

## استخدام الإعلام الجديد فى نشر مفهوم التربية الإعلامية لدى الشباب الجامعى

د. أسامة بن غازي زين المدني\*

### المستخلص

تتمثل مشكلة الدراسة فى ما دور الإعلام الجديد فى نشر مفهوم التربية الإعلامية لدى الشباب الجامعى السعودى، وهدف الدراسة التعرف على مدى تناول الإعلام الجديد لمفهوم التربية الإعلامية، واعتمد البحث على منهج المسح بالعينة، وتمثلت الأدوات فى استمارة الاستقصاء كأداة أساسية للدراسة، وتم اختيار عينة عمدية قوامها ٢٠٠ مفردة من الشباب الجامعى السعودى من جامعات (أم القرى بمدينة مكة المكرمة- جامعة جدة بمدينة جدة ) بالمملكة العربية السعودية، وكانت أهم نتائج الدراسة: جاءت أهمية وسائل الإعلام الجديد فى نشر ثقافة التربية الإعلامية بدرجة "هام جداً" فى كل من (تعزيز أهمية وقيمة التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد- تنمية القدرة على الانفتاح الفكرى على الآخر- تحقيق التكامل بين المؤسسة الإعلامية والمؤسسة التربوية- نشر التربية الإعلامية فى المجتمع كحائط صد يحمى المجتمع من التأثيرات الضارة لبعض وسائل الإعلام- مشاركة الأخبار والمعلومات والتغذية الراجعة للتربية الإعلامية- تنمية الوعي الإعلامى لمواجهة تدفق المعلومات وانتشارها - تزويد الطلاب بمحتوى مناسب من الثقافة الإعلامية- تنمية روح المواطنة لدى الشباب- اكساب الشباب المهارات اللازمة للتعامل مع الإعلام)، - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب الجامعى على إجمالى مقياس التربية الإعلامية تُعزى كثافة تعرضهم لوسائل الإعلام الجديد لصالح مُرتفعى ومُتوسضى كثافة التعرض.

كلمات مفتاحية: الإعلام الجديد، التربية الإعلامية

---

\* الأستاذ المشارك بقسم الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية - جامعة أم القرى

## **The use of new media in spreading the concept of media education among university youth**

### **Abstract**

Problem of the Study: Finding the role of the new media in the spreading out the concept of media education among the Saudi university youth, While the study aimed to identify the extent to which the new media deal with the concept of media education.

The research was based on survey methodology. The tools in the survey form were an essential tool for the study, A sample of 200 Saudi university young people were selected from the Umm Al Qura university, Makkah, Saudi Arabia, and University of Jeddah, Jeddah, Saudi Arabia). The most important results of the study were: The importance role of the new media in spreading out the culture of media education was "very important" by (Enhancing the importance and value of media education through the new media - Developing the ability to open the intellectual to the other - Integration between the media institution and the educational institution - Spreading media education in society as a filtration against the harmful effects of media - Developing media awareness to counter the flow of information - Providing students with appropriate content from the media culture - people - Providing youth with the necessary skills to deal with the media). There were statistically significant differences between the averages of university youth scores on the total media education scale due to the intensity of their exposure to the new media in favor of high and medium intensity exposure.

**Keywords: New Media, Media Education**

## مقدمة:

مع ظهور الإعلام الجديد الذي يكتظ بجميع أنواع المحتوى، ظهر معه القدرة على البحث واختيار وفلتر المعلومات كأحد الكفايات الجديدة في عصر التكنولوجيا. وفي هذا الإطار، بدأت العديد من الجامعات في تكامل الإعلام الجديد مع التربية الإعلامية. فبدلاً من تدريس التربية الإعلامية بطريقة تقليدية، يتم الاعتماد على تكنولوجيا الإعلام الجديد في استكشاف ورفع الوعي حول مفهوم التربية الإعلامية بين الطلاب .

ويقدم الإعلام الجديد فرصة هائلة في تعزيز التربية الإعلامية بين طلاب الجامعات، حيث يقدم الإعلام الجديد إمكانيات التفاعل والتواصل الفوري ومساحات جديدة وأنماط مبتكرة من التفاعل الاجتماعي، بالإضافة إلى كونها أداة هامة للإنتاج والمشاركة الإعلامية، وتساعد هذه الخصائص الإعلام الجديد في توسيع نطاق التربية الإعلامية .

وتتسم تقنيات الإعلام الجديد بالمرونة، والاعتماد على الإنترنت والمنصات التفاعلية في تنفيذ عمليات التعليم والتعلم، ومشاركة المعلومات بين الطلاب. وفي مجال التربية الإعلامية، يسهم الإعلام الجديد في مساعدة الطلاب على زيادة التركيز على العملية أكثر من الناتج، والاستعداد لصنع القرار واختيار مسارات تعلمهم، بمعنى إعداد الطلاب للتعلم الذاتي حول التربية الإعلامية ومفرداتها .

## الدراسات السابقة:

### ١- دراسة: (Gui, M., Fasoli, M., & Carradore, R. 2017)

هدفت الدراسة إلى فحص أهمية تطوير واستخدام أدوات الإعلام الجديد في مجال التربية الإعلامية بالمرحلة الجامعية في ضوء نموذج جينكينز للإعلام الجديد، وتم التوصل إلى النتائج التالية: وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجات المفحوصين على مقياس مهارات الإعلام الجديد واستبانة المفاهيم نحو التربية الإعلامية.

### ٢- دراسة: (Lee, A. Y. L. 2016)

هدفت الدراسة إلى: فحص كفاءة استخدام تكنولوجيا الإعلام الجديد في دعم وتعزيز التعليم الجامعي بمرحلة التعليم الجامعي، وتم التوصل إلى النتائج التالية: أظهرت النتائج زيادة دافعية الطلاب ومفاهيمهم الإيجابية نحو التربية الإعلامية نتيجة للاعتماد على الإعلام الجديد في تدريس مناهج التربية الإعلامية.

### ٣- دراسة: (Nkana, S. 2016).

هدفت الدراسة إلى فحص كفاءة استخدام الإعلام الجديد في دعم التوعية بمفهوم التربية الإعلامية من خلال دراسة حالة لمشروع للتربية الإعلامية بين طلاب

نيوميكسيكو بالولايات المتحدة، وتم التوصل إلى النتائج التالية: أثبتت التحليلات فاعلية الإعلام الجديد كإستراتيجية حديثة في توعية الطلاب حول التربية الإعلامية.

٤- دراسة : (Hoffman, M. E. 2016)

هدفت الدراسة إلى فحص كفاءة استخدام الإعلام الجديد في التربية الإعلام بين طلاب الجامعات، وتم التوصل إلى النتائج التالية: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستويات استخدام الإعلام الجديد ومستويات وعي الطلاب بالتربية الإعلامية.

٥- دراسة: (Schilder, E. A. M. 2015)

هدفت الدراسة إلى استكشاف استخدام الإعلام الجديد في تحسين مفاهيم طلاب الجامعات نحو التربية الإعلامية بالإضافة إلى استعراض أهداف ونتائج استخدام الإعلام الجديد بصفة عامة في التربية الإعلامية، وتم التوصل إلى النتائج التالية: وجود علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المفوضين لأدوات الإعلام الجديد ومفاهيمهم نحو التربية الإعلامية، كما أسفرت النتائج عن ارتباط أهداف التربية الإعلامية بنتائجها خاصة عن استخدام أدوات الإعلام الجديد في التربية الإعلامية.

٧- دراسة: (Chu, D., & Chu, S. 2015)

هدفت الدراسة إلى فحص مستويات الوعي بالتربية الإعلامية بين عينة طلابية بجامعة هونج كونج، وتأثيرها على فهم عاداتهم وتفضيلاتهم لاستخدام الإعلام، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية: على الرغم من إنتماء الطلاب إلى عصر الإعلام الجديد، إلا أنهم كانوا يعتقدون بدور وسائل الإعلام التقليدية كالتلفاز والصحف من بين مصادر التربية الإعلامية الهامة، وأظهرت النتائج أن أنماط التربية الإعلامية لأفراد العينة مالت للتركيز على المحتوى.

٨- دراسة: (Bucht, C. 2014).

هدف البحث الى إلقاء الضوء على مفاهيم ومواقف الشباب تجاه استخدام الإعلام الجديد في تنمية الوعي بالتربية الإعلامية، وجاءت نتائج الدراسة على النحو التالي: أوضحت النتائج أن زيادة استهلاك الإعلام الجديد ارتبط إيجابياً بنمو الوعي بالتربية الإعلامية.

٩- دراسة: (Davies , M. 2014).

هدف البحث تقديم تحليل متعمق ونظامي لاستراتيجيات تحسين التربية الإعلامية بين شباب الجامعات، وتحديد كفاءة تفاعل الطلاب مع التربية الإعلامية، وتم التوصل إلى النتائج التالية: تساند نتائج البحث اعتماد استراتيجيات المحتوى الرقمي والإبداعي والمناقشات البنائية والعولمة في تحسين الوعي بدور التربية الإعلامية بين طلاب الجامعات.

## ١٠- دراسة: (Aaltonen, T. 2014).

هدفت الدراسة الحالية إلى: توضيح أهمية التربية الإعلامية للطلاب الجامعيين بفنلندا، بحث دور التربية الإعلامية في التحكم بوعي وأيدولوجيات الشباب الجامعي، وأسفرت الدراسة عن النتائج التالية: وأظهرت النتائج دور البرنامج في تغيير طريقة إدراك الطلاب للتربية الإعلامية نتيجة لزيادة عمق المعرفة الإعلامية لديهم، ظهرت علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تحسن التربية الإعلامية والقدرة على التحكم بوعي وأيدولوجيات الشباب الجامعي.

### مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي: ما دور الإعلام الجديد في نشر مفهوم التربية الإعلامية لدى الشباب الجامعي السعودي.

### أهمية الدراسة:

#### تتمثل أهمية الدراسة فيما يلي:

- أن الإعلام الجديد في ظل العولمة الإعلامية قد يهدد منظومة القيم وتشكيل نوع من الازدواجية الثقافية التي تجمع بين الأصالة والمعاصرة مما يؤثر على الشباب، ومن هنا أصبحت التربية الإعلامية أمراً ضرورياً وحتمياً.
- أهمية التربية الإعلامية وضرورة الاهتمام بها في الجامعات السعودية.
- تكمن أهمية هذه الدراسة في لفت نظر القائمين على رسم السياسات التربوية والإعلامية وصناع القرار في المملكة العربية السعودية لأهمية التربية الإعلامية.
- أهمية ما تحققه التربية الإعلامية من فوائد تعود على الفرد والمجتمع باعتبارها أداة لتحسين طلاب الجامعات ضد ما تبثه وسائل الإعلام من أفكار سلبية تنال من قيم وخصوصيات المجتمع وثقافته وتزوده بالمهارات اللازمة لذلك.

#### أهداف الدراسة: تهدف الدراسة الحالية إلى:

- التعرف على أهم أسباب متابعة الشباب الجامعي "عينة الدراسة" لموضوعات التربية الإعلامية عبر سائل الإعلام الجديد.
- التعرف على أهمية وسائل الإعلام الجديد في نشر ثقافة التربية الإعلامية من وجهة نظر الشباب الجامعي.
- التعرف على موافقة الشباب الجامعي حول استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية.

- التعرف على أهم التحديات التي تواجه استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية من وجهة نظر الشباب الجامعي "عينة الدراسة".

#### تساؤلات الدراسة:

- ما أهم أسباب متابعة الشباب الجامعي "عينة الدراسة" لموضوعات التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد.
- ما أهمية وسائل الاعلام الجديد في نشر ثقافة التربية الاعلامية من وجهة نظر الشباب الجامعي.
- ما درجة موافقة الشباب الجامعي حول استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية.
- أهم التحديات التي تواجه استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية من وجهة نظر الشباب الجامعي.

#### فروض الدراسة:

- **الفرض الأول:** يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على إجمالي مقياس استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية.
- **الفرض الثاني:** يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات طلاب جامعة أم القرى ومتوسطات درجات طلاب جامعة جدة على إجمالي مقياس استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية.
- **الفرض الثالث:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات طلاب جامعة أم القرى، ومتوسطات طلاب جامعة جدة على إجمالي مقياس التربية الإعلامية تُعزى كثافة تعرضهم لوسائل الإعلام الجديد لصالح مرتفعي ومتوسطي كثافة التعرض.

#### نوع ومنهج الدراسة

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية معتمدة على المنهج المسحي، وفي إطار هذا المنهج تم الاعتماد على منهج مسح جمهور وسائل الإعلام وهم مسحه عينة من طلاب الجامعات السعودية بهدف التوصل الى نتائج يمكن تعميمها على الشباب الجامعي السعودي.

**أدوات الدراسة:** اعتمدت الدراسة على استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

## صدق وثبات الاستبيان:

### - الصدق الظاهري (صدق المحكمين):

تم التحقق من الصدق الظاهري للاستمارة من خلال عرضها علي مجموعة من المحكمين في المجالات التي ترتبط بموضوع الدراسة في مجال الإعلام وفي مجال التربية ، وتم تعديل الاستمارة وفقا لما أبدوه من ملاحظات.

### ثبات الاستبيان :

اعتمد الباحث في حساب ثبات نتائج الاستبيان علي حساب نسبة الاتفاق بين إجابات المبحوثين في التطبيق الأول والثاني وكانت قيمة معامل الثبات ٩٠٪، وهو معامل ثبات مرتفع يدل علي عدم وجود اختلاف كبير في إجابات المبحوثين، كما يدل علي صلاحية الاستبيان للتطبيق.

### مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب الجامعي السعودي ممن يستخدمون وسائل الإعلام الجديد وتمثلت عينة الدراسة في ٢٠٠ مفردة من الشباب الجامعي السعودي بجامعة أم القرى بمدينة مكة المكرمة -جامعة جدة بمدينة جدة).

### مصطلحات الدراسة:

#### الإعلام الجديد:

هو "استعمال الوسائل التكنولوجية في تحسين التفاعل وتبادل المعلومات، والأفكار، والأخبار، والمشاعر، والآراء. وبالتالي، فإنها آلية يتم استعمالها للتغلب على قيود المساحة والزمن في تحسين التفاعل الاجتماعي. ويعد الإنترنت بمثابة المغذي الرئيسي للإعلام الجديد" ( Soriano, and Sreakumar, ) (2012, pp. 1028- 1039)

#### التربية الإعلامية:

تعرف علي أنها "مجموعة المبادئ والمعارف التي يكتسبها الفرد من وسائل في مواجهة التقدم والعشوائية الإعلامية، والتعريف بالأسلوب الصحيح للتعامل معها". (Greenaway, 2015, pp.187)

#### حدود الدراسة:

- الحدود البشرية: أجريت الدراسة على عينة قوامها (٢٠٠) طالب وطالبة من جامعتي أم القرى وجامعة جدة.

- الحدود الزمنية: طبقت الدراسة خلال الفصل الدراسي الثاني من العام ١٤٣٨-١٤٣٩ هجرية.

- الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة على معرفة كيفية الاستفادة من استخدام الإعلام الجديد في نشر مفهوم التربية الإعلامية لدى الشباب الجامعي.

### الإطار النظري للدراسة

#### الإعلام الجديد التعريف والتقسيمات

يعرف الإعلام الجديد بأنه " تقنيات حديثة تمنح لمنتجي المحتوى الإعلامي مزيد من التحرر، وتشجعهم على الكشف والتفاعل مع المتلقين". ( Gelber A, ) (2011, p. 34)

ويعرف بأنه "مجموعة من القنوات الإعلامية التي أفرزتها ثورة الاتصالات وأعطت كل فرد في المجتمع حق في التفاعل مع الأحداث والنشر (كتابة- صوتاً - وصورة) عبر الأجهزة الإلكترونية دون الحاجة إلى إذن مسبق من فرد أو جماعة أو جهة. (الزهراني، ٢٠١٥، ص ٢٦١)

#### خصائص الاعلام الجديد

حدد "تاوونسيند ولوجان" مجموعة من الخصائص المميزة للإعلام الجديد تشمل:

(Townsend, Brooke, 2011, 222-228)

- التواصلية ثنائية الإتجاه. - سهولة التحكم ونشر المعلومات. - التعليم المستمر. - التكاملية. - سهولة التنقل والمرونة الزمنية (التبادل الزمني)، التي توفر للمستخدمين الحرية عبر الزمان والمكان. - التشابه مع العديد من وسائل الإعلام المختلفة، حيث يؤدي الإعلام الجديد أكثر من وظيفة في المرة الواحدة. - تعدد مهام التشغيل. - تجميع العديد من أنواع المحتوى المختلفة. - التنوع والاختيار بالمقارنة مع الإعلام القديم. - سد الفجوة بين منتجي ومستهلكي الأداة الإعلامية. - إعادة تشكيل الثقافة للمجتمعات.

#### مفهوم التربية الإعلامية:

عرف كل من (westlund & Bjur, 2015: p.21) التربية الإعلامية بأنها "عملية تعليمية حيوية تسمح بالفهم الناقد وتحليل واستخدام الإعلام"

أيضاً، عرف (Lee, 2016: p.23) التربية الإعلامية بأنها "العملية التي يصبح من خلالها الأفراد مثقفون إعلامياً وقادرين على الفهم الناقد لطبيعة وتقنيات وتأثيرات الرسائل والإنتاج الإعلامي".

كما عرف (Buckingham, 2016: p.1) التربية الإعلامية بأنها "عملية التعليم والتعلم حول الإعلام، وتتكون من مجموعة من الكفايات



الاتصالية من بينها القدرة على الوصول وتحليل وتقويم وابتكار واستخدام جميع صور الاتصال".

#### خصائص التربية الإعلامية:

حدد (Buckingham & Others, 2015: p.69) الخصائص التالية للتربية الإعلامية:

- ١) التربية الإعلامية تقوم على التفكير الناقد في مصادر الإعلام والمعلومات.
- ٢) التربية الإعلامية تتضمن فهم آلية إنتاج وتوزيع الرسالة الإعلامية.
- ٣) التربية الإعلامية تركز على تأثير الوسيلة الإعلامية على الفرد والمجتمع.
- ٤) التربية الإعلامية ترتبط بإستراتيجيات تحليل ومناقشة الرسائل الإعلامية بطريقة هادفة.
- ٥) التربية الإعلامية تساعد الطلاب على التذوق الجمالي والفني للإعلام الجيد.

#### أهداف التربية الإعلامية:

تحقق التربية الإعلامية لطلاب الجامعات مجموعة من الأهداف، صنفها (Tyner, 2009: p.4) ضمن عدة مجالات كما يلي:

#### مجال المعرفة والتفكير:

- تنمية التفكير الإبداعي والناقد والاستفسار.
- تنمية مهارات النقد والتقويم والتحليل وحل المشكلات.
- فهم متطلبات العصر الحديث وآليات التفاعل مع العولمة.

#### المجال الأدائي:

تعزيز قدرة الطالب لاستخدام وسائل الإعلام. - إكساب الطالب المهارات الاجتماعية والثقافية والاجتماعية التي تساعده على تحقيق الاتصال الفعال. - تمكين الطالب من المهارات اللازمة لمواجهة المواقف. - تنمية القدرة الطالب على التعبير.

#### المجال النفسي:

الكشف عن الميول والاهتمامات الإعلامية. - مساعدة الطالب على معالجة المشكلات النفسية.

## المجال الاجتماعي:

مساعدة الطالب على إدراكه الحقوق والواجبات تجاه المجتمع. - تنمية وعي الطالب بثقافته المجتمعية. - مساعدة الطالب على تكوين اتجاهات إيجابية نحو المجتمع والأفراد. - تعزيز قيمة الانتماء.

### أهمية تنمية الوعي بالتربية الإعلامية بين طلاب الجامعة:

يهدف تنمية الوعي بالتربية الإعلامية إلى غرس فهم دور التربية الإعلامية في المجتمع والعالم لدى الطلاب، والقدرة على دعم الاتصال الفعال على المستويين المحلي والعالمي. وتتكون عملية تنمية الوعي بالتربية الإعلامية من مستويين أحدهما نظري والآخر عملي. في المستوى النظري، يكتسب الطلاب المعرفة حول نظريات الاتصال الاجتماعي والاتصال الجماهيري والاتصال متعدد الثقافات والإعلام. أما على المستوى العملي، يتم تنمية الوعي بالتربية الإعلامية من خلال مهارات جمع وتنظيم المعلومات، والتفكير الناقد والمرونة في فهم المعلومات، ومهارات الكتابة الفعالة، ومهارات التحدث والإنصات النشط، وكفاءة الاتصال الاجتماعي والثقافي، والتنقيف الإعلامي (Selwyn, 2013: pp.5-18)، وتزود التربية الإعلامية الطلاب بالوعي الإعلامي الكافي لتمييز والحكم على مصداقية الأخبار المستهلكة من الإعلام (Lee, & Mok, 2014).

وتتلخص أهمية الوعي بالتربية الإعلامية في: (Roncagliolo, 2014: pp.208-221)

**أولاً:** تركيز التربية الإعلامية على التفكير الناقد والتأمل، حيث نعيش في بيئة مزدحمة بالمواد الإعلامية، وبالتالي يجب زيادة الوعي لدى الطلاب بأن الإعلام لا تقدم مجرد عرض بسيط للواقع الخارجي، بل أيضاً تراكيب منظمة بعناية تعبر. أيضاً، يساعد الوعي بالتربية الإعلامية على تحليل منتجات المواد الإعلامية وفهمها وفهم كيفية استخدامها.

**ثانياً:** يشكل الوعي بالتربية الإعلامية جزء من تكوين المنظومة التنقيفية للطلاب. فالطالب يحتل من خلال التربية الإعلامية على جزء جيد من التعليم والثقافة والإطلاع على الوسائل الإعلامية، بالإضافة إلى القدرة على استخدام أدوات الاتصال في التعبير عن الذات.

**ثالثاً:** يشجع الوعي بالتربية الإعلامية الطلاب الجامعيين على المشاركة الفعالة في المجتمع، فالتربية الإعلامية تمكن الطلاب من تفسير المواد الإعلامية وتكوين آراء واعية كمستهلكين ومنتجين للمضمون الإعلامي، ومن ثم، تنمو قدراتهم الناقدة والإبداعية.

## استخدام الإعلام الجديد في مجال التربية الإعلامية:

تتمثل جوانب فاعلية الإعلام الجديد في التربية الإعلامية على ما يلي: ( Jolls, & Thoman, 2015: p.18)

- (١) التفاعلية والمشاركة.
  - (٢) المشاركة والنقاش الفوري لمحتوى التربية الإعلامية.
  - (٣) متعة استخدام الإعلام الجديد في التعلم واكتساب المفاهيم المرتبطة بالتربية الإعلامية.
  - (٤) دعم الإعلام الجديد للتعلم النشط من خلال الاستكشاف.
  - (٥) الإعلام الجديد يجعل الطالب يشعر بالاستقلالية في عملية التربية الإعلامية.
  - (٦) الإعلام الجديد يدعم استخدام الوسائط المتعددة في التعلم حول التربية الإعلامية.
- وقد كشف (Kellner, 2013: p.95) عن كفاءة الإعلام الجديد في تغيير المفاهيم نحو التربية الإعلامية من خلال:

- (١) قدرة الإعلام الجديد على دمج عناصر النص والصوت والفيديو الرقمي والصور وغيرها من مصادر المعلومات عبر الأجهزة الرقمية ومن ثم سهولة الوصول للطلاب وتحسين مفاهيمهم نحو التربية الإعلامية.
- (٢) الإعلام الجديد قادر على إكساب الطلاب المفاهيم الجديدة للتربية الإعلامية بطريقة ممتعة وخارج نطاق جدران الفصول.

## كفاءة الإعلام الجديد في التوعية بمفهوم التربية الإعلامية:

ذكر (Hoffman, 2016: pp.18-19) أن كفاءة استخدام الإعلام الجديد في مجال التربية الإعلامية لطلاب الجامعات يمكن تلخيصها في:

- (١) التجريب: يسمح الإعلام الجديد بالتجريب لحل المشكلات والمعارف المختلفة المرتبطة بالتربية الإعلامية في بيئة آمنة تتسم بالخصوصية.
- (٢) الأداء: يقدم الإعلام الجديد للطلاب القدرة على تبني اتجاهات جديدة في الأداء الإعلامي قائمة على الاستكشاف والإرتجال.
- (٣) التحفيز: يساعد الإعلام الجديد على تحفيز وتشجيع الطلاب لبناء وتفسير النماذج الديناميكية للإعلام الجديد.

## جوانب ملائمة الإعلام الجديد في التربية الإعلامية:

وصف (Sefton-Green, 2013: p.28) جوانب ملائمة الإعلام الجديد في التربية الإعلامية على النحو التالي:

## (١) التركيز على الطالب:

يلتزم استخدام الإعلام الجديد في التربية الإعلامية التركيز على الطالب أكثر من المحتوى ومن ثم مساعدتهم على المعالجة والتحكم النشط في المعلومات المقدمة من خلال التربية الإعلامية. وبالتالي، يساعد الإعلام الجديد الطلاب على إدراك ومعالجة التفاوت بين ما يعرفون وما يفهمون في ضوء التربية الإعلامية، كما يشجعهم الإعلام الجديد على حل ذلك التفاوت من خلال تطوير فهم جديد والتفكير المتعمق حول المفاهيم المتضمنة في التربية الإعلامية. (Wood, 2013: p. 21)

## (٢) توفير بيئات تعلم مفتوحة النهايات:

يعمل استخدام الإعلام الجديد في مجال التربية الإعلامية على خلق بيئة تعلم مفتوحة النهايات تشجع التربية الإعلامية القائمة على الاستفسار وحل المشكلات والمشاركة في استكشاف المعرفة.

## (٣) التربية الإعلامية في بيئة تعاونية:

يسهل الإعلام الجديد بكل ما يحمله من قدرات في الاتصال والربط الشبكي على تشجيع مشاركة استراتيجيات ورؤى التعلم في مجال التربية الإعلامية.

## (٤) البحث النشط عن الإجابات والحلول:

في مجال الإعلام الجديد، يتشجع الطلاب على التفكير الناقد في مفاهيم التربية الإعلامية والبحث عن المعاني والمعلومات المختلفة لتطبيق ما يتعلمون حول التربية الإعلامية على حياتهم اليومية.

## معوقات استخدام الإعلام الجديد في تعزيز التربية الإعلامية:

تظهر مجموعة من التحديات التي تواجه الجهود لتنمية الوعي بالتربية الإعلامية كما يلي: (Brown, 2012, p.54)

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

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

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

(٤) نقص الأساتذة المدربين على تنفيذ برامج الوعي بالتربية الإعلامية.

(٥) غياب متابعة سياسة تنمية الوعي بالتربية الإعلامية من جانب الحكومة.

## نتائج الدراسة الميدانية

قد أسفر تحليل استجابات المبحوثين التي تضمنتها بيانات صحيفة الاستبيان بعد عملية تفريغ البيانات وجدولتها عن بيانات كمية دعمت الثقة في النتائج وموضوعيتها، كما ساعدت علي تحقق أهداف الدراسة والإجابة علي تساؤلاتها.

(١) مدى متابعة الشباب الجامعي "عينة الدراسة" للموضوعات التي تتناول التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد

جدول (١) يوضح

مدى متابعة الشباب الجامعي للموضوعات التي تتناول التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد وفقاً للنوع

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	٢٨	٢٥.٩	٢١	٢٢.٨	٤٩	٢٤.٥
أحياناً	٧٤	٦٨.٥	٦١	٦٦.٣	١٣٥	٦٧.٥
لا	٦	٥.٦	١٠	١٠.٩	١٦	٨.٠
الإجمالي	١٠٨	١٠٠	٩٢	١٠٠	٢٠٠	١٠٠

قيمة كا<sup>٢</sup> = ١.٩٨٤ درجة الحرية = ٢ معامل التوافق = ٠.٠٩٩ مستوى الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يتابعون الموضوعات التي تتناول التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد (بصفة منتظمة) من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت (٢٤.٥%)، موزعة بين (٢٥.٩%) من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل (٢٢.٨%) من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يتابعون الموضوعات التي تتناول التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد (أحياناً) من إجمالي مفردات عينة الدراسة (٦٧.٥%)، موزعة بين (٦٨.٥%) من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل (٦٦.٣%) من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما جاءت نسبة من لا يتابعون الموضوعات التي تتناول التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد (٨.٠%) موزعة بين (٥.٦%) من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل (١٠.٩%) من إجمالي مفردات عينة الإناث.

بحساب قيمة كا<sup>٢</sup> من الجدول السابق عند درجة حرية = ٢، وجد أنها = ١.٩٨٤ وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٠٩٩ تقريباً مما يؤكد على عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (الذكور- الإناث) ويتابعون مفهوم التربية الإعلامية من الشباب الجامعي- إجمالي عينة الدراسة- عبر وسائل الإعلام الجديد.

(٢) أهم أسباب متابعة الشباب الجامعي "عينة الدراسة" لموضوعات التربية الإعلامية عبر سائل الإعلام الجديد.

جدول رقم (٢)

أهم أسباب متابعة الشباب الجامعي لموضوعات التربية الإعلامية عبر سائل الإعلام الجديد وفقاً للنوع

الترتيب	الدالة	قيمة z	الإجمالي		الإناث		الذكور		النوع الأسباب
			%	ك	%	ك	%	ك	
٤	غير دالة	٠.٣٢٤	١٦.٨	٣١	١٩.٥	١٦	١٤.٧	١٥	للحصول على معلومات بشأن التربية الإعلامية
٢	غير دالة	٠.٢٢٧	٦٠.٣	١١١	٦٢.٢	٥١	٥٨.٨	٦٠	للتعرف على وجهات النظر المختلفة حول موضوعات التربية الإعلامية
٣	غير دالة	٠.٨٦٨	٣٦.٤	٦٧	٢٩.٣	٢٤	٤٢.٢	٤٣	لتكوين خلفية لدي عن مفاهيم التربية الإعلامية
١	غير دالة	٠.٩٨٠	٧٦.١	١٤٠	٨٤.١	٦٩	٣٠.٤	٧١	يتيح لي حرية الرأي والتعبير والتعليق والحوار حول التربية الإعلامية
			١٨٤		٨٢		١٠٢		جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم أسباب متابعة الشباب الجامعي "عينة الدراسة" لموضوعات التربية الإعلامية عبر سائل الإعلام الجديد وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول من هذه الأسباب "يتيح لي حرية الرأي والتعبير والتعليق والحوار حول التربية الإعلامية"، حيث جاءت بنسبة بلغت (٧٦.١%) من إجمالي عينة من يتابعون موضوعات التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد، وجاء في الترتيب الثاني "للتعرف على وجهات النظر المختلفة حول موضوعات التربية الإعلامية"، حيث جاءت بنسبة بلغت (٦٠.٣%) من إجمالي عينة من يتابعون موضوعات التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد، وجاء في الترتيب الثالث "لتكوين خلفية لدي عن مفاهيم التربية الإعلامية"، حيث جاءت بنسبة بلغت (٣٦.٤%) من إجمالي عينة من يتابعون موضوعات التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد، وجاء في الترتيب الرابع أيضاً "للحصول على معلومات بشأن التربية الإعلامية"، حيث جاءت بنسبة بلغت (١٦.٨%) من إجمالي عينة من يتابعون موضوعات التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد.

٣) درجة أهمية وسائل الاعلام الجديد في نشر ثقافة التربية الاعلامية من وجهة نظر الشباب الجامعي "عينة الدراسة".

جدول رقم (٣)

درجة أهمية وسائل الاعلام الجديد في نشر ثقافة التربية الاعلامية من وجهة نظر الشباب الجامعي "عينة الدراسة" حيث ن= ١٨٤

العبارة	درجة الأهمية		هام جداً		هام إلى حد ما		غير هام		القيمة ٢٤	الدلالة	الأهمية
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
تعزيز أهمية وقيمة التربية الاعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد.	٨٦	٤٦.٧	٨٥	٤٦.٢	١٣	٧.١	١٣	٧.١	٥٧.١٤	عنداً ٠.٠١	هام جداً
تعريف الأجيال الناشئة التحولات الحضارية والتحديات المعاصرة	٦٠	٣٢.٦	٨٤	٤٥.٧	٤٠	٢١.٢	٤٠	٢١.٢	١٥.٨٢	عنداً ٠.٠١	هام إلى حدما
مواجهة الانحلال الخلقي	٤٣	٢٣.٤	٧٦	٤١.٣	٦٥	٣٥.٣	٦٥	٣٥.٣	٩.٢٠٦	عنداً ٠.٠٥	هام إلى حدما
تنمية القدرة على الانفتاح الفكري على الآخر	٨٥	٤٦.٢	٧٥	٤٠.٨	٢٤	١٣.٠	٢٤	١٣.٠	٣٤.٩٠	عنداً ٠.٠١	هام جداً
بحث الأفكار والحلول المتعلقة بالتربية الاعلامية عبر وسائل الاعلام الجديد.	٤٤	٢٣.٩	٩٤	٥١.١	٤٦	٢٥.٠	٤٦	٢٥.٠	٢٦.١٣	عنداً ٠.٠١	هام إلى حدما
تحقيق التكامل بين المؤسسة الاعلامية والمؤسسة التربوية	٩٢	٥٠.٠	٧٤	٤٠.٢	١٨	٩.٨	١٨	٩.٨	٤٨.٥٦	عنداً ٠.٠١	هام جداً
نشر التربية الاعلامية في المجتمع كحائط صد يحمي المجتمع من التأثيرات الضارة لبعض وسائل الإعلام	١٢٣	٦٦.٨	٥١	٢٧.٧	١٠	٥.٤	١٠	٥.٤	١٠.٦٧	عنداً ٠.٠١	هام جداً
مواجهة التأثيرات السلبية والممارسات غير الموضوعية للإعلام.	٦٥	٣٥.٣	٩٥	٥١.٦	٢٤	١٢.٠	٢٤	١٢.٠	٦٢.٩١	عنداً ٠.٠١	هام إلى حدما
نشر الإعلانات التوعوية عبر وسائل الاعلام الجديد.	٣٤	١٨.٥	١١٢	٦٠.٩	٣٨	٢٠.٧	٣٨	٢٠.٧	٥٧.٤٠	عنداً ٠.٠١	هام إلى حدما
بناء الوعي والاهتمام بمفاهيم التربية الاعلامية.	٤٥	٢٤.٥	١٠٩	٥٩.٢	٣٠	١٦.٣	٣٠	١٦.٣	٣٤.٤٤	عنداً ٠.٠١	هام إلى حدما
مشاركة الأخبار والمعلومات والتغذية الراجعة التربوية الاعلامية.	٩٤	٥١.١	٦١	٣٣.٢	٢٩	١٥.٨	٢٩	١٥.٨	١١.٦١	عنداً ٠.٠١	هام جداً
مواجهة التطرف الفكري	٦٧	٣٦.٤	٩٤	٥١.١	٢٣	١٢.٥	٢٣	١٢.٥	٤١.٨٨	عنداً ٠.٠١	هام إلى حدما
تنمية الوعي الإعلامي لمواجهة تدفق المعلومات وانتشارها	٨٧	٤٧.٣	٥٩	٣٢.١	٣٨	٢٠.٧	٣٨	٢٠.٧	١٩.٧٠	عنداً ٠.٠١	هام جداً
القدرة على التقييم الواعي لإمكانيات ومخاطر الإعلام	٤٣	٢٣.٤	٧٣	٣٩.٧	٦٨	٣٧.٠	٦٨	٣٧.٠	٨.٤٢٣	عنداً ٠.٠٥	هام إلى حدما
مواجهة الغزو الثقافي	٤٣	٢٣.٤	٨٣	٤٥.١	٥٨	٣١.٥	٥٨	٣١.٥	١٣.٣١	عنداً ٠.٠١	هام إلى حدما
تزويد الطلاب بمحتوى مناسب من الثقافة الاعلامية	١٠٢	٥٥.٤	٥٠	٢٧.٢	٣٢	١٧.٤	٣٢	١٧.٤	٤٣.٠٨	عنداً ٠.٠١	هام جداً
تنمية روح المواطنة لدى الشباب	٨٥	٤٦.٢	٥٢	٢٨.٣	٤٧	٢٥.٥	٤٧	٢٥.٥	١٣.٩٠	عنداً ٠.٠١	هام جداً
اكتساب الشباب المهارات اللازمة للتعامل مع الإعلام	٨٤	٤٥.٧	٥١	٢٧.٧	٤٩	٢٦.٦	٤٩	٢٦.٦	١٢.٥٩	عنداً ٠.٠١	هام جداً

تشير بيانات الجدول السابق إلى درجة أهمية وسائل الاعلام الجديد في نشر ثقافة التربية الاعلامية من وجهة نظر الشباب الجامعي "عينة الدراسة"، حيث جاءت بدرجة "هام جداً" كل من (تعزيز أهمية وقيمة التربية الاعلامية عبر وسائل الاعلام الجديد- تنمية القدرة على الانفتاح الفكري على الآخر- تحقيق التكامل بين المؤسسة

الإعلامية والمؤسسة التربوية- نشر التربية الإعلامية في المجتمع كحائط صد يحمي المجتمع من التأثيرات الضارة لبعض وسائل الإعلام- مشاركة الأخبار والمعلومات والتغذية الراجعة التربوية الاعلامية- تنمية الوعي الإعلامي لمواجهة تدفق المعلومات وانتشارها - تزويد الطلاب بمحتوى مناسب من الثقافة الإعلامية- تنمية روح المواطنة لدى الشباب- اكساب الشباب المهارات اللازمة للتعامل مع الإعلام) وذلك بقيمة كا(٥٧.١٤ - ٣٤.٩٠ - ٤٨.٥٦ - ١٠٦.٧ - ١١.٦١ - ١٩.٧٠ - ٤٣.٠٨ - ١٣.٩٠ - ١٢.٥٩) على التوالي.

في حين جاءت بدرجة أهمية" هام إلى حدما كل من(تعريف الأجيال الناشئة التحولات الحضارية والتحديات المعاصرة- مواجهة الانحلال الخلقي- مواجهة التأثيرات السلبية والممارسات غير الموضوعية للإعلام - بحث الأفكار والحلول المتعلقة بالتربية الاعلامية عبر وسائل الاعلام الجديد- نشر الإعلانات التوعوية عبر وسائل الاعلام الجديد- بناء الوعي والاهتمام بمفاهيم التربية الاعلامية- مواجهة الغزو الثقافي- مواجهة التطرف الفكري- القدرة على التقييم الواعي لإمكانيات ومخاطر الإعلام) وذلك بقيمة كا(١٥.٨٢ - ٩.٢٠٦ - ٦٢.٩١ - ٢٦.١٣ - ٥٧.٤٠ - ١٣.٣١ - ٣٤.٤٤ - ٤١.٨٨ - ٨.٤٢٣) على التوالي.

٤) درجة موافقة الشباب الجامعي "عينة الدراسة" حول استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية

#### ١- المعرفة والتفكير

#### جدول (٤) يوضح

درجة موافقة الشباب الجامعي "عينة الدراسة" حول استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية "المعرفة والتفكير"

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		محايد		موافق		النوع	الاستجابة العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك		
موافق	٠.٥٠١	٢.٤٨٣	-	-	٥٧.٨	٥٩	٤٢.٢	٤٣	ذكور	مجال يهتم بتعليم أسس التحليل والتفكير الناقد
			-	-	٤٣.٩	٣٦	٥٦.١	٤٦	إناث	
			-	-	٥١.٦	٩٥	٤٨.٤	٨٩	الإجمالي	
موافق	٠.٧٩٢	٢.٥٧٦	٢١.٦	٢٢	١٣.٧	١٤	٦٤.٧	٦٦	ذكور	التعريف بالمفاهيم الرئيسية للإعلام
			١٧.١	١٤	٢٥.٦	٢١	٥٧.٣	٤٧	إناث	
			١٩.٦	٣٦	١٩.٠	٣٥	٦١.٤	١١٣	الإجمالي	
موافق	٠.٥٠٠	٢.٤٧٨	-	-	٥٧.٨	٥٩	٤٢.٢	٤٣	ذكور	تنمية القدرة على التفكير الابداعي
			-	-	٤٥.١	٣٧	٥٤.٩	٤٥	إناث	
			-	-	٥٢.٢	٩٦	٤٧.٨	٨٨	الإجمالي	
محايد	٠.٦٩٢	٢.٠٥٢	١٨.٦	١٩	٤٥.١	٤٦	٣٦.٣	٣٧	ذكور	التعريف بأساليب التأثير الإعلامي
			١٥.٩	١٣	٥٦.١	٤٦	٢٨.٠	٢٣	إناث	
			١٧.٤	٣٢	٥٠.٠	٩٢	٣٢.٦	٦٠	الإجمالي	
موافق	٠.٤٨٢	٢.٦٣٥	-	-	٣٩.٢	٤٠	٦٠.٨	٦٢	ذكور	وسائل الإعلام الجديد



درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		محايد		موافق		النوع	الاستجابة العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك		
			-	-	٣٢.٩	٢٧	٦٧.١	٥٥	إناث	قادرة على إرساء مفهوم التربية الإعلامية
			-	-	٣٦.٤	٦٧	٦٣.٦	١١٧	الإجمالي	
			-	-	٤٠.٢	٤١	٥٩.٨	٦١	ذكور	
موافق	٠.٤٧٩	٢.٦٤٦	-	-	٢٩.٣	٢٤	٧٠.٧	٥٩	إناث	تنمية مهارات النقد والتقييم والتحليل وحل المشكلات
			-	-	٣٥.٣	٦٥	٦٤.٧	١١٩	الإجمالي	
			-	-	٥٢.٠	٥٣	٤٨.٠	٤٩	ذكور	
موافق	٠.٥٠٠	٢.٤٧٢	-	-	٥٣.٧	٤٤	٤٦.٣	٣٨	إناث	مجال يهتم بتحديد مصادر النصوص الإعلامية، وتحليل اهتماماتها السياسية والتجارية والثقافية ومواقف حدودها
			-	-	٥٢.٧	٩٧	٤٧.٣	٨٧	الإجمالي	
			-	-	٢١.٦	٢٢	٧٨.٤	٨٠	ذكور	
موافق	٠.٣٨٤	٢.٨٢٠	-	-	١٣.٤	١١	٨٦.٦	٧١	إناث	فهم متطلبات العصر الحديث وآليات التفاعل مع العولمة
			-	-	١٧.٩	٣٣	٨٢.١	١٥١	الإجمالي	
			-	-	٥١.٠	٥٢	٤٩.٠	٥٠	ذكور	
موافق	٠.٥٠١	٢.٤٨٩	-	-	٥١.٢	٤٢	٤٨.٨	٤٠	إناث	تنمية القدرة على حل المشكلات
			-	-	٥١.١	٩٤	٤٨.٩	٩٠	الإجمالي	
			-	-	٣٣.٣	٣٤	٦٦.٧	٦٨	ذكور	
موافق	٠.٤٧٣	٢.٦٦٣	-	-	٣٤.١	٢٨	٦٣.٩	٥٤	إناث	فهم الرسائل الإعلامية وتفسيرها وما تحملها من قيم.
			-	-	٣٣.٧	٦٢	٦٦.٣	١٢٢	الإجمالي	
			-	-	٣٣.٣	٣٤	٦٦.٧	٦٨	ذكور	
موافق	٠.٤٧٥	٢.٦٥٧	-	-	٣٥.٤	٢٩	٦٤.٦	٥٣	إناث	التعرف على مصادر النصوص الإعلامية ومقاصدها
			-	-	٣٤.٢	٦٣	٦٥.٨	١٢١	الإجمالي	
			٢٢.٥	٢٣	٧٤.٥	٧٦	٢.٩	٣	ذكور	
محايد	٠.٤٧٧	١.٨٤٧	١٧.١	١٤	٧٥.٦	٦٢	٧.٣	٦	إناث	توظيف مصادر الإعلام في تنظيم المعرفة
			٢٠.١	٣٧	٧٥.٠	١٣٨	٤.٩	٩	الإجمالي	
			-	-	٧٦.٥	٧٨	٢٣.٥	٢٤	ذكور	
محايد	٠.٤٦١	٢.١٠٤	-	-	٦١.٠	٥٠	٣٩.٠	٣٢	إناث	تنمية مهارة النقد والتقييم والتحليل والربط بين المتغيرات
			-	-	٦٩.٦	١٢٨	٣٠.٤	٥٦	الإجمالي	
			-	-	٦٦.٧	٦٨	٣٣.٣	٣٤	ذكور	
محايد	٠.٤٧٩	١.٩٥٣	-	-	٦٢.٢	٥١	٣٧.٨	٣١	إناث	تنمية القدرة على استيعاب تقنيات العصر الحديث.
			-	-	٦٤.٧	١١٩	٣٥.٣	٦٥	الإجمالي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى درجة موافقة الشباب الجامعي "عينة الدراسة" حول استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية مفهوم (المعرفة والتفكير)، حيث جاءت درجة (موافق) كل من (مجال يهتم بتعليم أسس التحليل والتفكير الناقد- التعريف بالمفاهيم الرئيسية للإعلام- تنمية القدرة على التفكير الابداعي- وسائل الإعلام الجديد قادرة على إرساء مفهوم التربية الإعلامية- تنمية مهارات النقد والتقييم والتحليل وحل المشكلات- مجال يهتم بتحديد مصادر النصوص الإعلامية، وتحليل اهتماماتها السياسية والتجارية

والثقافية ومواقف حدوثها- فهم متطلبات العصر الحديث وآليات التفاعل مع العولمة- تنمية القدرة على حل المشكلات- فهم الرسائل الإعلامية وتفسيرها وما تحمله من قيم- التعرف على مصادر النصوص الإعلامية ومقاصدها) وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٢.٤٨٣- ٢.٥٧٦- ٢.٤٧٨- ٢.٦٣٥- ٢.٦٤٦- ٢.٤٧٢- ٢.٨٢٠- ٢.٤٨٩- ٢.٦٦٣- ٢.٦٥٧) على التوالي.

بينما جاءت بدرجة موافق(محايد) كل من (التعريف بأساليب التأثير الإعلامي- توظيف مصادر الإعلام في تنظيم المعرفة- تنمية مهارة النقد والتقويم والتحليل والربط بين المتغيرات- تنمية القدرة على استيعاب تقنيات العصر الحديث) ومتوسط حسابي(٢.٠٥٢-١.٨٤٧-٢.١٠٤-١.٩٥٣) على التوالي.

## ٢- الأدائي / المهاري

### جدول (٥) يوضح

درجة موافقة الشباب الجامعي " عينة الدراسة" حول استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية " الأدائي / المهاري"

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		محايد		موافق		النوع	الاستجابة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
موافق	٠.٧٢٣	٢.٤٦١	١٣.٧	١٤	٢٨.٤	٢٩	٥٧.٨	٥٩	ذكور	تعزيز القدرة على استخدام وسائل الإعلام
			١٣.٤	١١	٢٤.٤	٢٠	٦٢.٢	٥١	إناث	
			١٣.٦	٢٥	٢٦.٦	٤٩	٥٩.٨	١١٠	الإجمالي	
موافق	٠.٦٢٩	٢.٦٧٣	٣.٩	٤	١٨.٦	١٩	٧٧.٥	٧٩	ذكور	تحليل محتوى الرسائل الإعلامية
			١٤.٦	١٢	١١.٠	٩	٧٤.٤	٦١	إناث	
			٨.٧	١٦	١٥.٢	٢٨	٧٦.١	١٤٠	الإجمالي	
محايد	٠.٦٨٢	٢.٢٨٢	٩.٨	١٠	٤٦.١	٤٧	٤٤.١	٤٥	ذكور	تنمية القدرة على استخدام مصادر الإعلام
			١٧.١	١٤	٤٥.١	٣٧	٣٧.٨	٣١	إناث	
			١٣.٠	٢٤	٤٥.٧	٨٤	٤١.٣	٧٦	الإجمالي	
موافق	٠.٥٦١	٢.٧١١	٨.٨١	٩	١٩.٦	٢٠	٧١.٦	٧٣	ذكور	تنمية القدرة الطالب على التعبير
			١.٢	١	١٥.٩	١٣	٨٢.٩	٦٨	إناث	
			٥.٤	١٠	١٧.٩	٣٣	٧٦.٦	١٤١	الإجمالي	
موافق	٠.٦٨٤	٢.٣٩١	٩.٨	١٠	٤١.٢	٤٢	٤٩.٠	٥٠	ذكور	الاستفادة من مصادر الإعلام في تحقيق الاتصال الفعال
			١٣.٤	١١	٣٤.١	٢٨	٥٢.٤	٤٣	إناث	
			١١.٤	٢١	٣٨.٠	٧٠	٥٠.٥	٩٣	الإجمالي	
موافق	٠.٥٠٠	٢.٤٧٨	-	-	٥١.٠	٥٢	٤٩.٠	٥٠	ذكور	اتخاذ القرارات المناسبة بشأن المضامين الإعلامية
			-	-	٥٣.٧	٤٤	٤٦.٣	٣٨	إناث	
			-	-	٥٢.٢	٩٦	٤٧.٨	٨٨	الإجمالي	
محايد	٠.٧٩٦	١.٧٥٥	٥٣.٩	٥٥	٢٣.٥	٢٤	٢٢.٥	٢٣	ذكور	تقييم الأفكار والمعلومات الوارد في الوسائل الإعلامية
			٣٧.٨	٣١	٤٠.٢	٣٣	٢٢.٠	١٨	إناث	
			٤٦.٧	٨٦	٣١.٠	٥٧	٢٢.٣	٤١	الإجمالي	
موافق	٠.٥٧٧	٢.٤٢٣	٧.٨	٨	٤٧.١	٤٨	٤٥.١	٤٦	ذكور	اكتشاف التناقضات في مواقف معينة من خلال وسائل الإعلام
			-	-	٥١.٢	٤٢	٤٨.٨	٤٠	إناث	
			٤.٣	٨	٤٨.٩	٩٠	٤٦.٧	٨٦	الإجمالي	

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		محايد		موافق		النوع	الاستجابة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
موافق	٠.٣٩٧	٢.٨٠٤	-	-	٢١.٦	٢٢	٧٨.٤	٨٠	ذكور	إكساب الطالب المهارات الاجتماعية والثقافية والاجتماعية التي تساعده على تحقيق الاتصال الفعال
			-	-	١٧.١	١٤	٨٢.٩	٦٨	إناث	
			-	-	١٩.٦	٣٦	٨٠.٤	١٤٨	الإجمالي	
محايد	٠.٤٧٢	٢.١٣١	-	-	٦٩.٦	٧١	٣٠.٤	٣١	ذكور	قراءة الرسالة الإعلامية وفك رموزها
			-	-	٦٣.٤	٥٢	٣٦.٦	٣٠	إناث	
			-	-	٦٦.٨	١٢٣	٣٣.٢	٦١	الإجمالي	
محايد	٠.٤٠٥	١.٧٩٣	١٨.٦	١٩	٨١.٤	٨٣	-	-	ذكور	مجال يهتم بتفسير الرسائل والقيم المرسله عبر وسائل الإعلام
			٢٣.٢	١٩	٧٦.٨	٦٣	-	-	إناث	
			٢٠.٧	٣٨	٧٩.٣	١٤٦	-	-	الإجمالي	
موافق	٠.٤٨٤	٢.٦٣٠	-	-	٤٠.٢	٤١	٥٩.٨	٦١	ذكور	تمكين الطالب من المهارات اللازمة لمواجهة المواقف
			-	-	٣٢.٩	٢٧	٦٧.١	٥٥	إناث	
			-	-	٣٧.٠	٦٨	٦٣.٠	١١٦	الإجمالي	
موافق	٠.٥٨٧	٢.٨٠٠	٩.٨	١٠	٢.٠	٢	٨٨.٢	٩٠	ذكور	تتبع الأفكار الإعلامية وربطها للتنبؤ بالنتائج
			٨.٤	٧	١.٢	١	٩٠.٤	٧٥	إناث	
			٩.٢	١٧	١.٦	٣	٨٩.٢	١٦٥	الإجمالي	
موافق	٠.٦٨٣	٢.٤٥١	٧.٨	٨	٣٨.٢	٣٩	٥٣.٩	٥٥	ذكور	تعرف دوافع الأفراد والجماعات وسلوكياتهم في الرسائل الإعلامية
			١٤.٦	١٢	٢٦.٨	٢٢	٥٨.٥	٤٨	إناث	
			١٠.٩	٢٠	٣٣.٢	٦١	٥٦.٠	١٠٣	الإجمالي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى درجة موافقة الشباب الجامعي "عينة الدراسة" حول استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية مفهوم (الأدائي / المهاري)، وجاءت درجة موافقة الباحثين (موافق) على كل من (تعزيز القدرة على استخدام وسائل الإعلام- تحليل محتوى الرسائل الإعلامية- تنمية القدرة الطالب على التعبير- الاستفادة من مصادر الإعلام في تحقيق الاتصال الفعال- اتخاذ القرارات المناسبة بشأن المضامين الإعلامية- اكتشاف التناقضات في مواقف معينة من خلال وسائل الإعلام- إكساب الطالب المهارات الاجتماعية والثقافية والاجتماعية التي تساعده على تحقيق الاتصال الفعال- تمكين الطالب من المهارات اللازمة لمواجهة المواقف- تتبع الأفكار الإعلامية وربطها للتنبؤ بالنتائج- تعرف دوافع الأفراد والجماعات وسلوكياتهم في الرسائل الإعلامية-) بمتوسط حسابي (٢.٤٦١-٢.٦٧٣-٢.٣٩١-٢.٤٧٨-٢.٤٢٣-٢.٨٠٤-٢.٦٣٠-٢.٨٠٠-٢.٤٥١) على التوالي.

أما موافقة الباحثين بدرجة (محايد) فجاء بها كل من (تنمية القدرة على استخدام مصادر الإعلام- تقييم الأفكار والمعلومات الوارد في الوسائل الإعلامية- قراءة الرسالة الإعلامية وفك رموزها- مجال يهتم بتفسير الرسائل والقيم المرسله عبر وسائل الإعلام) بمتوسط حسابي (٢.٢٨٢-١.٧٥٥-٢.١٣١-١.٧٩٣) على التوالي.

٣- الوجداني

جدول (٦) يوضح

درجة موافقة الشباب الجامعي " عينة الدراسة " حول استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية " الوجداني "

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		محايد		موافق		النوع	الاستجابة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
موافق	٠.٧٨٨	٢.٤٥٦	١٣.٧	١٤	١٨.٦	١٩	٦٧.٦	٦٩	ذكور	الكشف عن الميول والاهتمامات الإعلامية
			٢٤.٤	٢٠	١٥.٩	١٣	٥٩.٨	٤٩	إناث	
			١٨.٥	٣٤	١٧.٤	٣٢	٦٤.١	١١٨	الإجمالي	
موافق	٠.٦٢٧	٢.٣٩٦	١١.٨	١٢	٤٥.١	٤٦	٤٣.١	٤٤	ذكور	الاستفادة من مصادر إعلام في تقديم نماذج كقدوة حسنة
			٢.٤	٢	٤٥.١	٣٧	٥٢.٣	٤٣	إناث	
			٧.٦	١٤	٤٥.١	٨٣	٤٧.٣	٨٧	الإجمالي	
محايد	٠.٧٠٤	٢.١٣٠	١٧.٦	١٨	٤٧.١	٤٨	٣٥.٣	٣٦	ذكور	التصدي للغزو الثقافي
			٢٠.٧	١٧	٥١.٢	٤٢	٢٨.٠	٢٣	إناث	
			١٩.٠	٣٥	٤٨.٩	٩٠	٣٢.١	٥٩	الإجمالي	
محايد	٠.٨٠٦	٢.٠١٦	٣٦.٣	٣٧	٣٣.٣	٣٤	٣٠.٤	٣١	ذكور	تنمية القيم الإعلامية من الصدق والموضوعية وعدم التحيز وتغليب الصالح العام
			٢٥.٦	٢١	٣٧.٨	٣١	٣٦.٦	٣٠	إناث	
			٣١.٥	٥٨	٣٥.٣	٦٥	٣٣.٢	٦١	الإجمالي	
موافق	٠.٣٧٥	٢.٨٣١	-	-	١٤.٧	١٥	٨٥.٣	٨٧	ذكور	تنمية روح التسامح والتعايش الإيجابي مع الآخرين
			-	-	١٩.٥	١٦	٨٠.٥	٦٦	إناث	
			-	-	١٦.٨	٣١	٨٣.٢	١٥٣	الإجمالي	
محايد	٠.٣٦٥	٢.١٥٧	-	-	٨٨.٢	٩٠	١١.٨	١٢	ذكور	الكشف عن الميول والاهتمامات من خلال الاندماج في البرامج الإعلامية
			-	-	٧٩.٣	٦٥	٢٠.٧	١٧	إناث	
			-	-	٨٤.٢	١٥٥	١٥.٨	٢٩	الإجمالي	
موافق	٠.٧٦٠	٢.٢٨٨	١٣.٧	١٤	٣٣.٣	٣٤	٥٢.٩	٥٤	ذكور	تشجيع الشباب على التأمل في القيم الشخصية
			٢٤.٤	٢٠	٣٥.٤	٢٩	٤٠.٢	٣٣	إناث	
			١٨.٥	٣٤	٣٤.٢	٦٣	٤٧.٣	٨٧	الإجمالي	
موافق	٠.٧٥١	٢.٣٤٢	٢٢.٥	٢٣	٣٥.٣	٣٦	٤٢.٢	٤٣	ذكور	الاستفادة من مصادر الإعلام في معالجة المشكلات النفسية والثقافية
			٩.٨	٨	٢٨.٠	٢٣	٦٢.٢	٥١	إناث	
			١٦.٨	٣١	٣٢.١	٥٩	٥١.١	٩٤	الإجمالي	
محايد	٠.٥٣٧	٢.١٧٧	٦.٩	٧	٥٧.٨	٥٩	٣٥.٣	٣٦	ذكور	تكوين الاتجاه الإيجابي للتعامل بفعالية مع الإعلام
			١.٢	١	٧٠.٧	٥٨	٢٨.٠	٢٣	إناث	
			٤.٣	٨	٦٣.٦	١١٧	٣٢.١	٥٩	الإجمالي	
موافق	٠.٧٤٤	٢.٣٠٩	١٥.٧	١٦	٣٣.٣	٣٤	٥١.٠	٥٢	ذكور	تعزيز قيمة الانتماء للوطن
			١٨.٣	١٥	٣٧.٨	٣١	٤٣.٩	٣٦	إناث	
			١٦.٨	٣١	٣٥.٣	٦٥	٤٧.٨	٨٨	الإجمالي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى درجة موافقة الشباب الجامعي "عينة الدراسة" حول استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية مفهوم (الوجداني)، فقد جاءت استجابة (موافق) علي كل من (الكشف عن الميول والاهتمامات الإعلامية- الاستفادة من مصادر إعلام في تقديم نماذج كقدوة حسنة- تنمية روح التسامح والتعايش الإيجابي مع الآخرين- تشجيع الشباب على التأمل في القيم الشخصية- الاستفادة من مصادر الإعلام في معالجة المشكلات النفسية والثقافية- تعزيز قيمة الانتماء للوطن) بمتوسط حسابي (٢.٤٥٦-٢.٣٩٦-٢.٨٣١-٢.٢٨٨-٢.٣٤٢-٢.٣٠٩) على التوالي.

وجاءت الموافقات باستجابة (محايد) (التصدي للغزو الثقافي- تنمية القيم الإعلامية من الصدق والموضوعية وعدم التحيز وتغليب الصالح العام- الكشف عن الميول والاهتمامات من خلال الاندماج في البرامج الإعلامية- تكوين الاتجاه الإيجابي للتعامل بفعالية مع الإعلام) بمتوسط حسابي (٢.١٣٠-٢.٠١٦-٢.١٥٧-٢.١٧٧) على التوالي.

#### ٤- الاجتماعي

#### جدول (٧) يوضح

درجة موافقة الشباب الجامعي "عينة الدراسة" حول استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية "الاجتماعي"

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		محايد		موافق		النوع	الاستجابة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
محايد	٠.٧٣٩	٢.٠٧٠	٢٠.٦	٢١	٤٩.٠	٥٠	٣٠.٤	٣١	ذكور	إدراكه الحقوق والواجبات تجاه المجتمع علاوة على فهم بعض المفاهيم الدارجة مثل مفهوم الشوري، والديمقراطية وحقوق الإنسان، ومفهوم الحرية.
			٢٨.٠	٢٣	٤٠.٢	٣٣	٣١.٧	٢٦	إناث	
			٢٣.٩	٤٤					الإجمالي	
غير موافق	٠.٧٥٣	١.٥١٠	٦٦.٧	٦٨	٢١.٦	٢٢	١١.٨	١٢	ذكور	توظيف مصادر المعلومات في معالجة المشكلات الاجتماعية
			٦٢.٢	٥١	١٧.١	١٤	٢٠.٧	١٧	إناث	
			٦٤.٧	١١٩	١٩.٦	٣٦	١٥.٨	٢٩	الإجمالي	
موافق	٠.٦٠٦	٢.٧٨٢	٥.٩	٦	٢.٩	٣	٩١.٢	٩٣	ذكور	تهيئتهم الشباب للمشاركة كصانعي قرار ومشاركين في مجتمعات افتراضية ضمن أخلاقيات المجتمع وضوابط حرية الكلمة.
			١٤.٦	١٢	١.٢	١	٨٤.١	٦٩	إناث	
			٩.٨	١٨					الإجمالي	
موافق	٠.٦٥٢	٢.٥٠٥	١٣.٧	١٤	٣٥.٣	٣٦	٥١.٠	٥٢	ذكور	تنمية الوعي بثقافته المجتمعية
			٢.٤	٢	٢٨.٠	٢٣	٦٩.٥	٥٧	إناث	
			٦.٧	١٦	٣٢.١	٥٩	٥٩.٢	١٠٩	الإجمالي	

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق		محايد		موافق		النوع	الاستجابة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
موافق	٠.٧٣٧	٢.٥٤٣	١٣.٧	١٤	١٣.٧	١٤	٧٢.٥	٧٤	ذكور	توظيف مصادر المعلومات لتنمية وعي الشباب بالثقافة الاجتماعية السائدة
			١٥.٩	١٣	١٩.٥	١٦	٦٤.٦	٥٣	إناث	
			١٤.٧	٢٧	١٦.٣	٣٠	٦٩.٠	١٢٧	الإجمالي	
محايد	٠.٦٨١	٢.٠٧٦	١٧.٦	١٨	٥٦.٩	٥٨	٢٥.٥	٢٦	ذكور	بناء مهارات المواطنة المطلوبة للمشاركة في الحوار العام
			٢٢.٠	١٨	٤٨.٨	٤٠	٢٩.٣	٢٤	إناث	
			١٩.٦	٣٦	٥٣.٣	٩٨	٢٧.٢	٥٠	الإجمالي	
محايد	٠.٦٧٣	٢.١٦٣	١٨.٦	١٩	٥١.٠	٥٢	٣٠.٤	٣١	ذكور	تكوين اتجاهات إيجابية نحو المجتمع والأفراد
			١٢.٢	١٠	٥٣.٧	٤٤	٣٤.١	٢٨	إناث	
			١٥.٨	٢٩	٥٢.٢	٩٦	٣٢.١	٥٩	الإجمالي	
غير موافق	٠.٨٥٢	١.٦٩٥	٥٢.٠	٥٣	٢٠.٦	٢١	٢٧.٥	٢٨	ذكور	تقبل النقد
			٦١.٠	٥٠	١٥.٩	١٣	٢٣.٢	١٩	إناث	
			٥٦.٠	١٠٣	١٨.٥	٣٤	٢٥.٥	٤٧	الإجمالي	
غير موافق	٠.٩٠٧	١.٩٧٢	٣٩.٢	٤٠	١٤.٧	١٥	٤٦.١	٤٧	ذكور	تدريبه على التعامل مع ثقافات متنوعة مشبعة بالرسائل الإعلامية
			٤٦.٣	٣٨	٢٢.٠	١٨	٣١.٧	٢٦	إناث	
			٤٢.٤	٧٨	١٧.٩	٣٣	٣٩.٧	٧٣	الإجمالي	
غير موافق	٠.٤٨٤	١.٣٦٩	٥٩.٨	٦١	٤٠.٢	٤١	-	-	ذكور	تكوين اتجاهات إيجابية نحو المجتمع والأفراد والعمل
			٦٧.١	٥٥	٣٢.٩	٢٧	-	-	إناث	
			٦٣.٠	١١٦	٣٧.٠	٦٨	-	-	الإجمالي	
محايد	٠.٩٦٨	٢.٠٥٦	٧.٨	٨	٤٦.١	٤٧	٤٦.١	٤٧	ذكور	المساعدة في تكوين رأي عام متجانس قائم على مبدأ احترام التعددية والمصلحة العامة
			٤.٩	٤	٤٢.٧	٣٥	٥٢.٤	٤٣	إناث	
			٦.٥	١٢	٤٤.٦	٨٢	٤٨.٩	٩٠	الإجمالي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى درجة موافقة الشباب الجامعي "عينة الدراسة" حول استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية مفهوم (الاجتماعي)، حيث جاءت استجابات المبحوثين على العبارات التالية (تهيئتهم الشباب للمشاركة كصانعي قرار ومشاركين في مجتمعات إفتراضية ضمن أخلاقيات المجتمع وضوابط حرية الكلمة- تنمية الوعي بثقافته المجتمعية- توظيف مصادر المعلومات لتنمية وعي الشباب بالثقافة الاجتماعية السائدة) التي بمتوسط حسابي (٢.٧٨٢-٢.٥٠٥-٢.٥٤٣) على التوالي بدرجة (موافق).

في حين جاءت درجة (محايد) على كل من (إدراكه الحقوق والواجبات تجاه المجتمع علاوة على فهم بعض المفاهيم الدارجة مثل مفهوم الشورى، والديمقراطية وحقوق الإنسان، ومفهوم الحرية- بناء مهارات المواطنة المطلوبة للمشاركة في الحوار العام- تكوين اتجاهات إيجابية نحو المجتمع والأفراد المساعدة في تكوين رأي عام متجانس قائم على مبدأ احترام التعددية والمصلحة العامة) وذلك بمتوسط حسابي (٢.٠٧٠-٢.٠٧٦-٢.١٦٣-٢.٠٥٦) على التوالي.

بينما جاءت درجة (غير موافق) على كل من (توظيف مصادر المعلومات في معالجة المشكلات الاجتماعية- تقبل النقد- تدريبه على التعامل مع ثقافات متنوعة مشبعة بالرسائل الإعلامية- تكوين اتجاهات إيجابية نحو المجتمع والأفراد والعمل) وذلك بمتوسط حسابي (١.٥١٠-١.٦٩٥-١.٩٧٢-١.٣٦٩) على التوالي.

٥) أهم التحديات التي تواجه استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية من وجهة نظر الشباب الجامعي "عينة الدراسة".

#### جدول رقم (٨)

أهم التحديات التي تواجه استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية من وجهة الشباب الجامعي وفقاً للنوع

الترتيب	الدالة	قيمة z	الإجمالي		الإناث		الذكور		النوع التحديات
			%	ك	%	ك	%	ك	
٣	غير دالة	٠.١٨٧	٦٧.٤	١٢٤	٦٥.٩	٥٤	٦٨.٦	٧٠	عدم وضوح مفهوم التربية الإعلامية والخلط بينها وبين مفهوم الإعلام التربوي
٨	غير دالة	٠.٣٢٢	٢١.٧	٤٤	٢٤.٤	٢٠	١٩.٦	٢٠	عدم الاهتمام بالموضوعات التي تهدف إلى تحقيق التربية الإعلامية
٥	دالة*	١.٥٨١	٥١.٦	٩٥	٦٤.٦	٥٣	٤١.٢	٤٢	التوجيه الإعلامي الخارجي الذي يؤثر على فكر الشباب
٧	غير دالة	٠.٨٠٦	٤٥.٧	٨٤	٣٩.٠	٣٢	٥١.٠	٥٢	غياب التوازن الموضوعي والقيمي في الرسالة الإعلامية
١	غير دالة	٠.٢٥٣	٨٢.١	١٥١	٨٤.١	٦٩	٨٠.٤	٨٢	التباين الشديد بين ثقافة المجتمع وبين الثقافة التي تروجها ثقافة وسائل الإعلام
٤	غير دالة	٠.٨٧٢	٥٣.٨	٩٩	٦١.٠	٥٠	٤٨.٠	٤٩	العشوائية وجهل مصادر الرسائل الإعلامية
٦	دالة**	٢.٠٩٢	٤٨.٩	٩٠	٣١.٧	٢٦	٦٢.٧	٦٤	عدم توافر من يستطيع توظيف تكنولوجيا الإعلام لأغراض تربوية
٢	غير دالة	٠.٧٣٥	٨٠.٤	١٤٨	٧٤.٤	٦١	٨٥.٣	٨٧	غياب متابعة سياسة تنمية الوعي بالتربية الإعلامية من جانب الحكومة
			١٨٤	٨٢	١٠٢	جملة من سنلوا			

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم التحديات التي تواجه استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية من وجهة نظر الشباب الجامعي وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول من هذه التحديات "التباين الشديد بين ثقافة المجتمع وبين الثقافة التي تروجها ثقافة وسائل الإعلام"، حيث جاءت بنسبة بلغت (٨٢.١%) من إجمالي عينة من يتابعون موضوعات التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد، وجاء في الترتيب الثاني أيضاً "غياب متابعة سياسة تنمية الوعي بالتربية الإعلامية من جانب الحكومة"، حيث جاءت بنسبة بلغت (٨٠.٤%) من إجمالي عينة من يتابعون موضوعات التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد، وجاء في الترتيب الثالث "عدم وضوح مفهوم التربية الإعلامية والخلط بينها وبين مفهوم

الإعلام التربوي"، حيث جاءت بنسبة بلغت (٦٧.٤%) من إجمالي عينة من يتابعون موضوعات التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد، وجاء في الترتيب الرابع أيضاً " العشوائية وجهل مصادر الرسائل الإعلامية"، حيث جاءت بنسبة بلغت (٥٣.٨%) من إجمالي عينة من يتابعون موضوعات التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد.

وجاء في الترتيب الخامس " التوجيه الإعلامي الخارجي الذي يؤثر على فكر الشباب"، حيث جاءت بنسبة بلغت (٥١.٦%) من إجمالي عينة من يتابعون موضوعات التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد، وجاء في الترتيب السادس من هذه التحديات " عدم توافر من يستطيع توظيف تكنولوجيا الإعلام لأغراض تربوية"، حيث جاءت بنسبة بلغت (٤٨.٩%) من إجمالي عينة من يتابعون موضوعات التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد، وجاء في الترتيب السابع " غياب التوازن الموضوعي والقيمي في الرسالة الإعلامية"، حيث جاءت بنسبة بلغت (٤٥.٧%) من إجمالي عينة من يتابعون موضوعات التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد، وجاء في الترتيب الثامن أيضاً " عدم الاهتمام بالموضوعات التي تهدف إلى تحقيق التربية الإعلامية"، حيث جاءت بنسبة بلغت (٢١.٧%) من إجمالي عينة من يتابعون موضوعات التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد.

أهم مقترحات الشباب الجامعي "عينة الدراسة" لنشر مفاهيم التربية الإعلامية من خلال استخدامهم للإعلام الجديد.

#### جدول رقم (٩)

أهم مقترحات الشباب الجامعي "عينة الدراسة" لنشر مفاهيم التربية الإعلامية من خلال استخدامهم للإعلام الجديد وفقاً للنوع

الترتيب	الدالة	قيمة z	الإجمالي		الإناث		الذكور		النوع المقترحات
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	غير دالة	٠.٢٩١	٨٥.٣	١٥٧	٨٢.٩	٦٨	٨٧.٣	٨٩	تفعيل وسائل الاتصال الحديثة لنقل المعلومات والأفكار حول التربية الإعلامية
٨	غير دالة	٠.٨٥٦	٤٧.٣	٨٧	٤٠.٢	٣٣	٥٢.٩	٥٤	تحديد مشكلات الاتصال الفعال في توصيل الرسالة الإعلامية التي يمكن أن تعوق فعاليتها
٩	غير دالة	٠.٤٠٣	٢٢.٨	٤٢	١٩.٥	١٦	٢٥.٥	٢٦	تصميم برامج للتربية الإعلامية بالاشتراك مع متخصصين في مجال التربية الإعلامية ونشرها عبر وسائل الإعلام
٧	غير دالة	١.٠٢٢	٥١.١	٩٤	٤٢.٧	٣٥	٥٧.٨	٥٩	تنفيذ برامج لتحقيق التربية الإعلامية من خلال الأنشطة الطلابية المختلفة
٥	غير دالة	٠.٠٣٨	٦٧.٤	١٢٤	٦٧.١	٥٥	٦٧.٦	٦٩	إقامة ندوات يشارك فيها المجتمع في مجال قراءة الرسائل الإعلامية وتحليلها لنشر ثقافة التربية الإعلامية
٦	غير دالة	٠.٥٥٩	٥٢.٧	٩٧	٥٧.٣	٤٧	٤٩.٠	٥٠	إجراء البحوث في مجال التربية الإعلامية



رقم	الدالة	قيمة z	الإجمالي		الإناث		الذكور		النوع المقترحات
			%	ك	%	ك	%	ك	
٨	غير دالة	٠.٢٦٢	٤٧.٣	٨٧	٤٥.١	٣٧	٤٩.٠	٥٠	اعتبار التربية الإعلامية ضمن موضوعات المراتب الدراسية
٢	غير دالة	٠.٥١٧	٧٩.٩	١٤٧	٨٤.١	٦٩	٧٦.٥	٧٨	تزويد الشباب بمهارات أو معلومات مرتبطة بالتربية الإعلامية من خلال الأنشطة الطلابية
٤	غير دالة	٠.٥١٨	٧٠.١	١٢٩	٦٥.٩	٥٤	٧٣.٥	٧٥	ضرورة وضع برامج ودورات تدريبية متطورة في مجال التربية الإعلامية
٣	غير دالة	٠.٧١٥	٧٨.٣	١٤٤	٨٤.١	٦٩	٧٣.٥	٧٥	أن تتحمل وسائل الإعلام مسؤولياتها الاجتماعية من خلال تقديم برامج هادفة لا تسعى للربح على حساب مصلحة الجمهور، وتشجيع المضامين الإعلامية ذات الجودة العالية والإبداع بهدف تحسين ذوق الجمهور
			١٨٤	٨٢	١٠٢	جملة من سنلوا			

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم مقترحات الشباب الجامعي "عينة الدراسة" لنشر مفاهيم التربية الإعلامية من خلال استخدامهم للإعلام الجديد وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول من هذه المقترحات " تفعيل وسائل الاتصال الحديثة لنقل المعلومات والأفكار حول التربية الإعلامية"، حيث جاءت بنسبة بلغت (٨٥.٣%) من إجمالي عينة من يتابعون موضوعات التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد، وجاء في الترتيب الثاني أيضاً " تزويد الشباب بمهارات أو معلومات مرتبطة بالتربية الإعلامية من خلال الأنشطة الطلابية"، حيث جاءت بنسبة بلغت (٧٩.٩%) من إجمالي عينة من يتابعون موضوعات التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد، وجاء في الترتيب الثالث " أن تتحمل وسائل الإعلام مسؤولياتها الاجتماعية من خلال تقديم برامج هادفة لا تسعى للربح على حساب مصلحة الجمهور، وتشجيع المضامين الإعلامية ذات الجودة العالية والإبداع بهدف تحسين ذوق الجمهور"، حيث جاءت بنسبة بلغت (٧٨.٣%) من إجمالي عينة من يتابعون موضوعات التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد، وجاء في الترتيب الرابع أيضاً " ضرورة وضع برامج ودورات تدريبية متطورة في مجال التربية الإعلامية"، حيث جاءت بنسبة بلغت (٧٠.١%) من إجمالي عينة من يتابعون موضوعات التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد، وجاء في الترتيب الخامس " إقامة ندوات يشارك فيها المجتمع في مجال قراءة الرسائل الإعلامية وتحليلها لنشر ثقافة التربية الإعلامية"، حيث جاءت بنسبة بلغت (٦٧.٤%) من إجمالي عينة من يتابعون موضوعات التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد، وجاء في الترتيب السادس من هذه المقترحات " إجراء البحوث في مجال التربية الإعلامية"، حيث جاءت بنسبة بلغت (٥٢.٧%) من إجمالي عينة من يتابعون موضوعات التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد، وجاء في الترتيب

السابع " تنفيذ برامج لتحقيق التربية الإعلامية من خلال الأنشطة الطلابية المختلفة"، حيث جاءت بنسبة بلغت (٥١.١%) من إجمالي عينة من يتابعون موضوعات التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد، وجاء في الترتيب الثامن أيضاً " تحديد مشكلات الاتصال الفعال في توصيل الرسالة الإعلامية التي يمكن أن تعوق فعاليتها"، حيث جاءت بنسبة بلغت (٤٧.٣%) من إجمالي عينة من يتابعون موضوعات التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد، وجاء في الترتيب الثامن مكرر أيضاً " اعتبار التربية الإعلامية ضمن موضوعات المقررات الدراسية"، حيث جاءت بنسبة بلغت (٤٧.٣%) من إجمالي عينة من يتابعون موضوعات التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد، جاء في الترتيب التاسع " تصميم برامج للتربية الإعلامية بالاشتراك مع متخصصين في مجال التربية الإعلامية ونشرها عبر وسائل الإعلام"، حيث جاءت بنسبة بلغت (٢٢.٨%) من إجمالي عينة من يتابعون موضوعات التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد.

#### نتائج التحقق من صحة الفروض :

يحتوي هذا الجزء علي خلاصة ما توصلت إليه الدراسة الراهنة من نتائج تطبيق الاستبيان، وسوف يتناول الباحث في هذا الجزء نتائج التحقق من صحة فروض الدراسة والتي في ضوءها يمكن طرح عدد من المقترحات والتوصيات وذلك على النحو التالي:

**الفرض الأول:** يوجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على إجمالي مقياس استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية.

#### جدول (١٠)

نتائج اختبار (ت) T-test لدلالة الفروق بين درجات الذكور والإناث على مقياس أبعاد استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية وفقاً لاختلاف النوع

المقياس	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
المعرفة والتفكير	الذكور	١٠٢	٢.٢٣٥	٠.٤٢٦	٢.٤٦٣	١٨٢	دالة*
	الإناث	٨٢	٢.٤٠٢	٠.٤٩٣			
الأدائي / المهاري	الذكور	١٠٢	٢.٧١٥	٠.٤٩٥	١.٥٤٧	١٨٢	غير دالة
	الإناث	٨٢	٢.٥٨٥	٠.٦٤٦			
الوجداني	الذكور	١٠٢	٢.٤٧٠	٠.٧١٣	٣.٣٠٢	١٨٢	دالة**
	الإناث	٨٢	٢.١٢١	٠.٧٠٩			
الاجتماعي	الذكور	١٠٢	٢.٢٩٤	٠.٥٩٠	٦.٣٠٢	١٨٢	دالة**
	الإناث	٨٢	١.٧٥٦	٠.٥٥٦			
المقياس	الذكور	١٠٢	٢.٥٣٩	٠.٥٠٠	٥.٣٤٠	١٨٢	دالة**
	الإناث	٨٢	٢.٠٨٥	٠.٦٥١			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية بعد (المعرفة والتفكير)، حيث بلغت قيمة "ت" ٢.٤٦٣\* وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة=٠.٠٥ .

كما جاءت نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية بعد (الوجداني)، حيث بلغت قيمة "ت" ٣.٣٠٢\*\* وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة=٠.٠١ .

وأيضاً جاءت نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية بعد (الاجتماعي)، حيث بلغت قيمة "ت" ٦.٣٠٢\*\* وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة=٠.٠١ .

وجاءت نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على أبعاد مقياس استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية لصالح الذكور صاحب المتوسط الأكبر، حيث بلغت قيمة "ت" ٥.٣٤٠\*\* وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة=٠.٠١ .

وجاءت نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية بعد (الأدائي / المهاري)، حيث بلغت قيمة "ت" ١.٥٤٧ وهي قيمة غير دالة إحصائياً .

وبناء على ما سبق يتضح لنا قبول صحة الفرض الأول القائل بوجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على إجمالي مقياس استخدام وسائل الإعلام في نشر مفاهيم التربية الإعلامية، فيما عدا البعد (الأدائي / المهاري) حيث اتضح لنا عدم وجود فروق دالة إحصائية بخصوص هذا البعد جزئياً.

**الفرض الثاني: يوجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات طلاب جامعة أم القرى ومتوسطات درجات طلاب جامعة جدة على إجمالي مقياس استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية.**

### جدول (١١)

نتائج اختبار (ت) T-test لدلالة الفروق بين درجات طلاب جامعة أم القرى ودرجات طلاب جامعة جدة على إجمالي مقياس استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية وفقاً للجامعة

المقياس	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
المعرفة والتفكير	أم القرى	٩٤	٢.٠٣١	٠.٦٢٩	٥.٠٧٩	١٨٢	دالة**
	جدة	٩٠	٢.٤٦٦	٠.٥٢٣			
الأدائي / المهاري	أم القرى	٩٤	٢.٣٦١	٠.٨٥٣٣	٢.٣٧٣	١٨٢	دالة**
	جدة	٩٠	٢.٦٢٢	٠.٦١٠٣			
الوجداني	أم القرى	٩٤	٢.٤٠٤	٠.٧٠٨	١.٦٩٧	١٨٢	دالة**
	جدة	٩٠	٢.٢٢٢	٠.٧٤٦			
الاجتماعي	أم القرى	٩٤	١.٨٥١	٠.٦٧١	٣.٥٣٢	١٨٢	دالة**
	جدة	٩٠	٢.٢٣٣	٠.٧٩٣			
المقياس	أم القرى	٩٤	٢.١٠٦	٠.٨٠٩	٣.٠٦٧	١٨٢	دالة**
	جدة	٩٠	٢.٤٣٣	٠.٦١٨			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات طلاب جامعة أم القرى ومتوسطات درجات طلاب جامعة جدة على مقياس استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية بعد (المعرفة والتفكير)، حيث بلغت قيمة "ت" (٥.٠٧٩\*\*) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠١.

كما أشارت نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات طلاب جامعة أم القرى ومتوسطات درجات طلاب جامعة جدة على مقياس استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية بعد (الأدائي / المهاري)، حيث بلغت قيمة "ت" (٢.٣٧٣\*\*) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠١.

وأشارت نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات طلاب جامعة أم القرى ومتوسطات درجات طلاب جامعة جدة على مقياس استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية بعد (الوجداني)، حيث بلغت قيمة "ت" (١.٦٩٧\*) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠٥.

وأكدت جاءت نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أم القرى ومتوسطات درجات جامعة جدة على مقياس استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية البعد (الاجتماعي)، حيث بلغت قيمة "ت" (٣.٥٣٢\*\*) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = ٠.٠١.

وأخيراً أشارت نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات طلاب جامعة أم القرى ومتوسطات درجات طلاب جدة على أبعاد مقياس استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية لصالح طلاب جامعة جدة صاحب المتوسط الأكبر، حيث بلغت قيمة "ت" (3.067\*\*) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة = 0.01.

وبناء على ما سبق يتضح لنا صحة الفرض الثاني والذي ينص على أنه يوجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات طلاب جامعة أم القرى ومتوسطات درجات طلاب جامعة جدة مع إجمالي مقياس استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية لصالح طلاب جامعة جدة.

**الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على إجمالي مقياس التربية الإعلامية تُعزى كثافة تعرضهم لوسائل الإعلام الجديد لصالح مُرتفعي ومُتوسطي كثافة التعرض**

#### جدول رقم (١٢)

تحليل التباين أحادي الاتجاه One- way Anova بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على إجمالي مقياس التربية الإعلامية تبعاً لاختلاف كثافة التعرض لوسائل الإعلام الجديد

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	10.230265	2	5.11513	9.192	دالة**
داخل المجموعات	100.720822	181	0.55646		
المجموع	110.951087	183	-		

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات التعرض المختلفة لوسائل الإعلام الجديد، وذلك على مقياس مستوى إجمالي مقياس مفاهيم التربية الإعلامية، حيث بلغت قيمة ف = (9.192\*\*) وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الشباب الجامعي على إجمالي مقياس التربية الإعلامية تُعزى كثافة تعرضهم لوسائل الإعلام الجديد لصالح مُرتفعي ومُتوسطي كثافة التعرض.

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

### جدول (١٣)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين المجموعات علي إجمالي مقياس مفاهيم التربية الإعلامية

المجموعات	مرتفعي التعرض	متوسط التعرض	منخفض التعرض
مرتفعي التعرض	-	٠.١٣٧٤٠١	*٠.٣٤٩١٣٨
متوسط التعرض	٠.١٣٧٤٠١	-	**٠.٥٨٦٥٣٨
منخفض التعرض	*٠.٣٤٩١٣٨	**٠.٥٨٦٥٣٨	-

ولمعرفة مصدر التباين للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات المبحوثين أجرى الاختبار البعدي L.S.D بطريقة أقل فرق معنوي، حيث ظهر أن مستوى مفاهيم التربية الإعلامية يزداد لدى المبحوثين متوسطي ومرتفعي التعرض لوسائل الإعلام الجديد أكثر من كثيفي وقليلي التعرض.

حيث اتضح أن هناك اختلافاً بين المبحوثين مرتفعي التعرض لوسائل الإعلام والمبحوثين منخفضي التعرض لها بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ (\*٠.٣٤٩١٣٨) لصالح المبحوثين مرتفعي التعرض لوسائل الإعلام الجديد، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠٥، بينما ظهر أن هناك اختلافاً بين المبحوثين متوسطي التعرض لوسائل الإعلام الجديد والمبحوثين منخفضي التعرض لها بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ (\*\*٠.٥٨٦٥٣٨) لصالح المبحوثين متوسطي التعرض لوسائل الإعلام الجديد، وهو فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠.٠١، بينما ظهر أنه ليس هناك اختلافاً بين المبحوثين مرتفعي التعرض لوسائل الإعلام الجديد والمبحوثين متوسطي التعرض لها، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغ (٠.١٣٧٤٠١)، وهو فرق غير دال إحصائياً عند أي مستوى دلالة.

#### التوصيات والمقترحات:

- التعاون بين المؤسسات التعليمية والتربوية والإعلامية في إطار تحقيق التكامل بينهم.
- استخدام الوسائل والتقنيات والأساليب الإعلامية في دعم وتفعيل التربية الإعلامية.
- سعى الجامعات السعودية بتفعيل التربية الإعلامية من خلال برامجها والعمل على تحقيقها في مناهجها.
- تنمية مهارة الاتصال والقدرة على التعامل مع الرسائل الإعلامية لدى طلاب الجامعة.
- تقويم واقع التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية المختلفة.
- قيام الجامعات السعودية بإعداد برامج وأنشطة في التربية الإعلامية مناسبة للطلبة الجامعيين.

## قائمة مراجع الدراسة

- 1- Aaltonen, T. (2014). Finnish Media Education: Development of Media Education Awareness among University Students. Finnish National Audiovisual Institute: Finland.
- 2- Brown, J. A. (2012). Television "Critical Viewing Skills" Education: Major Media Literacy Projects in the United States and Selected Countries. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- 3- Bucht, C. (2014). Media Education Development Among Youth According to New Media Proceedings: A Pilot Study. Children, Youth & Media in the World; 3 (11).
- 4- Buckingham, D. (2016). Media Education: Literacy, Learning And Contemporary Culture. Cambridge, UK: Polity: 1.
- 5- Buckingham, D., Grahame, J. & Sefton-Green, J. (2015) Making Media: Practical Production In Media Education. London: English and Media Centre.
- 6- Chu, D., & Chu, S. (2015). Media Education Awareness In The Age Of New Media: A Case Study Of Undergraduate Students In Hong Kong. ASSIST; 6 (14).
- 7- Davies , M. (2014). Strategies of Developing Awareness to Media Education Among Role Among Undergraduates: A Descriptive Study. Computer Science And Futurist; 4 (1).
- 8- Gelber A. (2011) Digital Divas: Women, Politics and the Social Network. Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy Discussion Paper Series.
- 9- Greenaway, P. (2015). Media and Arts Education: A Global View from Australia. In: Kubey, R. (Ed.) Media Literacy in the Information Age. New Brunswick and London: Transaction Publishers.
- 10- Gui, M., Fasoli, M., & Carradore, R. (2017). "New Media Well-Being": Developing and Using New Media Tools For Media Literacy Among Undergraduates. Italian Journal of Sociology of Education, 9(1). doi:10.14658/pupj-ijse-2017-1-8.
- 11- Hoffman, M. E. (2016). Media Literacy And New Media Usage In Higher Education, MA Thesis, University of Missouri-Columbia: USA.
- 12- Jolls, T., & Thoman, E. (2015). Media Literacy: A National Priority For A Changing World. American Behavioral Scientist, 48 (1).
- 13- Kellner, D. (2013). New Media And New Literacies: Reconstructing Education For The New Millennium. In L. Lievrouw & S. Livingstone (Eds.), Handbook of new media. London, England: Sage Publications.
- 14- Lee, A. Y. L. & Mok, E. (2014). Media education in postcolonial Hong Kong: Cultivating critical young minds. In A. Nowak, S. Abel & K.

- Ross (Eds.), *Rethinking media education: Critical pedagogy and identity politics*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- 15- Lee, A. Y. L. (2016). From communication power shift to media education paradigm change: The case of Hong Kong. *Journal of Media Literacy*, 57.
  - 16- Lee, A. Y. L. (2016). Media Education Enhancement In The Tech 2.0 Era: Teaching Media Literacy Through New Media Technology, *Global Media and China*; 1 (4).
  - 17- Livingstone, S. & Bovill, M. (2012) *Young People, New Media*. London: London School of Economics and Political Science.
  - 18- Nkana, S. (2016). *Media Literacy Education Awareness : a Case Study of New Media in Media Literacy in New Mexico*, MA thesis, Andrews University: USA.
  - 19- Roncagliolo, R. (2014). An agenda for the future. In C. Bazalgette, E. Bevort, & J. Savino (Eds.), *New directions: Media education worldwide*. London: British Film Institute/Paris: CLEMI.
  - 20- Schilder, E. A. M. (2015). *Perceptions of Media Literacy Through The Utilization of New Media Among Undergraduate Students: A Mixed Methods Study*, PhD Thesis, Virginia Polytechnic Institute and State University, Virginia: USA
  - 21- Sefton-Green, J. (2013) *Media Education, But Not As We Know It: Digital Technology and the End of Media Studies?* *English and Media Magazine*, 40.
  - 22- Selwyn, N. (2013) Exploring the 'digital disconnect' between net-savvy students and their schools, *Learning, Media and Technology*, 31(1).
  - 23- Soriano, C. and Sreakumar, J. (2012). Multiple transcripts as political strategy: social media and conflicting identities of the Moro liberation movement in the Philippines. *Media, culture of society*. Vol 34: 8.
  - 24- Townsend, Brooke(2011). *Desktop Publishing*, In; *Communication Updat* \ edited by August E. Grant .- 4th. Ed.- Boston: Focal Press.
  - 25- Tyner, K. (2009). Directions and Challenges for Media Education. *Telemidium. The Journal of Media Literacy*. Vol. 46. N1.
  - 26- Westlund, O., & Bjur, J. (2015). Media life of the young. *Young*, 22(1).
  - 27- Wood, Elizabeth Etherington, "Media Literacy Education" (2013). *Electronic Theses and Dissertations*. 714. <https://digitalcommons.du.edu/etd/714>.