربابعة،٢٠١٧م، ص٢٣١) الحاجة للوعي الإعلامي في الوقت الحاضر إذ يعد أمرا ضروريا ذلك وأن هذا العصر هو عصر المعلومات والاتصالات والإعلام في حين كان الإعلام قديما محدود التأثير لأنه كان محليا.

وتكمن أهمية تنمية الوعي بالتربية الإعلامية إلى فهم دورها في المجتمع والعالم لدى الطلاب.

وتتكون عملية الوعي من مستويين:

الأول: المستوى النظري: إذ يكتسب الطلاب المعرفة حول نظريات الاتصال الاجتماعي والاتصال الجماهيري والاتصال متعدد الثقافات والإعلام.

الثاني: المستوى العلمي: فيتم عبر تنمية الوعي بالتربية الإعلامية من خلال مهارات جمع وتنظيم المعلومات والتفكير الناقد والمرونة في فهم المعلومات ومهارات الكتابة الفعالة ومهارات التحدث والإنصات النشط وكفاءة الاتصال الاجتماعي والثقافي والإعلام.

وتتلخص أهمية الوعي بالتربية الإعلامية: المدني (٢٠١٩م)

أ. أنها تركز على التفكير الناقد.

ب. أنها تشجع، الطلبة الجامعيين على المشاركة الفعالة في المجتمع إذ تمكنهم من تفسير المواد الإعلامية وتحليلها بفكرٍ ناقدٍ متبصر.

ج. يمكن أن تعمل التربية الإعلامية على تشكيل جزء من تكوين المنظومة التثقيفية للطلاب فهي تحتل على جزء من التعليم والثقافة والاطلاع بالإضافة إلى تدريب قدرات الطلاب على استخدام أدوات الاتصال الفعال في التعبير والحديث.

(٧) الكفايات الثقافية الإعلامية في ضوء التربية الإسلامية:

وقد تناولت وثيقة كفايات التربية (٢٠١٣م) الأُطر الحاكمة لتحديد الثقافة الإعلامية من خلال:

أولا: الإطار الديني:

تعد الشريعة الإسلامية من أهم أهداف التعليم الأساسية ولذا أدرجت في مختلف مناهج التعليم مجموعة من المبادئ الدينية وتصوراتها المختلفة تجاه الكون والإنسان والحياة لترسيخ الإيمان بالله وملائكته ورسله وكتبه واليوم الآخر الإيمان بالقضاء والقدر وترسيخ المحافظة على الجوانب التعبدية التي أقرها الإسلام لدى الطلاب عبر مراحل تعليمهم المختلفة.

والكون في نظر الشريعة الإسلامية هو من بديع صنع الخالق تبارك وتعالى وهو الخالق لكل مظاهرها التي ندركها والتي لا ندركها ولم يخلقه الله عبثا وإنما خلقه لحكمة إلهية وربانية يسير وفق قوانينه وسننه الإلهية والتي تدل على عظمة الله سبحانه وتعالى.

وأما نظرة الإسلام إلى الحياة وهي الفترة التي يعيشها الإنسان في هذا الكون وهي فترة اختبار وامتحان للإنسان بكل ما فيها من خير وشر فليست هي الحياة الأبدية، بل ثمة حياة أخروية ينال جزاء أعماله في الحياة الدنيا.

وينظر الإسلام إلى الإنسان بأنه ذلك المخلوق الذي خلقه الله وصوره في أحسن صورة ومنحه العقل ليجعله قادرا على التمييز بين الخير والشر واستُخلف في الأرض وعمارة هذا الكون الذي سُخر له. لذلك يجب أن تكون هذه المبادئ والتصورات محور اهتمام التربية الإعلامية بمراحل التعليم المختلفة لمواجهة المضامين الإعلامية والتي تسعى للتشكيك في الدين وتصوراته عن الكون والحياة والإنسان.

ثانيا: الإطار الثقافي:

ويتمثل الإطار الثقافي في بعده الإسلامي بالتأكيد على الهوية الثقافية الإسلامية من خلال التعرف على السمات التأريخية والحضارية التي ميزت الأمة الإسلامية عن غيرها من الأمم حيث يقول الله تبارك وتعالى: (إن هذه أمتكم أمة واحدة وأنا ربكم فاعبدون) الأنبياء ٩٢ ويكن التأكيد على الهوية الثقافية الإسلامية من خلال دراسة الشعوب الإسلامية غير العربية والتعرف على عاداتها وتقاليدها وإسهاماتها في قيام الحضارة الإسلامية حتى يشعر الفرد بالانتماء إليها والاعتزاز بها والوقوف معها في محنها وابتلاءاتها.

ثالثا: الإطار الأخلاقي:

يجب على التربية الإعلامية وفي مختلف مراحل التعليم الاهتمام بالجانب الأخلاقي وتعزيز دور الفرد في المحافظة على قيم المجتمع وحث أفراده على التمسك بالأخلاق والعدل والرحمة والحياء واللين والتواضع والرفق واعتبار التربية الإعلامية أحد الأطر الأساسية الحاكمة عند التعامل مع المضامين الإعلامية في مختلف ألوانها المقروءة والمسموعة والمرئية.

(٨) التفكير الناقد في ضوء التربية الإسلامية:

يشير الراشدي (٢٠٠٦م) إلى أن مفهوم التفكير الناقد يعد من الأصول المهمة في التربية الإسلامية كونه ينطلق من أسس ثابتة ووفق ضوابط موجهة ويقوم على وظائف تعد من الدين بالضرورة فهو يقوم على أسس خمسة:

- العقيدة الإسلامية.
- العبودية لله تبارك وتعالى.
- المسؤولية.
- الحرية.
- حتمية الخطأ.

وهذه الأسس تجعل من التفكير الناقد تفكيرا متوازنا بين الجانب المادي والروحي وتجعله تفكيرا منتجا ومثمرا غايته تحقيق العبودية لله تبارك وتعالى.

وبناء على تلك الأسس فإن التفكير الناقد من منظور التربية الإسلامية ينضبط في ثلاثة ضوابط كما أشار إليها الراشدي (٢٠٠٦م):

أولا: ضوابط تتعلق بالمفكر الناقد وتشمل بعض الخصائص مثل: حسن النية، والأمانة العلمية، والعدل، والإنصاف، والأهلية العلمية، والموضوعية، والتثبت عند إصدار الحكم.

ثانيا: ضوابط تتعلق بموضوع التفكير الناقد: وهي بمثابة مواصفات للموضوع كأن يكون في حدود العقل ومما يجوز التفكير فيه وأن يكون مما لا يدخل الخطأ فيه وأن يكون مما يجوز نقده شرعا دون التجرؤ على الآيات والأحاديث وسير الصحابة رضوان الله عليهم.

ثالثا: ضوابط تتعلق بطريقة ومنهجية التفكير الناقد: تحديد الهدف من النقد، وضع معيار دقيق للنقد، الموازنة بين السلبيات والإيجابيات، أو البحث عن المصلحة العامة، والالتزام بحدود النقد، والبعد عن التعميم.

ولما كانت معايير التفكير الناقد من منظور التربية الإسلامية بمثابة مؤسِّسات لسلوك المفكر الناقد كان الاحتكام لتلك المعايير أسٌ تقوم عليها وهي: (الرشدان، ٢٠٠٩م)

– **الوضوح**: وهو مما يتطلب الوضوح في العرض والاستدلال والحكم، فقد كان كلام الرسول ﷺ فصلا يفهمه كل من يسمعه، وهذا مما يحتاج إلى تدريب منهجي، والى قوة العلم، وقسوة الإيمان التي تساعد على أن يكون المؤمن أكثر دقة ووضوحا .ولا بد أن يكون النقد واضحا ومحددا فالصلاح والفساد نسبيان، فلربما ما تنتقده هو أفضل ما يمكن الوصول إليه في ظل الظروف القائمة، كما أن الوضوح يستلزم الصراحة في كثير من الأحيان.

– **العلم والعدل**: وهم من قيم الإسلام الكبرى والتي تسعى التربية الإسلامية إلى تحقيقهما في كافة مجالات الحياة ومما يقتضيه العدل وضع الشيء في مكانه وموضعه الصحيح.

– **الدقة**: تتطلب تحديد المسائل والقضايا تحديدا دقيقا توضع فيه الألفاظ في مواضعها السليمة، وتحديد المفاهيم الأساسية للموضوع يؤدي إلى الفهم السليم، ومن ثم إلى الحكم الصحيح مما

يحول دون الخلط بين الألفاظ والمعاني، فمتى تحددت الألفاظ ومعانيها والقضايا وأبعادها سهل الوصول إلى الحقيقة وظهر الرأي الذي تؤيده الحجة. كما أن عملية إصدار الأحكام تتطلب الحصول على المعرفة من مصادرها المختلفة بشرط التحقق من دقة تلك المصادر.

وقد تجاوز تحري دقة الألفاظ في المنهج النبوي مراعاة المفهوم اللغوي للألفاظ إلى مراعاة الدلالات والأثر النفسي لها مما يعطي مؤشرا قويا للمفكر الناقد إلى ضرورة ضبط الألفاظ النقدية من حيث دلالتها اللغوية والنفسية.

ودقة الألفاظ كانت منهج المحدثين عندما ضبطوا ألفاظ الجرح والتعديل ودعوا إلى كسوتها بكسوة حسنة، ومعلوم أثر ذلك في المخاطب من حيث تقبل النقد والاستجابة للطلب بنفس راضية.

– **الموضوعية:** والموضوعية تحليل علمي منطقي للأمور بعيدا عن الذاتية والتعصب والمغالاة والهوى، وهو ما عبر عنه علماء المسلمين بالإنصاف. قال ابن عبد البر: "من بركة العلم وآدابه الإنصاف فيه".

– **العمق والمنطق السليم:**

من المعايير المهمة للتفكير الناقد العمق والمنطق السليم القائم على البرهان والحجة الواضحة. فالنقد تمحيص وتنقيب عن الحقائق، وإن كانت تختفي تحت أطنان من المغالطات والمظاهر الزائفة، فغياب العمق وتناول الأمور بنظرة سطحية خداع وزيف وتضييع للحقائق.

وإن كان العمق مطلبا رئيسيا، فإن الالتزام والتوافق مع المنطق السليم المنسجم مع معطيات العلم الثابت والقائم على الحجة والبرهان لا يقل أهمية عنه في تقرير الحقائق وإصدار الأحكام الصحيحة وبدقة، وهذا مما ينبغي أن تحتكم إليه القراءة الناقدة، لتمحيص جهود الباحثين.

(٩) التحديات التي تواجه التربية الإعلامية:

ومن خلال ما تمر به الأمة المسلمة من مواجهات إعلامية تسعى في مجملها للتهوين من شأن القيم الدينية والسعي بتشكيك عامة الناس في عقيدتهم وثوابتهم وإبغاء الفتنة في دين الله وقد قال الله تبارك وتعالى فيهم: **{فَأَمَّا الَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ زَيْغٌ فَيَتَّبِعُونَ مَا تَشَابَهَ مِنْهُ ابْتِغَاءَ الْفِتْنَةِ وَابْتِغَاءَ تَأْوِيلِهِ ۗ وَمَا يَعْلَمُ تَأْوِيلَهُ إِلَّا اللَّهُ ۗ وَالرَّاسِخُونَ فِي الْعِلْمِ يَقُولُونَ آمَنَّا بِهِ كُلٌّ مِّنْ عِندِ رَبِّنَا ۗ وَمَا يَذَّكَّرُ إِلَّا أُولُو الْأَلْبَابِ ۝٧}** آل عمران.

ويشير سليمان (٢٠١٩م) ــ في معرض حديثه عن تحديات الإعلام الجديد التي تواجه الشباب ــ إلى أن الشاب المسلم يواجه تحديات تستهدف عقيدته بخلخلة المعتقدات وطمس المقدسات لدى الشباب المسلم. كما تتسابق النظم الإعلامية في تكريس الافتتان بالحضارة الغربية والتقليد الأعمى لمعطياتها والانسلاخ من الهوية والثقافية الإسلامية مما ينتج عنه تمييع المفاهيم وتذويب القيم وضياع الهوية.

وعلى الرغم من الثورة المعلوماتية للإعلام الرقمي إلا أن هناك تحديات تواجه الشباب المسلم "كونهم أكثر فئات المجتمع تقبلا للتطوير والتغيير وهم من أكثر الفئات الاجتماعية في دفع عملية التقدم الاقتصادية ودورهم الكبير في التنمية الاقتصادية وهم يشكلون طليعة متقدمة من الشريحة الاجتماعية والأساس في إحداث التغييرات الشاملة في المجتمع بطبيعة دورهم الاجتماعي المؤثر" (زاغر، ٢٠١٨م)

وفي ظل التوسع في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي إلا أن ندرة المهارات والمعارف اللازمة لممارسة مهام عمل الإعلام الجديد بشكل محترف وانعدام القوانين والضوابط الخاصة هي المرجح في كفة الصف إلى جانب ذلك يصعب ــ إلى حد ما ــ من الوثوق والتحقق من مصداقية العديد من البيانات والمعلومات في وسائل التواصل الاجتماعي (الشمايلة، ٢٠١٥م)

وقد واجهت المؤسسات الجامعية عدة تحديات في تعزيز التربية الإعلامية بوسائل الإعلام الجديد أبرزها: المدني (٢٠١٩م)

(١) اهتمام غالبية الجامعات والكليات بالدورات العملية فقط على حساب التوعية.

(٢) على الرغم من تكامل بعض برامج تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في المناهج الدراسية الطلاب الأقسام الإعلامية، إلا أنه ما يزال يتم معاملتها كبرامج مكملة ذات اهتمام ضعيف.

(٣) عدم مراعاة الكثير من الجامعات لأهمية التوعية بالتربية الإعلامية للطلاب.

(٤) نقص الأساتذة المدربين على تنفيذ برامج التربية الإعلامية.

كما تُبرز العديد من الدراسات التحديات التي تواجه الأفراد والمجتمعات من الإعلام الرقمي والتي منها: (إسماعيل،٢٠١٦م) (قيراط، ٢٠١٧م) (المرشد،٢٠١٩م)

أولا: التحديات الأمنية:

مع نمو شبكة الإنترنت في كل من حجمها ووظيفتها منذ عقد السبعينات إلى الوقت الراهن شهد العالم تغيرا في طبيعة التهديدات ومستوى النشاط الهجومي الموجه ضد الدول والأنظمة والجماعات، إذ دخلت هذه المواقع قطاعات واسعة من الخدمات الحكومية والصناعية والتجارية والمعاملات المالية ووسائط الإعلام المختلفة ،وللأفراد العاديين ، وأصبحت وسيلة فعالة وسريعة ورخيصة التكلفة ، ومن ثم أصبحت مجالا للتفاعل الصراعي سواء بين الجماعات أو النظم أو الأفراد الى جانب دورها الاتصالي التعاوني ،وبات هناك نوع من التهديدات لا تتعلق بالقوة المادية بل بالمعلوماتية والتقنية.

ولما تحولت الدول المعاصرة إلى الشبكات الإلكترونية والتحول الرقمي في كثير من تعاملاتها كان ذلك تحديا مصيريا كبيرا في أمن الدول السيبراني مما جعل الدول تكثف أعمالها الأمنية بحفظ الشبكات والمعلومات وتجييش الأفراد للعمل في هذا المجال للحفاظ على أمن وسلامة أنظمتها وبياناتها ضد الهجمات الرقمية.

ثانيا: الإرهاب والتطرف والعنف:

وبظهور وانتشار الإعلام الجديد والمتمثل في الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي لم تتوان الجماعات الإرهابية المختلفة المذاهب والأديان في استغلال الإعلام الرقمي لتحقيق أهدافها والوصول إلى شريحة كبيرة من الجماهير المختلفة. فالإعلام الجديد أدى إلى ظهور ما يسمى بالإرهاب الإلكتروني وثمة عشرات المواقع والتي استغلتها الجماعات الإرهابية لأغراض الدعاية ونشر تجنيد الشباب وجمع الأموال والاتصال والتخطيط

وتزداد تهديدات الاستلاب الثقافي والعولمة الإعلامية على الشباب حين نعلم أن الجرائم التي يقوم بها النشء والشباب نتيجة التأثير الإعلامي السلبي، فلقد تنامى التأثير الإعلامي السلبي تجاه جرائم العنف حيث أكدت العديد من الدراسات أن ٥٪ ـ ٥٠٪ من أعمال العنف التي يشاهدها العالم في هذه الآونة ترجع للتأثير السلبي لوسائل الإعلام الجديد على النشء والشباب.

ثالثا: إشاعة الفوضى:

تُستخدم العديد من المواقع الإلكترونية في إثارة القلاقل والفوضى عبر نشر الإشاعات والأخبار الكاذبة وغيرها سواء من قبل الأفراد أو الجماعات، وكثيرا ما يُشار الى أن حالة الفوضى كانت نتيجة حروب معلوماتية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها والتي أثارت موجه من الاحتجاج سرعان ما تحولت الى فوضى وصراعات داخلية.

رابعا: الجريمة الرقمية:

ضمن ما خرجت به تجربة الإعلام الرقمي، في ظل التطور في تقنية الاتصال ظهور ما سمي بالجريمة الرقمية أو الإلكترونية. وفي الواقع أن ثمة تداخل كبير بين الإرهاب الإلكتروني والجريمة الإلكترونية باعتبارها أداة إرهابية، والتي قد توجه لأغراض جنائية، أو اقتصادية، فالترابط كبير بين الأعمال الإجرامية، والإرهاب، وشبكة الإنترنت، وتم دمج الجريمة في الإرهاب، لتظهر في مؤشرات الأمن بصفة عامة، على اعتبار أنهما يتفقان في الوسيلة، ولكنهما يختلفان في الغاية. وتأتي الجريمة الرقمية، في عدة أشكال منها: الإرهاب الإلكتروني، والتجسس، والقرصنة، والجرائم

المنظمة، والمواقع التحريضية، ضد المعتقدات الدينية، والمواقع المتخصصة في القذف وتشويه سمعه الأشخاص، والمواقع والقوائم البريدية الإباحية، وتزوير البيانات، وغسيل الأموال، والقمار عبر الأنترنت، وتهديدات التجارة الإلكترونية، والجرائم الاقتصادية، وانتهاك الخصوصية، وانتحال شخصية الفرد، وانتحال شخصية المواقع، والإغراق بالرسائل، وفيروسات الحاسب الآلي، والاقتحام أو التسلل، وغيرها.

خامسا: التحديات الثقافية والاجتماعية:

تحمل الرقمية الإعلامية الجديدة أنماطا من التحديات للنمط الثقافي السائد، نتيجة توافد المعلومات والانفتاح الثقافي في العالم الافتراضي، والذي يشمل ثقافات ولغات مختلفة، إلا أنها قد تحمل توجهات موجهه لأنماط ثقافية لا تتوافق مع عادات وقيم المجتمعات وبخاصة في المجتمع العربي والإسلامي، وهي أحد أوجه الحروب النفسية التي توجه ضد الجماعات والدول لتنال من عزيمتها. فهناك الكثير من المواقع والمدونات التي تعرض وتسوق لقيم وسلوكيات خاصة بمجتمعات أخرى كقيم وسلوكيات حضارية عالمية، في ظل عدم وجود معايير مهنية للعمل الإعلامي الأمر الذي شوه صورة الإسلام وشكك في الثوابت واليقينيات في ظل الانفلات الإعلامي، إذ يطغى عليها التركيز على الموضوعات والمقولات الجاذبة للإعلام الغربي كالشباب والمرأة والحرية الجنسية وحقوق الأقليات والمثليين، للنيل من ثقافة المجتمع العربي والإسلام على حد سواء.

سادسا: التحديات القيمية والأخلاقية:

وفي شأن التحديات القيمية وتأثيراتها على الشباب فقد توصلت دراسة حديثة لـ زاغر (٢٠١٨م) إلى أن الإعلام الجديد العربي يهدف إلى إيجاد مواد إعلامية تقلد المواد الإعلامية الغربية تقليدا في الشكل والمضمون. كما تسعى العديد من الفضائيات العربية لترويج الثقافة الغربية وتجاهل الثقافة العربية الإسلامية.

إلى ذلك تسعى وسائل الإعلام التجارية لتحقيق الأرباح المادية على حساب قيم وثقافة المجتمع. وقد خلصت دراسة زاغر إلى أهمية رفع مستوى إدراك الشباب الجامعي لمفهومي (العولمة والهوية الإسلامية) من خلال زيادة فعالية البحث العلمي في الجامعات في ضوء التدفق التقني والتراكم المعلوماتي الهائل والمتسارع والتركيز على ضرورة الحفاظ على الثقافة العربية الإسلامية.

هذا فضلا عن التهديد القيمي والأخلاقي الناتج عن ثقافة الاستهلاك والتقليد الأعمى لسلوكيات وعادات تتنافى مع القيم الإسلامية والعادات والتقاليد العربية. (إسماعيل،٢٠١٦م)

والقيم هي حجر الأساس في النظرية التربوية الإسلامية، لأنها تمثل الجوانب العملية التربوية، ولأن القيم في الإسلام شاملة لمجالات التربية كلها دون استثناء فلديها خصائص تميزها عن غيرها من القيم كونها تنطلق من مصادر الإسلام ذاتها وتقوم على أساس الشمول والتكامل لأنها قائمة على أساس الضبط والتوجيه والتنمية والتربية كما أنها جامعة لكافة مناشط الإنسان وتوجهاته وهي صالحة لكل زمان ومكان ولكل البشر عامة فهي تتميز بالثبات والمرونة وتمتاز بالوسطية. (الجرجاوي، ٢٠٠٨م)

وقد واجه فئام من الشباب تحديات قيمية وأخلاقية كان للإعلام بصورته العامة والإعلام الجديد بصورته الخاصة دورا كبيرا ومؤثرا في اهتزاز قيمه والعمل على هز صورة المجتمع الأخلاقية. وفي هذا الصدد يشير الدليمي (٢٠١٢م) إلى مجموعة من تشكيلات القيم والتي لها مساهمة في تعزيز مبادئ القيم الرفيعة لدى الشباب ومنها:

أولا: الأسرة:

تعد الأسرة المصدر الأول للفرد في تشكيل قيمه واتجاهاته، فهي التي تمده بالرصيد الأول من القيم، وهي بذلك الضوء الذي يرشده في سلوكياته وتصرفاته. والأسرة هي المسؤولة الأولى عن تربية الأبناء، تحاول جاهدة غرس القيم الإيجابية في نفوس أفرادها ونزع القيم السلبية إن وجدت بالأساليب المختلفة، كالنصح والإرشاد والمناقشة والحوار والقدوة بحيث يقدم الآباء صورا مشرقة من الأفعال والأقوال تؤثر في الأبناء فتجعلهم يتشربون القيم. ومن هنا فإن الأسرة

تحتل دورا متميزا في غرس القيم وتشكيلها بالرغم من التغيرات التي تعرضت لها الأسرة في عصرنا الحديث من حيث تقلصها من أسرة ممتدة إلى أسرة نووية، وتقلص بعض وظائفها ومهامها ومع ذلك تعد من أهم الوسائط التي يتشرب منها الفرد قيمه في المجتمع.

ثانيا: المؤسسات التعليمية:

تمثل المؤسسات التعليمية والتربوية الذراع المساند لدور الأسرة في تشكيل وغرس القيم لدى الناشئة، فالمؤسسات التربوية تعد اللبنة الثانية بعد الأسرة في تشكيل القيم لمنتسبيها. وهناك أهمية بالغة للمؤسسات التربوية في غرس القيم في مختلف المراحل التعليمية والحديث هنا خاص بالمرحلة الجامعية لكون الجامعة لها أهمية في تشكيل وإعادة صياغة القيم، كما أن الجامعة كمؤسسة من مؤسسات إعداد الشباب ترتبط ارتباطا وثيقا بقضايا الشباب في أبعادها المتعددة، حيث يتعدى دورها الجانب التعليمي ليشمل الجوانب المختلفة لاحتياجات الشباب وإتاحة الفرصة لتربيتهم التربية الإنسانية التي تساعدهم على إعادة صياغة قيمهم التي استمدوها من الثقافة السائدة ذات الجذور العميقة، بحيث تصل بهم إلى القيم الجديدة التي تتلاءم مع متطلبات العصر.

(١٠) معوقات تفعيل التربية الإعلامية بالمؤسسات التعليمية:

أبرزت دراسات الباحثين في مجال التربية الإعلامية معوقات تواجه تفعيل وتطبيق التربية الإعلامية بالمؤسسات التربوية المختلفة وقد جاءت هذه المعوقات مختلفة باختلاف التنوع في المؤسسة التربوية؛ ففي دراسة الصعب (٢٠١٣م) جاءت بمعوقات منها ضعف مستوى وعي الطلبة بأخطار العولمة الثقافية التي تروج لها وسائل الإعلام المختلفة، وقلة البرامج الإعلامية التي تعبر عن حاجاتهم وتتحقق نحو ميولهم ورغباتهم. وأما دراسة الهذلي (٢٠١٧م) فأظهرت ضعف الوعي لدى الإدارات الجامعية بأهمية توظيف وسائل الإعلام لأغراض تربوية هادفة. ومن أبرز ما توصلت إليه دراسة الجعد (٢٠١٨م) من معوقات تطبيقية هي قلة الميزانية المرصودة لبرامج لتربية الإعلامية.

وأما دراسة الحبيب (٢٠٢٠م) فقد أظهرت أن معوقات التربية الإعلامية تكمن في غياب التعاون المؤسسي بين الأقسام التربوية وكليات الإعلام في مجال التربية الإعلامية.

وانطلاقا مما سبق يتبين أن معوقات تطبيق التربية الإعلامية تتمثل إجمالا في:

(١) الضعف المفهومي للتربية الإعلامية لدى المتلقين من الأساتذة والطلاب.

(٢) ضعف البرامج المخصصة للتربية الإعلامية بالمؤسسات التعليمية بجانب غياب التكامل بين الأقسام الأكاديمية وأقسام الإعلام في الجامعات.

(٣) عدم الاهتمام البالغ من قبل الإدارة الجامعية بالتربية الإعلامية مما يتطلب تضافر الجميع وتوحيد العمل نحو برامج التربية الإعلامية.

ثانيا: التربية الإسلامية:

مدخل:

عُني الفرد في الإسلام عناية كبرى إذ جاءت الشريعة الإسلامية بحفظ الضرورات الإنسانية التي لا تستقر مع زوالها حياة ولا تستقيم مع نقصانها نفس، فامتازت النظرة الإسلامية للحياة بالشمولية والتكامل ورسم المنهج التربوي والسلوكي "للإنسان لكل مقوماته الجسمية والعقلية والنفسية والوجدانية ذلك وأن طبيعة الإنسان من المنظور الإسلامي تتضمن كل هذه المقومات لتحقيق حياة خلق من أجلها ورسالة كلف بأدائها. والتربية الإسلامية في اهتمامها بالواقع المادي والدنيوي للإنسان تسعى إلى الاهتمام بالجانب الروحي على قدم المساواة وتهدف من وراء ذلك إلى أن تمتد بحياة الإنسان إلى ما هو أبعد من حياة الأرض قصيرة الأجل، وتعده لحياة سعيدة أبدية في الدار الآخرة". (منير، ٢٠٠٥م، ص ٥١)

ولما كانت التربية الإسلامية تربية هادفة تمتاز بشموليتها وكمال منهجها ونظرتها للكون والحياة والإنسان فالله تبارك وتعالى أوجد هذا الإنسان ليكون خليفته في الأرض **{ وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً۝٣٠}** البقرة "فالله خلق الكون، لهدف معين، وأوجد الإنسان على الأرض ليكون خليفة يحقق طاعة الله، ويهتدي بهديه، وسخر له ما في

السماوات والأرض، فجعل ذلك كله خادما الإنسان محققا لها، وطلب منه أن يتأمل ما في الكون ليستدل به على عظمة الله، فيدفعه ذلك إلى طاعة الله ومحبته، والخضوع لأوامره ومناجاته، وجعله مستعدًا للخير والشر، وأرسل رسله إلى البشر ليهدوهم إلى عبادته وتوحيده" النحلاوي (٢٠٠٧م)

فالهدف الأسمى من التربية الإسلامية هي تنمية قدرة الفرد على التأمل والتفكير بالنظر في الكون وتدبره كما تهتم التربية الإسلامية بالحياة الدنيوية والحياة الأخروية وتسهم بقدر في تربية الفرد الصالح في ذاته وأسرته ومجتمعه فهي تُعنى ببناء الشخصية المسلمة الصالحة المتكاملة. السيد (٢٠٠٨م)

ويستخلص من ذلك: أن التربية الإسلامية منهج شمولي قائم على المفاهيم والخبرات التربوية المتراكمة والتي تقوم على رعاية الفرد من جميع الميادين الروحية والجسدية والعقلية لكسبه المعارف والاتجاهات والقيم والخبرات المحققة للتنشئة الإسلامية الصحيحة.

مفهوم التربية الإسلامية:

هي منظومة المفاهيم التربوية المتكاملة والمتصلة بعضها ببعض والتي تستند في اشتقاقها إلى القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة والخبرة التربوية وتصاغ من قبل جماعة من الخبراء والمتخصصين بهدف بناء الشخصية الإنسانية القادرة على تحقيق العمارة في الأرض والعبودية لله والاستخلاف حيث إنها ترسم عددا من الإجراءات والتطبيقات العملية التي يؤدي تنفيذها إلى أن يسلك سالكها سلوكا يتفق وعقيدة الإسلام. (علي، ٢٠١٠م، ص ٦٣)

كما تُعرَّف: بأنها النشاط الفردي والاجتماعي الهادف لتنشئة الإنسان فكريا وعقديا ووجدانيا واجتماعيا وجسديا وجماليا وخلقيا وتزويده بالمعارف والاتجاهات والقيم والخبرات اللازمة لنموه نموا سليما طبقا لأهداف الإسلام على ضوء الأسس النظرية والأهداف والمبادئ والمضامين وكل ما يتصل بتنشئة الأفراد في القرآن الكريم والسنة النبوية وما نتج عنهما من فكر إسلامي يكون الإطار الفكري الذي يستند إليه في تنشئتهم تنشئة إسلامية صحيحة. (علي، ٢٠١٠م، ص ٦٤)

ويشير (السيد، ٢٠٠٨م) في تعريفه للتربية الإسلامية بأنها: منهج كامل للحياة ونظام متكامل لتربية ورعاية النشء وتحرص على الفرد والمجتمع وعلى الأخلاق الفاضلة والقيم المادية والروحية الرفيعة وتوازن بين الحياة الدنيا والحياة الآخرة. (ص١٨)

وعرَّف مقداد يالجن التربية الإسلامية بأنها: (إعداد المسلم إعدادا كاملا من جميع النواحي في جميع مراحل نموه للحياة الدنيا والآخرة في ضوء المبادئ والقيم، وفي ضوء أساليب وطرق التربية التي جاء بها الإسلام)

يتفق (علي، ٢٠١٠م) مع (السيد، ٢٠٠٨م) في شمولية التربية الإسلامية وتكاملها في بناء ورعاية الفرد، بناءً إسلاميا متكاملا يتحقق من خلاله الأخلاق والقيم الإسلامية.

ويمكن القول: أن التربية الإسلامية منظومة متكاملة من التنشئة الإسلامية والقيم والمبادئ التي يجب أن يتخلَّق بها الفرد المسلم مستشعرا وجوده في الحياة الدنيا لعمارة الأرض والاستخلاف فيها، وإقامة العبودية لله تبارك وتعالى.

المبحث الثاني: الإعلام التقليدي والإعلام الجديد

مفهوم الإعلام:

(١) الإعلام لغة:

عَلِمَ الشَّيْءَ بِالْكَسْرِ يَعْلَمُهُ عِلْمًا عَرَفَهُ. وَرَجُلٌ عَلَّامَةٌ أَيْ عَالِمٌ جَدًّا وَالْهَاءُ لِلْمُبَالَغَةِ. وَاسْتَعْلَمَهُ الْخَبَرَ فَأَعْلَمَهُ إِيَّاهُ. (مختار الصحاح، ١٩٩٩م، ص ٢١٧) وجاء عند ابن منظور: عَلِم عِلْماً وعَلُمَ هُوَ نَفْسُه، وَرَجُلٌ عالِمٌ وعَلِيمٌ مِنْ قومٍ عُلماءَ فِيهِمَا جَمِيعًا (لسان العرب ١٩٩٤م، ص٤١٧) وعلم فلَان علما وعلم الشَّيْء علما عرفه وَالشَّيْء حَاصِلا أَيقَن بِهِ وَصدقه تَقول علمت الْعلم نَافِعًا فَهُوَ عَالم وعُلَمَاء. (المعجم الوسيط، ص ٦٢٤)

وعند معجم اللغة العربية المعاصرة عَلِم الشَّخصُ الخبرَ علِمَ الشَّخصُ بالخبر: حصلتْ له حقيقة العِلْم. (ص ١٥٤١)

وأما في المعجم العربي الأساسي فمادة علم يعلم علما فهو عالم الشيء وبالشيء أي درى به وعرفه. والإعلام مصدر أعلم: وهو كل ما نشر بواسطة الإذاعة والتلفزيون والصحافة. (ص، ٨٦٠)

(٢) الإعلام اصطلاحا:

ابتداءً وقبل الشروع في اصطلاح الإعلام؛ فإنه من المعلوم أن الرسالة الإعلامية تتكون من خمسة عناصر رئيسية:

١. المرسل ٢. الرسالة التي تحتوي على عدد من المعاني أو الأفكار

٣. المستقبل وهو الذي القائم باستقبال الرسالة وتفسيرها وتفكيك رموزها ٤. الوسيلة وهي الطريقة التي يتم من خلالها نقل الرسالة من المرسل للمستقبل.

٥. رد الفعل أو الاستجابة ويقصد بها: تأثر المتلقي بالرسالة الإعلامية. (عبدالحميد،٢٠٠٤م)

فالمرسل هو الحلقة الأولى التي من خلاله تُصنع المادة الإعلامية ويقوم بصياغتها لصناعة التأثير المراد. والمتلقي هو الهدف لكل وسيلة إعلامية؛ وأما عنصرها فهو المحتوى بكامل تفاصيله وبيانه والموجَّه نحو الهدف لانعكاس التفاعل وإحداث التأثير في الجمهور. ونتيجة لذلك؛ فأي رسالة إعلامية لا تتكامل مقوماتها من تلك العناصر فهي ناقصة مبتورة وغير مستوفية لأركان الإعلام وخصائصه.

وأما الإعلام في الاصطلاح:

فهو تزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة، وبقدر ما تكون هذه الصحة أو السلامة في المعلومات أو الحقائق، يكون الإعلام في ذاته سليما قويا. (جريشة،١٩٨٩م)

كما عرفه أبو زيد (٢٠٠٩م) بأنه: عبارة عن نشاط إنساني يهدف إلى التواصل مع الآخرين والتأثير فيهم عبر وسائل الاتصال المتعددة.

في حين عرفه أوتوجرت (Otoguret) بأنه: التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير، وروحها، وميولها، واتجاهاتها.

وينقل أبو هربيد (٢٠١٤م) تعريف الإعلام في اصطلاح الإعلاميين بأنه: إطلاع الجمهور بإيصال المعلومات إليهم عن طريق وسائل متخصصة بذلك، فينقل كل ما يتصل بهم من أخبار ومعلومات تهمهم؛ وذلك بهدف توعية الناس وتعريفهم وخدمتهم بأمور حياتهم.

كما عُرف أيضا بأنه: تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجمهور واتجاهاتهم وميولهم (أبو هربيد، ٢٠١٤م)

وبالنظر إلى التعريفات السابقة فإنه يؤخذ على تعريف جريشة نتيجته الجازمة بتكوين التصور الصحيح عن أي حدث تنقله الوسائل الإعلامية الموجهة وهذا يتقاطع كليا أو جزئيا مع المكون الخامس من عناصر الإعلام والذي يرتكز على الاستجابة التلقائية لردة فعل المتلقي.

ومعلوم أن الإعلام في عمومه يتحيز لرؤيته ويعمل على فرض قيمه وتوجهاته ولذا؛ من غير اللازم قطعا أن تنقل وسائل الإعلام الأخبار الصحيحة المجردة، فليس حتما أن تعبر عن رأي الجمهور بموضوعية، فمصطلح الموضوعية رحبٌ واسع المعنى، وواجبٌ تحرير معناه ـ في الشق الإعلامي ـ ليصطلح الناس على مفهومه ويتفقوا على معناه.

ومن جانب تحقيق عناصر الإعلام، فتعريف جريشة حقق عنصر المستقبل والرسالة الإعلامية والوسيلة التي توصل المحتوى للمتلقي إلا أنه أغفل تأثير تلك الحقائق على الجمهور.

أما تعريف أبو زيد فهو لم يبين نوع النشاط هل هو رسالة، أم إجراء، أم إنجاز مهمة؛ ولذا صعد مباشرة إلى مستقبِل الرسالة والتأثير عليه متجاوزا العناصر الأساسية الأخرى.

في حين أن تعريف أبو هربيد لم يحدد من هو المرسل لإيصال المعلومات المتلقاة للجمهور كما أن ليس ثمة قطعية في أن الوسائل الإعلامية تقوم على توعية الناس وخدمتهم في شتى شؤونهم، بل إن العديد من وسائل الإعلام تعمل على بلوغ غاياتها وتحقيق أهدافها لا سيما إن كان لها توجهات معادية للمجتمع وأفراده.

وأما تعريف أوتوجروت فالباحث يختلف مع هذا التعريف لتأكيده على أنه الرسالة الإعلامية تعبير موضوعي عن العقلية المتلقية للرسالة الإعلامية؛ ومما يُعلم، أن الموضوعية أمر نسبي يتفاوت من وسيلة إعلامية إلى أخرى؛ ولهذا لم يكن تعريف أتوجروت جامعا مانعا لعناصر العملية الإعلامية؛ لأنه أكد على عنصري الجمهور والرسالة الإعلامية فقط دون البقية من العناصر الإعلامية الأخرى.

وبعد استعراض التعريفات السابقة فإن التباين واضح جلي، وباعتقاد الباحث أن مردّ هذا الاختلاف نابعٌ من تفاوت اتجاهات الدارسين وتنوع خلفياتهم الثقافية والعلمية عن الوسائل الإعلامية أو من خلال تصورات مختلفة، بيئية أو اجتماعية، أو اختلاف في التنوع والاطلاع؛ مما يتشكل لديهم هذا الفهم المتناقض أو المتباين عن الإعلام.

وعلى الرغم من الاختلاف بين التعريفات السابقة إلا أن الاتفاق والجامع بينها في ارتكاز الرسالة الإعلامية على المرسل ورسالته ومستقبلها. كما أن معظم التعريفات اتفقت على مراعاة الجمهور وميوله ورغباته.

(٣) الأهداف العامة للإعلام:

يمثل الإعلام الرأي العام المستهدف للأفراد والمجتمعات، ولكل وسيلة هدف تسعى لنيله؛ إلا أن ثمة أهداف كلية تجمع بينها. وقد أشار أبو زيد (٢٠٠٩م) إلى شيء منها:

١. تثقيف الناس وتعليمهم وتزويدهم بأفكار جديدة وإمدادهم بالمعرفة والخبرة إعدادا لحياة قادمة تستقبلها الأجيال، وتزودهم بالمعارف التي فاتتهم، أو فاقهم بها غيرهم

٢. العمل على ترسيخ الترابط بين أجزاء المجتمع من خلال عرض ما يحققه من مصالح عامة والإشراف على البيئة والحياة، ونقل التراث الاجتماعي من جيل لآخر، والحرص على تقوية الأعراف الاجتماعية.

٣. درء المفاسد والأفكار الضالة من المجتمعات بمنع أسبابها وأساليبها، ووسائلها من خلال وسائل الإعلام المتعددة.

٤. تزويد الناس بالأخبار والمعلومات سواء أكانت حقيقة أم غير ذلك؛ إلا أن الأصل في الإعلام الموضوعية والصدق والأمانة.

٥. الحرص على تحقيق القبول الاجتماعي بين الجماهير بعرضه في وسائل الإعلام ما يحفظ عليهم أخلاقهم، ومبادئهم العلمية.

٦. إزالة سوء الفهم من أذهان الناس وأفكارهم، ونبذ الإشاعات التي تخل بالنسيج الاجتماعي، وتنفيذ البرامج التي تهدف إلى تفهم الناس وقبولهم لما يلقى عليهم، ويشاهدونه، ويسمعونه.

٧. تسليته الجماهير وترفيههم لتخفيف الاحتقان، والتوتر، والضغط، أمام ما يواجههم من مصاعب الحياة ومشاقها في أعمالهم ومسارهم.

٨. تنمية الملكات العامة والقدرات الخاصة لدى المتابعين لوسائل الإعلام، وفتح مجالا واسعا أمام أفراد المجتمع.

(٤) تأثيرات وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع:

يؤدي الإعلام دورا حيويا داخل المجتمعات، وله تأثير كبير في عملية تشكيل الرأي العام والتأثير عليه إلى جانب تأثيره في تشكيل اهتمامات الجمهور، وتوجهاتهم الفكرية، والسياسية، والاجتماعية، وسعي العديد من القنوات إلى التغيير في كيان المجتمعات وإحلال قيمها ومبادئها. ولهذا تسعى بعض القنوات الفضائية لنشر الأخبار الزائفة أو المعلومات المغلوطة لخلق بيئة من التشويش والضبابية والتعتيم، لأجل السيطرة على تفكير المتلقي لقبول أمر ما أو تغيير اتجاهه أو التأثير في فكره وتوجهاته وآرائه ونحوها.

وتستخدم وسائل الإعلام أساليب مختلفة في التأثير على المتلقين من بينها الدعاية والإشاعة وافتعال الأزمات، وإشاعة الرعب وهذه الأساليب يتم استخدامها من أجل ما يطلق عليه بالحرب النفسية التي تستهدف تدمير وإحباط معنويات المتلقين للرسائل الإعلامية (طبيقة، ٢٠١٧م). ويقع على الإعلام مسؤولية كبرى في الحرص على أمن المجتمع واستقراره بعيداً عن

الإشاعة المغرضة والتحريض الهدام ضد فئات المجتمع وقادته، بل دعوة صادقة ذات مسؤولية مشتركة تحفظ كيان الأمة وتنشر الخير للناس جميعا (العاتري، ٢٠١٦م)

وقد عدد طبيقة (٢٠١٧م) جملة من تأثيرات وسائل الإعلام من حيث:

١. تغيير المواقف أو الاتجاهات ٢. التغير المعرفي ٣. التنشئة الاجتماعية

٤. الإثارة الجماعية ٥. الاستثارة العاطفية ٦. الضبط الاجتماعي ٧. صياغة الواقع.

وحول تأثيرات وسائل الإعلام الجديد على التنشئة الاجتماعية، فقد توصلت نتائج دراسة سعيدي (٢٠١٥م) على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب إذ جاء محور التنشئة الاجتماعية عاليا من خلال التفكك الأسري وتباعد العلاقة بين الوالدين والأبناء وصعوبة مراقبة الآباء لأبنائهم، إذ كان للإعلام إسهاما كبيرا في ضعف الدور الأبوي في التربية والتوجيه. فيما جاءت نتائج دراسة الشمري (٢٠١٧م) إلى الأثر الأخلاقي السيء لمستخدمي وسائل الإعلام من الطلاب الجامعيين (عينة الدراسة)، وبحسب الدراسة فإن وسائل الإعلام الجديد أسهمت في زيادة الفرقة بين أفراد الأسرة، فيما أضعف الإعلام التفاعل الاجتماعي بين أفراد المجتمع. بينما جاءت انعكاسات الأبعاد الأخلاقية والأسرية والثقافية والاجتماعية جاءت بنتائج متقدمة.

(٥) وظائف الإعلام:

لكل وسيلة إعلامية، اتجاه تسعى لتحقيقه، وتعمل به على جذب الجماهير بشتى الطرائق، والتي من خلاله، تكوّن لها قاعدة جماهيرية. ومع تنوع وسائل الإعلام وانتشارها بشكل واسع فقد تنوعت مقاصدها بحسب وظائفها ابتداء من تعزيز التماسك الاجتماعي إلى تكوين المواقف والاتجاهات. وقد أشار كل من كنعان (٢٠١٤م) والدليمي (٢٠١٥م) والمكاوي (٢٠١٦م) إلى عدد من تلك الوظائف منها:

أولا: الوظيفة التثقيفية:

تقوم وسائل الاتصال بالتثقيف العام بواسطة وسائل الإعلام وبث الأفكار والمعلومات والقيم التي تحافظ على ثقافة المجتمع وتساعد على تنشئة أفراده على المبادئ. فوظيفة التنشئة الاجتماعية تتصل بخلق الجو الحضاري الملائم للتقدم والنهضة عن طريق التوعية الشاملة بأهداف المجتمع وخططه، فالاتصال الجماهيري يسعى إلى تكامل المجتمع وتبادل علاقاته وتماسكه اجتماعيا وتنمية الوفاق العام بين أفراده وجماعاته.

ويؤكد الباحث على الدور التثقيفي الكبير، والذي تقوم به وسائل الإعلام في مختلف الميادين. ففي الجانب الصحي، أشارت دراسة باريان (٢٠٠٥م) عن دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي للمرأة السعودية، إذ توصلت إلى أن وسائل الإعلام المرئية جاءت بالمرتبة الثانية بعد المجلات الطبية في ترتيب مصادر المعلومات التثقيفية الصحية. كما أكدت دراسة (الشلهوب، ٢٠١٣م) على دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي الصحي لدى السعوديين حول مرض السكري، إضافة إلى أنها أكدت على دور وسائل الإعلام في التوعية والتثقيف بالأمراض المزمنة. كما كشفت اعتماد الجمهور على الإنترنت في الحصول على المعلومات حول مرض السكري، وعلى البرامج الصحية التلفزيونية المتخصصة والصفحات الطبية المتخصصة في الحصول على المعلومات حول المرض؛ وهذا يدل على أهمية وسائل الإعلام للتثقيف المجتمعي اقتصاديا وصحيا واجتماعيا وبمختلف أنواع الإعلام المرئي والمسموع أو عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

ثانيا: الوظيفة التربوية:

يدور منذ زمن جدل حول دور وسائل الإعلام في التربية والتعليم خاصة التلفزيون، فطائفة ترى أن وسائل الإعلام بإمكانها المشاركة إلى جانب المدرسة في التربية والتعليم وأن هذه الوسيلة قد تفوق المدرسة من حيث قدرتها على التغيير وبناء ثقافة الطفل اليومية، وذلك أن ما حققه التلفزيون كإحدى وسائل الإعلام الجماهيرية المعاصرة من تغيرات جذرية في بنية الحياة اليومية في ظرف عشرين سنة لم تستطع المدرسة أن تنجزه في عشرة قرون من التواجد، في حين ينتقد البعض على وسائل الإعلام كونها تعمل على تعميم الطبقية الثقافية وتدعيم السلبية عند عرض

الحقائق، بالإضافة إلى الهبوط بالحياة الثقافية إلى مستوى التسلية الجوفاء وفشل التلاميذ في التحصيل الدراسي، وهناك من يقف موقف الوسط بين الرأيين ويؤكد أن التلفزيون والمدرسة يرميان إلى غايات مختلفة لا تتقاطع منافع بعضهما البعض.

ويرى الباحث بأن الوسائل الإعلامية بإمكانها المشاركة مع المدرسة، بل ولها جانب مهم وأصيل في العمل على توعية الأفراد وتثقيفهم في مختلف نواحي الحياة الاجتماعية، والاقتصادية، والنواحي الصحية، وغيرها. كما لا يُنكر دور الإعلام ووثبه في البناء الثقافي للمتلقي في حين أن للوسائل الإعلامية إسهاما مؤثرا على تكوين الفكر والعقل الجمعي.

والباحث يختلف مع الاتجاه الذي يرى تفوق الإعلام على المدارس التعليمية لكون المدرسة في الوقت الحاضر لها فلسفة مختلفة ومغايرة عن المدرسة في الماضي فالمدرسة في الوقت المعاصر لم تعد للتعليم فحسب، بل أصبحت لبناء المهارات وتنمية المعارف وتعزيز التفكير الإبداعي والنقدي لدى الطلاب.

ثالثا: الوظيفة الترفيهية:

تهدف نسبة كبيرة من وسائل الإعلام إلى التسلية بعرض المادة الترفيهية؛ إلا أن أثرها لا يقتصر على مجرد تسلية الجمهور، بل يتعدى إلى تكوين اتجاه وفلسفة المجتمع، فهي ذات أثر نفسي حميد للتنفيس عن المتاعب والآلام، ولكنها قد تجعل المجتمع غارقا في الأوهام بعيدا عن الواقع مما يزيد السلبية بإتاحة الفرصة لظهور الاتجاهات التي توفر الأوضاع للسيطرة على الحياة السياسية والاجتماعية.

ويؤكد الباحث أن للترفيه مساهمة كبرى في تحقيق التوازن النفسي وتخفيف الضغوط اليومية، ذلك وأن النفس البشرية جُبلت على حب الترويح والتنفيس وحب الراحة بعد النصب، والمتتبع لسيرة الرسول ﷺ يجد أن له نشاطا ترفيهيا مع أزواجه وأصحابه رضوان الله عليهم أجمعين.

وعلى الرغم من أهمية الترفيه عن النفس والعمل على استعادة القدرات الإدراكية والعقلية إلا أن للإعلام غايات يسعى لتحقيقها من خلال بث البرامج المسلية بطابع ترفيهي، ويهدف القائمون

على تلك الوسائل الإعلامية إغراق المجتمع بالأوهام والابتذال والانشغال بالتفاهات والسخف الإعلامي؛ لتكوين قاعدة جماهيرية ضخمة ومن هذه الجماهيرية لفت أنظار المعلنين لتقديم منتجه لتلك الجموع المشاهدة للحصول على الإعلان وهو أحد أبرز وظائف الإعلام وهي الوظيفة الرابعة كما سيأتي.

رابعا: الوظيفة الإعلانية:

يعتبر الإعلان عنصرا رئيسيا في ترويج التجارة، فكلما تعقدت الحياة الإنسانية بتقديم الاختراعات وازدياد السكان والإنتاج الصناعي ازدادت الحاجة إلى الإعلان التجاري لتعريف الجمهور بالمنتجات الجيدة وحثهم على شرائها.

فكل وظيفة تقوم بدورها وتعمل به من أجل القيام بالرسالة الإعلامية بأكملها، وقد اختلفت الوسائل من خلال تطور حياة البشر وأصبح اليوم لها الشأن العظيم والذي يظهر أن الجيل المعاصر يعتمد اعتمادا كليا على الوسائط الحديثة الإلكترونية في الوقت الذي يقل الاعتماد فيه على الوسائط القديمة وذلك لتوفر البديل، وبرامج البث على شبكة الإنترنت.

(٦) الإعلام الإسلامي:

حين كانت التربية الإسلامية، نظاما شاملا، يتوجه إلى الأجيال المسلمة، أفرادا ومجتمعات، كان التوافق الجوهري، بين ميداني التربية والإعلام، حاضرا، الأمر الذي يؤكد العلاقة الوثيقة بين الميدانين، لما للإعلام الإسلامي، من وسائل، لها تأثير في نفوس الأفراد، فضلا عن إسهامها في تشكيل المواقف تجاه القضايا المختلفة، وربط الفرد والمجتمع بعقيدته ومبادئه. وكون الإعلام الإسلامي أحد الوسائط التي تسهم في تربية الأجيال، وتنهض بالوظيفة التربوية. (فوارس، ٢٠١٥م)

ويحمل الإعلام التربوي الإسلامي في ذاته مقومات التربية الإسلامية واستمرارها، لكونه إعلاما له فلسفة وأهداف، وهو في الوقت ذاته تربية، تستند إلى غيرها من العلوم التي تعطيها

مزيدا من الاستمرارية، فيما تستند إليه من مبادئ ثابتة: عقدية، وأخلاقية، واجتماعية، ونفسية، في ضوء المعارف المختلفة. بني عيسى (٢٠١٥م)

ويساهم الإعلام الإسلامي، في تقويم سلوك الإنسان، وبناء نظام اجتماعي، تتحقق به غايات التربية الإسلامية. (بني عيسى، ٢٠١٥م، ص ٢٦٤)

ومن هنا تؤكد فلسفة التربية الإسلامية، على الخطاب التربوي، فتجعله خطابا موجها للعقل، والعاطفة، ينسجم مع الفطرة، مما يسهم في تميز هذه التربية، ويحفظ لها ذاتيتها؛ فالإعلام التربوي الإسلامي خطاب للعقل؛ ذلك أنه حمل أمانة التكليف الذي تميز بها الإنسان عن سائر المخلوقات. (بني عيسى،٢٠١٥م، ص٢٥٢)

(٧) تعريف الإعلام الإسلامي:

تعددت تعريفات الإعلام الإسلامي وأبرز تعريف لها، ما عرَّفه الدكتور محيي الدين عبدالحليم بأنه: (تزويد الجماهير، بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي، المستمدة من كتاب الله، وسنة رسوله ﷺ بصورة مباشرة أو غير مباشرة، من خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة أو عامة، وذلك بغية تكوين رأي صائب يعي الحقائق الدينية، ويدركها، ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته).

(٨) مجالات الوظيفة التربوية للإعلام الإسلامي:

الناظر في مفهوم التربية الإسلامية، والإعلام الإسلامي، يروم التوافق بينهما، ويجد تلاقٍ جوهري وثيق بينهما؛ ولهذا كان للإعلام الإسلامي، دور بارز في تكوين الشخصية الفردية من خلال: فوارس (٢٠١٥م)

أولا: دور الإعلام في بناء الشخصية الإنسانية من خلال نقل القيم وترسيخها في نفوس المتلقين، وتنمية القدرة الاختيارية وتعزيز الجوانب التوعوية للفرد والمجتمع.

ثانيا: ترسيخ الهوية الإسلامية في المجتمع، والأمة، وحفظها من خلال حفظ وحدة فكر الأمة، وتحقيق الوعي المجتمعي، وتعزيز الانتماء للهوية الإسلامية، في ضوء أداء الإعلام للدور الحضاري المتمثل في نقل القيم الحضارية، وتعزيزها، لدى الأمة المسلمة، ومن ثم تقديمها للأخر بوصفها قيمة تستحق الاتباع.

(١٠) الإعلام في مصادر التربية الإسلامية:

المتدبر للرسالة الإعلامية في مصدري التربية الإسلامية (القرآن الكريم والسنة النبوية)، يجدها حافلة بالمعاني، والرسائل المعبرة، لا سيما وأن أول رسالة جاء بها القرآن العظيم على نبينا محمد عليه الصلاة والسلام، هي أمر القراءة **(اقرأ باسم ربك الذى خلق﴿١﴾)** العلق. وأما في سنة النبي ﷺ فجاءت مفصلة لمجمل القرآن؛ فخطابات النبي وخطبه ورسائله المضمنة (ما بال أقوام) كلها رسائل إعلامية، تحمل بين طياتها الهدي النبوي، لتفصيل البيان، وتعليم أمته، وتربية أصحابه، وبيان الحق، وإضاءة نور الهدى لأمته عليه الصلاة والسلام.

وفيما يلي استعراضا لما جاء في القرآن الكريم من رسائل قرآنية للأنبياء والرسل وللأمة جمعاء:

أولا: الإعلام في القرآن الكريم:

الله تبارك وتعالى، أبلغ رُسله برسالاته، فما على الرسل إلا البلاغ المبين. وقد جاء القرآن الكريم بقصص الأنبياء والرسل في دعوتهم لأممهم. وبيّن القرآن دعوة الأنبياء لقومهم.

وقد أورد (رفاعي، ٢٠١١م) مهام الأنبياء في أداء رسالاتهم، وذلك بتحديد مهمتهم لأقوامهم ثم التزامهم بأداء هذه الرسالة العظيمة من الله تبارك وتعالى.

أ- تحديد مهمة الرسل جميعا:

وهي القيام بالبيان، والبلاغ، قال الله تبارك وتعالى: **{فَهَلْ عَلَى الرُّسُلِ إِلَّا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ﴿٣٥﴾}** النحل. فكانت وظيفة الرسل العظمى، البلاغ عن الله وإعلام الخلق، بما ينفعهم في دينهم

ودنياهم، يقول الله تبارك وتعالى: **{وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الذِّكْرَ لِتُبَيِّنَ لِلنَّاسِ مَا نُزِّلَ إِلَيْهِمْ وَلَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ﴿٤٤﴾}** النحل. فالبيان والإبلاغ محور مهام الرسول ﷺ التي أمره الله بها.

ب- التزام الرسل بأداء الرسالة الإعلامية الربانية:

أدى الأنبياء عليهم الصلاة والسلام، الرسالة الربانية، كما هي بدون زيادة، أو نقصان يقول الله تعالى في مواضع عديدة على لسان رسوله عليه الصلاة والسلام **{إِنْ أَتَّبِعُ إِلَّا مَا يُوحَى إِلَيَّ﴿٩﴾}** الأحقاف.

الإعلام القرآني إعلام شامل:

فهو يحرك ويؤثر في جميع المجالات يقول الله تبارك وتعالى: **{وَنَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ تِبْيَانًا لِكُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً وَبُشْرَى لِلْمُسْلِمِينَ﴿٨٩﴾}** النحل. فيتعامل مع النفوس البشرية قلبا وقالبا، يكشف أمراضها، ويبذل لها سبل الوقاية، ولذا نجد آيات القرآن متتابعة تعلم وترشد وتقي وتعالج، يقول الله تبارك وتعالى: **{وَنَفْسٍ وَمَا سَوَّاهَا﴿٧﴾ فَأَلْهَمَهَا فُجُورَهَا وَتَقْوَاهَا﴿٨﴾ قَدْ أَفْلَحَ مَنْ زَكَّاهَا﴿٩﴾ وَقَدْ خَابَ مَنْ دَسَّاهَا﴿١٠﴾}** الشمس. فهذه الآية إعلام رباني بصلاحية النفوس البشرية وقابليتها لسلوك أحد السبيلين الخير أو الشر، مع بيان أن سبيل فلاحها في تزكية نفوسها وتطييبها، وإلا كانت العاقبة خيبة وخسرانا.

ولا يقتصر هذا الإعلام على جانب تربية النفوس فقط بل يحيط بجميع الجوانب الأخرى ففي جانب العقائد يقول الله تعالى: **{وَإِلَهُكُمْ إِلَهٌ وَاحِدٌ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ﴿١٦٣﴾ إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ وَالْفُلْكِ الَّتِي تَجْرِي فِي الْبَحْرِ بِمَا يَنْفَعُ النَّاسَ وَمَا أَنْزَلَ اللَّهُ مِنَ السَّمَاءِ مِنْ مَاءٍ فَأَحْيَا بِهِ الْأَرْضَ بَعْدَ مَوْتِهَا وَبَثَّ فِيهَا مِنْ كُلِّ دَابَّةٍ وَتَصْرِيفِ الرِّيَاحِ وَالسَّحَابِ الْمُسَخَّرِ بَيْنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَعْقِلُونَ﴿١٦٤﴾}** البقرة. فأخبر سبحانه عن تفرده بالإلهية، وأنه لا شريك له ولا عديل له، بل هو الله الواحد

الأحد الفرد الصمد الذي لا إله إلا هو، وأنه هو الرحمن الرحيم ثم نبه سبحانه إلى الآيات الشاهدة على وحدانيته وقدرته المطلقة في الكون، والتي لا يهتدي إليها إلا ذوو العقول والأفهام.

ثانيا: الإعلام في السنة النبوية:

اتخذ النبي صل الله عليه وآله وسلم وسائل الإعلام المتاحة في زمنه من دعوة بالكلمة المباشرة في ترغيبه لدخول الإسلام أو برسائله المكتوبة المختومة بختم النبوة أو عبر خطبه في الجمع أو بالملمات أو أثناء الغزوات لنهض همم أصحابه. كما استخدم نوعا آخر من وسائل الإعلام في زمانه وهو الشعر إذ كانت أداة إعلامية استخدمها عدد من شُعراء الصحابة كحسان بن ثابت ﷺ وغيره لنظم القصائد للذود والدفاع عن المسلمين وأعراضهم. (الفرد، ٢٠١٥م)

ثالثا: رسالة الإعلام في الإسلام:

ويجمل (الفرد، ٢٠١٥م) أبرز الأسس الإعلامية والتي يجب أن تتأصل مبادئها من مفهوم الشريعة الإسلامية وهي على النحو التالي:

١. التزام مبادئ الدين الإسلامي السمحة، واتخاذ منهج الوسطية أساسا لبناء أفكار المجتمع

٢ التزام الصدق والحيادية في نقل الأخبار.

٣ مراعاة القيم والمبادئ الخاصة بالأمة الإسلامية أي هوية الأمة.

٤ مراعاة العرف والعادات السليمة للمجتمع الإسلامي، وتصحيح الخاطئ منها.

٦ – البعد عن خلق الهلع والخوف أثناء الأزمات التي يمر بها الوطن.

٧– مراعاة الدقة والموضوعية في كل ما يطرح من قضايا

٨ــ البعد عن الغلو والتطرف ومحاربته.

(٩) الإعلام الجديد:

مدخل:

كان الإعلام التلفزيوني التقليدي هو الحاكم على وسائل الإعلام ويقوده نخب إعلامية أو قادة متخصصة، وأما اليوم فباتت السيطرة متوازنة أو ترجح لكفة الإعلام الجديد كونه إعلاما متناولا للجميع ولا حدود لوقته أو مكانه.

وقد شهد العصر الحديث ثورة معلوماتية وتقنية كبيرة أحدثت تضخما في صناعة الإعلام والإنتاج. كما شهد تحولا بشريا متزايدا لمستخدمي الإنترنت بأرقام متصاعدة، ففي المملكة العربية السعودية وبحسب إحصائيات الهيئة العامة للإحصاء عام ٢٠١٩م وصلت النسبة المئوية لمؤشرات نفاذ الأسر إلى تقنية المعلومات والاتصالات إلى ٩٢,٧٧٪ وهذا مؤشر دلالي على ارتفاع نسبة استخدام شبكات الاتصال مما يدل على شبه انعدام الأمية التقنية في المملكة العربية السعودية وقد يعود ذلك على التحول الحكومي للحوكمة الإلكترونية بكافة قطاعات الدولة.

(أ) مفهوم الإعلام الجديد:

يتكون الإعلام الجديد من عملية اتصالية تقوم على اندماج ثلاثة عناصر: الحاسب الآلي ـ الشبكات ـ الوسائط المتعددة (الشميمري، ٢٠١٠م).

كما تُعرف موسوعة ويبوبديا Webopedia الإعلام الجديد بأنه: مصطلح عام يشير إلى أشكال الاتصالات الإلكترونية المختلفة والتي أصبحت ممكنه عبر استخدام تكنولوجيا الكومبيوتر، ويرتبط الإعلام الجديد بالأشكال القديمة من وسائل الإعلام كالصحف والمجلات والتي تمتاز بسكون نصوصها وصورها مقارنة مع الإعلام الجديد الذي يتصف بحالة التغيير المستمر. (فاضل، ٢٠١٧م)

كما يُعرّف الإعلام الجديد بأنه مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه، بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية الوسائط المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل (يحياوي، ٢٠٢٠م)

(ب) خصائص الإعلام الجديد:

مع التشابه بين الإعلامين التقليدي والجديد إلا أن ثمة سمات يميز الإعلام الجديد عن تقليده من خلال: (الشميمري، ٢٠١٠م) (فاضل، ٢٠١٧م) (دهينة، ٢٠١٩م) (ذيب، ٢٠١٩م)

١- **التفاعلية:** تتيح وسائل الإعلام خاصية التفاعل وهي توفر لمستخدميها إمكانية تلقي الرسائل والتفاعل معها عبر تبادل الآراء والمعلومات، والإعلام الجديد قادر على تحقيق التفاعل من حيث الاستجابة لحديث المستخدم كما يحدث لعملية المحادثة بين شخصين.

٢- **اندماج الوسائط:** في الإعلام الجديد يتم استخدام كل وسائل الاتصال، مثل النصوص، والصوت، والصورة الثابتة، والصورة المتحركة

٣- **تفتيت الاتصال:** وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي. وتعني أيضا درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها .

٤- **اللاتزامنية:** وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من المشاركين كلهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه.

٥- **التخزين والحفظ:** حيث يسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها، كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بذاتها

٦- **قابلية التحويل:** وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس

٧- **المشاركة والانتشار:** يتيح الإعلام الجديد لكل شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشراً يرسل رسالته إلى الآخرين

٨- **الكونية:** البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة

٩- **الحركة والمرونة** :حيث يمكن نقل الوسائل الجديدة بحيث تصاحب المتلقي والمرسل، مثل الحاسب المتنقل، وحاسب الإنترنت، والهاتف الجوال، والأجهزة الكفية، بالاستفادة من الشبكات اللاسلكية. كما يمكن مستخدم وسائل الإعلام الجديد الوصول إلى كثير من مصادر المعلومات بكل سهولة وميزة المفاضلة بينها واختيار الأنسب

١٠- **الفورية:** من أهم ما يميز الإعلام الجديد هي السرعة التي تتسم بها عملية التبادل الإعلامي بين المرسل والمستقبل.

المبحث الثالث: النظريات الإعلامية:

ثمة اتجاهات ثلاثة في وصف النظريات الإعلامية تتمحور في النظريات المفسرة للإعلام بنظريته الحرة ومسؤوليته الاجتماعية والتنموية والشيوعية؛ والنظريات المتعلقة في التأثير المعتدل لوسائل الإعلام في ترتيبها للأولويات والقضايا التي يتبناها اهتماما وأولويةً؛ صناع المادة الإعلامية، ونظرية الغرس الثقافي المتبنية لإيهام العقل بصورة نمطية معينة يراها أنها الحقيقة إلا أنها في الواقع ليس ذلك. وفيما يلي عرض لأبرز النظريات المفسرة ونظريات التأثير المعتدل.

(أ) النظريات الإعلامية المفسرة:

- نظرية الحرية:

ظهرت في بريطانيا عام (١٦٨٨م)، ثم انتشرت في أوروبا وأمريكا، وقد شارك جون لوك في تصور عدد من أفكار الحرية التي عرّفها بأنها: (الحق في فعل أي شيء تسمح به القوانين) حين قدم للبرلمان الإنجليزي عام (١٦٦٥م) بيانا هاجم فيه تقييد حرية الصحافة مما اضطر البرلمان في ذلك الوقت لإيقاف قانون صدّره لفرض الرقابة الوقائية على الصحف، ثم أخذت المطالبات للحرية الإعلامية تنتشر في أوربا ثم أمريكا.

وتنادي النظرية بمنح الحرية المطلقة في قول ونشر ما يعتقده الفرد صحيحا عبر وسائل الإعلام، وترفض الرقابة على الأفراد أو مصادرة أفكارهم وآراءهم. ويحظر القانون الأمريكي تدخل الدولة في حرية الإعلام، وقد نص القانون بمنع (الكونجرس) من إصدار أي تشريع يقيد حرية التعبير والصحافة.

وتهدف دعوتهم إلى الحرية المطلقة؛ لتحقيق أكبر قدر من الربح المادي، من خلال الإعلان والترفيه والدعاية، وتدعو إلى فتح المجال لتداول المعلومات بين الناس بدون قيود أو تضييق من خلال جمع ونشر وإذاعة المعلومات عبر وسائل الإعلام كحقٍ مشروعٍ للجميع.

وتتحدد العناصر الأساسية لفلسفة الحرية:

وتتمثل نظرية الحرية بمجموعة من العناصر والتي منها:

- يجب أن يكون النشر حرا من أي رقابة مسبقة.

- يجب أن يكون مجال النشر والتوزيع مفتوحا لأي شخص أو جماعة بدون الحصول على رخصة مسبقة من الحكومة.

- ألا يكون هناك أي نوع من الإكراه أو الالتزام بالنسبة للصحف.

- يحظر وجود أي نوع من القيود على جمع المعلومات للنشر بالوسائل القانونية.

- ألا يكون هناك أي قيد على تلقي أو إرسال المعلومات عبر الحدود.

(إسماعيل، ٢٠١٣م) (الطيب، ٢٠١٤م)

وقد واجهت هذه النظرية الكثير من الانتقادات في دعوتها إلى الحرية الفردية المطلقة حيث إن الانفتاح الإعلامي غير المنضبط يعرض الأفراد والمجتمعات لدخول ثقافات مخالفة لعقيدتها أو منافية لعاداتها؛ ولذا جاءت التربية الإعلامية بتنمية الوعي الفردي، والفهم الصحيح لتلقي المعلومة، وفهم عملية الاتصال الجماهيري وتنمية قدرات المتلقين لنقد وتحليل الرسالة الإعلامية وعدم التسليم المطلق لكل مضمون إعلامي حتى يتم فحصه والتأكد من صلاحيته؛ إذ أن التلقي الحر لكل رسالة مفتوحة فإنها مدعاة للتعرض للكم الممنهج من الأهداف الإعلامية

المبطنة والخفية. والتربية الإعلامية ليست محصورة في تمكين الفرد من الوصول إلى فهم الرسالة الإعلامية فحسب، بل وتمكنه من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للتواصل والتفاهم الأمثل مع الآخرين.

وفي ظلال الحرية الإعلامية المطلقة فلربما يتبنى الإعلام توجهات وأفكار يسعى من خلالها إلى فرض قيم وسلوكيات لدى الجماهير فتأخذ هذه القيم رسوخا في أذهان المتلقين حتى تصبح أمرا معتادا؛ وهو ما يعرف بنظرية الغرس وسيأتي الحديث عنها في نظريات التأثير المعتدل.

إن الحرية الإعلامية في الإسلام بما أنها تقوم على مبدأ الالتزام بمبادئ الأخلاق فمن الضروري أن تقوم على مبدأ الخيرية؛ لأن رسالتها مستمدة ومنبثقة من رسالة الإسلام الذي يدعو البشرية إلى عقيدة الإيمان بالله وحده، ومحاربة الخرافات والأباطيل، إلى جانب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر في كل المجالات. والحرية الإعلامية في الإسلام ليست حرية منفلتة من عقالها، بل هي حرية واعية ومنضبطة بضوابط شرعية؛ يمكن أن تؤدي هذه الحرية دورا مهما في الحفاظ على حقوق الإنسان والمجتمعات، والتركيز على القيم الإنسانية والمبادئ السامية والمثل العليا التي تشكل القاسم المشترك بين المجتمعات الإنسانية. (أبو هربيد، ٢٠١٤م)

(ب) نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام:

(١) نظرية ترتيب الأولويات:

نظرية الأولويات أو ما يعرف بنظرية وضع الأجندة وهي نظرية تهتم بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجماهير التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تهم المجتمع.

وتفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا يمكن أن تقدم الموضوعات والقضايا التي تهم المجتمع؛ وإنما تتبنى التوجهات التي تمثل وجهة نظر القناة؛ ومن ثمّ تفرض محتواها على المتلقي؛ ومع التركيز المتكرر في بث تلك الموضوعات وفرض التوجهات تتحول هذه الرسائل إلى محط اهتمام المتلقي والتفكير بها والتحيز نحوها حتى تأخذ أهمية كبيرة لدى الجماهير.

ويرى ليبمان (Liebman) أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصورة الذهنية لدى الجماهير. ويزعم كوهين (Coen) أن وسائل الإعلام لا تنجح في إبلاغ الجماهير كيف يفكرون وإنما تنجح في إبلاغهم عما يجب أن يفكروا به من خلال ما يقدم لهم من رسائل إعلامية كأخبار أو معلومات وغيرها.

وعن التأثير المتراكم للمعلومات، يشير لانج (Lunge) كما عند مكاوي (١٩٩٨م) إلى أن وسائل الإعلام قادرة على رسم صورة ذهنية لعامة الناس، فحين يوجه الإعلام بثه ويقرر أولوياته في تخصيص معظم التغطية لقضية الإرهاب فمع الوقت يأخذ هذا الأمر كما كبيرا من اهتمام المتلقي وتكتسب هذه القضية أهمية قصوى لدى الجماهير. وإذا كان التركيز ضعيفا من جانب الإعلام على قضية اجتماعية مهمة فإن هذه القضية ستحتل مكانة ضعيفة في تفكير الجماهير وأولوياته.

ولذا، فإن الوسائل الإعلامية تركز بثها الفضائي على ما تؤمن به وتتبناه من أجندات وأولويات تعكس توجهاتها وميولها.

(٢) نظرية الغرس الثقافي:

هي إحدى نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام وتسمى نظرية (الإنماء)، وقد ظهرت في السبعينات الميلادية كمنظور جديد لدراسة أثر وسائل الإعلام الناتج عن التعرض المتراكم لوسائل الإعلام المختلفة وخاصة التلفزيون؛ لفرض نوع معين من الأنماط الثقافية.

ويرى منظّرها جورج جربنر (Gorge Gerbner) أن وسائل الإعلام تنقل للجماهير رسائل نمطية تؤثر في رؤيتهم وفهمهم للأحداث والواقع من حولهم، وتقدم للجماهير صياغة جديدة للحقائق الاجتماعية تسهم في تعلم عرضي وغير معتمد، وتساعد في غرس صورة ذهنية مناقضة للواقع حتى ليظُن الجماهير أن العالم الذي يراه في التلفزيون، هو الصورة الحقيقية والصادقة لعالمه الواقعي؛ ومن ثمَّ يحدث التأثير غير المباشر. (البشر، ٢٠١٤م) (الدليمي، ٢٠١٦م)

والنظريتان؛ نظرية الغرس، ونظرية الأولويات بينهما نقاط التقاءٍ وتوافقٍ إذ أن نظرية الترتيب تقوم على تبني التوجهات التي تمثل الوسيلة الإعلامية وتصادق على مسارها وتتضاد مع كل

ما يخالف توجهاتها بالتزام الرأي الأوحد؛ أما نظرية الغرس فهي تقعّد لصورة يريدها المرسل إيصالها للمتلقي دون الشعور بحقيقتها لتقبلها دون وعي أو إدراك لحقيقة تلك الرسالة.

وهذا مما يحتّم على التربية الإعلامية بناء القدرة على القراءة الواعية والناقدة للمضمون الإعلامي؛ والحد من التأثيرات السلبية للمواد الإعلامية التي تتعارض مع القيم والمبادئ الاجتماعية، والوعي بعدم تلقي الرسالة الإعلامية بالقبول والتسليم دون فحصها؛ وتعزيز الفهم الصحيح لطريقة تلقي المعلومة، ونقدها، وتفسير المواد الإعلامية، وتحليلها، بفكر ناقد متبصر.

المبحث الرابع: المداخل الفلسفية والمنهجية للتربية الإعلامية

سيستعرض هذا المبحث المداخل الفلسفية للتربية الإعلامية من خلال: فلسفة التربية الإعلامية بمدخليه، مدخل التأثير، والمدخل الثقافي، ثم يدخل تفصيلا في منهجية التربية الإعلامية من خلال: المنهج التكاملي، والمستقل.

أولا: المداخل الفلسفية للتربية الإعلامية:

تمهيد:

تقوم فلسفة التربية الإعلامية على مدخلين: مدخل الحماية والذي يقوم تصوره على أن المواد الإعلامية لها تأثير سلبي على المتلقي مما يتطلب على المؤسسات التربوية أن تتحمل مسؤوليتها تجاه الأفراد وتتدخل لتقلل من تلك التأثيرات عليهم. وأما مدخل التمكين فتقوم فلسفته على تعزيز وتنمية القدرة النقدية للمتلقي بحيث تجعله حاكما على وارده ولديه القدرة على ضبط الرسالة الواردة.

وحين تتبع التطور التاريخي للتربية الإعلامية يُلحظ أن من بين المداخل الأكثر رسوخا ووضوحا في الرؤية، مدخل اعتدال التأثير، ومدخل الدراسات الثقافية، وهذان المدخلان غالبا ما يحكمان عمليتي التنظير والتطبيق للثقافة الإعلامية. وأي نقاش حول الثقافة الإعلامية فلابد أنه يكون محملا بأساس ينتمي لأحد هذين المدخلين، وهما ينبثقان من رؤية التعليم التقليدية والمتقدمة (مكتب التربية العربي، ١، ٢٠١٣م) ومن خلال تلك الاستعراض التمهيدي للمداخل الفلسفية للتربية الإعلامية يمكن تفصيلها فيما يلي:

(١) مدخل اعتدال التأثير:

يُعرَف هذا المدخل بمدخل التحصين أو الحماية أو التدخل وهو من أقدم المداخل في مجال التربية الإعلامية وقد ظهرت أولى بدايته منذ الستينيات وحتى ثمانينيات القرن الماضي ويمثل هذا المدخل مناهج تعليم الثقافة الإعلامية المبكرة وهو أحد المحاولات الأولى للاعتراف بأهمية تدريس

التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية وتبني رؤيتها على أن المواد الإعلامية المعروضة لها العديد من التأثيرات السلبية وأن كل ما يعرض في وسائل الإعلام له تأثير سلبي وستجعل الناس يرغبون في تقليد ما يعرض؛ ولذا فإن سياسة منع التدخين أو العنف في المشاهد التلفزيونية ستعمل على حماية الناس والمجتمع من هذه الشرور.

وتقوم فلسفة الحماية على فرضيتين:

- أن وسائل الإعلام لها العديد من التأثيرات الضارة على التنشئة السليمة.
- أن التدخل في نظام العرض يمكن أن يقلل من درجة هذه التأثيرات.

ويتمحور الدور التعليمي وفق هذا المدخل على حماية الطلاب وتحذيرهم من شرور وسائل الإعلام، وبيان جوانب الرسائل الإعلامية غير المقبولة دينيا واجتماعيا فهو المهيمن على عملية التعليم والمحرك لها. أما المناهج فتدور حول الموضوعات والقضايا السلبية المتصلة بالإعلام كالعنف والمخدرات والإباحية بهدف تحذير الطلاب منها وتعزيز تكيفهم مع بيئتهم وفق معاييرها الاجتماعية والدينية. (عبد التواب،٢٠١٦م) (الدرعان، ٢٠١٦م) (القرني، ٢٠١٩م)

ويرى بكنجهام (David Buckingham) كما ورد عند البكر (٢٠٠٧م) أن المناهج القائمة على هذا المدخل أكثر اهتماما بتمكين الطلاب من التبني والتكيف مع بيئتهم أفضل من تشجيعهم على تغييرها. وهذه المناهج تحصر الرؤية النقدية في إطار مهارات الاستقبال التي تترجم وتحول لأهداف سلوكية. وتأخذ مهارات التحليل والتقويم النقدي شكل الاتجاه الشخصي مما يجعلها أقل إيجابية ببعدها عن السياقات الاجتماعية المتضمنة في المعنى المنتج.

وتشير فوزية البكر (٢٠٠٧م) إلى أن كثير من التربويين قابل هذا المدخل بانتقادات مختلفة إذ يرى بكنجهام (David Buckingham) أن اتجاه الحماية يعمل على تجاهل المشكلات الحقيقية التي تحفل بها المجتمعات مثل التمييز بين الجنسين أو البطالة أو مشكلات اجتماعية أكثر عمقاً وينتقد الكثير من البحوث التي تحدثت عن علاقة العنف بالمواد المعروضة إعلاميا ويؤكد ضعف الأساليب المنهجية والتطبيقية للبحوث التي تم تعميم نتائجها حيث لم تقوم على

منهج علمي دقيق. ويؤيده كثير من المختصين حيث يرون أن مدخل الحماية من المداخل السلبية التي تجعل من الأفراد متلقين سلبيين يمكن توجيههم بسهولة مما دعا البعض لإجراء تعديلات في تطبيق هذا المدخل ليصبح أكثر ميلا للإقناع بحيث يكون قرار المنع قرارا ذاتيا. ولذا يعد هذا المدخل وجها من وجوه التربية التقليدية التي ترى في المتعلم عقلا سلبيا يستقبل المادة الإعلامية دون فحص أو تمحيص.

ونتيجة لذلك لا يمكن القول بأن الطلاب في جميع مراحلهم الدراسية واختلاف فئاتهم العمرية لا يحتاجون لأي إرشاد أو توجيه أو نصح فالإرشاد خطوة تتم بحسب الموقف التربوي ويستطيع تحديده المعلم المؤهل تربويا وإعلاميا كما أن بعض القضايا الإعلامية لا يمكن تجاوزها دون توضيح وجهها السلبي وآثارها المدمرة في إطار من التحذير المدروس والمناسب فقضايا مثل التطرف والعنصرية والإباحية لا تحتمل وجهات نظر مقبولة، بل رفضها ونبذها والوقوف أمامها دون تردد في ظل نقاش تربوي يديره المعلم نحو الهدف المأمول. (الدرعان،٢٠١٦م)

(٢) مدخل الدراسات الثقافية:

مدخل التناول الناقد للمضامين الإعلامية أو مدخل التمكين أو ما يعرف بالمدخل الحديث للتربية الإعلامية لاتفاقه مع فلسفة التربية التقدمية ويسمى بمدخل الشهرة نتيجةً لتركيزه على النصوص الإعلامية الأكثر شهرة بين الطلاب. ويستند هذا المدخل على أن التناول الناقد للمادة الإعلامية يؤدي إلى إنتاج فرد ناقد (أبو النور، ٢٠١٥م) (محمد،٢٠١٧م).

فيما يذكر ماسترمان (Master man) كما ورد عند مكتب التربية العربي (١، ٢٠١٣م) بأنه يطلق عليه مدخل الصفوة أو النخبة وفقا لما يراه العديد من المعلمين الرافضين له لارتباطه بكثير من المخاطر وتركيزه على الجوانب الثقافية والوجدانية؛ فهو غير منتجٍ من وجهة نظر التعليم التقليدي. فيما يرى المؤيدون لمدخل الدراسات الثقافية أن التربية الإعلامية يجب أن ترتكز على الطلاب، إيمانا بأنهم متعلمون نشيطون يشاركون إيجابيا في العملية التعليمية، لذلك تقوم الثقافة الإعلامية على التعلم من خلال الاكتشاف.

ويرى فريجسون (Ferguson) كما عند محمد (٢٠١٧م) أن الخلاف الفلسفي بين المدخلين يتضح في أن مدخل الحماية لديه ميل لرؤية السيئ فقط. ويرى المتبنون لهذا المدخل أن لديهم هدفا أخلاقيا عالي الدرجة تتمثل في حماية عقول الطلاب من أي تأثيرات خارجية. أما مدخل التمكين فلديه ميل لرؤية الجيد فحسب.

وقد تضمن مدخل الحماية والتمكين أهدافا للمداخل الأخرى نحو:

١- **المدخل النقدي:** الذي يستند على مهارات التفكير الناقد للتعاطي مع وسائل الإعلام.

٢- **مدخل الجماليات:** الذي يتخذ من الفنون والدراسات الاجتماعية مادة له بهدف تنمية الحس الجمالي وتقدير الإبداع الإعلامي.

٣- **مدخل الإصلاح التعليمي:** الذي تعد التربية الإعلامية أحد أهم أدواته نحو التفكير الناقد والتعلم النشط والتعلم للحياة.

٤- **مدخل الشراكة المجتمعية:** الذي يؤسس للعمل على تغيير الأنظمة والتشريعات لضمان التزام وسائل الإعلام بمسؤوليتها الاجتماعية وزيادة وعي الطلاب بذلك. (الدرعان،٢٠١٦م)

وعلى الرغم من وجود فروق بين المدخلين السابقين إلا أن بينهما مواصفات مشتركة حول علاقة الطلاب بوسائل الإعلام فكلاهما يقوم على افتراضٍ أساسي يتمثل في أن وسائل الإعلام لها تأثيرات سلبية أحيانا وغير مقبولة اجتماعيا على المتعلمين. ومن ثمَّ يجب حماية الطلاب من هذه التأثيرات؛ والاختلاف يأتي في أسلوب الحماية إما بالمنع كالمدخل الأول وإما بالتفكير النقدي كالمدخل الثاني. (أبو النور، ٢٠١٥م)

ثانيا: المداخل المنهجية للتربية الإعلامية (تفعيل التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية):

تكمن المداخل المنهجية لتقديم إطار التربية الإعلامية بأسلوب أمثل، من خلال مدخلي المنهج التكاملي، ومدخل المنهج المستقل. وعلى الرغم من إشارة بعض الباحثين إلى اهتزاز العلاقة بين التربية والإعلام واتسامها بشيء من التصادم إلا أن ثمة مناداة للمصالحة والمصارحة؛ وبهذا يرى سليمان (٢٠١٩م) في إطار تفعيل التربية الإعلامية؛ يجب أن تُضمَّن مناهج التربية الإعلامية رسائل ومضامين هادفة تتضمن القيم والإتقان في الفكر الإسلامي والتحول من الجمود إلى الإنجاز وإبراز القدوات الحسنة لما لها من تأثير في التنشئة الاجتماعية والتربوية.

إلى ذلك فقد تعددت وجهات النظر حول الاستراتيجيات أو الأساليب المناسبة لتفعيل برامج التربية الإعلامية، ففي الوقت الذي ينادي فيه البعض بضرورة أن يتعلم الطلاب مهارات التربية الإعلامية من خلال مادة أو مقرر خاص بالتربية الإعلامية، ينادي البعض الآخر بدمج التربية الإعلامية في المنهج بدلا من تقديمها في مادة منفصلة؛ بينما ينادي فريق ثالث بتوظيف كلا المنهجين. (الصالح، ٢٠٠٧م). وقد جاء إعلان مؤتمر جرنوالد بعدد من التوصيات لدمج التربية الإعلامية بأحد المقررات وهو ما يعرف بالمنهج التكاملي. وسيبسط الباحث تفصيلا عن المنهجين تاليا.

(١) مدخل المنهج التكاملي:

أكد إعلان جرنوالد (١٩٨٢م) عدد من التوجيهات لتطبيق المنهج التكاملي للمساهمة في تحقيق التربية الإعلامية، ومنها:

١- أهمية البرامج المتكاملة للتربية الإعلامية من مرحلة ما قبل المدرسة وحتى مستوى الجامعة. لتطوير المعارف والمهارات والسلوكيات التي تدعم الوعي النقدي لدى مستخدمي وسائل الإعلام، وترفع كفاءتهم.

٢- أن تشتمل البرامج على تحليل المنتجات الإعلامية، واستخدام وسائل الإعلام والتعبير الإبداعي.

٣- تشجيع البحوث والأنشطة لتطوير التربية الإعلامية في مجالات علم النفس والاجتماع، وعلوم الاتصال. (يحيى، ٢٠٠٧م)

وقد أشارت أليس لي (Lee Alice.٢٠١٠) كما ورد عند العتيبي (٢٠٢٠م) إلى ثمة مداخل خمسة للمنهج التكاملي يُستخدم في تدريس التربية الإعلامية وهي:

١. **مدخل التحصين والحماية:** وهو نابع من النظرة التشاؤمية للحتمية التقنية، فالمعلمون الذين يتبنون المخاوف والافتراضات التي تثيرها الحتمية التقنية فيحملون نظرة سلبية تجاه تأثيرات وسائل الإعلام ومن ثم فهم يرون أن أهمية التربية الإعلامية تتمثل في الحد من أضرار وسائل الإعلام التي فرضت على المجتمع.
٢. **المدخل التحليلي النقدي:** حيث يتعلم الشباب كيفية تفكيك الرسائل الخفية للرسائل الإعلامية، والهدف الأساسي من التربية الإعلامية وفق هذا المدخل هو تحقيق النقد الذاتي المستقل، وهذا يعني أن يصبح لدي الفرد أحكاما مستقلة عن الإيديولوجيات والقيم الخفية المتضمنة في الرسائل الإعلامية، ومن ثم لا يمكن تضليله بسهولة.
٣. **مدخل وسائل الإعلام الإبداعية (الإنتاج الإعلامي):** وهذا المدخل له علاقة وثيقة بمفهوم التمكين التقني، فمع ازدياد وسائل الإعلام الرقمية التفاعلية أصبح المعلمون في الغرب مهتمون جدا بتدريس التربية الإعلامية من خلال الإنتاج الإعلامي.
٤. **مدخل الشراكة المجتمعية:** وهذا المدخل مبني على نظرية تقنية البناء الاجتماعي؛ حيث يستلزم العمل على تغيير الأنظمة والتشريعات لضمان التزام وسائل الإعلام والصناعة الإعلامية بمسؤوليتها أمام المجتمع ويتجه هذا المدخل إلى ضرورة قيام التربية الإعلامية بتطوير قدرات الطلاب ووعيهم بالمشاركة الإعلامية.
٥. **مدخل الترفيه الإعلامي:** ويؤكد هذا المدخل على الاستمتاع بوسائل الإعلام فالمنتجات الإعلامية تعتبر مصدرا للإبداع والتشويق وذات ارتباط بأسلوب الحياة الفردية.

ويضيف فخرو (٢٠١٠م) مداخل أخرى إلى هذه المداخل تتناسب والمنهج التكاملي وهي:

١. **المدخل الجمالي**: ويستند هذا المدخل إلى وجود ميل نحو الجماليات في الطبيعة الإنسانية والرغبة في تذوق الجماليات من خلال الفنون والتصميمات الهندسية والتشكيلات الفنية المتضمنة في البرامج الإعلامية ويستهدف هذا المدخل تنمية التذوق الجمالي لدى الطلاب وتنمية التفكير الإبداعي وتنمية مهارات التفسير والتقييم والتحليل للرسالة الإعلامية.

٢. **المدخل الأخلاقي**: ويستند هذا المدخل على الحس الأخلاقي في الإنسان والنزوع ناحية القيم الأخلاقية، ويستهدف هذا النموذج تنمية القيم الأخلاقية، والتدريب عليها وتعزيز ثوابت الثقافة.

٣. **المدخل البيئي**: ويستند هذا المدخل على اعتبار البيئة مصدر خصب لتنمية المعارف والمهارات، والثقافة الاجتماعية لديها مخزون كبير يمكن للطلاب التعلم منه. ويمكن للبيئة الاجتماعية أن تعزز من التعلم الاجتماعي.

(٢) مدخل المنهج المستقل:

يعد المنهج المستقل للتربية الإعلامية تجربة حديثة في هذا الإطار، فحتى الدول الرائدة في تعليم التربية الإعلامية بدأت تجاربها عبر المناهج التكاملية، ثم أفردت بعض الأنظمة منهجا مستقلا للتربية الإعلامية، كما في دولة فنلندا (القرني، ٢٠١٩م) ويستند المدخل المستقل للتربية الإعلامية على فلسفة التمكين وهي ذات الرؤية التي يعارض من خلالها عدد من التربويين المنهج التكاملي، حيث يرون أن هدف التمكين بالبعدين التحليلي والإنتاجي لن يتحقق إلا بوجود منهج خاص بالتربية الإعلامية. (الدرعان، ٢٠١٦م)

وقد انقسمت رؤية المتخصصين في منهجي التربية الإعلامية إلى اتجاهين:

١) اتجاه مؤيد للمنهج المستقل يتبنون هدف تمكين الطلاب من مهارات التربية الإعلامية، ومهارات التفكير الناقد المتضمنة في المناهج الأخرى ككفايات للتربية الإعلامية والتي من خلالها تحقق جانب الحماية أكثر من الجوانب التمكينية.

٢) أما المعارضون فيتبنون الرأي الذي يرى في مهارات التربية الإعلامية كفايات ينبغي دمجها في المناهج الدراسية، ويقابلون فكرة المنهج المستقل للتربية الإعلامية بالرفض لما سيتطلبه من تأهيل وتدريب إضافة إلى الحاجة لتوفر ميزانية تشغيلية أعلى (الدرعان، ٢٠١٦م)

المبحث الخامس: التفكير النقدي:

التفكير الناقد في مواجهة الرسائل الإعلامية:

لا ينفك الإنسان في عصرنا الحاضر من مواجهة الازدحام المعلوماتي وتنوع الوسائط الإلكترونية واختلاف وسائل الاتصال والإعلام وكل وسيلة تتبنى توجها وفكرا يمثل مرجعيتها وتعمل جاهدة على بسط ونفوذ تلك الأفكار والمعتقدات والتأثير على المتلقي؛ ولأجل هذا فالتفكير الناقد يحضُّ العقل على التفكير العميق وتحليل المعلومة وعدم القبول المطلق لكل رسالة إعلامية إلا بعد فحصها وتأملها.

وفي هذا يشير تاينر (Tyner.٢٠١٢) كما ورد عند مسلم (٢٠١٧م) إلى أن التربية الإعلامية تنمي قدرات التفكير الناقد العليا لطلاب الجامعات. وتؤكد نهى السيد (٢٠١٦م) على دور التربية الإعلامية في زيادة قدرة الجمهور على تحليل الرسالة الإعلامية وفهمها مما يؤدي إلى زيادة نشاطهم تجاه الرسالة الاتصالية. ولذا فتربية الفرد على النقد والتحليل وإعمال العقل هي الطريقة الفعالة لتكوين رقابة ذاتية من الفرد على نفسه. فالغرض الأساسي للتربية الإعلامية ليس فقط تكوين الوعي النقدي فحسب، بل تكوين الحكم الذاتي المستقل بشأن الرسائل المختلفة في وسائل الإعلام.

أولا: تعريف التفكير الناقد:

عرفته جمعية علم النفس الأمريكية (American Psychological Association) على أنه عملية تؤدي إلى اتخاذ أحكام ذاتية بناءً على مهارات الاستقراء والاستنتاج والتوجه والميل كالنزعة إلى التساؤل والبحث عن المعرفة والأدلة.

ويعرفه روبرت إنس (Robert Ennis) بأنه تفكير منطقي تأملي يرتكز على اتخاذ قرار عما يجب اعتقاده أو عمله.

ثانيا: الثقافة النقدية الإعلامية:

وهو مصطلح يستخدم للدلالة على المهارات السليمة للتعامل مع وسائل الإعلام تماشيا مع تعريف اليونسكو. كما تؤكد الثقافة الإعلامية على أن الأفراد يتعلمون:

- التحليل والتأمل الناقد وبناء النصوص الإعلامية.
- تحديد مصادر النصوص، والرسائل الإعلامية، ومدلول الرسائل، وسياقاتها.
- تفسير الرسائل والقيم المتضمنة فيها.
- اختيار الوسيلة التي يمكنها التعبير عن رسائلهم ونشرها (مكتب التربية العربي،١، ٢٠١٣م)

ثالثا: مهارات التفكير الناقد:

تعمل التربية الإعلامية على إكساب المتلقي المهارات النقدية وتضع عملياته الذهنية في حراك مستمر لكل رسالة إعلامية. وفي هذا الصدد يشير الشميمري (٢٠١٠م) إلى أن التربية الإعلامية تساعد المتعلم على اكتساب مهارات التفكير العليا؛ وهو يستدعي تعلم المهارات مهارة التفكير الناقد وهي مهارة أساسية في التربية الإعلامية. ومهارة التفكير الإبداعي وهي متصلة بشكل وثيق بأحد مخرجات التربية الإعلامية، وهو إنتاج المضامين الإعلامية.

وقد حدد بيير (Beyer) مهارات التفكير الناقد كما عند محمد (٢٠١٥م) وذلك على النحو التالي:

- التمييز بين الحقائق التي يمكن إثباتها أو التحقق من صحتها وبين الادعاءات أو الأهواء الشخصية.
- التمييز بين المعلومات والأسباب ذات العلاقة بالموضوع وبين الادعاءات غير المرتبطة به.
- تحديد مدى مصداقية مصدر المعلومات وتحديد الدقة الحقيقية للخبر.
- التعرف على البراهين أو الحجج الغامضة أو المزاعم في المضامين الإعلامية.
- التعرف على المغالطات والأكاذيب في المضامين الإعلامية.

كما يرى كل من واتسون وجليسر (Watson & Glaser) أن التفكير الناقد يتألف من خمس مهارات فرعية وهي:

أولا: معرفة المسلمات أو الافتراضات: ويقصد به معرفة الفكرة أو القضية المراد التحقق منها.

ثانيا: التفسير: ويقصد به محاولة تحديد الأسباب الكامنة وراء الظاهرة.

ثالثا: الاستنتاج: ويعني استخلاص مجموعة من الحقائق.

رابعا: الاستنباط: ويعني القدرة على معرفة العلاقات بين الوقائع، بحيث يمكن الحكم في ضوء هذه المعرفة.

خامسا: التقويم: ويقصد به معرفة صحة النتائج المستخلصة.

ويشير إيلدر وبول (Eldar & Pull) إلى أبرز معايير التفكير الناقد وهي:

١- الوضوح: وهو من أهم معايير التفكير الناقد، باعتباره مدخلا رئيسيا لباقي المعايير، إذ ينبني على وضوح العبارة وفهمها، ومعرفة مقاصد المتكلم، ومن ثمَّ سيكون إصدار الحكم عليها ممكنا، وهذا يستدعي التفصيل في القول والتوسع عند الحاجة، مع ضرب الأمثلة.

٢- الصحة: ويقصد بهذا المعيار أن تكون العبارة صحيحة وموثوقة، فقد تكون العبارة واضحة للمتلقي، ولكن ليست صحيحة؛ وهذا يتطلب تحديد مصدر المعلومة، مع إمكانية اختبار وفحص صحتها.

٣- الدقة: ويقصد بها استيفاء الموضوع حقه من المعالجة، والتعبير عنه دون زيادة أو نقصان، ويمكن تحقيقه بجعل العبارة أكثر تحديدا، ومتضمنة تفصيلات وافية حول القضية أو الموضوع المطروح

٤–الربط: يعني وجود علاقة بين السؤال، أو المداخلة، أو الحجة، أو العبارة وموضوع النقاش، أو المشكلة المطروحة. كما ينبغي تحديد العناصر المرتبطة بالمشكلة مما يتطلب تحديدا لطبيعة المشكلة، أو الموضوع بدقة ووضوح.

٥– العمق: المعالجة الفكرية لأي مشكلة أو موضوع يتطلب عمقا يتناسب مع تعقيدات المشكلة، ولا يمكن ممارسة التفكير الناقد مع غياب العمق؛ لأن ذلك يتنافى مع المفهوم النقدي.

٦– الإشباع: وذلك بأخذ جميع جوانب الموضوع أو المشكلة بالاعتبار، وهذا يتطلب اخذ وجهات النظر الأخرى بالاعتبار، وإتباع طرائق متنوعة لمعالجة المشكلة.

٧– المنطق: ويقصد بالتفكير المنطقي تنظيم الأفكار وتسلسلها وترابطها بطريقة تؤدي إلى معنى واضح، وإلى نتيجة مترتبة على حجج معقولة، وهذا يتطلب البعد عن التناقض بين الأفكار أو العبارات. إضافة إلى ذلك أن يكون ثمة ارتباط بين المقدمات والنتائج.

فيما يبين ليمبان (Lemban) كما ورد عند الرشدان (٢٠٠٩م) إلى ضرورة وضع معايير لعملية التفكير الناقد مثل المعيار التقويمي الذاتي، ومعيار الشعور بالمسؤولية، ومعيار القدرة على اتخاذ القرارات المناسبة.

المبحث السادس: التعليم الجامعي:

تمهيد:

لا يمتري أحدٌ، أن للتعليم العالي في عصرنا الحاضر، أهمية بارزة، ومكانة بالغة، لا سيما وأن له جذور، وبدايات منذ القرون الأولى، فلم يكن وليد العصر الحديث، إذ كانت حلق المساجد والجوامع ملتقى العلماء وطلاب العلم ينهلون من مختلف علوم الشريعة والعربية، بل ويتخصص بعضهم بعلم فيبرع، ويبرز فيه، ويشتهر عن فلان أنه عالم حديث، أو عالم فقه، أو عالم بعلوم العربية، أو لربما جمع أكثر من علم وفنٍ من فنون العلم، مما أضفى على المجتمع ثراءً علميا وحراكا ثقافيا في ذلك العصر.

أولا: الجذور الأولى للتعليم العالي:

زعم بعض الكتاب والمؤرخين أن نشأة التعليم العالي كانت في أوروبا الغربية إبّان العصور الوسطى معللين ذلك الزعم، وجود الجامعات آنذاك كجامعة باريس وأكسفورد وكمبردج وغيرها من الجامعات الغربية، إلا أن المستقرئ للتاريخ الإسلامي يعلم أن "نشأة التعليم الجامعي كان في القرن الثالث من العصر الإسلامي؛ ففي عام ١٨٠هـ أُنشئت جامعة قرطبة بالأندلس ثم في عام ٢٤٥هـ نشأت جامعة القرويين بالمغرب ثم جامعة الأزهر بمصر ٣٦٩هـ ثم جامعة الزيتونة بتونس ٦٨٢هـ، حيث كانت البدايات الأولى لنشأتها بالمساجد والجوامع يلتقي العلماء وطلابهم في حلق تعليمية كل في مجاله وتخصصه" (الشايع،٢٠١٣م)

ثانيا: أُسس وأهداف التعليم الجامعي:

أكدت سياسة التعليم على التربية الإسلامية، والاستفادة الكلية من جميع أنواع المعارف الإنسانية. وقد جاءت المؤشرات التنموية المستدامة للسياسات التربوية الوطنية للمملكة العربية السعودية منطلقة من تلك السياسة ومؤكدة على أهمية تسخير جميع العلوم والمعارف النافعة، للنهوض بالأمة الإسلامية، ورفع جودة معيشتها من كافة الوجوه اجتماعيا واقتصاديا وتقنيا، مع الحفاظ على المبادئ والقيم الإسلامية.

وانطلاقا من ذلك فقد جاءت وثيقة سياسة التعليم في المملكة العربية السعودية والتي رُسمت أسسها في العام الهجري ١٣٩٠هـ جاءت ذات جذور متينة، ومعالم طريق راسخة واضحة جليّة لمسيرة التربية والتعليم في بلادنا المباركة. ومن هذه الأسس:

- الإيمان بالله ربا وبالإسلام دينا وبمحمد ﷺ نبيا ورسولا.
- التصور الإسلامي الكامل للكون والإنسان والحياة وأن الوجود كله خاضع لما سنَّه الله تعالى ليقوم كل مخلوق بوظيفته دون خلل أو اضطراب.
- المثل العليا التي جاء بها الإسلام لقيام حضارة إنسانية رشيدة بناءة تهتدي برسالة محمد ﷺ، لتحقيق العزَّة في الدنيا، والسعادة في الدار الآخرة.
- توجيه العلوم والمعارف بمختلف أنواعها وموادها منهجاً وتأليفا وتدريسا وجهة إسلامية في معالجة قضاياها والحكم على نظرياتها وطرق استثمارها، حتى تكون منبثقة من الإسلام، متناسقة مع التفكير الإسلامي السديد.
- الاستفادة من جميع أنواع المعارف الإنسانية النافعة في ضوء الإسلام، للنهوض بالأمة ورفع مستوى حياتها، فالحكمة ضالة المؤمن أنى وجدها فهو أولى الناس بها.

ثالثا: أهداف التعليم الجامعي:

- تنمية عقيدة الولاء لله ومتابعة السير في تزويد الطالب بالثقافة الإسلامية التي تشعره بمسؤولياته أمام الله عن أمة الإسلام لتكون إمكانياته العلمية والعملية نافعة مثمرة.
- إعداد مواطنين أكفاء مؤهلين علميا وفكرياً تأهيلاً عالياً لأداء واجبهم في خدمة بلادهم والنهوض بأمتهم في ضوء العقيدة السليمة ومبادئ الإسلام السديدة.
- النهوض بحركة التأليف والإنتاج العلمي بما يطوع العلوم لخدمة الفكرة الإسلامية ويمكن البلاد من دورها القيادي لبناء الحضارة الإنسانية على مبادئها الأصيلة التي تقود البشرية إلى البر والرشاد وتجنبها الانحرافات المادية والإلحادية.

رابعا: أدوار الجامعة:

دارت الجامعات بوظائف متعددة واختصاصات متنوعة ما بين تدريسية وبحثية وخدمية وبرامج ثقافية نوعية ووظائف ومهام مناطة بها سواء في رسالتها التعليمية أو عبر خدماتها

للمجتمع، وفي هذا يشير الشايع (٢٠١٢م) إلى اختلاف التوجهات حول أدوار الجامعة فثمة من يرى أنها تندرج تحت الوظائف الأساسية وهي التعليم والبحث العلمي وخدمة المجتمع ومنهم من يرى أن الوظيفة الرئيسية للجامعة تتمثل في التدريس وهو المقصود لذاته لكونه وسيلة أساسية من وسائل التنمية الثقافية بتعليم الإنسان وبناء فكره وصقل شخصيته، وبه تُعد القوى البشرية بمختلف المستويات لتلبية حاجات المجتمع والنهوض به.

ويرى الخازم (٢٠١٢م) أن للجامعات مهام بجانب الوظائف الثلاث الأساسية التعليم، والبحث العلمي المتمثل في إنتاج ونقل المعرفة وفق الأساليب العلمية البحثية ووفق العمل المؤسسي المنظم والتراكمي، وخدمة المجتمع؛ فيرى أن للجامعات وظائف لم تتطرق لها الأدبيات المحلية وهي: تكوين المجتمع الجامعي أو الأكاديمي فمسؤولية الجامعة ليست محصورة في تقديم الخدمات المجتمعية الخارجية فحسب، بل إن من مسؤولياتها تكوين بيئة ثقافية واجتماعية وأكاديمية وترفيهية منظمة وفق أسس مؤسساتية لمنسوبيها من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس وبقية العاملين فيها. إلى جانب ذلك يدرج الخازم دور الجامعات في التفاعل مع محيطها على المستويات المحلية والإقليمية والعالمية ضمن الوظائف الأساسية للجامعة ومن ثم فدورها لا يقتصر على التعليم فحسب، بل يتعدى إلى أبعد من ذلك.

ويؤكد الأسدي (٢٠١٤م) على دور الجامعات في تزويد الطلاب بالمعرفة الإنسانية والعلمية وتنمية التفكير العلمي والدفع في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية وتزويد المجتمع بالخبرات والمهارات الفنية والإدارية، والقيام بالبحوث والدراسات التي تهدف إلى إيجاد الحلول لمختلف المشكلات التي تقف عائقا أمام النمو الاقتصادي والاجتماعي.

وثمة مجموعة من أدوار التعليم الجامعي والتي تتمحور في الدور الاجتماعي المتمثل بتقديم الخدمات الاجتماعية للمجتمع، والبحث العلمي والذي يعد أحد الأدوار الأساسية للجامعة. وقد أشار الشايع (٢٠١٢م) إلى مجموعة من أبعاد التعليم الجامعي والتي منها:

١) البعد الاجتماعي:

تدور حول تقديم الخدمات المجتمعية فليست الجامعات متكونة على التعليم والتخريج فقط وإنما تمتد رسالتها بالفكر والتنوير والتوعية والتبصير للمجتمع وتقديم الخدمات النوعية لكافة فئات المجتمع.

٢) البعد العلمي:

صناعة البحوث العلمية صناعة مهمة وهي قياس لرقي الجامعات وتميز مخرجاتها فمن الأدوار الأساسية للجامعات هي البحوث العلمية والنشر العلمي فقد حازت الجامعات العالمية تصانيف متقدمة بعدد نشرها وجودة بحوثها إذ إن تقدم الجامعات واكتساب السمعة العالية مرتبطة بالبحوث التي تنشرها المؤسسة الأكاديمية.

خامسا: مكونات التعليم العالي:

للتعليم العالي بناءات تقوم عليها مدخلاتها ومخرجاتها من خلال المكون الرئيسي وهو الطالب والأستاذ الجامعي ثم تأتي بقية المكونات تبعا وهي: (نمور، ٢٠١٢م)

(١) الطلاب:

يمثل الطلاب المدخل الأساسي في العملية التعليمية والتي يتم من خلالها إعدادهم والتأثير في سلوكهم، واتجاهاتهم وتزويدهم بالمعلومات والمعارف والمهارات التي تجعل إسهامهم أكبر من خلال التطوير النوعي التعليمي والذي يتيح لهم الحصول عليه، وهو ما يمثل الهدف الأساسي من العملية التعليمية، سواء ارتبط هذا الهدف بكون التعليم استهلاك، أي أنه يمثل حق الفرد في الحصول عليه، أو ارتبط بالتعليم، من خلال الاستثمار في تكوين في الفئة العمرية المهمة وهي فئة الشباب

(٢) الهيئة التدريسية:

يعتبر عضو هيئة التدريس المدخل الأساسي و المهم في العملية التعليمية، حيث تتوقف العملية التعليمية على حجم هيئة التدريس و كفاءتها بحيث يتناسب عددهم مع الحاجة إليهم، فلا

يزداد العدد عن الحاجة فتظهر معه حالات عدم استخدام للبعض أو استخدام جزئي للبعض منهم، و هو ما يؤدي إلى هدر و ضياع للموارد التي استخدمت في تكوينهم و إعدادهم، و تقتضي تكاليف مرتفعة في الغالب، كما أن توفر عدد أقل من الأساتذة بالقياس إلى حاجة هذه العملية يؤدي إلى إعاقة وعرقلة العملية التعليمية، وانخفاض نوعيتها بسبب ارتفاع نسبة الطلبة إلى هيئة التدريس، و ارتفاع عبء التدريس بالشكل الذي لا يتيح لعضو هيئة التدريس الفرصة الكافية لتطوره الذاتي من ناحية، ولا يتيح له الارتفاع بنوعية العملية التعليمية من ناحية أخرى.

(٣) البرامج الجامعية:

يركز هذا النوع على المهارات والخصائص المميزة ذات التأثير المباشر في تحسين وأداء الأفراد والمؤسسات. وتعد البرامج التدريسية التي تقدمها المؤسسة التعليمية من الأولويات المهمة لتحسين وتطوير مهارات الرواد لمختلف المستويات التعليمية والتخصصية.

- **المؤتمرات والندوات:** تلعب المؤتمرات والندوات دورا مهما في تبادل المعرفة وتحديث المعلومات وتوضيح الرؤى في كافة التخصصات وهي مقياس كفاءة المؤسسة التعليمية.
- **البحث العلمي:** لم يعد عضو هيئة التدريس الجامعي مجرد قارئ للمعرفة وناقلا لها، بل أصبح مبتور لها بطريقة علمية في عملية الصياغة والإخراج والتقويم والتطوير معتمدا على قدراته ومهاراته الذاتية في البحث والدراسة لمجال الاختصاص.

المبحث السابع: تجارب الدول المتقدمة في مجال التربية الإعلامية

كان لعناية الدول المتقدمة في تدريس التربية الإعلامية بمختلف المراحل التعليمية السبق الأهم والاهتمام الأكبر كونه إحدى المتطلبات الحيوية لتنمية معارف الطلاب وإكسابهم المهارات التحليلية.

واختلفت تطبيقات التربية الإعلامية في النظم التعليمية من دولة لأخرى، فهناك دول طبقتها بشكل رسمي وإلزامي من خلال تكاملها مع المقررات الأخرى، وخاصة مقررات اللغة الوطنية والدراسات الاجتماعية والتربية الصحية، كما هو موجود في المملكة المتحدة وفنلندا ودول أخرى وضعتها بشكل مقررات اختيارية (العتيبي، ٢٠٢٠م)

وقد تناولت الدراسة أربعة من طلائع الدول الرائدة والمتصدرة في ميدان التربية الإعلامية وهي (كندا، فنلندا، المملكة المتحدة، الولايات المتحدة الأمريكية):

أولا: كندا:

تعتبر كندا من الدول الرائدة في مجال التربية الإعلامية، فقد كان لها السبق على غيرها من دول العالم في إدخال التربية الإعلامية بشكل غير رسمي خلال الخمسينيات من القرن الماضي، ثم أدخلت بشكل رسمي خلال فترة الستينيات من القرن الماضي، وقد وصلت إلى أقصى تطورها خلال الثمانينيات والتسعينيات من القرن الماضي (مكتب التربية العربي،٤، ٢٠١٣م).

وفي ظل السبق الزمني البعيد من اهتمام الكنديين منذ الخمسينيات بالتربية الإعلامية فيشير (أبو النور، ٢٠١٥م) إلى اهتمام الكنديين بالتربية الإعلامية إذ استحدثوا برامج في الدراسات العليا لتأهيل المعلمين في مجال التربية الإعلامية.

ويرى المربون الكنديون أن الثقافة الإعلامية تسعى إلى حماية الطلاب من التأثيرات السلبية للرسائل الإعلامية، وتمكينهم من تفكيك الرسائل الإعلامية وتحليلها وتفسيرها وإصدار الأحكام عليها، وجعل الطالب قادر على الاستمتاع، والتحدث، والقراءة، والمشاهدة، والإنتاج الإعلامي. وأن يفهم الطالب ويستجيب بوعي ناقد للموضوعات الإعلامية الشفهية والمطبوعة،

والعمل على زيادة الوعي لدى الشباب بالمخاطر أثناء التعامل مع الإنترنت وكيفية مواجهتها. (عبدالتواب، ٢٠١٦م)

وتشير إيناس حويل (٢٠٠٩م) إلى أن هدف التربية الإعلامية لدى الكنديين هي قدرة الطالب على الاستماع والتحدث والقراءة والمشاهدة والعرض وأن يفهم ويستجيب بوعي ناقد للموضوعات الإعلامية.

(١) منهج الثقافة الإعلامية في كندا:

اهتمت المقاطعات الكندية العشرة بتضمين الثقافة الإعلامية في المناهج الدراسية بجميع المراحل التعليمية، ففي مقاطعة أونتاريو تم تكليف مؤسسة التعليم الإعلامي من قبل وزارة التربية والتعليم وفيدرالية المعلمين لوضع مناهج للثقافة الإعلامية يتم تدريسها في المدارس والجامعات. وقد قدمت المؤسسة بالتعاون مع وزارة التربية والتعليم في أونتاريو ما يلي:

١- مقررا في الثقافة الإعلامية يدرس إجباريا للطلاب في المدارس والجامعات.

٢- وضعت عدة مداخل لتدريس الثقافة الإعلامية هي:

(حويل، ٢٠٠٩م) (عبدالتواب،٢٠١٦م)

أ- نموذج الاستقصاء:

ويساعد هذا النموذج المعلم على استثارة الأسئلة المفتوحة حول العديد من القضايا المرتبطة بالإعلام، وعلى تشجيع الطلاب على أن يفكروا تفكيرا ناقدا، وأن يستخدموا وسائل مناسبة من البحث والمناقشة للقضايا التي تثير انتباههم.

ب – استراتيجيات التفكير الناقد:

وتشير استراتيجيات التفكير الناقد إلى مجموعة من المهارات العقلية مثل تتبع الحقيقة والعدالة وسعة الأفق والتعاطف والاستقلالية والنقد الذاتي والتفكير الحواري والذي يتضمن المفاضلة بين وجهات النظر أو الأطر المرجعية المتعارضة.

ج – التربية الأخلاقية:

تعد وسائل الإعلام مصدرا مثاليا لمناقشة القضايا الأخلاقية وتنمية التفكير الأخلاقي ويمكن للتفكير الحواري الذي يمثل جزءا من التفكير الناقد أن يوظف في مناقشة الإعلانات، والقيم الأخلاقية في الوسائل الإعلامية.

(٢) أهداف التربية الإعلامية في كندا:

تتميز معظم أهداف التربية الإعلامية في كندا باعتمادها مبدأ التمكين الواعي للرسائل الإعلامية لدى الطلاب. وهي تهدف إلى: (الدرعان، ٢٠١٦م) (الحسن،٢٠٢١)

١. تمكين الطلاب من الفهم الواعي لوسائل الإعلام واستخداماتها، والأدوار التي تلعبها في حياتهم.

٢. كيفية التعامل مع وسائل الإعلام التقليدية والجديدة.

٣. استخدام وسائل الإعلام في التعليم.

٤. تمكين الطلاب من مهارات التفكير الناقد.

٥. الوعي بالسباقات الإعلامية (فهم الدور والتأثير الصناعي والفني)

٦. تقييم وسائل الإعلام من خلال مواطن القوة والضعف للرسائل الإعلامية.

٧. إكساب الطلاب مهارات الإنتاج الإعلامي للتعبير عن أنفسهم، والمشاركة في وسائل الإعلام.

(٣) المهارات التي يكتسبها الطلاب من التربية الإعلامية:

- المهارات الفكرية النقدية.
- إنتاج المواد الإعلامية.
- كيفية التعامل مع وسائل الإعلام التعامل مع وسائل الإعلام الجديدة.
- استخدام وسائل الإعلام في العملية التعليمية. (مكتب التربية العربي،٣، ٢٠١٣م)

(٤) أساليب دمج التربية الإعلامية في النظام التعليمي الكندي:

ثمة أربع وسائل أساسية تم اعتمادها في كندا لإدماج التربية الإعلامية مع المناهج المدرسية وهي:

- طريقة تعتمد على الوسيلة: حيث يتم تمييز الوسائل المختلفة، بل تتعدى ذلك لتصنيف المضامين بها.
- طريقة تعتمد على الموضوع: حيث يتعرف الطلاب على كيفية تناول موضوع معين من الوسائل المختلفة.
- طريقة استقلالية التربية الإعلامية: حيث يحدد المعلم موضوعا معينا يتناوله الطالب لمدة أسبوعين على سبيل المثال.
- الطريقة المتكاملة: وهنا يتم إدماج وسائل متعددة في المنهج بما فيها الوسائل التقليدية، والوسائل الحديثة (الإنترنت)

كما تقوم كليات التربية في الجامعات الكندية بدمج محو الأمية الإعلامية في برامج إعداد الخريجين وتقديم العديد من ورش العمل والمؤتمرات لتزويد المعلمين بطرائق واستراتيجيات تدريس التربية الإعلامية في الفصول الدراسية وبخاصة في مجال تدريس فنون اللغة الإنجليزية. (الحسن، ٢٠٢١م)

(٥) مبادرات التربية الإعلامية:

دُعمت مبادرات التربية الإعلامية الكندية عبر مسارين:

- **المسار الأول**: الاتجاه لتدريس التربية الإعلامية لطلاب الجامعات، وقبل تخرجهم خاصة بالنسبة لمن سيعمل منهم في الحقل التعليمي.
- **المسار الثاني**: الاتجاه الحديث لتدريس المهارات النقدية في المراحل الابتدائية الأولى من التعليم. (مكتب التربية العربي، ٤، ٢٠١٣م)

ثانيا: فنلندا:

في فترة مبكرة، ومع منتصف الخمسينيات الميلادية من القرن العشرين بدأ الاهتمام بالثقافة الإعلامية في مراحل التعليم الفنلندي. وطبقا لاستراتيجية المجتمع المعلوماتي القومي أصبح مصطلح التعليم الإعلامي أو الثقافة الإعلامية حاضرة في المناهج الدراسية بجميع مراحل التعليم الفنلندي حيث تم الاهتمام بها منذ منتصف القرن العشرين الماضي في جميع المراحل الدراسية بصفة عامة والمرحلة الجامعية بصفة خاصة، مما يدل على أنها من أوائل الدول إدراكا لأهمية تزويد الطلاب بالثقافة الإعلامية. وكان اهتمام الجامعات الفنلندية نحو جامعة هلسنكي (Helsinki) بالتربية الإعلامية مبكرا إذ بادرت العديد من الجامعات بتوصيف مقررات دراسية في الثقافة الإعلامية؛ علاوة على ذلك أقامت الجامعة ورش عمل ودورات تدريبية للمعلمين في مجال التربية الإعلامية. (عبدالتواب، ٢٠١٦م)

أ- مهارات التربية الإعلامية في النظام التعليمي الفنلندي:

وضع مجلس التعليم في فنلندا مجموعة من المهارات التي يجب أن يكتسبها الطلاب من خلال التربية الإعلامية وتشمل:

- القدرة على الابتكار، وإنتاج المضامين الإعلامية.
- القدرة على نقد المضامين الإعلامية، أي قدرة الطالب على فحص المضمون الإعلامي وتحليله.
- القدرة على الاتصال. (مكتب التربية العربي، ٣، ٢٠١٣م)

ب- أساليب دمج التربية الإعلامية في النظام التعليمي الفنلندي:

وقد تعددت الأساليب الفنلندية لدمج التربية الإعلامية في العملية التعليمية بعدة طرائق منها: (مكتب التربية العربي،٣، ٢٠١٣م)

- احتواء النظام التعليمي في فنلندا في كل مراحله على المعرفة الرقمية والإعلامية، ويعتبر هذا جزءا مهما من المهارات التي يجب أن يكتسبها الطالب.

- تنص خطة المناهج التعليمية الوطنية على ضرورة تطوير المهارات التفاعلية وفهم ومعرفة وسائل الإعلام. كما أن هناك مناهج خاصة بتعليم الفن، والمعرفة الإعلامية وفن المعرفة.

ثالثا: المملكة المتحدة:

وتعد المملكة المتحدة من الدول الرائدة في مجال التربية الإعلامية وبالرغم من كونها تتوزع على ثلاث مقاطعات ولكل مقاطعة نظام تعليم مستقل؛ إلا أن ثمة مشتركات بين تلك النظم التعليمية على إحداث مادة الثقافة الإعلامية ضمن المقررات الإلزامية في جميع المراحل التعليمية من الابتدائي وحتى المرحلة الجامعية. وقد عُرِّفت الثقافة الإعلامية في المملكة المتحدة بأنها: الوعي بوسائل الإعلام المختلفة وتأثيراتها المتنوعة. وكذلك المهارة في التفكير النقدي للوسائل الإعلامية. كما تعرف بأنها: القدرة على الحصول على التحليل والتقييم للرسائل الإعلامية. (عبدالتواب،٢٠١٦)

ويرى أفرى كير (Aphra Kerr) كما عند عبدالتواب (٢٠١٦م) أن الثقافة الإعلامية بالمملكة المتحدة تهدف إلى تنمية معارف وخبرات الطلاب عن طبيعة وسائل الإعلام وكيفية عملها. وتنمية الوعي النقدي لديهم للسياقات المتنوعة للنصوص الإعلامية.

أولا: أهداف التربية الإعلامية في المملكة المتحدة:

تركز أهداف التربية الإعلامية في المملكة المتحدة على تنمية مجموعة من المهارات وهي:

(الحسن، ٢٠٢١م)

١- معرفة وفهم وسائل الإعلام، والإنتاج والتقييم الإعلامي، وتوظيف تقنية المعلومات والاتصالات.
٢- تحليل الرسائل الإعلامية وتفسيرها.
٣- تنمية مهارات محو الأمية الإعلامية للطلاب لتمكينهم من الاستقلال في معارفهم وتجاربهم والاستفادة من وسائل الإعلام.

٤- تطوير مهارات الإنتاج الفني والإبداعي للطلاب في السياقات الإعلامية لتنمية قدراتهم الخيالية والجمالية.

٥- إكساب الطلاب المعارف والمهارات التي تمكنهم من فهم طبيعة وسائل الإعلام.

٦- تمكين الطلاب من الاستفادة من فرص تقنية المعلومات والاتصالات.

وقد اهتمت الجامعات في المملكة المتحدة بتقديم دورات تدريبية لمدة عام للخريجين الجدد وقد دُمجت الدراسات الإعلامية في المناهج الدراسية لمنحهم شهادة في التربية الإعلامية، ويوجد أكثر من١١٥ مؤسسة وجامعة في المملكة المتحدة تقدم دورات وبرامج تدريبية في التربية الإعلامية. وتعد جامعتي ساوثمبتون University Southampton وشيشيستر University College Chichester من أقدم الجامعات التي اهتمت بتدريب المعلمين في مجال التربية الإعلامية، حيث تقوم بتدريس الثقافة الإعلامية مع الدراسات الإنجليزية. كما تقدم الجامعة دورات وبرامج تدريبية عن بعد لتأهيل المعلمين في مجال التربية الإعلامية.

ثانيا: المهارات المستهدفة التي يكتسبها الطلاب من التربية الإعلامية:

- إنتاج المواد الإعلامية.
- القدرة على التحليل النقدي للمضامين الإعلامية.
- التعرف على كيفية عمل وسائل الإعلام. (مكتب التربية العربي، ٣، ٢٠١٣م)

ثالثا: مبادرات دعم التربية الإعلامية في المملكة المتحدة:

توجد مبادرتان للتربية الإعلامية في بريطانيا، وهما:

- المبادرة الأولى: التحالف غير الرسمي بين كل من معهد الفيلم البريطاني والاستراتيجية الوطنية للمعرفة، فمعهد الفيلم يتم تمويله من المال العام.
- المبادرة الثانية: هي نشأة مؤسسة أوف كوم والتي تأسست عام ٢٠٠٣م كمؤسسة تنظيمية للوسائل الإلكترونية والإذاعية، والإنترنت، وكان الدور الأساسي للمؤسسة يتعلق بزيادة المعرفة الإعلامية لدى الجمهور، وذلك من خلال إنتاج المواد الإعلامية في أشكال مختلفة مطبوعة، ومسموعة، ومرئية من أجل زيادة المعرفة الإعلامية للجماهير

رابعا: الولايات المتحدة الأمريكية:

ليست التربية الإعلامية في الولايات المتحدة متقدمة بقدر تقدم الدول الأخرى الناطقة باللغة الإنجليزية مثل المملكة المتحدة وكندا. كلنر (Kelneer.٢٠٠١)كما أن الولايات المتحدة الأمريكية من الدول التي تأخرت قليلا عن إدخال التربية الإعلامية في جامعاتها إذ بدأت أولى محاولات إدخال التربية الإعلامية في عام ١٩٧٠م (عبدالتواب، ٢٠١٦م) كما كان للاعتراف بالتربية الإعلامية في التعليم بالولايات المتحدة الأمريكية أثر كبير، وبشكلٍ خاصٍ في التعليم العالي فأعضاء هيئة التدريس دعموا برامج التربية الإعلامية في كلياتهم ومعاهد تدريب المعلمين، ومن أشهر الكليات التي ضمت التعليم العالي في مناهجها كلية ألفيرنو Alverno College كعنصر جوهري في التعليم القائم على القدرة. كما طالب معهد "أسين" أكبر معهد التدريب المعلمين في ولاية نورث كارولينا بأن يدرس الطلاب مقررات دراسية عن التربية الإعلامية.

كما تم تنفيذ عدد من البرامج في جامعات أخرى مثل جامعة نيويورك وكلية كولومبيا لإعداد المعلمين في مجال التربية الإعلامية. (أبو النور، ٢٠١٥)

أ- أهداف التربية الإعلامية في الولايات المتحدة الأمريكية:

وتهدف التربية الإعلامية في التعليم الجامعي الأمريكي إلى:

- توعية الطلاب بأشكال، وسائل الإعلام، وتأثيراتها، وجمالياتها.
- تعليمهم كيفية تقييم الرسالة التي يتعرضون لها.
- مساعدتهم على تكوين أحكام نقدية على المضامين الإعلامية.
- تنمية قدرة الطلاب على الإبداع في الرسائل الإعلامية.
- توعيتهم بدور وسائل الإعلام نحو المجتمع. (عبدالتواب، ٢٠١٦م)

ب- منهج التربية الإعلامية في الولايات المتحدة الأمريكية:

تتفاوت اهتمامات الجامعات الأمريكية في تقرير منهج التربية الإعلامية ضمن مقرراتها فمثلا جامعة ولاية نورث كارولينا يوجد مقرر دراسي عن التربية والثقافة الإعلامية ودورها في المجتمع.

كما يوجد مقررا آخر عن مهارات الثقافة الإعلامية يرتكز على جانب التحليل النقدي للرسائل الإعلامية. أما في جامعة ولاية سان فرانسيسكو فيوجد منهج للتربية الإعلامية مدمج ضمن مادة فنون اللغة والاتصال، في حين أن جامعات كالفورنيا ولوس أنجلس ونيويورك تقدم التربية الإعلامية من خلال عدة برامج:

١- برامج تركز على مختلف وسائل الإعلام.
٢- برامج تركز على إنتاج وسائل الإعلام وتقييم الرسائل الواردة منها.
٣- برامج تركز على نقد الرسائل الإعلامية. (عبدالتواب، ٢٠١٦م)

ومن أهم المؤسسات والمراكز المعنية بالتربية الإعلامية:

١. مركز الثقافة الإعلامية.
٢. مؤسسة التربية الإعلامية.
٣. مركز الثقافة الرقمية في جامعة سيراكوز Syracuse Uiversity
٤. مختبر التربية الإعلامية في جامعة تمبل Temple University

(الدرعان، ٢٠١٦)

ج- المهارات التي يكتسبها الطلاب من التربية الإعلامية في النظام التعليمي الأمريكي:

- التفكير النقدي لدى الطلاب.
- القدرة على تقييم مضمون وسائل الإعلام.
- اكتساب المهارات الفنية (مكتب التربية العربي، ٣، ٢٠١٣م)

هـ- أساليب دمج برامج التربية الإعلامية في النظام التعليمي الأمريكي:

التزمت الولايات المتحدة الأمريكية بدمج التربية الإعلامية في المناهج التعليمية من خلال:

١- تدريب الطلبة على التفكير الناقد.

٢- إثارة الاهتمام بالموضوعات الجديدة وحث الطلاب على الاعتماد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات اللازمة.

٣- التعرف على المعلومات الخاطئة ودور وسائل الإعلام فيها.

٤- التدريب على الإنتاج الإعلامي.

٥- التعرف على حجم تأثير وسائل الإعلام في قضايا معينة.

٦- استخدام وسائل الإعلام كوسائل للتقييم.

٧- العمل على ربط الطلاب بالمجتمع.

٨- العمل على مشاركتهم، وحثهم على المبادرة في إحداث التغيير الإيجابي.

(مكتب التربية العربي، ١، ٢٠١٣م)

المداخل الفلسفية للتربية الإعلامية في الدول المختارة:

أولا: كندا:

ركزت كندا في مداخلها الفلسفية على:

١. الحماية والتحصين من خلال الحفاظ على الهوية الوطنية ولغة الدولة.
٢. المدخل الثقافي وذلك بالتركيز على الجانب الاقتصادي في علاقة المجتمع بالميول الاستهلاكية والتي تعمل وسائل الإعلام على بثه من خلال الإعلانات للتأثير على المتلقي بمزيد من الاستهلاك الاقتصادي غير المنضبط.
٣. الفلسفة الجمالية.
٤. التمكين وذلك بإنتاج الرسائل الإعلامية وتقويم الواقع الاجتماعي.

ثانيا: فنلندا:

وكان تركيز فنلندا في فلسفة التربية الإعلامية متمركزا على:

١. مدخل الحماية والتحصين وذلك بالتركيز على اللغة بوصفها أهم رمز للثقافة الوطنية.
٢. التمكين وذلك من خلال الاهتمام بالمهارات الإعلامية.

ثالثا: المملكة المتحدة:

وتقوم المملكة المتحدة بفلسفة تربيتها الإعلامية على:

١. مدخل الحماية والتحصين: ارتبط اهتمام البريطانيين بالتربية الإعلامية في أوائل القرن الماضي بكتاب الباحثين ليفز وتومبسون Leays & Thompso (الثقافة والبيئة تدريب الوعي الناقد) وفي الكتاب إشارة للتركيز على مدخل الحماية من تأثير وسائل الإعلام، ثم حدث تطور في ذات المدخل في الستينيات، فلم يعد المعلمون يحاولون إقناع الناس بالتأثير المدمر لوسائل الإعلام وحاجة المجتمع للحماية منها، فاتجهوا للتأكيد على أهمية نقد وسائل الإعلام وليس ضدها. كما أن من فلسفتهم الاعتزاز بالثقافة البريطانية واللغة الإنجليزية.

٢. الفلسفة الجمالية إذ أنشئت الحكومة البريطانية معهد الفلم BFI كجهة فنية تدعم تطبيقات السينما في المراحل التعليمية.
٣. مدخل التمكين: وذلك بالتركيز على مهارات الفهم والتحليل والنقد للرسائل الإعلامية.

رابعا: الولايات المتحدة الأمريكية:

١. مدخل الحماية والتحصين وذلك بالتركيز على الآثار الاجتماعية والصحية التي تعكسها وسائل الإعلام.
٢. مدخل التربية الإعلامية.

وإذا نظرنا إلى تلك المداخل الفلسفية نجد أن الدول الأربع كلها بدأت في أول مراحل تطبيقاتها للتربية الإعلامية بالحماية والتحصين ثم انتقلت إلى مرحلة التمكين كما في دولة كندا والمملكة المتحدة وفنلندا ثم جاءت مرحلة دعوات جديدة بإضافة تطبيقات عبر وسائط الاتصال من خلال السينما للاستمتاع الجمالي من خلال مدخله الفلسفي الجمالي وذلك في دولتي كندا والمملكة المتحدة. (محمد، ٢٠١٥م) (الدرعان، ٢٠١٦م)

❖ **نظرة مقارنة لخبرات وتجارب الدول موضع الدراسة:**

وبعد الاستعراض الكلي لتجارب وخبرات كندا وفنلندا والمملكة المتحدة والولايات المتحدة في التربية الإعلامية فيمكن استخلاص أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدول على النحو التالي:

- تعد كندا من أوائل الدول ريادةً بهذا المجال فقد كان اهتمامها مبكرا منذ الخمسينات الميلادية ثم تلتها في منتصف القرن العشرين الماضي دولة فنلندا ثم جاء اهتمام المملكة المتحدة بالتربية الإعلامية في الستينات من القرن الماضي. كما جاء اهتمام الولايات المتحدة الأمريكية في التربية الإعلامية متأخرا بجهود بسيطة في أوائل السبعين الميلادي.
- تعتبر فنلندا من أوائل الدول اهتماما بالتربية الإعلامية في مرحلة التعليم الجامعي حيث أحدثت بعض جامعاتها برامج ودورات وورش عمل لتأهيل الخريجين في مجال التربية الإعلامية
- ترجع جهود كندا والمملكة المتحدة لاهتمام الحكومات في التربية الإعلامية إذ عملت على إدخال منهج التربية الإعلامية مدمجا ضمن المناهج التعليمية الرسمية. بينما الولايات المتحدة تأخرت في تطبيق التربية الإعلامية أو دمجها ضمن المقررات الدراسية.
- تتفق الدول في أهدافها للتربية الإعلامية إذ تنطلق من العمل على إكساب الطلاب المهارات لفهم وتحليل ونقد الرسائل الإعلامية.
- كما تتشابه دول المقارنة في مفهومها للتربية الإعلامية بتنمية القدرة على فهم وتحليل ونقد الرسالة الإعلامية.
- اهتمت كندا في تأهيل الأساتذة بمجال التربية الإعلامية، بل وأنها استحدثت برنامجا للدراسات العليا لتأهيل الخريجين في التربية الإعلامية.
- كما كان للولايات المتحدة الأمريكية عنايةً بتأهيل الخريجين للتربية الإعلامية في الكليات والمعاهد والمنظمات غير الرسمية. بجانب ذلك كان الاهتمام من قبل مؤسسات التعليم العالي في المملكة المتحدة بإقامة دورات تدريبية ومنح شهادات عليا في التربية الإعلامية لتأهيل الخريجين المؤهلين لتعليم التربية الإعلامية.

- أقرت كندا وبالتعاون بين وزارة التربية والتعليم ومؤسسة التعليم الإعلامي لوضع مقرر إلزامي للتربية الإعلامية لجميع المراحل التعليمية.
- تشير أهداف التربية الإعلامية في كندا لمبدأ تمكين الطلاب من الفهم الواعي للرسائل الإعلامية وتعزيز مهارة التفكير الناقد.
- تتفق الدول المقارنة في أهداف تربيتها الإعلامية ومهاراتها، بتكوين القدرة التحليلية والنقدية للرسائل الإعلامية.
- تقوم كليات التربية الكندية بدمج محو الأمية الإعلامية في برامج إعداد الخريجين. وأما عدد من الجامعات الفنلندية فبادرت بتوصيف مقررات دراسية في الثقافة الإعلامية. أما بالمملكة المتحدة فقد دمجت الدراسات الإعلامية بالمناهج الدراسية لمنح خريجيها شهادة في التربية الإعلامية.
- أما الجامعات الأمريكية فجاءت متباينة ما بين دمج التربية الإعلامية مع اللغة أو الفنون وما بين منهجٍ متكاملٍ نحو جامعة ولاية نورث كارولينا
- اتفقت جميع الدول بمداخلها الفلسفية على مدخل الحماية والتمكين.
- اتفقت كندا والمملكة المتحدة على استخدام مدخل الفلسفة الجمالية والذي يهدف إلى تنمية الحس الجمالي والاهتمام بالإبداع في مجال الإعلام.

ثانيا: الدراسات السابقة:

تطرقت الدراسة الحالية إلى العديد من الدراسات السابقة التي تختص بموضوع التربية الإعلامية وتناولتها من زوايا مختلفة، وستعرض الدراسة الحالية عددا من الدراسات السابقة التي تمت الاستفادة منها. وقد تنوّعت الدراسات السابقة تنوعا زمانيا وجغرافيا؛ فأما في زمانها فإنها شملت الفترتين ما بين عام (٢٠٠٩م) وحتى عام (٢٠٢١م)؛ وأما في جغرافيتها فتناول الباحث دراسات من داخل المملكة العربية السعودية ودراسات عربية من بعض الدول العربية، وقد قسّم الباحث الدراسات السابقة إلى محورين:

- دراسات تناولت التربية الإعلامية في مرحلة التعليم العام.

- دراسات تناولت التربية الإعلامية في مرحلة التعليم العالي.

عرض الباحث الدراسات السابقة التي تناولت التعليم العام وعددها عشر دراسات ابتداءً، الأقدم فالأحدث ثم تناول الدراسات السابقة في محورها الثاني وهو التعليم العالي وعددها تسع دراسات وبنفس ابتداء المحور الأول.

وقد أبرزت الدراسة الحالية معالم الاتفاق والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة، والفجوة العلمية التي تعالجها الدراسة الحالية.

ويمكن عرض الدراسات السابقة من خلال المحورين التاليين:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت التربية الإعلامية في مرحلة التعليم العام:

١) دراسة ديوب (٢٠١١م): تفعيل التربية الإعلامية في مرحلة التعليم الأساسي من وجهة نظر طلاب كلية التربية في جامعة الفرات

هدفت الدراسة إلى التعرف على درجة أهمية تفعيل التربية الإعلامية في مرحلة التعليم الأساسي من وجهة نظر طلاب كلية التربية في جامعة الفرات وانتهجت المنهج الوصفي التحليلي وقد تمثلت عينتها على عينة عشوائية من طلاب كلية التربية وعددها ٤٠٠ طالب، واستخدمت الدراسة الاستبانة أداةً لجمع البيانات وفقا للمنهج التحليلي.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن المتوسطات الحسابية لدرجة العينة الكلية على المحاور الرئيسية للاستبانة تراوحت بين ٣,٤٤ و٤,٥٣. ودرجة أهمية تفعيل التربية الإعلامية في مرحلة التعليم الأساسي جاءت بدرجة مهمة جدا

٢) دراسة البلوي (٢٠١٣م): مسؤولية المدرسة الثانوية في تحقيق التربية الإعلامية لدى الطلاب من وجهة نظر المعلمين

هدفت الدراسة إلى بيان مدى تحقيق المدرسة الثانوية للتربية الإعلامية من خلال العملية التعليمية. كما هدفت إلى التعرف على الفروق ذات الدلالة الإحصائية التي تعود إلى متغيرات خصائص عينة الدراسة (التخصص، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة)

وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، واستخدمت أداة الاستبانة لجمع البيانات وقد تكونت من ٤٤ عبارة موزعة على ٤ محاور.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن مسؤولية المعلم والإدارة المدرسية والنشاط غير الصفي في تحقيق التربية الإعلامية هي بدرجة كبيرة من وجهة نظر أفراد العينة كما أظهرت نتائج الدراسة أن مسؤولية المنهج الدراسي جاء بدرجة متوسطة حيث انتفت الفروق ذات الدلالة الإحصائية في متغير التخصص والمؤهل العلمي وسنوات الخبرة كما أظهرت النتائج فروقا في الدلالة الإحصائية بين وجهات نظر عينة الدراسة حول مسؤولية النشاط غير الصفي في تحقيق التربية الإعلامية لدى الطلاب تبعا لمتغير سنوات الخبرة لصالح أصحاب الخبرة بين ٥ وأقل من ١٥ سنة.

٣) دراسة الصعب (٢٠١٣م): تصور مقترح لتفعيل دور المدرسة الثانوية في التربية الإعلامية لمواجهة تحديات العولمة الثقافية

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع ومعوقات دور المدرسة الثانوية في التربية الإعلامية من وجهة نظر المعلمين والمعلمات ومعرفة الفروق ذات الدلالة الإحصائية لعينة الدراسة حول واقع ومعوقات المدرسة الثانوية في التربية الإعلامية تعزى لمتغير نوع الجنس. وقد استخدمت

الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والاستبانة كأداة لجمع البيانات. وبلغت عينة الدراسة ٣٢٠ معلما ومعلمة من مجموع العينة العشوائية بنسبة ١٥٪ من المجتمع الأصلي.

وقد توصلت نتائج الدراسة إلى وجود قصور في دور المدرسة الثانوية في تحقيق التربية الإعلامية من وجهة نظر عينة الدراسة. كما أوجدت نتائج الدراسة فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك واقع دور المدرسة الثانوية في التربية الإعلامية بين أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغير الجنس لصالح المعلمات.

٤) دراسة الدرعان (٢٠١٦م): تصور مقترح للتربية الإعلامية في المرحلة الثانوية للبنات في المملكة العربية السعودية في ضوء التجارب العالمية

هدفت الدراسة إلى تشخيص واقع التربية الإعلامية في المرحلة الثانوية للبنات كما هدفت إلى الكشف عن معوقات التربية الإعلامية في المرحلة الثانوية والتعرف على أبرز التجارب العالمية للتربية الإعلامية في التعليم العام وبناء تصور مقترح للتربية الإعلامية على ضوء التجارب العالمية.

وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي في الدراسة الميدانية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المقارن بمدخل جورج بيرداي لكونها نظرت في تجارب الدول العالمية المتقدمة. وأما في بناء استبانتها فاستخدمت دراسة الدرعان أسلوب دلفاي واكتفت الباحثة بجولة واحدة لاتفاق غالبية المحكمين.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى ضعف واقع الوعي بمفهوم التربية الإعلامية في المرحلة الثانوية للبنات إذ بلغ المتوسط الحسابي لعباراتها ٢,٣٢ من ٤ درجات وتداخله مع مفاهيم أخرى مثل الإعلام التربوي وطرائق التدريس كما أن أهداف التربية الإعلامية ما تزال حبيسة مستوى الحماية إذ بلغ المتوسط الحسابي لها ٢,٢٣ بينما جاءت الأهداف التمكينية في الرتب الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ ١,٩٥ في حين أن تطبيقات التربية الإعلامية تنفذ في الواقع بدرجة متوسطة حيث بلغ المتوسط الحسابي للتطبيقات ١,٩٩ من ٤ درجات وقد حلت التطبيقات التمكينية التي تمثل تطبيقات الإنتاج الإبداعي بمهاراته العليا في الرتب الأخيرة.

أما معوقات التربية الإعلامية فقد كانت حاضرة في المدارس الثانوية بدرجة عالية حيث بلغ المتوسط الحسابي العام للمحور ٢,٦٨ من ٤ درجات. وقد تنوعت المعوقات المحددة في المحور ما بين إدارية ومعرفية ومادية.

٥) دراسة الجعد والأسمري (٢٠١٨م): واقع إسهام معلمات المرحلة المتوسطة في التربية الإعلامية للطالبات

هدفت الدراسة إلى معرفة واقع إسهام معلمات المرحلة المتوسطة في التربية الإعلامية للطالبات والمتعلقة بتنمية أخلاقيات الدخول للرسائل الإعلامية وكتابتها وتنمية المهارات النقدية والتعرف على معوقات تطبيق التربية الإعلامية على طالبات المرحلة المتوسطة.

واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي وتمثلت عينة الدراسة من ٥١٩ معلمة واستخدمت أداة الاستبانة لجمع البيانات.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى ضرورة إعداد الطالبات للتعامل مع الوسائل الإعلامية المختلفة لتنمية مهارات الدخول للرسائل الإعلامية وتحذيرهن من بعض الوسائل الإعلامية التي تؤثر على الدين والأخلاق والانتماء الوطني وتشجيعهن للاستفادة من الوسائل الإعلامية الوطنية التي تبرز أهميتها في توعية الطالبات بالالتزام بالقيم الأخلاقية.

٦) دراسة الخيون (٢٠١٨م): تأثير تدريس التربية الإعلامية في المدرسة

هدفت الدراسة للتأكيد على ضرورة موضوع التربية الإعلامية كمنهج يدرس في المراحل التعليمية. وتوصلت نتائج الدراسة إلى ضرورة اعتماد التربية الإعلامية مقررا دراسيا في جميع المراحل التعليمية. كما أكدت الدراسة على أهمية إعداد وبناء خطط وبرامج متخصصة في التربية الإعلامية بما يراعي القيم والثوابت.

٧) دراسة العميري والمقاطي (٢٠١٨م): المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي

هدفت الدراسة إلى بناء مصفوفة المدى والتتابع لتوزيع المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية في صفوف التعليم العام والكشف عن درجة تضمين المفاهيم

الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية كما هدفت الدراسة إلى التعرف على درجة أهمية تضمين مفاهيم التربية الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية بالتعليم العام من خلال رصد تقديرات المشرفين التربويين، والمشرفات التربويات، والمعلمين، والمعلمات.

واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والوصفي المسحي. وقد بلغت عينة الدراسة ٢٠٣ أفراد في مدارس البنين والبنات الحكومية بمراحل التعليم العام في مدينة مكة المكرمة واستخدمت الدراسة لجمع البيانات أداتين: بطاقة تحليل المحتوى للكتب الدراسية وعددها ١٨ كتاب والأداة الثانية الاستبانة.

ورصدت نتائج تحليل المحتوى عن انخفاض شديد في تضمين المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية. وفي الجانب الآخر أظهرت تقديرات المشاركين في الدراسة درجة مرتفعة من الأهمية في تضمين المفاهيم الإعلامية في الكتب الدراسية. وقد خرجت الدراسة بتصميم نموذج لمصفوفة المدى والتتابع للمفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية في التعليم العام.

٨) دراسة القرني (٢٠١٩م): واقع التربية الإعلامية في مؤسسات التعليم العام في المملكة العربية السعودية محافظة جدة أنموذجا

هدفت الدراسة إلى الكشف عن موضوعات التربية الإعلامية في المناهج الدراسية وتشخيص واقع التربية الإعلامية في مؤسسات التعليم العام من وجهة نظر المعلمين من حيث مفهومها وأهميتها، وأنشطتها، ومهاراتها، ومعوقاتها. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي.

وقد توصلت في نتائجها أن المناهج الدراسية تقدم موضوعات متفرقة للتربية الإعلامية معتمدة على المدخل التكاملي في جميع المراحل التعليمية.

٩) دراسة حريري (٢٠١٩م): تصور مقترح لزيادة كفاءة التعليم العام لتطبيق التربية الإعلامية في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠م

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم المبررات التي تستدعي الاهتمام بالتربية الإعلامية في مراحل التعليم العام وعرض الخبرات الدولية في مجال التربية الإعلامية. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي.

وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن التربية الإعلامية أضحت ضرورة ملحة للأجيال لمواجهة التحديات الإعلامية وتحدياتها الثقافية وهناك متطلبات واجب توفرها لنجاح عملية تضمين التربية الإعلامية في التعليم العام.

١٠) دراسة الحسن (٢٠٢١م): تفعيل التربية الإعلامية في مدارس التعليم العام بالمنطقة الشرقية في ضوء خبرات وتجارب بعض الدول المتقدمة

هدفت الدراسة إلى وضع تصورٍ مقترحٍ لتفعيل التربية الإعلامية في مدارس التعليم العام في ضوء خبرات وتجارب بعض الدول المتقدمة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وطبقت استبانة على عينة عشوائية طبقية عددها (٦٤١) من المعلمين والمعلمات في المدارس الابتدائية والمتوسطة والثانوية بمدينتي الدمام والخبر، وتوصلت نتائج الدراسة إلى:

-أن التربية الإعلامية تتحقق في مدارس التعليم العام بدرجة متوسطة.

-أن هناك متطلبات إدارية وتنظيمية وبشرية ومادية يجب توافرها في المدارس لتفعيل التربية الإعلامية.

-توجد فروق دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة (٠,٠١) بين المعلمين والمعلمات في محوري واقع التربية الإعلامية، ومتطلبات تفعيلها في مدارس التعليم العام لصالح المعلمين.

-لا توجد أي فروق دالة إحصائيا بين استجابات عينة الدراسة في محوري واقع التربية الإعلامية، ومتطلبات تفعيلها في مدارس التعليم العام، ترجع إلى متغيري المرحلة التعليمية، وعدد سنوات الخبرة.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت التربية الإعلامية في مرحلة التعليم العالي:

١) دراسة الخيري (٢٠٠٩م): تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية

هدفت الدراسة إلى إبراز العلاقة بين التربية والإعلام في ضوء مفاهيم التربية الإسلامية. كما هدفت إلى التعرف على درجة أهمية تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية. ثم كشفت عن الفروق ذات الدلالة الإحصائية في درجة أهمية تفعيل التربية الإعلامية والتي تعزى إلى التخصص، الدرجة العلمية، الخبرة.

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي الوثائقي في الدراسة النظرية وأما الجانب الميداني فاستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي. وقد توصلت نتائج الدراسة إلى:

- أهمية تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية وجاءت بدرجة مهمة جدا

- ضرورة إعداد الطلاب للتعامل مع التحدي الإعلامي المعاصر مما يتطلب مراجعة السياسات والمناهج التربوية وتطويرها.

- أصبحت التربية الإعلامية ضرورة ملحة لإعداد الأجيال في القرن الحادي والعشرين وهي عملية تكوين القدرة لدى الفرد على قراءة الرسالة الإعلامية وتحليلها ونقدها وتقويمها والمشاركة في إنتاجها في ضوء القيم الإسلامية.

- وفقا لعينة الدراسة فإن تفعيل التربية الإعلامية كموضوعات ضمن الأنشطة العامة في الجامعة أعلى درجة في الأهمية من تفعيلها كمقرر مستقل.

- وجود ضعف بين التربية والإعلام على المستوى التطبيقي.

-كشفت نتائج الدراسة الميدانية عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة أهمية التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية تعزى لمتغيري الدرجة العلمية والخبرة.

٢) دراسة جيدوري (٢٠١٣م): دواعي تمكين الشباب الجامعي من مواجهة التأثيرات السلبية للعولمة الإعلامية

هدفت الدراسة إلى نشر الوعي لدى طلاب المرحلة الجامعية بالتأثيرات السلبية للعولمة الإعلامية وتمكينهم من مواجهتها.

وقد نهجت الدراسة المنهج الوصفي المسحي واستخدمت الاستبانة أداةً لعينتها وتكونت الاستبانة من ١٨ فقرة وزعت على ٤ أبعاد وقد تكون مجتمع الدراسة من عينة عشوائية قوامها ١٧٤ عضو هيئة تدريس.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى موافقة أعضاء هيئة التدريس بدرجة كبيرة على جميع دواعي تمكين الشباب الجامعي من مواجهة التأثيرات السلبية للعولمة الإعلامية كما أظهرت نتائج الدراسة الميدانية عدم وجود فروق ذات دلالات إحصائية بين الذكور والإناث تعزى لمتغيرات الدراسة.

٣) دراسة العتيبي (٢٠١٣م): تطبيق التربية الإعلامية في الجامعات السعودية تصور مقترح

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهمية التربية الإعلامية لطلاب الجامعات السعودية والتعرف على الإمكانيات البشرية والمادية اللازمة لتطبيق التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر الطلاب كما هدفت إلى إعداد تصور مقترح لتطبيق التربية الإعلامية في الجامعات السعودية.

واستخدم الباحث أداة الاستبانة التي تم توزيعها على عينة من الطلاب المنتظمين في مرحلة البكالوريوس في خمس جامعات تمثل جغرافيا خمس مناطق بالمملكة العربية السعودية. كما استخدم أسلوب دلفاي مع مجموعة من الخبراء المهتمين بموضوع التربية الإعلامية من أعضاء هيئة التدريس الحاصلين على درجة الدكتوراه في أقسام وكليات الإعلام والتربية بالجامعات الخمس المذكورة.

واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. وقد تم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية التالية: التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعامل

ارتباط بيرسون ومعامل ارتباط ألفا كرونباخ واختبار تحليل التباين الأحادي واختبار (ت) واختبار شيفيه. وخلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

١-اتفق خبراء الدراسة بنهاية الجولات الثلاث وفق أسلوب دلفاي على أهمية التربية الإعلامية لطلاب الجامعات السعودية وذلك بنسبة إجماع بلغت ٩٦,٣٪.

٢-حصلت الإمكانيات البشرية اللازمة لتطبيق التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية على الموافقة من وجهة نظر الطلاب وذلك بنسبة ٧٨,٨٪

٣-حصلت الإمكانيات المادية اللازمة لتطبيق التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية على الموافقة من وجهة نظر الطلاب وذلك بنسبة ٨٢,٤٪

٤-قدمت الدراسة تصورا مقترحا لتطبيق التربية الإعلامية في الجامعات السعودية

٤) دراسة الخالدي وربابعة (٢٠١٧م): فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلام في جامعة اليرموك وعلى الفروقات في مستوى فاعلية التربية الإعلامية والتي تعزى لمتغير السنة الدراسية ونوع الجنس ومكان السكن.

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي. وتكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة تخصص الدعوة في جامعة اليرموك بمستوى السنة الثالثة والرابعة والبالغ عددهم ٤٢٠ طالبا. أما عينة الدراسة فتم اختيار ٢٠٩ طلاب من تخصص الدعوة والإعلام الإسلامي أي بنسبة ٥٠ % واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة وفقا للطريقة العشوائية الطبقية.

وفي نتائج الدراسة فقد استخدمت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار (ت) للإجابة عن أسئلة الدراسة حيث أشارت النتائج إلى أن مستوى فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك جاءت بمتوسطات تراوحت ما بين٣,٦١-٣.٧٩ حيث جاء مجال طرق تحقيق التربية الإعلامية في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ ٣,٧٩ بينما جاء في المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ ٣,٦١ وبلغ المتوسط الحسابي

للأداة ككل ٣,٦٩ وأشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية = a٠,٠٥ تعزى لأثر السنة الدراسية في جميع المجالات وفي الأداة ككل باستثناء مجال مبررات تفعيل التربية العملية وجاءت الفروق لصالح السنة الثالثة مع عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية = a٠,٠٥ تعزى لأثر الجنس في جميع المجالات وفي الأداة ككل.

٥) دراسة الهذلي (٢٠١٧م): التربية الإعلامية لدى طالبات جامعة الأمير سطام بن عبد العزيز من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع التربية الإعلامية والتعرف على أهم معوقات التربية الإعلامية. كما هدفت إلى التعرف على أهم المقترحات لتحقيق التربية الإعلامية.

وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي. وجاءت نتيجتها أن واقع التربية الإعلامية جاء بمتوسط حسابي منخفض ومتوسط. كما أظهرت نتائج الدراسة أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في جميع المجالات إلا أنه وجد فروق ذات دلالة إحصائية في واقع التربية الإعلامية بين فئة كلية التربية وكلية الآداب لصالح كلية التربية مع انتفاء وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المجالات جميعها لمتغير الكليات العلمية وكليات الصحة وكليات المجتمع. وفي مجال المقترحات جاءت النتيجة بمستوى متوسط ومرتفع.

٦) دراسة محمد (٢٠١٧م): متطلبات التطبيق التمكيني للتربية الإعلامية كمدخل للتعليم المستمر في المرحلة الجامعية الواقع والمأمول

هدفت الدراسة إلى الوصول إلى متطلبات التطبيق التمكيني للتربية الإعلامية كمدخل للتعليم المستمر في المرحلة الجامعية.

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي لتشخيص واقع تدريس طلاب الجامعة المتخصصين في التربية الإعلامية كما أُستخدم منهج التحليل المستقبلي متمثلا في أسلوب دلفاي.

وتمثلت عينة الدراسة من ٢٣ عضو هيئة تدريس من أساتذة الجامعة. واستُخدمت أداتين للدراسة الأولى: لتشخيص واقع الطلاب. أما الأداة الثانية فهي استبانة لمتطلبات التطبيق

التمكيني للتربية الإعلامية في شكل مقياس ثلاثي؛ وطبق على مجموعة من الخبراء الأكاديميين وفقا لأسلوب دلفاي.

وقد توصلت نتائج الدراسة إلى وجود قصور في المستوى المفهومي لأهداف وأهمية التربية الإعلامية لدى الطلاب بالجامعات. كما اتفقت عينة الدراسة على أن مقررات التربية الإعلامية التي قاموا بدراستها أكسبتهم المهارات بدرجة متوسطة مما يوضح حاجة الطلاب لمزيدٍ من التعليم وتنمية القدرات والتدريب على ممارسة مهارات التربية الإعلامية الأساسية.

٧) دراسة المدني (٢٠١٩م): استخدام الإعلام الجديد في نشر مفهوم التربية الإعلامية لدى الشباب الجامعي

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم التحديات التي تواجه استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية من وجهة نظر الطلاب الجامعي. كما هدفت الدراسة إلى أهمية وسائل الإعلام الجديد في نشر ثقافة التربية الإعلامية من وجهة نظر طلاب الجامعة.

واعتمدت الدراسة المنهج المسحي وقد مثل مجتمع الدراسة عينة من الطلاب الجامعيين (جامعة أم القرى وجامعة جدة). واستخدم الباحث أداة الاستبانة لجمع البيانات وفقا للمنهج الوصفي المسحي.

وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أهمية وسائل الإعلام الجديد في نشر ثقافة التربية الإعلامية وجاءت بدرجة مهمة في كل من تعزيز أهمية وقيمة التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد. وفي الفروق ذات الدلالات الإحصائية بين متوسطات الطلاب جاءت فارق كثافة التعرض لوسائل الإعلام الجديد لصالح مرتفعي ومتوسطي كثافة التعرض.

٨) دراسة منصور(٢٠١٩م): تنمية مهارات التربية الإعلامية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بناء على الخبرة التدريسية لأساتذة الإعلام في الجامعات السعودية

هدفت الدراسة إلى التعرف على أساليب ومهارات التربية الإعلامية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بناءً على الخبرة التدريسية لأساتذة الإعلام في لجامعات لسعودية، وتحديدا أساليب تنمية مهارات النقد والإنتاج الإعلامي لدى الطلبة. كما هدفت إلى التعرف على

درجة تطبيق الأساتذة لتلك الأساليب والصعوبات التي تواجههم، وتأثير متغيرات النوع والخبرة الأكاديمية والتخصص على اعتماد الأساتذة لتلك الأساليب.

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي. وتكوَّن مجتمع الدراسة من أساتذة الإعلام في الجامعات السعودية وتمثلت عينتها من ٣٥ عضوا من أعضاء هيئة التدريس.

وقد توصلت الدراسة في نتيجتها إلى أهمية شبكات التواصل في تنمية مهارات التربية الإعلامية.

٩) دراسة الحبيّب (٢٠٢٠م): إسهام الأقسام التربوية في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في تفعيل التربية الإعلامية لدى طلاب وطالبات الدراسات العليا في ظل عولمة القيم

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى إسهام الأقسام التربوية في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في تفعيل التربية الإعلامية لدى طلاب وطالبات الدراسات العليا في ظل عولمة القيم.

وقد انتهجت الدراسة المنهج الوصفي المسحي. وتشكَّل مجتمع الدراسة من طلاب وطالبات الدكتوراه في الأقسام التربوية. وتكونت العينة من ١٤٨ طالبا وطالبة مثلت مجتمع الدراسة. وقد استخدم الباحث ـ لجمع بياناته ـ أداة الاستبانة وفقا للمنهج المسحي.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أنه لم يتم إفراد التربية الإعلامية بمقرر مستقل ولم يتم تنظيم أي برنامج تدريبي حول التربية الإعلامية للطلاب والطالبات.

كما أظهرت نتائج الدراسة بروز معوقات تحد من إسهام الأقسام التربوية بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في تفعيل التربية الإعلامية لدى طلاب وطالبات الدراسات العليا بسبب غياب التعاون المؤسسي بين الأقسام التربوية وكليات الإعلام في مجال التربية الإعلامية.

التعقيب على الدراسات السابقة:

– كشفت نتائج الدراسات السابقة عن أهمية التربية الإعلامية؛ ففي دراسة الخيري (٢٠٠٩م) وديوب (٢٠١١م) والعتيبي (٢٠١٣م) والمدني (٢٠١٩م) جاءت أهمية التربية الإعلامية بدرجة عالية.

– أما معوقات التربية الإعلامية فجاءت دراسة الدرعان (٢٠١٦م) بدرجة عالية وبمتوسط حسابي ٢,٦٨ من ٤ درجات.

– أظهرت دراسة الحبيب (٢٠٢٠م) أن معوقات التربية الإعلامية تكمن في غياب التعاون المؤسسي بين الأقسام التربوية وكليات الإعلام في مجال التربية الإعلامية.

– وظفت الدراسات السابقة المنهج الوصفي وفقا للإحصائية التالية:

المحور الأول:

أ) استخدمت ٦ دراسات المنهج التحليلي.

ب) استخدمت ٤ دراسات المنهج المسحي.

ج) استخدمت دراسة الدرعان (٢٠١٦م) المنهج المقارن بجانب المنهج المسحي، واستخدمت دراسة العميري/المقاطي (٢٠١٨م) المنهج التحليلي بالإضافة للمنهج المسحي.

المحور الثاني:

أ) استخدمت ٨ دراسات المنهج المسحي.

ب) استخدمت دراسة واحدة المنهج التحليلي.

ج) استخدمت دراسة الخيري (٢٠٠٩م) المنهج الوثائقي بجانب المنهج المسحي.

أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

- تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في الأطر المعرفية للتربية الإعلامية إلا أن الدراسة الحالية تختلف عن الدراسات السابقة بالمتغير المرتبط وهو التربية الإسلامية.

- تتفق الدراسة الحالية مع دراسة الخيري (٢٠٠٩م) في منهجية الدراسة.

- تتفق الدراسة الحالية مع دراسة كل من: العتيبي (٢٠١٣م)، ودراسة الصعب (٢٠١٣م)، ودراسة الدرعان (٢٠١٦م)، ودراسة حريري (٢٠١٩م) في بناء تصور مقترح.

- تتفق الدراسة الحالية في مجتمع الدراسة مع دراسة جيدوري (٢٠١٣م)، ودراسة محمد (٢٠١٧م)، ودراسة الهذلي (٢٠١٧م) ودراسة منصور (٢٠١٩م)

أوجه الاتفاق والاختلاف في دوائر العينات:

- تشترك الدراسة الحالية في عينتها مع دراسة كل من: الخيري، ودراسة جيدوري، ودراسة الهذلي، ودراسة محمد، ودراسة منصور؛ إذ تم تطبيق دراساتهم على عينة أكاديمية من أعضاء هيئة التدريس.

- في حين اتفقت عيّنة دراسة الدرعان، ودراسة الصعب، ودراسة البلوي، ودراسة القرني، ودراسة الجعد/الأسمري؛ إذ تم تطبيق دراساتهم على عينة من المعلمين والمعلمات في التعليم العام.

- اتفقت عيّنة دراسة ديوب، والعتيبي، ودراسة الخالدي/ربابعة، ودراسة المدني، ودراسة الحبيّب، ودراسة محمد؛ إذ تم تطبيق دراساتهم على عينة من طلاب وطالبات المرحلة الجامعية.

- استخدمت جميع الدراسات السابقة أداة الاستبانة لجمع البيانات باستثناء دراسة العميري/المقاطي حيث استخدمت بطاقة تحليل المحتوى.

- تختلف الدراسة الحالية عن دراسة الخيري، والعتيبي، والخالدي، والمدني، والحبيب أن عينة الدراسة الحالية من أعضاء هيئة التدريس بَيدَ أن الدراسات السابقة عينتها من طلاب البكالوريوس.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفادت الدراسة الحالية مما سبقها من دراسات إذ حاولت توظيف الجهود السابقة للوصول إلى مشكلة الدراسة وستحاول المعالجة بشكل شمولي، إضافة إلى الاستفادة من الدراسات السابقة في جوانبها المعرفية وإثرائها المفاهيمي، وبناء الإطار النظري للدراسة الحالية.

- أسهمت الدراسات السابقة في إعانة الباحث على اختيار المنهج المناسب للدراسة الحالية.

- استفادت الدراسة الحالية من نتائج وتوصيات الدراسات السابقة في دعم مشكلة الدراسة.

- استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في التصور العام للإطار النظري.

- استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في تصميم أداة الاستبانة.

جدول مختصر الدراسات السابقة:

في الجدول التالي جمعا واختصارا للدراسات السابقة بمحوريها وتشتمل على أهداف الدراسة ومناهجها وعدد أفراد العينة، إضافة إلى نوع الأداة المستخدمة في الدراسة الميدانية وهي على النحو التالي:

المحور الأول: التربية الإعلامية في التعليم العام					
اسم الباحث	هدف الدراسة	منهجها	عدد أفراد العينة	نوع الأداة	نتائج الدراسة
دراسة ديوب (٢٠١١م)	التعرف على درجة أهمية تفعيل التربية الإعلامية في مرحلة التعليم الأساسي من وجهة نظر طلاب كلية التربية في جامعة الفرات	التحليلي	٤٠٠ طالب	استبانة	جاءت أهمية تفعيل التربية الإعلامية في مرحلة التعليم الأساسي بدرجة مهمة جدا
دراسة البلوي (٢٠١٣م)	بيان مدى تحقيق المدرسة الثانوية للتربية الإعلامية من خلال العملية التعليمية	المسحي		استبانة	– مسؤولية المعلم والإدارة المدرسية والنشاط غير الصفي في تحقيق التربية الإعلامية جاءت بدرجة كبيرة – مسؤولية المنهج الدراسي جاء بدرجة متوسطة
دراسة الصعب (٢٠١٣م)	التعرف على واقع ومعوقات دور المدرسة الثانوية في التربية الإعلامية من وجهة نظر المعلمين والمعلمات	التحليلي	٣٢٠ معلما ومعلمة	استبانة	أظهرت الدراسة قصورا في دور المدرسة الثانوية في تحقيق التربية الإعلامية من وجهة نظر عينة الدراسة
دراسة الدرعان (٢٠١٦م)	التعرف على أبرز التجارب العالمية للتربية الإعلامية في التعليم العام	المسحي		استبانة	–ضعف واقع الوعي بمفهوم التربية الإعلامية في المرحلة الثانوية للبنات نفذت تطبيقات التربية الإعلامية في الواقع بدرجة متوسطة.

اسم الباحث	هدف الدراسة	منهجها	عدد أفراد العينة	نوع الأداة	نتائج الدراسة
دراسة العميري والمقاطي (٢٠١٨م)	بناء مصفوفة المدى والتتابع لتوزيع المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية في صفوف التعليم العام	التحليلي والمسحي	٢٠٣ مشرفون/ت معلمون/ت	بطاقة تحليل المحتوى	كشفت نتائج تحليل المحتوى عن انخفاض شديد في تضمين المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية
دراسة الجعد والأسمري (٢٠١٨م)	التعرف على معوقات تطبيق التربية الإعلامية على طالبات المرحلة المتوسطة	المسحي	٥١٩ معلمة	استبانة	ضرورة إعداد الطالبات للتعامل مع الوسائل الإعلامية المختلفة لتنمية مهارات الدخول للرسائل الإعلامية
دراسة الخيون (٢٠١٨م)	أكدت الدراسة على ضرورة موضوع التربية الإعلامية كمنهج يدرس في المراحل التعليمية.	–	–	–	ضرورة اعتماد التربية الإعلامية كمقرر دراسي في جميع المراحل التعليمية
دراسة القرني (٢٠١٩م)	الكشف عن موضوعات التربية الإعلامية في المناهج الدراسية	التحليلي			تقدم المناهج الدراسية موضوعات متفرقة للتربية الإعلامية معتمدة على المدخل التكاملي في جميع المراحل التعليمية
دراسة حريري (٢٠١٩م)	التعرف على الخبرات الدولية في مجال التربية الإعلامية	التحليلي			توصلت الدراسة إلى ضرورة التربية الإعلامية للأجيال لمواجهة التحديات الإعلامية والثقافية.
دراسة الحسن (٢٠٢١م)	هدفت الدراسة إلى وضع تصورٍ مقترحٍ لتفعيل التربية الإعلامية في مدارس التعليم العام في ضوء خبرات وتجارب بعض الدول المتقدمة	المسحي	٦٤١ معلما ومعلمة	استبانة	– تحققت التربية الإعلامية في مدارس التعليم العام بدرجة متوسطة. – ثمة متطلبات إدارية وتنظيمية وبشرية ومادية يجب توافرها في المدارس لتفعيل التربية الإعلامية.

المحور الثاني: التربية الإعلامية في التعليم الجامعي					
اسم الباحث	هدف الدراسة	منهجها	عدد أفراد العينة	نوع الأداة	نتائج الدراسة
دراسة الخيري (٢٠٠٩م)	التعرف على درجة أهمية تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية	الوثائقي والمسحي	–	استبانة	وجود ضعف بين التربية والإعلام على المستوى التطبيقي
دراسة جيدوري (٢٠١٣م)	نشر الوعي لدى طلاب المرحلة الجامعية بالتأثيرات السلبية للعولمة الإعلامية وتمكينهم من مواجهتها	المسحي	١٧٤ أكاديميا	استبانة	جاءت موافقة أعضاء هيئة التدريس على جميع دواعي تمكين الشباب الجامعي من مواجهة التأثيرات السلبية للعولمة الإعلامية بدرجة كبيرة
دراسة العتيبي (٢٠١٣م)	التعرف على أهمية التربية الإعلامية لطلاب الجامعات السعودية	التحليلي		استبانة	توصلت الدراسة إلى نسبة الإمكانيات البشرية اللازمة لتطبيق التربية الإعلامية بنسبة ٧٨,٨٪ والإمكانيات المادية اللازمة بنسبة ٨٢,٤٪
دراسة الخالدي وربابعة (٢٠١٧م):	التعرف على مستوى فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلام في جامعة اليرموك	المسحي	٤٢٠ طالبا	استبانة	أشارت النتائج إلى أن مستوى فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك ما بين ٣,٦١-٣,٧٩ إذ جاء طرائق تحقيق التربية الإعلامية بأعلى مستوى حسابي ٣,٧٩

اسم الباحث	هدف الدراسة	منهجها	عدد أفراد العينة	نوع الأداة	نتائج الدراسة
دراسة الهذلي (٢٠١٧م)	التعرف على واقع التربية الإعلامية، وعلى أهم معوقاتها	المسحي		استبانة	جاء واقع التربية الإعلامية بمتوسط حسابي منخفض
دراسة محمد (٢٠١٧م)	الوصول إلى متطلبات التطبيق التمكيني للتربية الإعلامية كمدخل للتعليم المستمر في المرحلة الجامعية.	المسحي	٢٣ أكاديميا	استبانة	توصلت الدراسة إلى ضعف المستوى لدى طلاب الجامعة في إدراك مفهوم وأهداف وأهمية التربية الإعلامية
دراسة المدني (٢٠١٩م)	التعرف على أهم التحديات التي تواجه استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية من وجهة نظر الطلاب الجامعي	المسحي	–	استبانة	جاءت أهمية وسائل الإعلام الجديد في نشر ثقافة التربية الإعلامية بدرجة مهمة في كل من تعزيز أهمية وقيمة التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد
دراسة منصور(٢٠١٩م)	التعرف على أساليب ومهارات التربية الإعلامية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي	المسحي	٣٥ أكاديميا	استبانة	جاءت أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مهارات التربية الإعلامية بدرجة مهمة جدا
دراسة الحبيّب (٢٠٢٠م)	التعرف على مدى إسهام الأقسام التربوية في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في تفعيل التربية الإعلامية لدى طلاب وطالبات الدراسات العليا في ظل عولمة القيم.	المسحي	١٤٨ طالب وطالبة دكتوراه	استبانة	غياب التعاون المؤسسي بين الأقسام التربوية وكليات الإعلام في مجال التربية الإعلامية.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة وإجراءاتها

الفصل الثالث

منهجية الدراسة وإجراءاتها

مدخل:

سيتناول هذا الفصل منهجية الدراسة والخطوات التي ستجيب عنها أسئلة البحث، ومجتمع الدراسة، وعينتها، ثم أدوات الدراسة وإجراءاتها من خلال أداة الاستبانة باستخدام الأساليب الإحصائية لمعالجة وتحليل وتفسير البيانات ثم أخيرا بناء التصور المقترح.

وبناءً على ذلك فتتحدد الخطوات المنهجية في التالي:

أولا: منهج الدراسة:

تعني منهجية الدراسة: بأنها الطرائق والإجراءات العلمية التي يتبعها الباحث بعد تحديد مشكلة بحثه، وإكمال مراجعة الأدب النظري، والدراسات السابقة ذات الصلة، وتحديد المنهجية العلمية التي سيستخدمها في البحث العلي. أو هي الطرائق والإجراءات التي سيستخدمها للإجابة عن التساؤلات الخاصة بمشكلة دراسته. (النعيمي،٢٠١٥م)

وقد اعتمد الباحث في منهجية الدراسة على منهجين:

(أ) المنهج الوصفي الوثائقي:

وهي ما استندت عليه الدراسة حاليا في الأدبيات النظرية من كتب، وبحوث، ودراسات، ورسائل علمية ذات علاقة بموضوع الدراسة؛ ونتيجة لذلك؛ استخدمت الدراسة في جوانبها النظرية، المنهج الوصفي الوثائقي من خلال الإجابة عن السؤالين الأول والثاني.

ويُعرِّف العساف المنهج الوثائقي بأنه "هو المنهج الذي يُطبَّق، عندما يراد إجابة سؤال عن الحاضر، من خلال المصادر المعاصرة، أساسية كانت، أم ثانوية "

وأجاب الباحث عن أسئلة الإطار النظري من خلال السؤالين الأول والثاني:

(١) الإجابة عن السؤال الأول: ما ملامح التربية الإعلامية في ضوء التربية الإسلامية؟

وحين ملائمة المنهج الوصفي الوثائقي للإجابة عن السؤالين الأول والثاني فإن الباحث وظّف هذا المنهج في إعداد وبناء الإطار الفلسفي للتربية الإعلامية من حيث: نشأة التربية

الإعلامية، ومفهومها، والأهمية والأهداف، وأسس التربية الإعلامية في ضوء التربية الإسلامية، ومهارات وكفايات التربية الإعلامية في ضوء التربية الإسلامية ومداخلها الفلسفية والمنهجية، ونظرياتها الفلسفية وأبرز التحديات التي تواجه التربية الإعلامية، والمعوقات التي تحول عن تفعيل التربية الإعلامية بالمؤسسات التعليمية. والمدخل العام للإعلام بنوعيه التقليدي والجديد.

(٢) الإجابة عن السؤال الثاني: ما أبرز التجارب العالمية في مجال التربية الإعلامية في الجامعات؟

وللإجابة عن السؤال الثاني، استعرضت الدراسة أبرز الاتجاهات والتجارب والخبرات العالمية للدول السبَّاقة في مجال التربية الإعلامية لدولة كندا، فنلندا، المملكة المتحدة، الولايات المتحدة الأمريكية، وقد تم استعراض البدايات الأولى لتأسيس التربية الإعلامية لكل دولة.

كما عرضت الدراسة أبرز الأهداف، والمهارات، وأساليب تطبيق التربية الإعلامية لكل دولة. بالإضافة إلى أهم المبادرات التي قامت به دولة كندا، والمملكة المتحدة. مع إبراز أهم المداخل الفلسفية المطبقة في كل الدول المدروسة.

وقد عقد الباحث نظرة مقارنة لخبرات وتجارب الدول موضع الدراسة للوقوف على الاتفاق والاختلاف بين الدول من حيث تطبيقات التربية الإعلامية لكل دولة.

(ب) المنهج الوصفي المسحي:

تم جمع البيانات الأولية من خلال الاستبانة كأداة رئيسية للدراسة، وتفريغها وتحليلها باستخدام برنامج SPSS الإحصائي واستخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة.

واتبعت الدراسة المنهج الوصفي المسحي والذي عرَّفه العساف (١٩٩٥م) بأنه: "نوع من البحوث والتي تتم بواسطة استجواب جميع أفراد مجتمع البحث أو عينة كبيرة منهم، وذلك بهدف وصف الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها فقط، دون أن يتجاوز ذلك إلى دراسة العلاقة أو استنتاج الأسباب". (ص،١٨٩)

وأجاب الباحث عن أسئلة المنهج المسحي وفقا للخطوات التالية:

الخطوة الأولى: الإجابة عن السؤال الثالث: ما واقع تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس؟

وللإجابة عن السؤال الثالث فإن الباحث وظّف المنهج الوصفي المسحي للكشف عن واقع تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس ومن في حكمهم من خلال بناء استبانةٍ في صورةٍ أوليةٍ؛ وبعد عرضها على (٢٠) محكما، أبدوا مشكورين بملحوظاتهم وآرائهم، وقد استفاد الباحث من تصويباتهم وإضافاتهم، إذ أُخذت هذه الملحوظات بمحل من الاهتمام والتقدير؛ وبعد تصحيح الاستبانة وتنقيحها والأخذ بالتعديلات اللازمة، خرجت أداة الدراسة بصورتها النهائية. انظر ملحق رقم (٣)، وانظر ملحق رقم (٢) لمحكمي أداة كشف واقع تفعيل التربية الإعلامية.

وقد قُسّمت الأداة إلى محورين:

المحور الأول: المحور الأول: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال الأبعاد التالية:

- **البعد الأول**: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال أعضاء هيئة التدريس، وتكون من (١٢) عبارة.
- **البعد الثاني**: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال الأنشطة الطلابية، وتكون من (٤) عبارات
- **البعد الثالث**: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال المقررات الدراسية وتكون من (٥) عبارات
- **البعد الرابع**: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال البحث العلمي، وتكون من (٧) عبارات

المحور الثاني: المعوقات التي تحد من تفعيل التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس.

وقد احتوت على (١٠) معوقات شاركها عينة الدراسة من وجهة نظرهم.

الخطوة الثانية: الإجابة عن السؤال الرابع: ما المتطلبات اللازمة لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية من وجهة نظر الخبراء؟

وأما بالتعرف على متطلبات التربية الإعلامية بالجامعات السعودية فإن الدراسة أجابت عن سؤالها الرابع، من خلال إقامة ندوةٍ علميةٍ شارك فيها مجموعة من الخبراء بتخصصي التربية والإعلام ممن يحمل درجة أستاذ مساعد فأعلى. كما شارك كتابةً عدد من الخبراء بإبداء وجهة نظرهم بمتطلبات تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية.

الخطوة الثالثة: الإجابة عن السؤال الخامس: ما التصور المقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية من وجهة نظر الخبراء؟

وللإجابة عن السؤال الخامس، وبعد الاستعراض الشامل لإطار الدراسة النظري، وتجارب وخبرات الدول العالمية، في مجال التربية الإعلامية، وما توصلت إليه الدراسة الميدانية، من نتائج، وما عرضه الخبراء، من متطلباتٍ للتربية الإعلامية؛ فقد شرع الباحث ببناءِ تصورٍ مقترحٍ لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية حيث اشتمل على خمسة محاور:

أولا: المنطلقات العامة للتصور المقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية ثانيا: أهداف التربية الإعلامية ثالثا: آلية تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية رابعا: متطلبات تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية خامسا: معوقات تفعيل التربية الإعلامية

وبعد تصميم وبناء نموذج التصور المقترح، تم عرضه على مجموعة من الخبراء في تخصصي التربية والإعلام وعددهم (٢٥) خبيرا. في مختلف تخصصات التربية والإعلام بواقع (١٦) خبيرا في تخصصات التربية و (٩) خبراء في مختلف تخصصات الإعلام. انظر ملحق رقم (٦)

وقد طبق الباحث التصور المقترح مستخدما أسلوب دلفاي؛ ولكونه جاء باتفاق غالبية الخبراء المحكمين، إذ تجاوزت نسبة اتفاقهم ٩٢٪، فقد اكتفى الباحث بجولةٍ واحدةٍ.

ثانيا: مجتمع الدراسة:

يعرف عبيدات (١٩٨٤م) مجتمع الدراسة بأنه: "جميع الأفراد أو الأشخاص الذين يكونون موضوع مشكلة البحث" وقد قام الباحث بتطبيق دراسته على عينة عشوائية ممثلة من أعضاء هيئة التدريس ومن في حكمهم بكليات وأقسام التربية والإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، جامعة أم القرى، جامعة حائل، الجامعة السعودية الإلكترونية.

ولما كان متغيرات الموضوع وما تقتضيه طبيعة الدراسة من أخذ عينة مسحية تشتمل على أعضاء هيئة التدريس ومن في حكمهم؛ فإن مجتمع الدراسة تكوَّن من:

جدول (١)

إحصائية أعضاء هيئة التدريس ومن في حكمهم*

الجامعة	التخصص	عدد أعضاء هيئة التدريس
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية	التربية	١٦٦
	الإعلام	١٢٣
جامعة أم القرى	التربية	٢٨٠
	الإعلام	٥٨
جامعة حائل	التربية	١٦٦
	الإعلام	٧
الجامعة الإلكترونية	قسم الإعلام الرقمي	٣٦
المجموع		٨٣٦

(*) إحصائية مواقع الجامعات السعودية

ثالثا: عينة الدراسة:

(أ) قام الباحث بتطبيق دراسته على عينة عشوائية بسيطة. وقد تم تطبيق معادلة روبيرت ماسون (Robert Mason) لحساب عينة الدراسة من مجتمع أعضاء هيئة التدريس ومن في حكمهم بكليات وأقسام التربية والإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، جامعة أم القرى، جامعة حائل، الجامعة السعودية الإلكترونية. وقد مثلت أفراد العينة والبالغ عددها (٢٦٤) من مجتمع الدراسة الكلي والبالغ عددها (٨٣٦) وقد استُبعدت (٣) استجابات لعدم اكتمال بياناتها والإبقاء على (٢٦١) عينةٍ من عينات الدراسة، في أقسام التربية والإعلام بالجامعات المحددة.

(ب) تكونت عينة الخبراء ممن يحمل درجة أستاذ مساعد فأعلى بكليات وأقسام التربية والإعلام من أعضاء هيئة التدريس بالجامعات السعودية.

(ج) خصائص أفراد عينة الدراسة:

عُرضت خصائص أفراد العينة وفقا للمتغيرات التالية: (الجامعة – التخصص – الرتبة العلمية – سنوات الخبرة) وقد جاءت التكرارات والنسب المئوية لمتغيرات الدراسة وفقا للجدول التالي:

جدول (٢)

توزيع استجابات عينة الدراسة

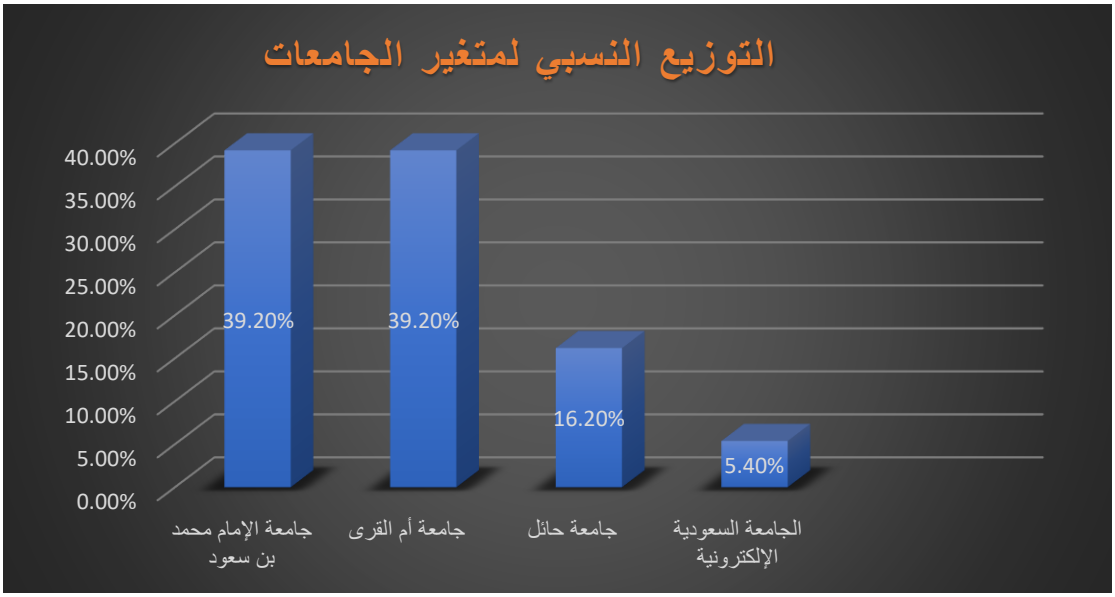
المتغير	البيان	التكرار	النسبة المئوية
الجامعة	جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية	١٠٢	٪٣٩,١
	جامعة أم القرى	١٠٢	٪٣٩,١
	جامعة حائل	٤٢	٪١٦,١
	الجامعة السعودية الإلكترونية	١٥	٪٥,٧
التخصص	تربية	١٨٥	٪٧٠,٩
	إعلام/اتصال	٧٦	٪٢٩,١

المتغير	البيان	التكرار	النسبة المئوية
الرتبة العلمية	أستاذ	١٦	٦,١٪
	أستاذ مشارك	٤٠	١٥,٣٪
	أستاذ مساعد	٥٣	٢٠,٣٪
	محاضر	٦٩	٢٦,٤٪
	معيد	٨٣	٣١,٨٪
سنوات الخبرة	أقل من ٥ سنوات	٨٣	٣١,٨٪
	٥ – ١٠ سنوات	٨١	٣١,٠٪
	أكثر من ١٠ سنوات	٩٧	٣٧,٢٪
المجموع		**٢٦١**	**١٠٠٪**

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

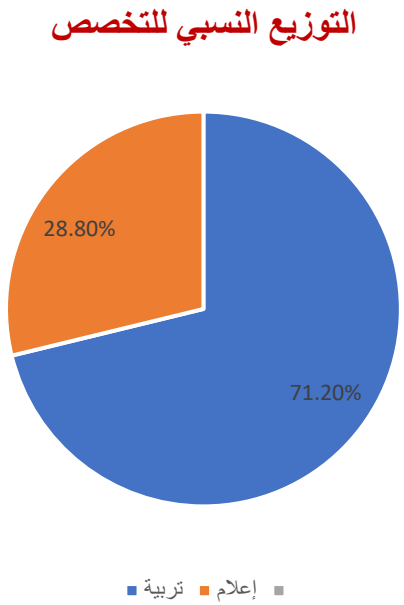
- **الجامعة:** كانت النسبة الأكبر من عينة الدراسة من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية وجامعة أم القرى، حيث بلغت نسبتهم ٣٩,١٪ من حجم العينة لكل منهما، ويعزى ذلك للعدد الأكبر من إحصائية أعضاء هيئة التدريس بالجامعتين خاصة في تخصص التربية بجميع أقسامه، يليها أعضاء هيئة التدريس من جامعة حائل، حيث بلغت نسبتهم ١٦,١٪ من حجم عينة الدراسة في حين جاءت نسبة أعضاء هيئة التدريس بالجامعة السعودية الإلكترونية بنسبة ٥,٧٪ وهي النسبة الأقل من أعضاء هيئة التدريس.

شكل (١)



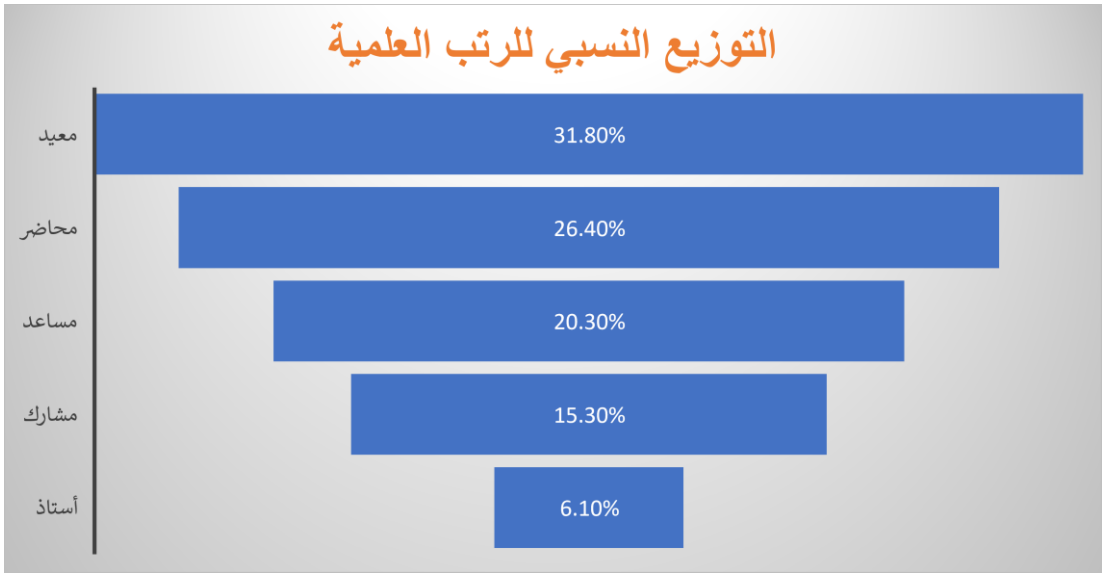
- **التخصص**: جاءت النسبة الأكبر من عينة الدراسة من تخصص التربية، حيث بلغت نسبتهم ٧٠,٩٪ من حجم عينة الدراسة، في حين كانت النسبة الأقل من تخصص الإعلام بنسبة ٢٩,١٪ من حجم عينة الدراسة. ويعود ذلك للفارق العددي بين أعضاء هيئة التدريس بتخصص التربية والإعلام؛ فوفقا لإحصائية الدراسة فإن أعداد أساتذة التربية بالجامعات المحددة بالدراسة الحالية على النحو التالي: انظر الجدول رقم (١)

شكل (٢)



- **الرتب العلمية:** جاءت عينة الدراسة من المعيدين وهي النسبة الأكبر، حيث بلغت نسبتهم ٣١,٨٪ من حجم العينة، فيما المحاضرين بنسبة ٢٦,٤٪، ثم للمساعدين بنسبة ٢٠,٣٪ يليهم المشاركون بنسبة ١٥,٣٪، في حين كانت النسبة الأقل للأساتذة بنسبة ٦,١٪ من حجم العينة.

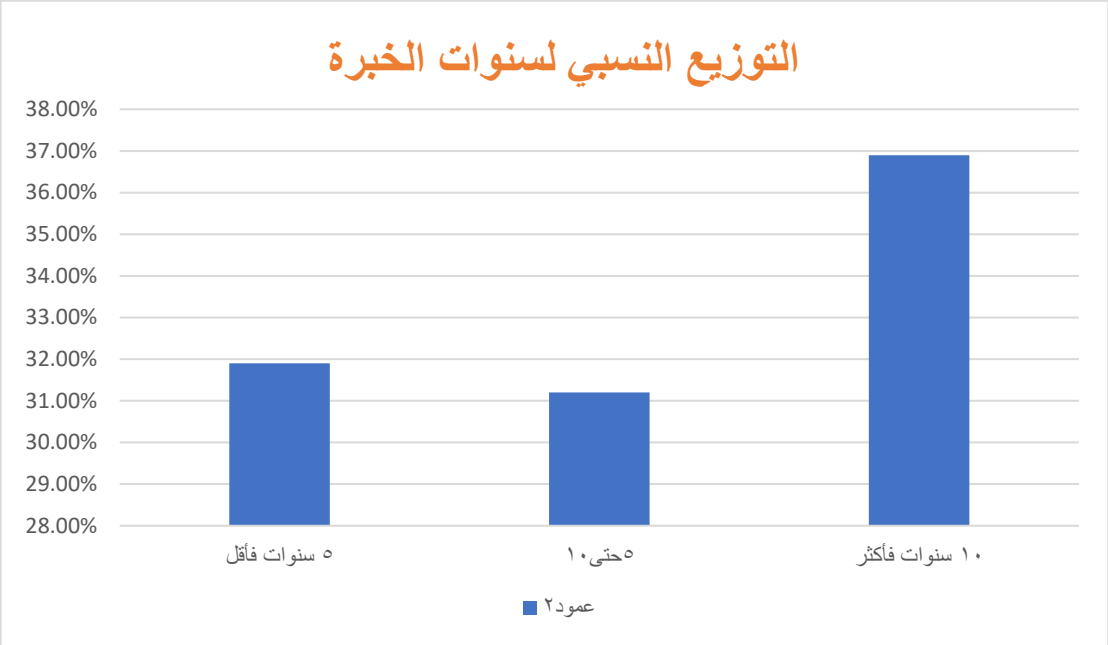
شكل (٣)



-

– **سنوات الخبرة**: كانت النسبة الأكبر من عينة الدراسة للذين زادت سنوات خبرتهم عن ١٠ سنوات حيث بلغت نسبتهم ٣٧,٢٪ من حجم عينة الدراسة، يليها من قلت سنوات خبرتهم عن ٥ سنوات بنسبة ٣١,٨٪، في حين كانت النسبة الأقل للذين تراوحت سنوات خبرتهم ما بين ٥ سنوات إلى ١٠ سنوات بنسبة ٣١,٠٪ من حجم عينة الدراسة.

شكل (٤)



رابعا: أدوات الدراسة وإجراءاتها:

– الاستبانة:

بالنظر إلى طبيعة الدراسة وتحقيقا لأهدافها، والتي تستلزم جمع المعلومات المباشرة من الميدان وتحليلها؛ إذ وظف الباحث الأسلوب المسحي، مستخدما أداة الاستبانة للكشف عن واقع التربية الإعلامية بالجامعات السعودية بناء على:

أولا: إعداد الاستبانة في صورتها الأولية من خلال:

جمع البيانات باستخدام أداة الدراسة والتي تم إعدادها بمراجعة الإطار النظري والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، والاستفادة منها في بناء أداة الدراسة وصياغة عباراتها؛ ومن ثم إعداد الاستبانة في صورتها الأولية من أجل تطبيقها لجمع البيانات والمعلومات.

ثانيا: عرض الباحث الاستبانة على مجموعة من المحكمين، وقد أبدوا مشكورين بملحوظاتهم ومقترحاتهم وتصويباتهم ورأيهم حول صياغة الاستبانة وتقسيمها وعباراتها ومحاورها، والتي كانت محل اهتمامٍ ونظرٍ لدى الباحث مما قوّمت ملحوظاتهم وعدّلت تصويباتهم عبارات الاستبانة فلهم الشكر الجزيل. وقد خرجت الاستبانة في صورتها النهائية بالنحو التالي:

المحور الأول: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس:

البعد الأول: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال أعضاء هيئة التدريس:

- تعديل عبارات الفقرة ٨ وتوضيحها بحيث لا تحتمل أكثر من معنى.

البعد الثاني: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال الأنشطة الطلابية:

- تم حذف فقرتين من ٦ فقرات في المحور الأول من البعد الثاني.

- تعديل الفقرات التي تضمنت الجامعات إلى الأقسام العلمية وذلك لقرب عضو هيئة التدريس من قسمه وعلمه بما يقام ويدور فيه.

البعد الرابع: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال البحث العلمي:

- تعديل الفقرات التي تضمنت الجامعة إلى القسم العلمي.

- زيادة العبارة الثالثة (يقدم القسم العلمي دورات تطويرية في بناء مهارات التفكير الناقد لدى الطلبة)

- زيادة العبارة الرابعة (يهتم القسم العلمي بإقامة ورش عمل للطلبة لتدريبهم على القراءة الواعية للرسائل الإعلامية)

المحور الثاني: المعوقات التي تحد من تفعيل التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس:

- تعديل العبارة التاسعة وترتيب صياغتها واختصار عباراتها.

ثالثا: إظهار الاستبانة ــ بعد عرضها وتحكيمها ـ في صورتها النهائية. انظر ملحق رقم (٣)

وقد انقسمت أداة الدراسة إلى قسمين:

(أ) القسم الأول: خصائص أفراد العينة (البيانات الأولية) وتضمنت:

الجامعة:

○ جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ○ جامعة أم القرى

○ جامعة حائل ○ الجامعة السعودية الإلكترونية

التخصص:

○ تربية ○ إعلام

الرتبة العلمية:

○ أستاذ ○ أستاذ مشارك ○ أستاذ مساعد

○ محاضر ○ معيد

سنوات الخبرة:

○ أقل من ٥ سنوات ○ ٥ – ١٠ سنوات ○ أكثر من ١٠ سنوات

(ب) القسم الثاني: محاور الاستبانة إذ توزعت عبارات الاستبانة على (٣٨) فقرة موزعة على محورين رئيسيين:

المحور الأول: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال الأبعاد التالية:

- **البعد الأول**: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال أعضاء هيئة التدريس، وتكون من (١٢) عبارة.
- **البعد الثاني**: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال الأنشطة الطلابية، وتكون من (٤) عبارات
- **البعد الثالث**: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال المقررات الدراسية وتكون من (٥) عبارات
- **البعد الرابع**: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال البحث العلمي، وتكون من (٧) عبارات

المحور الثاني: المعوقات التي تحد من تفعيل التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس وتكونت من (١٠) عبارات.

رابعا: تم توزيع الاستبانة إلكترونيا على مجتمع الدراسة لجمع البيانات اللازمة.

خامسا: أداة تحليل البيانات:

تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS لتحليل البيانات التي تم جمعها باستخدام أداة الدراسة.

سادسا: تصحيح أداة الدراسة:

تم اعتماد مقياس ليكرت Likert الخماسي للإجابة عن عبارات الاستبانة حيث اتُّخذت درجة الموافقة في العبارات (كبيرة جدا، كبيرة، متوسطة، قليلة، قليلة جدا)؛ ولتحديد مستوى الموافقة

لأفراد العينة على عبارات الاستبانة؛ تم اعتماد قيمة الوسط الحسابي المرجّح لكل عبارة بشكل أساسي وفقا للمعادلة بالجدول التالي:

جدول (٣)

تصنيف مقياس ليكرت الخماسي

التصنيف	قليلة جدا	قليلة	متوسطة	كبيرة	كبيرة جدا
الدرجة	١	٢	٣	٤	٥
الوسط الحسابي	١-١,٨٠	١,٨٠ -٢,٦٠	٢,٦١ -٣,٤٠	٣,٤١ - ٤,٢٠	٤,٢١-٥

سابعا: صدق أداة الدراسة:

قام الباحث بالتأكد من صدق وثبات الاستبانة من خلال:

١. **الصدق الظاهري:** عرض الباحث الاستبانة على مجموعة من المحكمين عددهم (٢٠) محكما من المتخصصين في التربية والإعلام. بواقع (١٣) من تخصص التربية و (٧) من تخصص الإعلام بمختلف جامعات المملكة العربية السعودية، وقد استفاد الباحث من آراء وملحوظات ومقترحات المحكمين وقام بإجراء ما يلزم في ضوء المقترحات المقدمة؛ وبذلك خرجت الاستبانة في صورتها النهائية.

٢. **صدق المقياس: من خلال:**

(أ) **الاتساق الداخلي:**

قام الباحث بحساب الاتساق الداخلي للاستبانة وذلك من خلال حساب معامل الارتباط بين كل بند من محاور الاستبانة الرئيسي والدرجة الكلية للمحور نفسه كما سيتضح من خلال:

(أ) الاتساق الداخلي لعبارات المحور الأول: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية

البعد الأول: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال أعضاء هيئة التدريس

جدول (٤)

معامل الارتباط لواقع التربية الإعلامية من خلال أعضاء هيئة التدريس

م	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
١	يوظف الأستاذ الجامعي الوسائل التقنية وشبكات التواصل الاجتماعي مع الطلبة في العملية التعليمية	٠,٧٣٦**	٠,٠٠٠
٢	يزود الأستاذ الجامعي طلبته بالمعلومات والمعارف لفهم فلسفة الرسالة الإعلامية	٠,٧٥٤**	٠,٠٠٠
٣	يعزز الأستاذ الجامعي لدى طلبته احترام الثقافات الأخرى والتعددية الثقافية لكافة طوائف المجتمع	٠,٨٠٤**	٠,٠٠٠
٤	يعزز الأستاذ الجامعي قيم الانتماء الوطني لدى الطلبة	٠,٨٥١**	٠,٠٠٠
٥	يشجع الأستاذ الجامعي طلبته على المشاركة الإعلامية الفعالة في المجتمع	٠,٨٣٩**	٠,٠٠٠
٦	يزود الأستاذ الجامعي طلبته بمحتوى مناسب من المعارف الإعلامية	٠,٨٢٣**	٠,٠٠٠
٧	يدعو الأستاذ الجامعي طلبته للانفتاح والتسامح الإيجابي مع الآخر	٠,٨٣٦**	٠,٠٠٠
٨	يوظف الأستاذ الجامعي خبرات الطلبة في تفعيل التربية الإعلامية أثناء المحاضرة	٠,٧٧٢**	٠,٠٠٠
٩	يحذر الأستاذ الجامعي الطلبة من الشائعات والمضامين الإعلامية المنافية للقيم الإسلامية	٠,٨٤٦**	٠,٠٠٠
١٠	ينمي الأستاذ الجامعي قدرة الطلبة على فهم الرسالة الإعلامية وتفسيرها	٠,٨٤٠**	٠,٠٠٠
١١	ينمي الأستاذ الجامعي مهارات التفكير الناقد لبرامج الإعلام المختلفة	٠,٨٥٠**	٠,٠٠٠

م	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
١٢	يسعى الأستاذ الجامعي لتمكين الطلبة من امتلاك الخبرة الإعلامية باستخدام مهارات النقد والتقويم والتحليل	٠,٧٩٦**	٠,٠٠٠

** دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ٠,٠١

من خلال الجدول السابق يتبين أن جميع القيم الاحتمالية كانت أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq$ ٠,٠٥) بمعنى أن جميع معامل الارتباط كانت ذات دلالة إحصائية. ونتيجة لذلك؛ تعتبر جميع عبارات البعد الأول صادقة لما وضعت لقياسه.

البعد الثاني: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال الأنشطة الطلابية

جدول (٥)

معامل الارتباط لواقع التربية الإعلامية من خلال الأنشطة الطلابية

م	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
١	تتضمن برامج وخطط الأنشطة الطلابية موضوعات التربية الإعلامية	٠,٧٨٠**	٠,٠٠٠
٢	يعقد القسم العلمي شراكات مع المؤسسات الإعلامية لإقامة برامج وأنشطة إعلامية للطلبة	٠,٧٥٦**	٠,٠٠٠
٣	تعزز أنشطة وبرامج التربية الإعلامية مهارات الاتصال الفعال والتحدث والإنصات النشط لدى الطلبة	٠,٧٥٤**	٠,٠٠٠
٤	يقيم القسم العلمي برامج توعوية لتعزيز حماية الطلبة من الآثار السلبية للرسائل الإعلامية	٠,٧٧٠**	٠,٠٠٠

** دالة إحصائيا عند مستوى دلالة ٠,٠١

من خلال الجدول السابق يتبين أن جميع القيم الاحتمالية كانت أقل من مستوى الدلالة α (٠,٠٥ ≥) بمعنى أن جميع معامل الارتباط كانت ذات دلالة إحصائية.

البعد الثالث: واقع التربية الإعلامية من خلال المقررات الدراسية في الجامعات السعودية

جدول (٦)

معامل الارتباط لواقع التربية الإعلامية من خلال المقررات الدراسية

م	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
١	تسعى الأقسام العلمية لتفعيل التربية الإعلامية بتوظيف الوسائل التقنية في المقررات الدراسية	٠,٧٨٥**	٠,٠٠٠
٢	توصيف مقرر خاص بالتربية الإعلامية في الخطط الدراسية	٠,٥٦٠**	٠,٠٠٠
٣	تضمين موضوعات التربية الإعلامية ضمن مفردات المقررات الدراسية	٠,٧٢٩**	٠,٠٠٠
٤	تنمي مهارة التفكير الناقد لدى الطلبة باستخدام أسلوب حل المشكلات والفهم الصحيح لوجهات النظر الأخرى	٠,٦٦٧**	٠,٠٠٠
٥	يسعى القسم العلمي لإكساب الطلبة المعرفة والثقافة الإعلامية (الوعي الإعلامي)	٠,٨٠١**	٠,٠٠٠

** دالة إحصائيا عند مستوى دلالة ٠,٠١

من خلال الجدول السابق يتبين أن جميع القيم الاحتمالية كانت أقل من مستوى الدلالة α (٠,٠٥ ≥) بمعنى أن جميع معامل الارتباط كانت ذات دلالة إحصائية.

البعد الرابع: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال البحث العلمي

جدول (٧)

معامل الارتباط لواقع التربية الإعلامية من خلال البحث العلمي

م	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
١	يقيم القسم العلمي ندوات لتعزيز ثقافة التربية الإعلامية لدى الطلبة	٠,٧٥٥**	٠,٠٠٠
٢	تهتم الجامعة بإقامة مؤتمرات علمية عن التربية الإعلامية	٠,٧٣٧**	٠,٠٠٠
٣	يقدم القسم العلمي دورات تطويرية في بناء مهارات التفكير الناقد لدى الطلبة	٠,٧٥٩**	٠,٠٠٠
٤	يهتم القسم العلمي بإقامة ورش عمل للطلبة لتدريبهم على القراءة الواعية للرسائل الإعلامية	٠,٨٠٩**	٠,٠٠٠
٥	تعتني الأقسام الأكاديمية بالأبحاث والرسائل العلمية حول التربية الإعلامية	٠,٧٧٠**	٠,٠٠٠
٦	تحفز عمادة البحث العلمي الأستاذ الجامعي لتقديم المزيد من الأبحاث في التربية الإعلامية	٠,٨١٣**	٠,٠٠٠
٧	تدعم عمادة البحث العلمي مجالات البحث في التربية الإعلامية	٠,٧٥٧**	٠,٠٠٠

** دالة إحصائيا عند مستوى دلالة ٠,٠١

من خلال الجدول السابق يتبين أن جميع القيم الاحتمالية كانت أقل من مستوى الدلالة α (٠,٠٥ ≥) بمعنى أن جميع معامل الارتباط كانت ذات دلالة إحصائية.

(ب) الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثاني: المعوقات التي تحد من تفعيل التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس

جدول (٨)

معامل الارتباط لمعوقات تفعيل التربية الإعلامية

م	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
١	ضعف تثقيف الطلبة إعلاميا للتعامل الأمثل مع التحديات الإعلامية	٠,٧٦٩**	٠,٠٠٠
٢	عدم وضوح مفهوم التربية الإعلامية	٠,٧٥٩**	٠,٠٠٠
٣	النظرة الخاطئة عن التربية الإعلامية	٠,٧٤٣**	٠,٠٠٠
٤	ضعف استشعار الأقسام العلمية بأهمية تفعيل التربية الإعلامية	٠,٧٧٠**	٠,٠٠٠
٥	تدني المهارات والأدوات اللازمة لدى الطلبة لمواجهة الرسائل الإعلامية	٠,٨٠١**	٠,٠٠٠
٦	الانفتاح الثقافي لأنماط وسبل لا تتوافق مع عادات المجتمع وقيمه	٠,٧٧٣**	٠,٠٠٠
٧	توجيه الرأي العام بحسب أجندات المؤسسة الإعلامية	٠,٧١٢**	٠,٠٠٠
٨	الخلط بين التربية الإعلامية والإعلام التربوي	٠,٨٠٨**	٠,٠٠٠
٩	ضعف الإمكانيات المادية لتجهيز القاعات الدراسية للمساعدة على تقديم التربية الإعلامية بطريقة فعالة	٠,٧٢٦**	٠,٠٠٠
١٠	صعوبة تفعيل التربية الإعلامية في جميع التخصصات الجامعية	٠,٧٩٥**	٠,٠٠٠

** دالة إحصائيا عند مستوى دلالة ٠,٠١

من خلال الجدول السابق يتبين أن جميع القيم الاحتمالية كانت أقل من مستوى الدلالة α (٠,٠٥ ≥) بمعنى أن جميع معامل الارتباط كانت ذات دلالة إحصائية.

(ب) الصدق البنائي:

يعتبر الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، ويبين مدى ارتباط كل محور من محاور الدراسة بالدرجة الكلية لعبارات الاستبانة.

جدول (٩)

محاور وأبعاد الدراسة ومعامل الارتباط لكل محور بالدرجة الكلية

المحور	البعد	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
المحور الأول	البعد الأول: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال أعضاء هيئة التدريس	٠,٩٠٨**	٠,٠٠٠
	البعد الثاني: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال الأنشطة الطلابية	٠,٧٦٩**	٠,٠٠٠
	البعد الثالث: واقع التربية الإعلامية من خلال المقررات الدراسية في الجامعات السعودية	٠,٧٧٦**	٠,٠٠٠
	البعد الرابع: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال البحث العلمي	٠,٦٥٢**	٠,٠٠٠
المحور الثاني	المعوقات التي تحد من تفعيل التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس	٠,٦٩٠**	٠,٠٠٠

** دالة إحصائيا عند مستوى دلالة ٠,٠١

يتضح من خلال الجدول السابق أن معامل الارتباط توضح أن جميع القيم الاحتمالية كانت أقل من مستوى الدلالة (٠,٠٥) مما يفيد أن معامل الارتباط لجميع محاور أداة الدراسة كانت دالة إحصائيا.

ثامنا: ثبات الاستبانة:

تحقق الباحث من ثبات أداة الدراسة بتطبيق أحد المقاييس العالمية والتي تستخدم في قياس مستوى الاتساق الداخلي لأداة الدراسة المستخدمة لجمعي البيانات وهو مقياس ألفا كرونباخ حيث استخدم الباحث هذه الطريقة لقياس ثبات محاور الاستبانة، وقد جاءت النتائج على النحو التالي:

جدول (١٠)

معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات محاور الدراسة

المحور	البعد	عدد العبارات	معامل الثبات
المحور الأول	البعد الأول: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال أعضاء هيئة التدريس	١٢	٠,٩٥٢
	البعد الثاني: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال الأنشطة الطلابية	٤	٠,٧٨٥
	البعد الثالث: واقع التربية الإعلامية من خلال المقررات الدراسية في الجامعات السعودية	٥	٠,٧٧٥
	البعد الرابع: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال البحث العلمي	٧	٠,٨٩٨
جميع عبارات المحور الأول		٢٨	٠,٩٥٤
المحور الثاني	المعوقات التي تحد من تفعيل التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس	١٠	٠,٩٢٢
جميع عبارات أداة الدراسة		٣٨	٠,٩٥٣

تتضح نتائج الجدول السابق أن قيمة معامل ألفا كرونباخ لأبعاد المحور الأول تراوحت ما بين (٠,٧٧٥) و(٠,٩٥٢) وبلغت قيمتها لجميع عبارات المحور (٠,٩٥٤). في حين بلغت قيمتها لجميع عبارات المحور الثاني (٠,٩٢٢). كما بلغت القيمة لجميع عبارات أداة الدراسة (٠,٩٥٣). ووفقا لذلك؛ فالاستبانة قد حققت الصدق والثبات وفقا لتطبيق معادلة ألفاكرونباخ وتعتبر النتائج المتحققة في الجدول السابق نتائج معامل ثباتٍ مرتفع. وهي كما جاءت الاستبانة في صورتها النهائية.

تاسعا: أساليب المعالجة الإحصائية:

تم إجراء التحليل الإحصائي لإجابات عينة الدراسة باستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

١. التكرارات والنسب المئوية للتعرف على تكرارات استجابات أفراد عينة الدراسة.
٢. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) للتحقق من صدق الاستبانة وثباتها، والعلاقة بين المتغيرات.
٣. مقياس ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach) للتعرف على ثبات استبانة الدراسة.
٤. المتوسط الحسابي والوزن النسبي: للتعرف على الوزن النسبي ومتوسط استجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الاستبانة.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة ومناقشتها وتفسيرها

الف

نتائج الدراسة ومناقشتها وتفسيرها

مدخل:

يتضمن هذا الفصل عرضا لنتائج الدراسة التي توصل إليها الباحث، ومناقشتها وتفسيرها في ضوء مشكلة الدراسة وسؤالها. وقد تم إجراء المعالجات الإحصائية لبيانات الاستبانة باستخدام برنامج الرزم الإحصائية للدراسات الاجتماعية SPSS للحصول على نتائج الدراسة التي سيتم عرضها وتحليلها في هذا الفصل.

ثانياً: (أ) مناقشة محور أداة الدراسة الأول:

ما واقع تفعيل التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس؟

وللإجابة عن السؤال الثالث للدراسة؛ قام الباحث بتحليل الأبعاد الأربعة لواقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، وذلك من خلال حساب المتوسطات الحسابية والأوزان النسبية والانحرافات المعيارية، من خلال الجدول التالي:

البعد الأول: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال أعضاء هيئة التدريس:

جدول (١١)

المتوسطات الحسابية والوزن النسبي والانحراف المعياري لإجابات أفراد العينة

(مرتبة بحسب تسلسل عبارات الاستبانة)

	العبارة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	مربع كاي	مستوى الدلالة	الاستجابة	الترتيب
١	يوظف الأستاذ الجامعي الوسائل التقنية وشبكات التواصل الاجتماعي مع الطلبة في العملية التعليمية	٣,٤٢	٦٨,٤٪	١,٠٨٢	٦٦,٣٨٥	٠,٠٠٠	عالية	٤
٢	يزود الأستاذ الجامعي طلبته بالمعلومات والمعارف لفهم فلسفة الرسالة الإعلامية	٣,٠٤	٦٠,٨٪	١,١٠٩	٥٧,٨٠٨	٠,٠٠٠	متوسطة	١٢
٣	يعزز الأستاذ الجامعي لدى طلبته احترام الثقافات الأخرى والتعددية الثقافية لكافة طوائف المجتمع	٣,٣١	٦٦,٢٪	١,٢٠٢	٣٢,٨٨٩	٠,٠٠٠	متوسطة	٦
٤	يعزز الأستاذ الجامعي قيم الانتماء الوطني لدى الطلبة	٣,٦٩	٧٣,٨٪	١,٢٧٣	٧٢,٠٠٠	٠,٠٠٠	عالية	١
٥	يشجع الأستاذ الجامعي طلبته على المشاركة الإعلامية الفعالة في المجتمع	٣,٢٤	٦٤,٨٪	١,٢٥٨	٢٠,٣٦٠	٠,٠٠٠	متوسطة	٨
٦	يزود الأستاذ الجامعي طلبته بمحتوى مناسب من المعارف الإعلامية	٣,٢٠	٦٤,٠٪	١,١٠٤	٦٠,٣٠٨	٠,٠٠٠	متوسطة	١٠
٧	يدعو الأستاذ الجامعي طلبته للانفتاح والتسامح الإيجابي مع الآخر	٣,٤٥	٦٩,٠٪	١,١٧١	٤٤,٧٦٦	٠,٠٠٠	عالية	٣
٨	يوظف الأستاذ الجامعي خبرات الطلبة في تفعيل التربية الإعلامية أثناء المحاضرة	٣,٠٧	٦١,٤٪	١,١١١	٦٣,٢٧٢	٠,٠٠٠	متوسطة	١١
٩	يحذر الأستاذ الجامعي الطلبة من الشائعات والمضامين الإعلامية المنافية للقيم الإسلامية	٣,٥٩	٧١,٨٪	١,٢٥٩	٤٨,٦١٥	٠,٠٠٠	عالية	٢

	العبارة	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	مربع كاي	مستوى الدلالة	الاستجابة	الترتيب
١٠	ينمي الأستاذ الجامعي قدرة الطلبة على فهم الرسالة الإعلامية وتفسيرها	٣,٢٤	٦٤,٨٪	١,١٨٨	٣٥,٤٢٦	٠,٠٠٠	متوسطة	٨ مكرر
١١	ينمي الأستاذ الجامعي مهارات التفكير الناقد لبرامج الإعلام المختلفة	٣,٣٥	٦٧,٠٪	١,١٦٤	٤١,٨٠٨	٠,٠٠٠	متوسطة	٥
١٢	يسعى الأستاذ الجامعي لتمكين الطلبة من امتلاك الخبرة الإعلامية باستخدام مهارات النقد والتقويم والتحليل	٣,٣٠	٦٦,٠٪	١,١٠٧	٦٠,٩٧٣	٠,٠٠٠	متوسطة	٧
جميع عبارات المحور		٣,٣٣	٦٦,٦٪	٠,٩٤٦	٨٢,٧٦٦	٠,٠٠١	متوسطة	

يوضح الجدول السابق، متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال أعضاء هيئة التدريس وترتيبها حسب المتوسطات الحسابية من الأهم فالأقل أهمية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

أولا: جاءت استجابات أفراد عينة الدراسة على بنود المحور والبالغ عددها (١٢) عبارة بمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (٣,٦٩) و (٣,٠٤) ودرجة استجابة تراوحت ما بين "عالية" و"متوسطة".

ففي الترتيب الأول جاءت العبارة رقم (٤) " يعزز الأستاذ الجامعي قيم الانتماء الوطني لدى الطلبة " بمتوسط حسابي (٣,٦٩) ووزن نسبي (٧٣,٨٪) ودرجة استجابة "عالية"، وهذا ما يُثبت الدور الكبير والريادي للأستاذ الجامعي في تنمية الولاء والانتماء وحب الوطن لدى الطلبة؛ ومما يضاعف أهمية هذه العبارة ووصولها لمتوسط حسابي كبير؛ ما رفدت إليه بعض الدراسات العلمية نحو دراسة الوادعي (٢٠٢٠م) "دور عضو هيئة التدريس في تعزيز الانتماء الوطني لدى طلبة جامعة الملك خالد" والتي توصلت إلى إبراز ملامح القدوة الوطنية الحسنة ومن أهمها القدرة على التسامح والتعايش وتقبل الآخرين وآرائهم. وهذا ما تؤكده نتيجة العبارة

(٣) "يدعو الأستاذ الجامعي طلبته للانفتاح والتسامح الإيجابي مع الآخر" إذ جاءت باستجابة متقدمة.

وجاءت دراسة الشاماني (٢٠١٢م) "دور أعضاء هيئة التدريس بجامعة طيبة في تعزيز قيم المواطنة لدى طلابهم" أن تقديرات أعضاء هيئة التدريس في ممارسة دورهم في تعزيز قيم المواطنة لدى طلابهم، جاءت بدرجة كبيرة على بعدي قيمة الانتماء. وهذا يدل على أن الأستاذ الجامعي يجسِّد القدوة الحسنة لطلبته ويبني علاقة ودية بينه وبين طلبته واحترام آرائهم والسماح لهم بإبداء الرأي والتعبير. ومما يعكس القدوة الحسنة والطيبة واحترام آراء الطلبة وبناء جسر التواصل الفعال بين عضو هيئة التدريس وطلبته هي تقبلهم نصحه وتوجيهه وإرشاده وهذا ما يشير إلى حظي العبارة بمستوى حسابي مرتفع.

يليها في الترتيب الثاني العبارة رقم (٩) " يحذر الأستاذ الجامعي الطلبة من الشائعات والمضامين الإعلامية المنافية للقيم الإسلامية" بمتوسط حسابي (٣,٥٩) ووزن نسبي (٧١,٨٪) ودرجة استجابة "عالية"، يليها في الترتيب الثالث العبارة رقم (٧) "يدعو الأستاذ الجامعي طلبته للانفتاح والتسامح الإيجابي مع الآخر" بمتوسط حسابي (٣,٤٥) ووزن نسبي (٦٩,٠٪) ودرجة استجابة "عالية".

أما في الترتيب الرابع جاءت عبارة رقم (١) " يوظف الأستاذ الجامعي الوسائل التقنية وشبكات التواصل الاجتماعي مع الطلبة في العملية التعليمية" بمتوسط حسابي (٣,٤٢) ووزن نسبي (٦٨,٤٪) ودرجة استجابة "عالية"؛ وهذا يشير إلى الدور الكبير للأستاذ الجامعي بنشر مفهوم التربية الإعلامية في وسائل التواصل الاجتماعي والتوعية بأهميتها لا سيما وأن (٦٧,٥٪) من الطلبة الجامعيين يتابعون أحيانا وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات بشأن التربية الإعلامية وهذا ما أكدته دراسة المدني (٢٠١٩م)

ثم يليها الترتيب الخامس العبارة رقم (١١) " ينمي الأستاذ الجامعي مهارات التفكير الناقد لبرامج الإعلام المختلفة" بمتوسط حسابي (٣,٣٥) ووزن نسبي (٦٧,٠٪) ودرجة استجابة "متوسطة"، يليها في الترتيب السادس العبارة رقم (٣) " يعزز الأستاذ الجامعي لدى طلبته

احترام الثقافات الأخرى والتعددية الثقافية لكافة طوائف المجتمع" بمتوسط حسابي (٣,٣١) ووزن نسبي (٦٦,٢٪) ودرجة استجابة "متوسطة".

وبالترتيب السابع جاءت العبارة رقم (١٢) " يسعى الأستاذ الجامعي لتمكين الطلبة من امتلاك الخبرة الإعلامية باستخدام مهارات النقد والتقويم والتحليل " بمتوسط حسابي (٣,٣٠) ووزن نسبي (٦٦,٠٪) ودرجة استجابة "متوسطة"، يليها في الترتيب الثامن العبارة رقم (٥) " يشجع الأستاذ الجامعي طلبته على المشاركة الإعلامية الفعالة في المجتمع" والعبارة رقم (١٠) ينمي الأستاذ الجامعي قدرة الطلبة على فهم الرسالة الإعلامية وتفسيرها" بمتوسط حسابي (٣,٢٤) ووزن نسبي (٦٤,٨٪) ودرجة استجابة "متوسطة" لكل منهما. في الترتيب العاشر العبارة رقم (٦) " يزود الأستاذ الجامعي طلبته بمحتوى مناسب من المعارف الإعلامية " بمتوسط حسابي (٣,٢٠) ووزن نسبي (٦٤,٠٪) ودرجة استجابة "متوسطة"، يليها في الترتيب الحادي عشر العبارة رقم (٨) " يوظف الأستاذ الجامعي خبرات الطلبة في تفعيل التربية الإعلامية أثناء المحاضرة " بمتوسط حسابي (٣,٠٧) ووزن نسبي (٦١,٤٪) ودرجة استجابة "متوسطة"

في الترتيب الثاني عشر والأخير جاءت العبارة رقم (٢) " يزود الأستاذ الجامعي طلبته بالمعلومات والمعارف لفهم فلسفة الرسالة الإعلامية " بمتوسط حسابي (٣,٠٤) ووزن نسبي (٦٠,٨٪) ودرجة استجابة "متوسطة".

ثانيا: جاءت العبارتان (٨) و (٢) في تراتيب متدنية وبدرجاتٍ منخفضة؛ وبالنظر إلى المعوقات نلحظ عدم وضوح مفهوم التربية الإعلامية لدى البعض من أعضاء هيئة التدريس. كما أن ثمة نظرة خاطئة عن التربية الإعلامية إما بفهمها وإدراك معانيها أو بجهالة مرادها. وهذا ما يفسر القصور لدى أعضاء هيئة التدريس بتزويد الطلبة بالمعلومات والمعارف والمهارات لفهم الرسالة الإعلامية؛ أو بالضعف في جانب توظيف خبرات الطلبة في تفعيل التربية الإعلامية.

ثالثا: يستخلص من هذا؛ أن المتوسط الحسابي لجميع عبارات البعد الأول من المحور الأول بلغت (٣,٣٣) بوزن نسبي (٦٦,٦٪) وبانحراف معياري (٠,٩٤٦) وبمستوى دلالة بلغ

(٠,٠٠١) مما يدل على أن التربية الإعلامية مفعلة بدرجة (متوسطة) في الجامعات السعودية من قِبَلِ أعضاء هيئة التدريس.

البعد الثاني: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال الأنشطة الطلابية:

جدول (١٢)

المتوسطات الحسابية والوزن النسبي والانحراف المعياري

(مرتبة بحسب تسلسل عبارات الاستبانة)

العبارة	المتوسط	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	مربع كاي	مستوى الدلالة	الاستجابة	الترتيب
تتضمن برامج وخطط الأنشطة الطلابية موضوعات التربية الإعلامية	٢,٧٨	٥٥,٦٪	١,٠٢٥	١٠٤,٤٢١	٠,٠٠٠	متوسطة	٣
يعقد القسم العلمي شراكات مع المؤسسات الإعلامية لإقامة برامج وأنشطة إعلامية للطلبة	٢,٦٢	٥٢,٤٪	٠,٩٨٣	١٠٦,٢٩٩	٠,٠٠٠	متوسطة	٤
تعزز أنشطة وبرامج التربية الإعلامية مهارات الاتصال الفعال والتحدث والإنصات النشط لدى الطلبة	٢,٩١	٥٨,٢٪	١,١٠١	٥٨,٩٣٨	٠,٠٠٠	متوسطة	١
يقيم القسم العلمي برامج توعوية لتعزيز حماية الطلبة من الآثار السلبية للرسائل الإعلامية	٢,٨٨	٥٧,٦٪	١,٠٣٩	٨٦,٥٠٠	٠,٠٠٠	متوسطة	٢
جميع عبارات المحور	٢,٨٠	٥٦,٠٪	٠,٨٠٨	١٣٩,٠٣٤	٠,٠٠٠	متوسطة	

يوضح الجدول السابق متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال الأنشطة الطلابية وترتيبها حسب المتوسطات الحسابية من الأهم فالأقل أهمية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

أولا: جاءت استجابات أفراد عينة الدراسة على بنود المحور والبالغ عددها (٤) عبارات بمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (٢,٩١) و (٢,٦٢) ودرجة استجابة "متوسطة" لجميع العبارات.

في الترتيب الأول جاءت العبارة رقم (٣) " تعزز أنشطة وبرامج التربية الإعلامية مهارات الاتصال الفعال والتحدث والإنصات النشط لدى الطلبة" بمتوسط حسابي (٢,٩١) ووزن نسبي (٥٨,٢٪) ودرجة استجابة "متوسطة" يليها في الترتيب الثاني العبارة رقم (٤) " يقيم القسم العلمي برامج توعوية لتعزيز حماية الطلبة من الآثار السلبية للرسائل الإعلامية" بمتوسط حسابي (٢,٨٨) ووزن نسبي (٥٧,٦٪) ودرجة استجابة "متوسطة".

في الترتيب الثالث العبارة رقم (١) " تتضمن برامج وخطط الأنشطة الطلابية موضوعات التربية الإعلامية" بمتوسط حسابي (٢,٧٨) ووزن نسبي (٥٥,٦٪) ودرجة استجابة "متوسطة"

وأخيرا الترتيب الرابع جاءت العبارة رقم (٢) "يعقد القسم العلمي شراكات مع المؤسسات الإعلامية لإقامة برامج وأنشطة إعلامية للطلبة" بمتوسط حسابي (٢,٦٢) ووزن نسبي (٥٢,٤٪) ودرجة استجابة "متوسطة".

ثانيا: يوافق المستجيبون على أن التربية الإعلامية "تعزز مهارات الاتصال الفعال والتحدث والإنصات النشط لدى الطلبة" وهذه إحدى كفاءات التربية الإعلامية تعزيز مهارة الاتصال والتواصل مع الآخرين ولذا جاءت العبارة بموافقة عالية من المتوسط الحسابي لعبارات البعد الثاني بعد الأنشطة الطلابية. كما حملت عبارات البعد الثاني متوسطات حسابية تراوحت بين المتوسط والقرب من القليل ويعزو الباحث ذلك إلى ضعف إقامة الأنشطة الطلابية في الجامعات مما يحتّم القصور في تفعيل التربية الإعلامية من خلال الأنشطة الطلابية ومما يرجّح هذا الرأي ما توصلت إليه دراسة الزهراني (٢٠١٤م) "دور عمداء وعميدات كليات جامعة شقراء في

تفعيل الأنشطة الطلابية" إلى ضعف الأنشطة الطلابية وأوصت بأهمية إيجاد أماكن مهيئة لممارسة كافة الأنشطة الطلابية.

كما تُظهر نتائج الجدول السابق ترتيبا متأخرا للعبارة (٢) "يعقد القسم العلمي شراكات مع المؤسسات الإعلامية لإقامة برامج وأنشطة إعلامية للطلبة" وقد يدل ذلك على انشغال الأقسام العلمية بالمحاضرات الأكاديمية مما يأخذ نصيبا كبيرا من الأعمال والمشاغل ومن المحتمل أن يكون هذا خارج مهام القسم ويوجد إدارات أو عمادة مهمتها تولي الشراكات مع الجهات الخارجية. وربما يكون مردّ ذلك ضعف استشعار الأقسام العلمية لأهمية التربية الإعلامية وهذا ما أظهرته نتائج المعوقات حيث جاء ذلك الضعف بترتيب متقدم.

ثالثا: والخلاصة تُبين؛ أن المتوسط الحسابي لجميع العبارات بلغ (٢,٨٠) وبوزن نسبي (٥٦,٠٪) وبانحراف معياري (٠,٨٠٨) وبلغت مستوى الدلالة (٠,٠٠٠) مما يدل على أن التربية الإعلامية ومن خلال الأنشطة الطلابية مفعلة بدرجة (متوسطة) في الجامعات السعودية.

البعد الثالث: واقع التربية الإعلامية من خلال المقررات الدراسية في الجامعات السعودية:

جدول (١٣)

المتوسطات الحسابية والوزن النسبي والانحراف المعياري

(مرتبة بحسب تسلسل عبارات الاستبانة)

العبارة	المتوسط	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	مربع كاي	مستوى الدلالة	الاستجابة	الترتيب
تسعى الأقسام العلمية لتفعيل التربية الإعلامية بتوظيف الوسائل التقنية في المقررات الدراسية	٢,٩٢	٥٨,٤٪	١,١٢٥	٥١,٣٩٥	٠,٠٠٠	متوسطة	٣
توصيف مقرر خاص بالتربية الإعلامية في الخطط الدراسية	٢,٣٧	٤٧,٤٪	١,٠٠٥	٩٩,١٣٤	٠,٠٠٠	قليلة	٥
تضمين موضوعات التربية الإعلامية ضمن مفردات المقررات الدراسية	٢,٤٣	٤٨,٦٪	٠,٩٩٦	٩٩,٥٩٤	٠,٠٠٠	قليلة	٤

العبارة	المتوسط	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	مربع كاي	مستوى الدلالة	الاستجابة	الترتيب
تنمي مهارة التفكير الناقد لدى الطلبة باستخدام أسلوب حل المشكلات والفهم الصحيح لوجهات النظر الأخرى	٣,٢١	٦٤,٢٪	١,٠٩٤	٦٣,١١٩	٠,٠٠٠	متوسطة	١
يسعى القسم العلمي لإكساب الطلبة المعرفة والثقافة الإعلامية (الوعي الإعلامي)	٢,٩٤	٥٨,٨٪	١,٠٦٤	٧٧,٧٧٥	٠,٠٠٠	متوسطة	٢
جميع عبارات المحور	٢,٧٧	٥٥,٤٪	٠,٧٦٨	٢١٥,٠٤٦	٠,٠٠٠	متوسطة	

يوضح الجدول السابق متوسط استجابات عينة الدراسة على عبارات واقع التربية الإعلامية من خلال المقررات الدراسية في الجامعات السعودية وترتيبها حسب المتوسطات الحسابية من الأهم فالأقل أهمية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة. إذ جاءت استجابات أفراد عينة الدراسة على بنود المحور والبالغ عددها (٥) عبارات بمتوسطات حسابية تفاوتت ما بين (٣,٢١) و (٢,٣٧).

أولا: في الترتيب الأول جاءت العبارة رقم (٤) " تنمي مهارة التفكير الناقد لدى الطلبة باستخدام أسلوب حل المشكلات والفهم الصحيح لوجهات النظر الأخرى" بمتوسط حسابي (٣,٢١) ووزن نسبي (٦٤,٢٪) ودرجة استجابة "متوسطة"، يليها في الترتيب الثاني العبارة رقم (٥) " يسعى القسم العلمي لإكساب الطلبة المعرفة والثقافة الإعلامية (الوعي الإعلامي)" بمتوسط حسابي (٢,٩٤) ووزن نسبي (٥٨,٨٪) ودرجة استجابة "متوسطة"

وفي الترتيب الثالث العبارة رقم (١) " تسعى الأقسام العلمية لتفعيل التربية الإعلامية بتوظيف الوسائل التقنية في المقررات الدراسية" بمتوسط حسابي (٢,٩٢) ووزن نسبي (٥٨,٤٪) ودرجة استجابة "متوسطة"، يليها في الترتيب الرابع عبارة رقم (٣) " تضمين موضوعات التربية الإعلامية ضمن مفردات المقررات الدراسية" بمتوسط حسابي (٢,٤٣) ووزن نسبي (٤٨,٦٪) ودرجة استجابة "قليلة"

وأخيرا الترتيب الخامس جاءت العبارة رقم (٢) " توصيف مقرر خاص بالتربية الإعلامية في الخطط الدراسية" بمتوسط حسابي (٢,٣٧) ووزن نسبي (٤٧,٥٪) ودرجة استجابة "متوسطة"

ثانيا: تُظهر نتائج البعد الثالث من المحور الأول أن أفراد عينة الدراسة لا توافق على " توصيف مقرر خاص بالتربية الإعلامية في الخطط الدراسية" ولا حتى " تضمين موضوعات التربية الإعلامية ضمن مفردات المقررات الدراسية"؛ وإنما يميل أفراد عينة الدراسة إلى استشعار الدور المهم لعضو هيئة التدريس في تفعيل التربية الإعلامية سواء في المحاضرات الدراسية بتعزيز الانتماء الوطني للطلبة أو تشجيعهم للمشاركة الإعلامية في كافات المجالات وتحذيرهم من الشائعات والمضامين الإعلامية المنافية للقيم الإسلامية وكذلك دعوتهم للانفتاح والتسامح والتعايش الإيجابي مع الآخرين واحترام الثقافات المختلفة، وتنمية مهارات التفكير الناقد لبرامج الإعلام المختلفة، أو توظيفه التربية الإعلامية في العملية التعليمية من خلال الوسائل التقنية أو وسائل التواصل الاجتماعي. وهذا ما يؤيد نزوع المحور الأول إلى بُعد (أعضاء هيئة التدريس) من خلال المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية دون الأبعاد الأخرى إيمانا من أفراد عينة الدراسة بالدور الكبير لعضو هيئة التدريس في تفعيل التربية الإعلامية بكافة الطرائق وشتى الوسائل المتنوعة.

كما أن أفراد عينة الدراسة توافق بدرجة كبيرة على أن التربية الإعلامية " تنمي مهارة التفكير الناقد لدى الطلبة باستخدام أسلوب حل المشكلات والفهم الصحيح لوجهات النظر الأخرى" وهذا ما جاءت به أدبيات الدراسة الحالية وما ذكرته المراجع والدراسات السابقة إذ تعد مهارة التفكير الناقد من أبرز مهارات التربية الإعلامية؛ وسبق بالإطار النظري وأن تحدثت الدراسة وبإسهاب عن مهارة التفكير الناقد.

ثالثا: وعلى هذا؛ يتبين أن المتوسط الحسابي لجميع العبارات بلغ (٢,٧٧) بوزن نسبي (٥٥,٤٪) وانحراف معياري بلغ (٠,٧٦٨) على مستوى دلالة (٠,٠٠٠) مما يدل على أن التربية الإعلامية ومن خلال المقررات الدراسية مفعلة بدرجة (متوسطة) في الجامعات السعودية.

وبناءً على ما توصلت إليه الدراسة الحالية على أهمية إدراج موضوعات التربية الإعلامية ضمن الأنشطة الطلابية فقد جاءت بدرجة أعلى من توصيف مقرر خاص بالتربية الإعلامية في

الخطط الدراسية. وهذا ما يتوافق مع دراسة الخيري (٢٠٠٩). وهذا يبين أن أفراد عينة الدراسة ترى أن تضمين الأنشطة الطلابية لموضوعات التربية الإعلامية أجدر من كونها مادة مستقلة.

وتختلف الدراسة الحالية مع دراسة الحبيب (٢٠٢٠) بأهمية توصيف مقرر مستقل للتربية الإعلامية إذ أن دراسة الحبيب توصلت إلى إمكانية توصيف مقرر مستقل ويمكن التغلب على الصعوبات التي تواجه ذلك فقد جاءت بمتوسط حسابي (٣,٠٩) من (٥,٠٠) وهو متوسط مرتفع. وأما الدراسة الحالية فقد جاءت عبارة توصيف مقرر دراسي ضمن الخطط الدراسية بمتوسط حسابي (٢,٣٧) من (٥,٠٠). وهذا ـ كما ذُكر سابقا ـ ما أشرت إليه نتائج الدراسة الحالية إلى أن دمج الأنشطة الطلابية لموضوعات التربية الإعلامية أجدر من تقرير مادة مستقلة في الخطط الدراسية الجامعية.

البعد الرابع: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال البحث العلمي:

جدول (١٤)

المتوسطات الحسابية والوزن النسبي والانحراف المعياري

(مرتبة بحسب تسلسل عبارات الاستبانة)

العبارة	المتوسط	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	مربع كاي	مستوى الدلالة	الاستجابة	الترتيب
يقيم القسم العلمي ندوات لتعزيز ثقافة التربية الإعلامية لدى الطلبة	٢,٤٩	٪٤٩,٨	١,٠٦٠	٧٦,٩٢٣	٠,٠٠٠	قليلة	٥
تهتم الجامعة بإقامة مؤتمرات علمية عن التربية الإعلامية	٢,٥٨	٪٥١,٦	٠,٩٩٢	١٠١,٠٥٠	٠,٠٠٠	قليلة	٤
يقدم القسم العلمي دورات تطويرية في بناء مهارات التفكير الناقد لدى الطلبة	٢,٦٤	٪٥٢,٨	١,٠٣٣	٨٧,٧٦٩	٠,٠٠٠	متوسطة	١
يهتم القسم العلمي بإقامة ورش عمل للطلبة لتدريبهم على القراءة الواعية للرسائل الإعلامية	٢,٤٤	٪٤٨,٨	٠,٩٧٩	١٠٥,٠٧٧	٠,٠٠٠	قليلة	٧

العبارة	المتوسط	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	مربع كاي	مستوى الدلالة	الاستجابة	الترتيب
تعتني الأقسام الأكاديمية بالأبحاث والرسائل العلمية حول التربية الإعلامية	٢,٥٩	٥١,٨٪	١,٠٥٣	٧٥,٣٠٨	٠,٠٠٠	قليلة	٣
تحفز عمادة البحث العلمي الأستاذ الجامعي لتقديم المزيد من الأبحاث في التربية الإعلامية	٢,٤٩	٤٩,٨٪	١,٠٢٥	٩٠,١٦٩	٠,٠٠٠	قليلة	٥ مكرر
تدعم عمادة البحث العلمي مجالات البحث في التربية الإعلامية	٢,٦٢	٥٢,٤٪	١,٠٤٣	٨٣,٨٤٦	٠,٠٠٠	متوسطة	٢
جميع عبارات المحور	٢,٥٥	٥١,٠٪	٠,٨١١	١٧٠,٣٨٩	٠,٠٠٠	قليلة	

يوضح الجدول السابق متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال البحث العلمي وترتيبها حسب المتوسطات الحسابية من الأهم فالأقل أهمية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة. فقد جاءت استجابات عينة الدراسة على المحور والبالغ عددها (٧) عبارات بمتوسطات حسابية تباينت ما بين (٢,٦٤) و (٢,٤٤) ودرجة استجابة تراوحت ما بين "متوسطة" و"قليلة"

أولا: جاء بالترتيب الأول عبارة رقم (٣) " يقدم القسم العلمي دورات تطويرية في بناء مهارات التفكير الناقد لدى الطلبة" بمتوسط حسابي (٢,٦٤) ووزن نسبي (٥٢,٨٪) ودرجة استجابة "متوسطة"، يليها في الترتيب الثاني العبارة رقم (٧) " تدعم عمادة البحث العلمي مجالات البحث في التربية الإعلامية " بمتوسط حسابي (٢,٦٢) ووزن نسبي (٥٢,٤٪) ودرجة استجابة "متوسطة"، يليها في الترتيب الثالث العبارة رقم (٥) " تعتني الأقسام الأكاديمية بالأبحاث والرسائل العلمية حول التربية الإعلامية" بمتوسط حسابي (٢,٥٩) ووزن نسبي (٥١,٨٪) ودرجة استجابة "قليلة"

أما في الترتيب الرابع فجاءت عبارة رقم (٢) " تهتم الجامعة بإقامة مؤتمرات علمية عن التربية الإعلامية" بمتوسط حسابي (٢,٥٨) ووزن نسبي (٥١,٦٪) ودرجة استجابة "قليلة"، يليها في

الترتيب الخامس العبارة رقم (١) " يقيم القسم العلمي ندوات لتعزيز ثقافة التربية الإعلامية لدى الطلبة " والعبارة رقم (٦) " تحفز عمادة البحث العلمي الأستاذ الجامعي لتقديم المزيد من الأبحاث في التربية الإعلامية " بمتوسط حسابي (٢,٤٩) ووزن نسبي (٤٩,٨٪) ودرجة استجابة "قليلة" لكل منهما.

في الترتيب السابع والأخير جاءت العبارة رقم (٤) " يهتم القسم العلمي بإقامة ورش عمل للطلبة لتدريبهم على القراءة الواعية للرسائل الإعلامية" بمتوسط حسابي (٢,٤٤) ووزن نسبي (٤٨,٨٨٪) ودرجة استجابة "قليلة"

ثانيا: توضح نتائج البعد الرابع (البحث العلمي) أن أعضاء هيئة التدريس يفتقدون التحفيز والدافعية من عمادة البحث العلمي لتقديم أبحاث في التربية الإعلامية وبحسب اطلاع الباحث على أهداف عمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى فإن من أبرز أهدافها تحفيز إنتاج البحوث الرصينة. وقد جاءت العبارة رقم (٦) " تحفز عمادة البحث العلمي الأستاذ الجامعي لتقديم المزيد من الأبحاث في التربية الإعلامية " بدرجة قليلة وهذا يُشير إلى تقصير عمادات البحث العلمي على تشجيع الباحثين لإنتاج المزيد من الأبحاث العلمية في مجال التربية الإعلامية.

كما بينت نتائج الجدول السابق ضعفا في اهتمام الأقسام العلمية بإقامة ندوات وورش العمل لتعزيز وتدريب الطلبة على ثقافة التربية الإعلامية والتوعية بمضامين الرسائل الإعلامية إما استشعارا أن مهام إقامة الورش العملية والدورات التدريبية التي تهتم بالتربية الإعلامية لا تنضوي تحت مهام وصلاحيات الأقسام العلمية؛ أومن المحتمل أنها لا تلي التربية الإعلامية اهتماما واعتبارا كون المصطلح حديث عهد نوعا ما أو كما سبق وأن ذكر الباحث أن مرجع ذلك ضعف مفهوم التربية الإعلامية أو قلة استشعار أهميته لدى الأقسام العلمية وهذا ما تؤيده نتائج جدول المعوقات ــ كما سيأتي ــ إذ جاءت عبارة "ضعف استشعار الأقسام العلمية بأهمية تفعيل التربية الإعلامية" بمتوسط حسابي (٣,٢٠) وترتيب مرتفع .

ثالثا: ومن هنا؛ نستنتج المتوسطات الحسابية لجميع العبارات إذ بلغت (٢,٥٥) بوزن نسبي (٥١,٠٪) وبانحراف معياري (٠,٨١١) على المستوى الدلالي (٠,٠٠٠) مما يدل على أن التربية الإعلامية مفعلة بدرجة (قليلة) في الجامعات السعودية من خلال البحث العلمي.

وفي الجدول التالي توضيحا ملخصا لاستجابات عينة الدراسة على أبعاد المحور الأول:

جدول (١٥)

المتوسطات الحسابية والوزن النسبي والانحراف المعياري على أبعاد المحور الأول

(مرتبة تنازليا حسب المتوسطات الحسابية)

البعد	المتوسط	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	مربع كاي	مستوى الدلالة	الاستجابة	الترتيب
واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال أعضاء هيئة التدريس	٣,٣٣	٦٦,٦٪	٠,٩٤٦	٨٢,٧٦٦	٠,٠٠١	متوسطة	١
واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال الأنشطة الطلابية	٢,٨٠	٥٦,٠٪	٠,٨٠٨	١٩٣,٠٣٤	٠,٠٠٠	متوسطة	٢

البعد	المتوسط	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	مربع كاي	مستوى الدلالة	الاستجابة	الترتيب
واقع التربية الإعلامية من خلال المقررات الدراسية في الجامعات السعودية	٢,٧٧	٥٥,٤٪	٠,٧٦٨	٢١٥,٠٤٦	٠,٠٠٠	متوسطة	٣
واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال البحث العلمي	٢,٥٥	٥١,٠٪	٠,٨١١	١٧٠,٣٧٩	٠,٠٠٠	قليلة	٤
جميع الأبعاد	٢,٩٦	٥٩,٢٪	٠,٧٢٩	١٣٩,١٤٩	٠,٠٠١	متوسطة	

يتضح من الجدول السابق أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (٣,٣٣) و (٢,٥٥) على أوزان نسبية بين (٦٦,٦٪) و (٥١,٠٪) وجاءت الانحرافات المعيارية بين (٠,٩٤٦) و (٠,٨١١) وبهذه النتائج جاء واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال أعضاء هيئة التدريس بالترتيب الأول بدرجة استجابة (متوسطة) على متوسط حسابي (٣,٣٣) وبوزن نسبي بلغ (٦٦,٦٪) وبانحراف معياري (٠,٩٤٦) على مستوى دلالة (٠,٠٠١). فيما جاء بالترتيب الثاني واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال الأنشطة الطلابية بدرجة استجابة (متوسطة) على متوسط حسابي (٢,٨٠) وبوزن نسبي بلغ (٥٦,٠٪) وبانحراف معياري (٠,٨٠٨) على مستوى دلالة (٠,٠٠٠).

وأما بالترتيب الثالث من بين الأبعاد فقد جاء واقع التربية الإعلامية من خلال المقررات الدراسية في الجامعات السعودية على متوسط حسابي بلغ (٢,٧٧) وبوزن نسبي (٥٥,٤٪) وانحراف معياري (٠,٧٦٨) على مستوى دلالة (٠,٠٠٠) وبدرجة استجابة (متوسطة). وفي الترتيب الرابع والأخير جاء واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال البحث العلمي بدرجة استجابة (قليلة) وبمتوسط حسابي (٢,٥٥) وبوزن نسبي (٥١,٠٪) على انحراف معياري بلغ (٠,٨١١) بمستوى دلالة (٠,٠٠٠). ويدل الجدول السابق على أن أفراد عينة الدراسة ترى أن الثقل الأهم والأكبر في تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات تقوم على عاتق الأستاذ الجامعي كونه أحد الركائز والدعائم التي تقوم عليها العملية التعليمية ولقربه من الطلبة فهذا

يساعده على تزويدهم بالمهارات والكفايات التي تعينهم على فهم الرسالة الإعلامية. كما توصلت نتائج المتوسطات الحسابية للجدول السابق في واقع التربية الإعلامية من خلال البحث العلمي إلى مستوى منخفض لقلة دعم البحوث العلمية في مجال التربية الإعلامية؛ ولضعف اهتمام الأقسام العلمية بإقامة ورش عمل ودورات تدريبية في هذا المجال.

كما يتضح من الجدول السابق أن المتوسط الحسابي لجميع أبعاد المحور الأول بلغت (٢,٩٦) على وزن نسبي (٥٩,٢٪) وبانحراف معياري (٠,٧٢٩) بمستوى دلالة بلغت (٠,٠٠١) وباستجابة عامة بلغت درجة (متوسط). وعلى هذا، ونتيجة لما توصلت إليه نتائج الدراسة؛ فإن التربية الإعلامية مفعلة بدرجة (متوسطة) في الجامعات السعودية، وذلك من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس.

(ب) مناقشة محور أداة الدراسة الثاني:

المعوقات التي تحد من تفعيل التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس:

قام الباحث بتحليل عبارات المعوقات التي تحد من تفعيل التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس وذلك من خلال حساب المتوسطات الحسابية والأوزان النسبية والانحرافات المعيارية، من خلال الجدول التالي:

جدول (١٦)

المتوسطات الحسابية والوزن النسبي والانحراف المعياري

(مرتبة بحسب تسلسل عبارات الاستبانة)

العبارة	المتوسط	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	مربع كاي	مستوى الدلالة	الاستجابة	الترتيب
ضعف تثقيف الطلبة إعلاميا للتعامل الأمثل مع التحديات الإعلامية	٣,٠٤	٦٠,٨٪	١,١٥٧	٤٥,٤٣٢	٠,٠٠٠	متوسطة	٩

العبارة	المتوسط	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	مربع كاي	مستوى الدلالة	الاستجابة	الترتيب
عدم وضوح مفهوم التربية الإعلامية	٣,١٤	٪٦٢,٨	١,١٥١	٤٤,٨٠٣	٠,٠٠٠	متوسطة	٦
النظرة الخاطئة عن التربية الإعلامية	٢,٩١	٪٥٨,٢	١,١٣٩	٤٦,٦١٥	٠,٠٠٠	متوسطة	١٠
ضعف استشعار الأقسام العلمية بأهمية تفعيل التربية الإعلامية	٣,٢٠	٪٦٤,٠	١,١٥٥	٤٤,٧٦٦	٠,٠٠٠	متوسطة	٢
تدني المهارات والأدوات اللازمة لدى الطلبة لمواجهة الرسائل الإعلامية	٣,١٧	٪٦٣,٤	١,١٦٥	٣٩,٨٨٥	٠,٠٠٠	متوسطة	٣
الانفتاح الثقافي لأنماط وسبل لا تتوافق مع عادات المجتمع وقيمه	٣,١٧	٪٦٣,٤	١,١٥٩	٤٧,٥٠٦	٠,٠٠٠	متوسطة	٣ مكرر
توجيه الرأي العام بحسب أجندات المؤسسة الإعلامية	٣,١٥	٪٦٣,٠	١,٠٩٩	٦٢,٧٧٤	٠,٠٠٠	متوسطة	٥
الخلط بين التربية الإعلامية والإعلام التربوي	٣,٣١	٪٦٦,٢	١,٢٥٢	٢٣,٦٦٧	٠,٠٠٠	متوسطة	١
ضعف الإمكانيات المادية لتجهيز القاعات الدراسية للمساعدة على تقديم التربية الإعلامية بطريقة فعالة	٣,٠٨	٪٦١,٦	١,١٧٠	٤٣,٩٢٣	٠,٠٠٠	متوسطة	٧
صعوبة تفعيل التربية الإعلامية في جميع التخصصات الجامعية	٣,٠٨	٪٦١,٦	١,١٨٥	٣٥,١٨٨	٠,٠٠٠	متوسطة	٧ مكرر
جميع عبارات المحور	٣,١٣	٪٦٢,٦	٠,٨٩٠	١٠٢,٢٧٦	٠,٠٠٠	متوسطة	

يوضح الجدول السابق متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات المعوقات التي تحد من تفعيل التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس وترتيبها حسب المتوسطات الحسابية من الأهم فالأقل أهمية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة. فقد جاءت استجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات المحور والبالغ عددها (١٠) عبارات

بمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (٣,٣١) و (٢,٩١) ودرجة استجابة "متوسطة" لجميع عبارات المحور.

أولا: في الترتيب الأول جاءت العبارة رقم (٨) " الخلط بين التربية الإعلامية والإعلام التربوي" بمتوسط حسابي (٣,٣١) ووزن نسبي (٦٦,٢٪) ودرجة استجابة "متوسطة"، يليها في الترتيب الثاني العبارة رقم (٤) " ضعف استشعار الأقسام العلمية بأهمية تفعيل التربية الإعلامية" بمتوسط حسابي (٣,٢٠) ووزن نسبي (٦٤,٠٪) ودرجة استجابة "متوسطة"، يليها في الترتيب الثالث العبارة رقم (٥) " تدني المهارات والأدوات اللازمة لدى الطلبة لمواجهة الرسائل الإعلامية" والعبارة رقم (٦) "الانفتاح الثقافي لأنماط وسبل لا تتوافق مع عادات المجتمع وقيمه" بمتوسط حسابي (٣,١٧) ووزن نسبي (٦٣,٤٪) ودرجة استجابة "متوسطة" لكل منهما

وفي الترتيب الخامس جاءت عبارة رقم (٧) " توجيه الرأي العام بحسب أجندات المؤسسة الإعلامية" بمتوسط حسابي (٣,١٥) ووزن نسبي (٦٣,٠٪) ودرجة استجابة "متوسطة" يليها في الترتيب السادس العبارة رقم (٢) " عدم وضوح مفهوم التربية الإعلامية" بمتوسط حسابي (٣,١٤) ووزن نسبي (٦٢,٨٪) ودرجة استجابة "متوسطة"، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة المدني (٢٠١٩م) ودراسة الحبيب (٢٠٢٠م) والتي توصلتا إلى أن ثمة غموض وعدم وضوح في مفهوم التربية الإعلامية. ففي دراسة المدني جاءت بنسبة (٦٧,٤٪) من إجمالي العينة تؤكد على عدم وضوح مفهوم التربية الإعلامية مع التشابه والخلط بينها والإعلام التربوي. أما دراسة الحبيب فجاءت بنسبة موافقة كبيرة وبمتوسط حسابي (٤,١٠). وهذا يشير إلى أهمية تجلية المصطلحات وبيان مفاهيمها. ويدعو الباحث؛ المتخصصين في الإعلام والمهتمين بالتربية الإعلامية من التربويين وغيرهم إلى بيان مفهوم التربية الإعلامية والتوعية بأهميتها، وفهم وتبسيط معناها للمتلقين.

ثم يليها في الترتيب السابع العبارة رقم (٩) " ضعف الإمكانيات المادية لتجهيز القاعات الدراسية للمساعدة على تقديم التربية الإعلامية بطريقة فعالة " والعبارة رقم (١٠) "صعوبة تفعيل التربية الإعلامية في جميع التخصصات الجامعية" بمتوسط حسابي (٣,٠٨) ووزن نسبي

(٦١,٦٪) ودرجة استجابة "متوسطة"، يليها الترتيب التاسع العبارة رقم (١) " ضعف تثقيف الطلبة إعلاميا للتعامل الأمثل مع التحديات الإعلامية" بمتوسط حسابي (٣,٠٤) ووزن نسبي (٦٠,٨٪) ودرجة استجابة "متوسطة"

في الترتيب العاشر والأخير جاءت عبارة رقم (٣) " النظرة الخاطئة عن التربية الإعلامية" بمتوسط حسابي (٢,٩١) ووزن نسبي (٥٨,٢٪) ودرجة استجابة "متوسطة"

ثانيا: بينت نتائج الدراسة من خلال الجدول السابق موافقة أفراد عينة الدراسة وبمتوسط حسابي (٣,٣١) أن ثمة خلط بين مفهوم التربية الإعلامية والإعلام التربوي لدى المتلقي. وتتوافق هذه النتيجة مع ما توصلت له نتيجة دراسة الحبيب (٢٠٢٠م)؛ ويعود ذلك ــ كما يعتقد الباحث ــ إلى حداثة مصطلح التربية الإعلامية وقلة انتشار مفهومه بين الأوساط التعليمية. وهذا يشير إلى أهمية نشر مفهوم التربية الإعلامية وتدريسه وتنمية مهاراته وتعلم كفاياته.

وجاءت العبارة رقم (٣) " النظرة الخاطئة عن التربية الإعلامية" بمتوسط حسابي (٢,٩١) متذيلة ترتيب عبارات معوقات تفعيل التربية الإعلامية؛ وهذا دلالة على أن الأستاذ الجامعي لديه نظرة إيجابية عن التربية الإعلامية متى ما تهيأت سُبل تفعيلها. وتسند هذه النظرة ما جاء في المحور الأول من البعد الأول (واقع تفعيل التربية الإعلامية من خلال أعضاء هيئة التدريس) إذ أكدت عينة الدراسة على الدور المثمر لعضو هيئة التدريس في تفعيل التربية الإعلامية مع طلبته من خلال تزويدهم بالمعلومات وتحذيرهم من الشائعات المضللة وتنمية قدراتهم لفهم الرسالة الإعلامية وتفسيرها.

ثالثا: ونتيجة لهذه البيانات؛ يتضح أن المتوسط الحسابي لجميع العبارات بلغ (٣,١٣) بوزن نسبي (٦٢,٦٪) وبلغ الانحراف المعياري (٠,٨٩٠) وبمستوى دلالة (٠,٠٠٠) واستجابة بدرجة (متوسطة). فعليه؛ وبناء على ما أظهرته نتائج المتوسطات الحسابية والأوزان النسبية والانحرافات فإنه يدل على وجود مستوى (متوسط) من المعوقات التي تحد من تفعيل التربية الإعلامية في الجامعات السعودية.

مقترحات عينة الدراسة:

أتاح الباحث مساحةً لأفراد العينة المستجيبة لأداة الدراسة لإبداء آرائهم ومقترحاتهم لتفعيل التربية الإعلامية في الجامعات السعودية. كما أُتيح لهم إبداء مقترحاتهم حول المعوقات التي تحد من تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية من وجهة نظرهم؛ وقد وزع الباحث المقترحات بحسب محاور وأبعاد الدراسة؛ فجاءت على النحو التالي:

(أولا) مقترحات لتفعيل التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال:

(أ) عضو هيئة التدريس:

١/ إيجاد النماذج المشرفة في المجتمع والقدوة الحسنة والاستفادة من نماذج المؤسسات الصحفية المتميزة ذات السمعة الطيبة.

(ب) الأنشطة الطلابية:

١/ تحفيز طلاب الجامعة على المشاركة في الأنشطة والمتطلبات المرتبطة بالتربية الإعلامية.

٢/ أن تتبنى الجامعة نفسها خططا وأنشطة فصلية تعزز مفهوم التربية الإعلامية.

٣/ إقامة المحاضرات والأنشطة اللامنهجية التي تناقش موضوعات التربية الإعلامية وربطها مع ما يستجد من قضايا في عالم الإعلام الرقمي الذي نجد الطلاب أنفسهم مرتبطين بها ارتباطا كبيرا.

٤/ زيادة تفعيل استخدام الشاشات بممرات وقاعات التدريب بالجامعات.

٥/ المشاركات الفعالة للطلبة في ميدان التخصص بالشراكة مع الجهات الإعلامية.

٦/ إنشاء الأندية الطلابية المتخصصة في الإعلام.

(ج) المقررات الدراسية:

١/ تكثيف مقررات الدراسية المتعلقة بالتربية الإعلامية.

٢/ تطوير المناهج الحالية ليتم تضمين بعض المقررات التربوية ضمن الخطط الدراسية للتخصصات الاتصالية.

٣/ نشر الوعي حول موضوع التربية الإعلامية ومحاولة تضمينها في المقررات الجامعية ومناهج التعليم العام، لأهمية الموضوع خصوصا عند تأصيله إسلاميا لمواجهة المخاطر التي تواجه فئة الشباب عند التعامل مع رسائل الإعلام بشكل عام ووسائل التواصل الاجتماعي بشكل خاص.

٤/ إضافة مادة التربية الإعلامية لكل المراحل الدراسية.

(د) البحث العلمي:

١/ التعاون ما بين المؤسسات التعليمية والمؤسسات المجتمعية الأخرى لخلق مبادرات لتعزيز التربية الإعلامية بين الطلاب منذ المراحل الأولى.

٢/ أن يكون هناك تعاون يبادر به قسم الإعلام لكل جامعات السعودية فيما يخص امتداد تخصص الأقسام في المجال البحثي والدورات والندوات وتفعيل المشاركات لكل جامعة بالترتيب، على أن تكون مرتبطة بالفعاليات المحلية والدولية.

٣/ تحفيز رؤساء الأقسام وعمداء الكليات ولجان إعداد المناهج للانفتاح العلمي فيما يتعلق بالتربية الإعلامية.

٤/ عقد دورات وندوات علمية تتعلق بكيفية تبني التربية الإعلامية في جميع التخصصات.

٥/ إقامة ورش عمل لأعضاء هيئة التدريس الجدد عن طرائق التدريس والقيم والمهارات اللازمة لعضو هيئة التدريس بما فيها التربية الإعلامية.

٦/ تبادل الأفكار والحوارات ما بين الأقسام المختلفة داخل الجامعات السعودية وسد ثغرة الاحتياجات في نقل مهارات الجودة والتطوير والتثقيف بها وفتح مجال جديد.

٧/ الاستعانة بالإعلاميين والخبرات الإعلامية في وسائل الإعلام في تقديم وتدريب وتطوير الكادر الأكاديمي والطلاب في الجامعات.

٨/ إنشاء وحدة/مكتب خاص للإعلام في كل جامعة يترأسها دكتور بمشاركة المحاضرين والطلبة.

٩/ إنشاء مجلة ورقية أو إلكترونية (أسبوعية أو شهرية) تطرح أهم الأنشطة والفعاليات والأحداث والمشاكل الخاصة بالجامعة والمنطقة والعالم واي مطالبات للطلاب.

١٠/ توفير الدعم اللازم والتوعية المجتمعية بأهمية التربية الإعلامية.

(ب) أبرز المعوقات التي يراها أفراد عينة الدراسة والتي تحد من تفعيل التربية الإعلامية في الجامعات السعودية:

١/ ضعف الوعي بأدوات المقاومة للدعاية.

٢/ ضعف الإلمام الكافي ما بين مفاهيم التربية الإعلامية والإعلام التربوي، بالإضافة إلى أن هناك فجوة بين التخصصات الإعلامية والتخصصات التربوية والتي يمكن استشعارها من خلال ندرة أو عدم وجود أي من المقررات التربوية ضمن الخطط الدراسية للتخصصات الإعلامية والاتصالية.

٣/ تحرير مفهوم التربية الإعلامية.

٤/ ضعف الكوادر الأكاديمية ورؤيتهم تجاه مفهوم التربية الإعلامية.

٥/ تقليدية الأنظمة وجمودها في تفاعلها مع الأفكار الإبداعية الجديدة والركون إلى الأكاديميا التقليدية.

٦/ ضيق وقت المحاضرات وخصوصا بعد التحول للفصول الثلاث؛ حيث إنه لم يعد هناك متسع من الوقت لمناقشة القضايا المجتمعية والرسائل الإعلامية وتوعية الطلاب حولها.

٧/ كثرة المواد الدراسية المكررة.

٨/ ضعف الوعي بالتربية الإعلامية من خلال الإعلام المرئي.

٩/ زيادة العبء التدريسي والمهام المطلوبة من عضو هيئة التدريس.

١٠/ التربية الإعلامية غير مفهومة وغامضة لكل من الأساتذة والطلبة.

١١/ لا يوجد تعريف إجرائي للتربية الإعلامية لدى الأقسام.

١٢/ وجود قسم متخصص في الإعلام في الجامعة؛ مما يقلل من أهمية تدريس مقررات أو مفردات عن التربية الإعلامية في أقسام أخرى.

١٣/ قلة اهتمام الطلاب في التخصصات غير الإعلامية بالتربية الإعلامية.

١٤/ لا يوجد مقررات دراسية تتحدث عن التربية الإعلامية.

١٥/ التطور السريع الحاصل في مجال الإعلام وعدم مواكبته وربطه بالتربية الإعلامية.

١٦/ ضعف ادراك المجتمع المحيط بأهمية التربية الإعلامية

١٧/ حداثة مفهوم التربية الإعلامية وعدم الوعي بأهميته لدى الجامعات.

١٨/ ضعف الإمكانات وضيق الوقت لدى الأستاذ الجامعي والمسؤوليات الكثيرة المناطة على عاتقه.

١٩/ ضعف اهتمام الجامعات بتقديم متطلبات التربية الإعلامية وتجهيزاتها.

٢٠/ ضعف الوعي الكافي بمفهوم التربية الإعلامية، وأساليبها، وأهدافها، وآثارها.

٢١/ قلة الدعم المادي.

٢٢/ رفع الوعي بضرورة تبني مشروع يعزز المهارات الناعمة في التربية الإعلامية.

٢٣/ عدم وجود دمج فعلي ما بين تخصص التربية الإعلامية والتخصصات الأخرى.

٢٤/ ضعف العلاقة الاجتماعية بين الجامعة وطلابها وغياب القدوة الحسنة في التعاملات.

سؤال الدراسة الرابع:

ما المتطلبات اللازمة لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية من وجهة نظر الخبراء؟

وللإجابة عن هذا السؤال، والذي طُرح على خبراء من التربية والإعلام؛ فقد عقد الباحث وبحضور المشرف ندوة خبراء بتاريخ ١٤٤٤/١٠/١٢هـ عبر برنامج (ZOOM) شارك فيها مجموعة من الخبراء. انظر ملحق رقم (٥)

وقد قام الباحث بجمع آراء الخبراء وتصوراتهم حول متطلبات تفعيل التربية الإعلامية وتم ترتيبها والتعليق عليها وإدراج كل متطلب تحت محوره المناسب من خلال تقسيمها إلى متطلبين:

أولا: متطلبات أكاديمية ويندرج تحته أعضاء هيئة التدريس، والمقررات الدراسية، والبحث العلمي.

ثانيا: متطلبات تنظيمية ويندرج تحتها المتطلبات الإدارية.

وقد خلُصت آراء الخبراء ووجهة نظرهم حول متطلبات تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية إلى:

(١) المتطلبات الأكاديمية:

(أ) من خلال أعضاء هيئة التدريس:

- تأهيل أعضاء هيئة التدريس وإعدادهم مهنيا وإعلاميا من خلال الدورات والندوات، وورش العمل المتخصصة.

وتتفق نتائج الدراسة الميدانية مع هذا الاتجاه الذي يدعو إلى تنمية الحقل المعرفي والمهاري لأعضاء هيئة التدريس من خلال عقد الدورات التدريبية والندوات التأهيلية في ميدان التربية الإعلامية.

وقد أكدت نتائج الدراسة الاهتمام الضعيف من قبل الأقسام العلمية بإقامة ورش عمل ودورات تدريبية في هذا المجال سواء للأساتذة أو الطلبة.

- استخدام الأستاذ الجامعي المنصات الإعلامية أثناء العملية التدريسية لتعزيز الجوانب المهارية للطلبة من خلال استخدام المنصات الاجتماعية.

وبالوقت الحديث اتسعت استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وقامت دعوات للاستفادة من الوسائل التقنية الحديثة في العملية التعليمية ومنها الشبكات الاجتماعية؛ وقد قُدمت

دراسات عديدة تبين التوجه الملحوظ من قبل أعضاء هيئة التدريس من خلال الاستفادة من وسائل التواصل وإدخالها ضمن الوسائل المساعدة في التدريس. وتأييدا لذلك؛ فقد أظهرت نتائج دراسة رانية مغربي (٢٠٢١م) والمطبقة على أعضاء هيئة التدريس بجامعة أم القرى توصلت إلى أن عينة الدراسة تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي كوسيط تعليمي بدرجة كبيرة وبمتوسط حسابي (٣,٦٥)، وأن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كوسيط تعليمي جاءت بدرجة موافقة كبيرة جدا.

كما جاءت نتائج الدراسة الحالية في واقع التربية الإعلامية من خلال توظيف أعضاء هيئة التدريس للوسائل التقنية وشبكات التواصل الاجتماعي مع الطلبة في العملية التعليمية جاءت بدرجة (عالية) مما يشير إلى وعي الأستاذ الجامعي واستشعاره أهمية الوسائل التقنية وضرورة توظيف كل ما من شأنه خدمة العملية التعليمية خدمةً للعلم وطلابه.

ويشير الخبير (٤) أنه يمكن للأستاذ الجامعي تفعيل التربية الإعلامية مع طلابه أيا كان مقرره أو قسمه الذي ينتمي له؛ فعندما يطلب الأستاذ من طالب أن يأتي ويستحضر معلومة أو أن يبحث عن مقطع يوتيوب يتناول موضوعا من الموضوعات، فالطالب يفترض أن تكون لديه المهارة والمعرفة عن طريقة البحث في هذا المحتوى العلمي وأن يكون هذا المحتوى صحيحا وأن يتحقق من صحته وأن تكون لديه مهارات التفكير الناقد فيما يتعلق بذلك.

وتتفق الخبير (٥) مع هذه النظرة، أنه ربما أي أستاذ جامعي ممكن أن يكون مؤهلا لتفعيل التربية الإعلامية؛ إلا أنها تتساءل بأي مقرر يمكن أن تُفعَّل فيه؟ فليست كل المقررات تسمح للأستاذ الجامعي أن يقدم التربية الإعلامية لطلبته فهي موصَّفة بموضوعاتٍ محددة، فترى إحالة تفعيل التربية الإعلامية للمقررات الأقرب للتربية الإعلامية مثل مادة (الاتصال) و (التحرير العربي) وغيرهما.

وتتفق الخبير (٦) والخبير (١٠) مع وجهة نظر الخبير (٥) أنه يمكن إضافة التربية الإعلامية بالمقررات الحرة والتي يشترك فيها غالب التخصصات والأقسام العلمية. كما يتفق الخبير (٣)

مع اتجاهات الخبراء بأهمية تعزيز مفاهيم التربية الإعلامية لدى الطلبة من خلال تضمينها بالمقررات العامة ومتطلبات الأقسام العلمية.

ويتفق الباحث مع رؤية الخبير (٥) إذ أن لبعض المواد الجامعية مرونة أكثر من غيرها وهي مقررات متطلبة في غالب التخصصات فمن خلالها يمكن تفعل التربية الإعلامية، أيضا يمكن للأستاذ الجامعي أيا كان قسمه أو تخصصه قادر على تفعيل التربية الإعلامية من خلال تحذير طلبته من الشائعات والمضامين الإعلامية المنافية للقيم الإسلامية وتعزيز قيم الانتماء الوطني واحترام الثقافات الأخرى والتسامح الإيجابي مع الآخر. وهذا جانب تعزيزيٌّ ومهمٌ في تفعيل التربية الإعلامية. كما يمكن للأستاذ الجامعي وبمختلف التخصصات أن يوظف الوسائل التقنية وشبكات التواصل الاجتماعي مع طلبته في العملية التعليمية.

(ب) من خلال المقررات الدراسية:

- إقرار مادة بالتربية الإعلامية لجميع مراحل التعليم العام والجامعي ومادة في التفكير الناقد وأن ترتبطان ببعضهما.

ويتفق هذا المتطلب وهو استحداث مادة للتربية الإعلامية في منهجٍ مستقلٍ بجميع المراحل التعليمية مع ما اتجهت إليه المملكة المتحدة، وكندا، وفنلندا، على إقرار مادة الثقافة الإعلامية في نُظمها التعليمية ضمن المقررات الإلزامية بجميع المراحل التعليمية.

ويعد منهج التربية الإعلامية المستقل تجربة حديثة، ففي بعض الدول الرائدة بدأت تجاربها عبر المناهج التكاملية ثم تحولت لإفراده بمنهج مستقل.

والمنهج المستقل، يهدف إلى تمكين الطلبة من مهارات التربية الإعلامية، ومهارة التفكير النقدي المتضمنة في المناهج الأخرى ككفايات للتربية الإعلامية. وبذلك يحقق المنهج المستقل فلسفة الحماية من المضامين الإعلامية السيئة.

كما تتفق الخبير (٧) مع اتجاهات المنهج المستقل والذي يرى أهمية إفراد مقرر مستقل؛ فتؤكد من وجهة نظرها على أهمية توصيف مقرر للتربية الإعلامية كمتطلب إلزامي بجميع التخصصات وربطها بجميع المقررات، وخاصةً الدراسات النظرية. وترى الخبير (٦) إلى أهمية توصيف مقررا علميا متخصصا بالتربية الإعلامية يكون أحد المتطلبات الإلزامية لطلبة السنة التحضيرية؛ لتعزيز مفهوم التربية الإعلامية لدى الطلبة وتعليمهم مهارة قراءة الرسالة الإعلامية قراءة واعية، والتحقق من مصداقيتها ومعرفة أجندات الرسائل الإعلامية، لا سيما ما يخص الثقافة الاستهلاكية والتي تُبث بكم هائل من إعلانات المشاهير في وسائل التواصل الاجتماعي.

وهذا ما ركزت عليه دولة كندا في تدريسها للتربية الإعلامية بإحدى مداخلها الفلسفية وهو الجانب التثقيفي والتوعوي للطلبة، وعلى وجه الخصوص ما يتعلق بالجانب الاقتصادي والاستهلاكي والتي تعمل وسائل الإعلام على بثه من خلال الإعلانات للتأثير على المتلقي بمزيد من الاستهلاك الاقتصادي غير المنضبط.

وبهذا ترى الخبير (٥) على وجوب تضمين المتطلبات قانونا لضبط المحتوى الإعلامي فنحن نحتاج إلى تفعيلها والتوعية بها لتحقق الحماية من الرسائل الإعلامية غير الجيدة.

وأما الخبير (٨) فلا ترى أهمية إفراد مقرر مستقل للتربية الإعلامية، بل ترى ومن وجهة نظرها أن الأجدر لتفعيل التربية الإعلامية هي دمجها بجميع المقررات الجامعية وإعادة توصيف المقررات بما يضمن ذلك مع توفير المواد والمصادر اللازمة لذلك وتحديثها بشكل مستمر من قبل وحدات الجودة بالأقسام المتخصصة ومراجعتها دوريا.

وتتوافق رؤية الخبير (٨) مع نتائج مؤتمر (جرنوالد، ١٩٨٢م) المنعقد في ألمانيا والذي خرج بعدد من التوصيات منها: الدعوة لدمج التربية الإعلامية بأحد المقررات وهو ما يعرف بالمنهج التكاملي. وقد تقدم الحديث عن المنهج التكاملي بالمبحث الثالث.

- يرى الخبير (٤) أن من المتطلبات المهمة تدريب الطلبة على الإنتاج الإعلامي بحيث يشارك الطلبة بصنع محتوىٍ إعلاميٍ وإنتاجه وبثه في وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة وتكون ضمن المساهمة في الإنتاج الإعلامي.

وهذا المتطلب يفسر الضرورة لمدخل التمكين أو ما يعرف بالمدخل الحديث للتربية الإعلامية والتي أشارت إليه الدراسة الحالية في إطارها النظري والتي تقوم فلسفة هذا المدخل على مبدأ امتلاك الطلبة للخبرات الإعلامية المختلفة فهو لا يكتفي بالتحليل والنقد، بل يتوسع للوصول إلى مرحلة الإنتاج والذي يمكِّن الطلبة من المناقشة الموضوعية للرسالة الإعلامية.

وهذا ما يدعو إلى أن بعض الباحثين لا يتوقعون من المتلقي قبول الرسالة الإعلامية ونقدها فحسب، بل يتجاوز تفاعله إلى المشاركة الواعية في الإنتاج الإعلامي.

وفي هذا الصدد، فإن وسائل التواصل الاجتماعي لها القدرة على الابتكار والإنتاج الإعلامي ولذا يعرف يحياوي (٢٠٢٠م) الإعلام الجديد "بأنه مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه، بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية الوسائط المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل". ومنصات الإعلام الجديد أعطت مساحة كبيرة للمتلقي وأضحى مشاركا ومنتجا لها.

وقد أشارت أليس لي (٢٠٢٠م) في معرض حديثها عن المنهج التدريسي للتربية الإعلامية وهو ما أسمته (مدخل وسائل الإعلام الإبداعي) أو ما يعرف بـ (الإنتاج الإعلامي)، فمع زيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، أصبح الاهتمام بتدريس التربية الإعلامية حاليا من خلال الإنتاج الإعلامي أمرا مهما في ظل المنصات الرقمية المتعددة.

(ج) من خلال الأنشطة الطلابية:

- عدم اقتصار التربية الإعلامية على المقررات الدراسية؛ وإنما يكون ثمة أنشطة سواء على مستوى الأقسام العلمية أو على مستوى الأنشطة الجامعية.

وهذا المتطلب يتلاءم مع نتائج الدراسة الحالية، إذ جاء البعد الثاني من أبعاد الدراسة الميدانية (واقع التربية الإعلامية بالجامعات السعودية من خلال الأنشطة الطلابية) جاء بدرجة (متقدمة).

وقد أكدت عينة الدراسة الحالية على أهمية تضمين التربية الإعلامية من خلال الأنشطة الطلابية؛ ويتزامن هذا مع استشعار عينة الدراسة لأهمية إشراك التربية الإعلامية مع النشاطات الجامعية بمختلف أبعادها وألوانها.

كما أن دراسة الخيري (٢٠٠٩م) جاءت بنحو من هذا؛ إذ توصلت إلى أن تضمين التربية الإعلامية من خلال الأنشطة العامة في الجامعة جاء بدرجة (عالية).

- مساهمة الأساتذة بتفعيل التربية الإعلامية من خلال الأنشطة اللامنهجية.

وفي ظل الانفتاح المعلوماتي والذي لا يخضع لضوابط أو رقابة تقنن سطوته فإن الخبير (٣) يتفق مع هذا المتطلب بأهمية تنفيذ برامج لا منهجية تتعلق بالتربية الإعلامية.

وهذا يشير إلى الأهمية البالغة لمشاركة الأستاذ الجامعي طلبته وتشجيعهم على الأنشطة غير المنهجية. وقد أفادت نتائج الدراسة على هذا، وذلك من خلال أهمية تشجيع الأستاذ الجامعي طلبته على المشاركة الإعلامية الفعالة في المجتمع" فقد نالت العبارة في متوسطها الحسابي بدرجة (متوسطة) وهو مؤشر جيد على استشعار عضو هيئة التدريس دوره بتفعيل التربية الإعلامية من خلال تشجيع طلبته على المشاركات الإعلامية سواء بصناعة محتوى إعلامي يعرض داخل القاعة الدراسية أو بإحدى وسائل التواصل الاجتماعي أو بصناعة وإنتاج محتوى إعلامي وهذا جزء مهم من دور التربية الإعلامية بتعزيز قدرات الطلبة في التعامل مع الرسائل الإعلامية المختلفة.

كما أن نتائج الدراسة توصلت إلى أن المجتمع يرفض الانفتاح الثقافي لأنماط وسبل لا تتوافق مع عادات المجتمع وقيمه" وبناء على ذلك؛ فإن تفعيل التربية الإعلامية وبيان مفهومها وبسط أهدافها وتدريب الطلبة على القراءة النقدية الواعية للرسائل الإعلامية أمر غاية في الأهمية.

- ومن المتطلبات الأكاديمية من وجهة نظر الخبير (٢) إصدار مواد علمية مطبوعة وغير مطبوعة تُعنى بالتربية الإعلامية.
- تفعيل الأندية الطلابية ودعم برامجها بموضوعات التربية الإعلامية وتعزيز حضورها في المهرجانات الطلابية داخليا وخارجيا.

وتؤكد الخبير (٧) والخبير (١٠) على أهمية تفعيل التربية الإعلامية من خلال تشجيع الأندية الطلابية لإقامة المحاضرات والندوات وورش العمل والتي تُعقد بشكلٍ دوري ومستمر لتوعية الطلبة بأساليب واستراتيجيات التأثير الإعلامي وكيفية مقاومتها ومعرفة التعامل مع محتوياتها. فيما يؤكد الخبير (٣) على أهمية إقامة اللقاءات وورش العمل لتنمية ملكات الطلبة بطريقة التعامل مع المعلومات المفتوحة لتفادي انعكاساتها السلبية على المجتمع من خلال تنمية القدرات العقلية للطلبة بالمعرفة، والفهم، والتحليل، والتقييم. وهذا ما بينته الدراسة الحالية على الدور البارز للأستاذ الجامعي في توعيته لطلبته وتحذيرهم من الشائعات والمضامين الإعلامية المنافية للقيم الإسلامية من خلال المحاضرات أو الندوات أو اللقاءات وورش العمل.

ويضيف الخبير (٣) إلى المتطلبات والتي من أبرزها، العمل على تعزيز قدرة الطلبة وتكوين شخصياتهم من خلال تنمية مهاراتهم التحليلية والنقدية، لمعرفة أبعاد ومغزى المعلومة التي يتعرض لها الفرد للتعامل معها بحذر وحكمة ولتعزيز مفهوم الأمان المعلوماتي الشخصي. وقد أكدت الدراسة الحالية من خلال نتائج عينتها على الجهود المثمرة والقائمة من قبل الأستاذ الجامعي وسعيه نحو تمكين الطلبة من امتلاك الخبرة الإعلامية باستخدام مهارات النقد والتقويم والتحليل.

- ومن المتطلبات من وجهة نظر الخبير (٣)، تنمية آليات الوعي والتكيف مع المحيط لدى الطلبة من خلال ترسيخ ثقافة الحوار والتعبير عن الذات ومهارات الاتصال.

ويتفق الباحث مع وجهة نظر الخبير (٣) إلى أهمية الحوار والتعبير عن الرأي وتنمية مهارات الاتصال كونه مفيد وحيوي في القدرة على التواصل الفعال وإنشاء علاقات جيدة مع الآخرين وقد جاءت نتائج الدراسة مؤكدة على أهمية تعزيز برامج التربية الإعلامية لمهارات الاتصال الفعال والتحدث والإنصات لدى الطلبة من خلال الأنشطة الطلابية وفقا للمتوسط الحسابي (٢,٩١) والذي أكدته عينة الدراسة من خلال تحقيق عبارتها الترتيب الأول.

- ومن المتطلبات من وجهة نظر الخبير (٧)، تفعيل البحوث التداخلية كون التربية الإعلامية تتداخل مع عدة تخصصات مثل (التربية، الإعلام، التسويق، علم الاجتماع، العلوم السياسية...).

(٢) المتطلبات التنظيمية:

- إقرار جائزة سنوية لتشجيع البحوث بموضوعات التربية الإعلامية، وتقديم الحوافز لأبحاث التربية الإعلامية.

ولكون نتائج الدراسة أظهرت ضعفا تشجيعيا من جانب عمادات البحث العلمي لأعضاء هيئة التدريس وتحفيزهم لتقديم المزيد من الأبحاث العلمية في مجال التربية الإعلامية ـ كما جاء ذلك في نتائج البعد الرابع من الدراسة الميدانية. وقد جاءت إحدى توصيات الدراسة بتحفيز الأساتذة الجامعيين لتقديم المزيد من الأبحاث العلمية والدراسات المتخصصة في التربية الإعلامية. فإن الباحث يتفق مع دعوة الخبير (١) لإقرار جائزة تحفيزية للبحث في التربية الإعلامية، ويأمل الباحث أن تقوم المؤسسات غير الحكومية بتبني تلك الجوائز ودعم الباحثين لتقديم مزيدٍ من الأبحاث في مجال التربية الإعلامية. كما تنادي الخبير (٧) الباحثين لتقديم المزيد من الأبحاث العلمية بالتربية الإعلامية، وتقترح الخبير (٧) أن تُجرى دراسات تجريبية بمختلف المنهجيات العلمية في هذا المجال، لمعرفة تأثيرات بعض الظواهر على الفرد أو المجتمع.

- مساهمة الأقسام العلمية والقيام بدورها المنوط بها.

- إعداد حلقات نقاش علمية مختصة بالتربية الإعلامية وبصورة دورية.
- ويرى الخبير (٤) أهمية عقد الشراكات والتواصل وتجسير العلاقة ما بين الجامعات وما بين وزارة الإعلام أو وزارة الثقافة لعملية البناء والتطوير، ومن أجل تعميق مفهوم التربية الإعلامية للجمهور.
- كما يتفق الخبير (٣) مع هذا المتطلب بضرورة عقد اتفاقيات تفاهم بين الجامعات والمؤسسات الإعلامية والتربوية لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية.
- وتوكد الخبير (٩) على أهمية قيام مؤسسات المجتمع المدني بدورها في تعزيز مفهوم التربية الإعلامية وذلك بتكثيف البرامج التوعوية وورش العمل بما يحقق زيادة الوعي الإعلامي السليم.
- وتأمل الخبير (٦) بتكوين حلقة وصل بين الجامعات ووزارة الإعلام بالمملكة العربية السعودية من أجل تعميق مفاهيم البرامج التربوية، وتعميق مفهوم التربية الإعلامية للجماهير، تحت إشراف الجامعات.

ويتفق هذا المتطلب مع توصيات المؤتمر الأول للتربية الإعلامية المنعقد في الرياض (٢٠٠٧م) على أهمية إقامة شراكة علمية ومهنية بين مختلف المؤسسات التعليمية والإعلامية. كما دعا ملتقى التربية الإعلامية المنعقد في القريات (٢٠١٨م) تحت إشراف وزارة التعليم لبناء شراكة مع مؤسسات المجتمع المدني والقطاع الخاص لتطوير برامج وتطبيقات للتربية الإعلامية يستفيد منها الطلبة.

- إلى ذلك تؤكد الخبير (٩) إلى أهمية دورة الأسرة، ودور المؤسسات الدينية من خلال المسجد، وخطب الجمعة، في زيادة الوعي بالتربية الإعلامية وتعزيز مفهومه في ضوء التربية الإسلامية.

ومما تقوم به منابر المساجد، من دورٍ إعلامي، رائدٍ في توعية وتثقيف الناس، بأمري الدنيا والآخرة يعكس أثرا إيجابيا على الفرد المسلم، فخطب الجمعة تقوم بوظيفة تربوية مهمة وتحمل دورا إعلاميا حيويا إذ أنها مركزا تثقيفيا وتعليميا فهي من أبرز وسائل الإعلام الإسلامي والذي

يمارس دوره بكل اقتدار. كما أن دور الأسرة بتوعية وتثقيف النشء في التربية الإعلامية له أثر بارز وملموس، فتربية الوالدين لأبنائهم على القيم الإسلامية والأخلاق الحميدة يخلق لديهم حصانةً قيمية ويدع لديهم فهما وإدراكا للمضامين الإعلامية، ومعرفةً بأساليب التعامل الواقعي مع وسائل الإعلام المختلفة.

- إصدار اللوائح والمواد والسياسات التنظيمية للتربية الإعلامية بالجامعات السعودية.
- إصدار الأدلة التنظيمية المعنية بتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات.
- إنشاء مجلس إعلامي أو لجنة إعلامية ذات اهتمامات ومهام لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية.
- الدعم اللوجستي والمادي والبشري المعزز لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية.
- تشجيع الطلبة على ممارسة أدوارهم الاجتماعية من خلال توعية أسرهم ومجتمعهم وذلك لصد كل ما من شأنه زعزعة واستقرار السلم الاجتماعي.
- إنشاء كرسي بحث علمي مختص بالدراسات في التربية الإعلامية لكشف المشاكل والظواهر والرسائل الإعلامية ذات الأجندات الإعلامية المعروفة.
- دعوة الجامعات لإنشاء مراكز للإنتاج الإعلامي الهادف لتدريب الطلبة على مختلف المنتجات الإعلامية، إلى جانب تثقيفهم وتدريبهم للتعامل الأمثل مع المضامين الإعلامية.
- تخصيص مقرات بالجامعات السعودية تساعد على تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية.
- رسم سياسات المناهج التعليمية (الجامعي – العام) بما يضمن تحقيق مهارات النقد الإعلامي كأحد أهم أدوات التحليل والنقد والتقويم للمحتوى الإعلامي.
- التحديث والمواكبة للمتغيرات المهدِّدة للقيم الإسلامية فيما يخص التشريعات والقوانين.
- تضمين الاستراتيجية التعليمية (الجامعي – العام) بما يحقق صيانة ووقاية المواطنة الرقمية.

- تفعيل دور المشاركة المجتمعية في نشر ومكافحة الأمية الإعلامية عبر مشاركة أعضاء هيئة التدريس.

الفصل الخامس

التصور المقترح:

- **منطلقات التصور المقترح**
- **أهداف التصور المقترح**
- **آلية تفعيل التصور المقترح**
- **متطلبات تفعيل التصور المقترح**
- **معوقات تفعيل التصور المقترح**

الفصل الخامس

التصور المقترح لتفعيل التربيه الإعلامية بالجامعات السعودية

مدخل:

يهدف الباحث من خلال الفصل الخامس إلى تقديم تصورٍ مقترحٍ لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية، وذلك للإجابة عن السؤال الخامس من أسئلة الدراسة:

ما التصور المقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية من وجهة نظر الخبراء؟

وقد تم بناء التصور المقترح؛ ومن ثمَّ عُرض على مجموعة من الخبراء لإبداء رأيهم، وخرج بالصورة النهائية التالية:

تمهيد:

تتسم أهمية التربية الإعلامية، بكونها تقوم بأدوارٍ مهمةٍ، في مواجهة التأثيرات الإعلامية، وانعكاسات تلك التأثيرات على الهوية الشخصية، والثقافية للمتلقي؛ فهي قادرة على تنمية وتثقيف الطلبة على القراءة النقدية والتحليلية للرسالة الإعلامية بحيث لا يمكن تضليله وخداعه.

ومن هذا الاعتبار، وظلالا لإطار الدراسة النظرية، وتجارب الدول المتقدمة في مجال التربية الإعلامية ومن نتائج الدراسة الميدانية، بُني التصور المقترح من خلال الآلية المقترحة لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية وفقا للتالي:

المحور الأول

منطلقات التصور المقترح

أولا: فلسفة التصور المقترح:

يستند فلسفة هذا التصور إلى إكساب الطلبة مهارات الفهم، والتفكير النقدي، وتحليل المنتج الإعلامي؛ وتوعيتهم بمخاطر وسلبيات الوسائل الإعلامية.

ثانيا: منطلقات التصور المقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية:

تتحدد منطلقات التصور المقترح، لتفعيل التربية الإعلامية، بالجامعات السعودية، من خلال أدبيات الإطار النظري، وتجارب وخبرات الدول العالمية، في مجال التربية الإعلامية، ودراسات التربية الإعلامية السابقة (نتائجها، وتوصياتها)، وما توصلت إليه نتائج الدراسة

الميدانية من خلال واقع تفعيل التربية الإعلامية، وما عرضه الخبراء، من متطلباتٍ للتربية الإعلامية، من خلال المنطلقات التالية:

- التعليم هو الركيزة الأساسية، وبه تتحقق آمال المجتمعات وتطلعاتهم، وتقوم على أُسسه أهداف التنمية المستدامة، وهو مؤشر على تقدم الأمم بكافة المجالات.

- الجامعة هي المؤسسة التعليمية، والتأهيلية، والتي يقع على عاتقها تعليم وتثقيف وتدريب الطلبة على التعامل الإيجابي مع المضامين الإعلامية المختلفة.

- الإعلام بصوره وأنواعه، أصبح محركا ومسيطرا على العقول الجماهيرية، ولديه القدرة على توجيه الرأي والتأثير عليه.

- ضرورة الوعي الإعلامي بالمتغيرات الحديثة والتطورات العالمية في شتى المجالات.

- تفاوت وسائل الإعلام في عصرنا الحديث، وسرعة تقدمها، وحداثة تنوعها، وتأثيراتها على المتلقي، يضع الاهتمام بالتربية الإعلامية أولوية كبرى.

- مواكبة التوجهات الحديثة لإتاحة الفرصة لتعليم التربية الإعلامية، كونها من المعارف الضرورية والتي دعت الحاجة إليها، لا سيما وأنها باتت اتجاها عالميا وجزءًا أساسيا من المناهج التعليمية، للعديد من الدول المتقدمة.

- تكامل الأدوار بين التربويين والإعلاميين بما يبلغ مراد التربية الإعلامية لتحقيق الاستفادة القصوى للأفراد والمجتمعات.

❖ تفعيل التربية الإعلامية:

- عناية الدول المتقدمة في تدريس التربية الإعلامية بمختلف المراحل التعليمية أمرا حتميا كونه إحدى المتطلبات الجوهرية لتنمية معارف الطلبة وإكسابهم المهارات التحليلية والنقدية للرسالة الإعلامية.

❖ الجامعة:

تقوم الجامعة بدورٍ مهمٍ متمثلة بوظائفها المتعددة واختصاصاتها المتنوعة ما بين تدريسية وبحثية وخدمية وبرامج ثقافية نوعية ووظائف ومهام مناطة بها سواء في رسالتها التعليمية أو عبر خدماتها للمجتمع.

– دور الجامعة يندرج تحته الوظائف الأساسية، وهي التعليم، وهو المقصود لذاته، لكونه وسيلة أساسية من وسائل التنمية الثقافية بتعليم الإنسان وبناء فكره وصقل شخصيته، وبه تُعد القوى البشرية بمختلف المستويات لتلبية حاجات المجتمع والنهوض بها كونها المهمة الأبرز للجامعة، إلى جانب مهمة البحث العلمي، وخدمة المجتمع.

– المرحلة الجامعية تُكوّن شخصية الطالب وتصقل قدراته، وتنضج لديه الأفكار والرؤى، وتُبنى لديه التصورات. والطلبة في المرحلة الجامعية هم العنصر الأساس في العملية التعليمية والتي يتم من خلالها إعدادهم والتأثير في سلوكهم، واتجاهاتهم، وتزويدهم، بالمعلومات، والمعارف والمهارات.

❖ التربية الإسلامية:

– يقوم بناء التربية الإعلامية على أُسسٍ تسهم في ترسيخ الهوية الثقافية للأمة المسلمة، انطلاقا من التصور الإسلامي بشموليته، وتكامله، إلى التمسك بحضارة الأمة والمحافظة على القيم المجتمعية.

إلى ذلك كانت ثمة دعوات ومناداة للوثاق والتكامل في الدور بين الإعلاميين والتربويين، وذلك لترسيخ القيم التربوية، واستفادة الأفراد والمجتمع.

– تمثّل الصورة الإعلامية لوسائل الإعلام القيم الأخلاقية في أهدافها، ورسالتها، وقيمها، التي تؤمن بها، ولذا ما تبثّه وتعلنه على شاشتها يعكس رؤيتها، ورسالتها وأهدافها، وعلى هذا، فالحس الأخلاقي، والتفكير الحواري التفاعلي، والذي يمثل صورة من صور التفكير النقدي، يتعين أن يكون حاضرا في هذا الموقف لقراءة وتحليل تلك الصورة الإعلامية قراءةً اتزانيةً منضبطة بضوابط الشريعة الإسلامية.

– النظرة الإسلامية وتصوراتها المتكاملة للكون والإنسان والحياة، خلقه في أحسن تقويم، ومنحه العقل لتمييزه عن سائر المخلوقات، وسُخّر له الكون وما فيه، واستخلفه في أرضه لإعمارها واستثمارها وفقا لمراد الله ومبتغاه.

المحور الثاني

أهداف التصور المقترح:

(أ) الأهداف العامة:

- تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية.
- إعداد الطلبة، وتهيئتهم، لاكتساب المعرفة الإعلامية، بما تتضمن كيفية عمل وسائل الإعلام، والقراءة الواعية للرسالة الإعلامية، وفهمها، ونقدها، وتحليلها، وتمكينهم من التعامل الواعي، مع التحديات الإعلامية المعاصرة. إلى جانب كيفية استخدام وسائل الإعلام استخداما إبداعيا.

(ب) الأهداف الخاصة:

١) التعرف على خاصية الوسائل الإعلامية من خلال: (أهدافها، غاياتها، طبيعة عملها...)

٢) استجلاء المفاهيم لاستراتيجيات الصناعة الإعلامية بوصفها ثالث أكبر صناعة من خلال: (صناعة المحتوى، الإعلان، الرأي العام...)

٣) إعداد الطلبة، وتهيئتهم، لاكتساب المعرفة والثقافة الإعلامية، بما تتضمن الكيفية لعمل وسائل الإعلام.

٤) تنمية القدرة على القراءة العميقة للرسالة الإعلامية؛ فهما، وتحليلا، ونقدا.

٥) تمكين الطلبة من التعامل الواعي، مع التحديات الإعلامية المعاصرة، لحمايتهم من التأثيرات الإعلامية.

٦) تعزيز الهوية الإسلامية والقيمية والثقافية للمجتمع.

٧) تمكين الطلبة من الاستفادة من التقنيات الاتصالية والمعلوماتية الحديثة.

٨) إبراز الدور الإيجابي، لوسائل الإعلام، في توعية وتثقيف المجتمع.

٩) تدريب وتثقيف الطلبة على كيفية استخدام وسائل الإعلام استخداما إبداعيا.

١٠) القدرة على الابتكار والإبداع من خلال الإنتاج الإعلامي.

١١) بناء وثيقة لمنهج التربية الإعلامية معتمدة؛ لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية

المحور الثالث

❖ **آلية تفعيل التربية الإعلامية بالمرحلة الجامعية:**

تتمثل آلية تنفيذ، التصور المقترح، لاستراتيجيات تفعيل التربية الإعلامية، بالجامعات السعودية، من خلال:

الأستاذ الجامعي، الأنشطة الطلابية، المقررات الدراسية، البحث العلمي وذلك على النحو التالي:

أولا: تفعيل التربية الإعلامية من خلال الأستاذ الجامعي:

يقوم الأستاذ الجامعي من خلال دوره المهم والفعال بتفعيل التربية الإعلامية لطلبته من خلال:

١ ربط المحاضرات بالمناسبات الدينية والوطنية، لتعزيز قيم الانتماء الوطني.

٢ محاولة الأستاذ الجامعي مناقشة الأحداث والقضايا الإعلامية المعاصرة، من خلال الربط المباشر وغير المباشر بالمحاضرة، لتنبيه الطلبة من الشائعات والمضامين الإعلامية المنافية للقيم الإسلامية.

٣ توظيف الوسائل التقنية وشبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية.

٤ تنمية مهارات التفكير الناقد لتدريب الطلبة على فهم الرسالة الإعلامية وتحليلها، ونقدها

٥ تنفيذ دورات وبرامج تطويرية لتأهيل عضو هيئة التدريس.

٦ التنويع في طرائق التدريس من خلال استخدام النماذج والاستراتيجيات المهارية المطبقة في الدول المتقدمة، نحو نموذج الاستقصاء، واستراتيجية التفكير الناقد، والمدخل الاستقرائي.

❖ **أبرز الاستراتيجيات والنماذج الملائمة لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية:**

أ **تفعيل نموذج الاستقصاء:**

يتيح النموذج، طرح أسئلة مفتوحة، حول العديد من القضايا الإعلامية المعاصرة، ويشجع الطلبة، على التفكير النقدي، وحثهم على البحث والتقصي، ومناقشة القضية بالوسائل المناسبة.

ب **تفعيل استراتيجيات التفكير الناقد:**

يؤدي التفكير الناقد إلى مجموعة من المهارات العقلية، التي تمكّنه من تفكيك الرسالة الخفية، ومَلَكة التمييز بين الحقائق وضدها، والموضوعية، وعدم التحيز، والاستقلالية، والمصداقية، ومعرفة المسلّمات، والتفسير، والاستنباط، والتقويم.

ج **تفعيل المدخل الاستقرائي:**

يساعد المدخل الاستقرائي، على قراءة الأفكار، والرموز، والصور الإعلامية، لكسب الطلبة، مهارة قراءة وتحليل، وتفسير، ونقد الرسالة الإعلامية.

ثانيا: تفعيل التربية الإعلامية من خلال المقررات الدراسية:

يأتي دور المقررات الجامعية لتفعيل التربية الإعلامية من خلال:

(أ) دمج موضوعات التربية الإعلامية ضمن المتطلبات الحرة (المقررات المشتركة):

ويرى الباحث أن دمج موضوعات التربية الإعلامية، وفقا للمداخل التكاملية والتي أُفرد الحديث عنها بالإطار النظري هي الأنسب لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية وذلك للأسباب التالية:

١ قدرة المدخل التكاملي، على تطوير المعارف، ومهارات التربية الإعلامية، والسلوكيات التي تدعم الوعي النقدي لدى الطلبة.

٢ تميّز التعليم الجامعي بوجود مقرراتٍ متطلبة، تتفرد بالمرونة، والسهولة، في إضافة مفرداتٍ، جديدة، على المقرر المشترك.

٣ تملّك الأقسام العلمية الصلاحية، بإضافة توصيفاتٍ جديدة، على مقررات أقسامها.

❖ **الموضوعات التي تتناولها التربية الإعلامية ضمن المقررات المشتركة وهي كالتالي:**

١ موضوعات القيم الأخلاقية، تقديس الثوابت، الرقابة الذاتية، احترام الثقافات الأخرى، التسامح.

٢ مهارة الوصول إلى الرسائل الإعلامية، القراءة التأملية، فهم الرسالة الإعلامية.

٣ كتابة مقالة، تحليل ونقد مقالة منشورة.

٤ تعريف الاتصال، أهميته، التواصل مع الآخرين، الاستماع الفعال.

٥ مهارة التفكير النقدي، تعريفه، أهميته، خصائصه، مكوناته...

٦ تمييز الحقائق، المسلَّمات، التحيز

(ب) دعم برامج وخطط الأنشطة الطلابية بموضوعات التربية الإعلامية:

ويمكن تفعيل التربية الإعلامية من خلال أنشطة الطلبة الجامعية:

١ تضمين برامج وخطط الأنشطة الطلابية لموضوعات التربية الإعلامية.

٢ تنفيذ الأقسام العلمية أنشطة لامنهجية تهدف إلى تعزيز مهارات التربية الإعلامية.

٣ تحفيز عمادات شؤون الطلاب والأقسام العلمية الطلبة، لتفعيل المناسبات الوطنية، من خلال: إصدارات المحتوى الإعلامي وإنتاجه.

٤ تبنّي الجامعات برامج وأنشطة إعلامية تعزز من قيم العدل، الصدق، الإحسان، حسن الأخلاق، الظن الحسن ...

٥ إقامة مناشط ومعارض ومسابقات تحفيزية لعرض الطلبة إنتاجهم الإعلامي.

ثالثا: تفعيل التربية الإعلامية من خلال البحث العلمي:

يمكن تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية من خلال البحث العلمي عبر:

- دعم البحوث البينية، في مجال التربية الإعلامية، بين التخصصات التربوية، والإعلامية.
- تنظيم الأقسام العلمية دورات تطويرية في بناء مهارات التفكير الناقد لدى الطلبة.
- تحقيق الشراكات بين الجامعة والمؤسسات الإعلامية لنشر مفهوم التربية الإعلامية.
- تنظيم الأقسام العلمية ندوات لتعزيز ثقافة التربية الإعلامية لدى الطلبة.
- تنظيم الأقسام العلمية ورش عمل للطلبة لتدريبهم على القراءة الواعية للرسائل الإعلامية.
- الاستعانة بالخبرات الإعلامية، لتدريب وتأهيل أعضاء هيئة التدريس.

المحور الرابع

متطلبات تفعيل التربية الإعلامية من خلال:

أولا: تحديد الاحتياجات التدريبية اللازمة لأعضاء هيئة التدريس.

ثانيا: قيام كليات وأقسام التربية والإعلام بتصميم برامج نوعية لتدريب أعضاء هيئة التدريس على تفعيل التربية الإعلامية.

ثالثا: استحداث مادة متطلبة عن مهارات التربية الإعلامية لطلبة الدراسات العليا للأقسام والكليات التربوية والإعلامية.

رابعا: التعاون بين كليات وأقسام التربية والإعلام لتنسيق المناهج والبرامج والدورات المطلوبة.

خامسا: إقرار جائزة سنوية لتحفيز أعضاء هيئة التدريس وطلبة الدراسات العليا لتقديم الأبحاث في مجال التربية الإعلامية.

❖ **تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية من خلال المداخل التالية:**

– المداخل المنهجية للتربية الإعلامية:

– تفعيل التربية الإعلامية من خلال:

(أ) مدخل المنهج التكاملي للمقررات المشتركة (دمج موضوعات التربية الإعلامية)

– تفعيل التربية الإعلامية من خلال:

(ب) مدخل المنهج المستقل (توصيف مقرر مستقل للتربية الإعلامية)

(ج) مدخل الأنشطة اللامنهجية من خلال: تصميم خطة برامجية (ثقافية، اجتماعية...) تُفعّل من خلالها التربية الإعلامية.

(د) الجمع بين مدخلين من المداخل المنهجية.

المحور الخامس

(أ) معوقات تنفيذ التصور المقترح:

١ عدم استشعار أهمية التربية الإعلامية من قبل الأقسام العلمية.

٢ عدم تحرير مصطلح التربية الإعلامية، وضفاء الغموض في مفهومه ودلالاته.

٣ الفجوة بين الأقسام الإعلامية والتربوية، وضعف تنسيق الجهود بينهما.

٤ عدم تأهيل أعضاء هيئة التدريس، وضعف إعدادهم مهنيا وإعلاميا.

٥ ضعف مساهمة الأساتذة بتفعيل التربية الإعلامية من خلال الأنشطة اللامنهجية.

٦ عدم تفعيل الأندية الطلابية من خلال دعم برامجها بموضوعات التربية الإعلامية.

٧ ضعف تشجيع الطلبة على ممارسة أدوارهم الاجتماعية من خلال توعية أسرهم ومجتمعهم للتصدي لزعزعة واستقرار السلم الاجتماعي.

٨ ضعف التواصل، والشراكة، ما بين الجامعات، ووزارة الإعلام، ومؤسسات المجتمع المدني، لعملية البناء والتطوير، من أجل تعميق مفهوم التربية الإعلامية للجمهور.

٩ صعوبة تفعيل التربية الإعلامية في التخصصات النظرية.

١٠ صعوبة تفعيل التربية الإعلامية في التخصصات العلمية.

(ب) الحلول المقترحة لمواجهة معوقات تنفيذ التصور المقترح:

١ اهتمام الأقسام العلمية والأساتذة، بنشر مفهوم التربية الإعلامية بين الأوساط الأكاديمية والطلابية.

٢ تنمية الوعي لدى المسؤولين الجامعيين، بالمطلب الضروري للتربية الإعلامية، وأهمية تفعيلها من خلال هذا التصور المقترح.

٣ معالجة الفجوة بين الأقسام الإعلامية والتربوية، طبقا لما ورد في التصور المقترح من خلال دعم البحوث البينية، في مجال التربية الإعلامية، بين التخصصات التربوية، والإعلامية.

٤ تعميق التواصل، ما بين الجامعات، ووزارة الإعلام، ومؤسسات المجتمع المدني، لعملية البناء والتطوير، من أجل تحقيق الشراكة بين الجامعات والمؤسسات الإعلامية لتعزيز مفهوم التربية الإعلامية.

الفصل السادس

ملخص الدراسة ونتائجها
وتوصياتها ومقترحاتها

الفصل السادس

ملخص الدراسة وعرض وتوصيات الدراسة:

أولا: عرض الدراسة:

قدَّم الباحث دراسة بعنوان **"تصور مقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية"** وقد احتوت الدراسة على:

الفصل الأول:

متضمنةً تمهيد الدراسة، ومشكلتها وأسئلتها، وأهدافها، وأهمية الدراسة، وحدودها، ومصطلحاتها.

وقد أجابت الدراسة عن أسئلتها الخمسة:

س١) ما ملامح التربية الإعلامية في ضوء التربية الإسلامية؟

س٢) ما أبرز التجارب العالمية في مجال التربية الإعلامية في الجامعات؟

س٣) ما واقع تفعيل التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس؟

س٤) ما المتطلبات اللازمة لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية من وجهة نظر الخبراء؟

س٥) ما التصور المقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية من وجهة نظر الخبراء؟

وهدفت الدراسة إلى بناء تصور مقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية من خلال تفعيل دور الأستاذ الجامعي، وتفعليها عبر المدخلان المنهجيان التكاملي أو المستقل، ومن خلال الأنشطة الطلابية من خلال المعارض والأندية والمسارح والنشاطات الطلابية المختلفة.

وتحددت الدراسة بالجامعات السعودية ممثلةً، بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، جامعة أم القرى، جامعة حائل، الجامعة السعودية الإلكترونية.

الفصل الثاني:

درس الباحث في هذا الفصل الأدبيات النظرية من خلال:

(أ) الإطار النظري بسبعةِ مباحثٍ:

المبحث الأول: التربية الإعلامية، نشأتها، مفهومها، أهدافها، أبرز التحديات التي تواجه التربية الإعلامية. المبحث الثاني: الإعلام، مفهومه، أهدافه، وظائفه، تأثيراته، الإعلام الجديد، مفهومه وخصائصه. المبحث الثالث: النظريات الإعلامية المفسرة. المبحث الرابع: المداخل الفلسفية والمنهجية. المبحث الخامس: التفكير النقدي. المبحث السادس: التعليم الجامعي. السابع: تجارب الدول المتقدمة المبحث

(ب) الدراسات السابقة وقد تناولت:

قسّم الباحث الدراسات السابقة إلى محورين: دراسات التربية الإعلامية بالتعليم العام، ودراسات بمرحلة التعليم الجامعي.

- دراسات التربية الإعلامية بمرحلة التعليم العام، وتكونت من (١٠) دراساتٍ ابتدأت بدراسة ديوب (٢٠١١م) وانتهت بدراسة الحسن (٢٠٢١م)

- دراسات التربية الإعلامية بالمرحلة الجامعية وتكونت من (٩) دراساتٍ ابتدأت بدراسة الخيري (٢٠٠٩م) وانتهت بدراسة الحبيّب (٢٠٢٠م)

الفصل الثالث:

تناول الباحث في الفصل الثالث، منهجية الدراسة وإجراءاتها، فاستخدم المنهج الوصفي الوثائقي للإجابة عن السؤالين الأول والثاني، وأما الإجابة عن السؤال الدراسة الثالث، فإن الباحث وظّف المنهج الوصفي المسحي للكشف عن واقع تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس من خلال أداة الدراسة (الاستبانة) والتي أُعدِّت بصورتها الأولية ثم صورتها النهائية عبر محورين:

المحور الأول: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، وتألف الواقع من أربعة أبعاد، واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال:

بُعد أعضاء هيئة التدريس، وبُعد الأنشطة الطلابية، وبُعد المقررات الدراسية، وبُعد البحث العلمي.

المحور الثاني: المعوقات التي تحد من تفعيل التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس

ثم قدمت الأداة لمجتمع الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، جامعة أم القرى، جامعة حائل، الجامعة السعودية الإلكترونية، والمكون من (٨٣٦) عضوا. وقام الباحث بتطبيق دراسته على عينةٍ عشوائيةٍ بسيطة؛ إذ تم تطبيق معادلة روبيرت ماسون (Robert Mason) لحساب عينة الدراسة من مجتمع أعضاء هيئة التدريس بكليات وأقسام التربية والإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، جامعة أم القرى، جامعة حائل، الجامعة السعودية الإلكترونية.

وقد مثّلت أفراد العينة والبالغ عددها (٢٦١) عينةٍ من عينات الدراسة، في أقسام التربية والإعلام بالجامعات المحددة.

واستخدمت الدراسة برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS وأُجري التحليل الإحصائي لإجابات عينة الدراسة باستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

١. التكرارات والنسب المئوية للتعرف على تكرارات استجابات أفراد عينة الدراسة.
٢. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) للتحقق من صدق الاستبانة وثباتها، والعلاقة بين المتغيرات.
٣. مقياس ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach) للتعرف على ثبات استبانة الدراسة.
٤. المتوسط الحسابي والوزن النسبي: للتعرف على الوزن النسبي ومتوسط استجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الاستبانة.

الفصل الرابع:

تضمن هذا الفصل عرضا لنتائج الدراسة، ومناقشتها وتفسيرها في ضوء مشكلة الدراسة وسؤالها الرئيس.

ومن خلال السؤال الثالث: ما واقع تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس؟ توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

١. أن تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية من خلال أعضاء هيئة التدريس جاء بدرجة (متوسطة) ومتوسط حسابي (٣,٣٣) وبوزن نسبي (٦٦,٦٪).
٢. التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال الأنشطة الطلابية، مفعلة بدرجة (متوسطة) ومتوسط حسابي (٢,٨٠)، وبوزن نسبي (٥٦,٠٪).
٣. جاء واقع تفعيل التربية الإعلامية من خلال المقررات الدراسية في الجامعات السعودية التربية الإعلامية مفعلة بدرجة (متوسطة) ومتوسط حسابي (٢,٧٧) ووزن نسبي (٥٥,٤٪).
٤. التربية الإعلامية مفعلة بدرجة (قليلة) في الجامعات السعودية من خلال البحث العلمي، وبمتوسط حسابي (٢,٥٥) ووزن نسبي (٥١,٠٪).
٥. أظهرت نتائج الدراسة إلى أن واقع تفعيل التربية الإعلامية من خلال بُعد أعضاء هيئة التدريس جاء بأعلى متوسط حسابي (٣,٣٣) ووزن نسبي (٦٦,٦٪)، ثم يليه واقع الأنشطة الطلابية، ثم المقررات الدراسية، وأخير البحث العلمي بمتوسط حسابي (٢,٥٥) ووزن نسبي (٥١,٠٪)
٦. وجود مستوى (متوسط) من المعوقات التي تحد من تفعيل التربية الإعلامية في الجامعات السعودية، وذلك من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، وبمتوسط حسابي (٣,١٣) وبوزن نسبي (٦٢,٦٪).

الفصل الخامس:

انطوى أسفل هذا الفصل على التصور المقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية

في ضوء التربية الإسلامية وقد اشتمل التصور على:

أولا: منطلقات التصور المقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية.

ثانيا: أهداف التربية الإعلامية.

ثالثا: آلية تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية.

رابعا: متطلبات تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية.

خامسا: معوقات تفعيل التربية الإعلامية.

الفصل السادس:

عرض الباحث ملخصًا لفصول الدراسة، وأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، وأهم التوصيات، والمقترحات.

كما تضمنت المراجع، وقائمة بملحقات الدراسة.

ثانيا: توصيات الدراسة:

وفي ضوء النتائج التي أسفرت عنها الدراسة، وبعد الرجوع إلى مناقشة محور الدراسة الأول بأبعاده الأربعة، والمحور الثاني، وإلى متطلبات التربية الإعلامية فإن الباحث يوصي بـ:

١. تأهيل أعضاء هيئة التدريس في مجال التربية الإعلامية عبر الدورات التدريبية وورش العمل المتخصصة.
٢. تزويد الطلبة بالمحتويات المناسبة من المعارف والمهارات الإعلامية من خلال المحاضرات الدراسية.
٣. توظيف الأستاذ الجامعي، خبرات الطلبة والاستفادة منها في تفعيل التربية الإعلامية أثناء المحاضرة.
٤. العمل على تنمية قدرات الطلبة بالمهارات وتزويدهم بالمعلومات والمعارف لفهم فلسفة الرسالة الإعلامية وتفسيرها.

٥. العمل على تنمية مهارات التفكير الناقد لدى طلبة الجامعات لبرامج الإعلام المختلفة.
٦. التعزيز التمكيني لطلبة الجامعات من امتلاك الخبرة الإعلامية باستخدام مهارات النقد والتقويم والتحليل.
٧. تضمين برامج وخطط الأنشطة الطلابية، موضوعات تتعلق بالتربية الإعلامية، من خلال مشاركة الطلبة بالمناسبات الوطنية.
٨. تفعيل الأقسام العلمية لأندية الطلبة، وتشجيعهم على المشاركات المسرحية والإعلامية.
٩. إقامة معارض ومناشط توعوية، لتعزيز حماية الطلبة من الآثار السلبية للرسائل الإعلامية.
١٠. تفعيل التربية الإعلامية من خلال، مدخل المنهج التكاملي للمقررات المشتركة (دمج موضوعات التربية الإعلامية ضمن مفردات المقررات الدراسية في الخطط الدراسية المختلفة)
١١. حث الطلبة على المشاركات الإعلامية، وصناعة المحتوى الإعلامي، وبثّه في وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة وذلك ضمن المساهمة في الإنتاج الإعلامي.
١٢. على الأقسام العلمية القيام بدورها المنوط بها، من خلال تفعيل التربية الإعلامية بمقرراتها، وأنشطتها الطلابية.
١٣. دعوة عمادات البحث العلمي لتحفيز الأساتذة الجامعيين وطلبة الدراسات العليا لتقديم المزيد من الأبحاث العلمية والدراسات المتخصصة في ميدان التربية الإعلامية.
١٤. الشراكات التكاملية، والتواصل، وتجسير العلاقة، ما بين الجامعات والمؤسسات الحكومية، والمدنية، لعملية البناء والتطوير، من أجل تعميق مفهوم التربية الإعلامية للجمهور.
١٥. العمل على توفير الإمكانات المادية اللازمة لتجهيز القاعات الدراسية؛ وذلك للمساعدة على تقديم التربية الإعلامية بطريقةٍ فعالة.
١٦. إنشاء كرسي للبحوث العلمية المختصة بدراسات التربية الإعلامية.

١٧. دعم البحوث البينية في حقل التربية الإعلامية بين التخصصات التربوية والإعلامية.

١٨. دعوة الجامعات لإقامة مؤتمرات، وندوات علمية تختص بموضوعات التربية الإعلامية، وتشجيع الطلبة على الحضور والمشاركة الفعالة.

ثالثا: مقترحات الدراسة:

بناءً على نتائج الدراسة الحالية، فإن الباحث يقترح إجراء دراسات تتعلق بالتربية الإعلامية من خلال الموضوعات المقترحة التالية:

١. تطبيق التربية الإعلامية بالمرحلة الثانوية دراسة مقارنة بين المملكة العربية السعودية ودولة كندا.

٢. دور التربية الإعلامية في تعزيز التفكير الناقد لدى طلبة الجامعات بالمملكة العربية السعودية.

٣. استراتيجية مقترحة لتطبيق التربية الإعلامية بالمرحلة الثانوية في ضوء التربية الإسلامية.

٤. الدور التمكيني للتربية الإعلامية في مواجهة التحديات الإعلامية المعاصرة دراسة مقارنة في ضوء التجارب والخبرات العالمية.

٥. إجراء دراسات حول تحليل المضامين الإعلامية في مناهج اللغة العربية والدراسات الاجتماعية بالمرحلة المتوسطة والثانوية.

٦. إجراء دراسات للتصورات المقترحة تتناول تفعيل التربية الإعلامية من خلال الأنشطة الطلابية للمرحلة الجامعية ومرحلة التعليم العام.

٧. الشراكة بين الجامعات والمؤسسات المدنية في تعميق مفهوم التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات السعودية.

٨. إجراء دراسات تتعلق بتطبيقات التربية الإعلامية في ضوء التجارب العالمية.

قائمـــة

المراجـــــع

إبراهيم مصطفى وأحمد الزيات وحامد عبد القادر ومحمد النجار، **المعجم الوسيط**، مجمع اللغة العربية بالقاهرة، الناشر دار الدعوة

ابن عاشور، محمد الطاهر، (٢٠١١م)، **مقاصد الشريعة الإسلامية**، مقدمة حاتم بوسمة، الناشر دار الكتاب المصري ودار الكتاب اللبناني

ابن منظور، محمد بن مكرم جمال الدين، (١٩٩٤م)، **لسان العرب**، الناشر، دار صادر، الطبعة الثالثة

أبو النور، محمود، (٢٠١٥م)، **دراسة مقارنة لبرامج التربية الإعلامية المدرسية في كل من المملكة المتحدة وكندا والولايات المتحدة الأمريكية وإمكانية الإفادة منها في مصر**، بحث علمي منشور مجلة كلية التربية جامعة بنها

أبو زيد، نايل ممدوح، (٢٠٠٩م)، **الإعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه ومعوقاته وضوابطه**، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة مؤتة، المجلد ٢٤، العدد ٣

أبو عراد، صالح، (٢٠٠٣م)، **مقدمة في التربية الإسلامية**، الناشر، دار الصولتية للنشر

أبو هربيد، عاطف، (٢٠١٤م)، **الحرية الإعلامية في الإسلام**، بحث علمي منشور في مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الإسلامية، الجامعة الإسلامية في غزة، العدد ٢، شهر يونيو ٢٠١٤م

أحمد، مختار، عبد الحميد عمر، (٢٠٠٨م)، **معجم اللغة العربية المعاصرة**، الناشر، عالم الكتب، الطبعة الأولى

الأسدي، جاسم، (٢٠١٤م)، **فلسفة التربية في التعليم الجامعي**، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى

إسماعيل، محمود، (٢٠١٣م)، **نظريات الإعلام**، المكتب المصري للمطبوعات

إسماعيل، هاني، (٢٠١٦م)، **جدلية الإبداع الأدبي والإعلام الجديد الفرص والتحديات**، بحث منشور في مجلة أبحاث اللغة والأدب، كلية الآداب واللغات، جامعة بسكرة، العدد ١٢

البدر، حمود، (١٩٨٩م)، **الحاجة إلى تنسيق وتكامل إعلامي تربوي بين دول الخليج العربي**، مجلة رسالة الخليج العربي، مكتب التربية العربي لدول الخليج، العدد ٣١، السنة ١٠

البدراني، فاضل، (٢٠١٦م)، **التربية الإعلامية والرقمية وتحقيق المجتمع المعرفي**، مجلة المستقبل العربي لبنان، مجلد ٣٩، العدد ٤٥٢، شهر أكتوبر

البشر، محمد، (٢٠١٤م)، **نظريات التأثير الإعلامي**، الناشر، مكتبة العبيكان، الطبعة الأولى

البكر، فوزية، (٢٠٠٧م)، **التربية الإعلامية في القرن الحادي والعشرين**، ورقة علمية مقدمة في مؤتمر التربية الإعلامية في الرياض ٢٠٠٧ شهر مارس

البلوي، سعود، (٢٠١٣م) **مسؤولية المدرسة الثانوية في تحقيق التربية الإعلامية لدى الطلاب من وجهة نظر المعلمين**، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية في المدينة المنورة

التميمي، عماد، (٢٠٠٨م)، **الإعلام الإسلامي تجربة في الميزان**، مجلة الجامعة الأسمرية الإسلامية، العدد ١٠، ٢٠٠٨م

الجابر، زكي، (١٩٨٤م)، **الإعلام والمؤسسة التعليمية إشكالية الرسالة الإعلامية والمنهج المدرسي**، مجلة رسالة الخليج العربي، مكتب التربية العربي لدول الخليج، العدد ١٢، السنة ٤

الجابري، نياف، (٢٠٢٠م)، **التربية الإعلامية الجديدة كفاياتها ومداخل تدريسها في المملكة العربية السعودية في ضوء الممارسات العالمية**، بحث منشور في مجلة العلوم التربوية كلية الدراسات العليا للتربية جامعة القاهرة، المجلد ٢٨، العدد ٤، شهر أكتوبر ٢٠٢٠م

الجرجاوي، زياد، (٢٠٠٨م)، **إشكالية تطبيق قيم التربية الإسلامية في المجتمع العربي**، بحث منشور في مجلة كلية التربية، جامعة أسيوط، مجلد ٢٤، العدد ١، شهر يناير ٢٠٠٨م

جريشة، علي، (١٩٨٩م)، **نحو إعلام إسلامي**، الناشر، مكتبة وهبة، الطبعة الأولى

الجعد، نوال وفاطمة الأسمري، (٢٠١٨م)، **واقع إسهام معلمات المرحلة المتوسطة في التربية الإعلامية للطالبات**، بحث علمي منشور في مجلة جامعة الملك عبد العزيز للآداب والعلوم الإنسانية، العدد ٢، ٢٠١٨م

جيدوري، صابر، (٢٠١٣م) **دواعي تمكين الشباب الجامعي من مواجهة التأثيرات السلبية للعولمة الإعلامية**، بحث علمي منشور.

حارب، سعيد، (٢٠٠٧م)، **الثقافة التربوية والثقافة الإعلامية تكامل أم تناقض**، ورقة علمية مقدمة في مؤتمر التربية الإعلامية في الرياض ٢٠٠٧ شهر مارس

الحبيب، ماجد، (٢٠٢٠م)، **إسهام الأقسام التربوية بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في تفعيل التربية الإعلامية لدى طلاب وطالبات الدراسات العليا في ظل عولمة القيم**، بحث علمي منشور في مجلة العلوم التربوية، العدد ٢٢ ج٣، شهر رجب ١٤٤١هـ

حريري، هند، (٢٠١٩م) **تصور مقترح لزيادة كفاءة التعليم العام لتطبيق التربية الإعلامية في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠م**، المجلة الشاملة العدد ٢٠ شهر كانون الأول

حسان، محمد، (١٩٨٧م)، **مقدمة في فلسفات التربية**، الناشر، دار القاهرة.

الحسن، ماهر، (٢٠٢١م)، **تفعيل التربية الإعلامية في مدارس التعليم العام بالمنطقة الشرقية في ضوء خبرات وتجارب بعض الدول المتقدمة**، بحث علمي منشور في مجلة العلوم التربوية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، العدد ٢٨ مجلد ٣، شهر أكتوبر ٢٠٢١م

حسن، محمد، (٢٠٠٧م) **التربية الإعلامية والتعليم دراسة إعلامية، مجلة اللجنة الوطنية القطرية للتربية والثقافة والعلوم**، العدد ١٦٣، شهر ديسمبر ٢٠٠٧م

الحميدي، ناصر (٢٠١٢م)، **التوجيه الإسلام للإعلام التربوي من وجهة نظر أساتذة التربية والإعلام بالجامعات السعودية**، رسالة دكتوراة غير منشورة، الجامعة الإسلامية في المدينة المنورة

حويل، إيناس، (٢٠٠٩م) **تصور مقترح لدور المدرسة في التربية الإعلامية في ضوء خبرات بعض الدول**، المؤتمر العلمي الرابع التعليم وتحديات المستقبل، الناشر جامعة سوهاج، العدد ١ شهر أبريل

الخالدي، إبراهيم، ومحمد ربابعة، (٢٠١٧م) **فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك**، بحث علمي منشور في مجلة القدس للأبحاث والدراسات العدد ٤٢، شهر صفر ٢٠١٧م

الخضر، أميرة، (٢٠١٥م)، **دور القنوات الفضائية في ترسيخ القيم الإسلامية**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الرباط

خضر، وفاء، (٢٠١٨م)، **رؤية جديدة في الإعلام التربوي**، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر

الخطيب، محمد، (٢٠٠٧م) **دور المدرسة في التربية الإعلامية**، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية ٢٠٠٧م شهر مارس

الخيري، طلال، (٢٠٠٩م)، **تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية**، رسالة دكتوراه غير منشورة جامعة أم القرى

الخيون، حارث، (٢٠١٨م) **تأثير تدريس التربية الإعلامية في المدرسة**، بحث علمي منشور في المجلة العربية للإعلام العدد ١ شهر يناير

داغر، أزهار، (٢٠١٨م)، **قواعد تربوية مقترحة للتمسك بالهوية الإسلامية لدى الشباب الجامعي في ضوء تحديات الإعلام الجديد**، بحث منشور في مجلة العلوم التربوية الجامعة الأردنية، مجلد ٤٥ ملحق، ٢٠١٨م

الدرعان، نعيمة، (٢٠١٦م) **تصور مقترح للتربية الإعلامية في المرحلة الثانوية للبنات في المملكة العربية السعودية في ضوء التجارب العالمية**، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

الدسوقي، سماح، (٢٠٠٨م)، **التربية الإعلامية بمرحلة التعليم الأساسي في جمهورية مصر تصور مقترح**، رسالة دكتوراة غير منشورة

الدليمي، عبد الرزاق، (٢٠١٦م)، **نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين**، الناشر اليازوري للنشر

الدليمي، عبدالرزاق، (٢٠١٢م)، **مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد**، الناشر دار المسيرة، الطبعة الأولى

الدليمي، عبدالرزاق، (٢٠١٥م)، **المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال**، الطبعة الثانية، دار الثقافة للنشر ـ عمان

دهينة، لطفي، وسارة بخوش، (٢٠١٩م)، **الإعلام الجديد والديمقراطية قراءة في التحولات والتحديات**، بحث منشور في مجلة الناقد للدراسات، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد ٣ العدد ٢، شهر أكتوبر ٢٠١٩م

ديوب، هبة، (٢٠١١م)، **تفعيل التربية الإعلامية في مرحلة التعليم الأساسي من وجهة نظر طلاب كلية التربية في جامعة الفرات**، مجلة العلوم التربية جامعة أم درمان العدد ١١ شهر يونيو

ذيب، محمد، (٢٠١٩م)، **الإعلام المحلي الجزائري التحديات المعاصرة ورهانات المستقبل**، الملتقى الدولي للإعلام، أكتوبر ٢٠١٩م

الرازي، أبو عبد الله محمد بن أبي بكر، (١٩٩٩م)، **مختار الصحاح**، الناشر المكتبة العصرية الطبعة الخامسة

الراشدي، عمر، (٢٠٠٦م)، **التفكير الناقد من منظور التربية الإسلامية**، بحث دكتوراه غير منشور، جامعة أم القرى

الرشدان، لبنى، (٢٠٠٩م)، **التفكير الناقد في التربية الإسلامية دراسة تحليلية تأصيلية**، رسالة دكتوراه منشورة، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، جامعة اليرموك ـ الأردن

الرشدان، لبنى، (٢٠١٧م)، **التفكير الناقد في فكر ابن تيمية**، بحث منشور في المجلة العلمية لكلية العلوم الإنسانية والإدارية، جامعة الملك فيصل، المجلد ١٨ العدد ٢، ٢٠١٧م

رفاعي، عاطف، (٢٠١١م)، **صور الإعلام الإسلامي في القرآن الكريم**، رسالة ماجستير منشورة، جامعة المدينة العالمية

الريس، عبد الفتاح، (٢٠١٢م)، **دور التربية الإعلامية في تنمية تفكير الطلاب للتعامل مع الإعلام المعاصر**، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة للنشر

سالم، سحر، وراضي حسن، (٢٠١٨م) **كفايات منهج التربية الإعلامية الرقمية من وجهة نظر أساتذة الجامعات العراقية**، بحث علمي منشور في مجلة الباحث الإعلامي، العدد ٤٠، ٢٠١٨م

السعيد، بعلي ونور الهدى عبادة، (٢٠١٨م)، **التربية الإعلامية قراءة في المفهوم، الأهداف والوسائل**، بحث علمي منشور في المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، العدد ٢، ٢٠١٨م

سعيدي، بشرى، (٢٠١٥م)، **تأثير الإعلام الجديد على الشباب المسلم**، بحث منشور في مجلة جيل العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد ١٢، شهر أكتوبر ٢٠١٥م

سليمان، أحمد بن محمد، (٢٠١٩م)، **التربية الإعلامية وتحديات الإعلام الجديد**، مجلة جامعة الوصل للدراسات الإسلامية والعربية، العدد ٥٨، ديسمبر ٢٠١٩م

السمالوطي، نبيل، (١٩٩٨م)، **بناء المجتمع الإسلامي**، الناشر دار الشروق للنشر، الطبعة الثالثة

السيد، عاطف، (٢٠٠٨م)، **التربية الإسلامية أصولها ومنهجها ومعلمها**، دار الفكر العربي، الطبعة الأولى

السيد، ماجدة، (٢٠١١م)، **تقنيات الإعلام التربوي والتعليمي**، دار أسامة للنشر، الطبعة الأولى

السيد، نهى، (٢٠١٦م)، **التربية الإعلامية ودورها في بناء شخصية المعلم**، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، العدد ٦، شهر أبريل

الشايع، علي، وطارق عبد الرؤوف وربيع عامر (٢٠١٢م)، **التعليم العالي وتحديات المستقبل**، دار الزهراء الطبعة الأولى

شحاتة حسن، وزينب النجار، (٢٠٠٣م)، **معجم المصطلحات التربوية والنفسية**، الناشر الدار المصرية، الطبعة الأولى

شرقاوي، معزوز، (١٩٩٨م)، **أسس وأخلاقيات التعليم في ضوء أهداف التربية الإسلامية**، رسالة ماجستير منشورة، جامعة اليرموك

الشمايلة، ماهر، ومحمود اللحام، ومصطفى كافي، (٢٠١٥م) **الإعلام الرقمي الجديد**، الناشر، دار الإعصار العلمي، الطبعة الأولى

الشمري، صاحب، (٢٠١٧م)، **تأثيرات وسائل الإعلام الجديد على الشباب الجامعي**، بحث منشور في مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية، المجلد ٢، العدد ٥، شهر يناير ٢٠١٧م

الشميمري، فهد، (٢٠١٠م)، **التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام**، الطبعة الأولى

الصالح، بدر، (٢٠٠٧م)، **مدخل دمج تقنية المعلومات في التعليم للتربية الإعلامية إطار مقترح للتعليم العام السعودي**، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية ٢٠٠٧م شهر مارس

الضامن، منذر، (٢٠٠٧م)، **أساسيات البحث العلمي**، الناشر، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن

طبيقة، عبد الله بن محمد، (٢٠١٧م)، **تأثير وسائل على الإعلام على الرأي العام**، مجلة كلية العلوم والفنون، جامعة مصراتة، العدد ٥، شهر ديسمبر ٢٠١٧م

الطيب، عبد النبي، (٢٠١٤م)، **فلسفة ونظريات الإعلام**، الناشر، الدار العالمية للنشر، الطبعة الأولى

طيلب، نسيبة وأسماء بالعالية، (٢٠١٧م)، **صناعة الثقافة الإعلامية للشباب ودورها في التنمية الشاملة**، ورقة علمية مقدمة في ملتقى الشباب وصناعة المستقبل، ٧-٨/مارس/٢٠١٧م

العاتري، علي، (٢٠١٦م)، **الإعلام الإسلامي: إشكالية المصطلح**، مجلة جامعة طيبة للآداب والعلوم الإنسانية، العدد ٩، المجلد ٥، شهر٣، ٢٠١٦م

العايد، وآخرون، **المعجم العربي الأساسي**، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم

عبد التواب، عبد التواب، (٢٠١٦م)، **تصور مقترح لتفعيل دور جامعة أسيوط في تنمية الثقافة الإعلامية لدى طلابها في ضوء خبرات بعض الدول**، بحث علمي منشور في مجلة الثقافة والتنمية، العدد ١٠٤، شهر مايو ٢٠١٦م

عبد الحليم، محي الدين، (١٩٩٢م)، **الإعلام الإسلامي الأصول والقواعد والأهداف**، بحث علمي مقدم في ندوة الإعلام الإسلامي بين تحديات الواقع وطموحات المستقبل، القاهرة، في شهر مايو، ١٩٩٢م

عبد الحميد، محمد، (٢٠٠٤م)، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، الناشر عالم الكتب، الطبعة الثالثة

عبد الفتاح، إسماعيل، (٢٠١١م)، **تحديات الإعلام التربوي العربي**، الطبعة الأولى، دار العربي للنشر

عبد الفتاح، إسماعيل، (٢٠١٩م) **تنمية مهارات الاتصال**، الطبعة الأولى، الناشر المكتب العربي للمعارف

عبد الفتاح، إسماعيل، (٢٠١٩م)، **تنمية مهارات التفكير**، الطبعة الأولى، الناشر المكتب العربي للمعارف

عبد الفتاح، الأميرة سماح وآخرون، (٢٠١٣م)، **الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم**، مركز دراسات الوحدة العربية بيروت، الطبعة الأولى

العتيبي، عبد المجيد، (٢٠١٣م)، **تطبيق التربية الإعلامية في الجامعة السعودية تصور مقترح**، رسالة دكتوراة، غير منشورة جامعة الملك سعود، قسم السياسات التربوية

العتيبي، عبدالمجيد، (٢٠٢٠م)، **التربية الإعلامية ودورها في تحسين جودة الحياة في ضوء بعض الخبرات العالمية**، بحث منشور في بحوث التربية النوعية كلية التربية النوعية جامعة القاهرة، العدد ٣٧، شهر فبراير ٢٠٢٠م، العدد ٣

عريقات، أحمد، (٢٠١٧م)، **دور التربية الإعلامية في الأمن الفكري**، ورقة عمل قدمت في المؤتمر الإعلامي الدولي الإعلام بين خطاب الكراهية والأمن الفكري، جامعة الزرقاء

العساف، صالح، (١٩٩٥م)، **المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية**، الطبعة الأولى، مكتبة العبيكان

عسيري، تغريد، (٢٠٢٠م) تصور **مقترح لتطوير أبحاث التربية المقارنة في الجامعات السعودية في ضوء الاتجاهات العالمية المعاصرة**، رسالة دكتوراة غير منشورة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

علام، سماح، (٢٠٠٨م) **التربية الإعلامية بمرحلة التعليم الأساسي في جمهورية مصر العربية تصور مقترح**

علي، سعيد إسماعيل، (٢٠١٠م)، **مدخل إلى التربية الإسلامية**، دار البردى، الطبعة الأولى

علي، محمود، (٢٠١٧م) **الإعلام الثقافي**، الناشر، دار المعتز للنشر، الطبعة الأولى

العميري، فهد وفاطمة المقاطي، (٢٠١٨م) **المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي**، بحث علمي منشور في مجلة البحوث العلمية والنفسية، العدد ٥٩، ٢٠١٨م

العويني، محمد، (١٩٨٧م)، **الإعلام الإسلامي الدولي بين النظرية والتطبيق دراسة إعلامية دينية سياسية**، الناشر، عالم الكتب، الطبعة الثانية

عيسى، عبدالرؤوف، وهيفاء فوارس، (٢٠١٥م)، **الإعلام التربوي من منظور إسلامي ودوره في بناء الشخصية الإنسانية والنهوض الحضاري بالأمة المسلمة**، مجلة المنارة للبحوث والدراسات، جامعة آل البيت، مجلد ٢١، العدد ٤، شهر صفر ٢٠١٥م

الغدوني، عبد الله، (٢٠١٧م) **مستوى تضمين قيم التربية الإعلامية في كتب الحديث والثقافة الإسلامية لطلاب المرحلة الثانوية في المملكة**، الناشر جامعة عين شمس الجمعية المصرية للمناهج العدد ٢١٨ شهر يناير

فاضل، وسام، ومهند التميمي، (٢٠١٧م)، **الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة**، الناشر دار الكتاب الجامعي دولة الإمارات، الطبعة الأولى

فخرو، عبدالناصر، (٢٠١٠م)، **الثقافة الإعلامية ومتطلباتها بمرحلة التعليم العام في البلاد العربية دراسة تحليلية**، بحث منشور في مجلة الآفاق الجديدة جامعة عين شمس، العدد ١٠، شهر يوليو ٢٠١٠م

الفرد، إبراهيم، (٢٠١٥م)، **التربية الإعلامية من منظور إسلامي**، بحث منشور في مجلة العلوم الشرعية والقانونية، جامعة المرقب، العدد الأول، ٢٠١٥م

فوارس، هيفاء، (٢٠١٥م)، **الوظيفة التربوية للإعلام الإسلامي وواقعها المعاصر رؤية تحليلية نقدية**، مجلة إسلامية المعرفة، السنة ٢١، العدد ٨١، ٢٠١٥م

القرني، فاطمة، (٢٠١٩م)، **واقع التربية الإعلامية في مؤسسات التعليم العام في المملكة العربية السعودية محافظة جدة أنموذجا**، بحث علمي منشور في المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية، العدد ١٢، شهر يونيو ٢٠١٩م

قيراط، محمد، (٢٠١٧م)، **الإعلام الجديد والإرهاب الإلكتروني آليات الاستخدام وتحديات المواجهة**، بحث منشور في مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد ٩، شهر يناير ٢٠١٧م

كمال، أسماء، (٢٠١٦م)، **دور التربية الإعلامية في المرحلة الثانوية في مواجهة تحديات الغزو الفكري تصور مقترح**، بحث منشور في مجلة كلية التربية جامعة بنها، العدد ١٠٧ مجلد ٢٧، شهر يوليو ٢٠١٦

كنعان، علي، (٢٠١٤م)، **الإعلام والمجتمع**، الناشر، دار اليازوري، الطبعة العربية

كنعان، علي، (٢٠١٤م)، **نظريات الإعلام**، الناشر، دار اليازوري

الكيلاني، ماجد عرسان، (١٩٨٨م)، **أهداف التربية الإسلامية**، مكتبة دار التراث، الطبعة الثانية

كيلنر، دوغلاس وجيف شير، (٢٠٠١م)، **نحو تربية إعلامية نقدية: المفاهيم والحوارات والمنظمات والسياسات الأساسية، في دراسات في السياسات الثقافية للتربية**، مجلد ٢٦

متولي، مصطفى، (١٤١٢هـ)، **مدخل إلى تاريخ التربية الإسلامية**، الناشر، دار الخريجي، الطبعة الأولى

محمد، أحمد بن جمال، (٢٠١٥م) **التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة**، رسالة ماجستير، غير منشور، جامعة المنيا، كلية التربية النوعية

محمد، أحمد بن جمال، (٢٠١٧م)، **متطلبات التطبيق التمكيني للتربية الإعلامية كمدخل للتعليم المستمر في المرحلة الجامعية: الواقع والمأمول**، بحث علمي منشور في مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، العدد ١٠، شهر مايو ٢٠١٧م

محمد، سماح زكريا، (٢٠١٦م)، **متطلبات تمكين الثقافة الإعلامية بمرحلة التعليم العام لتحقيق التعليم المستمر تصور مقترح**، بحث علمي منشور في مجلة المعرفة التربوية، العدد ٨، شهر يوليو ٢٠١٦م

مدفوني، جمال الدين، (٢٠٢٠م)، **التربية الإعلامية من مشروع حمائي إلى آلية لتمكين الأفراد من التعامل الوعي مع وسائل الإعلام**، بحث منشور في مجلة العلوم التربوية والإنسانية، جامعة البصرة، المجلد١، العدد ٧، ٢٠٢٠م

المدني، أسامة، (٢٠١٩م) **استخدام الإعلام الجديد في نشر مفهوم التربية الإعلامية لدى الشباب الجامعي**، بحث علمي منشور، شهر مارس ٢٠١٩م

مرتضوي، خولة، (٢٠٢٠م) **التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية المفهوم والأهداف**، بحث علمي منشور في مجلة نماء، مركز نماء للبحوث والدراسات، لعددي ٨و٩، ٢٠٢٠م

المرشد، لطيفة، (٢٠١٩م)، **الإعلام الرقمي والجدل ما بين الأمن وحرية التعبير التحديات والفرص المتاحة، المؤتمر الدولي السنوي لكلية الآداب**، جامعة عين شمس، المجلد ٢، شهر مارس ٢٠١٩م

المزاهرة، منال، (٢٠١٤م) **مناهج البحث الإعلامي**، الناشر، دار المسيرة للنشر، الطبعة الأولى

مسلم، محمود، وعبد السلام عزيز، وأحمد جاب الله، (٢٠١٧م) **تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكاديمية**، بحث علمي منشور في مجلة المعرفة التربوية، العدد ٩، شهر يناير، ٢٠١٧م

مطر، سيف الإسلام، (١٩٩١م)، **أسلوب دلفاي طبيعته واستخدامه في ميدان التعليم،** بحث منشور في مجلة كلية التربية جامعة الإسكندرية، المجلد ٤ العدد ١، ١٩٩١م

المطيري، خالد، (٢٠١٢م) **استراتيجية إدارية لتوظيف التربية الإعلامية في ممارسة القيادة التربوية في وزارة التربية والتعليم السعودية،** رسالة دكتوراة، الجامعة الأردنية

المعايطة، عطا الله وماهر موسى، (٢٠١٩م)، **دور الإعلام في العصر الحديث في ترسيخ العقيدة الإسلامية،** بحث علمي مقدم إلى مجلة الجامعة الإسلامية – جامعة غزة، مجلد ٢٧، العدد ٣ شهر يوليو ٢٠١٩م

مكاوي، حسن، وليلى السيد، (١٩٩٨م)، **الاتصال ونظرياته المعاصرة،** الدار المصرية اللبنانية للنشر، الطبعة الأولى

المكاوي، سمية، (٢٠١٦م)، **الإعلام الإسلامي والإعلام الغربي في حاضر اليوم دراسة مقارنة،** بحث ماجستير غير منشور، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

مكتب التربية العربي لدول الخليج، (٢٠١٣م)، **برنامج الثقافة الإعلامية بالمناهج الدراسية وتطبيقاتها في التعليم العام، (الإطار المفاهيمي) (١)**

مكتب التربية العربي لدول الخليج، (٢٠١٣م)، **برنامج الثقافة الإعلامية بالمناهج الدراسية وتطبيقاتها في التعليم العام، (وثيقة الكفايات) (٢)**

مكتب التربية العربي لدول الخليج، (٢٠١٣م)، **برنامج الثقافة الإعلامية بالمناهج الدراسية وتطبيقاتها في التعليم العام، (القراءات الإثرائية) (٣)**

مكتب التربية العربي لدول الخليج، (٢٠١٣م)، **برنامج الثقافة الإعلامية بالمناهج الدراسية وتطبيقاتها في التعليم العام، (الإعلام التربوي) (٤)**

منصر، هارون، (٢٠١٨م)، **المنطلقات النظرية للتربية الإعلامية في عصر وسائط الإعلام الجديد**، بحث علمي منشور في المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، العدد ١٣، شهر مارس ٢٠١٨م

منصور، حسن، (٢٠١٩م)، **تنمية مهارات التربية الإعلامية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بناء على الخبرة التدريسية لأساتذة الإعلام في الجامعات السعودية**، بحث علمي منشور في مجلة العلوم الاجتماعية جامعة الكويت، العدد ٢، ٢٠١٩م

منير، محمد منير، (٢٠٠٥م) **التربية الإسلامية أصولها وتطورها في البلاد العربية**، الطبعة الأولى، الناشر، عالم الكتب الطبعة

النحلاوي، عبد الرحمن، (٢٠٠٧م)، **أصول التربية الإسلامية وأساليبها في البيت والمدرسة والمجتمع**، الناشر دار الفكر، الطبعة ٢٥

النصر، نصر (٢٠١٦م)، **محو الأمية الإعلامية والمعلوماتية كوسيلة لمنع التطرف العنيف**، الموقع الإلكتروني، https://www.un.org/ar/chronicle/article/١٩٩٥٥ تم سحبه بتاريخ ١٠/يناير/٢٠٢١م

النعيمي، محمد، وعبدالجبار البياتي، وغازي خليفة، (٢٠١٥م) **طرق ومناهج البحث العلمي**، الناشر، الوراق للنشر والتوزيع.

نمور، نوال، (٢٠١٢م)، **كفاءة أعضاء هيئة التدريس وأثرها على جودة التعليم العالي**، بحث ماجستير منشور، جامعة منتوري كلية العلوم الاقتصادية

الهذلي، هدى، (٢٠١٧م) **التربية الإعلامية لدى طالبات جامعة الأمير سطام بن عبد العزيز من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس**، بحث علمي منشور في مجلة كلية التربية جامعة طنطا، العدد ٤، شهر أكتوبر ٢٠١٧م

الهيئة الوطنية للتقويم والاعتماد الأكاديمي، **معايير ضمان الجودة والاعتماد لمؤسسات التعليم العالي**، شهر نوفمبر ٢٠٠٩م

الهيئة العامة للإحصاء، **مسح تنمية الشباب السعودي، (٢٠١٩م)**

الهيئة العامة للإحصاء، **مسح نفاذ واستخدام تقنية المعلومات والاتصالات للأسر والأفراد، (٢٠١٩م)**،

يالجن، مقداد، (٢٠٠٣م)، **أهداف التربية الإسلامية وغايتها**، الجزء الثاني، الناشر، دار عالم الكتب، الطبعة الثالثة

يحياوي، نجاة وسليمة بوزيد، (٢٠٢٠م)، **الإعلام الجديد والمجتمع قراءة في المفهوم والتداعيات**، مجلة دفاتر المخبر، كلية العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، مجلد ١٥، العدد ١

يحيى، حسن، (٢٠٠٧م)، **رؤى حول التربية والإعلام وأدوار المناهج لتنمية التفكير في مضامين الإعلام لتحقيق التربية الإعلامية**، ورقة علمية مقدمة في مؤتمر التربية الإعلامية في الرياض ٢٠٠٧ شهر مارس

يحيى، حسن، **تقرير عن المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية** المنعقد في الرياض ٤-٧/مارس ٢٠٠٧م

يوسف، رهام، (٢٠١٩م) **مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الجامعة دراسة كيفية**، بحث علمي منشور في المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، شهر سبتمبر ٢٠١٩م العدد ٢٦

المراجع الإلكترونية:

أُسس التعليم، تحديث النشر ١٤٣٨/٢/١٥هـ تم الاطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١/١/١١م، https://old.moe.gov.sa/ar/PublicEducation/ResidentsAndVisitors/Pages/TheGeneralPrinciples.aspx

منظمة الأمم المتحدة، **محو الأمية الإعلامية والمعلوماتية كوسيلة لمنع التطرف العنيف**، سُحب بتاريخ ١٤٤٢/٢/٣٠هـ https://www.un.org/ar/chronicle/article/١٩٩٥٥

الجامعة العربية تدعو إلى إدراج مادة التربية الإعلامية في المناهج سُحب بتاريخ ٢٠٢٣/٣/١٣

-٩A٪.٨D٪.٩B٪.٨D٪.٨٥٪.٩D٪.٧A٪.٨AC%D٪.٨D٪.٨٤٪.٩D٪.٧A٪.٨/%D١٣/٣/٢٠٢٣.com/amp/٧https://www.youm

-٨٨٪.٩D٪.٩B٪.٨AF%D٪.٨AA%D٪.٨-%D٩A٪.٨A%D٨٪.٩D٪.٨A٪.٨D٪.١B٪.٨D٪.٩B٪.٨D٪.٨٤٪.٩D٪.٧A٪.٨%D

-٩A٪.٨AF%D٪.٨D٪.٧A٪.٨D٪.٨٥٪.٩AC-%D٪.٨D٪.٧A٪.٨D٪.١B٪.٨AF%D٪.٨D٪.٥A٪.٨-%D٨٩٪.٩D٪.٨٤٪.٩D٪.٥A٪.٨%D

-٩A٪.٨A%D٨٪.٩D٪.٨A٪.٨D٪.١B٪.٨AA%D٪.٨D٪.٨٤٪.٩D٪.٧A٪.٨%D

-٨٩٪.٩D٪.٨١٪.٩-%D٩A٪.٨A%D٨٪.٩D٪.٨٥٪.٩D٪.٧A٪.٨D٪.٨٤٪.٩D٪.٩B٪.٨D٪.٥A٪.٨D٪.٨٤٪.٩D٪.٧A٪.٨%D

٦١١٤٠٥٢AC/٪.٨D٪.٨٧٪.٩D٪.٧A٪.٨D٪.٨٦٪.٩D٪.٨٥٪.٩D٪.٨٤٪.٩D٪.٧A٪.٨%D

قائمة

الملاحق

ملحق (١)

استبانة الواقع في صورتها الأولية

المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية التربية

قسم أصول التربية

استطلاع آراء المحكمين لاستبانة واقع الدراسة والتي بعنوان:

تصور مقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية

إعداد

محمد بن عبد الرحمن بن عبد الله التويجري

إشراف

د. نايف بن يوسف بن حمد القاضي

أستاذ التربية الإسلامية المشارك بقسم أصول التربية

العام الجامعي

١٤٤٤هـ / ٢٠٢٣م

بين يديكم استبانة لدراسة علمية تحت عنوان (تصور مقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية) والتي تهدف إلى التعرف على تفعيل التربية الإعلامية في الجامعات السعودية وهي جزء من متطلبات الحصول على درجة الدكتوراه من قسم أصول التربية في كلية التربية جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

هذا وستستخدم الدراسة المقياس الخماسي للاستجابة على عبارات الاستبانة؛ وستتكون البيانات الأولية للمستجيبين من:

الدرجة العلمية (معيد، محاضر، أستاذ مساعد، أستاذ مشارك، أستاذ)

سنوات الخبرة: أقل من ٥ سنوات، ٥-١٠ سنوات، أكثر من ١٠ سنوات

التخصص: (إعلام، تربية)

الجامعات: (جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، جامعة أم القرى، جامعة حائل، الجامعة السعودية الإلكترونية.

ولكونكم من أهل الخبرة والتخصص ولما لرأيكم وملحوظاتكم وتصويباتكم من أهمية كبرى؛ فإن الباحث يأمل منكم التكرم والتفضل الحكم على محاور الاستبانة وفقراتها لبيان ملائمة العبارات وتناسبها مع محورها ومدى وضوح عباراتها.

لكم خالص الشكر والثناء على حسن تعاونكم وكريم تجاوبكم،،

الباحث

محمد بن عبدالرحمن التويجري

٠٥٦١٧٠٧٧٤٤

matwijri@gmail.om

اسم المحكم:

الدرجة العلمية:

الجامعة:

المحور الأول: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس:

الرقم	الفقرة	رأي المحكم				
	أولا: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال أعضاء هيئة التدريس:	**منتمية للمحور**	**غير منتمية**	**وضوح العبارة**	**عدم وضوحها**	أهمية العبارة
١	يوظف عضو هيئة التدريس الوسائل التقنية وشبكات التواصل الاجتماعي مع الطلبة في العملية التعليمية					
٢	يزود الأستاذ الجامعي طلبته بالمعلومات والمعارف لفهم الفلسفة الخاصة بوسائل الإعلام					
٣	يعزز الأستاذ الجامعي لدى طلبته احترام الثقافات الأخرى والتعددية الثقافية لكافة طوائف المجتمع					
٤	يعزز الأستاذ الجامعي قيم الانتماء الوطني لدى الطلبة					
٥	يشجع الأستاذ الجامعي طلبته على المشاركة الإعلامية الفعالة في المجتمع					

٦	يزود الأستاذ الجامعي طلبته بمحتوى مناسب من المعارف الإعلامية					
٧	يدعو الأستاذ الجامعي طلبته للانفتاح والتسامح والتعايش الإيجابي مع الآخر					
٨	توظيف الأستاذ الجامعي لخبرات الطلبة في تفعيل التربية الإعلامية					
٩	يحذر الأستاذ الجامعي الطلبة من الشائعات والمضامين الإعلامية المنافية للقيم الإسلامية					
١٠	ينمي الأستاذ الجامعي قدرة الطلبة على فهم الرسالة الإعلامية وتفسيرها					
١١	ينمي الأستاذ الجامعي مهارات التفكير الناقد لبرامج الإعلام المختلفة					
١٢	يسعى الأستاذ الجامعي لتمكين الطلبة من امتلاك الخبرة الإعلامية باستخدام مهارات النقد والتقويم والتحليل					

	ثانيا: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال الأنشطة الطلابية:	منتمية للمحور	غير منتمية	وضوح العبارة	عدم وضوحها	أهمية العبارة
١	تتضمن برامج وخطط الأنشطة الطلابية موضوعات التربية الإعلامية					
٢	تعقد الجامعة شراكات مع المؤسسات الإعلامية لإقامة برامج وأنشطة إعلامية للطلبة					
٣	تقدم الجامعة دورات تطويرية في بناء مهارات التفكير الناقد لدى الطلبة					
٤	تهتم الجامعة بإقامة ورش عمل للطلبة لتدريبهم على القراءة الواعية للرسائل الإعلامية					
٥	تعزز أنشطة وبرامج التربية الإعلامية مهارات الاتصال الفعال والتحدث والإنصات النشط					
٦	تقيم الجامعة برامج توعوية لتعزيز حماية الطلبة من الآثار السلبية للرسائل الإعلامية					

	ثالثا: واقع التربية الإعلامية من خلال المقررات الدراسية في الجامعات السعودية:	منتمية للمحور	غير منتمية	وضوح العبارة	عدم وضوحها	أهمية العبارة
١	تسعى الأقسام العلمية لتفعيل التربية الإعلامية بتوظيف الوسائل التقنية في المقررات الدراسية					
٢	توصيف مقرر خاص بالتربية الإعلامية في الخطط الدراسية					
٣	تضمين موضوعات التربية الإعلامية ضمن مفردات المقررات الدراسية					
٤	تنمي مهارة التفكير الناقد لدى الطلبة باستخدام أسلوب حل المشكلات والفهم الصحيح لوجهات النظر الأخرى					
٥	تستهدف الجامعة إكساب الطلبة المعرفة والثقافة الإعلامية (الوعي الإعلامي)					

	رابعا: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال البحث العلمي:	منتمية للمحور	غير منتمية	وضوح العبارة	عدم وضوحها	أهمية العبارة
١	تقيم الجامعة ندوات لتعزيز ثقافة التربية الإعلامية لدى الطلبة					
٢	تهتم الجامعة بإقامة مؤتمرات علمية عن التربية الإعلامية					
٣	تعتني الأقسام الأكاديمية بالأبحاث والرسائل العلمية حول التربية الإعلامية					
٤	تحفز عمادة البحث العلمي لتقديم المزيد من الأبحاث في التربية الإعلامية					
٥	تدعم عمادة البحث العلمي مجالات البحث في التربية الإعلامية					

المحور الثاني: المعوقات التي تحد من تفعيل التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس:

الرقم	الفقرة	رأي المحكم				
		منتمية للمحور	غير منتمية	وضوح العبارة	عدم وضوحها	أهمية العبارة
١	ضعف تثقيف الطلبة إعلاميا للتعامل الأمثل مع التحديات الإعلامية					
٢	عدم وضوح مفهوم التربية الإعلامية					
٣	النظرة الخاطئة عن التربية الإعلامية					
٤	ضعف استشعار الأقسام العلمية بأهمية تفعيل التربية الإعلامية					
٥	تدني المهارات والأدوات اللازمة لدى الطلبة لمواجهة الرسائل الإعلامية					
٦	الانفتاح الثقافي لأنماط وسبل لا تتوافق مع عادات المجتمع وقيمه					
٧	توجيه الرأي العام بحسب أجندات المؤسسة الإعلامية					
٨	الخلط بين التربية الإعلامية والإعلام التربوي					
٩	ضعف الإمكانيات المادية لتجهيز القاعات الدراسية بما يلزم للمساعدة على تقديم التربية الإعلامية وما يرتبط بها من مفاهيم بطريقة فعالة					

١٠	صعوبة تفعيل التربية الإعلامية في جميع التخصصات الجامعية					

مقترحات وملحوظات يراها المحكم:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ملحق (٢)

المُحكِّمون لاستبانة واقع تفعيل التربية الإعلامية

المُحكِّمون لأداة الدراسة (استبانة الواقع)

ت	الاسم	الرتبة العلمية	التخصص	جهة العمل
١	أ.د بدر جويعد العتيبي	أستاذ	تربية	جامعة الملك سعود
٢	أ.د عبد النبي عبد الله الطيب	أستاذ	إعلام	جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
٣	أ.د عبد الله عبد المحسن الحربي	أستاذ	تربية	الجامعة الإسلامية
٤	أ.د عبد الله محمد الزهراني	أستاذ	تربية	جامعة الباحة
٥	أ.د عدنان نوري الحربي	أستاذ	إعلام	جامعة أم القرى
٦	د. ماجد عبد الله الحبيب	أستاذ مشارك	تربية	جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
٧	د. رانية محمد السقاف	أستاذ مشارك	إعلام	جامعة الملك عبد العزيز
٨	د. نورة ناصر العويد	أستاذ مشارك	تربية	جامعة الأمير سطام بن عبد العزيز
٩	د. نعيمة عمر الدرعان	أستاذ مشارك	تربية	جامعة الجوف
١٠	د. أحمد عبد الله السويكت	أستاذ مشارك	تربية	جامعة القصيم
١١	د. أميرة محمد أحمد	أستاذ مشارك	إعلام	جامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل
١٢	د. أريج محمد التويجري	أستاذ مشارك	تربية	جامعة الأمير سطام بن عبد العزيز
١٣	د. عيسى عبد الباقي موسى	أستاذ مشارك	إعلام	جامعة طيبة
١٤	د. نائل محمد قرقز	أستاذ مشارك	تربية	جامعة القصيم

١٥	د. صالح نورين إبراهيم	أستاذ مشارك	تربية	جامعة بيشة
١٦	د. ولاء ناجي باجنيد	أستاذ مساعد	إعلام	جامعة الملك عبد العزيز
١٧	د. حسن نهار محاسنة	أستاذ مساعد	إعلام	جامعة طيبة
١٨	د. وفاء عبد الله الخليفة	أستاذ مساعد	تربية	جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن
١٩	د. سعاد عبد الرحمن الفهيد	دكتوراه	تربية	وزارة التعليم
٢٠	د. عبد الكريم عبد الله المطرودي	دكتوراه	تربية	وزارة التعليم

ملحق (٣)

استبانة الواقع في صورتها النهائية

سعادة الأستاذ الدكتور/ الدكتور/ عضو هيئة التدريس حفظه الله

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

بين يديكم استبانة لدراسة علمية تحت عنوان (تصور مقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية) والتي تهدف إلى التعرف على واقع تفعيل التربية الإعلامية، والمعوقات التي تحد من تفعيلها بالجامعات السعودية وهي جزء من متطلبات الحصول على درجة الدكتوراه من قسم أصول التربية في كلية التربية جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

ولكونكم ـ رعاكم الله ـ عضو هيئة تدريس في إحدى الجامعات التي يُطبق الباحث دراسته بها؛ ونظرا لما تتطلبه الدراسة من رأيكم والاستفادة من وجهة نظركم؛ فإن الباحث يأمل من سعادتكم التكرم والتفضل الإجابة على فقرات الاستبانة. هذا ولن تُستخدم الاستجابات إلا تحت غرضها العلمي.

علما أن الباحث يعرف التربية الإعلامية إجرائيا بأنها: (تنمية قدرات الطلبة الجامعيين لإكسابهم الدراية والمهارة والقدرة على الفهم الواعي للمضامين الإعلامية، وتحليلها، ونقدها، وتقييمها عبر مختلف وسائل الإعلام، حمايةً لقيمهم ومبادئهم الإسلامية.)

لكم خالص الشكر والثناء على حسن تعاونكم وكريم تجاوبكم،،

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

الباحث

محمد بن عبدالرحمن التويجري

٠٥٦١٧٠٧٧٤٤

matwijri@gmail.om

البيانات الأولية:

الجامعة:

○ جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ○ جامعة أم القرى

○ جامعة حائل ○ الجامعة السعودية الإلكترونية

التخصص:

○ تربية ○ إعلام

الرتبة العلمية:

○ أستاذ ○ أستاذ مشارك ○ أستاذ مساعد

○ محاضر ○ معيد

سنوات الخبرة:

○ أقل من ٥ سنوات ○ ٥ – ١٠ سنوات ○ أكثر من ١٠ سنوات

المحور الأول: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس:

	أولا: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال أعضاء هيئة التدريس:	درجة الموافقة				
		كبيرة جداً	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جداً
١	يوظف الأستاذ الجامعي الوسائل التقنية وشبكات التواصل الاجتماعي مع الطلبة في العملية التعليمية					
٢	يزود الأستاذ الجامعي طلبته بالمعلومات والمعارف لفهم فلسفة الرسالة الإعلامية					
٣	يعزز الأستاذ الجامعي لدى طلبته احترام الثقافات الأخرى والتعددية الثقافية لكافة طوائف المجتمع					
٤	يعزز الأستاذ الجامعي قيم الانتماء الوطني لدى الطلبة					
٥	يشجع الأستاذ الجامعي طلبته على المشاركة الإعلامية الفعالة في المجتمع					

٦	يزود الأستاذ الجامعي طلبته بمحتوى مناسب من المعارف الإعلامية					
٧	يدعو الأستاذ الجامعي طلبته للانفتاح والتسامح الإيجابي مع الآخر					
٨	يوظف الأستاذ الجامعي خبرات الطلبة في تفعيل التربية الإعلامية أثناء المحاضرة					
٩	يحذر الأستاذ الجامعي الطلبة من الشائعات والمضامين الإعلامية المنافية للقيم الإسلامية					
١٠	ينمي الأستاذ الجامعي قدرة الطلبة على فهم الرسالة الإعلامية وتفسيرها					
١١	ينمي الأستاذ الجامعي مهارات التفكير الناقد لبرامج الإعلام المختلفة					
١٢	يسعى الأستاذ الجامعي لتمكين الطلبة من امتلاك الخبرة الإعلامية باستخدام مهارات النقد والتقويم والتحليل					

	ثانيا: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال الأنشطة الطلابية:	درجة الموافقة				
		كبيرة جداً	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جداً
١	تتضمن برامج وخطط الأنشطة الطلابية موضوعات التربية الإعلامية					
٢	يعقد القسم العلمي شراكات مع المؤسسات الإعلامية لإقامة برامج وأنشطة إعلامية للطلبة					
٣	تعزز أنشطة وبرامج التربية الإعلامية مهارات الاتصال الفعال والتحدث والإنصات النشط لدى الطلبة					
٤	يقيم القسم العلمي برامج توعوية لتعزيز حماية الطلبة من الآثار السلبية للرسائل الإعلامية					

ثالثا: واقع التربية الإعلامية من خلال المقررات الدراسية في الجامعات السعودية:		درجة الموافقة				
		كبيرة جداً	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جداً
١	تسعى الأقسام العلمية لتفعيل التربية الإعلامية بتوظيف الوسائل التقنية في المقررات الدراسية					
٢	توصيف مقرر خاص بالتربية الإعلامية في الخطط الدراسية					
٣	تضمين موضوعات التربية الإعلامية ضمن مفردات المقررات الدراسية					
٤	تنمي مهارة التفكير الناقد لدى الطلبة باستخدام أسلوب حل المشكلات والفهم الصحيح لوجهات النظر الأخرى					
٥	يسعى القسم العلمي لإكساب الطلبة المعرفة والثقافة الإعلامية (الوعي الإعلامي)					

	رابعا: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال البحث العلمي:	درجة الموافقة				
		كبيرة جداً	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جداً
١	يقيم القسم العلمي ندوات لتعزيز ثقافة التربية الإعلامية لدى الطلبة					
٢	تهتم الجامعة بإقامة مؤتمرات علمية عن التربية الإعلامية					
٣	يقدم القسم العلمي دورات تطويرية في بناء مهارات التفكير الناقد لدى الطلبة					
٤	يهتم القسم العلمي بإقامة ورش عمل للطلبة لتدريبهم على القراءة الواعية للرسائل الإعلامية					
٥	تعتني الأقسام الأكاديمية بالأبحاث والرسائل العلمية حول التربية الإعلامية					
٦	تحفز عمادة البحث العلمي الأستاذ الجامعي لتقديم المزيد من الأبحاث في التربية الإعلامية					
٧	تدعم عمادة البحث العلمي مجالات البحث في التربية الإعلامية					

المحور الثاني: المعوقات التي تحد من تفعيل التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس:

الرقم	الفقرة	درجة الموافقة				
		كبيرة جداً	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جداً
١	ضعف تثقيف الطلبة إعلاميا للتعامل الأمثل مع التحديات الإعلامية					
٢	عدم وضوح مفهوم التربية الإعلامية					
٣	النظرة الخاطئة عن التربية الإعلامية					
٤	ضعف استشعار الأقسام العلمية بأهمية تفعيل التربية الإعلامية					
٥	تدني المهارات والأدوات اللازمة لدى الطلبة لمواجهة الرسائل الإعلامية					
٦	الانفتاح الثقافي لأنماط وسبل لا تتوافق مع عادات المجتمع وقيمه					
٧	توجيه الرأي العام بحسب أجندات المؤسسة الإعلامية					
٨	الخلط بين التربية الإعلامية والإعلام التربوي					
٩	ضعف الإمكانيات المادية لتجهيز القاعات الدراسية للمساعدة على تقديم التربية الإعلامية بطريقة فعالة					

١٠	صعوبة تفعيل التربية الإعلامية في جميع التخصصات الجامعية					

١) معوقات تحد من تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية يراها عضو هيئة التدريس:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

٢) مقترحات لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ملحق (٤)

خطاب دعوة خبراء للمشاركة في ندوة متطلبات التربية الإعلامية

سعادة الخبير وفقه الله

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته أما بعد:

لدى الباحث دراسة تحت عنوان (**تصور مقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية**) وذلك استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الدكتوراه من قسم أصول التربية بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية وبإشراف الدكتور نايف بن يوسف القاضي.

ولكون السؤال الرابع ضمن أسئلة الدراسة والذي يتطلب رأي الخبراء لإبداء آرائهم للمتطلبات اللازمة لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية؛ ونظرا لخبرتكم العلمية والعملية في مجال التربية الإعلامية؛ فإن الباحث يشرف بدعوتكم لحضور (ندوة الخبراء) للاستفادة من خبراتكم وإبداء آرائكم (**بمتطلبات التربية الإعلامية**) ومدى تفعيلها بالجامعات السعودية **وذلك يوم الثلاثاء الموافق ١٤٤٤/١٠/١٢ من الساعة السابعة وحتى الثامنة مساءً. والذي سيعقد عن بعد عبر برنامج** (ZOOM)

ويود الباحث اطلاع سعادتكم على مرفقات الملف حيث يشتمل على (مشكلة الدراسة، أسئلتها، نتائج واقع تفعيل التربية الإعلامية، استبانة الدراسة، المتوسطات الحسابية لأعلى عبارة وأدناها).

علما أن الآراء والمعلومات التي ستناقش في الندوة ستعامل بسرية ولن تستخدم إلا لغرضها العلمي في هذه الدراسة.

شاكرا لسعادتكم حسن استجابتكم والله يحفظكم،،

الباحث

محمد بن عبدالرحمن عبدالله التويجري

٠٥٦١٧٠٧٧٤٤

أولا: تعريف بالتربية الإعلامية ومشكلة الدراسة وأسئلتها:

(١) يعرف الباحث التربية الإعلامية إجرائيا بأنها:

تنمية قدرات الطلبة الجامعيين لإكسابهم الدراية والمهارة والقدرة على الفهم الواعي للمضامين الإعلامية، وتحليلها، ونقدها، وتقييمها عبر مختلف وسائل الإعلام، حمايةً لقيمهم ومبادئهم الإسلامية.

(٢) مشكلة الدراسة:

تنادت الاتجاهات الحديثة بتفعيل التربية الإعلامية في جميع مراحل التعليم إيمانا بأهمية هذا الاتجاه والذي يسهم بدورٍ ريادي في تحقيق السياسات التعليمية والإسهام الفعال في تنمية الاتجاهات السلوكية للجماهير. وقد أدرك المختصون والتربويون على المستوى الدولي أهمية التربية الإعلامية على كافة المستويات ونتيجة لذلك؛ فقد لاقت التربية الإعلامية اهتماما دوليا واسعا لا سيما في المجال التعليمي إذ وظفتها العديد من الدول المتقدمة في مراحلها التعليمية المختلفة، وأكدت على ضرورة تعليمه للنشء.

وقد حظيت التربية الإعلامية باهتمام المنظمات العالمية مثل منظمة اليونسكو التي سعت لنشر الوعي بأهمية التربية الإعلامية كما أقامت العديد من الدول المؤتمرات وورش العمل حول التربية الإعلامية ابتداء من إعلان جرانولد ١٩٨٢م في ألمانيا ثم مؤتمر جامعة تولوز في فرنسا ١٩٩٠م ومؤتمر التربية الإعلامية في فيينا ١٩٩٩م ثم ندوة التربية الإعلامية للشباب في أسبانيا ٢٠٠٢م وورشة عمل برشلونة ٢٠٠٤م والتي أكدت جميعها على أهمية تفعيل التربية الإعلامية في مؤسسات التعليم لمواجهة التحديات الإعلامية. (حويل، ٢٠٠٩م، ص ٦٠٦) (أبو النور،٢٠١٥م).

كما جاءت توصيات المؤتمر الأول للتربية الإعلامية المنعقد في الرياض ٢٠٠٧م بأهمية إعداد وبناء خطط وبرامج متخصصة في التربية الإعلامية وضرورة الاهتمام بمناهج التربية الإعلامية في مختلف مراحل التعليم. كما أكد المؤتمر على أهمية توظيف التقنية المعلوماتية في

العملية التعليمية بما يعزز الأهداف التعليمية ويرقى بأدائها، وإقامة شراكة علمية ومهنية بين مختلف المؤسسات التعليمية والإعلامية. وفي ختام توصياته اقترح المؤتمر اعتماد مقرر للتربية الإعلامية في مرحلة التعليم الجامعي.

ودعا ـ ملتقى التربية الإعلامية المنعقد في القريات ٢٠١٨م ـ وزارة التعليم لبناء شراكة مع مؤسسات المجتمع المدني والقطاع الخاص لتطوير برامج وتطبيقات للتربية الإعلامية يستفيد منها طلاب التعليم العام والخاص. كما دعا في توصياته إلى أهمية إدراج ثقافة التربية الإعلامية ضمن المقررات الدراسية.

وفي هذا السياق فقد أكدت نتائج وتوصيات العديد من الدراسات العلمية: (الخيري،٢٠٠٩م) (ديوب، ٢٠١١م) (المطيري،٢٠١٢م) (البلوي،٢٠١٣م) (العتيبي،٢٠١٣م) (العميري والمقاطي، ٢٠١٨م) (الخيون، ٢٠١٨م) و(الجعد والأسمري، ٢٠١٨م) (القرني، ٢٠١٩م) (المدني ٢٠١٩م) (حريري، ٢٠١٩م) على أهمية تفعيل التربية الإعلامية وأوصت بإدراجها مقررا ضمن المقررات الدراسية في جميع المراحل التعليمية.

وقد جاءت دراسة (الخطيب، ٢٠٠٧م) و (الخيون، ٢٠١٨م) و (سالم وحسن، ٢٠١٨م) مُقرِّرةً أهمية إعداد وبناء خطط وبرامج متخصصة في التربية الإعلامية تراعي الثوابت الدينية والقيم الأخلاقية، ودعوة المؤسسات التربوية إلى توظيف وسائل الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيرية في خدمة العملية التعليمية لإكساب الطلاب مهارات التفكير الناقد لبرامج الإعلام المختلفة، وإعداد الطلاب للتعامل الأمثل مع التحديات الإعلامية المعاصرة. وتطوير المناهج التربوية لمطابقتها المعايير الإعلامية والتربوية والنفسية، ووضعها ضمن التخطيط الشامل للإصلاح التربوي.

وبالرغم من دعوة المؤتمرات العالمية والمحلية وتأكيدها على أهمية التربية الإعلامية والاهتمام العالمي بدور المؤسسات التعليمية في التربية الإعلامية والذي بدت طلائعه منذ الثمانينيات الميلادية إلا أن الواقع يشير إلى قصورٍ في التطبيق (حويل، وعبد الجليل،٢٠٠٩م). والمتأمل

بواقع التربية الإعلامية في الجامعات، يدرك أنها تواجه مجموعة من التحديات، أهمها النظرة الخاطئة عن التربية الإعلامية، وقلة المتخصصين (محمد، ٢٠١٧م).

إلى ذلك فقد أشارت دراسة (الخيري، ٢٠٠٩م) لوجود ضعف في العلاقة بين الإعلام والتعليم في الجانب التطبيقي. في حين أظهرت التربية الإعلامية تأثيرا إيجابيا على طلاب المرحلة الجامعية حيث أضافت لديهم وعيا بالمضامين الإعلامية ونمّت عندهم القدرة على فهم الخطاب الإعلامي (محمد، ٢٠١٥م) إلا أن دراسة (الدرعان، ٢٠١٦م) بيّنت ضعف الوعي بالتربية الإعلامية وتداخل مفهومه مع الإعلام التربوي، كما أظهرت أن معوقات التربية الإعلامية جاءت بدرجة عالية.

وأخيرا وفي ظل ما كشفت عنه الدراسات والأبحاث عن الدور الإعلامي ومدى تأثيره على وعي المتلقي، وبفضل السباق التنافسي المحموم وتعدد القنوات الفضائية المختلفة فقد باتت المادة الإعلامية صناعة مادية تسهم في التأثير على أنماط وسلوكيات المتلقي، وتشكيل عقله ورغباته. كما تعد رافدا أساسيا في التنشئة الاجتماعية وغرس القيم والمبادئ التي تتبناها؛ ولذا يجب استثمار الإعلام استثمارا نافعا في نشر القيم الحميدة وتعزيز المبادئ الفاضلة والاستفادة من الفرص المتاحة ورفع جودة المنتج الإعلامي نحو التلقين العقلي الأمثل والتهذيب السلوكي الأفضل بما يتوافق مع فطرة المسلم والعقيدة الإسلامية الصحيحة ليحفظ على المجتمع أمنه وسلمه الاجتماعي.

وبناءً على ما سبق وفي ضوء توصيات ومقترحات الدراسات السابقة نحو دراسة (الخالدي وربابعة، ٢٠١٧م) ودراسة (الحبيّب، ٢٠٢٠م) والتي تحث طلاب الدراسات العليا لإجراء المزيد من الدراسات العلمية في مجال التربية الإعلامية نظراً للأهمية التي تحظى بها التربية الإعلامية؛ تأتي هذه الدراسة لتقدم تصورا مقترحا لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية.

(٣) أسئلة الدراسة:

وتتمثل أسئلة الدراسة في سؤالها الرئيس:

ما التصور المقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية؟

ويتفرع عن السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية التالية:

س١) ما ملامح التربية الإعلامية في ضوء التربية الإسلامية؟

س٢) ما أبرز التجارب العالمية في مجال التربية الإعلامية في الجامعات؟

س٣) ما واقع تفعيل التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس؟

س٤) ما المتطلبات اللازمة لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية من وجهة نظر الخبراء؟

س٥) ما التصور المقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية من وجهة نظر الخبراء؟

ثانيا: نتائج تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية:

(١) اشتملت أداة الدراسة (الاستبانة) على محورين:

المحور الأول: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس من خلال أربعة أبعاد:

البعد الأول: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال أعضاء هيئة التدريس.

البعد الثاني: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال الأنشطة الطلابية.

البعد الثالث: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال المقررات الدراسية.

البعد الرابع: واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال البحث العلمي.

المحور الثاني: المعوقات التي تحد من تفعيل التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس

(٢) المتوسطات الحسابية:

(أ) المتوسط الحسابي لواقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال أعضاء هيئة التدريس (أعلى عبارة–أدنى عبارة)

أعلى متوسط حسابي		أدنى متوسط حسابي	
العبارة	**المتوسط**	**العبارة**	**المتوسط**
يعزز الأستاذ الجامعي قيم الانتماء الوطني لدى الطلبة	٣,٦٩	يزود الأستاذ الجامعي طلبته بالمعلومات والمعارف لفهم فلسفة الرسالة الإعلامية	٣,٠٤

(ب) المتوسط الحسابي لواقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال الأنشطة الطلابية (أعلى عبارة–أدنى عبارة)

أعلى متوسط حسابي		أدنى متوسط حسابي	
العبارة	**المتوسط**	**العبارة**	**المتوسط**
تعزز أنشطة وبرامج التربية الإعلامية مهارات الاتصال الفعال والتحدث والإنصات النشط لدى الطلبة	٢,٩١	يعقد القسم العلمي شراكات مع المؤسسات الإعلامية لإقامة برامج وأنشطة إعلامية للطلبة	٢,٦٢

(ج) المتوسط الحسابي لواقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال المقررات الدراسية (أعلى عبارة-أدنى عبارة)

أعلى متوسط حسابي		أدنى متوسط حسابي	
العبارة	**المتوسط**	**العبارة**	**المتوسط**
تنمي مهارة التفكير الناقد لدى الطلبة باستخدام أسلوب حل المشكلات والفهم الصحيح لوجهات النظر الأخرى	٣,٢١	توصيف مقرر خاص بالتربية الإعلامية في الخطط الدراسية	٢,٣٧

(د) المتوسط الحسابي لواقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال البحث العلمي (أعلى عبارة-أدنى عبارة)

أعلى متوسط حسابي		أدنى متوسط حسابي	
العبارة	**المتوسط**	**العبارة**	**المتوسط**
يقدم القسم العلمي دورات تطويرية في بناء مهارات التفكير الناقد لدى الطلبة	٢,٦٤	يهتم القسم العلمي بإقامة ورش عمل للطلبة لتدريبهم على القراءة الواعية للرسائل الإعلامية	٢,٤٤

المتوسطات الحسابية والوزن النسبي والانحراف المعياري على أبعاد المحور الأول (مرتبة تنازليا حسب المتوسطات الحسابية)

م	البعد	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	مستوى الدلالة	الترتيب
.٥	واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال أعضاء هيئة التدريس	٣,٣٣	٦٦,٦٪	٠,٩٤٦	٠,٠٠١	١
.٦	واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال الأنشطة الطلابية	٢,٨٠	٥٦,٠٪	٠,٨٠٨	٠,٠٠٠	٢
.٧	واقع التربية الإعلامية من خلال المقررات الدراسية في الجامعات السعودية	٢,٧٧	٥٥,٤٪	٠,٧٦٨	٠,٠٠٠	٣
.٨	واقع التربية الإعلامية في الجامعات السعودية من خلال البحث العلمي	٢,٥٥	٥١,٠٪	٠,٨١١	٠,٠٠٠	٤
	جميع الأبعاد	٢,٩٦	٥٩,٢٪	٠,٧٢٩	٠,٠٠١	

المحور الثاني: المتوسط الحسابي لمعوقات تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية (أعلى عبارة–أدنى عبارة)

أعلى متوسط حسابي		أدنى متوسط حسابي	
العبارة	المتوسط	العبارة	المتوسط
الخلط بين التربية الإعلامية والإعلام التربوي	٣,٣١	النظرة الخاطئة عن التربية الإعلامية	٢,٩١

وتوصلت دراسة واقع تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية إلى النتائج التالية:

٧. التربية الإعلامية مفعلة بدرجة متوسطة في الجامعات السعودية، وذلك من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بوزن نسبي (٦٦,٦٪).

٨. التربية الإعلامية مفعلة بدرجة متوسطة في الجامعات السعودية من خلال الأنشطة الطلابية، وذلك من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بوزن نسبي (٥٦,٠٪).

٩. التربية الإعلامية مفعلة بدرجة متوسطة في الجامعات السعودية من خلال المقررات الدراسية، وذلك من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بوزن نسبي (٥٥,٤٪).

١٠. التربية الإعلامية مفعلة بدرجة قليلة في الجامعات السعودية من خلال البحث العلمي، وذلك من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بوزن نسبي (٥١,٠٪).

١١. وجود مستوى متوسط من المعوقات التي تحد من تفعيل التربية الإعلامية في الجامعات السعودية، وذلك من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بوزن نسبي (٦٢,٦٪).

ثانيا: متطلبات تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية من وجهة نظر الخبراء في ضوء التربية الإسلامية:

(١) متطلبات تنظيمية:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

(٢) متطلبات أكاديمية:

ملحق (٥)

المشاركون في ندوة الخبراء

الخبراء المشاركون في الندوة

ت	اسم الخبير	الرتبة الأكاديمية	التخصص	الجامعة
١	أ.د عبد الله بن عبد المحسن العساف	أستاذ	إعلام	جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
٢	أ.د إبراهيم بن عبد الله العبيد	أستاذ	تربية	جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
٣	أ.د عدنان بن نوري الحربي	أستاذ	إعلام	جامعة أم القرى
٤	د. صالح بن محمد التويجري	أستاذ مشارك	تربية	جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
٥	د. نعيمة بنت عمر الدرعان	أستاذ مشارك	تربية	جامعة الجوف
٦	د. نورة بنت ناصر العويد	أستاذ مشارك	تربية	جامعة الأمير سطام بن عبد العزيز
٧	د. نوف بنت عبد اللطيف الحزامي	أستاذ مشارك	إعلام	جامعة الملك سعود
٨	د. قمراء بنت مقبل السبيعي	أستاذ مساعد	تربية	جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
٩	د. الجوهرة بنت عويد المطيري	أستاذ مساعد	إعلام	جامعة الملك سعود
١٠	د. ماجدة صالح السويح	أستاذ مساعد	إعلام	جامعة الملك سعود

ملحق (٦)

الجولة الأولى في التصور المقترح (الصورة الأولية)

المملكة العربية السعودية

وزارة التعليم

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

كلية التربية

قسم أصول التربية

استطلاع آراء المحكمين للتصور المقترح والذي بعنوان:

تصور مقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية

إعداد

محمد بن عبد الرحمن بن عبد الله التويجري

إشراف

د. نايف بن يوسف بن حمد القاضي

أستاذ التربية الإسلامية المشارك بقسم أصول التربية

العام الجامعي

١٤٤٤هـ / ٢٠٢٣م

سعادة الخبير / الأستاذ الدكتور/ الدكتور حفظه الله

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

لدى الباحث دراسة علمية تحت عنوان (**تصور مقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية) والتي تهدف إلى بناء تصور مقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية.** وهي جزء من متطلبات الحصول على درجة الدكتوراه من قسم أصول التربية كلية التربية جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

ولكونكم ـ رعاكم الله ـ أحد الخبراء في تخصص التربية/الإعلام فإن الباحث يأمل منكم ـ مشكورا ـ مشاركته إبداء رأيكم وملحوظاتكم وتصوياتكم لهذا التصور والذي **سيُحكَّم وفقا لأسلوب دلفاي.** هذا ولا يخفى عليكم أن منهجية الأسلوب تتطلب من الخبراء المشاركة في الجولة الثانية، إذا لم تصل الجولة الأولى إلى نسبة اتفاقٍ عالية.

كما يسعدني، تعديل أو إضافة ما ترونه خادما.. لكم خالص الشكر والثناء على حسن تعاونكم وكريم تجاوبكم.

هذا وتُعرّف التربية الإعلامية بأنها: التعامل مع كل وسائل الإعلام الاتصالي والتي يتم تقديمها عن طريق أي نوع من أنواع التقنيات حيث تمكن أفراد المجتمع من الوصول إلى فهم لوسائل الإعلام الاتصالية التي تستخدم في مجتمعهم والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل ومن ثم تمكنهم من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين.

ويعرّف الباحث التربية الإعلامية إجرائيا بأنها: تنمية قدرات الطلبة الجامعيين لإكسابهم الدراية والمهارة والقدرة على الفهم الواعي للمضامين الإعلامية، وتحليلها، ونقدها، وتقييمها عبر مختلف وسائل الإعلام، حمايةً لقيمهم ومبادئهم الإسلامية.

اسم المحكّم	
التخصص	
الدرجة العلمية	
الجامعة	

الباحث

محمد بن عبد الرحمن التويجري

٠٥٦١٧٠٧٧٤٤

matwijri@gmail.om

ت	المحور الأول منطلقات التصور المقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية:
١	التعليم هو الركيزة الأساسية، وبه تتحقق آمال المجتمعات وتطلعاتهم، وتقوم على أُسسه أهداف التنمية المستدامة، وهو مؤشر على تقدم الأمم بكافة المجالات.
٢	الجامعة هي المؤسسة التعليمية، والتأهيلية، والتي يقع على عاتقها تعليم وتثقيف وتدريب الطلبة على التعامل الإيجابي مع المضامين الإعلامية المختلفة.
٣	الإعلام بصوره وأنواعه، أصبح محركا ومسيطرا على العقول الجماهيرية، ولديه القدرة على توجيه الرأي والتأثير عليه.
٤	ضرورة الوعي الإعلامي بالمتغيرات الحديثة والتطورات العالمية في شتى المجالات.
٥	تفاوت وسائل الإعلام في عصرنا الحديث، وسرعة تقدمها، وحداثة تنوعها، وتأثيراتها على المتلقي، يضع الاهتمام بالتربية الإعلامية أولوية كبرى.
٦	مواكبة التوجهات الحديثة لإتاحة الفرصة لتعليم التربية الإعلامية، كونها من المعارف الضرورية والتي دعت الحاجة إليها، لا سيما وأنها باتت اتجاها عالميا وجزءًا أساسيا من المناهج التعليمية، للعديد من الدول المتقدمة.
٧	تكامل الأدوار بين التربويين والإعلاميين بما يبلغ مراد التربية الإعلامية لتحقيق الاستفادة القصوى للأفراد والمجتمعات.
٨	**تفعيل التربية الإعلامية:** عناية الدول المتقدمة في تدريس التربية الإعلامية بمختلف المراحل التعليمية أمرا حتميا كونه إحدى المتطلبات الجوهرية لتنمية معارف الطلبة وإكسابهم المهارات التحليلية والنقدية للرسالة الإعلامية.

٩	**الجامعة:** تقوم الجامعة بدورٍ مهمٍ متمثلة بوظائفها المتعددة واختصاصاتها المتنوعة ما بين تدريسية وبحثية وخدمية وبرامج ثقافية نوعية ووظائف ومهام مناطة بها سواء في رسالتها التعليمية أو عبر خدماتها للمجتمع.
١٠	دور الجامعة يندرج تحته الوظائف الأساسية، وهي التعليم، وهو المقصود لذاته، لكونه وسيلة أساسية من وسائل التنمية الثقافية بتعليم الإنسان وبناء فكره وصقل شخصيته، وبه تُعد القوى البشرية بمختلف المستويات لتلبية حاجات المجتمع والنهوض بها كونها المهمة الأبرز للجامعة، إلى جانب مهمة البحث العلمي، وخدمة المجتمع.
١١	المرحلة الجامعية تُكوّن شخصية الطالب وتصقل قدراته، وتنضج لديه الأفكار والرؤى، وتُبنى لديه التصورات. والطلبة في المرحلة الجامعية هم العنصر الأساس في العملية التعليمية والتي يتم من خلالها إعدادهم والتأثير في سلوكهم، واتجاهاتهم، وتزويدهم، بالمعلومات، والمعارف والمهارات.
١٢	**التربية الإسلامية:** يقوم بناء التربية الإعلامية على أُسسٍ تسهم في ترسيخ الهوية الثقافية للأمة المسلمة، انطلاقا من التصور الإسلامي بشموليته، وتكامله، إلى التمسك بحضارة الأمة والمحافظة على القيم المجتمعية. إلى ذلك كانت ثمة دعوات ومناداة للوثاق والتكامل في الدور بين الإعلاميين والتربويين، وذلك لترسيخ القيم التربوية، واستفادة الأفراد والمجتمع.
١٣	تمثّل الصورة الإعلامية لوسائل الإعلام القيم الأخلاقية في أهدافها، ورسالتها، وقيمها، التي تؤمن بها، ولذا ما تبثّه وتعلنه على شاشتها يعكس رؤيتها، ورسالتها وأهدافها، وعلى هذا، فالحس الأخلاقي، والتفكير الحواري التفاعلي، والذي يمثل صورة من صور التفكير النقدي، يتعين أن يكون حاضرا في هذا الموقف لقراءة وتحليل تلك الصورة الإعلامية قراءةً اتزانيةً منضبطة بضوابط الشريعة الإسلامية.

١٤	النظرة الإسلامية وتصوراتها المتكاملة للكون والإنسان والحياة، خلقه في أحسن تقويم، ومنحه العقل لتمييزه عن سائر المخلوقات، وسُخّر له الكون وما فيه، واستخلفه في أرضه لإعمارها واستثمارها وفقا لمراد الله ومبتغاه.

تحكيم المنطلقات الفكرية للتصور المقترح			
الأهمية	**مهم**	**متوسط**	**ضعيف**
الإضافات المقترحة			

ت	المحور الثاني أهداف التصور المقترح:	أهمية الهدف		
		مهم	متوسط	ضعيف
١	التعرف على خاصية الوسائل الإعلامية من خلال: (أهدافها، غاياتها، طبيعة عملها...)			
٢	استجلاء المفاهيم لاستراتيجيات الصناعة الإعلامية بوصفها ثالث أكبر صناعة من خلال: (صناعة المحتوى، الإعلان، الرأي العام...)			
٣	إعداد الطلبة، وتهيئتهم، لاكتساب المعرفة والثقافة الإعلامية، بما تتضمن الكيفية لعمل وسائل الإعلام.			
٤	تنمية القدرة على القراءة العميقة للرسالة الإعلامية؛ فهما، وتحليلا، ونقدا.			
٥	تمكين الطلبة من التعامل الواعي، مع التحديات الإعلامية المعاصرة، لحمايتهم من التأثيرات الإعلامية.			
٦	تعزيز الهوية الإسلامية والقيمية والثقافية للمجتمع.			
٧	تمكين الطلبة من الاستفادة من التقنيات الاتصالية والمعلوماتية الحديثة.			
٨	إبراز الدور الإيجابي، لوسائل الإعلام، في توعية وتثقيف المجتمع.			

٩	تدريب وتثقيف الطلبة على كيفية استخدام وسائل الإعلام استخداما إبداعيا.			
١٠	القدرة على الابتكار والإبداع من خلال الإنتاج الإعلامي.			
١١	بناء وثيقة لمنهج التربية الإعلامية معتمدة؛ لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية			

الإضافات المقترحة للأهداف:

ت	المحور الثالث آلية تفعيل التربية الإعلامية بالمرحلة الجامعية:	أهمية الإجراء		
		مهم	متوسط	ضعيف
	أولا: تفعيل التربية الإعلامية من خلال الأستاذ الجامعي:			
١	ربط المحاضرات بالمناسبات الدينية والوطنية، لتعزيز قيم الانتماء الوطني.			
٢	محاولة الأستاذ الجامعي مناقشة الأحداث والقضايا الإعلامية المعاصرة، من خلال الربط المباشر وغير المباشر بالمحاضرة، لتنبيه الطلبة من الشائعات والمضامين الإعلامية المنافية للقيم الإسلامية.			

٣	توظيف الوسائل التقنية وشبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية.			
٤	تنمية مهارات التفكير الناقد لتدريب الطلبة على فهم الرسالة الإعلامية وتحليلها، ونقدها			
		أهمية الإجراء		
		مهم	متوسط	ضعيف
٥	تنفيذ دورات وبرامج تطويرية لتأهيل عضو هيئة التدريس.			
٦	التنويع في طرائق التدريس من خلال استخدام النماذج والاستراتيجيات المهارية المطبقة في الدول المتقدمة، نحو نموذج الاستقصاء، واستراتيجية التفكير الناقد، والمدخل الاستقرائي.			
أ	**تفعيل نموذج الاستقصاء:** يتيح النموذج، طرح أسئلة مفتوحة، حول العديد من القضايا الإعلامية المعاصرة، ويشجع الطلبة، على التفكير النقدي، وحثهم على البحث والتقصي، ومناقشة القضية بالوسائل المناسبة.			
ب	**تفعيل استراتيجيات التفكير الناقد:** يؤدي التفكير الناقد إلى مجموعة من المهارات العقلية، التي تمكّنه من تفكيك الرسالة الخفية، ومَلَكة التمييز بين الحقائق وضدها، والموضوعية، وعدم التحيز، والاستقلالية، والمصداقية، ومعرفة المسلّمات، والتفسير، والاستنباط، والتقويم.			

ج	**تفعيل المدخل الاستقرائي:** يساعد المدخل الاستقرائي، على قراءة الأفكار، والرموز، والصور الإعلامية، لكسب الطلبة، مهارة قراءة وتحليل، وتفسير، ونقد الرسالة الإعلامية.			

ثانيا: تفعيل التربية الإعلامية من خلال المقررات الدراسية: **(أ) دمج موضوعات التربية الإعلامية ضمن المتطلبات الحرة (المقررات المشتركة):**				
دمج موضوعات التربية الإعلامية، بالمقررات المشتركة هو الأنسب لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية وذلك للأسباب التالية:		**أهمية الإجراء**		
		مهم	**متوسط**	**ضعيف**
١	قدرة المدخل التكاملي، على تطوير المعارف، ومهارات التربية الإعلامية، والسلوكيات التي تدعم الوعي النقدي لدى الطلبة.			
٢	تميّز التعليم الجامعي، بوجود مقرراتٍ، متطلبة، تتفرد بالمرونة، والسهولة، في إضافة مفرداتٍ، جديدة، على المقرر المشترك.			
٣	تملّك الأقسام العلمية، الصلاحية، بإضافة توصيفاتٍ جديدة، على مقررات أقسامها.			

يمكن أن تتناول التربية الإعلامية ضمن المقررات المشتركة الموضوعات التالية:		أهمية الإجراء		
		مهم	متوسط	ضعيف
١	موضوعات القيم الأخلاقية، تقديس الثوابت، الرقابة الذاتية، احترام الثقافات الأخرى، التسامح			
٢	مهارة الوصول إلى الرسائل الإعلامية، القراءة التأملية، فهم الرسالة الإعلامية			
٣	كتابة مقالة، تحليل ونقد مقالة منشورة			
٤	تعريف الاتصال، أهميته، التواصل مع الآخرين، الاستماع الفعال.			
٥	مهارة التفكير النقدي، تعريفه، أهميته، خصائصه، مكوناته...			
٦	تمييز الحقائق، المسلَّمات، التحيز			
(ب) دعم برامج وخطط الأنشطة الطلابية بموضوعات التربية الإعلامية:		**أهمية الإجراء**		
		مهم	**متوسط**	**ضعيف**
١	تضمين برامج وخطط الأنشطة الطلابية لموضوعات التربية الإعلامية.			
٢	تنفيذ الأقسام العلمية أنشطة لامنهجية، تهدف إلى تعزيز مهارات التربية الإعلامية.			
٣	تحفيز عمادات شؤون الطلاب والأقسام العلمية الطلبة، لتفعيل المناسبات الوطنية، من خلال: إصدارات المحتوى الإعلامي وإنتاجه.			

٤	تبنّي الجامعات برامج وأنشطة إعلامية تعزز من قيم العدل، الصدق، الإحسان، حسن الأخلاق، الظن الحسن ...			
٥	إقامة مناشط ومعارض ومسابقات تحفيزية لعرض الطلبة إنتاجهم الإعلامي.			
ثالثا: تفعيل التربية الإعلامية من خلال البحث العلمي:		**أهمية الإجراء**		
		مهم	**متوسط**	**ضعيف**
١	دعم البحوث البينية، في مجال التربية الإعلامية، بين التخصصات التربوية، والإعلامية.			
٢	تنظيم الأقسام العلمية دورات تطويرية في بناء مهارات التفكير الناقد لدى الطلبة.			
٣	تحقيق الشراكات بين الجامعة والمؤسسات الإعلامية لنشر مفهوم التربية الإعلامية.			
٤	تنظيم الأقسام العلمية ندوات لتعزيز ثقافة التربية الإعلامية لدى الطلبة.			
٥	تنظيم الأقسام العلمية ورش عمل للطلبة لتدريبهم على القراءة الواعية للرسائل الإعلامية.			
٦	الاستعانة بالخبرات الإعلامية، لتدريب وتأهيل أعضاء هيئة التدريس.			

الإضافات المقترحة لآلية التصور المقترح:

ت	المحور الرابع متطلبات تفعيل التربية الإعلامية من خلال:	أهمية الإجراء		
		مهم	متوسط	ضعيف
١	تحديد الاحتياجات التدريبية اللازمة لأعضاء هيئة التدريس.			
٢	قيام كليات وأقسام التربية والإعلام بتصميم برامج نوعية لتدريب أعضاء هيئة التدريس على تفعيل التربية الإعلامية.			
٣	استحداث مادة متطلبة عن مهارات التربية الإعلامية لطلبة الدراسات العليا للأقسام والكليات التربوية والإعلامية.			
٤	التعاون بين كليات وأقسام التربية والإعلام لتنسيق المناهج والبرامج والدورات المطلوبة.			
٥	إقرار جائزة سنوية لتحفيز أعضاء هيئة التدريس وطلبة الدراسات العليا لتقديم الأبحاث في مجال التربية الإعلامية.			

تفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية من خلال المداخل المنهجية التالية:				
المداخل المنهجية للتربية الإعلامية:		أهمية الإجراء		
		مهم	متوسط	ضعيف
١	تفعيل التربية الإعلامية من خلال: مدخل المنهج التكاملي للمقررات المشتركة (دمج موضوعات التربية الإعلامية)			
٢	تفعيل التربية الإعلامية من خلال: مدخل المنهج المستقل (توصيف مقرر مستقل للتربية الإعلامية)			
٣	مدخل الأنشطة اللامنهجية من خلال: تصميم خطة برامجية (ثقافية، اجتماعية...) تُفعّل من خلالها التربية الإعلامية.			
٤	الجمع بين مدخلين من المداخل المنهجية.			

الإضافات المقترحة لمتطلبات تنفيذ التصور المقترح:

ت	المحور الخامس (أ) معوقات تنفيذ التصور المقترح:
١	عدم استشعار أهمية التربية الإعلامية من قبل الأقسام العلمية.
٢	عدم تحرير مصطلح التربية الإعلامية، وضفاء الغموض في مفهومه ودلالاته.
٣	الفجوة بين الأقسام الإعلامية والتربوية، وضعف تنسيق الجهود بينهما.
٤	عدم تأهيل أعضاء هيئة التدريس، وضعف إعدادهم مهنيا وإعلاميا.
٥	ضعف مساهمة الأساتذة بتفعيل التربية الإعلامية من خلال الأنشطة اللامنهجية.
٦	عدم تفعيل الأندية الطلابية من خلال دعم برامجها بموضوعات التربية الإعلامية.
٧	ضعف تشجيع الطلبة على ممارسة أدوارهم الاجتماعية من خلال توعية أسرهم ومجتمعهم للتصدي لزعزعة واستقرار السلم الاجتماعي.
٨	ضعف التواصل، والشراكة، ما بين الجامعات، ووزارة الإعلام، ومؤسسات المجتمع المدني، لعملية البناء والتطوير، من أجل تعميق مفهوم التربية الإعلامية للجمهور.
٩	صعوبة تفعيل التربية الإعلامية في التخصصات النظرية.
١٠	صعوبة تفعيل التربية الإعلامية في التخصصات العلمية.

تحكيم معوقات تنفيذ التصور			
الأهمية	مهم	متوسط	ضعيف
الإضافات المقترحة			

(ب) الحلول المقترحة لمواجهة معوقات تنفيذ التصور المقترح:	
١	اهتمام الأقسام العلمية والأساتذة، بنشر مفهوم التربية الإعلامية بين الأوساط الأكاديمية والطلابية.
٢	تنمية الوعي لدى المسؤولين الجامعيين، بالمطلب الضروري للتربية الإعلامية، وأهمية تفعيلها من خلال هذا التصور المقترح.
٣	معالجة الفجوة بين الأقسام الإعلامية والتربوية، طبقا لما ورد في التصور المقترح من خلال دعم البحوث البينية، في مجال التربية الإعلامية، بين التخصصات التربوية، والإعلامية.
٤	تعميق التواصل، ما بين الجامعات، ووزارة الإعلام، ومؤسسات المجتمع المدني، لعملية البناء والتطوير، من أجل تحقيق الشراكة بين الجامعات والمؤسسات الإعلامية لتعزيز مفهوم التربية الإعلامية.

تحكيم الحلول المقترحة لمواجهة معوقات تنفيذ التصور			
الأهمية	**مهم**	**متوسط**	**ضعيف**
الإضافات المقترحة			

ملحق (٧)

الخبراء المشاركون في أسلوب دلفاي

الخبراء المحكمون لأسلوب دلفاي

ت	الاسم	الرتبة العلمية	التخصص	جهة العمل
١	أ.د محمد شحات الخطيب	أستاذ	تربية	جامعة الملك عبد العزيز
٢	أ.د بدر جويعد العتيبي	أستاذ	تربية	جامعة الملك سعود
٣	أ.د عباس بله محمد	أستاذ	تربية	جامعة أم القرى
٤	أ.د دعاء فتحي سالم	أستاذ	إعلام	جامعة الملك عبد العزيز
٥	أ.د عزت عبد الحميد حسن	أستاذ	تربية	جامعة تبوك
٦	أ.د صفية عبد الله بخيت	أستاذ	تربية	جامعة أم القرى
٧	د. أحمد سامي العايدي	أستاذ مشارك	إعلام	جامعة الإمام عبد الرحمن بن فيصل
٨	د. فوزية عبد المحسن العبد الكريم	أستاذ مشارك	تربية	جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
٩	د. مها عفات الدغمي	أستاذ مشارك	تربية	جامعة الجوف
١٠	د. إباء أحمد التجاني	أستاذ مشارك	إعلام	جامعة الملك عبد العزيز
١١	د. علياء عمر كامل	أستاذ مشارك	تربية	جامعة الأمير سطام بن عبد العزيز
١٢	د. محمد بسيوني جبريل	أستاذ مشارك	إعلام	جامعة جازان
١٣	د. إسراء حسن محمد	أستاذ مشارك	تربية	جامعة نجران
١٤	د. محمد السيد عسل	أستاذ مشارك	إعلام	جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
١٥	د. محمد جمال عبدالمقصود	أستاذ مشارك	إعلام	جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
١٦	د. منال حسن إبراهيم	أستاذ مشارك	تربية	جامعة جدة

١٧	د. هند عبد الله آل ثنيان	أستاذ مساعد	تربية	جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن
١٨	د. شريفة سعد آل حيدان	أستاذ مساعد	تربية	جامعة بيشة
١٩	د. فاطمة محمد القحطاني	أستاذ مساعد	تربية	جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن
٢٠	د. مها علي الشعيبي	أستاذ مساعد	إعلام	جامعة الملك عبد العزيز
٢١	د. بوسي أحمد جودة	أستاذ مساعد	تربية	جامعة الباحة
٢٢	د. إيمان أحمد أبوروة	أستاذ مساعد	تربية	جامعة الباحة
٢٣	د. هناء حفناوي حسن	أستاذ مساعد	إعلام	جامعة الملك عبد العزيز
٢٤	د. محمد محمود الدويك	أستاذ مساعد	تربية	جامعة الباحة
٢٥	د. صفاء محمد خليل	أستاذ مساعد	إعلام	جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

ملحق (٨)

خطابات تسهيل مهمة باحث

- جامعة أم القرى

- جامعة حائل

- الجامعة السعودية الإلكترونية

تسهيل مهمة (جامعة أم القرى)

المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم
جامعة أم القرى
٠٣١
وكالة الجامعة
للدراسات العليا والبحث العلمي
مكتب الوكيل

Kingdom of Saudi Arabia
Ministry of Education
Umm Al-Qura University
031

إلـــــى: عميد كلية التربية
عميد كلية العلوم الاجتماعية

الموضوع: بشأن تسهيل مهمة الباحث / محمد التويجري، من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته، وبعد:

إشارة إلى خطاب سعادة وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية للدراسات العليا والبحث العلمي المقيّد بالرقم: (٤٤٠١٠٥٩٤٣٨) وتاريخ: (١٤٤٤/٦/١٩هـ)، بشأن تسهيل مهمة الباحث/ محمد بن عبدالرحمن التويجري، الذي يقوم بإعداد بحث بعنوان (تصور مقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية).

عليه نأمل الاطلاع والإيعاز لمن يلزم بتسهيل مهمة الباحث وذلك بتعميم أداة الدراسة (الاستبانة الإلكترونية) على الفئة المستهدفة وهم: أعضاء هيئة التدريس في كلية التربية وقسم الإعلام، وتزويدها بالإحصائيات والمعلومات المرتبطة ببحثها، وفق ما هو متاح نظامًا.

الرابط الإلكتروني والباركود	https://cutt.us/K0KXn	

وتقبلوا أطيب التحية

وكيل الجامعة
للدراسات العليا والبحث العلمي

أ.د. فهد بن أحمد يحيى الزهراني

الرقم: ٤٤٠١٠٥٩٤٣٨ التاريخ: ٢٢ / ٦ / ١٤٤٤هـ المرفقات: بدون

مكة المكرمة، ص.ب ٧١٥، هاتف: ٠٢٥٢٨٠٣٤٧+٩٦٦١٢٥٢٨٠٣٤٧
البريد الإلكتروني: cscenter@uqu.edu.sa
Makkah, P.O.Box 715, Tel +966125280347
أسامة دغريري

ملحق (٩)

خطابات إجراءات بحث

- جامعة أم القرى

- جامعة حائل

- الجامعة السعودية الإلكترونية

خطاب جامعة أم القرى

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

داخلي: 81772
تاريخ الإنشاء: 1443/11/21
تاريخ الإرسال: 1443/11/21
المرفقات: استبانة الباحث
رمز الجهة: 033

بسم الله الرحمن الرحيم

المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
وكالة الجامعة للدراسات العليا والبحث العلمي

abia
on
ic University
search

سعادة وكيل جامعة أم القرى للدراسات العليا والبحث العلمي حفظه الله

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته، وبعد:

أسأل الله لكم العون والتوفيق والسداد، وأفيدكم بأن الدارس/ محمد بن عبدالرحمن التويجري، صاحب الهوية الوطنية ذات الرقم (١٠٧٣٠٠٦٩٥٧) أحد طلاب برنامج الدكتوراه في قسم التربية الإسلامية، بكلية التربية، ويعمل على إعداد بحث رسالة الدكتوراه بعنوان " تصور مقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية".

وحيث أن الفئة المستهدفة من هذا البحث هم أعضاء هيئة التدريس، نأمل من سعادتكم إبداء الرأي حيال إمكانية إجراء البحث لديكم؛ حتى يتسنى لنا إكمال اللازم.

وتقبلوا سعادتكم خالص التحيات والتقدير، والله يحفظكم ويرعاكم.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

وكيل الجامعة

للدراسات العليا والبحث العلمي

أ.د. عبد الله بن عبد العزيز التميم

عبدالعزيز دخيل قريضه الجهني

ص.ب: ٥٧٠١ الرياض ١١٤٣٢ - الهاتف: ٢٥٨١٠٠٤ - البريد الإلكتروني: gssr@imamu.edu.sa

خطاب جامعة حائل

Kingdom of Saudi Arabia
Ministry of Education
Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
Vice-President for
Graduate Studies & Research

المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
وكالة الجامعة للدراسات العليا والبحث العلمي

بسم الله الرحمن الرحيم

سعادة وكيل جامعة حائل للدراسات العليا والبحث العلمي **حفظه الله**

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته، وبعد:

أسأل الله لكم العون والتوفيق والسداد، وأفيدكم بأن الدارس/ محمد بن عبدالرحمن التويجري، صاحب الهوية الوطنية ذات الرقم (١٠٧٣٠٠٦٩٥٧) أحد طلاب برنامج الدكتوراه في قسم التربية الإسلامية، بكلية التربية، ويعمل على إعداد بحث رسالة الدكتوراه بعنوان " تصور مقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية".

وحيث أن الفئة المستهدفة من هذا البحث هم أعضاء هيئة التدريس، نأمل من سعادتكم إبداء الرأي حيال إمكانية إجراء البحث لديكم؛ حتى يتسنى لنا إكمال اللازم.

وتقبلوا سعادتكم خالص التحيات والتقدير، والله يحفظكم ويرعاكم.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

وكيل الجامعة
للدراسات العليا والبحث العلمي
أ.د. عبد الله بن عبد العزيز التميم

ص. ب: ٥٧٠١ الرياض ١١٤٣٢ - الهاتف: ٢٥٨١٠٠٤ - البريد الإلكتروني: gssr@imamu.edu.sa

خطاب الجامعة السعودية الإلكترونية

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

داخلي: 81775
تاريخ الإنشاء: 1443/11/21
تاريخ الإرسال: 1443/11/21
المرفقات: استبانة الباحث
رمز الجهة: 033

المملكة العربية السعودية
وزارة التعليم
جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
وكالة الجامعة للدراسات العليا والبحث العلمي

بسم الله الرحمن الرحيم

سعادة وكيل الجامعة السعودية الإلكترونية للدراسات العليا والبحث العلمي حفظه الله

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته، وبعد:

أسأل الله لكم العون والتوفيق والسداد، وأفيدكم بأن الدارس/ محمد بن عبدالرحمن التويجري، صاحب الهوية الوطنية ذات الرقم (١٠٧٣٠٠٦٩٥٧) أحد طلاب برنامج الدكتوراه في قسم التربية الإسلامية، بكلية التربية، ويعمل على إعداد بحث رسالة الدكتوراه بعنوان " تصور مقترح لتفعيل التربية الإعلامية بالجامعات السعودية في ضوء التربية الإسلامية".

وحيث أن الفئة المستهدفة من هذا البحث هم أعضاء هيئة التدريس، نأمل من سعادتكم إبداء الرأي حيال إمكانية إجراء البحث لديكم؛ حتى يتسنى لنا إكمال اللازم.

وتقبلوا سعادتكم خالص التحيات والتقدير، والله يحفظكم ويرعاكم.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

وكيل الجامعة

للدراسات العليا والبحث العلمي

أ.د. عبد الله بن عبد العزيز التميم

ص.ب: ٥٧٠١ الرياض ١١٤٣٢ - الهاتف: ٢٥٨١٠٠٤ - البريد الإلكتروني: gssr@imamu.edu.sa