

تقييم كفاءة ممارسة مهارات التربية الإعلامية لدى الطلاب بأقسام الإعلام التربوي

د. حنان محمد إسماعيل حسنين*

ملخص بحث بعنوان:

تقييم كفاءة ممارسة مهارات التربية الإعلامية لدى الطلاب بأقسام الإعلام التربوي يهدف هذا البحث إلى التعرف على استخدام طلاب أقسام الإعلام التربوي لوسائل الاتصال التقليدية والرقمية والتعرف على مستوى الاستهلاك الناقد للوسائل بينهم، ومستوى المهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية، ومدى وجود علاقة بين الاستهلاك الناقد ومستوى المهارات الشخصية في التربية الإعلامية.

استخدمت الباحثة منهج المسح وجمعت بين الدراسة الكمية والكيفية، وطبقت على عينة حصرية بلغ قوامها 360 مبحوث من طلاب الفرقتين الثالثة والرابعة بأقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية جامعة القاهرة وجامعة المنوفية وجامعة المنيا، بالإضافة إلى عينة مجموعة نقاش مركزة شملت 8 مبحوثين من المعيدين والمدرسين المساعدين الأعضاء المقيمين في التدريب الميداني بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة القاهرة، وعينة المقابلات المتعمقة وشملت 7 من الموجهين والموجهين الأوائل والموجهين العموم بالإدارات التعليمية بمحافظة الجيزة.

خلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها: تبين وجود ارتباط دال إحصائياً بين استخدام الصحف الورقية والتلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستهلاك الناقد لهذه الوسائل، في حين لم يثبت وجود علاقة دالة إحصائياً بين استخدام الراديو واستخدام مواقع الصحف الإلكترونية والاستهلاك الناقد، وبذلك تثبت صحة الفرض الأول جزئياً، كما تبين وجود ارتباط دال إحصائياً بين الاستهلاك الناقد والمهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية، وبذلك تثبت صحة الفرض الخامس.

Research summary entitled:

Evaluating the efficiency of practicing media literacy skills among students in educational media departments

This research aims to identify the educational media departments' students' use of traditional and digital mass media; their level of critical consumption; personal skills levels of media literacy, the relationship between critical consumption and the level of personal skills in media literacy.

The researcher used survey method and combined the quantitative and qualitative study, and applied it to a quota sample of 360 students from the third and fourth classes in the educational media departments of the Faculties of Specific Education, Cairo University, Menoufia University and Minia University. In addition to a focus group discussion sample that included 8 respondents from teaching assistants and demonstrators who are responsible for field training at the Department of Educational Media, Faculty of Specific

* أستاذ مساعد بقسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية – جامعة القاهرة

Education, Cairo University, and a sample of in-depth interviews that included 7 mentors, first mentors and general mentors in educational departments in Giza Governorate.

The study concluded with several results, such as: there is a statistically significant correlation between the use of newspaper, television, and social media sites and the level of critical consumption of these media, while there is no statistically significant relationship between the use of radio, electronic newspaper websites and critical consumption, thus proving the first hypothesis partially. Also, it was found that there is a statistically significant correlation between critical consumption and personal skills in media literacy, thus proving the validity of the fifth hypothesis.

مقدمة:

يشهد العالم حالياً تطوراً غير مسبوق فى تكنولوجيا الاتصال، مما كان له أبلغ الأثر فى تنامى استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وخاصة الإعلام الرقوى، وتؤكد الأبحاث والدراسات الإعلامية ارتفاع نسبة استخدامه بين الأطفال والشباب على وجه الخصوص.

وتتطلب هذه التطورات اكتساب مهارات استخدام المعلومات بكفاءة وتحليل المعلومات، والتعامل بمنظور نقدى، واستخدام التكنولوجيا والأدوات التى تمكن من ارسال المعلومات، فالفرد المثقف إعلامياً هو مستخدم كفاء للوسائل ولديه رؤية نقدية فى التفاعل مع الوسائل⁽¹⁾.

وتبرز الحاجة الملحة – حالياً – أكثر من أى وقت مضى لأن تواكب نظم التعليم وأساليب وطرق التدريس والتعلم – والمعمول بها منذ فترة طويلة – هذه المستحدثات التكنولوجية واستخدام الأطفال والشباب لها، ويحتاج المعلمون والطلاب أن يفهموا تأثير الوسائل فى مجتمعاتهم وتطوير مهارات التحليل والتفكير الناقد لوسائل هذه الوسائل.

ويسعى التعليم فى عصرنا الحالى إلى تزويد الطالب بمهارات متعددة تساعده فى بناء شخصيته ليتفاعل مع متطلبات القرن الحادى والعشرين، وتتكامل أدوار وسائل الإعلام والمؤسسات التعليمية كمؤسسات للتنشئة الاجتماعية، ويتطلب هذا التكامل تفعيل مفهوم وأبعاد التربية الإعلامية.

ويشكل المعلمون نموذجاً وقدوة لطلابهم فى التفاعل الواعى مع وسائل الاتصال، ويقع على عاتقهم مساعدة الطلاب فى اكتساب مهارات التربية الإعلامية، لذلك يجب أن يكون المعلمون واعين ومدركين لهذه المهارات، وذلك لدمج هذه المهارات فى العملية التعليمية، وهى مهارات مطلوب إتقانها بالنسبة للمعلمين فى التخصصات المختلفة.

مشكلة الدراسة:

يقع على عاتق المعلم مسؤولية كبيرة فى مساعدة الطلاب، وتنمية مهاراتهم نحو التعامل الواعى مع وسائل الاتصال سواء التقليدية أو الرقمية، ويشير الاهتمام المتزايد للباحثين والمعلمين وصانعى السياسات إلى أهمية ودمج التربية الإعلامية فى التعليم، بما ينعكس أثره على شخصية الطالب.

وتبدو أهمية ممارسة الطالب للأنشطة – داخل المدرسة – حجر الزاوية فى بلورة وصقل مواهبه، ويبرز نشاط الإعلام التربوى ضمن هذه الأنشطة فى ضوء المهام التي يجب أن يقوم بها أخصائى الإعلام التربوى من متابعة لأنشطة الصحافة والإذاعة المدرسية والمسابقات والزيارات الميدانية والمسرحيات، وطبيعة التفاعل بينه وبين الطلاب لإنتاج هذه الأنشطة. وتقوم أقسام الإعلام التربوى بكليات التربية النوعية بإعداد أخصائى الإعلام التربوى الذى يعمل مستقبلاً فى المدارس، ويدرس الطالب المواد التي تؤهله لهذا العمل، وتجمع هذه المواد بين المواد الإعلامية والمواد التربوية وفق اللوائح الدراسية، والتي تختلف – إلى حد ما – وفقاً لأقسام الإعلام التربوى بالجامعات المختلفة.

ويجب أن يكون أخصائى الإعلام التربوى واعياً ومدركاً لمهارات التربية الإعلامية، ليتمكن من أداء المهام المطلوبة منه بكفاءة، وبما يحقق الاستفادة القصوى لطلابه، خاصة وأن الأخصائى يتعامل مع كافة المراحل التعليمية سواء المرحلة الابتدائية أو الإعدادية أو الثانوية.

لذلك يجب تركيز الاهتمام على الطالب المعلم – وهو طالب قسم الإعلام التربوى – لأنه يشكل نواة أخصائى الإعلام التربوى فى المستقبل، وتبرز الحاجة لضرورة التعرف على استخدامه لوسائل الاتصال سواء التقليدية أو الرقمية، والتعرف على مدى المهارات الشخصية فى مجال التربية الإعلامية، وطرح إمكانية تطويرها بما يدعم مساهمته فى تنمية مهارات التربية الإعلامية بين طلابه فى المراحل التعليمية المختلفة.

وفى ضوء ما سبق تتبلور مشكلة الدراسة فى:

التعرف على استخدام طلاب أقسام الإعلام التربوى لوسائل الاتصال التقليدية والرقمية، والتعرف على مستوى الاستهلاك الناقد للوسائل بينهم، ومدى معرفة الطالب بمجال تخصصه، والتعرف على مستوى المهارات الشخصية فى مجال التربية الإعلامية، والتعرف على مدى وجود علاقة بين الاستهلاك الناقد ومعرفة الطالب بمجال تخصصه، والتعرف على مدى وجود علاقة بين الاستهلاك الناقد ومستوى المهارات الشخصية فى التربية الإعلامية، والتعرف على مدى وجود علاقة بين معرفة الطالب بمجال تخصصه ومستوى المهارات الشخصية فى مجال التربية الإعلامية.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من عدة أبعاد يمكن بيانها على النحو التالى:

1- أهمية التعرف على مستوى المهارات الشخصية فى مجال التربية الإعلامية، وطبيعة الاستهلاك الناقد للوسائل (سواء التقليدية أو الرقمية) لدى طلاب أقسام الإعلام التربوى، نظراً لكونهم أخصائى الإعلام التربوى فى المدارس مستقبلاً، حيث يؤثر مستوى معرفتهم بمهارات التربية الإعلامية تأثيراً مباشراً على طلابهم بالمراحل التعليمية المختلفة.

2- يتطلب استخدام وسائل الإعلام الجديدة نوعاً جديداً من التربية، ويطلق عليها تربية إعلامية جديدة *New Media Literacy*، وبمنظور تقليدى حيث تتم

رؤية التربية الإعلامية على أنها تعليم الطلاب عن وسائل الإعلام وكيفية الوصول وفهم مضمونها (مثلاً استهلاك الوسائل)، ومنذ بداية القرن الحادي والعشرين، وسعت تكنولوجيات الوسائل الجديدة هذا المفهوم من التربية ليشمل ابتكار مضامين الوسائل ومشاركتهم مع الآخرين⁽²⁾.

3- ندرة الدراسات التي تركز صراحة على دور المعلم في إطار الأدبيات التي تركز على تعليم التربية الإعلامية في المدارس، حيث تركز كثير من الأبحاث على خبرات الطلاب، وتوجيه اهتمام تطبيقى أقل في بحث دور المعلمين، حيث يؤدي المعلمون دوراً أساسياً في ابتكار بيئات تعلم ناقلة لتدعيم التربية الإعلامية والرقمية للشباب، في ضوء أن معرفة المعلمين واستخدامهم للوسائل يمكن أن يؤثر على فهمهم وتدريبهم للتربية الإعلامية خاصة في بيئة مدرسية رسمية⁽³⁾.

4- تطبق الدراسة عدة مقاييس مثل مقياس الاستهلاك الناقد، ومقياس معرفة الطالب بمجال تخصصه، ومقياس المهارة الشخصية في مجال التربية الإعلامية، وذلك على طلبة أقسام الإعلام التربوي، وهي مقاييس تطبق لأول مرة في حدود علم الباحثة.

5- يطرح الاستخدام المتزايد واسع النطاق لوسائل الإعلام الجديدة - كما أثبتت العديد من الدراسات والأبحاث الإعلامية - ضرورة التواصل مع أجيال الأطفال والشباب من طلاب المدارس بما يحقق الاستخدام والتفاعل الواعي مع هذه الوسائل.

6- أهمية دور الأنشطة في المدارس بصفة عامة في صقل شخصية الطالب، ودور نشاط الإعلام التربوي بشكل خاص، خاصة في ظل تعاظم التعامل مع الوسائل الجديدة.

7- تنامي اهتمام الباحثين والمعلمين وصانعي السياسات التعليمية بضرورة دمج التربية الإعلامية في التعليم، اتساقاً مع الاتجاه العالمي.

8- قلة الدراسات التي أجريت على طلاب أقسام الإعلام التربوي ومهارات التربية الإعلامية لديهم، مما يشير لأهمية إجراء هذه الدراسة.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق عدة أهداف تتمثل في:

1- يركز الهدف الأساسي للدراسة على التعرف على مستوى المهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية للطلاب المعلمين بأقسام الإعلام التربوي، والتعرف على مدى وجود علاقة بين هذه المهارات والاستهلاك الناقد، ومدى وجود علاقة بين هذه المهارات ومعرفة الطالب بمجال تخصصه.

2- التعرف على استخدام الطلاب لوسائل الاتصال، ومتوسط استخدامهم لهذه الوسائل في الأسبوع وفي اليوم، ووسائل الاتصال التي يتابعها المبحوثون.

3- التعرف على مستوى الاستهلاك الناقد لوسائل الاتصال لدى الطلاب المعلمين، والتعرف على مستوى معرفتهم بمجال تخصصهم.

4- التعرف على مدى وجود علاقة بين استخدام الطلاب المعلمين لوسائل الاتصال ومستوى الاستهلاك الناقد، ومستوى معرفة الطالب بمجال تخصصه، ومستوى المهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية.

5- التعرف على مدى ممارسة الطالب المعلم (طالب الإعلام التربوي) لمهارات التربية الإعلامية في التدريب الميداني بالمدارس، والصعوبات التي تواجه ممارسة هذه المهارات وكيفية التغلب عليها من وجهة نظر الأعضاء المقيمين (المعيدين والمدرسين المساعدين)، ورؤيتهم المستقبلية لتفعيل ممارسة هذه المهارات.

6- التعرف على الصعوبات التي تواجه إدخال وتطبيق مفاهيم ومهارات ممارسة التربية الإعلامية في المدارس في الوقت الحالي، وكيفية التغلب على هذه الصعوبات من وجهة نظر الموجهين، ورؤيتهم المستقبلية لتفعيل نشاط الإعلام التربوي في المدارس لتحقيق أهداف التربية الإعلامية.

ويمكن عرض عناصر هذه الدراسة على النحو التالي:

أولاً: الدراسات السابقة.

ثانياً: أبعاد الدراسة.

ثالثاً: الإطار المنهجي للدراسة.

رابعاً: نتائج الدراسة.

خامساً: خلاصة ومقترحات.

أولاً: الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات التي تناولت مفهوم التربية الإعلامية وأبعاده المختلفة، وفيما يلي تعرض الباحثة للدراسات التي تركز على دور وتأثير التربية الإعلامية وتطبيقاتها في المدارس والجامعات، وعلى الطلاب والمعلمين في كافة المراحل التعليمية.

1- دراسة سارة بريرا وبدر موريرا Sara Pereira and Pedro Moura

(2019)⁽⁴⁾ بهدف بناء مقياس قادر على تحديد وتقييم كفاءات التربية الإعلامية

ومناقشة النتائج لدى عينة من المراهقين البرتغاليين، وطبقت الدراسة على عينة

حصصية بلغ قوامها 679 من طلاب الصف 12 في المدارس الثانوية البرتغالية

– وهي السنة النهائية – وتتراوح أعمارهم من (17-18) عام وذلك في العام

الأكاديمي 2012/2011، وذلك من خلال استمارة استبيان عبر الإنترنت،

وخلصت الدراسة لعدة نتائج منها: ذكر أكثر من 90% من المبحوثين أنهم

يستخدمون الكمبيوتر والإنترنت إما "دائماً" أو "مرات عديدة"، ويستخدم

(77%) التليفزيون، وأشار المبحوثون أنهم يستخدمون هذه الوسائل للتسلية، كما

أشارت النتائج لأن كفاءات التربية الإعلامية الأكثر تكراراً جاءت كالتالي:

المعرفة بحقوق الملكية الفكرية والحاجة لتحديد المصادر المستخدمة، وتقييم

أصول وسياقات مضامين الوسائل والمؤسسات، وتحديد ومقارنة وتمييز خصائص المؤسسات الإعلامية، وخصائص أنواع ومضامين الوسائل.

2- دراسة دعاء محمد (٢٠١٩) (5) بهدف بحث تأثير الوسائط المتعددة على تحسين مهارات التربية الإعلامية لدى الأطفال فى التعامل مع الإعلام الرقمية، تنتمى الدراسة إلى الدراسات شبه التجريبية، وتعتمد على المنهج التجريبي، وذلك من خلال تصميم برنامج تعليمي يحتوى على مواد وسائط متعددة تعليمية، تركز كل منها على تعليم مهارة محددة من مهارات التربية الإعلامية الخاصة بالتعامل مع الإعلام الرقمية بالتطبيق على ثلاث مجموعات، مجموعتان تجريبيتان وأخرى ضابطة من تلاميذ الصف الأول والثانى بالمرحلة الإعدادية بمحافظة الجيزة، بالاعتماد على عينة عمدية بلغ عددها 60 مفردة، بواقع 20 مفردة لكل مجموعة، واعتمدت الدراسة على النظرية المعرفية للتعلم بالوسائط المتعددة، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها: ثبتت صحة الفرض الثانى كلياً حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.005 بين متوسط درجات التطبيق القبلى ومتوسط درجات التطبيق البعدى للمجموعات التجريبية، فى الاختبار المهارى لمهارات التربية الإعلامية الأساسية والتواصل الاجتماعى وأخبار الإنترنت وألعاب الفيديو بالإنترنت، وذلك لصالح التطبيق البعدى، لم تثبت صحة الفرض الثالث حيث لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.005 بين متوسط درجات التطبيق البعدى المباشر تبعاً لمتغير النوع للمجموعات التجريبية (المحاضرة والوسائط) فى الاختبار المهارى لمهارات التربية الإعلامية، وذلك فى جميع المهارات.

3- دراسة كاهيت أردم وباهدير ايرستى Cahit Erdem and Bahadir Eristi (٢٠١٨) (6) للتعرف على مستويات مهارات التربية الإعلامية لدى طلاب كلية التربية (المعلمين المستقبليين) وأرائهم تجاهها، ومدى اختلاف مستويات هذه المهارات وفقاً لمتغيرات النوع والبرنامج والنجاح الدراسى، اعتمدت الدراسة على منهج مختلط بجمع بيانات كمية أولاً، ثم البيانات الكيفية عبر المقابلات، طبقت الدراسة على عينة عنقودية متعددة المراحل بلغ قوامها 2285 طالب فى كلية التربية بإحدى الجامعات فى العام الجامعى (2017/2016)، وذلك من سبعة برامج تدرس فى الكلية، وتم عقد مقابلات شبه مقننة مع خمسة متطوعين من الطلاب، وتم استخدام مقياس Media Literacy Skills Scale (MLSS)، وخلصت الدراسة لنتائج عدة منها: يظهر التحليل أن متوسط مشاركة الطلاب (3.60) مستوى متوسط، مما يشير لوجود مشكلات فى تحليل مضامين الوسائل، لم تختلف مهارات التربية الإعلامية لدى الطلاب وفقاً للنوع، فى حين تظهر النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات مهارات التربية الإعلامية وفقاً لمتغيرات البرامج الدراسية والنجاح الدراسى، وتؤكد الدراسة الحاجة لتعليم التربية الإعلامية فى تعليم المعلمين قبل الخدمة.

4- دراسة سيفلاى آدمير وأذدون دميركان Sevilay Aydemir, Özden Demirkan (٢٠١٨) (7) بهدف تحديد الحاجات التدريبية للمعلمين المستقبليين

لتدريب التربية الإعلامية للوعي بالنوع الاجتماعي، ينتمى البحث إلى البحوث الكيفية، واستخدم دراسة الحالة كأحد مناهج الأبحاث الوصفية، وطبقت على عينة بلغ قوامها 32 معلم مستقبلي من طلاب كلية التربية بجامعة Gazi في تركيا، وذلك في الفصل الدراسي خريف العام الأكاديمي (2017/2018)، تم جمع بيانات الدراسة عبر المقابلة شبه المقننة، وتوصلت لعدة نتائج منها: أشار عدد 11 من المبحوثين أنهم لا يعرفون مفهوم التربية الإعلامية، والبعض (10 مبحوثين) يربطون التربية الإعلامية بالشخصيات المهمة بوسائل الإعلام، وأشار ستة مبحوثين منهم أنهم يصفون التربية الإعلامية كقسم أو كفرع، ذكر كل المبحوثين أن موضوعات التربية الإعلامية وتساوى النوعين مهمة في تدريب المعلمين، وأشار (22) منهم أن المعلمين يجب أن يكونوا على وعى بهذه الموضوعات من أجل طلابهم، واقترح المبحوثون حاجتهم للتدريب على تحليل رسائل وسائل الإعلام من منظور نقدي.

5- دراسة مهمت كارا وآخرون. Mehmet Kara et al. (2018) (8) بهدف التعرف

على صدق وثبات النسخة التركيبية من مقياس (NML) New Media Literacy الذي طورته لي وآخرون. Lee et al. (2015) على المعلمين الأتراك قبل الخدمة، بالإضافة إلى التعرف على مستويات NML لديهم وفقاً للنوع الاجتماعي وبرنامج التدريب (التخصص)، وطبقت الدراسة على عينة بلغ قوامها 972 معلم قبل الخدمة من 11 برنامج تدريبي في خمس جامعات مختلفة أثناء خريف العام الأكاديمي (2015-2016)، وخلصت الدراسة لعدة نتائج منها: أظهر الذكور متوسطات ذات دلالة أحصائية أعلى من الإناث في كل درجات NML، واختلفت متوسطات الدرجات تبعاً لنوع البرنامج، فحصل برنامج التربية الرياضية على متوسط درجات أعلى لكل المقاييس، وأشارت التحاليل أن صدق وثبات مقياس NML التي أجريت في السياق التركي أظهرت نتائج مشابهة لبناء صدق وثبات الاتساق على التوالي، ويظهر التحليل العالمي وجود علاقة بين مهارات NML لدى الأفراد وخبراتهم مع الوسائل الجديدة وخبرة الإنترنت لديهم.

6- دراسة صالح عابر صالح (2018) (9) بهدف وضع آلية لتضمين مفهوم التربية

الإعلامية في المناهج الدراسية بمدارس دولة الكويت للارتقاء من مهارة تفكير الطلبة، وذلك من خلال المناقشات الجماعية مع طلبة "منهج بلادى الكويت" بالصف الرابع الابتدائي، استخدم الباحث المنهج المسحي ومنهج البحوث الكيفية، كما استخدم تحليل المحتوى والمقابلات المتعمقة والمناقشات الجماعية، وطبقت الدراسة على عينة بلغ قوامها (308) طالب، بالإضافة لمعلمي "منهج بلادى الكويت" وعددهم (12) معلماً، والقائمين على العملية التربوية وبلغ عددهم (10)، وخلصت الدراسة لعدة نتائج منها: غاب مفهوم التربية الإعلامية عن جميع الطلبة المبحوثين، ويركز "منهج بلادى الكويت" للصف الرابع الابتدائي على تعزيز الانتماء للوطن والمحافظة عليه، كما أظهرت نتائج الدراسة للقائمين على العملية التعليمية أهمية تضمين مفهوم التربية الإعلامية.

7- دراسة نوال حمد محمد وفاطمة عبد الرحمن (2018)⁽¹⁰⁾ بهدف التعرف على واقع إسهامات معلمات المرحلة المتوسطة فى التربية الإعلامية للطلبات والمتعلقة بتنمية أخلاقيات الدخول للرسائل الإعلامية، وتنمية المهارات النقدية، ومهارة كتابة الرسائل الإعلامية، ومعوقات تطبيق المعلمات للتربية الإعلامية على طالبات المرحلة المتوسطة، اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وطبقت على عينة عشوائية طبقية بلغ قوامها (519) معلمة من معلمات المرحلة المتوسطة بالمدارس الحكومية للبنات التابعة لإدارة التعليم فى الرياض بالمملكة العربية السعودية، وذلك باستخدام أداة الاستبيان، وخلصت الدراسة لعدة نتائج منها: المعلمات دائماً يرشدن الطالبات للإلتزام بالقيم الأخلاقية مثل (الصدق، والأمانة، وعدم التحيز...) عند نقل الرسالة الإعلامية، وما زال ذلك يتم بأسلوب التعليم التقليدى المباشر، والذى يحقق أهداف التربية الإعلامية فى مفاهيمها ومستوياتها التقليدية بعيداً عن المستوى الإبداعى الإنتاجى، وأظهرت أن تطبيق استراتيجيات التدريس الحديثة التى تنمى مهارات التفكير العلمى والنقدى والإبداعى - من قبل المعلمات - ما زال فى مستويات متأخرة، لاعتمادهن على الأساليب التقليدية كالتلقين والحفظ لسهولة ممارستها، كما جاءت قلة الميزانية المحددة لبرامج التربية الإعلامية - كمعوق مادية - من أهم معوقات تطبيق التربية الإعلامية بالمدارس المتوسطة.

8- دراسة سيسلا وينجر وآخرون, Cailla Weninger et al. (2017)⁽¹¹⁾ بهدف التعرف على دور المعلم فى تعليم التربية الإعلامية، وتلقى الضوء على مدى تأثير معتقدات المعلم، وعلاقة استخدام وسائل الإعلام والممارسة داخل الفصل بكل من متغيرات السياق مثل مستوى التدريس وخلفية المعلم التعليمية والأوضاع فى المدرسة، والمتغيرات الفردية مثل العمر والنوع، وطبقت الدراسة على عينة بلغ قوامها 202 معلم لغة إنجليزية فى مدارس سنغافورة الثانوية باستخدام أداة الاستبيان، وخلصت الدراسة لعدة نتائج منها: تشير استجابة المعلمين لأسئلة التربية الإعلامية وتعليمها إلى فهم جيد للمفاهيم الرئيسية، ويشير متوسط الدرجات للفهم الأشمل للتربية الإعلامية وتعليمها أن المعلمين كانوا أقل اتفاقاً مع المفاهيم الأشمل، وكانوا أقل اتفاقاً مع مفهوم الإنتاج كجزء من التربية الإعلامية، وبصفة عامة يبدو المعلمون أكثر ميلاً تجاه وجهة نظر ضيقة للتربية الإعلامية، وارتبط فهمهم ومعتقداتهم عن التربية الإعلامية بشكل أساسى بالعوامل المؤسسية، وبالنسبة للمتغيرات الفردية، كان المعلمون الأكبر (50-59 عاماً) أكثر احتمالاً لتقييم الأوجه الممتدة للتربية الإعلامية فيما يتضمن الأخلاقيات والجماليات عن المعلمين الأقل من 30 عاماً.

9- دراسة إبراهيم خلف ومحمد أحمد (2017)⁽¹²⁾ بهدف التعرف على فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامى فى جامعة اليرموك بالأردن، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية طبقية بلغ قوامها (209) طالب بالفرقتين الثالثة والرابعة من طلاب تخصص الدعوة والإعلام الإسلامى بجامعة اليرموك، واستخدم الباحثان الاستبيان،

وخلصت الدراسة لعدة نتائج منها: جاء مجال طرق تحقيق التربية الإعلامية فى المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابى بلغ (3.79)، بينما جاء مجال مبررات تفعيل التربية الإعلامية فى المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابى بلغ (3.61)، وبلغ المتوسط الحسابى للأداة ككل (3.69) بمستوى فاعلية مرتفع، أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لأثر الفرقة الدراسية – فيما يتعلق بفاعلية التربية الإعلامية – فى المجالات جميعاً، وفى الأداة ككل باستثناء مجال مبررات تفعيل التربية الإعلامية وجاءت الفروق لصالح الفرقة الثالثة.

10- دراسة أشرف رجب عطا على (٢٠١7)⁽¹³⁾ بهدف التعرف على درجة توفير الكفايات المهنية لدى أخصائى الإعلام التربوى فى إطار متطلبات التربية الإعلامية ومهارات القرن الحادى والعشرين، ووضع قائمة بالكفايات المهنية للأخصائى فى إطار هذه المتطلبات والمهارات وبناء مقياس لها، ينتمى البحث للدراسات الوصفية، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة بلغ قوامها 135 أخصائى وأخصائية إعلام تربوى بمرحلة التعليم قبل الجامعى (إبتدائى وإعدادى وثانوى) بمحافظة المنيا من جميع إدارات المنيا التعليمية التسعة من 2016/12 حتى 2017/3، وخلصت الدراسة لعدة نتائج منها: لا توجد فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث – عينة البحث- فى كفايات التربية الإعلامية، جاءت كفايات التربية الإعلامية كأقل الكفايات امتلاكاً تاماً لدى المبحوثين بنسبة (59.3%)، وكلمما زادت الكفايات المهنية لدى أخصائى الإعلام التربوى زاد معها امتلاكهم لكفايات التربية الإعلامية، وتقترح الدراسة عقد دورات تدريبية للأخصائى الإعلاميين لتنمية المهارات الخاصة بمتطلبات التربية الإعلامية.

11- دراسة ماثيا سيمنز وآخرون, Mathea Simons et al., (٢٠١7)⁽¹⁴⁾ بهدف تطوير إطار مرجعى يضع تفاصيل الكفاءات المطلوبة للمعلمين والطلاب من خلال تطوير استبيان يسهل استخدامه لقياس الكفاءات المدركة ذاتياً فى تعليم التربية الإعلامية، وتعد هذه الدراسة جزءاً من مشروع البحث الدولى Media Didactica، وتم تطوير المقياس عبر خمس مراحل، وطبقت على عينة بلغ قوامها 454 معلم و219 من الطلاب المعلمين عبر الاستبيان بالبريد الإلكتروني، وتمثل عينة الطلاب المعلمين كل مؤسسات التعليم العالى والجامعات التى تقدم برامج تعليم المعلم فى فنلندا، وخلصت الدراسة لعدة نتائج منها: أظهرت النتائج صدق وثبات المقياس، وأشارت إلى إمكانية تعميمه.

12- دراسة چودت جارسيا مارتن وآخرون Judit García – Martín et al., (٢٠١7)⁽¹⁵⁾ بهدف تحليل إدراكات ومعتقدات المعلمين قبل الخدمة Pre-service teachers المتخصصين فى التعليم الثانوى، والتدريب المهنى، واللغات فيما يتعلق بأبعاد الكفاءة فى التربية الرقمية digital literacy، وبصفة خاصة استخدام التكنولوجيا للـ Web 2.0

والمقاييس النفسية والتعليمية مثل الكفاءات والمداخل والأساليب والاستراتيجيات والمنهجيات النشطة، وتعد هذه الدراسة وصفية حيث تم جمع البيانات عبر 7 استبيانات فى الأعوام الأكاديمية من 2012 حتى 2016، وطبقت على عينة بلغ قوامها 483 معلم قبل الخدمة فى ثمانية تخصصات مختلفة فى جامعة León بأسبانيا، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج منها: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع وعدد من المقاييس مثل المعلومات عن Web 2.0 (متوسط الذكور 2.38 مقابل متوسط الإناث 2.19)، وبالنسبة للتخصص توجد فروق ذات دلالة إحصائية مثل الرضا الشخصى عن استخدام Wikis والاستخدام المتكرر للفييس بوك (مثلاً متوسط التربية الرياضية 1.63 مقابل متوسط الجغرافيا والتاريخ 2.84)، وبصفة عامة يمتلك المعلمون قبل الخدمة معرفة شاملة بالشبكات الاجتماعية ويستخدمونها بشكل نظامى خاصة الفيس بوك وتويتر عن باقى أدوات Web 2.0 التي تم تحليلها، مع استثناء اليوتيوب و Moodle ويثبت ذلك الفرضين الأول والثانى.

13- دراسة مصطفى كوك وإسرا بارت Mustafa Koc, Esra Barut

(2016)⁽¹⁶⁾ والى تستهدف تطوير وتصحيح مقياس شامل لقياس New Media Literacy Scale (NMLS) اعتماداً على الإطار النظرى الذى فسره لين وآخرون، Lin et al., (2013)، وطبقت الدراسة على عينة بلغ قوامها 1226 طالب من تسع كليات مختلفة من كل الفرق الدراسية من طلاب الجامعة بولاية كبيرة فى تركيا، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها: أنتجت الدراسة مقياس NML مكون من أربعة عناصر مميزة، ولكنها مرتبطة بقياس كل منها من خلال عبارات بمقياس ليكرت، وتقترح هذه النتيجة أن NML يمكن تفعيله فى الدراسات المستقبلية، وتدمج الدراسة أيضاً السمات التقنية والاجتماعية - الثقافية للوسائل الجديدة، حيث يتضمن المقياس عبارات مرتبطة، وتشير لإمكانية استخدام المعلمين NMLS لفهم كيفية تفاعل طلابهم مع الوسائل الجديدة فى التعلم.

14- دراسة حسن محمد على (2015)⁽¹⁷⁾ بهدف تحديد قائمة بمهارات التربية

الإعلامية اللازمة للطلاب، والتي تمكنهم من التعامل مع مختلف مصادرهم فى الحصول على الثقافة الإعلامية، وبناء مقياس للتعرف على درجة ممارسة الطلاب لهذه المهارات، وتطبيق المقياس على عينة الدراسة، والتوصل لتصور بأهم المقترحات لتفعيل ممارسة الطلاب لمهارات التربية الإعلامية التي تمكنهم من تعزيز التأثيرات الإيجابية ومواجهة التأثيرات السلبية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وطبقت على عينة عشوائية بلغ قوامها 400 مفردة من طلاب المرحلة الثانوية بمدارس التعليم العام السعودى فى منطقة المدينة المنورة فى المرحلة العمرية (14-17) وذلك فى العام الدراسى 2015/2014، وخلصت الدراسة لعدة نتائج منها: جاءت

ممارسة الطلاب لأخلاقيات العمل الإعلامي في مقدمة ممارستهم لمهارات التربية الإعلامية الأساسية، يليها قدرة الطالب على التفكير الناقد لمحتوى المواد الإعلامية، واتخاذهم للقرار المناسب بشأن المضامين الإعلامية، ثم قراءة الطلاب للرسالة الإعلامية، ومشاركتهم في الإنتاج الإعلامي، وكانت درجة ممارسة الطلاب لمهارات التربية الإعلامية الأساسية متوسطة، مما يشير لأن الطلاب في حاجة لمزيد من التعليم وتنمية القدرات والتدريب على ممارسة هذه المهارات، وتقترح توظيف الأنشطة الإعلامية المدرسية في تعليم الطلاب وتنمية قدراتهم على ممارسة هذه المهارات.

15- دراسة أسماء بكر الصديق (2015) (18) بهدف التعرف على الدور الذي يقوم به أخصائى الإعلام التربوى فى نشر مفاهيم التربية الإعلامية، والتعرف على أهم المعوقات التي تعوق أخصائى الإعلام التربوى عن أداء دوره فى نشر مفاهيم التربية الإعلامية، تنتمى الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح، وطبقت على عينة بلغ قوامها (100) مفردة من أخصائى الإعلام التربوى بالمرحلة الإعدادية بمحافظة دمياط، كما تم التطبيق على عينة من طلاب المرحلة الإعدادية بلغ قوامها (400) مفردة من الذكور والإناث فى المرحلة العمرية من (12-15) سنة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها: أفاد (48%) من أخصائى الإعلام التربوى بأن مفهوم التربية الإعلامية موجود إلى حد ما فى المدرسة، بينما أفاد (38%) من الأخصائيين بأن المفهوم غير موجود بالمدارس، وأفاد (50%) من الأخصائيين بوجود صعوبات فى إمكانية تطبيق التربية الإعلامية ومفاهيمها ومبادئها ومهاراتها فى المدرسة، كما بينت النتائج الخاصة بعينة الطلاب أن (61.5%) أفادوا بأن أخصائى الإعلام التربوى لا يساعدهم على نقد وسائل الإعلام، واقترحت تدريب الأخصائى على مهارات التربية الإعلامية.

16- دراسة أحمد جمال حسن (2015) (19) والتي استهدفت التعرف على أثر نموذج التربية الإعلامية المقترح نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية فى تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، استخدم الباحث المنهج الوصفى التحليلى والمنهج شبه التجريبي، وطبقت الدراسة على عينة عمدية بلغ قوامها (32) طالباً من طلاب الفرقة الثانية بقسم الإعلام التربوى بكلية التربية النوعية جامعة المنيا، وذلك فى الفترة من 3/12 حتى 20/4/2014، لتشمل التطبيق القبلى وتطبيق تجربة الدراسة الأساسية لتشمل (12) لقاءً بواقع ثلاثة لقاءات أسبوعياً بشكل تزامنى ولا تزامنى، والتطبيق البعدى، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج منها:

ثبتت صحة الفرض الأول والقائل بوجود فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات طلاب عينة الدراسة فى التطبيق القبلى والتطبيق البعدى لاختبار التربية الإعلامية قبل تعرضهم للنموذج وبعده، مما يوضح التأثير الكبير لنموذج التربية الإعلامية المقترح فى

تحصيل الطلاب للجانب المعرفى لموضوع التربية الإعلامية، كما ثبتت صحة الفرض الرابع والقائل بوجود فرق دال إحصائياً بين متوسطات درجات الطلاب عينة الدراسة فى التطبيق القبلى والتطبيق البعدى لبطاقة تقييم تحليل ونقد المضامين الإعلامية ونتائجها قبل وبعد تعرضهم للنموذج، مما يشير للتأثير الكبير لنموذج التربية الإعلامية فى تحصيل الطلاب للجانب المهارى لموضوع التربية الإعلامية.

17- دراسة لينج لى وآخرون. Ling Lee et al. (2015) (20) والتى استهدفت تطوير أداة لقياس (NML) New Media Literacy لدى الشباب اعتماداً على الإطار الذى اقترحه لين وآخرون، Lin et al., (2013)، وطُبقت الدراسة على عينة بلغ قوامها 228 تلميذ من الصفوف الابتدائية، و 27 طالب من المرحلة الثانوية، و 85 من طلاب السنة الأولى والثانية بإحدى المعاهد العليا، وذلك من خلال استمارة استبيان عبر الإنترنت، وذلك فى الفترة من 9/21 حتى 2011/11/11 فى سنغافورة، وخلصت الدراسة لعدة نتائج منها: تم تطوير الأداة اعتماداً على إطار مفاهيمى تم تنقيحه والأداة جاهزة للدراسات التالية بعد تحقيق الصدق والثبات، وفى تطوير الأداة توجد ثلاثة ملامح يجب الإشارة إليها: أولاً: تم تطوير إطار من بعدين لإيجاد فروق والتمييز بين أربعة مؤشرات فى ثقافة الاستهلاك المنتج Prosuming، ثانياً: قياس تكرار الفعل كوسيلة لقياس "الفعل" بدلاً من "المعرفة"، ثالثاً: تركت مقاييس من المقاييس فى الأداة للدراسات المقارنة، وتضع هذه الدراسة أداة للأبحاث المستقبلية.

18- دراسة جيون يون Jiwon Yoon (2014) (21) بهدف التعرف على كيفية ومدى تأثير وجهات نظر المعلمين المتحفظة على برامج التربية الإعلامية وإدراكات الطلاب اللاجئين من كوريا الشمالية – والمقيمين فى كوريا الجنوبية – عن وسائل الإعلام، قام الباحث بإجراء بحثى مشترك فى خمس مؤسسات تعليمية مختلفة وذلك من خلال تدريس التربية الإعلامية لـ 57 شاب كورياً شمالياً ومقيم فى كوريا الجنوبية لمدة ثلاثة شهور فى 2008، وترواحت أعمار عينة الدراسة بين (10-21) عام، وترواحت فترات إقامتهم فى كوريا الجنوبية من شهر إلى ثمانية أعوام، اعتمد الباحث على الملاحظة وتضمنت الدراسة سلسلة من المقابلات الرسمية وغير الرسمية، كما أجرى مقابلات لمتابعة الطلاب فى يناير 2009 بعد أربعة شهور من تدريس التربية الإعلامية، وشملت هذه المقابلات خمسة طلاب واثنين من المعلمين، وخلصت الدراسة لعدة نتائج منها: أظهر تعليم التربية الإعلامية تدخلاً فعالاً فى قدرة الطلاب على ابتكار فهم أفضل لوسائل الإعلام بين هؤلاء المهاجرين الشباب، وتوجيههم لرؤية الجوانب الإيجابية لوسائل الإعلام، وتشجيع استخدامهم للوسائل لعدة أسباب وليس فقط الترفيه، كما لاحظ أن اتجاهات المعلمين السلبية تجاه الوسائل تؤثر على وجهات نظر التلاميذ عن الموضوع.

19- دراسة إيمين سير وآخرون. Emine Sur et al., (2014) (22) بهدف تقييم وجهات نظر المعلمين والطلاب عن التربية الإعلامية، والتعرف على العلاقة

بين الاتجاهات الإعلامية لتلاميذ المرحلة الثانية بالتعليم الأساسي الذين يتلقون تعليم التربية الإعلامية ومستوياتها لديهم، استخدمت الدراسة منهج المسح للقياس الكمي، واعتمدت على المقابلات للقياس الكيفي، طبقت الدراسة على عينة من التلاميذ بلغ قوامها 445 تلميذ منهم 246 تلميذ بالصف السادس و72 تلميذ بالصف السابع و127 تلميذ بالصف الثامن بتركيا، وأجريت المقابلات مع أربعة معلمين، واستخدمت الدراسة "نموذج مقابلة المعلم" و"مقياس اتجاهات التربية الإعلامية" و"مقياس تقييم مستوى التربية الإعلامية"، وخلصت الدراسة لعدة نتائج منها: توجد علاقة دالة إحصائياً وإيجابية بين اتجاهات طلاب المرحلة الثانية من التعليم الأساسي تجاه التربية الإعلامية ومستوياتها، وأشار المعلمون أنه ليس لديهم معلومات كافية عن برنامج تعليم التربية الإعلامية، ويعتقدون أنهم يجب أن يتلقوا تدريباً في هذا المجال قبل إعطاء دروس التربية الإعلامية، وأشاروا إلى وجود تقدم إيجابي في اتجاهات الطلاب بعد الدرس.

20- دراسة عبد الرحمن شاهين وآخرون, Abdurrahman Sahin et al.,

(2013) (23) والتي استهدفت بحث تأثير دراسة مقرر التربية الإعلامية على اتجاهات تعدد الثقافات لدى معلمى العلوم الاجتماعية المستقبلين، اعتمدت الدراسة على تصميم بحثى شبه تجريبي، وطبقت على مجموعتين إحداها تجريبية تكونت من (51) من طلاب السنة الثالثة الذين اختاروا مقرر تربية إعلامية متعدد الثقافات كجزء مكمل، والأخرى مجموعة ضابطة تكونت من (51) من طلاب الصف الثالث الذين يدرسون مقررأ فى جغرافية النمو والمسائل البيئية، والطلاب يدرسون بكلية التربية فى جامعة Pamukkale بتركيا، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها: أشارت نتائج المقارنة بين المجموعات فى الاختبار البعدى فى درجات المقياس أن درجات المشاركين فى المجموعة التجريبية لا تختلف إحصائياً عن درجات المجموعة الضابطة التي أخذت المقرر الآخر، مما يشير إلى أن مقرر التربية الإعلامية لم يفرق بشكل دى دلالة بين درجات المجموعة التجريبية مقارنة بطلاب المجموعة الضابطة.

21- دراسة شريفة رحمة الله (2013) (24) بهدف قياس أثر برنامج تضمين مفهوم

التربية الإعلامية فى إطار منهج التربية الوطنية المقرر على طلبة الصف التاسع بمدارس دولة الإمارات العربية، وذلك لقياس جدوى هذا البرنامج بعد تضمين درس دور الشيخ زايد - رحمة الله - فى بناء دولة الإمارات العربية المتحدة بالمواد الإعلامية التي عرضت أثناء احتفالات الدولة بمرور أربعين عاماً على قيام الاتحاد فى تنمية مهارة التفكير الناقد لدى عينة الدراسة تجاه المواد الإعلامية التي تعرضوا لها، تنتمى الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح، واستخدمت أدوات الاستقصاء والمقابلة، وطبقت على عينة عمدية بلغ قوامها (187) مفردة من طلاب وطالبات الصف التاسع بمدارس إمارة دبي، وخلصت الدراسة لعدة نتائج منها وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة (الطلاب / الطالبات) طبقاً لمستوى مهارة فهم

الرسالة الإعلامية، مما كان له أثر إيجابي على مستوى العينتين لمهارة التفكير الناقد خلال فترة البرنامج التجريبي، وقامت الباحثة بوضع تصور مبدئي لكيفية تعزيز مفهوم التربية الإعلامية في مدارس دولة الإمارات العربية المتحدة، حيث رأت أن أنسب طريقة للقيام بعملية تعزيز ونشر مفهوم التربية الإعلامية هي أن يتم تضمينه في سياق المناهج الدراسية.

22- دراسة شنج- سيو شانج وإيريك زي فنج Chiung-Sui Chang, Eric Zhi-Feng (2011) (25) بهدف بناء مقياس ذاتي لتقييم التربية الإعلامية للتلاميذ Media Literacy Self-assessment Scale (MLSS) ومقارنة فروق النوع والصف على المقاييس الفرعية للمقياس، وبحث سلوك استخدام الطلاب للإنترنت على تربيتهم الإعلامية، وطبقت الدراسة على عينة بلغ قوامها (1539) تلميذاً في الصفين الخامس والسادس من تلاميذ المدارس الابتدائية في تايوان، والتي تتراوح أعمارهم بين (12-13) عام، وذلك في ثلاث مناطق جغرافية: شمال ووسط وجنوب تايوان، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها: أظهرت الطالبات الإناث إدراكات أكثر إيجابية إحصائياً على مهارات تطبيق الوسائل، والتعلم مع الوسائل والاتجاه نحوها، حيث كان الطلاب الذكور أقل كفاءة فيما يتعلق بالتربية الإعلامية، الطلاب الذين يستخدمون الإنترنت لتحليل البيانات لديهم كفاءة تربية إعلامية أفضل ممن لا يستخدمونها، وتشير النتائج أنه بصرف النظر عن استخدام الإنترنت، لا يختلف الطلاب في اتجاهاتهم وأخلاقياتهم تجاه التربية الإعلامية.

23- دراسة جوردانا كاثلين Jordana Kathleen (2010) (26) التي تستهدف التعرف على مستوى معرفة طلاب الصحافة – كتخصص رئيس – بالتربية الإعلامية، ومقارنة مستوى معرفتهم بالتربية الإعلامية بالطلاب من التخصصات الأخرى، استخدمت الدراسة أداة الاستبيان سواء عبر البريد الإلكتروني أو أثناء المحاضرات، وطبقت الدراسة على عينة بلغ قوامها 291 طالب بإحدى الجامعات في الوسط الغربي بالولايات المتحدة الأمريكية، منهم 125 طالب من طلاب الإعلام و166 طالب من التخصصات الأخرى، وخلصت الدراسة لعدة نتائج منها: ثبتت صحة الفرض الأول والقائل بأن الطلاب الذين يدرسون الإعلام – كتخصص رئيس – أحرزوا درجات أعلى في مسح التربية الإعلامية عن الطلاب في التخصصات الأخرى، ورغم ذلك لا تشير متوسطات درجات الطلاب إلى إظهار مستوى وعي بالتربية الإعلامية كما هو متوقع.

24- دراسة إدوارد ت. آركي وبريان أ. Edward T. Arke and Brian A. Primack (2009) (27) والتي استهدفت تطوير مقياس استطلاعي للتربية الإعلامية وتحديد خصائصه السيكمترية، وطبقت الدراسة على عينة عمدية من 34 طالب يدرسون مقرراً دراسياً في الاتصال و متاح لطلاب التخصصات الأخرى، وذلك في جامعة Duquesne University و Messiah College بالولايات المتحدة الأمريكية، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها: ثبتت صحة

الفرض الأول القائل بأن مقياس التربية الإعلامية متنسق داخلياً، وكانت كل المقاييس الفرعية متنسقة، وثبتت صحة الفرض الثالث والقائل بأن مقياس التربية الإعلامية يرتبط بدلالة إحصائية مع مقياس التفكير النقدي ($R = 0.32, P = 0.03$)، وتشير النتائج إلى أن تدريس التربية الإعلامية يمكن أن يساعد في تحسين مهارات التفكير النقدي بصفة عامة.

25- دراسة جيوفانج وان ودياني إم. جت Guofang Wan & Dianne M. Gut

(2008) (28) بهدف التعرف على اتجاهات وسمات استخدام المراهقين في الصين والولايات المتحدة الأمريكية لوسائل الإعلام، وتناقش الحاجة لتعليم التربية الإعلامية للأطفال، وتقدم أفكاراً محددة لتكامل تعليم التربية الإعلامية في منهج المدرسة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج منها: يستخدم المراهقون في كل من الصين والولايات المتحدة الأمريكية وسائل الإعلام لأسباب متشابهة ويكرسون وقتاً متنامياً من ساعات استيقاظهم للتفاعل مع الوسائل، ويعبر الآباء والكبار في الدولتين عن اهتمامهم فيما يتعلق بالنتائج السلبية المحتملة المرتبطة باستخدام الأطفال والمراهقين المتزايد للوسائل، ويهدف المعلمون إلى تنمية مهارات التفكير لدى الطلاب، ويمكن تدعيم ذلك من خلال التربية الإعلامية لأن استخدام مهارات التفكير الناقد للفهم، والتحليل، وتقييم الوسائل هي الأهداف الرئيسية لتعليم التربية الإعلامية.

التعليق على الدراسات السابقة:

يتبين من عرض الدراسات السابقة النقاط التالية:

- 1- يزخر التراث البحثي الأجنبي بالعديد من الدراسات التي تناولت مختلف جوانب التربية الإعلامية، وعبر فترة زمنية طويلة، وذلك نظراً لأهميتها الكبيرة، خاصة في ضوء الانتشار الواسع النطاق لتعامل الأفراد مع تكنولوجيا الاتصال، وخاصة مرحلتى الشباب والطفولة.
- 2- تتطرق الدراسات الإعلامية العربية – وخاصة المصرية – إلى بحث جوانب متعددة للتربية الإعلامية، في ضوء الاهتمام العالمي بموضوع التربية الإعلامية، وخاصة في ظل خصوصية قضايا ومشكلات التعليم سواءً في مصر أو العالم العربي، نظراً لزيادة الانتشار غير المسبوق لتعامل الأفراد مع وسائل الإعلام الرقمي.
- 3- تناولت الدراسات بحث عدة جوانب منها: عمل مقاييس لقياس مختلف جوانب التربية الإعلامية، والتحقق من صدق وثبات هذه المقاييس لتقييم أوجه ومعايير التربية الإعلامية، والتأكد من كون هذه المقاييس تصلح للتطبيق في الدراسات المستقبلية، وتناولت بعض الدراسات واقع تطبيق التربية الإعلامية في المدارس والجامعات بأشكاله المتنوعة.
- 4- ركزت معظم الدراسات على الطلاب بكليات الإعلام والتربية لمتابعة مدى معرفتهم بمفهوم وأبعاد التربية الإعلامية، نظراً لكونهم المعلمين المستقبليين، وانعكاس ذلك على تعاملهم مع الطلاب في المراحل الدراسية المختلفة.

- 5- تتنوع المناهج والأساليب التي تستخدمها هذه الدراسات حيث يعتمد أغلبها على منهج المسح، وتم تطبيق أداة الاستبيان فيها، واستخدمت بعضها دراسة الحالة، في حين اعتمد بعضها على المنهج التجريبي وشبه التجريبي.
- 6- تتنوع المراحل التعليمية التي تم التطبيق عليها، فقد بحثت بعض الدراسات طلاب الجامعات سواء في تخصص الإعلام أو التخصصات الأخرى، وبصفة خاصة طلاب كليات التربية، ودرس بعضها طلاب المرحلة الابتدائية، وطلاب المرحلة الإعدادية أو المتوسطة، وطلاب المرحلة الثانوية.
- 7- يتضح من عرض الدراسات السابقة أهمية إجراء الدراسة الحالية، وذلك في ظل ندرة الدراسات التي تبحث التعرف على المهارات الشخصية لطلاب أقسام الإعلام التربوي في مجال التربية الإعلامية.
- ثانياً: أبعاد الدراسة:**
التربية الإعلامية:

يوجد وعى متنامى بين المعلمين بمفهوم التربية يمتد ليشمل وسائل الإعلام والوسائل الرقمية، يحول مصطلح التربية الإعلامية Media Literacy عمداً مفهوم التربية من التعريف الضيق الذي يركز على القراءة والكتابة للنصوص هجائياً إلى تعريف أوسع يركز على مشاركة المعنى عبر الأشكال الرمزية، ويوسع مفهوم النصوص والتأليف ليشمل وسائل الإعلام. (29)

ولقد ساهمت المنظمات الدولية مثل اليونسكو UNESCO والإتحاد الأوروبي في دعم حركة وتطور التربية الإعلامية من أجل نشر الثقافة الإعلامية عالمياً، وبذلت منظمة اليونسكو جهداً كبيراً في نشر تلك الثقافة بكل من دول العالم النامية والمتقدمة، أما الإتحاد الأوروبي فكرس كل جهوده لنشر ودمج التربية الإعلامية في القوانين، وتطبيقها رسمياً في الدول الأوروبية التابعة للإتحاد معتمداً على بعض الوثائق الهامة لمنظمة اليونسكو مثل إعلان جرانولد 1982. (30)

ويشير بوتير Potter (2010) أنه لا يوجد مفهوم واحد للتربية الإعلامية، وأنها تتضمن ثلاث أبعاد أساسية: الوصول، والاستخدام، والفهم النقدي للأوجه المتعددة للوسائل، وإنتاج المضمون والمشاركة عبر وسائل الاتصال. (31)

ويوجد العديد من التعريفات التي تتناول مصطلح التربية الإعلامية، ويستخدم مركز التربية الإعلامية Center For Media Literacy هذا التعريف الموسع:

"التربية الإعلامية هي مدخل القرن الحادي والعشرين للتعليم، فهي تقدم إطاراً للوصول، والتقييم وابتكار الوسائل في ظل تنوع الأشكال من المطبوع للمرئي للإنترنت، تبني التربية الإعلامية فهم لدور الوسائل في المجتمع، بالإضافة إلى المهارات الأساسية للبحث والتعبير عن الذات الضروريين للمواطن في الديمقراطية". (32)

تتضمن التربية الإعلامية مهارات مثل الوصول، وفك الكود، والتحليل، وتقييم وإنتاج كل من مضمون الوسائل المكتوب والإلكتروني منها مثل النص،

والصوت والصورة، إنها تساعد الأفراد لاستخدام الوسائل بوعي، وتمييز وتقييم تأثيرات الوسائل. (33)

ويواجه الطلاب اليوم ويتفاعلون مع أنماط ثقافية جديدة بما يتضمن الكتب الإلكترونية، القراءة والكتابة والاتصال عبر الإنترنت، ويعد مطلباً أساسياً للأفراد أن يطوروا التربية الإعلامية للسيطرة على التكنولوجيا، ولتفسير وتمثيل كل أنواع رسائل الوسائل، كنتيجة لذلك، يدرك المعلمون الحاجة للاستجابة لمجال متغير لتكنولوجيا الوسائل والمصادر المستخدمة في كل من داخل وخارج الفصول. (34)

ويذكر المجلس القومي لاعتماد تعليم المعلمين National Council for Accreditation of Teacher Education (NCATE) في الولايات المتحدة في معايير الاحترافية أن "هؤلاء المعلمين يفهمون تأثير الوسائل على الثقافة وأفعال الأفراد والاتصال، وكنتيجة لذلك يستخدم المعلمون مداخل متنوعة لتعليم الطلاب كيفية بناء المعنى من الوسائل والنصوص غير المطبوعة، وكيفية الاستجابة للأفلام، والفيديو، والجرافيك، والصور، والمواد المسموعة، ونصوص الوسائط المتعددة". (35)

ويعمل المعلمون كنموذج لطلابهم في مجال التربية الإعلامية، ولجعل الطلاب يكتسبون مهارات التربية الإعلامية، توجد حاجة لأن يكون المعلمون مثقفين إعلامياً، حيث يساعدهم ذلك في تحديد أفضل للطلاب الذين لديهم مستوى مرتفع من التعامل مع الوسائل في الحياة اليومية، وتحديد المضمون النافع أثناء اختيار المضمون عبر الإنترنت، وتشجيع الطلاب في التعبير عن أنفسهم عبر الوسائل وإيجاد حلول للمشكلات الاجتماعية. (36)

كما يستطيع المعلمون تعزيز مهارات التفكير النقدي لدى الأطفال، وتقديم تنوع في عملية التعليم بأساليب تعلم مختلفة، ولذلك يحتاج المعلمون أن يكتسبوا مهارات التربية الإعلامية عبر تدريب جيد قبل الخدمة وأثناءها، وتتمثل الخطوة الأولى في تقديم تعليم التربية الإعلامية في تحديد مستوى هذه المهارات لديهم. (37)

ويعد تشجيع التربية الإعلامية للطلاب جزءاً من المهمة التربوية للتعليم، بما يشابه التدريب الاجتماعي والتعليم المستمر، ويمكن أن تدمج التربية الإعلامية في التعليم بطرق متعددة، حيث يمكن أن يدعم المعلمون التربية الإعلامية باستخدام مضمون لمواد محددة، تؤدي التربية الإعلامية دوراً مهماً في مواد الفنون والموسيقى (الثقافة المرئية والمسموعة)، ومواد اللغة خاصة تعليم اللغة الأم، مع التركيز على الوظيفة الاتصالية للوسائل (القراءة وفهم أنواع النصوص)، وفي مواد مثل التاريخ، والجغرافيا والعلوم التي تقدم إمكانيات التربية الإعلامية من خلال تشجيع المتعلمين على البحث وتحليل وتقديم المعلومات. (38)

ويبدو ضرورياً تحديد التربية الإعلامية صراحة في المنهج من خلال مناقشة أمور وموضوعات خاصة بالوسائل، وأخيراً يمكن للمدارس أيضاً أن تتبنى تصميماً متبادلاً لتدعيم التربية الإعلامية لدى التلاميذ من خلال مشروعات تركز على

التربية الإعلامية عبر موضوعات متعددة. (39)

ويزدهر – فى الـ15 عام الأخيرة – نوعان من أبحاث تدريس المعلم المرتبطة بالتربية الإعلامية، يرى أحدها أن رفع المهارات الرقمية للمعلمين مجال رئيس لإبتكار فصول غنية تكنولوجياً، والآخر يتضمن المقاييس والدراسات المتعمقة للتعليم والتدريب الاحترافى للمعلمين فيما يتعلق بالتربية الرقمية، ويركزون على أن المعلم حجر الزاوية فى التغيير. (40)

مقاييس التربية الإعلامية:

أكد سنجر وسنجر Singer and Singer مبكراً فى عام 1998 الحاجة للبحث التطبيقي فى مجال التربية الإعلامية، ومنذ ذلك الحين تم تطوير أدوات ومقاييس لدراسة التربية الإعلامية، وذلك من خلال وجهات نظر متنوعة، كما أكد باحثون آخرون الحاجة للبحث التطبيقي وقياس التربية الإعلامية فى التعليم. (41)

يبدو جلياً عدم وجود مدخل لمعايير محددة لقياس كفاءات التربية الإعلامية، حيث يتأثر قياس التربية الإعلامية بوجهات نظر كل من العلوم الإنسانية والاجتماعية. (42)

ويميل الباحثون – الذين يعملون انطلاقاً من مداخل العلوم الاجتماعية لتعليم التربية الإعلامية – لتحديد مشكلة بحثية معينة، وعادة يعتمدون على أبحاث المسح لقياس كفاءات التربية الإعلامية والرقمية، واختبار الفروض عن العلاقة بين المتغيرات التي تحدد التأثير، وفى السنوات الأخيرة ظهرت دراسات الأبحاث الكيفية التي سيطرت على أدبيات التعليم، مثل دراسات الحالة للمتعلمين الأفراد داخل الفصول، مما ساعد الباحثين والمعلمين على تطوير نظرى لتعليم التربية الإعلامية والرقمية، ولكنها لا تقدم رؤية كبيرة عن كيفية تقييم أو قياس الجودة على مستوى المدرسة. (43)

مقاييس التقرير الذاتى للتربية الإعلامية: Self-Report Measures of Media Literacy

يعود تاريخ استخدام التقرير الذاتى لقياس التربية الإعلامية إلى تاريخ طويل، حيث أدرك الباحثون قيمة إيجاد طرق لتحديد كيف يقدم الأفراد رؤية ناقدة للوسائل، بالإضافة إلى سؤال الأفراد عن التقييم الذاتى لمهاراتهم، وسلوكيات استخدام الوسائل، والمؤسسات الإعلامية واقتصاديات الوسائل وصناعة الرسائل كمتغيرات مهمة فى تطوير كفاءات التربية الإعلامية. (44)

ويوجد العديد من المقاييس التي تقيس مختلف جوانب وأبعاد التربية الإعلامية، وذلك وفقاً لمقتضيات وطبيعة كل دراسة وأهدافها، وفيما يلى تعرض الباحثة لبعض هذه المقاييس والتي تتفق مع أهداف البحث الحالى.

مقياس التربية الإعلامية الجديدة: New Media Literacy Scale (NMLS)⁽⁴⁵⁾

اقترح شن وآخرون (Chen et al. 2011) نموذج نظري واعد لمفهوم التربية الإعلامية الجديدة (New Media Literacy (NML)، وحددوا (NML) على أنها سلسلة من طرفين: الأول: من الاستهلاك إلى استهلاك وإنتاج التربية الإعلامية، والثاني: من التربية الإعلامية الوظيفية إلى التربية الإعلامية الناقد.

ويشير استهلاك التربية الإعلامية إلى مهارات الوصول لرسائل الوسائل، وتوظيف الوسائل على مستويات مختلفة أثناء إنتاج واستهلاك التربية الإعلامية، ويأتي في مقدمة قدرات الاستهلاك ما يتعلق بكفاءات إنتاج مضامين الوسائل والمشاركة في بيئات الوسائل.

ويشير الطرف الثاني إلى توسيع مفهوم باكنجهام (Buckingham 2002) للتربية الوظيفية والنقدية، فقد حدد شن وآخرون (Chen et al. 2011) التربية الإعلامية الوظيفية على أنها كفاءات التشغيل لإدارة أدوات الوسائل للوصول وابتكار الرسائل وفهمها على مستوى النص، بينما يرون التربية الإعلامية النقدية كقدرات لتحليل والحكم على رسائل الوسائل وفهمها في سياق مستويات متعددة.

ويتكامل الجانب الوظيفي كأساس للجانب النقدي، حيث يجب أن يكون الفرد معتاداً بالفعل على السمات التقنية للوسائل الجديدة للوصول لفهم جيد لسياقاتها الاجتماعية – الثقافية.

واقترح شن وآخرون (Chen et al., 2011) أربع مكونات للمقياس تتمثل في:

1- **الاستهلاك الوظيفي (FC) Functional Consumption**: يكون الفرد قادراً على الوصول لمضمون الوسائل وفهم معنى النص.

2- **الاستهلاك الناقد (CC) Critical Consumption**: يكون الفرد قادراً على تحليل وفهم الآثار الاجتماعية – الثقافية والاقتصادية والسياسية لمضمون الوسائل، ويمتلك القدرة على التساؤل عن الرسائل في ضوء أهدافها والقيم الاجتماعية.

3- **الإنتاج الاستهلاك الوظيفي (FP) Functional Prosumption**: يكون الفرد قادراً على المشاركة في إنتاج مضمون للوسائل الجديدة في منصات إعلامية متعددة.

4- **الإنتاج الاستهلاك الناقد (CP) Critical Prosumption**: يمكنه أيضاً أن يتفاوض مع أفكار الآخرين، ويقدر الآثار المتوقعة أثناء المشاركة.

مقياس الثقافة الإعلامية للتربية الإعلامية: Measuring Media Literacy for Media Education

أجرى جيونج وشو وهانج (Jeong, Cho and Huang 2012) تحليلاً

مهماً من المستوى الثانى meta-analysis لـ51 دراسة كمية عن التربية الإعلامية تضمنت متعلمين من المدرسة الابتدائية إلى طلاب الجامعات، وبصفة عامة وجدوا تأثير متوسط (0.37)، مما يشير لدور إيجابى للتربية الإعلامية فى تشكيل هذه النتائج. (46)

وتستخدم عديد من الدراسات مقاييس التقرير الذاتى لكفاءات التربية الإعلامية للمتعلمين.

قام الباحثون ماثيا سمينز وآخرون (2017) Mathea Simons et al. بتطوير استبيان يسهل استخدامه للكفاءات المدركة ذاتياً فى تعليم التربية الإعلامية، ويعد قياس هذه الكفاءات والمهارات مضاعفاً بالنسبة للمعلمين والطلاب المعلمين لسببين:

أولاً: يجب أن يكون لديهم مستوى ملائم من التربية الإعلامية أنفسهم، ويجب أن يتقنوا هذه المهارات ليدعموها بين طلابهم، وأن يجاروا تطبيقات الوسائل الجديدة، ويحددوا التربية الإعلامية التي يحتاجونها.

ثانياً: يجب أن يميل المعلمون لأخذ الكفاءات التعليمية الضرورية لتشجيع التربية الإعلامية بين طلابهم، وفى هذه الحالة الكفاءات التربوية والتعليمية المرتبطة بتعليم التربية الإعلامية تعد متضمنة.

وقدم الباحثون هذا الاستبيان بعد استيفاء الإجراءات المنهجية للتأكد من صحته وصدقه، وصلاحيته للتطبيق فى الدراسات الأخرى.

التدريب الميدانى:

يعد التدريب الميدانى أحد المقررات الدراسية الموجودة فى اللوائح الدراسية بأقسام الإعلام التربوى بكليات التربية النوعية بالجامعات المصرية، ويدرس الطالب مقرر التدريب الميدانى فى الفرقتين الثالثة والرابعة على مدار العام الدراسى بأكمله.

ويهدف هذا المقرر الدراسى إلى احتكاك الطالب المعلم (طالب الفرقة الثالثة والرابعة) بإطار العمل الفعلى فى المدارس بمراحلها المختلفة، حيث يتم تطبيق هذا المقرر، ولا يدرس الطالب مقرر نظرى فى هذه المادة ولكنها مادة تطبيقية فى المقام الأول، وأحياناً لا يقتصر تطبيق هذه المادة على المدارس، وإنما يمتد ليشمل بعض الأماكن الأخرى، والتي تحتاج لتواجد أخصائى إعلام تربوى – ومن ثم الطلاب – وذلك مثل تجربة كلية التربية النوعية جامعة القاهرة، حيث يقضى بعض الطلاب فترة التدريب الميدانى فى المكتبات العامة كمكتبة مصر العامة، وأماكن أخرى مثل مستشفى 57357، حيث يتفاعل الطالب المعلم مع أجواء المكان ومتطلبات العمل الذى يقضى به فترة التدريب مما يتيح له الفرصة لتجربة العمل على الطبيعة.

ويتيح التدريب الميدانى – خاصة فى المدارس وهو المكان الرئيس للتدريب – الفرصة للطالب لتطبيق المهارات التي تعلمها من المواد الأخرى لتنفيذ أعمال صحفية (كصحف الحائط والنشرات والتحقيقات الصحفية الإلكترونية والأعمال الإذاعية (الإذاعة المدرسية) والمسرحيات، ولذلك تركز هذه المادة على الجانب التطبيقي، وتمثل مجالاً لتطبيق مواد التحرير الصحفى وأسس الإخراج وتطبيقات الحاسب الألى فى الإعلام والصحافة الإلكترونية، والإذاعة المدرسية والكتابة للإذاعة والتلفزيون، وذلك وفقاً للوائح الدراسية بأقسام الإعلام التربوى.

ويتم تقسيم الطلاب ليعملوا فى مجموعات صغيرة يتم توزيعها على أماكن التدريب المختلفة، وينقسم نظام الإشراف على مجموعات التدريب الميدانى ما بين المشرف على المجموعة (عضو هيئة التدريس) والمسئول عنها، والعضو المقيم (معاونى أعضاء هيئة التدريس من المعيدين والمدرسين المساعدين)، ويتواجد الأعضاء المقيمون مع الطلاب بصفة دائمة لمتابعة الأعمال، والذى يتابعها أيضاً عضو هيئة التدريس.

ويسمح ذلك للطالب المعلم بتطبيق المهارات والخبرات التي اكتسبها من دراسته لمواد متنوعة متخصصة فى مجال الإعلام، بالإضافة إلى المواد التربوية التي تقدمها أقسام الإعلام التربوى.

ولذلك تبرز أهمية تطبيق مفهوم التربية الإعلامية وبعض مهاراتها فى تعامل الطالب المعلم مع تلاميذ المدارس التي يقضى بها فترة التدريب، بداية من اختيار أفكار الأعمال التي سيتم تنفيذها سواء كانت صحفية مثل مجلات الحائط والنشرات أو إذاعية أو ندوات أو زيارات ميدانية، وتحديد الهدف منها ومراعاة خصائص الجمهور المستهدف، ومراحل إعداد وإنتاج الأعمال، مما يتيح تطبيق بعض مهارات التربية الإعلامية.

ثالثاً: الإطار المنهجي للدراسة:

فروض الدراسة:

- 1- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام وسائل الاتصال ومستوى الاستهلاك الناقد لهذه الوسائل.
- 2- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام وسائل الاتصال ومعرفة الطالب بمجال تخصصه.
- 3- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام وسائل الاتصال ومستوى المهارات الشخصية فى مجال التربية الإعلامية.
- 4- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الاستهلاك الناقد ومعرفة الطالب بمجال تخصصه.

- 5- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الاستهلاك الناقد والمهارات الشخصية فى مجال التربية الإعلامية.
- 6- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معرفة الطالب بمجال تخصصه والمهارات الشخصية فى التربية الإعلامية.
- 7- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات (الكلية – النوع – العمر – الفرقة الدراسية) ومستوى الاستهلاك الناقد لوسائل الاتصال.
- 8- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات (الكلية – النوع – العمر – الفرقة الدراسية) ومعرفة الطالب بمجال تخصصه.
- 9- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات (الكلية – النوع – العمر – الفرقة الدراسية) والمهارات الشخصية فى مجال التربية الإعلامية.

نوع البحث ومنهجه:

ينتمى هذا البحث لنوعية البحوث الوصفية، وفى إطاره تم استخدام منهج المسح لجمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة، وفى إطاره تم استخدام المسح بالعينة.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية فى طلاب الفرقتين الثالثة والرابعة بأقسام الإعلام التربوى بكليات التربية النوعية بالجامعات المصرية، وفى إطار هذا المجتمع تم سحب عينة الدراسة من الطلاب.

عينة الدراسة:

1- عينة الطلاب:

استخدمت الباحثة عينة حصصية قوامها 360 مبحوث من طلاب الفرقتين الثالثة والرابعة بأقسام الإعلام التربوى بكليات التربية النوعية جامعة القاهرة، وكلية التربية النوعية جامعة المنوفية كممثل عن كليات التربية النوعية بالوجه البحرى، وكلية التربية النوعية جامعة المنيا كممثل عن كليات التربية النوعية بالوجه القبلى.

2- عينة مجموعة النقاش المركزة:

والتي شملت مجموعة من المعيدىن والمدرسين المساعدين – الأعضاء المقيمين فى التدريب الميدانى – بقسم الإعلام التربوى كلية التربية النوعية جامعة القاهرة فى تخصصى (الصحافة والإذاعة والمسرح)، وبلغ عددهم ثمانية مبحوثين.

3- عينة المقابلات المتعمقة:

والتي شملت سبعة من الموجهين والموجهين الأوائل والموجهين العموم بالإدارات التعليمية بمحافظة الجيزة*).

ويوضح الجدول التالى خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (1)
خصائص عينة الدراسة

النسبة	العدد	المتغير
31.9	115	النوع: ذكور
68.1	245	إناث
100	360	المجموع
33.3	120	الكلية: كلية التربية النوعية جامعة القاهرة
33.3	120	كلية التربية النوعية جامعة المنوفية
33.3	120	كلية التربية النوعية جامعة المنيا
100	360	المجموع
50	180	الفرقة الدراسية: الفرقة الثالثة
50	180	الفرقة الرابعة
100	360	المجموع

أدوات جمع البيانات:

لم يقتصر البحث على إجراء الدراسة الميدانية، فقد جمعت الباحثة بين الدراسة الكمية والكيفية في سبيل تكامل البناء المنهجي، ولتشكيل رؤية تغطي أبعاد الموضوع، وذلك بالاعتماد على ثلاث أدوات للدراسة تشمل:

أ - صحيفة استقصاء:

استخدمت الباحثة صحيفة استقصاء لقياس متغيرات الدراسة، وشملت الصحيفة عدد من المقاييس واشتملت على (13) سؤالاً.

ب- مجموعة النقاش المركزة Focus group discussion⁽⁴⁸⁾:

استخدمت الباحثة أداة كيفية مناسبة لطبيعة الدراسة الحالية، وذلك بهدف الوصول لمعلومات تفصيلية ودقيقة مع الأعضاء المقيمين (المعيدين والمدرسين المساعدين في التدريب الميداني) للتعرف على وجهات نظرهم باستخدام الأسئلة المتعمقة، وأعدت الباحثة استمارة منهجية لمجموعة النقاش تحوي مجموعة أسئلة فرعية، وتم التطبيق من خلال سبع خطوات أساسية وفقاً لما يشير له الباحثون في تنفيذ المناقشات، وتمثلت في:

- تحديد المشكلة بكافة أبعادها والمفاهيم الخاصة بها.
- اختيار العينة والتي شملت أفراد من الجمهور المستهدف.
- تحديد عدد المجموعات الضرورية، وقد اقتضت هذه الدراسة على مجموعة واحدة، مع إعطاء المشاركين الفرص المتساوية لعرض وجهات نظرهم.
- إعداد الأداة التطبيقية.
- تجهيز المتطلبات الضرورية لإدارة المناقشة.
- إدارة المناقشة وجمع البيانات وتنظيمها.
- تحليل البيانات وتجهيز تقرير ملخص من خلال تجميع آراء المشاركين.

جـ المقابلات المتعمقة **In depth Interview** (49):

استخدمت الباحثة أداة كيفية مناسبة لطبيعة الدراسة الحالية، وذلك بهدف التعرف على معلومات تفصيلية وخبرات وأفكار وتوقعات الموجهين والموجهين الأوائل والموجهين العموم، نظراً لإشرافهم على أخصائي الإعلام التربوي بالمدارس لرؤية مدى وجود تطبيق لبعض مهارات التربية الإعلامية، وكيفية ذلك من وجهة نظرهم، وذلك لتقديم صورة كاملة عن الموضوع، وأعدت الباحثة استمارة منهجية شملت مجموعة من الأسئلة، وتم التطبيق من خلال الخطوات التالية:

- التخطيط من خلال تحديد المعلومات المطلوبة وتحديد عدد المبحوثين.
- تطوير أدوات الدراسة وتشمل دليل المقابلة الذي يحتوي على الأسئلة، وقواعد تنفيذ المقابلة.
- جمع البيانات.
- مراجعة البيانات وتحليلها.
- كتابة التقرير النهائي للمقابلة ومراجعته.

المقاييس المستخدمة في الدراسة:

- **مقياس استخدام وسائل الاتصال:** وتم قياسه عن طريق سؤال المبحوثين عن مدى استخدامهم للوسائل التالية: الصحف الورقية، والراديو، والقنوات التلفزيونية، ومواقع التواصل الاجتماعي، ومواقع الصحف الإلكترونية، ومعدل استخدام هذه الوسائل في الأسبوع، ومتوسط عدد ساعات استخدامها في اليوم الواحد، وبلغ مجموع درجات المقياس 12 درجة لكل وسيلة من وسائل الاتصال. وتم تقسيم المبحوثين إلى ثلاث فئات (استخدام منخفض 3-5 درجة، استخدام متوسط 6-8 درجة، استخدام مرتفع 9-12 درجة) وذلك بالنسبة لكل من الصحف الورقية، والراديو، والتلفزيون، ومواقع التواصل الاجتماعي، ومواقع الصحف الإلكترونية كل على حدة.
- **مقياس الاستهلاك الناقد Critical Consumption:** وتم قياسه باستخدام مقياس رباعي (دائماً - أحياناً - نادراً - لا)، وطبقت الباحثة المقياس من خلال تسع عبارات، وبلغ إجمالي درجات المقياس 27 درجة، وتم تقسيم المبحوثين وفقاً لإجاباتهم إلى ثلاث فئات (استهلاك ناقد منخفض من صفر - 8 درجات، واستهلاك ناقد متوسط من 9-18 درجة، واستهلاك ناقد مرتفع من 19-27 درجة).

جدول رقم (2)
الاستهلاك الناقد لوسائل الاتصال

الاستهلاك الناقد	ك	%
منخفض	5	1.4
متوسط	115	31.9
مرتفع	240	66.7
المجموع	360	100

طبقت الدراسة بعد الاستهلاك الناقد من مقياس New Media Literacy Scale (NMLS) والذي اقترحه شين وآخرون (Chen et al. 2011)، وطوره لين وآخرون (Lin et al. 2013) (50).

- مقياس معرفة الطالب بمجال تخصصه: وتم قياسه باستخدام مقياس ثلاثي (موافق – محايد – معارض)، وطبقت الباحثة المقياس من خلال 16 عبارة، وبلغ إجمالي درجات المقياس 48 درجة، وتم تقسيم المبحوثين وفقاً لإجاباتهم إلى ثلاث فئات (معرفة منخفضة بمجال التخصص 16-26 درجة، ومعرفة متوسطة بمجال التخصص 27-37 درجة، ومعرفة مرتفعة بمجال التخصص 38-48 درجة).

جدول رقم (3)
معرفة الطالب بمجال تخصصه

معرفة الطالب بمجال تخصصه	ك	%
منخفض	2	0.6
متوسط	163	45.3
مرتفع	195	54.2
المجموع	360	100

طبقت الدراسة المقياس من خلال بعض أبعاد مقياس لطلاب الإعلام كتخصص رئيس (51).

- مقياس ممارسة مهارات التربية الإعلامية: وتم قياسه باستخدام مقياس ثلاثي (دائماً – أحياناً – لا)، وطبقت الباحثة المقياس من خلال 14 عبارة، وبلغ إجمالي درجات المقياس 42 درجة، وتم تقسيم المبحوثين وفقاً لإجاباتهم إلى ثلاث فئات (مهارة شخصية منخفضة 14-23 درجة، مهارة شخصية متوسطة 24-32 درجة، مهارة شخصية مرتفعة 33-42 درجة).

جدول رقم (4)
المهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية

مستوى المهارات الشخصية	ك	%
منخفض	5	1.4
متوسط	115	31.9
مرتفع	240	66.7
المجموع	360	100

طبقت الدراسة المقياس من خلال مقياس أعده الباحثون ماثيا سيمينز وآخرون Mathea Simons (2017) (52)، وبلغت عبارات المقياس الأصلي 12 عبارة، ورأت الباحثة تقسيم عبارتين ليصبح عدد عبارات المقياس 14 عبارة لتناسب المبحوثين.

اختبار الصدق والثبات:

تم قياس صدق الاستمارة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين (***)، وفي ضوء ملاحظاتهم تم تعديل الاستمارة، حتى وصلت إلى شكلها النهائي الصالح للتطبيق، وبعد جمع البيانات، تم إجراء اختبار الثبات، لقياس مدى اتساق إجابات المبحوثين بعد أسبوعين من التطبيق، وذلك من خلال إعادة تطبيق الاستمارة Retest على (10%) من عينة الدراسة، وتم حساب معامل الثبات، والذي بلغت قيمته (88%)، وهي نسبة جيدة يمكن الوثوق بها.

وقامت الباحثة باستخدام ألفا كرونباخ لاختبار ثبات المقاييس، واستخدمت التحليل العاُملي بطريقة المكونات الأساسية لاستخلاص العوامل principal component analysis واستخدام طريقة Varimax لتدوير العوامل.

جدول رقم (5)

التحليل العاُملي بعد التدوير لعبارات مقياس الاستهلاك الناقد

عبارات المقياس	قيم التباين المشترك	العامل الأول	العامل الثاني
1- أستطيع التمييز بين الوظائف المختلفة للوسائل (الاتصال، الترفيه، التعليم، ...).	0.54		0.724
2- أستطيع تحديد ما إذا كان المضمون يحتوي على رسالة إعلانية.	0.48		0.655
3- أنجح في تصنيف الرسائل اعتماداً على أنواعهم وأهدافهم.	0.46		0.644
4- أستطيع أن أقارن الأخبار والمعلومات عبر الوسائل المختلفة.	0.37		0.534
5- أستفيد من الرسائل الإعلامية عند إعطاء رأيي الشخصي في الموضوعات المختلفة.	0.30		0.443
6- يسهل عليّ أن أحدد دقة الرسائل.	0.35	0.557	
7- يمكنني تحليل التأثيرات الإيجابية والسلبية لمضمون الوسائل على الأفراد.	0.54	0.680	
8- أستطيع تقييم الوسائل من حيث المصداقية والموضوعية والدقة.	0.65	0.808	
9- أستطيع تقييم الوسائل من حيث القواعد القانونية والأخلاقية.	0.48	0.679	
الجذر الكامن		2.139	1.992
نسبة التفسير		23.767	22.130
معامل KMO = 0.790، كا ² (بارتلليت) = 533.079، درجة حرية = 36، مستوى المعنوية = 0.000			
معامل ألفا كرونباخ = 0.744			

بلغت قيمة معامل KMO = 0.790، وكانت قيمة كا² بارتلليت = 533.079 ودالة إحصائياً مما يشير إلى إمكانية تطبيق التحليل العاُملي على هذا المقياس في عينة هذه الدراسة. وتشير قيم التباين المشترك الواردة في الجدول إلى أن جميع عبارات

المقياس قد زادت قيمتها عن 0.30 بينما توضح تشبعات (تحميل) عبارات المقياس على العاملين المستخلصين قد زادت عن قيمة (0.443).

ولا توجد أى عبارة منفردة على عامل مستقل، مما يشير لصلاحيه العبارات المكونة للمقياس ويؤكد صدق المقياس وإمكانية تطبيقه.

جدول رقم (6)

التحليل العاملي بعد التدوير لعبارات مقياس معرفة الطالب بمجال تخصصه

عبارات المقياس	قيم التباين المشترك	العامل الأول	العامل الثاني	العامل الثالث	العامل الرابع	العامل الخامس	العامل السادس
1- أعرّف الكثير عن وسائل الإعلام مقارنة بالطلاب الآخرين لأنه تخصصي	0.37					0.384	
2- تسيطر وسائل الإعلام جيداً على الأفراد غير المتعلمين.	0.58					0.727	
3- أفضل الحصول على الأخبار من مصدر أساسي واحد.	0.64					0.781	
4- الإعلانات لا تؤثر على رعم كونها مضحكة أحياناً.	0.64					0.762	
5- أعتقد أنه من المفيد تعليم الثقافة الإعلامية للطلاب من المرحلة الابتدائية حتى الثانوية.	0.49		0.514				
6- يحسن الأطفال مقدرتهم على التعلم عبر التلفزيون.	0.44		0.555				
7- تغطي معظم التقارير الإخبارية جوانب الموضوع.	0.53			0.624			
8- يمثل المضمون الذى تطرحه الوسائل المجتمع المصرى بدقة.	0.56			0.726			
عبارات المقياس	قيم التباين المشترك	العامل الأول	العامل الثاني	العامل الثالث	العامل الرابع	العامل الخامس	العامل السادس
9- يتأثر الأفراد الآخرون بوسائل الإعلام بسهولة أكثر منى.	0.59					0.626	
10- أخصص وقتاً لمشاهدة برنامجالتلفزيونى المفضل كل أسبوع.	0.68	0.778					
11- أنا مع فرض قوانين أكثر حزمًا للوسائل الإعلامية.	0.52	0.643					
12- الثقافة الإعلامية مهارة مهمة للأفراد.	0.64	0.624					
13- نعرف الكثير عن ثقافتنا عبر وسائل الإعلام.	0.47		0.616				
14- تستطيع وسائل الإعلام أن تشكل الطريقة التي يرى بها الأفراد العالم.	0.55		0.587				
15- غالباً ما يستخدم الأفراد الوسائل التي تعكس معتقداتهم.	0.65					0.745	
16- غالباً ما أتحقق من الاتجاهات الاجتماعية فى المجتمع عبر وسائل الإعلام.	0.54					0.684	
الجنز الكامن		1.639	1.628	1.537	1.419	1.370	1.316
نسبة التفسير		10.241	10.177	9.608	8.870	8.562	8.225
معامل KMO = 0.620، كمال (بارتليت) = 532.628، درجة حرية = 120، مستوى المعنوية = 0.000							
معامل ألفا كرونباخ = 0.651							

بلغت قيمة معامل $KMO = 0.620$ ، وكانت قيمة χ^2 بارتليت = 532.628 ودالة إحصائياً مما يشير إلى إمكانية تطبيق التحليل العاملي على هذا المقياس في عينة هذه الدراسة. وتشير قيم التباين المشترك الواردة في الجدول إلى أن جميع عبارات المقياس قد زادت قيمتها عن (0.30)، بينما توضح تشبعات (تحميل) عبارات المقياس على العوامل الست المستخلصة قد زادت عن قيمة (0.384). ولا توجد أى عبارة منفردة على عامل مستقل، مما يشير لصلاحية العبارات المكونة للمقياس، ويؤكد صدق المقياس وإمكانية تطبيقه.

جدول رقم (7)

التحليل العاملي بعد التدوير لعبارات مقياس المهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية

عبارات المقياس	قيم التباين المشترك	العامل الأول	العامل الثاني	العامل الثالث	العامل الرابع	العامل الخامس
1- يمكننى استخدام الوسائل وفقاً لخصائصهم التكنولوجية (الكمبيوتر، التلفون الذكى، التابلت).	0.55	0.576				
2- أستطيع أن أختار عن عمد (بشكل مقصود) بين الأدوات المختلفة وفقاً لوظائفهم (الكمبيوتر، التابلت، التلفون الذكى).	0.55	0.584				
3- أستخدم مصادر مختلفة للمعلومات (البحث عن المعلومات باستخدام مواقع التواصل الاجتماعى، الإنترنت).	0.47	0.453				
4- أعرف أن وسائل الإعلام تقدم المعلومات بطريقة انتقائية.	0.69				0.812	
5- أعرف كيف أفسر الرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام (مثل الرسائل الضمنية والصريحة، بنية النص / المقال / الفيلم / الفيديو).	0.53				0.538	
6- أعرف كيفية إنتاج الرسائل وتوزيعها (مثلاً من المصدر إلى المقالة، تنقية الأخبار).	0.62		0.692			
7- أعرف كيف يتم صناعة الرسالة وفقاً لطبيعة الجمهور المستهدف.	0.63		0.739			
8- أستطيع تقييم مضمون الوسائل وفقاً لمعايير متنوعة (مثلاً دقة المعلومات ومقارنتها).	0.44			0.371		
9- أدرك تأثيرات الوسائل (مثل التأثير على سلوك الشراء، التأثيرات غير المرغوبة مثل الإدمان).	0.43	0.532				
10- أعرف المسموح لى والممنوع عمله عند تعاملى مع وسائل الإعلام (مثل حقوق الطبع، تحميل مواد بشكل غير قانونى).	0.51	0.638				
11- أستطيع ابتكار مضمون للوسائل (مثل كتابة مقالة، تصوير صورة أو فيديو).	0.51		0.688			
12- أستطيع تقديم مضامين باستخدام الوسائل (مثل نشر مضمون عبر قناة ملانمة مثل اليوتيوب).	0.61		0.754			
13- أستطيع المشاركة فى المناقشات العامة عبر الوسائل (مثل مواقع التواصل الاجتماعى).	0.50			0.511		
14- ألتزم بالأخلاقيات أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعى (الاستئذات قبل نشر الصور الشخصية، عدم استخدام الفاظ سيئة أو جارحة).	0.67				0.803	
الجذر الكامن		1.735	1.636	1.548	1.531	1.263
نسبة التفسير		12.394	11.688	11.056	10.934	9.024
معامل $KMO = 0.760$ ، χ^2 (بارتليت) = 593.361، درجة حرية = 91، مستوى المعنوية = 0.000						
معامل ألفا كرونباخ = 0.711						

بلغت قيمة معامل $KMO = 0.760$ ، وكانت قيمة χ^2 بارتليت = 593.361

ودالة إحصائياً، مما يشير إلى إمكانية تطبيق التحليل العاملي على هذا المقياس في عينة هذه الدراسة، وتشير قيم التباين المشترك الواردة في الجدول إلى أن جميع عبارات المقياس قد زادت قيمتها عن (0.30)، بينما توضح تشبعت (تحميل) عبارات المقياس على العوامل الخمس المستخلصة قد زادت عن قيمة (0.371).

مما يشير إلى صلاحية العبارات المكونة لهذا المقياس ويؤكد صدق المقياس وقابليته للتطبيق، ولا توجد أي عبارة منفردة على عامل مستقل.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

تم التعامل إحصائياً مع بيانات الدراسة من خلال برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" SPSS واستخدام بعض المعاملات الإحصائية وتمثل في:

- 1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- 2- الأوزان المئوية.
- 3- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- 4- T-Test.
- 5- تحليل التباين ANOVA والاختبارات البعدية Post Hoc Test بطريقة أقل فرق معنوي (LSD).
- 6- معامل ارتباط بيرسون.
- 7- التحليل العاملي Factor Analysis.

رابعاً: نتائج الدراسة:

وفيما يلي يتم عرض نتائج الدراسة الكمية أولاً، ثم نتائج الدراسة الكيفية.

استخدام المبحوثين لوسائل الاتصال:

جدول رقم (8)

مدى استخدام المبحوثين لوسائل الاتصال

وسائل الاتصال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المئوي
مواقع التواصل الاجتماعي	2.69	0.60	89.72
القنوات التلفزيونية	2.45	0.68	81.76
مواقع الصحف الإلكترونية	1.91	0.86	63.61
الراديو	1.73	0.84	57.78
الصحف الورقية	1.54	0.90	51.30

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

- شغلت مواقع التواصل الاجتماعي مقدمة الوسائل التي يستخدمها المبحوثون، وذلك بمتوسط حسابي قدره (2.69)، حيث ترتفع نسبة استخدام الشباب للإنترنت بتطبيقاتها المختلفة بصفة عامة، كما تشير العديد من الأبحاث والدراسات السابقة،

- ويرتفع استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي خاصة في ضوء إمكانية استخدام هذه المواقع على الأجهزة المختلفة، مثل التليفون المحمول واللاب توب.
- شغلت القنوات التليفزيونية المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره (2.45)، حيث يشاهد المبحوثون بعض القنوات، وذلك نظراً لتنوع القنوات والمضامين التي تعرضها، وفقاً لظروف المبحوثين وطبيعة تقسيمهم للوقت في استخدام وسائل الاتصال.
 - وشغلت مواقع الصحف الإلكترونية المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره (1.91)، حيث يدرس الطلاب في الفرقة الثالثة بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة القاهرة مقرر الصحافة الإلكترونية، ويدرسه بعض الطلاب في إطار بعض المقررات الصحفية، مثل قسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعة المنيا، ولذلك يتابعون هذه المواقع.
 - وشغل الراديو المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي قدره (1.73)، وشغلت الصحف الورقية المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي قدره (1.54)، مما يشير إلى متابعة المبحوثين لهذه الوسائل، ولكن بنسب قليلة، حيث يتصدر الاستخدام مواقع التواصل.
 - تتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج العديد من الدراسات السابقة التي تؤكد ارتفاع نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، كما أشارت دراسة بسنت أحمد (2018)⁽⁵³⁾ حيث بلغت نسبة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يومياً 72% على مستوى العينة ككل وكانت أقل نسبة استخدام يوم واحد أسبوعياً بنسبة (2%) فقط على مستوى العينة ككل وبلغت نسبة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاث ساعات (65.2%) على مستوى العينة ككل، ودراسة هشام سعيد (2015)⁽⁵⁴⁾ حيث حصلت فئة "سبعة أيام" على المركز الأول من عدد الأيام التي يقوم فيها المبحوثون من الأبناء باستخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة (46.7%) فيما جاءت فئة "يوم" في المركز الأخير بنسبة (1.4%)، وحصلت فئة "3 ساعات" على المركز الأول من حيث عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون من الأبناء على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يومياً بنسبة (31%)، فيما جاءت فئة "أقل من ساعة" وفئة "أكثر من 5 ساعات في المركز الأخير بنفس النسبة (1.9%).
 - كما تتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة Sara Pereira and Pedro Moura (2019)⁽⁵⁵⁾ والتي أجريت على عينة من الشباب البرتغالي، حيث ذكر أكثر من 90% أنهم يستخدمون الكمبيوتر والإنترنت إما "دائماً" أو "مرات عديدة"، وذكر (77%) منهم أنهم غالباً ما يستخدمون التليفزيون، وذكر المبحوثون أن الاستخدامات الأقل تكراراً وكان استخدامها "نادراً" أو "للا" للوسائل الأكثر تقليدية مثل الصحف (57%)، والمجلات (49%)، والراديو (46%).

وسائل الاتصال التي يستخدمها المبحوثون:

جدول رقم (9)

وسائل الاتصال التي يستخدمها المبحوثون

مواقع الصحف الإلكترونية			مواقع التواصل الاجتماعي			القنوات التلفزيونية			الراديو			الصحف الورقية		
%	ك	الموقع	%	ك	الموقع	%	ك	القناة	%	ك	الموجه	%	ك	الصحيفة
77.8	267	اليوم السابع	95.3	343	الفيسبوك	82.2	295	MBC	81.1	274	نجوم إف إم	62.8	201	الأهرام
52.5	180	الأهرام	55.0	198	انستجرام	76.9	276	CBC	39.1	132	شعبي إف إم	54.1	173	الأخبار
34.4	118	الأخبار	33.1	119	تويتر	49.3	177	DMC	37.6	127	الشباب والرياضة	46.9	150	المصرى اليوم
3.2	11	المصرى اليوم	12.8	46	واتس أب	3.6	13	On sport	3.3	11	إذاعة القرآن الكريم	6.3	20	اليوم السابع
0.6	2	الوطن	2.8	10	يوتيوب	2.2	8	النهار	3.3	11	رانيو 909	2.2	7	الجمهورية
0.6	2	الوفد	0.3	1	شباب شات	1.1	4	الحياة	0.6	2	ميجا إف إم	0.6	2	الوفد
0.6	2	يلاكرة				1.1	4	OnTv	0.6	2	نغم إف إم	0.6	2	المصريون
0.3	1	NewYorkTimes				0.8	3	BBC	0.3	1	Energy FM	0.3	1	الوطن
0.3	1	المواطن				0.6	2	France24	0.3	1	البرنامج العلم	0.3	1	الفجر
0.3	1	المصريون				0.6	2	CNN	0.3	1	رانيو مصر			
0.3	1	الجمهورية				0.6	2	الجزيرة	0.3	1	إذاعة الأغني			
0.3	1	الفجر				0.3	1	NileSport	0.3	1	Nile FM			
						0.3	1	DW	0.3	1	أم كلثوم			
						0.3	1	BBCعربي	0.3	1	الفن			
						0.3	1	تيلونال جيورفيك						
						0.3	1	لبي ون						
						0.3	1	رويتا قديم						
						0.3	1	القاهرة والناس						
343	ن		360	ن		359	ن		338	ن		320	ن	

تم سؤال المبحوثين عن وسائل الإعلام التي يتعرضون لها وتظهر بيانات الجدول السابق هذه الوسائل.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج الدراسات السابقة مثل دراسة بسنت أحمد (2018) (56) فقد احتل الفيسبوك الموقع الأول بين مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب بوزن مرجح (28.3%)، ودراسة هشام سعيد (2015) (57) حيث جاء الفيسبوك في المركز الأول من حيث استخدامه من قبل المبحوثين الأبناء بعدد نقاط 822.

الفروق بين الكلية واستخدام وسائل الاتصال:

جدول رقم (10)

تحليل التباين لدراسة الفروق بين الكلية واستخدام وسائل الاتصال

استخدام وسائل الاتصال	الكلية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ف	درجتا الحرية	مستوى المعنوية
الصحف الورقية	نوعية القاهرة	120	3.62	1.97	14.500	2 357	0.000
	نوعية المنوفية	120	4.98	2.25			
	نوعية المنيا	120	3.88	2.04			

			2.17	4.16	360	المجموع	
0.001	2 357	7.690	2.65	5.68	120	نوعية القاهرة	الراديو
			2.20	5.88	120	نوعية المنوفية	
			2.86	4.66	120	نوعية المنيا	
			2.63	5.41	360	المجموع	
0.000	2 357	9.824	2.73	8.68	120	نوعية القاهرة	التلفزيون
			2.17	7.66	120	نوعية المنوفية	
			2.27	8.97	120	نوعية المنيا	
			2.46	8.43	360	المجموع	
0.000	2 357	34.739	1.86	10.87	120	نوعية القاهرة	مواقع التواصل الاجتماعي
			2.41	8.70	120	نوعية المنوفية	
			2.03	10.38	120	نوعية المنيا	
			2.30	9.98	360	المجموع	
0.009	2 357	4.776	2.59	5.53	120	نوعية القاهرة	الصحف الإلكترونية
			2.64	6.62	120	نوعية المنوفية	
			2.91	6.04	120	نوعية المنيا	
			2.75	6.06	360	المجموع	

يتضح من بيانات الجدول السابق أن اختبار تحليل التباين ANOVA أثبت وجود فروق في المتوسطات الحسابية بين الكلية واستخدام وسائل الاتصال كالتالى:

- وجود فروق في المتوسطات الحسابية للكلية واستخدام الصحف الورقية، حيث بلغت قيمة معامل التباين (14.500)، وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.000)، ودرجتى حرية (2، 357).

- وجود فروق في المتوسطات الحسابية للكلية واستخدام الراديو، حيث بلغت قيمة معامل التباين (7.690)، وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.001)، ودرجتى حرية (2، 357).

- وجود فروق في المتوسطات الحسابية للكلية واستخدام التلفزيون، حيث بلغت قيمة معامل التباين (9.824) وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.000)، ودرجتى حرية (2، 357).

- وجود فروق في المتوسطات الحسابية للكلية واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة معامل التباين (34.739) وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.000)، ودرجتى حرية (2، 357).

- وجود فروق في المتوسطات الحسابية للكلية واستخدام الصحف الإلكترونية، حيث بلغت قيمة معامل التباين (4.776) وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.009)، ودرجتى حرية (2، 357).

ولمعرفة مصدر التباين بين الكليات المدروسة تم إجراء اختبارات بعدية بطريقة أقل فرق معنوى LSD والتي تظهر نتائجها فى الجدول التالى:

مصدر التباين للفروق بين الكليات واستخدام وسائل الاتصال:

جدول رقم (11)

مصدر التباين للفروق بين الكليات واستخدام وسائل الاتصال

استخدام الوسائل	المجموعة الأولى	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	مستوى المعنوية
الصحف الورقية	نوعية القاهرة	نوعية المنوفية	1.37	0.000
	نوعية المنوفية	نوعية المنيا	0.26	0.339
	نوعية القاهرة	نوعية المنيا	1.11	0.000
الراديو	نوعية القاهرة	نوعية المنوفية	0.19	0.566
	نوعية المنوفية	نوعية المنيا	1.03	0.002
	نوعية القاهرة	نوعية المنيا	1.22	0.000
التليفزيون	نوعية القاهرة	نوعية المنوفية	1.02	0.001
	نوعية المنوفية	نوعية المنيا	0.29	0.347
	نوعية القاهرة	نوعية المنيا	1.31	0.000
مواقع التواصل الاجتماعي	نوعية القاهرة	نوعية المنوفية	2.17	0.000
	نوعية المنوفية	نوعية المنيا	0.49	0.072
	نوعية القاهرة	نوعية المنيا	1.68	0.000
الصحف الإلكترونية	نوعية القاهرة	نوعية المنوفية	1.08	0.002
	نوعية المنوفية	نوعية المنيا	0.51	0.148
	نوعية القاهرة	نوعية المنيا	0.58	0.102

باستخدام الاختبارات البعدية ظهر فروق دالة إحصائياً بين كل من المجموعتين الآتيتين:

أولاً: استخدام الصحف الورقية:

- مجموعة كلية التربية النوعية جامعة القاهرة مع كلية التربية النوعية جامعة المنيا، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.000) وهذا الفرق لصالح المجموعة الثانية، حيث كان متوسطها (4.98)، بينما كان (3.62) للمجموعة الأولى.
- مجموعة كلية التربية النوعية جامعة المنوفية مع مجموعة نوعية المنيا، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.000) وهذا الفرق لصالح المجموعة الأولى، حيث كان متوسطها (4.98)، بينما كان (3.88) للمجموعة الثانية.

ثانياً: استخدام الراديو:

- مجموعة كلية التربية النوعية جامعة القاهرة مع مجموعة كلية التربية النوعية جامعة المنيا، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.002)، وهذا الفرق لصالح المجموعة الأولى، حيث كان متوسطها (5.68)، بينما كان (4.66) للمجموعة الثانية.
- مجموعة كلية التربية النوعية جامعة المنوفية مع مجموعة كلية التربية النوعية جامعة المنيا، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.000)، وهذا الفرق لصالح المجموعة الأولى، حيث كان متوسطها (5.88)، بينما كان (4.66) للمجموعة الثانية.

ثالثاً: استخدام التليفزيون:

- مجموعة كلية التربية النوعية جامعة القاهرة مع مجموعة كلية التربية النوعية جامعة المنوفية، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.001)، وهذا الفرق لصالح المجموعة الأولى، حيث كان متوسطها (8.68)، بينما كان (7.66) للمجموعة الثانية.
- مجموعة كلية التربية النوعية جامعة المنوفية مع مجموعة كلية التربية النوعية جامعة المنيا، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.000)، وهذا الفرق لصالح المجموعة الثانية، حيث كان متوسطها (8.97)، بينما كان (7.66) للمجموعة الأولى.

رابعاً: مواقع التواصل الاجتماعي:

- مجموعة كلية التربية النوعية جامعة القاهرة مع مجموعة كلية التربية النوعية جامعة المنوفية، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.000)، وهذا الفرق لصالح المجموعة الأولى، حيث كان متوسطها (10.87)، بينما كان (8.70) للمجموعة الثانية.
- مجموعة كلية التربية النوعية جامعة المنوفية مع مجموعة كلية التربية النوعية جامعة المنيا، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.000)، وهذا الفرق لصالح المجموعة الثانية، حيث كان متوسطها (10.38)، بينما كان (8.70) للمجموعة الأولى.

خامساً: الصحف الإلكترونية:

- مجموعة كلية التربية النوعية جامعة القاهرة مع مجموعة كلية التربية النوعية جامعة المنوفية، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.002)، وهذا الفرق لصالح المجموعة الثانية، حيث كان متوسطها (6.62)، بينما كان (5.53) للمجموعة الأولى.
- بينما أظهرت الاختبارات البعدية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين باقى المجموعات.
- حظيت نوعية المنوفية على أعلى متوسط حسابى فى استخدام الصحف الورقية وقدره (4.98)، وقد يرجع ذلك لاعتياد المبحوثين على قراءة الجرائد أو استخدام الآباء لها ما يتيح لهم استخدامها، كما حظيت نوعية المنوفية على أعلى متوسط حسابى فى استخدام الراديو وقدره (5.88)، وقد يرجع ذلك لاعتياد المبحوثين على استخدامه، حظيت نوعية المنيا على أعلى متوسط حسابى فى استخدام التليفزيون وقدره (8.97)، وقد يرجع ذلك لاعتيادهم على مشاهدته، وحظيت نوعية القاهرة على أعلى متوسط حسابى فى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وقدره (10.87)، وقد يرجع ذلك لاختلاف البيئات حيث القاهرة أكثر انفتاحاً، أو قد يرجع لإرتفاع مستوى التواصل الشخصى بين الطلاب والأصدقاء فى محافظتى المنوفية والمنيا، وحظيت نوعية المنوفية على أعلى متوسط حسابى فى استخدام الصحف الإلكترونية وقدره (6.62)، وقد يرجع ذلك إلى ارتباط الطلاب بالإطلاع على الصحف بنوعيتها سواء كانت ورقية أو إلكترونية.

الفروق بين النوع واستخدام وسائل الاتصال:

جدول رقم (12)

اختبار "ت" لدراسة الفروق بين الذكور والإناث في استخدام وسائل الاتصال

استخدام وسائل الاتصال	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
الصحف الورقية	ذكر	115	4.48	2.46	1.927	358	0.055
	أنثى	245	4.01	2.00			
الراديو	ذكر	115	4.83	2.55	2.891	358	0.004
	أنثى	245	5.68	2.63			
التلفزيون	ذكر	115	7.89	2.35	2.919	358	0.004
	أنثى	245	8.69	2.47			
مواقع التواصل الاجتماعي	ذكر	115	9.33	2.45	3.738	358	0.000
	أنثى	245	10.29	2.17			
الصحف الإلكترونية	ذكر	115	6.64	2.57	2.770	358	0.006
	أنثى	245	5.79	2.79			

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن استخدام اختبار "ت" T-Test أظهر وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث.

- باستخدام اختبار "ت" T-Test تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في متوسط استخدامهم للصحف الورقية، حيث بلغت قيمة "ت" (1.927) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.055) ودرجة حرية (358)، وجاء المتوسط الحسابي للذكور أكبر من المتوسط الحسابي للإناث (4.48 مقابل 4.01)، وبلغت قيمة الانحراف المعياري للذكور (2.46) وللإناث (2.00).

- باستخدام اختبار "ت" T-Test تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في متوسط استخدامهم للراديو، حيث بلغت قيمة "ت" (2.891) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.004) ودرجة حرية (358)، وجاء المتوسط الحسابي للإناث أكبر من المتوسط الحسابي للذكور (5.68 مقابل 4.83)، وبلغت قيمة الانحراف المعياري للإناث (2.63) وللذكور (2.55).

- باستخدام اختبار "ت" T-Test تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في متوسط استخدامهم للتلفزيون، حيث بلغت قيمة "ت" (2.919) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.004) ودرجة حرية (358)، وجاء المتوسط الحسابي للإناث أكبر من المتوسط الحسابي للذكور (8.69 مقابل 7.89)، وبلغت قيمة الانحراف المعياري للإناث (2.47) وللذكور (2.35).

- باستخدام اختبار "ت" T-Test تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في متوسط استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة "ت" (3.738) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية

(0.000) ودرجة حرية (358)، وجاء المتوسط الحسابى للإناث أكبر من المتوسط الحسابى للذكور (10.29 مقابل 9.33)، وبلغت قيمة الإنحراف المعياري للإناث (2.17) وللذكور (2.45).

- باستخدام اختبار "ت" T-Test تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فى متوسط استخدامهم للصحف الإلكترونية، حيث بلغت قيمة "ت" (2.770) وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.006) ودرجة حرية (358)، وجاء المتوسط الحسابى للذكور أكبر من المتوسط الحسابى للإناث (6.64 مقابل 5.79)، وبلغت قيمة الإنحراف المعياري للذكور (2.57) وللإناث (2.79).

- حظيت الإناث بأعلى متوسط حسابى فى استخدام الراديو وقدره (5.68)، وعلى أعلى متوسط حسابى فى استخدام التلفزيون وقدره (8.69) وعلى أعلى متوسط حسابى فى استخدام مواقع التواصل الاجتماعى وقدره (10.29)، وقد يرجع ذلك إلى بقاء الإناث لفترات أطول فى المنزل مما يمكنهن من استخدام هذه الوسائل، وبصفة خاصة بالنسبة للإناث فى محافظاتى المنوفية والمنيا، فقد تختلف طبيعة الحياة فى هذه المحافظات عن القاهرة.

- وحظى الذكور بأعلى متوسط حسابى فى استخدام الصحف الورقية بمتوسط قدره (4.48)، واستخدام مواقع الصحف الإلكترونية بمتوسط قدره (6.64)، وقد يرجع ذلك إلى إمكانية الإطلاع على هذه المواقع عبر الوسائل التكنولوجية فى أى مكان.

العلاقة بين العمر واستخدام وسائل الاتصال:

جدول رقم (13)

العلاقة بين العمر واستخدام وسائل الاتصال

العمر		العمر استخدام وسائل الاتصال
Sig (2-tailed)	Pearson Correlation	
0.283	0.057	الصحف الورقية ن 360
0.940	0.004	الراديو ن 360
0.088	0.090	التلفزيون ن 360
0.180	0.071	مواقع التواصل الاجتماعى ن 360
0.932	0.005	مواقع الصحف الإلكترونية ن 360

- باستخدام معامل ارتباط بيرسون تبين عدم وجود ارتباط دال إحصائياً بين العمر واستخدام الصحف الورقية، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.283)، فى حين بلغ معامل الارتباط (0.057).

- وباستخدام معامل ارتباط بيرسون تبين عدم وجود ارتباط دال إحصائياً بين العمر واستخدام الراديو، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.940)، فى حين بلغ معامل الارتباط (0.004).
- وباستخدام معامل ارتباط بيرسون تبين عدم وجود ارتباط دال إحصائياً بين العمر واستخدام التلفزيون، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.088)، فى حين بلغ معامل الارتباط (0.090).
- وباستخدام معامل ارتباط بيرسون تبين عدم وجود ارتباط دال إحصائياً بين العمر واستخدام مواقع التواصل الاجتماعى، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.180)، فى حين بلغ معامل الارتباط (0.071).
- وباستخدام معامل ارتباط بيرسون تبين عدم وجود ارتباط دال إحصائياً بين العمر واستخدام الصحف الإلكترونية، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.932)، فى حين بلغ معامل الارتباط (0.005).
- ويرجع ذلك إلى تقارب عمر أفراد عينة الدراسة والتي شملت طلاب الفرقتين الثالثة والرابعة بكليات التربية النوعية بجامعة القاهرة والمنوفية والمنيا، ولم تشمل عينة الدراسة مراحل عمرية متنوعة لذلك يتشابه استخدام وسائل الاتصال إلى حد ما بين المبحوثين.

ثانياً: نتائج اختبارات الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام وسائل الاتصال ومستوى الاستهلاك الناقد لهذه الوسائل.

جدول رقم (14)

العلاقة بين استخدام وسائل الاتصال ومستوى الاستهلاك الناقد لهذه الوسائل

مستوى الاستهلاك الناقد		مستوى الاستهلاك الناقد
Sig (2-tailed)	Pearson Correlation	
0.010	0.14	استخدام وسائل الاتصال الصحف الورقية ن
	360	
0.360	0.05	الراديو ن
	360	
0.010	0.14	التلفزيون ن
	360	
0.000	0.26	مواقع التواصل الاجتماعى ن
	360	
0.630	0.03	مواقع الصحف الإلكترونية ن
	360	

- باستخدام معامل ارتباط بيرسون تبين وجود ارتباط دال إحصائياً بين استخدام

- الصحف الورقية ومستوى الاستهلاك الناقد، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.010)، وبلغ معامل الارتباط (0.14).
- باستخدام معامل ارتباط بيرسون تبين وجود ارتباط غير دال إحصائياً بين استخدام الراديو ومستوى الاستهلاك الناقد، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.360)، وبلغ معامل الارتباط (0.05).
- باستخدام معامل ارتباط بيرسون تبين وجود ارتباط دال إحصائياً بين استخدام التلفزيون ومستوى الاستهلاك الناقد، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.010)، وبلغ معامل الارتباط (0.14).
- باستخدام معامل ارتباط بيرسون تبين وجود ارتباط دال إحصائياً بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستهلاك الناقد، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.000)، وبلغ معامل الارتباط (0.26).
- باستخدام معامل ارتباط بيرسون تبين وجود ارتباط غير دال إحصائياً بين استخدام مواقع الصحف الإلكترونية ومستوى الاستهلاك الناقد، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.630)، وبلغ معامل الارتباط (0.03).
- وبذلك تثبت صحة الفرض جزئياً، حيث توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام الصحف الورقية والتلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي والاستهلاك الناقد، في حين لم تثبت وجود علاقة بين استخدام الراديو واستخدام مواقع الصحف الإلكترونية والاستهلاك الناقد.
- ويتيح الاستهلاك الناقد للوسائل تكوين رؤية نقدية، حيث تعد مهارة التفكير الناقد أحد المهارات الأساسية للتربية الإعلامية.
- الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام وسائل الاتصال ومعرفة الطالب بمجال تخصصه.

جدول رقم (15)

العلاقة بين استخدام وسائل الاتصال ومعرفة الطالب بمجال تخصصه

معرفة الطالب بمجال تخصصه		معرفة الطالب بمجال تخصصه
Sig (2-tailed)	Pearson Correlation	
0.038	0.11	استخدام وسائل الاتصال الصحف الورقية ن
	360	
0.203	0.07	الراديو ن
	360	
0.000	0.29	التلفزيون ن
	360	
0.000	0.26	مواقع التواصل الاجتماعي ن
	360	
0.993	0.00	مواقع الصحف الإلكترونية ن
	360	

- باستخدام معامل ارتباط بيرسون تبين وجود ارتباط دال إحصائياً بين استخدام الصحف الورقية ومستوى معرفة الطالب بمجال تخصصه، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.038)، وبلغ معامل الارتباط (0.11).
 - باستخدام معامل ارتباط بيرسون تبين وجود ارتباط غير دال إحصائياً بين استخدام الراديو ومستوى معرفة الطالب بمجال تخصصه، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.203)، وبلغ معامل الارتباط (0.07).
 - باستخدام معامل ارتباط بيرسون تبين وجود ارتباط دال إحصائياً بين استخدام التلفزيون ومستوى معرفة الطالب بمجال تخصصه، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.000)، وبلغ معامل الارتباط (0.29).
 - باستخدام معامل ارتباط بيرسون تبين وجود ارتباط دال إحصائياً بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى معرفة الطالب بمجال تخصصه، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.000)، وبلغ معامل الارتباط (0.26).
 - باستخدام معامل ارتباط بيرسون تبين وجود ارتباط غير دال إحصائياً بين استخدام الصحف الإلكترونية ومستوى معرفة الطالب بمجال تخصصه، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.993)، وبلغ معامل الارتباط (0.00).
 - وبذلك تثبت صحة الفرض جزئياً، حيث توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام الصحف الورقية والتلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي ومستوى معرفة الطالب بمجال تخصصه، في حين لم يثبت وجود علاقة بين استخدام الراديو واستخدام مواقع الصحف الإلكترونية ومعرفة الطالب بمجال تخصصه.
 - وقد يرجع ذلك إلى قضاء الباحثين لفترة أطول مع هذه الوسائل وكثافة استخدام بعضها، خاصة مواقع التواصل الاجتماعي والقنوات التلفزيونية، مما يتيح للباحثين الفرصة للتعرف على العديد من الأبعاد المرتبطة بمجال تخصص الإعلام بصفة عامة، في حين قد لا يستخدم الراديو ومواقع الصحف الإلكترونية، أو أن الاستماع للراديو أثناء إنجاز الكثير من الأعمال والتصفح السريع لمواقع الصحف قد لا يتيح هذه الفرصة.
- الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام وسائل الاتصال ومستوى المهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية.

جدول رقم (16)

العلاقة بين استخدام وسائل الاتصال ومستوى المهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية

المهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية		المهارات الشخصية استخدام وسائل الاتصال
Sig (2-tailed)	Pearson Correlation	
0.000	0.21	الصحف الورقية
	360	ن
0.435	0.04	الراديو
	360	ن
0.002	0.16	التلفزيون
	360	ن
0.000	0.34	مواقع التواصل الاجتماعي
	360	ن
0.715	0.02	مواقع الصحف الإلكترونية
	360	ن

- باستخدام معامل ارتباط بيرسون تبين وجود ارتباط دال إحصائياً بين استخدام الصحف الورقية ومستوى المهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.000)، وبلغ معامل الارتباط (0.21).
- باستخدام معامل ارتباط بيرسون تبين وجود ارتباط غير دال إحصائياً بين استخدام الراديو ومستوى المهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.435)، وبلغ معامل الارتباط (0.04).
- باستخدام معامل ارتباط بيرسون تبين وجود ارتباط دال إحصائياً بين استخدام التلفزيون ومستوى المهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.002)، وبلغ معامل الارتباط (0.16).
- باستخدام معامل ارتباط بيرسون تبين وجود ارتباط دال إحصائياً بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى المهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.000)، وبلغ معامل الارتباط (0.34).
- باستخدام معامل ارتباط بيرسون تبين وجود ارتباط غير دال إحصائياً بين استخدام الصحف الإلكترونية ومستوى المهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.715)، وبلغ معامل الارتباط (0.02).
- وبذلك تثبت صحة الفرض جزئياً، حيث توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام الصحف الورقية والتلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي ومستوى المهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية، في حين لم يثبت وجود علاقة بين استخدام الراديو واستخدام مواقع الصحف الإلكترونية ومستوى المهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية.
- وقد يرجع ذلك لأن كثافة استخدام بعض الوسائل خاصة مواقع التواصل الاجتماعي والتلفزيون تتيح الفرصة لإتقان بعض المهارات الشخصية في مجال التعامل مع هذه الوسائل.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الاستهلاك الناقد ومعرفة الطالب بمجال تخصصه.

جدول رقم (17)

العلاقة بين الاستهلاك الناقد ومعرفة الطالب بمجال تخصصه

معرفة الطالب بمجال تخصصه		معرفة الطالب بمجال تخصصه الاستهلاك الناقد
Sig (2-tailed)	Pearson Correlation	
0.000	0.48	
	360	ن

- باستخدام معامل ارتباط بيرسون تبين وجود ارتباط دال إحصائياً بين الاستهلاك الناقد ومعرفة الطالب بمجال تخصصه، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.000)، وبلغ معامل الارتباط (0.48).

وبذلك تثبت صحة الفرض، فقد يتيح معرفة الطالب ببعض الأبعاد في مجال تخصصه تكوين رؤية نقدية عند استخدامه لوسائل الاتصال بصفة عامة سواء التقليدية أو الجديدة، وذلك من خلال ما يتلقاه أثناء المحاضرات، حيث تعد مهارة التفكير الناقد إحدى المهارات الأساسية للتربية الإعلامية.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين الاستهلاك الناقد والمهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية.

جدول رقم (18)

العلاقة بين الاستهلاك الناقد والمهارات الشخصية في التربية الإعلامية

المهارات الشخصية في التربية الإعلامية		المهارات الشخصية الاستهلاك الناقد
Sig (2-tailed)	Pearson Correlation	
0.000	0.66	
	360	ن

- باستخدام معامل ارتباط بيرسون تبين وجود ارتباط دال إحصائياً بين الاستهلاك الناقد والمهارات الشخصية في التربية الإعلامية، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.000)، وبلغ معامل الارتباط (0.66).

وبذلك تثبت صحة الفرض، حيث توجد علاقة بين المهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية، والتي تعد مهارة التفكير الناقد إحدى هذه المهارات مما ينعكس على طبيعة استهلاك هذه الوسائل.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معرفة الطالب بمجال تخصصه والمهارات الشخصية في التربية الإعلامية.

جدول رقم (19)

العلاقة بين معرفة الطالب بمجال تخصصه والمهارات الشخصية فى التربية الإعلامية

المهارات الشخصية		معرفة الطالب بمجال تخصصه
Sig (2-tailed)	Pearson Correlation	
0.000	0.54	
	360	ن

- باستخدام معامل ارتباط بيرسون تبين وجود ارتباط دال إحصائياً بين معرفة الطالب بمجال تخصصه والمهارات الشخصية فى التربية الإعلامية، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.000)، وبلغ معامل الارتباط (0.54).
وبذلك تثبت صحة الفرض، لأن معرفة الطالب بمجال التخصص قد تنمى لديه الكثير من مهارات التربية الإعلامية.
الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات (الكلية – النوع – العمر – الفرقة الدراسية) ومستوى الاستهلاك الناقد لوسائل الاتصال.
الفروق بين الكلية والاستهلاك الناقد لوسائل الاتصال:

جدول رقم (20)

تحليل التباين لدراسة الفروق بين الكلية والاستهلاك الناقد

الكلية	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	قيمة (ف)	درجتنا الحرية	مستوى المعنوية
نوعية القاهرة	120	2.37	0.38	32.278	2 357	0.000
نوعية المنوفية	120	1.95	0.52			
نوعية المنيا	120	2.30	0.39			
المجموع	360	2.21	0.47			

- يتضح من بيانات الجدول السابق أن اختبار تحليل التباين ANOVA أثبت وجود فروق فى المتوسطات الحسابية بين الكلية والاستهلاك الناقد لوسائل الاتصال، حيث بلغت قيمة معامل التباين (32.278) وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.000) ودرجتى حرية (2، 357).
- ولمعرفة مصدر التباين بين الكليات المدروسة تم إجراء اختبارات بعدية بطريقة أقل فرق معنوى LSD، والتي تظهر نتائجها فى الجدول التالى:
مصدر التباين بين الكليات ومستوى الاستهلاك الناقد لوسائل الاتصال:

جدول رقم (21)

مصدر التباين للفروق بين الكليات والاستهلاك الناقد

المجموعة الأولى	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	مستوى المعنوية
نوعية القاهرة	نوعية المنوفية	0.42	0.000
نوعية القاهرة	نوعية المنيا	0.07	0.192
نوعية المنوفية	نوعية المنيا	0.35	0.000

باستخدام الاختبارات البعدية ظهر فروق دالة إحصائياً بين كل من المجموعتين الآتيتين:

- مجموعة كلية التربية النوعية جامعة القاهرة مع كلية التربية النوعية جامعة المنوفية، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.000)، وهذا الفرق لصالح المجموعة الأولى حيث كان متوسطها (2.37)، بينما كان (1.95) للمجموعة الثانية.
- مجموعة كلية التربية النوعية جامعة المنوفية مع كلية التربية النوعية جامعة المنيا، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.000)، وهذا الفرق لصالح المجموعة الثانية حيث كان متوسطها (2.30)، بينما كان (1.95) للمجموعة الأولى.
- بينما أظهرت الاختبارات البعدية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين باقى المجموعات.
- حظيت كلية التربية النوعية جامعة القاهرة على أعلى متوسط حسابى وقدره (2.37)، وقد يرجع ذلك إلى أنه بالرغم من عدم وجود مقرر مستقل عن التربية الإعلامية، إلا أنه قد تجرى بعض المناقشات التي تتناول الاستهلاك الناقد لوسائل الإعلام ضمن المقررات التي يجرى تدريسها، مما ينمى هذه المهارة لدى الطلاب.

الفروق بين النوع ومستوى الاستهلاك الناقد لوسائل الاتصال:

جدول رقم (22)

اختبار "ت" لدراسة الفروق بين الذكور والإناث فى الاستهلاك الناقد

النوع	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
ذكر	115	2.14	0.51			
أنثى	245	2.24	0.45			

- تشير بيانات الجدول السابق إلى أن استخدام اختبار "ت" T-Test أظهر وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فى متوسط الاستهلاك الناقد لوسائل الاتصال، حيث بلغت قيمة "ت" (1.988) وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.048) ودرجة حرية (358)، وجاء المتوسط الحسابى للإناث أكبر من المتوسط الحسابى للذكور (2.24 مقابل 2.14) وبلغت قيمة الانحراف المعيارى للإناث (0.45) وللذكور (0.51).

- قد يرجع ذلك إلى الفروق بين الإناث والذكور فى استخدام وسائل الاتصال – كما أثبتته نتائج هذه الدراسة – مما يتيح لهن الفرصة لتكوين رؤية ناقدة تجاه المواد والمضامين التي يستخدمونها.

العلاقة بين العمر والاستهلاك الناقد لوسائل الاتصال:

جدول رقم (23)

العلاقة بين العمر والاستهلاك الناقد لوسائل الاتصال

الاستهلاك الناقد لوسائل الاتصال		الاستهلاك الناقد لوسائل الاتصال
Sig (2-tailed)	Pearson Correlation	العمر
0.492	0.036	
	360	ن

- باستخدام معامل ارتباط بيرسون تبين وجود ارتباط غير دال إحصائياً بين العمر والاستهلاك الناقد لوسائل الاتصال، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.492)، وبلغ معامل الارتباط (0.036)، ويرجع ذلك لتقارب العمر بين المبحوثين.

الفروق بين الفرقة الدراسية والاستهلاك الناقد لوسائل الاتصال:

جدول رقم (24)

اختبار "ت" لدراسة الفروق بين الفرقة الثالثة والرابعة فى الاستهلاك الناقد

الفرقة الدراسية	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
الفرقة الثالثة	180	2.24	0.40			
الفرقة الرابعة	180	2.17	0.53			

- تشير بيانات الجدول السابق إلى أن استخدام اختبار "ت" T-Test أظهر وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الفرقة الدراسية ومستوى الاستهلاك الناقد.

- تبين وجود فروق دالة إحصائياً بين الكلية والنوع والاستهلاك الناقد لوسائل الاتصال، فى حين تبين وجود فروق غير دالة إحصائياً بين العمر والفرقة الدراسية والاستهلاك الناقد لوسائل الاتصال، وبذلك تثبت صحة الفرض السابع جزئياً.

الفرض الثامن: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات (الكلية – النوع – العمر – الفرقة الدراسية) ومعرفة الطالب بمجال تخصصه.

الفروق بين الكلية ومعرفة الطالب بمجال تخصصه:

جدول رقم (25)

تحليل التباين لدراسة الفروق بين الكلية ومعرفة الطالب بمجال تخصصه

الكلية	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	قيمة (ف)	درجتا الحرية	مستوى المعنوية
نوعية القاهرة	120	2.43	0.20	17.843	2 357	0.000
نوعية المنوفية	120	2.27	0.25			
نوعية المنيا	120	2.39	0.19			
المجموع	360	2.36	0.22			

- يتضح من بيانات الجدول السابق أن اختبار تحليل التباين ANOVA أثبت وجود فروق فى المتوسطات الحسابية بين الكلية ومعرفة الطالب بمجال تخصصه، حيث بلغت قيمة معامل التباين (17.843) وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.000) ودرجتى حرية (2، 357).

- ولمعرفة مصدر التباين بين الكليات المدروسة تم إجراء اختبارات بعدية بطريقة أقل فرق معنوى LSD والتي تظهر نتائجها فى الجدول التالى:

مصدر التباين بين الكليات ومعرفة الطالب بمجال تخصصه:

جدول رقم (26)

مصدر التباين للفروق بين الكليات ومعرفة الطالب بمجال تخصصه

المجموعة الأولى	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	مستوى المعنوية
نوعية القاهرة	نوعية المنوفية	0.16	0.000
	نوعية المنيا	0.04	0.172
نوعية المنوفية	نوعية المنيا	0.12	0.000

باستخدام الاختبارات البعدية ظهر فروق دالة إحصائياً بين كل من المجموعتين الآتيتين:

- مجموعة كلية التربية النوعية جامعة القاهرة مع كلية التربية النوعية جامعة المنوفية، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.000)، وهذا الفرق لصالح المجموعة الأولى، حيث كان متوسطها (2.43) بينما كان (2.27) للمجموعة الثانية.
 - مجموعة كلية التربية النوعية جامعة المنوفية مع كلية التربية النوعية جامعة المنيا، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.000)، وهذا الفرق لصالح المجموعة الثانية، حيث كان متوسطها (2.39) بينما كان (2.27) للمجموعة الأولى.
 - بينما أظهرت الاختبارات البعدية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين باقى المجموعات.
- الفروق بين النوع ومعرفة الطالب بمجال تخصصه:

جدول رقم (27)

اختبار "ت" لدراسة الفروق بين الذكور والإناث ومعرفة الطالب بمجال تخصصه

النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
ذكر	115	2.29	0.23			
أنثى	245	2.39	0.21			

- تشير بيانات الجدول السابق إلى أن استخدام اختبار "ت" T-Test أظهر وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فى متوسط معرفة الطالب بمجال تخصصه، حيث بلغت قيمة ت (4.386) وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.000) ودرجة حرية (358)، وجاء المتوسط الحسابي للإناث أكبر من المتوسط الحسابي للذكور (2.39 مقابل 2.29)، وبلغت قيمة الانحراف المعياري للإناث (0.21) وللذكور (0.23).

- قد يرجع ذلك إلى قضاء الإناث لفترات أطول فى المذاكرة، نظراً لقضاء فترات أطول فى المنزل، وخاصة فى ظل وجود المبحوثات فى كليات التربية النوعية بالمنوفية والمنيا، وهى مجتمعات تختلف عن طبيعة القاهرة، مما يتيح لهن تكوين معرفة أفضل بمجال التخصص.

العلاقة بين العمر ومعرفة الطالب بمجال تخصصه:

جدول رقم (28)

العلاقة بين العمر ومعرفة الطالب بمجال تخصصه

معرفة الطالب بمجال تخصصه		معرفة الطالب بمجال تخصصه العمر
Sig (2-tailed)	Pearson Correlation	
0.907	0.006	
		ن
		360

- باستخدام معامل ارتباط بيرسون تبين وجود ارتباط غير دال إحصائياً بين العمر ومعرفة الطالب بمجال تخصصه، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.907)، وبلغ معامل الارتباط (0.006)، وذلك نظراً لتقارب العمر بين المبحوثين.

الفروق بين الفرقة الدراسية ومعرفة الطالب بمجال تخصصه:

جدول رقم (29)

اختبار "ت" لدراسة الفروق بين الفرقة الثالثة والرابعة ومعرفة الطالب بمجال تخصصه

الفرقة الدراسية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
الفرقة الثالثة	180	2.37	0.20			
الفرقة الرابعة	180	2.35	0.25			

- تشير بيانات الجدول السابق إلى أن استخدام اختبار "ت" T-Test أظهر وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الفرقة الدراسية ومعرفة الطالب بمجال تخصصه.

- تبين وجود فروق دالة إحصائياً بين الكلية والنوع ومعرفة الطالب بمجال تخصصه، في حين تبين وجود فروق وعلاقة غير دالة إحصائياً بين العمر والفرقة الدراسية ومعرفة الطالب بمجال تخصصه، وبذلك تثبت صحة الفرض الثامن جزئياً.

الفرض التاسع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات (الكلية - النوع - العمر - الفرقة الدراسية) والمهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية.

الفروق بين الكلية والمهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية:

جدول رقم (30)

تحليل التباين لدراسة الفروق بين الكلية والمهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية

الكلية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ف)	درجتنا الحرية	مستوى المعنوية
نوعية القاهرة	120	2.60	0.23	54.200	2 357	0.000
نوعية المنوفية	120	2.25	0.29			
نوعية المنيا	120	2.50	0.28			
المجموع	360	2.45	0.30			

- يتضح من بيانات الجدول السابق أن اختبار تحليل التباين ANOVA أثبت وجود فروق في المتوسطات الحسابية بين الكلية والمهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية، حيث بلغت قيمة معامل التباين (54.200) وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.000) ودرجتي حرية (2، 357).

- ولمعرفة مصدر التباين بين الكليات المدروسة تم إجراء اختبارات بعدية بطريقة أقل فرق معنوى LSD والتي تظهر نتائجها فى الجدول التالى:

مصدر التباين للفروق بين الكليات والمهارات الشخصية فى مجال التربية الإعلامية:

جدول رقم (31)

مصدر التباين للفروق بين الكليات والمهارات الشخصية فى مجال التربية الإعلامية

المجموعة الأولى	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	مستوى المعنوية
نوعية القاهرة	نوعية المنوفية	0.35	0.000
	نوعية المنيا	0.10	0.003
نوعية المنوفية	نوعية المنيا	0.25	0.000

باستخدام الاختبارات البعدية ظهر وجود فروق دالة إحصائياً بين كل من المجموعتين الآتيتين:

- مجموعة كلية التربية النوعية جامعة القاهرة مع كلية التربية النوعية جامعة المنوفية، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.000)، وهذا الفرق لصالح المجموعة الأولى حيث كان متوسطها (2.60)، بينما كان (2.25) للمجموعة الثانية.

- مجموعة كلية التربية النوعية جامعة القاهرة مع مجموعة كلية التربية النوعية جامعة المنيا، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.003)، وهذا الفرق لصالح المجموعة الأولى حيث كان متوسطها (2.60)، بينما كان (2.50) للمجموعة الثانية.

- مجموعة كلية التربية النوعية جامعة المنوفية مع كلية التربية النوعية جامعة المنيا، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.000)، وهذا الفرق لصالح المجموعة الثانية حيث بلغ متوسطها (2.50)، بينما كان (2.25) للمجموعة الأولى.

- حظيت كلية التربية النوعية جامعة القاهرة على أعلى متوسط حسابى وقدره (2.60)، وجاءت كلية التربية النوعية جامعة القاهرة بأعلى متوسط فى الاستهلاك الناقد، لذلك قد توجد علاقة بين الاستهلاك الناقد كأحد مهارات التربية الإعلامية والمهارات الشخصية فى مجال التربية الإعلامية.

الفروق بين النوع والمهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية:

جدول رقم (32)

اختبار "ت" لدراسة الفروق بين الذكور والإناث المهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية

النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
ذكر	115	2.40	0.33			
أنثى	245	2.47	0.29			

- تشير بيانات الجدول السابق إلى أن استخدام اختبار "ت" T-Test أظهر وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في متوسط المهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية، حيث بلغت قيمة ت (2.014) وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.045) ودرجة حرية (358)، وجاء المتوسط الحسابي للإناث أكبر من المتوسط الحسابي للذكور (2.47 مقابل 2.40)، وبلغت قيمة الانحراف المعياري للإناث (0.29) وللذكور (0.33).

- وقد يرجع ذلك إلى وجود فروق دالة إحصائياً بين استخدام الإناث والذكور لبعض وسائل الاتصال، مثل الراديو والتلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي والفروق لصالح الإناث، ووجود فروق بين الإناث والذكور في الاستهلاك الناقد لوسائل الاتصال، والفروق لصالح الإناث - كما أثبتته هذه الدراسة - مما قد يؤثر في وجود فروق في المهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية.

العلاقة بين العمر والمهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية:

جدول رقم (33)

العلاقة بين العمر والمهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية

المهارات الشخصية في التربية الإعلامية		العمر
Sig (2-tailed)	Pearson Correlation	
0.836	0.011	
		ن
		360

- باستخدام معامل ارتباط بيرسون تبين وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين العمر والمهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية، حيث بلغ مستوى المعنوية (0.836)، وبلغ معامل الارتباط (0.011)، وذلك نظراً لتقارب العمر بين المبحوثين.

الفروق بين الفرقة الدراسية والمهارات الشخصية فى مجال التربية الإعلامية:

جدول رقم (34)

اختبار "ت" لدراسة الفروق بين الفرقة الثالثة والرابعة والمهارات الشخصية فى مجال التربية الإعلامية

الفرقة الدراسية	العدد	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
الفرقة الثالثة	180	2.47	0.27			
الفرقة الرابعة	180	2.43	0.33			

- تشير بيانات الجدول السابق إلى أن استخدام اختبار "ت" T-Test أظهر وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الفرقة الدراسية والمهارات الشخصية فى مجال التربية الإعلامية.

- تبين وجود فروق دالة إحصائياً بين الكلية والنوع والمهارات الشخصية فى التربية الإعلامية، فى حين تبين وجود علاقة وفروق غير دالة إحصائياً بين العمر والفرقة الدراسية والمهارات الشخصية فى مجال التربية الإعلامية، وبذلك تثبت صحة الفرض التاسع جزئياً.

النتائج العامة للمجموعة المستهدفة:

المحور الأول: مدى ممارسة مهارات التربية الإعلامية فى التدريب الميدانى:

توجد عدة مهارات أساسية يتم ممارستها تتمثل فى اختيار الرسالة وهى الفكرة الأساسية للأعمال الصحفية أو الإذاعية، وذلك بهدف التأثير فى الجمهور المستهدف (طلاب المدرسة)، واختيار الشكل المناسب لتنفيذ الفكرة، ومرحلة إعداد المادة سواء الصحفية أو الإذاعية، وتوثيق المادة التى حصل عليها الطالب من مصادرها المختلفة، واستخدام المهارات المطلوبة لتنفيذ الأعمال الإعلامية مثل استخدام مهارات الحاسب الآلى متمثلة فى بعض البرامج، مثل برنامج Publisher لإنتاج الأعمال الصحفية، وتوظيف فنون التحرير والإخراج الصحفى وصولاً لإنجاز منتج نهائى، سواء فى الصحافة أو الإذاعة المدرسية.

طبيعة ممارسة هذه المهارات لدى الطالب المعلم:

أشار الباحثون إلى عدم إلمام الطالب المعلم إماماً كاملاً بمهارة الاختيار الواعى للرسالة، والمتمثلة فى الفكرة الأساسية للأعمال الصحفية والإذاعية، وذلك للتأثير فى الجمهور المستهدف (طلاب المدرسة)، وبما يتناسب مع طبيعة هذا الجمهور ومرحلته العمرية، ثم عدم إلمام الطالب إماماً كاملاً باختيار الشكل المناسب لتنفيذ الفكرة، وعدم إلمامه الكامل بمرحلة إعداد المادة سواء الصحفية أو الإذاعية أو المسرحية، وذلك على الرغم من نجاحه فى المواد الدراسية المؤهلة لذلك. ولا يستطيع الطالب المعلم نقل هذه المهارات إلى طلاب المدرسة حتى لو أتقن بعضها، مما يعكس وجود فجوة بين مهارات التربية الإعلامية كجزء نظرى وتطبيق هذه المهارات

بالفعل على أرض الواقع من خلال الممارسة التي يتيحها التدريب الميداني، ويتحكم في ذلك الكثير من العوامل منها: مدى وعي المدارس بمفهوم وأهمية الإعلام التربوي، وبالتالي مدى إتاحة الفرصة للطلاب المعلمين للعمل داخل المدرسة وإمكانية تطبيق هذه المهارات.

تتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج الدراسات السابقة مثل دراسة أشرف رجب (2017) (58) والتي أشارت إلى أن أقل الكفايات امتلاكاً لدى عينة البحث – من أخصائيي الإعلام التربوي – امتلاكاً تاماً هي كفايات التربية الإعلامية بنسبة (59.3%)، ودراسة أسماء بكر الصديق (2014) (59) حيث أظهرت النتائج أن (61.5%) من أفراد عينة الطلاب أفادوا بأن أخصائيي الإعلام التربوي لا يساعدهم على نقد وسائل الإعلام.

طبيعة دور العضو المقيم في التركيز على بعض هذه المهارات مع الطلاب أثناء التدريب الميداني:

وفقاً للوقت المتاح للعضو المقيم يحاول توفير إمكانية تعليم بعض برامج الحاسب الآلي، ويركز على التأكد من صحة المعلومات، وجودة الصور، والتعامل الواعي مع الإنترنت، والاستئذان قبل نشر الصور بما يحقق احترام الخصوصية، والتركيز على الإيجابيات وطرحها بدلاً من تكثيف السلبيات، وحذف النقد غير البناء، واستبعاد المواد العنيفة، والأخلاقيات التي يجب تعزيزها في المواد المقدمة للمراحل العمرية المختلفة.

المحور الثاني: الصعوبات التي تواجه طلاب التدريب الميداني عند تطبيق بعض مفاهيم التربية الإعلامية:

طبيعة الصعوبات التي تواجه الطالب المعلم عند التطبيق:

توجد عدة صعوبات تواجه الطالب المعلم منها ضيق الوقت المتاح نظراً لتأثر الطالب المعلم بفترات الامتحانات وأجازات المدارس، والتدخل غير الواعي من قبل بعض المدارس، وعدم إدراك أهمية النشاط مما يعيق ممارسة هذه المهارات، وصعوبة التواصل مع طلاب المدرسة، ولا يتحقق ذلك إلا في فترات الفسحة، والمشكلة أصعب بالنسبة لتخصص المسرح نظراً لعدم وجود مسارح في بعض المدارس، وعدم توافر وقت كاف لعمل بروفات المسرحيات مع طلاب المدارس.

معالجة صعوبات تطبيق التربية الإعلامية:

أشارت مجموعة النقاش للكثير من طرق معالجة الصعوبات، منها الحاجة لمزيد من الوقت لتفاعل أكبر مع طلبة المدرسة، وجوب ممارسة الطالب المعلم والتلميذ هذه المهارات تطبيقياً من خلال ورش العمل، ضرورة وجود أخصائي إعلام تربوي في المدارس، ضرورة تطوير فكر القائمين على النشاط الإعلامي، التركيز على وجود مواد إعلامية يتم تحليلها، ووجود دليل للطالب المعلم لتطبيق هذه المهارات، وتعليم الطلاب برامج كمبيوتر مثل الفوتوشوب، وتوجيه الطلاب لكيفية الحصول على المعلومات من مصادر موثوقة، واختيار الصور في إطار تربوي سليم.

والتركيز على وعى الطالب أثناء التعامل مع وسائل الإعلام من خلال استخدام المصادر المختلفة للمعلومات، وإجراء عصف ذهني ومناقشات لاختيار الأفكار بما يناسب المجتمع المدرسي.

المحور الثالث: رؤية مستقبلية لتطوير التدريب الميداني بما يسمح بالتركيز على مهارات التربية الإعلامية:

أشارت مجموعة النقاش لمسئولية الكلية فى هذا التطوير من خلال وجود تواصل بين الكلية والمؤسسات الإعلامية، بما يسمح للطالب المعلم للتدريب على مراحل إعداد المادة الإعلامية وتنفيذها، وذلك عبر عقد بروتوكولات للتعاون بين الكلية وهذه المؤسسات، توفير أماكن سواء كانت مدارس أو مكاتب أو قصور ثقافة لديها قابلية وقناعة فعلية لاستضافة الطلاب طوال العام الدراسي، بما يتيح لهم الفرصة لممارسة المهارات، وذلك من خلال اختيار الكلية لهذه الأماكن، وجوب تفعيل الأبحاث الخاصة بالتربية الإعلامية، والتواصل مع الجهات المسؤولة كوزارتى التربية والتعليم والتعليم العالى، للتعريف بطبيعة القسم وما يستطيع تقديمه فى إطار مفهوم وتطبيقات التربية الإعلامية، ولا يقتصر التواصل مع المدارس فقط، بل يجب تنويع أوجه التعاون والتدريب ليشمل كل المؤسسات الثقافية، مثل التجربة التي طرحتها الكلية فى مكتبة مصر العامة ومستشفى 57357.

تركز هذه الرؤية على دور العضو المقيم فى هذا التطوير عبر عدة نقاط مثل: توجيه الطالب المعلم لمرحل إعداد المادة الإعلامية فى الشكل الأمثل، وذلك فى ظل مراعاة خصائص الجمهور المستهدف ووفقاً لطبيعة المكان، وتدريب الطلاب على التعرف على تأثيرات وسائل الإعلام، وبالتعاون مع المشرف وضع جدول زمنى وخطة متكاملة توضح الأهداف المراد تحقيقها، وذلك فى توقيت محدد يتم تحديده منذ بداية العام الدراسي، والتركيز على الكيف وليس الكم، ووضع خطط سنوية متجددة ترتبط بقضايا المجتمع، وتكون مرنة وقابلة للتغيير.

ويتركز دور المشرف فى مواجهة الصعوبات التي تعوق التدريب، ومتابعة تحقيق الأهداف الموضوعية وفق الخطة الزمنية، وأن يكون على وعى بالتربية الإعلامية ومهاراتها، وإمكانية الاستعانة بالخبراء والمتخصصين لتطوير بعض مهارات التربية الإعلامية.

وفى ظل وجود مجموعة من المواد المتخصصة التي تصب فى التدريب الميداني، تشير المجموعة أنه لمزيد من تفعيل هذه المواد لمهارات التربية الإعلامية إلى عدة مقترحات تتمثل فى: إقامة دورات فى التربية الإعلامية لأعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم، إتاحة المزيد من الإمكانيات لتفعيل الجزء التطبيقي فى المقررات الدراسية، إقامة ورش تدريبية وتطبيقية للطلاب وإتاحتها على الموقع الإلكتروني للكلية، إستحداث المراجع وخاصة فى مجال التربية الإعلامية، تغيير التوصيفات الخاصة بالمقررات الدراسية بما يتواءم مع مفاهيم وتطبيقات التربية الإعلامية، وإدخال مادة للتربية الإعلامية بالتركيز على الجانب التطبيقي، وتطبيق توصيات الأبحاث فى مجال التربية الإعلامية لتطوير مهارات الطالب المعلم.

النتائج العامة للمقابلات المتعمقة مع الموجهين والموجهين الأوائل والتوجيه العام:

أولاً: أسلوب عمل التوجيه فيما يتعلق بأخصائي الإعلام التربوي:

أشار المبحوثون إلى أن الموجه يعمل من خلال زيارات توجيهية كمتابع للأخصائي داخل المدرسة، وتوجيه الأخصائي لتنفيذ المسابقات والفنون الصحفية بصورة صحيحة طبقاً لنشرات الوزارة، وتصحيح الأخطاء في الأعمال التي يتم تنفيذها، والمساعدة في إعداد المجالات الإلكترونية، وأسئلة مسابقات الحديث والتحقيق، واكتشاف المواهب وتنظيم المناظرات، وشروط المسابقات ومواعيد تسليمها، ثم زيارات متابعة لما تم تطبيقه.

ويشكل الموجه الأول حلقة وصل بين المديرية والإدارة والأخصائي، ويقوم بمتابعة دورية مرتين كل شهر على الأقل، وعمل ورش وتدريب، وفي حالة عدم وجود خبرة كافية يطلب من التوجيه العام (الجهة الإشرافية الأعلى) تنظيم وإجراء هذه الورش، ويقتصر دور التوجيه بالنسبة للأخصائي القديم والذي اكتسب أساسيات العمل وتعاملاته الإدارية والفنية داخل مكان عمله، يقتصر على متابعته ومساعدته على مواجهة المشكلات، أما بالنسبة للأخصائي حديث التعيين والذي يفتقد مهارات العمل، فيتم تعليمه العمل بأنواعه وفقاً لطبيعة العمل وشروط المسابقات.

ويعمل التوجيه العام على متابعة جميع الإدارات الموجودة بالمحافظة، وذلك وفقاً للمربع الجغرافي لسكن الموجه، ومتابعة عمل الأخصائيين والموجهين في آن واحد، وإنشاء قاعدة بيانات لكل الأخصائيين، ومتابعة الجديد على مستوى المحافظات.

ثانياً: مدى تضمين منهج نشاط الإعلام التربوي – الذي يدرس حالياً – مفاهيم أو كفاءات التربية الإعلامية.

أجمع المبحوثون على أن منهج الإعلام التربوي لا يحتوي على أية مفاهيم أو كفاءات للتربية الإعلامية، وأشار المبحوثون أن المنهج تقليدي، ويتضمن شرحاً للفنون الصحفية والإذاعية المختلفة، وهو منهج معيب لأنه موجه إلى الطلاب جميعاً من الصف الثالث الابتدائي وحتى الثالث الثانوي، ومتركك للأخصائي صياغة مادة الدرس طبقاً للمرحلة.

ثالثاً: رؤية توجيه الإعلام التربوي في ضرورة إدخال أو التركيز على التربية الإعلامية في إطار تحسين ممارسة النشاط:

يجرى مناقشة تعديل المنهج في الاجتماعات على مستوى الإدارات، وتم تطويع المنهج لخدمة مسابقات الصحافة وتعديل بعض المواعيد، وقد أقرت الإدارة العامة للصحافة بالوزارة المنهج.

رابعاً: الجديد الذي يطرحه توجيه الإعلام التربوي في ظل التطور الذي تشهده وسائل الاتصال وزيادة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

يقتصر ذلك على عرض الأعمال الفائزة في المسابقات على كل

المستويات، وعرض أفضل السجلات، وفنون الإخراج الصحفى، وذلك من خلال صفحة أخصائى بالجيزة على موقع الفيسبوك، وإنشاء جروبات على الواتساب والفيسبوك، والتواصل بسرعة مع الأخصائيين، وصفحات وجروبات للتوجيهات، سواء على مستوى المديرية أو الإدارات أو بين الأخصائيين، وصفحات إعلامية يقوم بها الأخصائى لتغطية أخبار المدرسة والأنشطة الأخرى بها، وعمل صفحات لجماعات النشاط بالمدارس، تتيح للطلاب التعبير عن أنفسهم من خلال نشر صور فوتوغرافية من إنتاجهم أو رسوم كاريكاتيرية أو تصويرية أو كتابة مقالات، ونشر الزيارات ليمارس الطالب النشاط الإعلامى والفنون الصحفية والإعلامية دون الاعتماد على الصحف الورقية فقط.

خامساً: رؤية المبحوثين لإدخال تطوير على منهج النشاط الإعلامى فى الوقت الحالى:

أجمع المبحوثون على أن تطوير المنهج أمر ضرورى وحتمى لتفعيل بعض كفاءات ومهارات التربية الإعلامية، وضرورة تضمين بعض المفاهيم النقدية، وكيفية اختيار وتحليل الرسالة الإعلامية.

حيث أشار المبحوثون لقدم المنهج سواء من الناحية النظرية الميدانية أو عند التطبيق العملى، وأنه لا يصلح للطالب فى الوقت الحالى، ونظراً لأنه يتم تدريس المنهج بطريقة نمطية قديمة لا تواكب العصر، فى حين تطلب المسابقات إلكترونياً، وطريقة التطبيق يشوبها القصور، لأن عمل الأخصائى يجب أن يتم مع المتميزين وليس مع أعداد من الطلاب تُفرض على الأخصائى فى ظل وجود منهج يجب الإلتزام به، كما أن المنهج أغلبه مواد صحفية فى حين يتناقص الجزء الخاص بالإذاعة رغم كونها نشاط يومى.

التركيز على جعل الجزء الأكبر من المحتوى عملياً أكثر من الجزء النظرى، ويجب وضع خطوط عريضة للأخصائى لإعطاء مساحة لحرية العمل لديه، وتتيح له دوراً فاعلاً فى اكتساب المواهب الموجودة وتنميتها، لأن النشاط يعنى الإبداع وتنمية المواهب، فى حين أن المنهج الحالى يحكم الأخصائى ويفتقد الهدف الرئيس للنشاط.

سادساً: الصعوبات التي تواجه إدخال مفاهيم ومهارات ممارسة التربية الإعلامية فى المدارس فى الوقت الحالى:

أشار المبحوثون لعدد من الصعوبات التي تواجه إدخال وتطبيق مفاهيم التربية الإعلامية وتتمثل فى:

- * إن أخصائى الإعلام التربوى والموجهين ليست لديهم فكرة عن هذه المفاهيم أو خلفية معلوماتية.
- * عدم توافر وسائل وأجهزة داخل المدارس، وإن وجدت لا تعمل بشكل كاف.
- * الروتين فى الأداء.
- * عدم إقتناع بعض مدراء المدارس، ووجود حالة من الجمود.
- * عدم وجود عائد مادى مناسب.

* صعوبات إدارية تتمثل فى تخطيط النشاط بدءاً من الوزارة وصولاً للإدارات التعليمية.

* احتياج الأخصائى لبرامج تدريبية كثيرة وفنية، وحاجته لتطبيق هذه المفاهيم من خلال الممارسة العملية.

تتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة أسماء بكر الصديق (2014) (60) والتي أظهرت أن (50%) من أخصائى الإعلام التربوى أفادوا بوجود صعوبات فى إمكانية تطبيق التربية الإعلامية ومفاهيمها ومبادئها ومهاراتها فى المدرسة، وكانت من أهم هذه الصعوبات أن (54%) من الأخصائيين ذكروا وجود ضعف فى الإمكانيات المادية بالمدرسة، وأفاد (44%) منهم بأن عدم تعاون إدارة المدرسة فى تفهم دور الإعلام من صعوبات التطبيق.

سابعاً: كيفية التغلب على الصعوبات التي تواجه إدخال مفاهيم ومهارات ممارسة التربية الإعلامية من وجهة نظر المبحوثين:

- أجمع المبحوثون على ضرورة التدريب المستمر من المتخصصين بشكل مكثف، وضرورة وجود أجهزة وأدوات لممارسة التطبيق عملياً، وتغيير وجهة النظر عن النشاط.
- توعية المسؤولين بمفاهيم التربية الإعلامية، وتوعية كل الأطراف الأخصائى ووكيل النشاط ومدير المدرسة، أى كافة أطراف المنظومة، والتوعية بأهميتها على مستوى كل القيادات.
- ضرورة تضمين مفاهيم التربية الإعلامية لبناء منهج يقوم الأخصائى بتدريبه.
- ضرورة وجود أجهزة كمبيوتر وشبكات النت لتعليم الطالب كيفية تلقى المادة التعليمية.

ثامناً: كيفية تقييم مدى انعكاس مفهوم ومهارات التربية الإعلامية فى المدارس من وجهة نظر المبحوثين:

أشار المبحوثون إلى إمكانية التقييم من خلال نشاط أخصائى الصحافة بالمدارس والطلاب المشاركين بالأنشطة، ومن خلال المسابقات التي يشتركون بها، ومن خلال تعاملهم مع مواقع التواصل الاجتماعى، وإجراء مقابلات شخصية مع الطلاب، وتطبيق الاستبيانات.

تاسعاً: رؤية المبحوثين المستقبلية لتفعيل نشاط الإعلام التربوى لتحقيق أهداف التربية الإعلامية.

أشار المبحوثون إلى عديد من المقترحات تتمثل فى:

- اختيار قيادات واعية ومدركة لقيمة التربية الإعلامية وتأثيرها، وأن تمتلك مساحات كبيرة من الخبرة والمرونة اللازمة لتعديل القرارات، واختيار قيادات متخصصة فى الإعلام التربوى، بداية من الأخصائى، ثم الموجه والموجه الأول والموجه العام، وضرورة وجود تواصل بين القيادات أصحاب القرار ومن ينفذه على أرض الواقع، وأن يتم تطبيق القرارات بشكل صحيح.
- تفعيل دور أخصائى الإعلام التربوى بالمدارس، وتنمية مهاراته، والتدريب المستمر بالتركيز على الكمبيوتر والوسائل التكنولوجية الجديدة، والتدريب على الأشكال الإعلامية الحديثة وتنفيذها، وعدم تحميل الأخصائى بالحصص الاحتياطية والأعمال الإدارية.

- توفير الإمكانيات الملائمة لتطبيق كافة أوجه النشاط (أجهزة - أموال - خامات).
- العمل على تحقيق فكرة تكامل الأنشطة - نظراً لأهميتها - لتصب في تحقيق أهداف التربية الإعلامية، فيتم التعاون بين الأخصائي الاجتماعي والنفسى والمعلمين، حيث تحتاج المنظومة لتفاعل كل فئات المدرسة (الطلاب - المعلمين - الإدارة).
- عقد ندوات ومحاضرات مع المتخصصين في مجال التربية الإعلامية، وتفعيل المناقشات عن المضامين المختلفة التي تقدمها وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي، وعمل إنتاج إعلامي يتناول نقد ما يقدم من وجهة نظر الطلاب، وفتح حوارات مع الطلاب عن الأحداث الجارية في المجتمع، وتقديمها من خلال إنتاج إعلامي.

خامساً: خلاصة ومقترحات:

أظهرت الاختبارات الإحصائية النتائج التالية:

- شغلت مواقع التواصل الاجتماعي مقدمة وسائل الاتصال التي يستخدمها المبحوثون، وشغلت القنوات التلفزيونية المرتبة الثانية، ثم مواقع الصحف الإلكترونية في المرتبة الثالثة، يليها الراديو في المرتبة الرابعة، وأخيراً الصحف الورقية في المرتبة الخامسة والأخيرة.
- تبين وجود فروق دالة إحصائياً بين الكلية واستخدام الصحف الورقية والراديو والتلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي والصحف الإلكترونية، وجود فروق دالة إحصائياً بين النوع واستخدام الراديو والتلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي والصحف الإلكترونية.
- تبين وجود ارتباط غير دال إحصائياً بين العمر واستخدام الصحف الورقية والراديو والتلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي والصحف الإلكترونية.
- تبين وجود ارتباط دال إحصائياً بين استخدام الصحف الورقية والتلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي والاستهلاك الناقد، في حين لم يثبت وجود علاقة دالة إحصائياً بين استخدام الراديو واستخدام مواقع الصحف الإلكترونية والاستهلاك الناقد، وبذلك تثبت صحة الفرض الأول جزئياً.
- تبين وجود ارتباط دال إحصائياً بين استخدام الصحف الورقية والتلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة الطالب بمجال تخصصه، في حين لم يثبت وجود علاقة بين استخدام الراديو ومواقع الصحف الإلكترونية ومعرفة الطالب بمجال تخصصه، وبذلك تثبت صحة الفرض الثاني جزئياً.
- تبين وجود ارتباط دال إحصائياً بين استخدام الصحف الورقية والتلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي ومستوى المهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية، في حين لم يثبت وجود علاقة بين استخدام الراديو واستخدام مواقع الصحف الإلكترونية ومستوى المهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية، وبذلك تثبت صحة الفرض الثالث جزئياً.
- تبين وجود ارتباط دال إحصائياً بين الاستهلاك الناقد ومعرفة الطالب بمجال

تخصصه، وبذلك تثبت صحة الفرض الرابع.

- تبين وجود ارتباط دال إحصائياً بين الاستهلاك الناقد والمهارات الشخصية فى مجال التربية الإعلامية، وبذلك تثبت صحة الفرض الخامس.
- تبين وجود ارتباط دال إحصائياً بين معرفة الطالب بمجال تخصصه والمهارات الشخصية فى مجال التربية الإعلامية، وبذلك تثبت صحة الفرض السادس.
- تبين وجود ارتباط دال إحصائياً بين الكلية والنوع والاستهلاك الناقد لوسائل الاتصال، فى حين تبين وجود فروق غير دالة إحصائياً بين العمر والفرقة الدراسية والاستهلاك الناقد لوسائل الاتصال، وبذلك تثبت صحة الفرض السابع جزئياً.
- تبين وجود فروق دالة إحصائياً بين الكلية والنوع ومعرفة الطالب بمجال تخصصه، فى حين تبين وجود فروق وعلاقة غير دالة إحصائياً بين العمر والفرقة الدراسية ومعرفة الطالب بمجال تخصصه، وبذلك تثبت صحة الفرض الثامن جزئياً.
- تبين وجود فروق دالة إحصائياً بين الكلية والنوع والمهارات الشخصية فى التربية الإعلامية، فى حين تبين وجود علاقة وفروق غير دالة إحصائياً بين العمر والفرقة الدراسية والمهارات الشخصية فى مجال التربية الإعلامية، وبذلك تثبت صحة الفرض التاسع جزئياً.

تشير نتائج الدراسة إلى العديد من الملامح الإيجابية والسلبية، ويتم عرض هذه الملامح كما يلى:

أولاً: الملامح الإيجابية:

- يأتى مستوى الاستهلاك الناقد المرتفع بنسبة (66.7%) فى هذه الدراسة، فى حين تمثل نسبة (31.9%) الاستهلاك الناقد المتوسط، مما يشير لوجود مستوى استهلاك ناقد جيد إلى حد كبير، فيستطيع الطالب المعلم التمييز بين الوظائف المختلفة للوسائل، وتصنيف الرسائل، ومعرفة التأثيرات الإيجابية والسلبية لمضمونها على الأفراد، وتقييم الوسائل من حيث القواعد القانونية والأخلاقية، ومهارات أخرى، ويوضح ذلك امتلاك الطالب لإحدى المهارات المطلوبة للتربية الإعلامية.
- يأتى ارتفاع معرفة الطالب بمجال تخصصه بنسبة (54.2%)، يليه المعرفة المتوسطة بنسبة (45.3%)، وهى نسبة كبيرة فى مجملها، نظراً لأن الطالب يدرس بعض المواد الإعلامية، والتي تساهم فى معرفته بأبعاد مجال التخصص.
- يمثل ارتفاع نسبة المهارات الشخصية فى مجال التربية الإعلامية (66.7%)، يليه المهارات المتوسطة بنسبة (31.9%)، مما يشير بصفة عامة لامتلاك الطالب المعلم لبعض المهارات، ويشكل قاعدة للانطلاق نحو مزيد من تنمية مهارات التربية الإعلامية لدى الطلاب.

- تظهر النتائج وجود ارتباط دال إحصائياً بين الاستهلاك الناقد ومعرفة الطالب بمجال تخصصه، والاستهلاك الناقد والمهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية، كما تظهر أيضاً وجود ارتباط دال إحصائياً بين معرفة الطالب بمجال تخصصه والمهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية، بما يؤكد أهمية التعرف على المهارات الموجودة لدى الطلاب والعمل على تنميتها.
- إمكانية تطبيق المقاييس في بيئات متعددة لمعرفة تأثير البيئات المختلفة، فلا تقتصر فقط على قياسها في الدول الغربية، وإنما لتطبيقها في مصر، وخاصة مقياس New Media Literacy بكافة أبعاده في ظل انتشار التعامل مع الإعلام الرقمي.

ثانياً: الملامح السلبية:

- تشير النتائج إلى ضعف استخدام الطلاب المعلمين للصحف الورقية والراديو، وارتفاع نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وينطبق ذلك على أغلب الشباب الجامعي، ولكن يختلف الأمر بالنسبة للطالب المعلم بأقسام الإعلام التربوي، حيث يجب أن يستخدم كل وسائل الاتصال المتاحة لتكوين رؤية نقدية وشاملة، بما يمكنه من امتلاك مهارات التربية الإعلامية.
- توجد فجوة بين معرفة بعض المهارات وإمكانية تطبيقها على أرض الواقع، نظراً للصعوبات التي تتمثل في: صعوبة التواصل مع طلاب المدرسة، عدم الوعي بأهمية النشاط، وخاصة نشاط الإعلام التربوي ودوره في المدارس، وضيق الوقت، وعدم توافر الإمكانيات الملائمة.
- عدم إلمام الطالب المعلم إماماً كاملاً بالمهارات الأساسية المتمثلة في اختيار الرسالة وملائمتها للجمهور المستهدف، ومرحلة إعداد المادة الإعلامية والشكل الأمثل لتنفيذها وخاصة في المدارس، والتي سيعمل بها الخريج مستقبلاً.
- ضرورة تغيير منهج نشاط الإعلام التربوي، ليشمل مفاهيم ومهارات التربية الإعلامية، نظراً لكون المنهج لا يصلح للطالب في العصر الحالي، خاصة في ظل انتشار المستحدثات التكنولوجية.

مقترحات:

- في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج أمكن وضع بعض المقترحات منها:
- ضرورة التواصل بين أقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية بالجامعات والمؤسسات الإعلامية، بما يتيح الفرصة لعقد لقاءات ومناقشات بين الإعلاميين في هذه المؤسسات والطالب المعلم بهذه الكليات.
- عقد بروتوكولات تعاون بين أقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية ووزارتى التربية والتعليم والتعليم العالي بما يركز على طبيعة الدراسة بهذه الأقسام، وما يمكن أن تقدمه هذه الأقسام لتفعيل مفاهيم وتطبيقات التربية الإعلامية.
- التركيز على إقامة الورش والتدريب المستمر لأعضاء هيئات التدريس والطلاب

- بأقسام الإعلام التربوى بهذه الكليات، سعياً لتفعيل الجانب المهارى والتطبيقى لديهم فى مجال التربية الإعلامية.
- إتاحة المزيد من الإمكانيات بأقسام الإعلام التربوى بالكليات - مثل أجهزة الكمبيوتر والإنترنت - بما يتيح الاهتمام بالتطبيقات، وليس فقط الأجزاء النظرية.
 - الاهتمام بتطبيق نتائج وتوصيات الأبحاث فى مجال التربية الإعلامية لتطوير مهارات الطالب المعلم بأقسام الإعلام التربوى بكليات التربية النوعية بالجامعات.
 - تغيير توصيفات بعض المقررات الدراسية لتشمل موضوعات وتطبيقات مفهوم التربية الإعلامية، وبما يتواءم مع الاتجاهات العالمية فى تطبيق المفهوم، ولكن فى ظل خصوصية البيئة المصرية.
 - ضرورة تطوير منهج النشاط الإعلامى - الذى يدرس حالياً - فى المدارس لتفعيل مهارات التربية الإعلامية، وتضمينه مهارة التفكير النقدى، وكيفية اختيار وتحليل الرسالة الإعلامية.
 - ضرورة عقد ورش تدريبية ومحاضرات وندوات لأخصائى الإعلام التربوى ووكلاء النشاط ومديرى المدارس والموجهين والقيادات التعليمية، لضمان وصول المفهوم وأهميته وتطبيقاته لكل الأعضاء فى منظومة التعليم، مع الحرص على تطوير مهارات أخصائى الإعلام التربوى بشكل مستمر، وخاصة فى مجال وسائل الاتصال الجديدة.
 - تحقيق فكرة تكامل الأنشطة المدرسية - نظراً لأهميتها - لتصب فى تحقيق أهداف التربية الإعلامية، فيتم التعاون والتفاعل بين كافة فئات المدرسة من طلاب ومعلمين وإدارة المدرسة.

- (1) Erdem, Cahit, Bahadir Erişti. Paving the Way for Media Literacy Instruction in Preservice Teacher Education: Prospective Teachers' Levels of Media Literacy Skills. *International Journal of Instruction* (Vol. 11, No. 4, October 2018) pp. 795-796.
- (2) Koc, Mustafa, Esra Barut. Development and validation of New Media Literacy Scale (NMLS) for university students. *Computers in Human Behavior* (Vol. 63, 1, 2016) p. 835.
- (3) Weninger, Csilla, Guangwei Hu, Suzanne S. Choo. The influence of individual and contextual variables on teachers' understanding and classroom practice of media literacy. *Teaching and Teacher Education*. (Vol. 67, 2017) p. 429.
- (4) Pereira, Sara and Pedro Moura. Assessing media literacy competences: A study with Portuguese young people. *European Journal of Communication* (Vol. 34, Issue 1, 2019) pp. 20-37.
- (5) دعاء محمد فتح الله فتوح السيد راضى. تأثير تصميم الوسائط المتعددة على تحسين مهارات التربية الإعلامية لدى الأطفال فى التعامل مع الإعلام الرقمية: دراسة شبيهة تجريبية على تلاميذ المرحلة الإعدادية. *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2019).
- (6) Erdem, Cahit, Bahadir Erişti. *Op.cit.*, pp. 795-810.
- (7) Aydemir, Sevilay, Özden Demirkan. Gender – Aware Media Literacy Training: A Needs Analysis Study for Prospective Teachers. *Educational Policy Analysis and Strategic Research* (Vol. 13, No. 1, 2018) pp. 6-30.
- (8) Kara, Mehmet, Sonay Caner, Ayşe Günay Gökben, Ceyda Cengiz, Esra İşgör Şimserk and Soner Yildirim. Validation of an Instrument for Preservice Teachers and an Investigation of Their New Media Literacy. *Journal of Educational Computing Research* (Vol. 56, Issue 7, 2018) pp. 1005-1029.
- (9) صالح عابر صالح الشمري. التربية الإعلامية وطرق تضمينها فى الإطار العام للمناهج فى المؤسسات التعليمية فى دولة الكويت. *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، 2018).
- (10) نوال حمد محمد الجعد وفاطمة عبد الرحمن الأسمرى. واقع إسهام معلمات المرحلة المتوسطة فى التربية الإعلامية للطلبات. *مجلة جامعة الملك عبد العزيز – الآداب والعلوم الإنسانية* (المجلد 26، العدد الأول، 2018) ص ص 195-225.
- (11) Weninger, Csilla, Guangwei Hu, Suzanne S. Choo. *Op.cit.*, pp. 429-439.
- (12) إبراهيم خلف سليمان الخالدى ومحمد أحمد حسن ربابعة. فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامى فى جامعة اليرموك: دراسة ميدانية. *مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإنسانية والاجتماعية* (جامعة القدس المفتوحة، العدد 42، 2017) ص ص 227-237.
- (13) أشرف رجب عطا على. الكفايات المهنية لدى أخصائى الإعلام التربوى فى إطار متطلبات التربية الإعلامية ومهارات القرن الحادى والعشرين: دراسة حالة. *مجلة العلوم التربوية* (جامعة القاهرة: كلية الدراسات العليا للتربية، مجلد 25، العدد 3، يوليو 2017) ص ص 198-250.
- (14) Simons, Mathea, Will Meeus and Jan T' Sas. Measuring Media Literacy for Media Education: Development of a Questionnaire for Teachers'

-
- Competencies. *Journal of Media Literacy Education* (Vol. 9, Issue 1, 2017) pp. 99-115.
- (15) García – Martín, Judit, Jesús – Nicasio García – Sánchez. Pre-service teachers' perceptions of the competence dimensions of digital literacy and of psychological and educational measures. *Computers & Education* (Vol. 107, No. 1, 2017) pp. 54-67.
- (16) Koc, Mustafa, Esra Barut. *Op.cit.*, pp. 834-843.
- (17) حسن محمد على خليل. تقويم واقع ممارسة الطلاب لمهارات التربية الإعلامية في ضوء تعدد مصادرهم للثقافة الإعلامية وتأثيراتها: دراسة مسحية على عينة من طلاب المدارس الثانوية بالتعليم العام السعودي. *مجلة دراسات الطفولة* (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة، المجلد 18، العدد 66، مارس 2015) ص ص 15-29.
- (18) أسماء بكر الصديق توفيق الولي. تصور مقترح لدور أخصائي الإعلام التربوي في المدارس الإعدادية في ضوء المفاهيم الحديثة للتربية الإعلامية. *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط* (القاهرة: الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد 6، مارس 2015) ص ص 191-195.
- (19) أحمد جمال حسن محمد. التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة. *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة المنيا: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2015).
- (20) Lee, Ling, Der – Thanq Chen, Jen – Yi Li, Tzu-Bin Lin. Understanding new media literacy: The development of a measuring instrument. *Computers & Education* (Vol. 85, Issue 1, 2015) pp. 84-93.
- (21) Yoon, Jiwon. Influence of Teachers' Perception of Media on Students Learning Experiences of Media Literacy Education: Case Study of North Korean Refugees in South Korea. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 64th Annual Conference, Seattle Sheraton Hotel. Seattle, Washington, May 21, 2014. <http://citation.allacademic.com/meta/p715432.index.html>. Accessed on 30/4/2019.
- (22) Sur, Emine, Emre Ünal & Kamil Işeri. Primary School Second Grade Teachers' and Students' Opinions on Media Literacy. *Comunicar* (Vol. 21, No. 42, 2014) pp. 119-127.
- (23) Şahin, Abdurrahman, Türkan Çelik and Nurettin Bilgen. Effect of Media Literacy on Prospective Social Studies Teachers' Multicultural Attitudes. *International Online Journal of Educational Sciences* (Vol. 5, Issue 3, 2013) pp. 520-530.
- (24) شريفة رحمة الله سليمان. استخدام تكنولوجيا الاتصال في نشر مفهوم التربية الإعلامية بمدارس دولة الإمارات العربية المتحدة. *رسالة دكتوراه غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، 2013).
- (25) Chang, Chiung-Sui, Eric Zhi – Feng Liu. Exploring the Media Literacy of Taiwanese Elementary School Students. *The Asia – Pacific Education Researcher* (Vol. 20, Issue 3, 2011) pp. 604-611.
- (26) Burson, Jordana Kathleen. Measuring Media Literacy Among Collegiate Journalism Students. MA thesis. (USA: Oklahoma State University, 2010).

- (27) Arke, Edward T. and Brian A. Primack. Quantifying media literacy: development, reliability, and validity of a new measure. *Educational Media International* (Vol. 46, No. 1, March 2009) pp. 53-65.
- (28) Wan, Guofang; Dianne M. Gut. Media Use by Chinese and U.S. Secondary Students: Implications for Media Literacy Education. *Theory Into Practice* (Vol. 47, No. 3, 2008) pp. 178-185.
- (29) Hobbs, Renee. Measuring the Digital and Media Literacy Competencies of Children and Teens. In Franc. Blumberg and Patricia J. Brooks (Eds.). *Cognitive Development in Digital Contexts*. (London: Academic Press, 2017) p. 255.
- (30) دعاء محمد فتح الله فتوح. مرجع سابق. ص40.
- (31) Pereira, Sara and Pedro Moura. *Op.cit.*, p. 21.
- (32) <https://www.medialit.org/reading-room/what-media-literacy-definitonand-more>. Accessed on: 10/4/2019.
- (33) Koc, Mustafa.Esra Barut. *Op.cit.*, p. 834.
- (34) Chang, Chiung-Sui, Eric Zhi – Feng Liu. *Op.cit.*, p.604.
- (35) Erdem, Cahit, Bahadir Erişti. *Op.cit.*, p. 796.
- (36) *Ibid.* p. 796.
- (37) *Ibid.* p. 796
- (38) Simons, Mathea, Will Meeus and Jan T' Sas. *Op.cit.*, p. 100.
- (39) *Ibid.* p. 100.
- (40) Csilla Weninger, Guangwei Hu, Suzanne S. Choo. *Op.cit.*, p. 429.
- (41) Simons, Mathea, Will Meeus and Jan T'sas. *Op.cit.*, p. 101.
- (42) Hobbs, Renee. *Op.cit.*, p. 256.
- (43) *Ibid.* pp. 256-257.
- (44) *Ibid.* pp. 260-261.
- (45) Koc, Mustafa, Esra Barut. *Op.cit.*, p. p. 835.
- (46) Hobbs, Renee. *Op.cit.*, p. 262.
- (47) Simons, Mathea, Will Meeus and Jan T'Sas. *Op.cit.*, pp. 99-115.
- (*) أجرت الباحثة المقابلات المتعمقة مع كل من:
- | | |
|---------------------|---|
| أ. زينب يوسف | موجه أول إعلام إدارة الدقى التعليمية. |
| أ. وائل محمد بيومى | موجه أول صحافة مدرسية بإدارة شمال الحيزة التعليمية. |
| أ. نادر يوسف الصديق | موجه مركزى بمديرية التربية والتعليم بالحيزة. |
| أ. حنان عبد الرؤوف | موجه صحافة بإدارة جنوب الحيزة التعليمية. |
| أ. نانسى ماهر | موجه صحافة بإدارة أكتوبر التعليمية. |
| أ. منى سمير | موجه مركزى بمديرية التربية والتعليم بالحيزة. |
| أ. إيمان يوسف | موجه أول بإدارة كراسة التعليمية. |
- (48) Wimmer, Roger D. Joseph R. Dominick. *Mass Media Research. An Introduction*. 10th edition (Australia: Wadsworth, Cengage Learning, 2014). pp. 136-141.
- (49) Boyce, Carolyn, Palena Neale. *Conducting In-Depth Interviews: A Guide for Designing and Conducting In-Depth Interviews for Evaluation Input*. (MA: Pathfinder International, May 2006) pp. 4-7.

(50) Koc, Mustafa.Esra Barut. *Op.cit.*, p. 842.

(51) Burson, Jordana Kathleen. *Op.cit.*, pp. 94-95.

(52) Simons, Mathea, Will Meeus and Jan T'Sas. *Op.cit.*, pp. 109.

(**) تم عرض الاستمارة على السادة المحكمين المذكورين بعد وفق الترتيب الأجدى:

أ.د. ثروت فتحى
جامعة القاهرة
أستاذ الصحافة ورئيس قسم الإعلام التربوى بكلية التربية النوعية –

أ.د. سهير صالح
جامعة القاهرة
أستاذ الإذاعة بقسم الإعلام التربوى بكلية التربية النوعية –

أ.د. ماجدة مراد
جامعة القاهرة
أستاذ الإذاعة بقسم الإعلام التربوى بكلية التربية النوعية –

أ.د. هبة شاهين
شمس
أستاذ الإذاعة ورئيس قسم الاتصال والإعلام – كلية الآداب – جامعة عين

أ.د. وليد فتح الله بركات أستاذ الإذاعة ووكيل كلية الإعلام – جامعة القاهرة

(53) بسنت أحمد عبد العظيم. دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها النفسية والاجتماعية لدى الشباب المصرى. *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2018) ص 134-135.

(54) هشام سعيد فتحى عمر. تأثير استخدام تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت على العلاقات الاجتماعية للأسرة المصرية. *رسالة ماجستير غير منشورة* (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2015) ص 100، ص 103.

(55) Pereira, Sara and Pedro Moura. *Op.cit.*, p. 26.

(56) بسنت أحمد. *مرجع سابق*. ص 132.

(57) هشام سعيد فتحى. *مرجع سابق*. ص 94.

(58) أشرف رجب عطا. *مرجع سابق*. ص 234.

(59) أسماء بكر الصديق. *مرجع سابق*. ص 195.

(60) *المرجع السابق نفسه*. ص 195.