

دور برامج مراكز زها الثقافية في نشر التربية الإعلامية
لدى اليافعين في الأردن

**The Role of Zaha Cultural Centers Programs in
Spreading Media Education for Youth**

إعداد

رانيه إبراهيم صبيح

إشراف

الأستاذ الدكتور عزت محمد حجاب

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

قسم الصحافة والإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

حزيران، 2020م

تفويض

أنا رانيه إبراهيم صبيح، أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقيا وإلكترونيا للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: رانيه إبراهيم صبيح.

التاريخ: 2020 / 06 / 23.

التوقيع: 

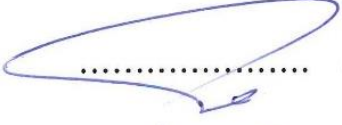
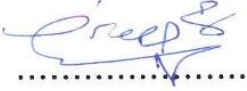
قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها: دور برامج مراكز زها الثقافية في نشر التربية الإعلامية لدى
اليافعين في الأردن.

للباحثة: رانيه ابراهيم صبيح.

وأجيزت بتاريخ: 10 / 6 / 2020.

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم	الصفة	جهة العمل	التوقيع
أ. د عزت محمد حجاب	مشرقاً ورئيساً	جامعة الشرق الأوسط	
د. كامل خورشيد مراد	عضواً من داخل الجامعة	جامعة الشرق الأوسط	
د. ابراهيم فؤاد الخصاونة	عضواً من خارج الجامعة	جامعة البتراء	

شكر وتقدير

أحمدك ربي وأشكرك على أن يسرت لي اتمام هذه الرسالة التي أرجو من الله أن يستفيد منها الجميع.

أتقدم بالشكر الجزيل لأستاذي ومشرفي الفاضل الأستاذ الدكتور عزت محمد حجاب لجهوده الطيبة في اتمام هذه الدراسة والإشراف عليها، فله مني الشكر كله والتقدير والعرفان.

وأتوجه بشكري الجزيل إلى أساتذتي الموقرين أعضاء لجنة المناقشة:-

الأستاذ الدكتور كامل خورشيد

الاستاذ الدكتور ابراهيم الخصاونة

لتفضلهم عليّ بقبول مناقشه هذه الرسالة، فهم أهل لسد خللها والإنابة عن مواطن القصور فيها، سائلاً المولى عز وجل أن يثيبهم عني خيراً.

وأشكر كل من ساهم في دعمي على انجاز هذا البحث، وان لم يسعف المقام لذكرهم، فهم أهل الخير والشكر.

الباحثة

الإهداء

لروح أبي الغالية الذي علمني ان العلم والمعرفة لا تنتهي والامل يكبر معنا ولا يصغر،

إلى امي الملهمة المحبة اطلال الله في عمرها لتظل عوناً لي الحبيبة المثالية،

إلى زوجي المحب المخلص رفيق العمر الذي آمن بي والذي لا ولم يبخل بدعمي بوقته ومجهوده
واستمر واقفا عندما لم يكن الوقوف سهلاً،

إلى اولادي المحبين الذين اتشوق لرؤية مستقبل مشرق وناجح لهم والى واولاد العالم أجمع،

إلى كل ساهر في هذا الظرف الاستثنائي على صحتنا وامنا وادامة الحياة لتمضي الأفلام بالمعرفة
ونحو البناء والعطاء تلك القلوب البيضاء في المستشفيات والميدان وعلى حدود الوطن،

إلى القامات التعليمية التي أشرفت على هذه الرسالة ولم تبخل أبدا بالمعرفة والتوجيه،

والى كل من أهداني نصحا أو دعاءً أو دعماً...

اليكم جميعاً أهديكم رسالتي هذه.

الباحثة

فهرس المحتويات

أ.....	العنوان
ب.....	تقويض
ج.....	قرار لجنة المناقشة
د.....	شكر وتقدير
ه.....	الإهداء
و.....	فهرس المحتويات
ح.....	قائمة الجداول
ي.....	قائمة الأشكال
ي.....	قائمة الملحقات
ل.....	الملخص باللغة العربية
ن.....	الملخص باللغة الإنجليزية

الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها

2.....	مقدمة
3.....	مشكلة الدراسة
4.....	أهمية الدراسة
4.....	أهداف الدراسة
5.....	أسئلة الدراسة
5.....	حدود الدراسة
6.....	محددات الدراسة
6.....	مصطلحات الدراسة

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

9.....	تمهيد
9.....	أولاً: الإطار النظري
11.....	ثانياً: الدراسات السابقة
17.....	ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

19	 منهج الدراسة.
19	 مجتمع الدراسة.
20	 عينة الدراسة.
22	 أداة الدراسة.
23	 صدق الأداة.
23	 ثبات الأداة.
24	 متغيرات الدراسة.
24	 إجراءات الدراسة.
25	 المعالجة الإحصائية.

الفصل الرابع: نتائج الدراسة

28	 نتائج الدراسة.
----	----------------------

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

61	 مناقشة النتائج.
67	 التوصيات.

المصادر والمراجع

68	 المراجع العربية.
70	 المراجع الاجنبية.
71	 الملحقات.

قائمة الجداول

رقم الفصل - رقم الجدول	محتوى الجدول	الصفحة
1 - 3	توزيع افراد عينة الدراسة حسب سمات العينة المبحوثة	20
2 - 3	قيم معامل ثبات كرونباخ الفا لمحاور الدراسة	24
3 - 4	استجابات اليافعين عن اشتراكهم في برنامج واحد فقط من برامج التربية الإعلامية داخل مركز زها	28
4 - 4	استجابات اليافعين عن اشتراكهم في برنامج واحد فقط من برامج التربية الإعلامية خارج مركز زها	29
5 - 4	استجابات اليافعين عن رأيهم ببرامج مراكز زها مقارنة بغيره	30
6 - 4	استجابات اليافعين عن عدد الساعات التي يحضرونها لبرامج التربية الإعلامية داخل مراكز زها (خلال الاسبوع)	31
7 - 4	استجابات اليافعين عن عدد الساعات التي يحضرونها لبرامج التربية الإعلامية داخل مراكز زها (نهاية الاسبوع)	32
8 - 4	استجابات اليافعين عن عدد الساعات التي يحضرونها لبرامج التربية الإعلامية خارج مراكز زها (خلال الاسبوع)	33
9 - 4	استجابات اليافعين عن عدد الساعات التي يحضرونها لبرامج التربية الإعلامية خارج مراكز زها (نهاية الاسبوع)	34
10 - 4	استجابات اليافعين عن اليوم المفضل لمتابعة البرامج	36
11 - 4	استجابات اليافعين عن الفترات المفضلة للمتابعة خلال ايام الاسبوع	37
12 - 4	استجابات اليافعين عن الفترات المفضلة للمتابعة نهاية الاسبوع	38
13 - 4	استجابات اليافعين عن تذكر مواعيد البرامج المفضلة دائما	39
14 - 4	استجابات اليافعين عن قرارهم باختيار برامج التربية الإعلامية التي التحقوا بها في مراكز زها	40
15 - 4	استجابات اليافعين عن وسائل الإعلام من الأكثر أهمية إلى الأقل	41
16 - 4	استجابات اليافعين عن البرامج المفضلة	42
17 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات المبحوثين عن دوافع اليافعين نحو برامج مراكز زها الثقافية في التربية الإعلامية	44
18 - 4	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات اليافعين عن محور الإشباعات المعرفية التي تحققها برامج مراكز زها الثقافية في التربية الإعلامية	46

رقم الفصل - رقم الجدول	محتوى الجدول	الصفحة
4 - 19	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات اليافعين عن محور الإشباع السلوكية التي تحققها برامج مراكز زها الثقافية في التربية الإعلامية	48
4 - 20	اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف إلى الفروق الإحصائية لاستجابات اليافعين عن محاور الدراسة تعزى للنوع الاجتماعي.	51
4 - 21	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية استجابات اليافعين عن دور برامج مراكز زها الثقافية في نشر التربية الإعلامية لدى اليافعين في الأردن تعزى لمتغير العمر	52
4 - 22	تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في استجابات اليافعين عن دور برامج مراكز زها الثقافية في نشر التربية الإعلامية لدى اليافعين في الأردن تعزى لمتغير العمر.	53
4 - 23	اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف إلى الفروق الإحصائية لاستجابات اليافعين عن محاور الدراسة تعزى لعائدية المدرسة	54
4 - 24	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية استجابات اليافعين عن دور برامج مراكز زها الثقافية في نشر التربية الإعلامية لدى اليافعين في الأردن تعزى لمتغير المركز	55
4 - 25	تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في استجابات اليافعين عن دور برامج مراكز زها الثقافية في نشر التربية الإعلامية لدى اليافعين في الأردن تعزى لمتغير المركز.	56
4 - 26	اختبار LSD للمقارنات البعدية للكشف عن الفروق الإحصائية في استجابات اليافعين عن دور برامج مراكز زها الثقافية في نشر التربية الإعلامية لدى اليافعين في الأردن تعزى لمتغير المركز	57
4 - 27	اختبار الانحدار البسيط Regression لبيان العلاقة بين العامل المستقل، والعامل التابع	58
4 - 28	اختبار الانحدار البسيط Regression لبيان العلاقة بين العامل المستقل، والعامل التابع	59

قائمة الأشكال

الصفحة	المحتوى	رقم الفصل - رقم الشكل
28	نسب استجابات اليافعين عن اشتراكهم في برنامج واحد فقط من برامج التربية الإعلامية داخل مركز زها	1 - 4
30	نسب استجابات اليافعين عن اشتراكهم في برنامج واحد فقط من برامج التربية الإعلامية خارج مركز زها	2 - 4
31	نسب استجابات اليافعين عن رأيهم ببرامج مراكز زها مقارنة بغيره	3 - 4
32	نسب استجابات اليافعين عن عدد الساعات التي يحضرونها لبرامج التربية الإعلامية داخل مراكز زها (خلال الاسبوع)	4 - 4
33	نسب استجابات اليافعين عن عدد الساعات التي يحضرونها لبرامج التربية الإعلامية داخل مراكز زها (نهاية الاسبوع)	5 - 4
34	نسب استجابات اليافعين عن عدد الساعات التي يحضرونها في متابعة لبرامج التربية الإعلامية خارج مراكز زها (خلال الاسبوع)	6 - 4
35	يوضح نسب استجابات اليافعين عن عدد الساعات التي يحضرونها في متابعة لبرامج التربية الإعلامية خارج مراكز زها (نهاية الاسبوع)	7 - 4
36	نسب استجابات اليافعين عن اليوم المفضل لمتابعة البرامج	8 - 4
37	نسب استجابات اليافعين عن الفترات المفضلة للمتابعة خلال أيام الأسبوع	9 - 4
38	نسب استجابات اليافعين عن الفترات المفضلة للمتابعة نهاية الأسبوع	10 - 4
39	نسبة استجابات اليافعين عن تذكر مواعيد البرامج المفضلة دائما	11 - 4
41	نسبة استجابات اليافعين عن قرارهم باختيار برامج التربية الإعلامية التي التحقوا بها في مراكز زها	12 - 4
42	نسبة استجابات اليافعين عن وسائل الإعلام من الأكثر أهمية إلى الأقل	13 - 4
43	نسبة استجابات اليافعين عن وسائل الإعلام من الأكثر أهمية إلى الأقل	14 - 4

قائمة الملحقات

الرقم	المحتوى	الصفحة
1	استبانة الدراسة	72
2	قائمة بأسماء السادة المحكمين	79

دور برامج مراكز زها الثقافية في نشر التربية الإعلامية لدى اليافعين في الأردن

إعداد:

رانيه إبراهيم صبيح

إشراف:

الأستاذ الدكتور عزت محمد حجاب

الملخص

بحثت هذه الدراسة المعنونة بـ " دور برامج مراكز زها الثقافية في نشر التربية الإعلامية لدى اليافعين في الأردن" في فكرة البرامج التي تقدمها مراكز زها الثقافية والأسس التي تقدم عليها هذه البرامج، وحاولت الباحثة إبراز عديد من الأفكار ومناقشتها لا سيما من زاوية أهمية نشر التربية الإعلامية في اتجاهات اليافعين وسلوكياتهم بوصفها الأساس الذي تبنى عليه فكرة البرامج التي تقدمها المراكز.

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي، حيث تم تصميم استبانة وتوزيعها على عينة عشوائية من اليافعين في مختلف مراكز زها الثقافية في عمان والمحافظات.

تكون مجتمع الدراسة من جميع اليافعين المنتسبين لبرامج مراكز زها الثقافية من عمر (12-16) سنة من المدارس الحكومية والخاصة من الفصل الدراسي الثاني لعام 2020، وتكونت عينة الدراسة من (435) طالب وطالبة.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:-

- اتجاهات اليافعين الأردنيين نحو برامج مراكز زها الثقافية كانت متوسطة.
- أعلى متوسط حسابي لفترات الاتجاهات المتعلقة باليافعين الأردنيين (2.83).
- أظهرت البرامج المتعلقة باتجاهات اليافعين نحو برامج مراكز زها الثقافية في عمان والمحافظات ان أعلى درجة تقييم "اشعر بان برامج التربية الإعلامية في مراكز زها مفيدة تضيف مفاهيم جديدة لليافعين".
- لا توجد فروق كبيرة في اتجاهات اليافعين الأردنيين نحو برامج مراكز زها الثقافية في عمان والمحافظات اذ ان افراد العينة قادرون على تحقيق اختيار وتفضيل البرنامج الذي يتوافق مع اتجاهاتهم وميولهم ورغباتهم.

- يتم الالتحاق ببرامج التربية الإعلامية في الغالب من خلال العطلات الرسمية، وإن غالبية افراد عينة الدراسة هم يستفيدون مما يعرضه المركز من برامج بمتوسط ساعتين إلى ثلاث ساعات.

- كانت فترة الانتساب بالبرامج التي يفضلها اليافعين أكثر افراد العينة بعد الساعة لساعة الثالثة مساء.

الكلمات المفتاحية: برامج مراكز زها الثقافية، التربية الإعلامية، اليافعون، الدور.

The Role of Zaha Cultural Centers Programs in Spreading Media Education for Youth

Prepared by:

Rania Ibrahim Subieh

Supervisor:

Prof. Dr. Ezzat Moh'd Hijab

Abstract

This study, entitled “The Role of the Zaha Cultural Centers Programs in Spreading Media Education among Adolescents in Jordan”, examined the idea behind the programs offered by the Zaha Cultural Centers and the foundations upon which these programs were presented. The researcher tried to highlight and discuss several ideas, particularly in terms of the importance of disseminating media education in the beneficiaries’ directions and behaviors. Moreover, they were described as the basis upon which the idea of the programs offered by the centers were built.

This study relied on a descriptive approach. A questionnaire was designed and distributed to a random sample of adolescents in Zaha Cultural Centers in Amman and the governorates.

The sample study consisted of all teenagers affiliated with the Zaha Cultural Centers programs from the ages of (12-16). These students were from both public and private schools. They started from the second semester of 2020, furthermore the study sample consisted of (435) students.

The most important results of the study: -

- The attitudes of Jordanian adolescents towards the programs of the Zaha Cultural Centers were moderate.
- The highest average mean for the periods of Jordanian adolescent-related trends was recorded (2.83).
- Programs related to the attitudes of adolescents towards the programs of the Zaha Cultural Centers in Amman and the governorates showed that the highest degree of evaluation was "I feel that media education programs in the Zaha centers are useful, they add new concepts for adolescents."

- There are no significant differences in the attitudes of Jordanian adolescents towards the programs of the Zaha Cultural Centers in Amman and the governorates. The sample members are able to achieve both selection and preference for the program that corresponds to their attitudes, inclinations and desires.
- Media education programs are mostly enrolled through public holiday. The majority of the sample benefits from what the center offers from programs that average between two to three hours.
- The most affiliation period with the programs preferred by the youngsters was after three o'clock in the evening

Keywords: Zaha Cultural Centers Programs, Media Education, Youth.

الفصل الأول خلفية الدراسة وأهميتها

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

مقدمة

أدت التطورات التكنولوجية الهائلة إلى انتشار وتطور الإعلام بصورة غير مسبقة وقد نتج عن ذلك ثورة في تدفق المعلومات بكل سهولة ويسر، ومن هنا أصبحت التربية الإعلامية ضرورة ملحة للمجتمعات كافة، وعنصراً أساسياً من عناصر التعليم الذي يقوده التغير التكنولوجي والعلمي الذي يضع التحديات أمام الأفراد على اختلاف مجالاتهم وأجناسهم ومرجعياتهم.

وبالنظر إلى أن مراكز زها الثقافية في المملكة الأردنية الهاشمية تشكل أحد مكونات القواعد المعرفية في مجال التربية الإعلامية والمساهمة في تكوينها وتشكيلها ومن ثمة تأثيرها الواضح في المجتمع، فإن هذه المراكز تجمع في رؤيتها وانطلاقتها إطاراً برامجياً ومرجعياً في نشر التربية الإعلامية والمعلوماتية بين اليافعين.

أن البرامج والأنشطة والدورات التي تعقدتها مراكز زها الثقافية جعلته في مكانة متميزة من حيث جذب المستفيدين من هذه البرامج وخاصة اليافعين والذي يتابعون البرامج الموجهة له بشكل عام وبرامج التربية الإعلامية بشكل خاص.

لقد استفادت مراكز زها الثقافية من الأدبيات السابقة في مجال التربية الإعلامية والتي طورتها المؤسسات المحلية والإعلامية في مجال سياسة واستراتيجية التربية الإعلامية والمعلوماتية، والأطر التشريعية والسياسية ذات العلاقة بوصفها ضرورة أساسية في التعليم الذي يمتلكه ويقوده التغيير

التكنولوجي والعلمي وما يحمله من تحديات امام الأفراد وخاصة الأطفال واليافعين منهم على اختلاف مرجعياتهم المعرفية والقيمية.

ومن هنا تتوخى الباحثة في دراسة دور برامج مراكز زها الثقافية في مجال التربية الإعلامية في تحقيق الممارسات المهنية والتي تعتمد على الأسس والعناصر العملية واستخدام المعلومات وفهمها بما يتناسب مع فهم دور وظيفة الإعلام والظروف الداعمة لذلك من اجل اكتساب اليافعين المهارات اللازمة لإنتاج واستقبال المحتوى الإعلامي ضمن مظلة التربية الإعلامية، ومن خلال برامج متخصصة تتيح لليافعين التفاعل والتعبير عن الذات والحوار والمشاركة وغيرها، عبر مراكزها الموجودة في عمان والمحافظات لا سيما برامج (الصحافة، صحيفة زها، الدراما، البرنامج الاذاعي). حيث يتم لاحقا استخدام المعطيات والنتائج والفوائد المرجوة من تلك البرامج في توجيه سياسات التربية الإعلامية مستقبلاً من خلال البحث عن المواهب ووضع الوسائل الكفيلة للمزيد من الابتكار والاستقصاء عن الادوار الايجابية في سبيل تنفيذ أهداف التربية الإعلامية بطرق ابداعية تستجيب للتطور التكنولوجي والتغيير في الجوانب الاجتماعية والثقافية والمؤسسية.

مشكلة الدراسة

بالنظر إلى حجم التدفق المعلوماتي المتاح ونوعيته ظهرت الحاجة إلى التحقق والتقييم لهذه المعلومات المتوافرة وذلك نتيجة انتاج ونشر الرسائل الاعلامية بسرعة وبطريقة واضحة ومؤثرة (شومان، 2006، ص21)، ومن هنا فإن مشكلة الدراسة تتمثل في قياس دور برامج مراكز زها الثقافية في نشر التربية الإعلامية لدى اليافعين من (12-16) سنة، خاصة ان انبثاق هذه البرامج وانتشارها على مستوى محافظات المملكة يشكل مسألة جديدة تستوجب الدراسة.

أهمية الدراسة

يتضمن موضوع الدراسة أهمية علمية وأخرى تطبيقية كما يلي:

الأهمية العلمية: تنطلق أهمية الدراسة من أهمية التربية الإعلامية لدى اليافعين على صعيد البرامج والدورات أو الممارسات والنشاطات الإعلامية للمنتسبين لهذه المراكز، وتحاول الدراسة الحالية كما ترى الباحثة تقديم إطار معرفي عن مختلف مجالات وميادين التربية الإعلامية في هذه المراكز، كما تحاول ان تفتح الباب امام دراسات مستقبلية للبحث في هذا المضمار.

الأهمية التطبيقية: تتمثل الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة في امكانية تحقيق الفائدة للقائمين على تطوير التربية الإعلامية للأطفال اليافعين من قبل الإعلاميين في الأردن، ووضع تصورات وحلول ممكنة لبعض مشكلات الأنشطة وخصوصا الإعلامية منها، وفقا لمقومات وملامح التربية الإعلامية الموجهة للنشئ، من خلال البرامج التي تقدمها المراكز وأثرها في تطوير القدرات والمهارات في هذا المجال، في ظل الازدياد الملحوظ في اعداد البرامج التي تؤثر في شخصية الطفل وأهمية التعامل الواعي مع وسائل الإعلام.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى مقدرة برامج مراكز زها الثقافية في تشكيل شخصية اليافعين بإكسابهم المعارف والقيم والمهارات ذات الصلة بمفهوم التربية الإعلامية:

- 1- استخدام اليافعين لبرامج مراكز زها الثقافية.
- 2- معرفة برامج التربية الإعلامية الأكثر تفضيلا لدى اليافعين.
- 3- حجم الاستفادة من البرامج الإعلامية المقدمة في المراكز.
- 4- الإشباع المتحققة لدى اليافعين في برامج التربية الإعلامية على مستوى تطوير الذات.

أسئلة الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة التالية:

- 1- ما اتجاهات اليافعين الأردنيين نحو البرامج الإعلامية التي تقدمها مراكز زها الثقافية؟
- 2- ما برامج التربية الإعلامية الأكثر تفضيلاً لدى اليافعين الأردنيين؟
- 3- ما حجم استفادة اليافعين من برامج مراكز زها الثقافية في التربية الإعلامية؟
- 4- كيف أثرت برامج التربية الإعلامية في تطوير مهارات اليافعين؟
- 5- هل يوجد فروق ذات دلالة احصائية في اتجاهات اليافعين نحو برامج التربية الإعلامية يمكن عزوها لنوع المدرسة (خاص/حكومي)؟

حدود الدراسة

الحد المكاني: تم إجراء الدراسة في عمان والمحافظات والتي تشمل العاصمة عمان والمحافظات التالية (أربد، مأدبا، الطفيلة، الكرك، المفرق، الزرقاء /الرصيفة، منطقة دير علا، عجلون، جرش).

الحد البشري: اقتصرَت الدراسة على عينة عشوائية من اليافعين المستفيدين من برامج التربية الإعلامية التي تقدمها مراكز زها الثقافية (لا يقل عمر الأطفال عن 12 سنة ولا يزيد عن 16 سنة).

الحد الزمني: شهري شباط وآذار 2020.

محددات الدراسة

ويقصد بها الإجراءات المنهجية المتعلقة بتحديد مجتمع البحث، والعينة التمثيلية التي تم اختيارها، ولذلك فإن محدّدات الدراسة ترتبط بعينة الدراسة وبالآدوات التي تم من خلالها جمع البيانات؛ وبمدى صدق وثبات هذه الأداة، ويتحدّد تعميم نتائج هذه الدراسة بالآتي:

1- صدق وثبات الاستبانة المصممة خصيصاً لهذه الدراسة.

2- صدق وجدية استجابة عينة الدراسة في الإجابة على أسئلة الدراسة.

مصطلحات الدراسة

الاتجاه: يعد مفهوم الاتجاه من أهم المفاهيم في علم النفس الاجتماعي، بوصفه معبراً عن موقف بإزاء امر ما، فهو إذاً "استعداد متعلم للاستجابة بطريقة منسقة وبأسلوب محدد أكان إيجابياً أم سلبياً لأشخاص أو موضوعات أو مفاهيم معينة" (الخصري، 1978 ص 98). ولغايات هذه الدراسة سيتم قياس اتجاه اليافعين نحو برامج التربية الإعلامية التي تقدمها مراكز زها.

اليافعين: يختلف علماء النفس في تحديدهم للفترة الزمنية الخاصة بمرحلة اليافعين، فغالبيّة علماء النفس يرون أنها الفترة من (9-12) سنة ومنهم حامد زهران (زهران، 1977، ص 233). أما بالنسبة للمرحلة من 12-16 سنة فهي المرحلة التي تلي الطفولة مباشرة وهي نقطة تحول حرجة للشخص، حيث يحدث فيها النمو الجسمي حسب جنسه، بالإضافة إلى أن الشخص يصبح أكثر استقلاله فيها واعتبرها العلماء بداية المراهقة وهي ما يطلق عليها مرحلة اليافعين (زهران، 1986، ص 35). ولغاية هذه الدراسة تم اعتماد المرحلة العمرية (12-16) سنة.

برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الثقافية

وهي عبارة عن افكار تم وضعها في اطر برامجية لتقديم الدعم المعرفي والمعلوماتي لليافعين من اجل ادخال التربية الإعلامية في النظام البرامجي لمراكز زها الثقافية وتعتمد على الدورات والنشاطات المنهجية واللامنهجية في مختلف المجالات الثقافية، الرياضية، الفنية، الاكاديمية، الابداعية، تطوير المهارات السلوكية لدى الأطفال. خلال فترات زمنية محددة.

التربية الإعلامية

لقد برزت عدة تعريفات لمفهوم التربية الإعلامية في الأبحاث والدراسات الغربية والعربية، تفاوتت في مضامينها وتطورت في استخداماتها تبعاً للتحويلات التكنولوجية التواصلية المتسارعة، بهدف تنمية الثقافة والوعي الإعلامي وأهمية تضمينها في النظريات التعليمية والمجالات الإعلامية ومن هنا، انبثقت التعريفات التي تدلل على هذا المفهوم على اعتبار أنها أصبحت تمثل مفهوماً شاملاً يعنى بطريقة التعبير والفهم والوعي بأهمية الإعلام الجديد ومخاطره. فقد عرف (Share, J., 2013) التربية الإعلامية على أنها اكساب المعرفة والفهم والتطبيق الصحيح للمهارات والمواقف التي تسمح للطلاب بالتعامل مع العالم الإعلامي المعقد والمتغير بطريقة واعية هادفة، كما يعبر عن اكساب القدرة على استخدام الإعلام بطريقة نشطة وحيوية بهدف المشاركة الاجتماعية الفعالة. وفي ضوء ما سبق يمكن للباحثة أن تعرف التربية الإعلامية تعريفاً اجرائياً بأنها الاستخدام الواعي في برامج مراكز زها للمضامين الإعلامية وتحليلها وتقويمها واعادة انتاجها باهتمام ومسؤولية، بما يمكن المشاركة الواعية والهادفة في مواجهة العشوائية الإعلامية.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

تمهيد

ان التطور الكبير في انتشار المعرفة ومصادر المعلومات والاعبار صاحبه تتطوراً موازياً كماً ونوعاً في اساليب تعامل المجتمعات مع المعلومات، وما يرتبط بها من مفاهيم مختلفة في حياة الأفراد. ومن هنا، تأتي المنطلقات النظرية لهذه الدراسة لتقف على جذور الاهتمام بالتربية الإعلامية، ومصادر المعلومات على المستوى الوطني والاقليمي والدولي، والتحولات الفكرية والنظرية لمؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة. ومدعاة ذلك إلى أهمية وضع التصورات الهامة لاستخدام التربية الإعلامية في مواجهة أضرار وسائل الإعلام بصفة عامة، واستخداماته غير المهنية في كثير من الأحيان، وما يرافقها من محتوى غير ملائم وضار خاصة على اليافعين.

أولاً: الإطار النظري

ترتكز الدراسة في إطارها النظري على نظرية الاعتماد وعلى وسائل الإعلام باعتبارها احدى النظريات التي تقوم على ربط وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي التي تفرضه سمات المجتمع الحديث.

على اعتبار أن وسائل الإعلام بصفة عامة نظام فرعي يمكننا من فهم وإدراك نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي / البيئة الاجتماعية التي بدورها تفرض على الأفراد زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام من أجل فهم الواقع الاجتماعي، وتفسير العلاقات السببية بين الانظمة المختلفة في المجتمع واهتمامها بمضمون الرسائل الإعلامية ومدى التأثير الذي يحدث للأفراد.

وتعود نشأة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (إلى حقبة السبعينيات وهي قائمة على أساس وجود علاقة قوية بين الجمهور ووسائل الإعلام والنظام الاجتماعي) (مكاوي والشريف، 2000، ص 125).

وتعرف علاقة الاعتماد بأنها العلاقة التي يعتمد فيها الجمهور على وسائل الإعلام مصدراً للحصول على المعلومات لتحقيق أهداف معينة، وتعمل وسائل الإعلام على تحقيق أهداف من قبيل: جمع المعلومات وتنسيقها ونشرها، ويعتمد الغرض الأساسي لنظرية الاعتماد على وجود علاقة تفاعلية بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع والنظم القائمة به، ومن خلال تحليل هذه العلاقة يمكن فهم وإدراك تأثير وسائل الإعلام على المجتمع وعلى الأفراد. (بيل روكيتش، 1986، ص 485-510)

وبالنظر إلى أن الأفراد يختلفون في اهدافهم واتجاهاتهم نحو وسائل الإعلام بصفة عامة كمصدر للمعلومات وفقاً لمحتواها وأهميتها وتأثيرها على اتجاهات الأفراد، فلاتجاهات مفاهيم متعددة، وأنماط سلوكية يمكن اكتسابها بالتعلم، وتخضع للمبادئ والقوانين والقيم التي تحكم أنماط السلوك الأخرى. (نشواتي، 1977، ص 476)

ترتبط هذه المفاهيم والتعريفات بنظرية الاعتماد ومكوناتها وتأثيرها على اتجاهات الأفراد ودلالاتها، بالإضافة إلى تناول أهم المقاربات الرئيسية واستعراض الاسباب والخلفيات التي تجعل التربية الإعلامية والمعلوماتية ضرورة في الأردن إلى جانب الاستخدام الإعلامي والمعلوماتي في سياق مقارنته ببعض المؤشرات المتوافرة حول السلوك الاتصالي، وأهمية استخدام التربية الإعلامية في تحسين قدرات الاجيال على الاندماج الاجتماعي والمشاركة في مختلف الصعد، وتمكين الأفراد من حرية التفكير والتعبير النقدي والابداع.

وعليه، فإن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تسهم في تحقيق أهداف الدراسة كون البرامج التدريبية الإعلامية تؤثر في رغبات واتجاهات اليافعين، وبالتالي تؤثر في قناعاتهم اتجاه الأنشطة البرامجية في مختلف هذه المراكز، وأن البرامج التدريبية لليافعين يجب أن تكون مضمون يأخذ بعين الاعتبار بكافة الجوانب المتعلقة بالتفكير الصحيح حول التربية الإعلامية بهدف تنمية الثقافة والوعي الإعلامي. فالاتجاهات مفاهيم متعددة، فهي انماط سلوكية يمكن اكتسابها وتعديلها بالتعلم، وتخضع للمبادئ والقوانين والقيم التي تحكم انماط السلوك الاخرى. (نشواتي، 1997، ص476).

وستقوم الباحثة، بذكر هذه المفاهيم والتعريفات عند الحديث عن الاتجاهات ومكونات الاتجاه بصورة مفصلة المتعلقة بها ودلالاتها، بالإضافة إلى تناول أهم المقاربات الرئيسية لتطوير سياستها ضمن أطر الاتفاقيات والمواثيق الدولية التي ترتبط بحقوق الإنسان، وأثر ذلك على تنمية المجتمع وتقدمه، وتحليل الوضع القائم ضمن الأطر القانونية، واستعراض الأسباب والخلفيات التي تجعل التربية الإعلامية والمعلوماتية ضرورة في الأردن إلى جانب الاستخدام الإعلامي والمعلوماتي ومصادر المعلومات في سياق مقارنته ببعض المؤشرات المتوفرة حول السلوك الاتصالي، وأهمية استخدام التربية الإعلامية في تحسين قدرات الأجيال على الاندماج الاجتماعي والمشاركة في مختلف الصعد، وتمكين الأفراد من حرية التفكير والتعبير النقدي والإبداع.

ومن هنا، فإن فكرة نظرية الاعتماد تتمثل في "ان استخدام وسائل الاتصال لا يتم بمعزل من تأثيرات النظام الذي نعيش بداخله نحن ووسائل الاتصال، والطريقة التي نستخدم بها وسائل الاتصال ونفاعل بها" (اسماعيل، 2003، ص278)، ذلك ان الاعتماد على هذه الوسائل يمكن ان يؤدي الى اشباع حاجات الفرد المعرفية وبالتالي التأثير في حياته النفسية الاجتماعية.

ومن المهم الإشارة الى ان التأثيرات سواء المعرفية أم العاطفية أم السلوكية ترتبط الى حد كبير بدرجة الاعتماد على المعلومات التي تقدمها وسائل الاعلام (ابو اصبع، 2010، ص212).

وتستفيد الباحثة من الفروض التي تنطلق منها نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام في تحديد درجة الأهمية التي تحظى بها برامج مراكز زها الثقافية كمصدر اساسي للمعلومات من خلال الدورات المنعقدة لأفراد العينة، حيث ترتبط فعالية الوسائل المقدمة لليافعين بقدرة هذه البرامج على مواجهة احتياجاتهم للمعلومات ومدى الاستفادة منها.

ثانياً: الدراسات السابقة

دراسة البيطار والعسالي (2009). مفهوم التربية الإعلامية وكتب التربية المدنية والتربية الوطنية للمرحلة الأساسية في المنهاج الفلسطيني.

هدفت هذه الدراسة إلى الإجابة عن ثلاث أسئلة للتعرف على مصادر الإعلام التي استعرضتها كتب التربية المدنية والتربية الوطنية والوظائف الإعلامية التي تناولتها تلك الكتب والدور التي قامت به التربية الإعلامية في هذه الكتب لإعداد شخصية المتعلم واكسابه المهارات الإعلامية. بينت نتائج الدراسة ضرورة الاهتمام بمصادر الإعلام المقروءة والمصادر المرئية على اختلاف المراحل الأساسية.

دراسة الشميمري (2010). التربية الإعلامية، الرياض، مكتبة فهد، أثناء النشر

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على التربية الإعلامية باعتبارها اتجاه عالمي جديد، يختص بتعليم الأفراد مهارة التعامل مع الإعلام، مؤكداً على أن الإعلام ووسائل الاتصال الحديثة أصبحت الوجه والسلوك المؤثرة على القيم والمعتقدات والممارسات في مختلف جوانب الحياة.

وتوضح الباحثة أهمية التربية الإعلامية لأنها جزء من الحقوق الأساسية معتبراً إياها ليست مجرد مشروع دفاع يهدف إلى الحماية فحسب، وإنما هي مشروع تمكين أيضاً يهدف إلى إعداد الأفراد لفهم الثقافة الإعلامية ولممارسة الإيجابية لحق الانتقاء والاختيار والتعلم والمشاركة بصورة فاعله ومؤثرة.

Boyd and Dobrow (2011). Media Literacy and Positive Youth Development.

(التربية الإعلامية وتنمية الشباب الإيجابي).

تبين هذه الدراسة العلاقة بين التنقيف الإعلامي لا سيما التطوير في الوسائل الإعلامية، والمشاركة المدنية، وتنمية الشباب الإيجابية.

تبدأ الدراسة بتقديم نظرة عامة عن أدبيات تنمية الشباب الإيجابية، وتستمر في مناقشة التربية الإعلامية في سياق التنمية المدنية. كما وتقدم الدراسة أيضا الأدبيات الموجودة حول الارتباطات بين استخدام وسائل الإعلام وتطوير مهارات استخدام وسائل الإعلام لدى فئة الشباب والمؤشرات المدنية لذلك بالإضافة إلى، مناقشتها الترويج للتربية الإعلامية (مع التركيز على التربية الإعلامية للوسائل الاخبارية) وتنمية الشباب في البيئات التعليمية واللاصفية والمنزلية.

تختتم الدراسة بمناقشة هذا المجال الحديث والمتعدد التخصصات، وكذلك النظر في توجيهات البحوث المستقبلية كواحدة من أكثر السمات البارزة للعالم الذي ينمو فيه شباب القرن الحادي والعشرين ألا وهي ثقافة وسائل الإعلام الذي ينجذبون لها حيث توصلت الدراسة إلى أن تزايد استخدام المراهقين للوسائل المختلفة للوسائط واعتمادهم عليها سيؤثر حتما على تطورهم ومواقفهم وسلوكهم.

Zhang, Liu, Miao (2016). Hong Kong and Canadian Student Experiencing a new Participatory culture: A teacher Professional Training Project Undergirded by New Media Literacies.

(تجربة طلاب هونج كونج وكندا لاختبار ثقافة تشاركية جديدة لمشروع تدريب مهني للمعلمين ترتكز عليه ادبيات وسائل الإعلام الجديد).

هذا البحث ربط 47 معلما مرشحين من هونكونغ و35 من كندا في مشروع ثقافي تشاركي من خلال الإطار النظري بإطار وسائل إعلامية حرفية غير أمية حيث تُرسل هذه الورقة تقارير بمعلومات نوعية مع وصف كمي للمشاركين المنخرطين بالنشاطات الاجتماعية عبر الجمعيات التطبيقية العابرة للحدود. بالإضافة للنماذج للبحث الحي المميزة وذلك لإيجاد تفاعل يتعلق بالمشاركين في الثقافة التشاركية ومساهمتها في المعرفة وبناء الوعي التشاركي بوسائل إعلامية

تقنية وتنوع ثقافي في التعليم كما وتلخص نتائج الجمعيات وانعكاس أثرها على تطوير ثقافة التعليم والممارسة العملية للإعلام ورفع سوية المعلم وتطويره.

الطويسى وآخرون (2016). التربية الإعلامية والمعلوماتية في الأردن الحاجات والفرص

تناولت الدراسة الأبعاد المرتبطة بضرورة التربية الإعلامية والمعلوماتية في الحالة الأردنية، متضمنة تطور الحركة الدولية للتربية الإعلامية والمعلوماتية والمفاهيم المتعلقة بها ودلالاتها، بالإضافة إلى تناول أهم المقاربات الرئيسية لتطوير سياستها ضمن أطر الاتفاقيات والمواثيق الدولية التي ترتبط بحقوق الإنسان، وأثر ذلك على تنمية المجتمع وتقدمه، وتحليل الوضع القائم ضمن الأطر القانونية، واستعراض الأسباب والخلفيات التي تجعل التربية الإعلامية والمعلوماتية ضرورة في الأردن إلى جانب الاستخدام الإعلامي والمعلوماتي ومصادر المعلومات في سياق مقارنته ببعض المؤشرات المتوافرة حول السلوك الاتصالي، وأهمية استخدام التربية الإعلامية في تحسين قدرات الأجيال على الاندماج الاجتماعي والمشاركة في مختلف الصعد، وتمكين الأفراد من حرية التفكير و التعبير النقدي والإبداع .

Božena Šupšáková (2016). Media Education of Children and Youth as a Path to Media Literacy.

(التعليم الإعلامي للأطفال والشباب طريق إلى التربية الإعلامية).

تركز هذه الدراسة على مسألة التعليم الإعلامي للأطفال كجزء من التربية الإعلامية، مع تقديم نظرة عامة عن الإطار النظري الحالي المرتبط بالموضوع المعطى وتحليل مختلف البحث العلمي الذي قدمها علماء متخصصون في سلوفاكيا والخارج. أظهرت الدراسة ان التلفزيون والإنترنت هي المهيمنة داخل وسائل الإعلام التي هي الأكثر استخداماً من قبل أطفال المدارس الابتدائية لجمع المعلومات. ويمكن القول إن التواصل وجهاً لوجه يتم استبداله في كثير من الحالات بالمكالمات

الهاتفية أو الرسائل النصية. علاوة على ذلك، تهدف الدراسة إلى معرفة. توصي الدراسة بضرورة تحديث محتوى وسائل الإعلام التعليمية في التعليم الابتدائي بحيث تتناسب مع الاتجاهات الحديثة.

Lee, Horsley (2017). The Role of Social Media on Positive Youth Development: An Analysis of 4-H Facebook Page and 4-H'ers' Positive Development.

(دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الشباب الايجابي).

هدفت الدراسة للتعرف على أهمية وسائل التواصل الاجتماعي بين الشباب وفهم كيفية استخدامها كأداة لتعزيز تنمية الشباب، من خلال استخدام إطار تطوير الشباب الإيجابي (PYD). تفحص هذه الدراسة دور Facebook في تطوير ست سمات؛ هي الكفاءة والثقة والاتصال والشخصية والرحمة والمساهمة - وتأثيرها على المشاركة المدنية للشباب من خلال تحليل H 4 - حالة النادي (منظمة الشباب، وسائل التواصل الاجتماعي، تنمية الشباب الايجابية، تحليل محتوى المشاركة المدنية للشباب) من خلال تحليل محتوى المنشورات من عام 2009 إلى أوائل عام 2015. أكدت النتائج الدور الحاسم لوسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز التطور الإيجابي للشباب والمشاركة المدنية المستقبلية، وتناقش الآثار العملية.

دراسة (الطعاني، 2018) التربية الإعلامية في مواجهة مطبات الفوضى والكراهية.

تركزت هذه الدراسة في معرفة أسباب التركيز على موضوع التربية الإعلامية بزخم أكبر خاصة في الوقت الحاضر، متسائلاً عن مبررات الاهتمام بهذا الموضوع المتعلق بفهم واستيعاب الثقافة الإعلامية. خلصت الدراسة إلى أن حالة النشاط المعلوماتي والفوضى المعلوماتية بشكل عام أدت إلى قلة الوعي بمختلف القضايا بين فئة الشباب وقلة انخراطهم في قضايا المجتمع وعدم قدرتهم على التعبير الصحيح، مؤكداً على ضرورة هذه الفكرة من أجل محو الأمية الإعلامية

ومواجهة التحديات التي يواجهها المواطن في العالم الرقمي الحديث، في ظل اقتصار وسائل الإعلام للتحليل الصادق.

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

تختلف هذه الدراسة، بحسب علم الباحثة في انها ستتناول اتجاهات اليافعين من (12-16) سنة نحو برامج مراكز زها الثقافية في التربية الإعلامية، على عكس ما جاء في معظم الدراسات السابقة، حيث تناولت معظم الدراسات السابقة التربية الإعلامية في إطار مفاهيمي ووظيفي أو ضروري، ضمن الكتب والمناهج التربوية.

وتأتي هذه الدراسة في وقت أصبحت فيه التربية الإعلامية المتخصصة بالطفل تشكل ظاهرة واضحة وجديدة من حيث طبيعتها وتخصصيتها، واثارها العميقة على سلوك النشئ، معرفيا، وسلوكيا، وقيما في بناء المجتمع الحضاري.

وستتناول هذه الدراسة مجموعة من برامج مراكز زها الثقافية في عمان والمحافظات التي تخصصت في التركيز على تنمية قدرات ومهارات اليافعين وخصوصا في مجال التربية الإعلامية، اذكر هنا: برامج الصحافة والإعلام، الفريق الاذاعي، الدراما، صحيفة زها.

ومن الجدير بالذكر ان هذه الدراسة تهدف الى الكشف عن مدى تعزيز ثقافة التربية الاعلامية في مراكز زها الثقافية في ضوء مراجعة أدلة البرامج المقدمة لدى اليافعين وتحليل مضمون هذه البرامج في اطار فاعليتها من خلال الادوات المستخدمة في الدراسة واختيار العينات وتحليل محتواها من أجل التعرف على آراء اليافعين وميولهم، واهمية استخدام التربية الاعلامية في تحسين وتطوير ثقافة التعليم والمشاركة لدى اليافعين، مع التركيز على مهارات الاستخدام والممارسة العملية في البيئات اللامنهجية التي من شأنها أن تقوم بتهيئة اليافعين في فن العمل والمشاركة وبناء الشخصية والقيم الروحية والاخلاقية والابداع.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

الفصل الثالث

منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

تم تخصيص هذا الفصل لعرض منهجية الدراسة ومجتمعها، والعينة التي تمت دراستها، وكذلك بيان أداة الدراسة ومحاورها وفقراتها، وقياس الصدق والثبات، والإجراءات الإحصائية التي تم اعتمادها لاستخراج نتائج الدراسة.

منهج الدراسة

تأتي هذه الدراسة كما ترى الباحثة في وقت بدأت فيه مراكز زها الثقافية بالانتشار السريع، وأهمية التركيز على تعزيز رؤية مراكز زها الثقافية التي تركز على (طفولة صافية لمستقبل واعد) من أجل ترسيخ القيم الايجابية وتقويتها، وكذلك التعديل في بعض القيم السلبية أو تغييرها ولا بد في هذا المجال من تكامل أدوار هذه المراكز في مجال التربية الإعلامية، ولهذا قد تكون هذه الدراسة مرجعا أساسيا للدارسين في هذا المجال وعليه سوف تعتمد الباحثة على المنهج الوصفي المسحي في هذه الدراسة حيث ستهتم بدراسة موضوعات الظاهرة المراد بحثها وتحليلها وجمع البيانات والمعلومات وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص الدلالات المتضمنة فيها.

مجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة بجميع اليافعين المستفيدين من برامج التربية الإعلامية للفئة العمرية (12-16) سنة المسجلين في البرامج التي تعقدتها مراكز زها الثقافية على مدار العام في عمان والمحافظات خلال الفترة 2019-2020 ويبلغ عددهم الكلي 1000 يافعا.

عينة الدراسة

استخدمت الدراسة العينة العشوائية البسيطة في سحب المفردات، وقد بلغت العينة العشوائية

(435) تم اختيارها بطريقة العينة العشوائية البسيطة*، وقد بلغ عدد الاستجابات الصالحة للتحليل

والاستنتاج (435) استبانة، وفيما يلي خصائص العينة التي خضعت للتحليل:

الجدول (1)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سمات العينة المبحوثة

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	159	36.6
	أنثى	276	63.4
	المجموع	435	100.0
العمر	أقل من 13	140	32.2
	13 - أقل من 15	171	39.3
	15-17	124	28.5
	المجموع	435	100.0
نوع المدرسة	حكومية	313	72.0
	خاصة	122	28.0
	المجموع	435	100.0
اسم المركز	مركز زها الثقافي - المستندة	47	10.8
	مركز زها الثقافي - ملكا - المنصورة	34	7.8
	مركز زها الثقافي - المركز الرئيس - خلدا	75	17.2
	مركز زها الثقافي - الكرك	38	8.7
	مركز زها الثقافي - عجلون	14	3.2
	مركز زها الثقافي - مأدبا	17	3.9
	مركز زها الثقافي - الزهور	17	3.9

*وهي عينة يتم اختيارها بطريقة يكون فيها لكل فرد في المجتمع فرصة متساوية لكي يتم اختياره في العينة.

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
	مركز زها الثقافي - أبو علندا	10	2.3
	مركز زها الثقافي - جرش	15	3.4
	مركز زها الثقافي - المفرق	30	6.9
	مركز زها الثقافي - الطفيلة	16	3.7
	مركز زها الثقافي - إربد	21	4.8
	مركز زها الثقافي - الرصيفة	10	2.3
	مركز زها الثقافي - التقوى - ماركا	10	2.3
	مركز زها الثقافي - أم عمر الفيصل - صويلح	16	3.7
	مركز زها الثقافي - طارق - طبربور	12	2.8
	مركز زها الثقافي - دير علا	13	3.0
	مركز زها الثقافي - المشارع	12	2.8
	مركز زها الثقافي - معان	10	2.3
	مركز زها الثقافي - ماعين	9	2.1
	مركز زها الثقافي - باب الواد - الهاشمي	9	2.1
	المجموع	435	100.0

بين الجدول أعلاه ما يلي:

1- احتلت اليافعات النسبة الأكبر إذ بلغت نسبتهم (63.4%)، بينما كانت نسبة اليافعين

(36.6%).

2- أما الفئات العمرية فقد شكلت الفئة (13-أقل من 15) النسبة الأكبر إذ بلغت (39.3%)،

تلتها فئة العمر (أقل من 13) بنسبة (32.2%)، ثم أخيراً فئة العمر (15-17) بنسبة

(28.5%).

3- وفي فئتي نوع المدرسة، احتلت فئة المدارس الحكومية النسبة الأكبر إذ بلغت (72.0%)،

أما فئة المدارس الخاصة، فقد بلغت نسبتها (28.0%).

4- أما فئة المراكز، فقد احتلت بعض المراكز نسباً عالية مقارنة بالأخرى، فمثلاً، احتل مركز زها

الثقافي-المركز الرئيس-خلدا نسبة (17.2%)، ومركز زها الثقافي - المستتدة نسبة

(10.8%)، ومركز زها الثقافي-الكرك نسبة (8.7%)، ومركز زها الثقافي-ملكا-المنصورة نسبة (7.8%)، ومركز زها الثقافي-المفرق بنسبة (6.9%)، هذه النسب مقارنة بين (21) مركزاً من مراكز زها الثقافي، وقد توزعت النسب المتبقية على بقية المراكز، وهي مفصلة في الجدول أعلاه.

أداة الدراسة

اعتمدت الدراسة الإستبانة أداة لجمع البيانات من عينة الدراسة "اليافعين"، بصفتها من أدوات جمع البيانات المستخدمة في البحوث والدراسات العلمية، وقد تشكلت أداة الدراسة من المحاور الآتية:

محور المعلومات الديموغرافية، وتتكون من: النوع الاجتماعي، والفئة العمرية، ونوع المدرسة، واسم المركز.

محاور الاستبانة

(1) محور عادات استخدام اليافعين، وشمل (14) فقرة من عادات الاستخدام:

- اشترك في برنامج واحد فقط من برامج التربية الإعلامية داخل مركز زها.
- اشترك في برنامج واحد فقط من برامج التربية الإعلامية خارج مركز زها.
- رأيك ببرامج مراكز زها مقارنة بغيرها.
- عدد الساعات التي أحضرها لبرامج التربية الإعلامية داخل مراكز زها (خلال الاسبوع).
- عدد الساعات التي أحضرها لبرامج التربية الإعلامية داخل مراكز زها (نهاية الاسبوع).
- عدد الساعات التي أحضرها لبرامج التربية الإعلامية خارج مراكز زها (خلال الاسبوع).
- عدد الساعات التي أحضرها لبرامج التربية الإعلامية خارج مراكز زها (نهاية الاسبوع).
- اليوم المفضل لمتابعة البرامج.

- الفترات المفضلة للمتابعة خلال أيام الأسبوع.
- الفترات المفضلة للمتابعة نهاية الأسبوع.
- أتذكر دائماً مواعيد البرامج المفضلة لي.
- عادة ما اختار برامج التربية الإعلامية التي التحق بها في مراكز زها.
- الوسائل الإعلامية من الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية.
- البرامج المفضلة

(2) محور الدوافع: وتضمن (7) فقرات.

(3) محور الإشباعات المعرفية: وتضمن (9) فقرات.

(4) محور الإشباعات السلوكية: وتضمن (29) فقرة.

صدق الأداة

لتحقيق صدق الأداة تم عرضها على أساتذة متخصصين في الإعلام والتربية في الجامعات الأردنية، وقد أبدوا ملاحظاتهم حول صلاحية الأداة وترابط فقراتها، وتم الأخذ بملاحظاتهم وتعديلاتهم.

ثبات الأداة

تم استخراج ثبات الأداة من خلال استخدام معامل الثبات الداخلي بين الإجابات أو ما يسمى اختبار الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا (Cranach-Alpha)، بهدف قياس الاتساق في إجابات أفراد العينة، وكانت قيمة (ألفا) (0.80) للأداة الحالية وهي نسبة جيدة، والجدول (2) يبين معاملات الثبات لكل محور:

جدول (2)

قيم معامل ثبات كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha لمحاور الدراسة

محاور الدراسة	عدد الفقرات	Cronbach's Alpha
محور الاستخدامات	18	0.84
محور الدوافع	7	0.85
محور الإشباعات المعرفية	9	0.81
محور الإشباعات السلوكية	29	0.86
معامل الثبات الكلي للأداة		0.80

متغيرات الدراسة

تكونت الدراسة من المتغيرات التالية:

1. المتغير المستقل: برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الثقافية (الاستخدامات والدوافع).
2. المتغير التابع: إشباعات اليافعين، وانعكاسها على تطوير مهاراتهم الذاتية (الإشباعات المعرفية والسلوكية).

إجراءات الدراسة

اتبعت الباحثة في إعداد دراستها الخطوات الآتية:

- تحديد فكرة الدراسة، لتحديد بعدها عنوان الموضوع الذي اتخذ الصيغة التالية " دور برامج مراكز زها الثقافية في التربية الإعلامية لدى اليافعين".
- الاطلاع والبحث في الأدبيات النظرية حول موضوع الدراسة بشكل مكثف وذلك انطلاقاً من دراسة النظريات الإعلامية التي من خلالها يمكن تكوين مسار علمي لمعالجة إشكالية الدراسة.

- الرجوع إلى الدراسات والأبحاث السابقة التي تعالج مواضيع مقارنة لموضوع الدراسة، والنتائج التي توصلت إليها.
- تشكيل افكار وتصورات أولية بعد الاطلاع على بعض ما تم تناوله في البرامج والدورات من خلال الفترة الزمنية الخاصة بالدراسة.
- إعداد أداة الدراسة، وقياس صدق الاداة واختبار مدى ثباتها.
- حصر العينة، واخضاعها للتحليل، بناء على الاستبانة.
- استخلاص الاستنتاجات والتوصيات التي تحمل في ثناياها فائدة فيما يخص موضوع الدراسة.

المعالجة الإحصائية

تمثلت المعالجة الإحصائية بالخطوات الآتية:

- تفريغ بيانات استجابات المبحوثين وترميزها ومعالجتها ببرنامج الـ Spss.
- استخراج التكرارات والنسب المئوية لاستجابات اليافعين حول أنماط الاستخدام والتلقي
- استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والتكرارات والنسب المئوية لاستجابات اليافعين.
- قياس ثبات الأداة، بمعامل كرونباخ ألفا.
- تطبيق اختبار Independent Sample T-test واختبار التباين الأحادي One Way ANOVA لاختبار العلاقة بين المتغيرات وLSD للمقارنات البعدية.

وفيما يتعلق بمقياس الأداة، فقد تم اعتماد مقياس ليكرت الثلاثي، مع مراعاة أن يتدرج المقياس كما يلي:

البدائل	أوافق	محايد	لا أوافق
القيمة	3	2	1

وتم استخراج مستويات مقياس ليكرت الثلاثي.

طول الفترة = الحد الأعلى لعدد فئات المقياس - الحد الأدنى لعدد فئات المقياس / عدد المستويات المطلوبة

$$\text{طول الفترة} = 3 - 2/3 = 0.6$$

المستوى الأول - المنخفض = $1 + 0.6 = 1.6$ ، إذاً المستوى يتراوح بين (1-1.6).

المستوى الثاني - متوسط = $1.7 + 0.6 = 2.3$ ، إذاً المستوى يتراوح بين (1.7-2.3).

المستوى الثالث - مرتفع = $2.4 + 0.6 = 3.0$ ، إذاً المستوى يتراوح بين (2.4-3.0).

الفصل الرابع نتائج الدراسة

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

خصص هذا الفصل لعرض النتائج التي حصلت عليها الباحثة من عمليات المعالجة

الإحصائية، وفيما يلي عرض لتلك النتائج:

نتائج الدراسة الميدانية

نتائج محور أنماط الاستخدامات والتلقي، وشمل الاتي:

في هذا المحور تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لاستجابات اليافعين عن أنماط

الاستخدام كما يلي:

- اشتراكهم في برنامج واحد فقط من برامج التربية الإعلامية داخل مركز زها

جدول (3)

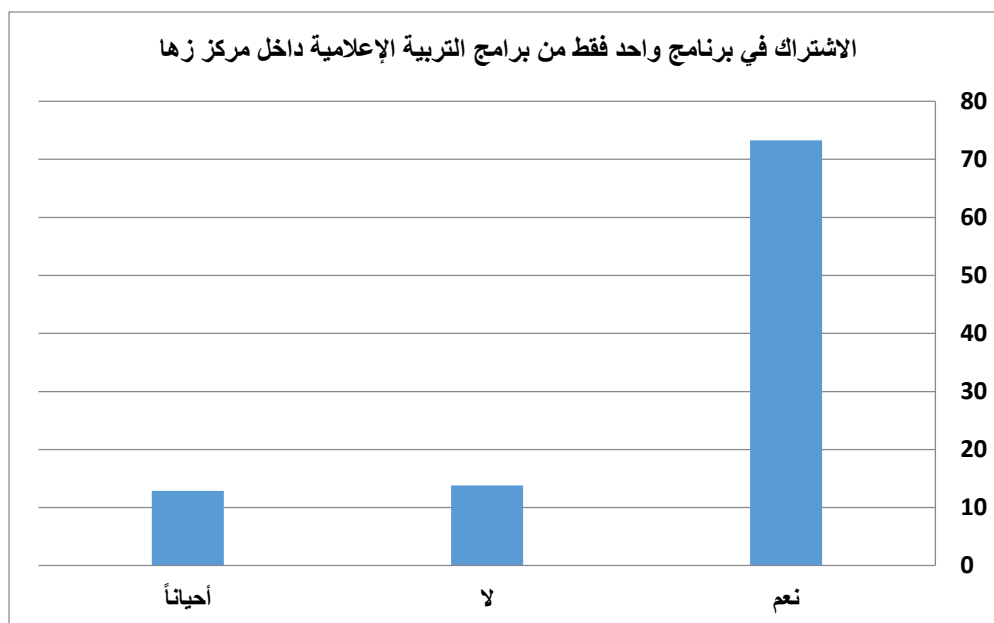
استجابات اليافعين عن اشتراكهم في برنامج واحد فقط من برامج التربية الإعلامية داخل مركز زها

النسبة	التكرار	الفئات
73.3	319	نعم
13.8	60	لا
12.9	56	أحياناً
100.0	435	المجموع

يبين هذا الجدول أن ما نسبته (73.3%) من اليافعين اشتروا في برنامج واحد فقط من برامج

التربية الإعلامية داخل مركز زها الثقافي، بينما عبر (13.8%) منهم بأنهم لم يشتركوا، ونسبة

مقاربة بلغت (12.9%) بينوا أنهم يشتركوا أحياناً، والشكل أدناه يوضح ذلك:



الشكل (1): نسب استجابات اليافعين عن اشتراكهم في برنامج واحد فقط من برامج التربية الإعلامية داخل مركز زها

جدول (4)

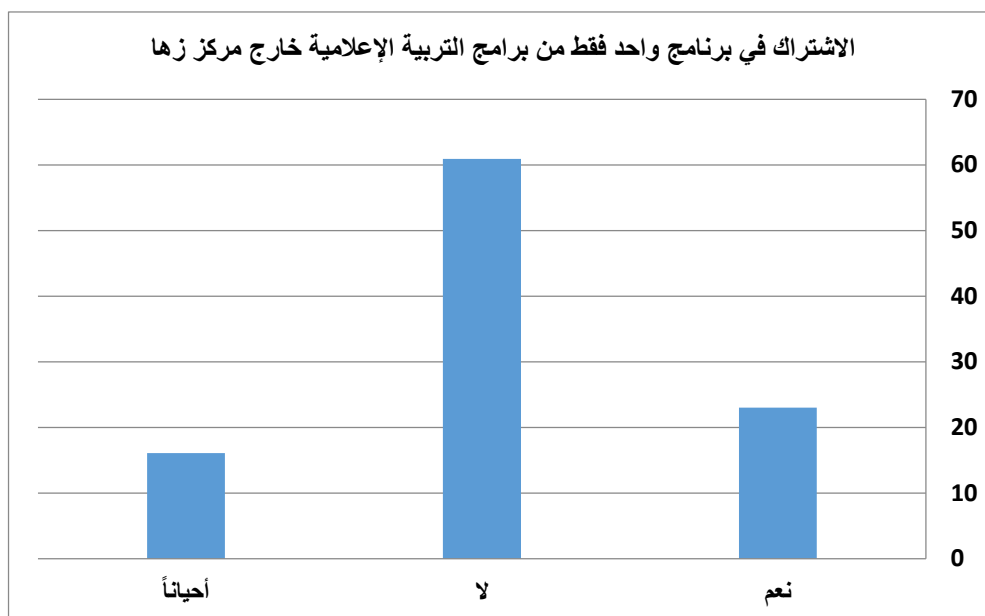
استجابات اليافعين عن اشتراكهم في برنامج واحد فقط من برامج التربية الإعلامية خارج مركز زها

النسبة	التكرار	الفئات
23.0	100	نعم
60.9	265	لا
16.1	70	أحياناً
100.0	435	المجموع

يبين هذا الجدول أن ما نسبته (60.9%) من اليافعين لم يشتركوا في برامج التربية الإعلامية

خارج مركز زها الثقافي، بينما عبر (23.0%) منهم بأنهم شاركوا، ونسبة بلغت (16.1%) أكدوا

أنهم أحياناً يشتركون، والشكل أدناه يوضح هذه النسب:



الشكل (2): نسب استجابات اليافعين عن اشتراكهم في برنامج واحد فقط من برامج التربية الإعلامية خارج مركز زها

جدول (5)

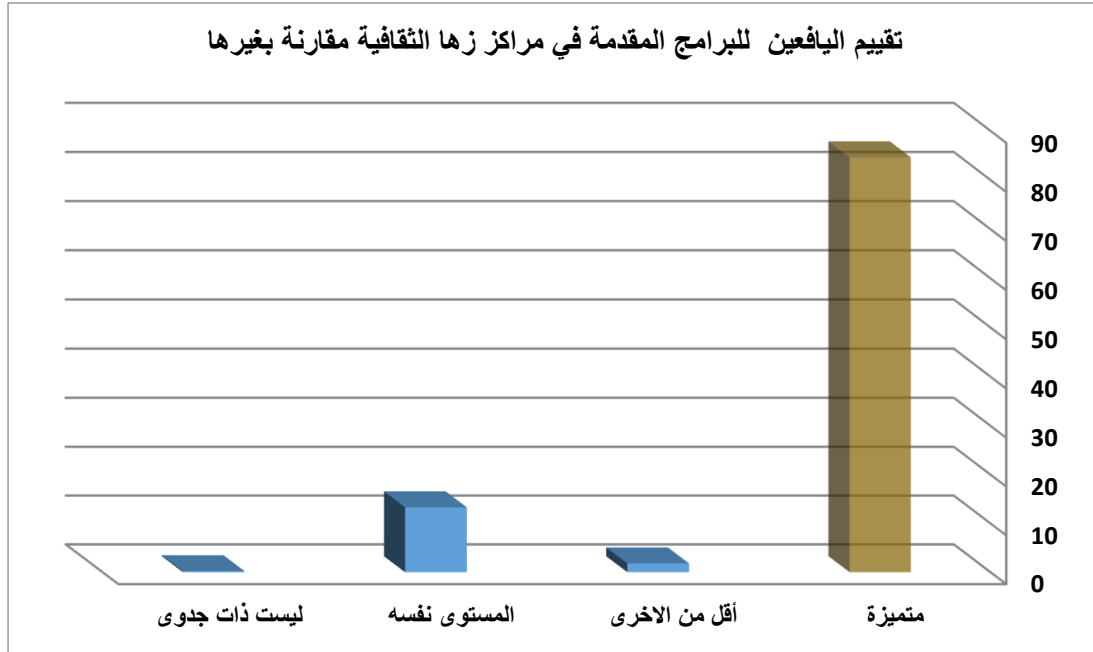
استجابات اليافعين عن رأيهم ببرامج مراكز زها مقارنة بغيره

النسبة	التكرار	الفئات
84.6	368	متميزة
2.0	9	أقل من الأخرى
13.3	58	المستوى نفسه
100.0	435	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن ما نسبته (84.6%) من اليافعين أكدوا أن في برامج مراكز زها الثقافية

متميزة، بينما عبر (13.3%) منهم بأن برامج المراكز بالمستوى نفسه، ونسبة قليلة بلغت

(2.0%) قالوا بأنها أقل من مستوى برامج المراكز الأخرى، والشكل أدناه يوضح هذه النسب:



الشكل (3): نسب استجابات اليافعين عن رأيهم ببرامج مراكز زها مقارنة بغيره

جدول (6)

استجابات اليافعين عن عدد الساعات التي يحضرونها لبرامج التربية الإعلامية داخل مراكز زها (خلال الأسبوع)

النسبة	التكرار	الفئات
7.4	32	أقل من ساعة
34.9	152	من ساعة إلى أقل من ساعتين
38.9	169	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
18.9	82	أكثر من ثلاث ساعات
100.0	435	المجموع

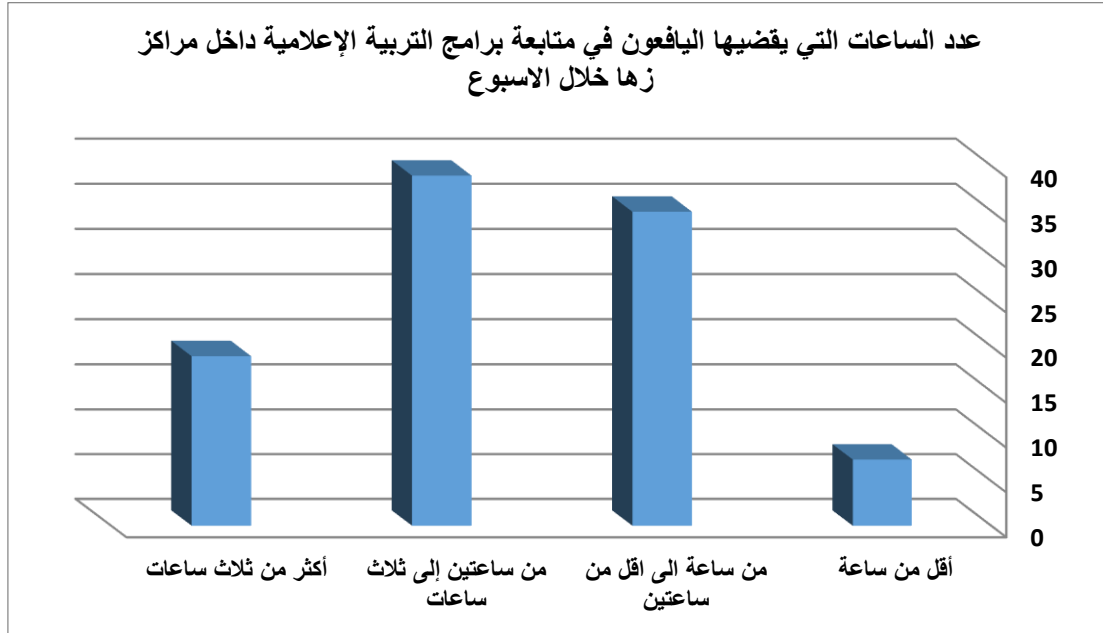
يبين الجدول أعلاه أن ما نسبته (38.9%) من اليافعين أكدوا أنهم يقضون (من ساعتين إلى

ثلاث ساعات) خلال الأسبوع لحضور برامج التربية الإعلامية داخل مراكز زها الثقافية، وبنسبة

أقل بلغت (34.9%) منهم قالوا بأنهم يقضون (من ساعة إلى ساعتين) خلال الأسبوع لحضور

برامج التربية الإعلامية داخل مراكز زها الثقافية، كما بين ما نسبته (18.9%) من اليافعين أنهم

يقضون أكثر من ثلاث ساعات في متابعة تلك البرامج، في حين أن (7.4%) منهم لا يقضي في متابعة تلك البرامج سوى أقل من ساعة، والشكل أدناه يوضح هذه النسب:



الشكل (4): نسب استجابات اليافعين عن عدد الساعات التي يحضرونها لبرامج التربية الإعلامية داخل مراكز زها (خلال الاسبوع)

جدول (7)

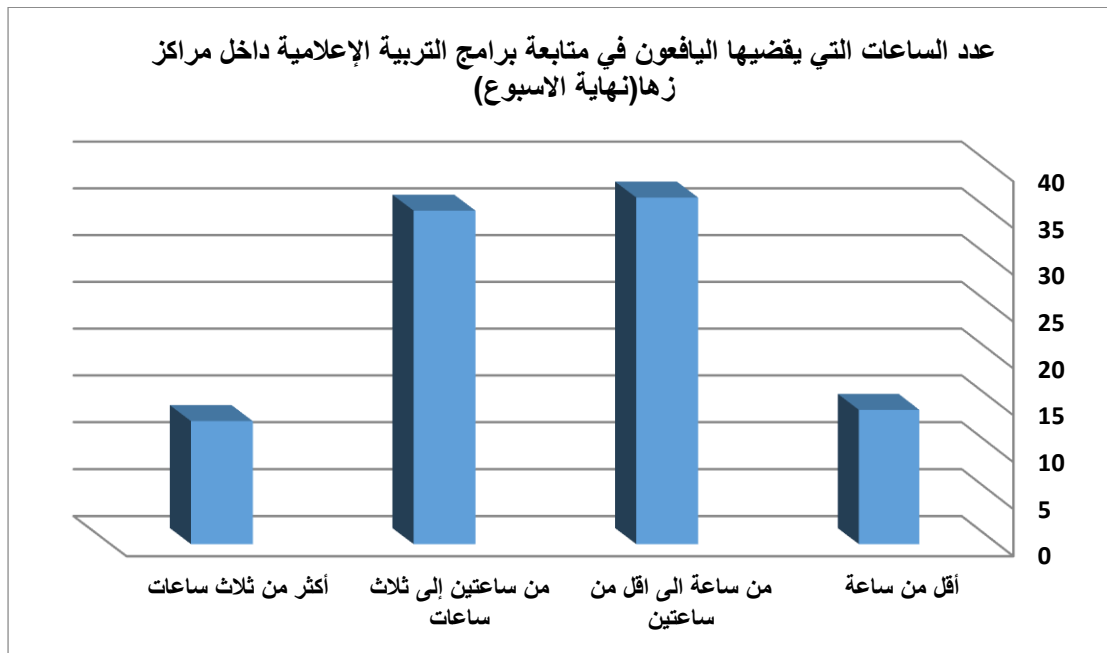
استجابات اليافعين عن عدد الساعات التي يحضرونها لبرامج التربية الإعلامية داخل مراكز زها (نهاية الاسبوع)

النسبة	التكرار	الفئات
14.3	62	أقل من ساعة
37.0	161	من ساعة إلى أقل من ساعتين
35.6	155	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
13.1	57	أكثر من ثلاث ساعات
100.0	435	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن ما نسبته (37.0%) من اليافعين أكدوا أنهم يقضون (من ساعة إلى

ساعتين) نهاية الأسبوع لحضور برامج التربية الإعلامية داخل مراكز زها الثقافية، وبنسبة أقل

بلغت (35.6%) منهم قالوا بأنهم يقضون (من ساعتين إلى ثلاث ساعات) نهاية الأسبوع لحضور برامج التربية الإعلامية داخل مراكز زها الثقافية، كما بين ما نسبته (14.3%) من اليافعين أنهم يقضون أقل من ساعة في متابعة تلك البرامج داخل المركز، في حين أن (13.1%) منهم يقضي في متابعة تلك البرامج أكثر من ثلاث ساعات نهاية الاسبوع، والشكل أدناه يوضح هذه النسب:



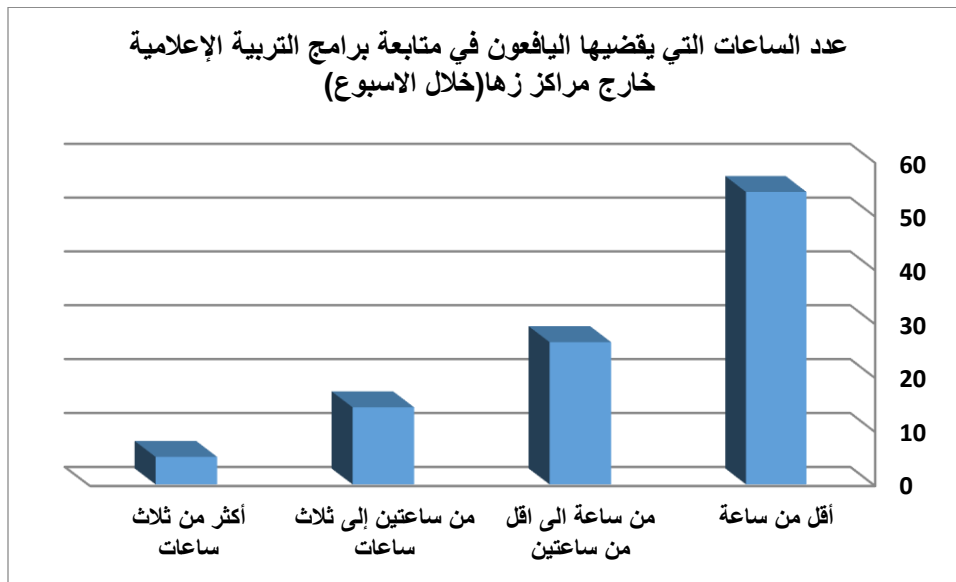
الشكل (5): نسب استجابات اليافعين عن عدد الساعات التي يحضرونها لبرامج التربية الإعلامية داخل مراكز زها (نهاية الاسبوع)

جدول (8)

استجابات اليافعين عن عدد الساعات التي يحضرونها في متابعة لبرامج التربية الإعلامية خارج مراكز زها (خلال الاسبوع)

النسبة	التكرار	الفئات
54.3	236	أقل من ساعة
26.4	115	من ساعة إلى أقل من ساعتين
14.3	62	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
5.1	22	أكثر من ثلاث ساعات
100.0	435	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن ما نسبته (54.3%) من اليافعين أكدوا أنهم يقضون (أقل من ساعة) خلال الأسبوع لحضور برامج التربية الإعلامية خارج مراكز زها الثقافية، ونسبة أقل بلغت (26.4%) منهم قالوا بأنهم يقضون (من ساعة إلى أقل من ساعتين) خلال الأسبوع لحضور برامج التربية الإعلامية خارج مراكز زها الثقافية، كما بين ما نسبته (14.3%) من اليافعين أنهم يقضون (من ساعتين إلى ثلاث ساعات) في متابعة تلك البرامج خارج المركز، في حين أن (5.1%) منهم يقضي في متابعة تلك البرامج أكثر من ثلاث ساعات خلال الأسبوع خارج المركز، والشكل أدناه يوضح ذلك:



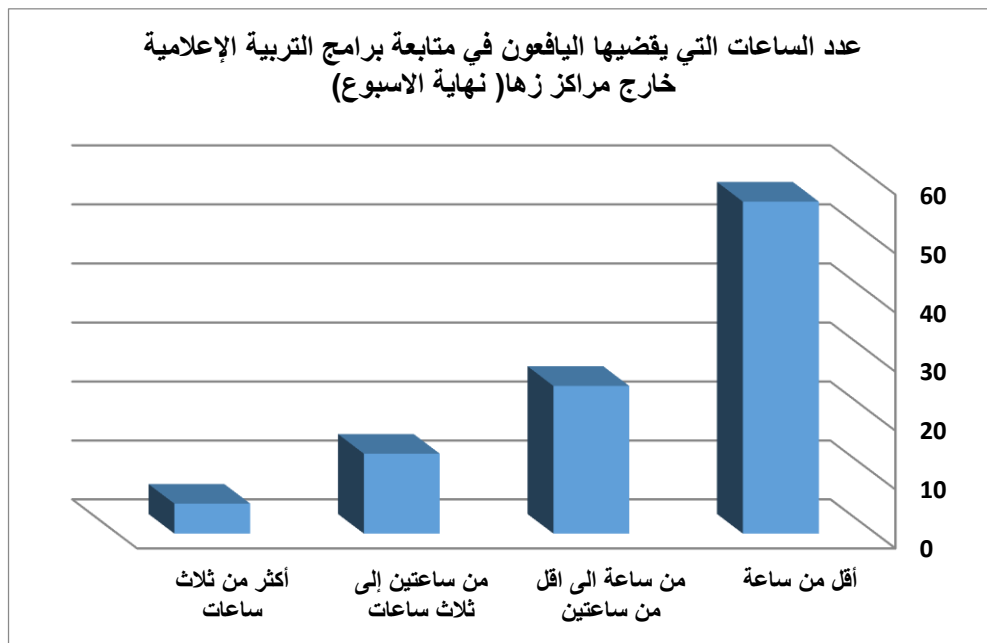
الشكل (6): نسب استجابات اليافعين عن عدد الساعات التي يحضرونها في متابعة لبرامج التربية الإعلامية خارج مراكز زها (خلال الأسبوع)

جدول (9)

استجابات اليافعين عن عدد الساعات التي أحضرها لبرامج التربية الإعلامية خارج مراكز زها (نهاية الأسبوع)

النسبة	التكرار	الفئات
56.3	245	أقل من ساعة
25.1	109	من ساعة إلى أقل من ساعتين
13.6	59	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
5.1	22	أكثر من ثلاث ساعات
100.0	435	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن ما نسبته (56.3%) من اليافعين أكدوا أنهم يقضون (أقل من ساعة) نهاية الأسبوع لحضور برامج التربية الإعلامية خارج مراكز زها الثقافية، وبنسبة أقل بلغت (25.1%) منهم قالوا بأنهم يقضون (من ساعة إلى أقل من ساعتين) نهاية الأسبوع لحضور برامج التربية الإعلامية خارج مراكز زها الثقافية، كما بين ما نسبته (13.6%) من اليافعين أنهم يقضون (من ساعتين إلى ثلاث ساعات) في متابعة تلك البرامج خارج المركز، في حين أن (5.1%) منهم يقضي في متابعة تلك البرامج أكثر من ثلاث ساعات نهاية الأسبوع خارج المركز، والشكل أدناه يوضح ذلك:



الشكل (7): نسب استجابات اليافعين عن عدد الساعات التي يحضرونها في متابعة لبرامج التربية الإعلامية خارج مراكز زها (نهاية الأسبوع)

جدول (10)

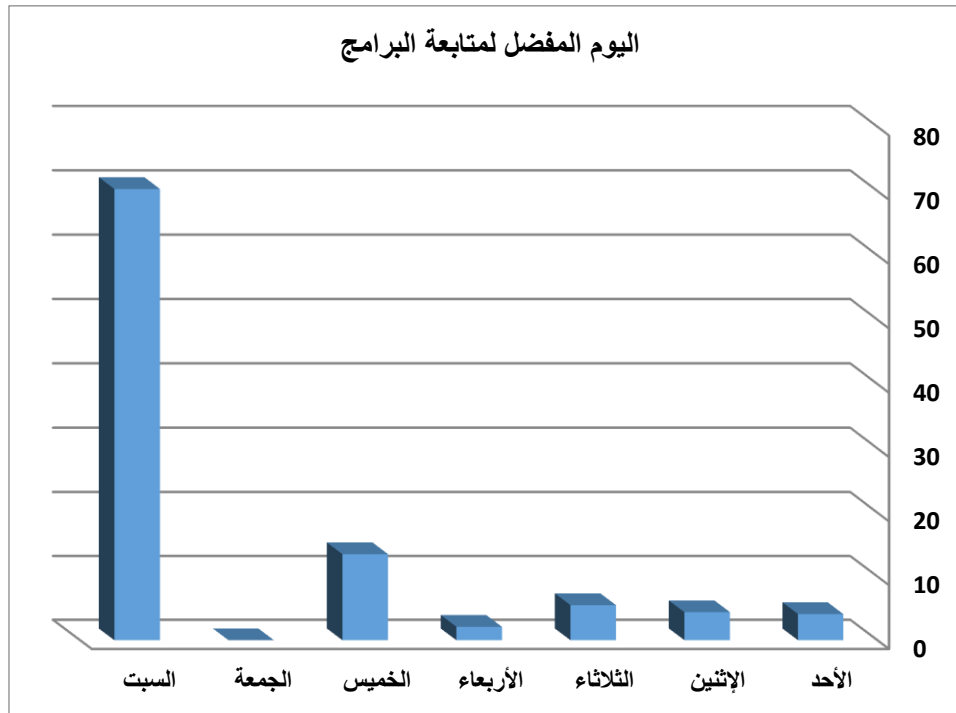
استجابات اليافين عن اليوم المفضل لمتابعة البرامج

النسبة	التكرار	الفئات
4.1	18	الأحد
4.4	19	الاثنين
5.5	24	الثلاثاء
2.1	9	الأربعاء
13.5	59	الخميس
0.0	0	الجمعة
70.3	306	السبت
100.0	435	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن (70.3%) من اليافين يفضلون متابعة البرامج يوم "السبت" تليها

نسبة (13.5%) منهم يفضلون يوم "الخميس"، وتوزعت النسب الباقية على بقية الأيام بشكل قليل،

ولم يحظ يوم الجمعة بأي نسبة. والشكل الاتي يوضح ذلك:



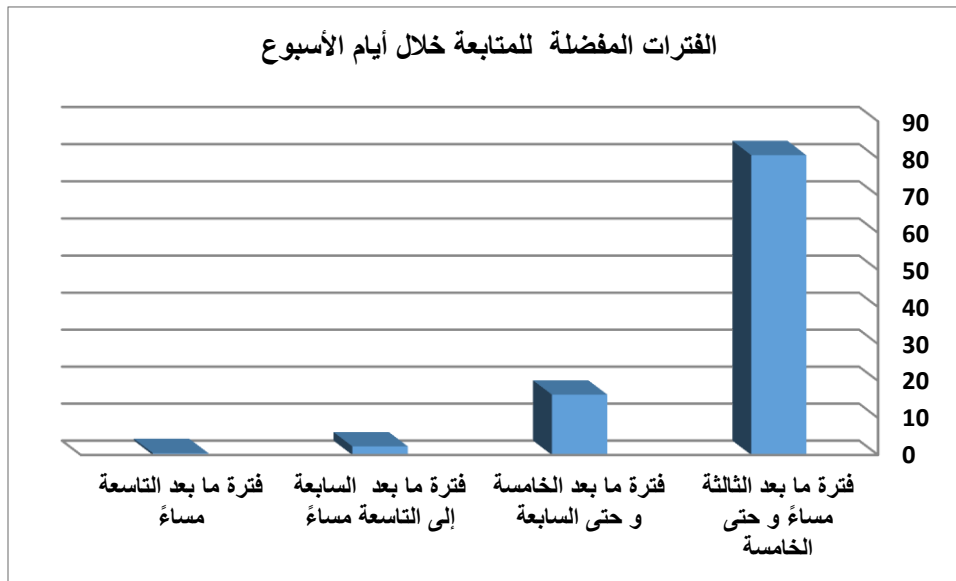
الشكل (8): نسب استجابات اليافين عن اليوم المفضل لمتابعة البرامج

جدول (11)

استجابات اليافعين عن الفترات المفضلة للمتابعة خلال أيام الأسبوع

النسبة	التكرار	الفئات
80.9	352	فترة ما بعد الثالثة مساءً وحتى الخامسة
16.3	71	فترة ما بعد الخامسة وحتى السابعة
2.3	10	فترة ما بعد السابعة إلى التاسعة مساءً
0.5	2	فترة ما بعد التاسعة مساءً
100.0	435	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن ما نسبته (80.9%) من اليافعين أكدوا أنهم يفضلون (فترة ما بعد الثالثة مساءً وحتى الخامسة) خلال الأسبوع لمتابعة برامج التربية الإعلامية، وبنسبة بلغت (16.3%) منهم قالوا بأنهم يفضلون (فترة ما بعد الخامسة وحتى السابعة) خلال الأسبوع لمتابعة برامج التربية الإعلامية، وما نسبته (2.3%) من اليافعين قالوا إنهم يفضلون (فترة ما بعد السابعة إلى التاسعة مساءً) في متابعة تلك البرامج، في حين أن (0.5%) منهم يفضل (فترة ما بعد التاسعة مساءً)، والشكل أدناه يوضح ذلك:



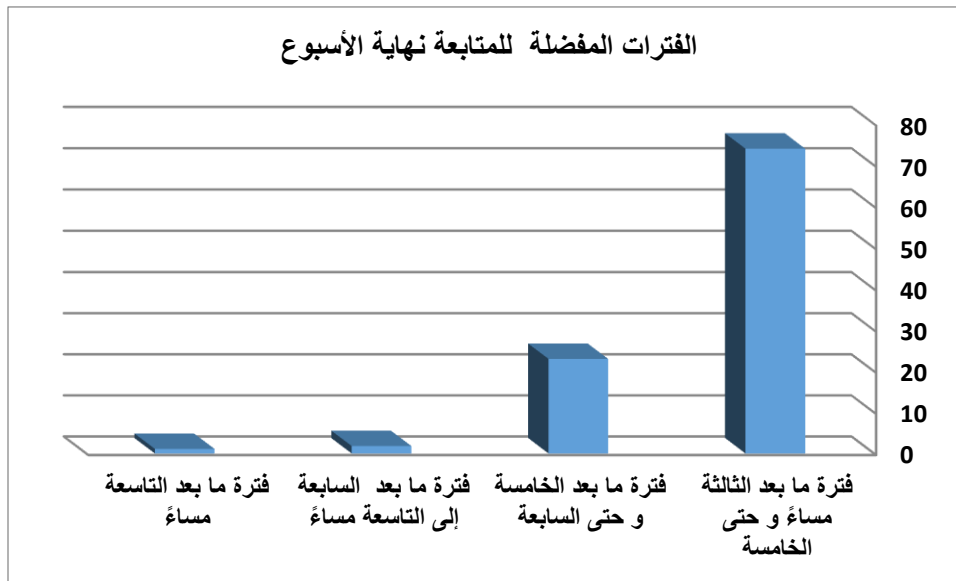
الشكل (9): نسب استجابات اليافعين عن الفترات المفضلة للمتابعة خلال أيام الأسبوع

جدول (12)

استجابات اليافين عن الفترات المفضلة للمتابعة نهاية الأسبوع

النسبة	التكرار	الفئات
74.0	322	فترة ما بعد الثالثة مساءً وحتى الخامسة
23.0	100	فترة ما بعد الخامسة وحتى السابعة
1.8	8	فترة ما بعد السابعة إلى التاسعة مساءً
1.1	5	فترة ما بعد التاسعة مساءً
100.0	435	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن ما نسبته (74.0%) من اليافين أكدوا أنهم يفضلون (فترة ما بعد الثالثة مساءً وحتى الخامسة) نهاية الأسبوع لمتابعة برامج التربية الإعلامية، وبنسبة بلغت (23.0%) منهم قالوا بأنهم يفضلون (فترة ما بعد الخامسة وحتى السابعة) نهاية الأسبوع لمتابعة برامج التربية الإعلامية، وما نسبته (1.8%) من اليافين قالوا إنهم يفضلون (فترة ما بعد السابعة إلى التاسعة مساءً) في متابعة تلك البرامج، في حين أن (1.1%) منهم يفضل (فترة ما بعد التاسعة مساءً)، والشكل أدناه يوضح ذلك:



الشكل (10): نسب استجابات اليافين عن الفترات المفضلة للمتابعة نهاية الأسبوع

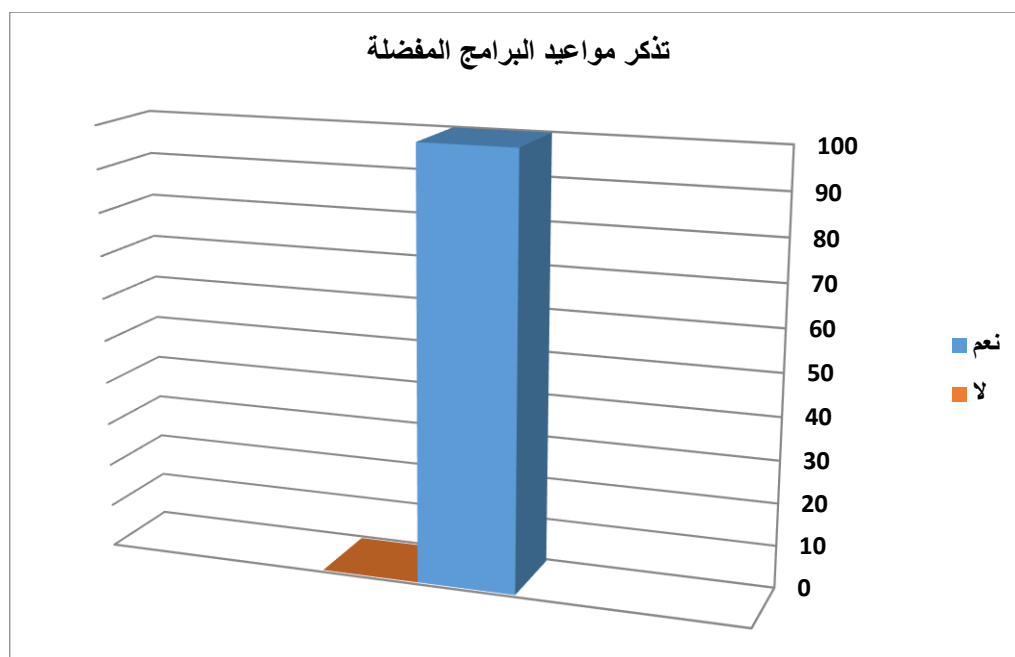
جدول (13)

استجابات اليافعين عن تذكر مواعيد البرامج المفضلة دائما

النسبة	التكرار	الفئات
100.0	435	نعم
00.0	00	لا
100.0	435	المجموع

يظهر الجدول أعلاه أن جميع اليافعين (100.0%) يتذكرون مواعيد البرامج المفضلة لديهم

دوماً، والشكل الاتي يوضح ذلك:



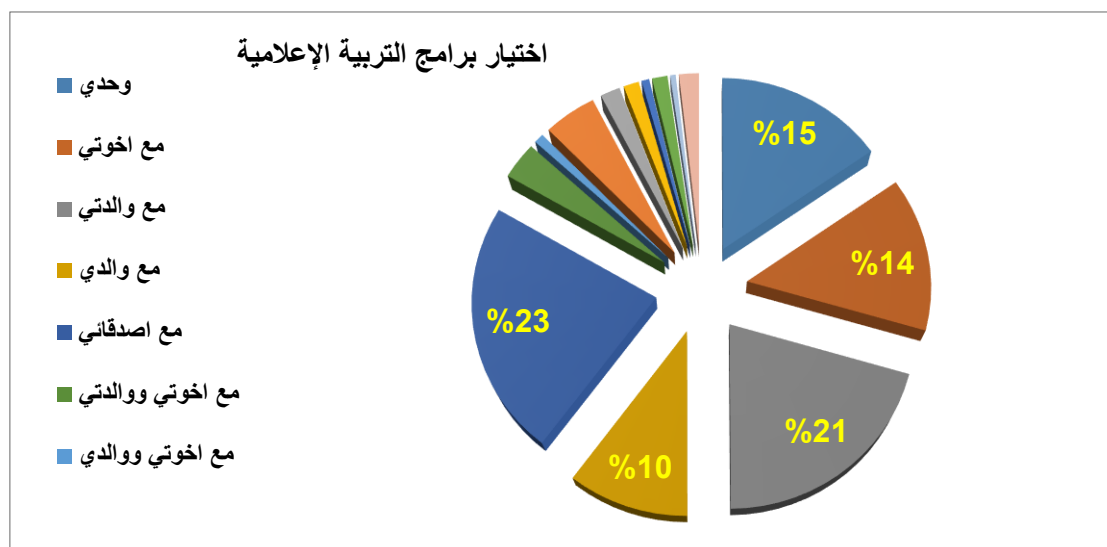
الشكل (11): نسبة استجابات اليافعين عن تذكر مواعيد البرامج المفضلة دائما

جدول (14)

استجابات اليافعين عن قرارهم باختيار برامج التربية الإعلامية التي التحقوا بها في مراكز زها

النسبة	التكرار	الفئات
15.4	67	وحدتي
14.0	61	مع اخوتي
20.5	89	مع والدتي
10.3	45	مع والدي
23.0	100	مع اصدقائي
3.4	15	مع اخوتي ووالدتي
0.9	4	مع اخوتي ووالدي
4.8	21	مع اخوتي واصدقائي
1.8	8	مع والدتي ووالدي
1.4	6	مع والدتي واصدقائي
0.7	3	مع والدي واصدقائي
1.4	6	مع اخوتي ووالدتي ووالدي
0.5	2	مع أخوتي ووالدتي وأصدقائي
1.8	8	مع اخوتي ووالدتي ووالدي واصدقائي
100.0	435	المجموع

يظهر الجدول أعلاه أن قرار اليافعين باختيار برامج التربية الإعلامية التي التحقوا بها في مراكز زها الثقافية يتم بنسبة (23.0%) بالتشاور (مع الأصدقاء)، تليها نسبة (20.5%) بالتشاور (مع الوالدة)، ثم بنسبة (15.4%) يتخذ اليافع القرار (وحده)، وبنسبة (14.0%) بالتشاور مع (الأخوة)، وبنسبة (10.3%) بالتشاور مع (الوالد). وتوزعت النسب المتبقية على بقية الفئات التشاركية، والشكل الاتي يوضح ذلك:



الشكل (12): نسبة استجابات اليافعين عن قرارهم باختيار برامج التربية الإعلامية التي التحقوا بها في مراكز زها

جدول (15)

استجابات اليافعين عن وسائل الإعلام من الأكثر أهمية إلى الأقل

الإذاعة		الدراما		صحيفة زها		الصحافة		المرتبة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
35.1	153	30.3	132	26.9	117	41.1	179	الأولى
22.8	99	24.2	105	28.5	124	16.8	73	الثانية
21.6	94	20.9	91	27.8	121	14.9	65	الثالثة
20.5	89	24.6	107	16.8	73	27.2	118	الرابعة
100.0	435	100.0	435	100.0	435	100.0	435	المجموع

يظهر الجدول أعلاه أن أكثر وسائل الإعلام أهمية لليافعين هي (الصحافة) وقد حظيت بنسبة

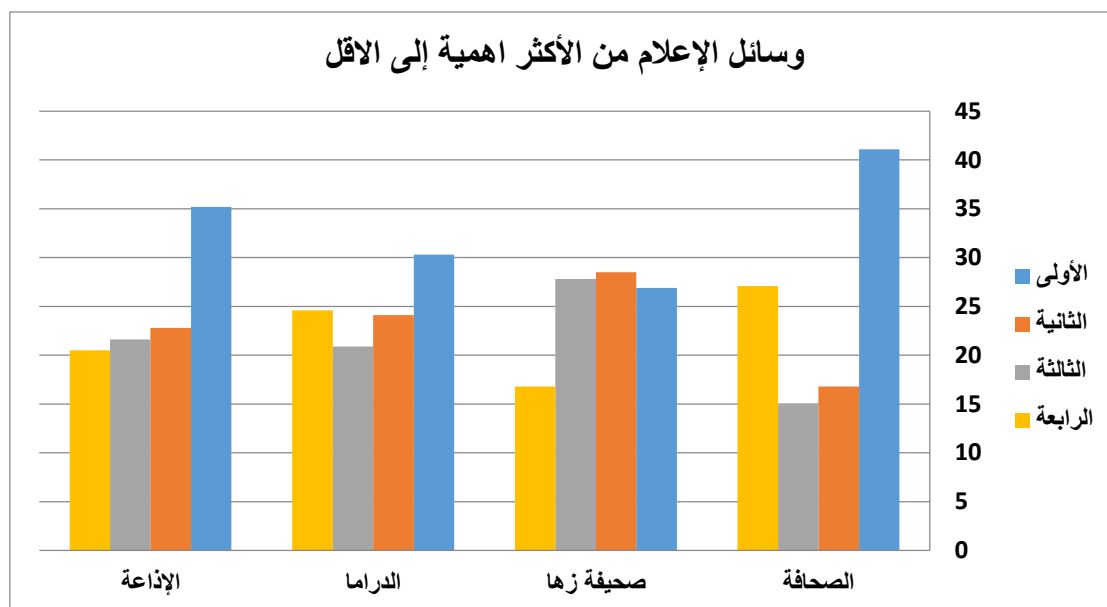
(41.1%) ضمن المرتبة الأولى من الأهمية، ثم (الإذاعة) بنسبة (35.1%)، و(الدراما) بنسبة

(30.3%)، و(صحيفة زها) بنسبة (26.9%). في حين احتلت (صحيفة زها) أعلى نسبة ضمن

المراتب الثانية والثالثة، إذ بلغت (28.5%) ضمن المرتبة الثانية، و(27.8%)، ضمن المرتبة

الثالثة، تلا ذلك وسائل الإعلام الأخرى بحسب الأهمية، ليتبين أن الصحافة هي الأهم ثم الإذاعة

فالدراما وصحيفة زها، والشكل الاتي يوضح ذلك:



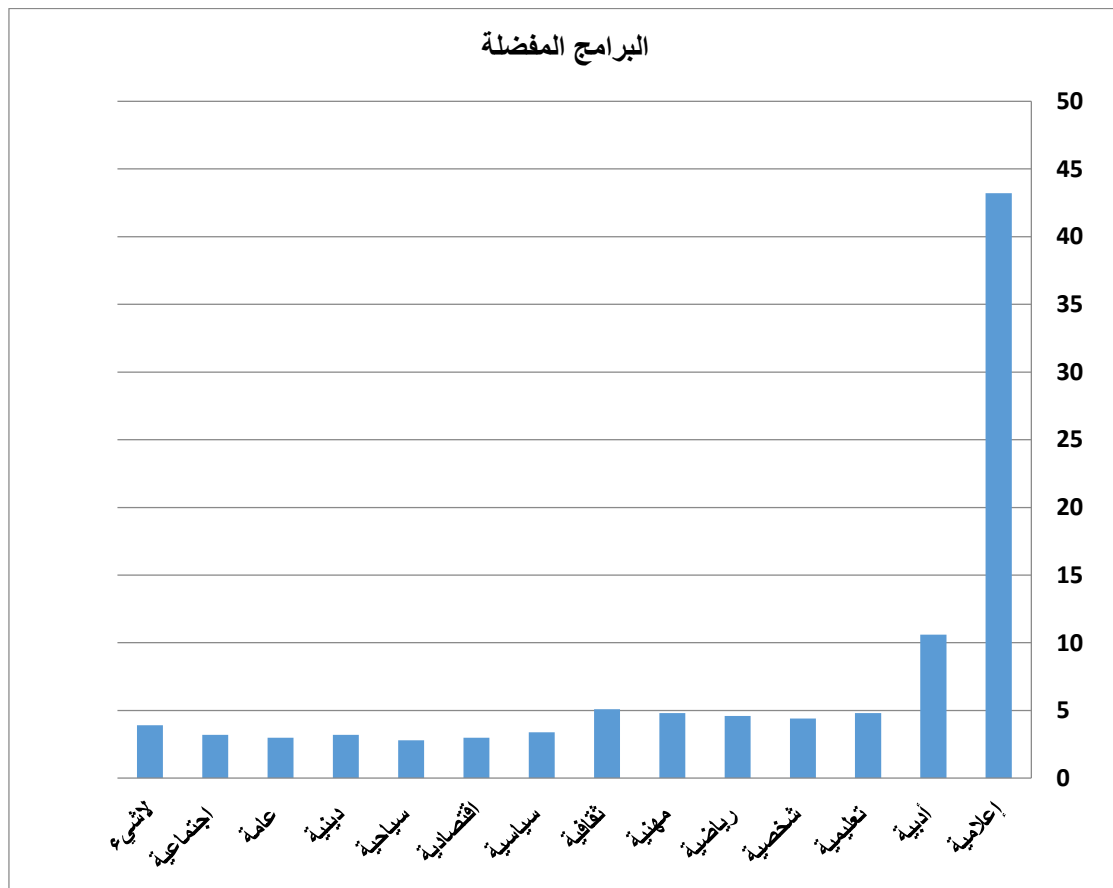
الشكل (13): نسبة استجابات اليافعين عن وسائل الإعلام من الأكثر أهمية إلى الأقل

جدول (16)

استجابات اليافعين عن البرامج المفضلة

النسبة	التكرار	الفئات
43.2	188	برامج ومهارات صحفية وإعلامية
10.6	46	برامج ومهارات أدبية وفنية
4.8	21	برامج تعليمية
4.4	19	برامج تنمية مهارات شخصية
4.6	20	برامج رياضية
4.8	21	برامج مهنية وحرفية
5.1	22	برامج ثقافية
3.4	15	برامج سياسية
3.0	13	برامج اقتصادية
2.8	12	برامج سياحية
3.2	14	برامج دينية
3.0	13	برامج عامة
3.2	14	برامج اجتماعية
3.9	17	لا شيء
100.0	435	المجموع

يظهر الجدول أعلاه أن أكثر البرامج المفضلة لليافعين هي (برامج ومهارات صحفية وإعلامية) وقد حظيت بنسبة (43.2%) بالمرتبة الأولى، تليها بفرق كبير (برامج ومهارات أدبية وفنية) بنسبة (10.6%)، وتوزعت النسبة المتبقية على بقية البرامج والفنون، والشكل الآتي يوضح ذلك:



الشكل (14): نسبة استجابات اليافعين عن وسائل الإعلام من الأكثر أهمية إلى الأقل

نتائج محور دوافع اليافعين نحو برامج مراكز زها الثقافية في التربية الإعلامية للتعرف إلى استجابات أفراد مجتمع الدراسة عن محور "دوافع اليافعين نحو برامج مراكز زها الثقافية في التربية الإعلامية"، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والجدول (17) يبين ذلك:

الجدول رقم (17)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات المبحوثين عن "دوافع اليافعين نحو برامج مراكز زها الثقافية في التربية الإعلامية" مرتبة ترتيباً تنازلياً

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
2	أشعر بأن برامج التربية الإعلامية في مراكز زها مفيدة (تضيف مفاهيم جديدة لليافعين)	2.96	0.176	1	مرتفع
3	أشعر أن برامج التربية الإعلامية في مراكز زها ذات محتوى مهم لليافعين	2.95	0.210	2	مرتفع
1	استفيد من برامج مراكز زها في مجال التربية الإعلامية	2.94	0.253	3	مرتفع
7	تطور برامج التربية الإعلامية في مراكز زها مهاراتي الحياتية	2.94	0.242	4	مرتفع
6	عناوين برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الثقافية جاذبة لليافعين	2.90	0.322	5	مرتفع
5	تختلف برامج مراكز زها في التربية الإعلامية عن تلك المقدمة في مواقع أخرى	2.64	0.559	6	مرتفع
4	تتشابه برامج مراكز زها في مجال التربية الإعلامية	2.47	0.693	7	مرتفع
	الكلية	2.83	0.193	مرتفع	

يتضح من الجدول رقم (17) أن المتوسط الحسابي العام لمحور الدراسة (دوافع

اليافعين نحو برامج مراكز زها الثقافية في التربية الإعلامية) بلغ (2.83). أي ضمن المستوى

المرتفع، وقد تراوحت متوسطاته بين (2.47 و 2.96).

فقد احتلت الفقرة رقم (2) أعلى متوسط حسابي بلغ (2.96)، وانحراف معياري

(0.176)، وقد نصّت الفقرة على أن من دوافع اليافعين نحو برامج التربية الإعلامية في

مراكز زها الثقافية هي (الشعور بأن برامج التربية الإعلامية في مراكز زها مفيدة) (تضيف مفاهيم جديدة لليافعين)، وهي ضمن المستوى المرتفع.

ثم تلتها الفقرة رقم (3)، والتي حصلت على متوسط حسابي بلغ (2.95) وانحراف معياري (0.210)، وقد نصت على أن من دوافع اليافعين نحو برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الثقافية هي (أشعر أن برامج التربية الإعلامية في مراكز زها ذات محتوى مهم لليافعين)، وهي ضمن المستوى المرتفع أيضاً.

وفي المراتب الأخيرة وفي المستوى المرتفع نفسه، جاءت الفقرة رقم (5) بمتوسط حسابي بلغ (2.64)، وانحراف معياري (0.559)، وقد نصت الفقرة على أن من دوافع اليافعين نحو برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الثقافية هي (تختلف برامج مراكز زها في التربية الإعلامية عن تلك المقدمة في مواقع أخرى). ثم تلتها الفقرة رقم (4)، والتي حصلت على متوسط حسابي بلغ (2.47) وانحراف معياري (0.693)، وقد نصت على أن من دوافع اليافعين نحو برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الثقافية هي (تتشابه برامج مراكز زها في مجال التربية الإعلامية)، وهي ضمن المستوى المرتفع أيضاً.

يستنتج من نتائج المحور أن جملة دوافع تقف وراء اتجاه اليافعين نحو برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الثقافية، وأبرز تلك الدوافع هي شعور اليافعين بأن برامج التربية الإعلامية في مراكز زها مفيدة تضيف مفاهيم جديدة، وذات محتوى مهم، وتطور المهارات الحياتية، وعناوين معظم البرامج جاذبة، فضلاً عن تنوعها واختلافها.

نتائج محور الإشباعات المعرفية التي يحصل عليها اليافعون من برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الثقافية

للتعرف إلى استجابات أفراد مجتمع الدراسة عن محور "الإشباعات المعرفية التي يحصل عليها اليافعون من برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الثقافية"، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والجدول (18) يبين ذلك:

جدول (18)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات اليافعين عن محور الإشباعات المعرفية التي تحققها برامج مراكز زها الثقافية في التربية الإعلامية مرتبة ترتيباً تنازلياً

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
9	تعزز برامج التربية الإعلامية من معارفي الحياتية	2.94	.238	1	مرتفع
3	تقدم ببرامج التربية الإعلامية في مراكز زها مواد أحبها	2.94	.264	2	مرتفع
4	تعرض برامج التربية الإعلامية كل ما هو جديد	2.91	.334	3	مرتفع
5	هم برامج التربية الإعلامية في مراكز زها على زيادة قدراتي الفنية	2.90	.322	4	مرتفع
2	توسع برامج التربية الإعلامية في مراكز زها قدرتي التخيلية	2.90	.323	5	مرتفع
1	تطور برامج التربية الإعلامية في مراكز زها اللغة العربية الفصحى لديك	2.88	.353	6	مرتفع
6	تعرفني برامج التربية الإعلامية في مراكز زها على أخبار وأحداث بلدي	2.83	.409	7	مرتفع
7	تعرفني برامج التربية الإعلامية في مراكز زها على أحداث الوطن العربي	2.71	.513	8	مرتفع
8	تعرفني برامج التربية الإعلامية في مراكز زها على أخبار وأحداث العالم	2.68	.536	9	مرتفع
الكلّي		2.85	.226		مرتفع

يتضح من الجدول رقم (18) أن المتوسط الحسابي العام لمحوّر الدراسة (الإشباعات

المعرفية التي تحققها برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الثقافية) بلغ (2.85)، أي ضمن

المستوى المرتفع، وقد تراوحت متوسطاته بين (2.68 و 2.94).

فقد احتلت الفقرة رقم (9) أعلى متوسط حسابي بلغ (2.94)، وانحراف معياري (0.238)، وقد نصّت الفقرة على أن من الإشباعات المتحققة لدى اليافعين من برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الثقافية هي (أن برامج التربية الإعلامية تعزز من معارف اليافعين الحياتية)، وهي ضمن المستوى المرتفع. ثم الفقرة رقم (3)، والتي حصلت على المتوسط الحسابي نفسه إذ بلغ (2.94) وانحراف معياري (0.264)، وقد نصت على أن من الإشباعات المتحققة لدى اليافعين من برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الثقافية هي (تقديم برامج التربية الإعلامية في مراكز زها مواد يحبها اليافعون)، وهي ضمن المستوى المرتفع أيضاً.

وفي المراتب الأخيرة وفي المستوى المرتفع نفسه، جاءت الفقرة رقم (7) بمتوسط حسابي بلغ (2.71)، وانحراف معياري (0.513)، وقد نصّت الفقرة على أن من الإشباعات المتحققة لدى اليافعين من برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الثقافية هي (أنها تعرف اليافع على أحداث الوطن العربي). ثم تلتها الفقرة رقم (8)، والتي حصلت على متوسط حسابي بلغ (2.68) وانحراف معياري (0.536)، وقد نصت على أن من دوافع اليافعين نحو برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الثقافية هي (أنها تعرف اليافع على أخبار وأحداث العالم)، وهي ضمن المستوى المرتفع أيضاً.

يستنتج من نتائج المحور أن جملة إشباعات معرفية تتحقق لليافعين من برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الثقافية، وأبرز تلك الإشباعات المعرفية هي تعزيز المعارف الحياتية، والاطلاع على المواد المرغوبة، وتقديم كل ما هو جديد، فضلاً عن تعريفها لليافعين بالأخبار المحلية والإقليمية والدولية.

نتائج محور الإشباع السلوكية التي يحصل عليها اليافعون من برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الثقافية

للتعرف إلى استجابات أفراد مجتمع الدراسة عن محور " الإشباع السلوكية التي يحصل عليها اليافعون من برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الثقافية"، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والجدول (18) يبين ذلك:

جدول (19)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات اليافعين عن محور الإشباع السلوكية التي تحققها برامج مراكز زها الثقافية في التربية الإعلامية مرتبة ترتيباً تنازلياً

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
27	تعلمني برامج التربية الإعلامية في مراكز زها احترام خصوصية الآخرين وعدم الاساءة لهم	2.98	.142	1	مرتفع
26	تعلمني برامج التربية الإعلامية نشر ومشاركة المعلومات الصحيحة والدقيقة	2.97	.164	2	مرتفع
22	تعلمني برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الأخلاق الحميدة	2.97	.157	3	مرتفع
24	تعلمني برامج التربية الإعلامية في مراكز زها احترام آراء الآخرين	2.97	.190	4	مرتفع
28	تعلمني برامج التربية الإعلامية احترام الاديان ونبذ العنصرية	2.96	.206	5	مرتفع
11	أشعر بالسعادة عندما أعلم أن هناك برامج جديدة	2.96	.216	6	مرتفع
21	تمكنني برامج التربية الإعلامية من تطوير ذاتي	2.96	.226	7	مرتفع
25	تعلمني برامج التربية الإعلامية في مراكز زها تجنب نشر الشائعات والمعلومات الخاطئة	2.94	.278	8	مرتفع
2	تعلمني برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الابتعاد عن العنف والتتمر	2.94	.264	9	مرتفع
29	تعلمني برامج التربية الإعلامية تجنب تداول العبارات المسيئة	2.93	.323	10	مرتفع
10	أطبق ما اتعلمه خلال التدريب خارج أوقات الدورات	2.90	.355	11	مرتفع
20	أحب أن أكون أحد المدربين في برامج التربية الإعلامية في مراكز زها لاحقاً	2.89	.358	12	مرتفع
7	اتواصل في التدريب على برامج التربية الإعلامية	2.89	.352	13	مرتفع

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
23	أناقش الأصدقاء في برنامج للتربية الإعلامية شاهدته على إحدى المحطات	2.88	.313	14	مرتفع
5	تعرض جميع برامج التربية الإعلامية في مراكز زها برامج مناسبة لعمرى	2.86	.382	15	مرتفع
18	تشجعتى برامج التربية الإعلامية في مراكز زها على الالتحاق ببرامج أخرى في التربية الإعلامية	2.83	.396	16	مرتفع
13	اطلب من والدى الالتحاق ببرامج التربية الإعلامية كلما يقوم المركز بالترويج لها	2.83	.455	17	مرتفع
14	تلبى برامج التربية الإعلامية في مراكز زها كل اهتماماتى واحتياجاتى	2.82	.434	18	مرتفع
12	أحب أن أعمل مديعاً أو مقدم برنامج	2.81	.466	19	مرتفع
15	تحدثت جميع برامج التربية الإعلامية عن المجتمع الذى أعيش فيه	2.80	.438	20	مرتفع
9	أقوم بمتابعة سير البرامج من خلال الرسائل القصيرة	2.78	.505	21	مرتفع
17	أتابع البرامج الإعلامية الخاصة بفرق مراكز زها على مختلف وسائل الإعلام	2.77	.486	22	مرتفع
6	أقوم بالاستمرار بالبحث عن برامج التربية الإعلامية فى جميع فروع مراكز زها	2.62	.574	23	مرتفع
19	يهمنى الالتحاق ببرامج التربية الإعلامية خارج مراكز زها الثقافية	2.33	.732	24	متوسط
8	التحق ببرامج التربية الإعلامية بغض النظر عن عنوان البرنامج	2.28	.769	25	متوسط
1	تجعلنى برامج مراكز زها فى التربية الإعلامية لا أتابع برامج أخرى	2.06	.791	26	متوسط
16	يتحكم والدى فى التحاقى ببرامج التربية الإعلامية	2.01	.882	27	متوسط
3	تسبب لى برامج التربية الإعلامية فى مراكز زها الثقافية الملل	1.39	.709	28	منخفض
4	تؤثر برامج التربية الإعلامية فى مراكز زها سلباً على دراستى	1.31	.637	29	منخفض
	الكلى	2.68	.157	مرتفع	

يتضح من الجدول رقم (19) أن المتوسط الحسابي العام لمحور الدراسة (الإشبعات السلوكية التي تحققها برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الثقافية) بلغ (2.68). أي ضمن المستوى المرتفع، وقد تراوحت متوسطاته بين (1.31 و 2.98).

فقد احتلت الفقرة رقم (27) أعلى متوسط حسابي بلغ (2.98)، وانحراف معياري (0.142)، وقد نصّت الفقرة على أن من الإشبعات السلوكية التي تحققها برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الثقافية هي (احترام خصوصية الآخرين وعدم الاساءة لهم)، وهي ضمن المستوى المرتفع. ثم الفقرة رقم (26)، والتي حصلت على المتوسط الحسابي نفسه إذ بلغ (2.97) وانحراف معياري (0.164)، وقد نصت على أن من الإشبعات السلوكية التي تحققها برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الثقافية هي (نشر ومشاركة المعلومات الصحيحة والدقيقة)، وهي ضمن المستوى المرتفع أيضاً. وفي المرتبة الثالثة الفقرة (22)، والتي حصلت على المتوسط الحسابي نفسه إذ بلغ (2.97) وانحراف معياري (0.157)، وقد نصت على أن من الإشبعات السلوكية التي تحققها برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الثقافية هي (الأخلاق الحميدة)، وهي ضمن المستوى المرتفع أيضاً.

وفي المراتب الأخيرة، جاءت الفقرة رقم (3) بمتوسط حسابي بلغ (1.39)، وانحراف معياري (0.709)، وضمن المستوى المنخفض، وقد نصّت الفقرة على أن من الإشبعات السلوكية المتحققة لدى اليافعين من برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الثقافية هي (أنها تسبب الملل). ثم أخيراً الفقرة رقم (4)، والتي حصلت على متوسط حسابي بلغ (1.31) وانحراف معياري (0.637)، وقد نصت على أن من الإشبعات السلوكية

المتحققة لدى اليافعين من برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الثقافية هي (أنها تؤثر سلباً على الدراسة)، وهي ضمن المستوى المنخفض أيضاً.

يستنتج من نتائج المحور أن جملة إشباكات سلوكية تتحقق لليافعين من برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الثقافية، وأبرز تلك الإشباكات السلوكية هي احترام خصوصية الآخرين وعدم الاساءة لهم، ونشر ومشاركة المعلومات الصحيحة والدقيقة، والأخلاق الحميدة، واحترام آراء الآخرين، بينما تلك البرامج لم تسبب الملل ولم تؤثر على الدراسة إلا بنسبة قليلة جداً.

اختبارات الفروق الإحصائية لاستجابات العينة عن محاور الدراسة

1. النوع الاجتماعي: ولمعرفة الفروق الإحصائية التي تعزى إلى هذا المتغير في استجابات

اليافعين عن محاور الدراسة، تم إجراء اختبار العينة المستقلة Independent Sample

T-test كما موضح في الجدول الاتي:

جدول (20)

اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف إلى الفروق الإحصائية

لإستجابات اليافعين عن محاور الدراسة تعزى للنوع الاجتماعي.

المصدر	النوع الاجتماعي	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة (T)	الدالة الإحصائية
الفروق الإحصائية لاستجابات اليافعين عن محاور الدراسة تعزى للنوع الاجتماعي	ذكر	159	2.7855	.17356	433	-.571-	*0.34
	أنثى	276	2.7948	.14463			

*أعلى من (0.05) إذا غير دالة إحصائياً.

من خلال استعراض النتائج المتضمنة في الجدول (20) يتبين عدم وجود فروق دالة إحصائية

في استجابات اليافعين عن دور برامج مراكز زها الثقافية في نشر التربية الإعلامية لدى اليافعين

في الأردن تعزى لمتغير النوع الاجتماعي، إذ بلغت قيمة (ت) الإحصائي لاستجابات المبحوثين (0.571) وبدلالة إحصائية (0.34)، وهي أعلى من (0.05)، وهذا يظهر تماثل استجابات اليافعين عن محور الدراسة باختلاف نوعهم الاجتماعي، إذ بلغ المتوسط الحسابي للمبحوثين الذكور (2.7855) والمتوسط الحسابي للإناث (2.7948)، ولم تكن هنا أية فروق إحصائية، وبالتالي تقبل الفرضية العدمية.

2. **العمر:** ولمعرفة الفروق الإحصائية التي تعزى إلى هذا المتغير في استجابات اليافعين عن محاور الدراسة، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات العينة، ثم إجراء اختبار Anova للكشف عن دلالة الفروق الإحصائية، وكما موضح في الجدول الآتي:

جدول (21)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات اليافعين عن دور برامج مراكز زها الثقافية في نشر التربية الإعلامية لدى اليافعين في الأردن تعزى لمتغير العمر

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	فئات العمر	المصدر
.15153	2.7941	140	أقل من 13	استجابات اليافعين عن دور برامج مراكز زها الثقافية في نشر التربية الإعلامية لدى اليافعين في الأردن تعزى لمتغير العمر
.17311	2.7793	171	13 - أقل من 15	
.13329	2.8049	124	15-17	
.15569	2.7914	435	المجموع	

يشير الجدول أعلاه إلى أن المتوسطات الحسابية لاستجابات اليافعين عن دور برامج مراكز

زها الثقافية في نشر التربية الإعلامية لدى اليافعين في الأردن تعزى لمتغير العمر، كانت

مقاربة إلى حد ما، وهذا يفسر بعدم وجود فروق إحصائية ظاهرة بين الاستجابات.

جدول (22)

تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في استجابات اليافعين عن دور برامج مراكز زها الثقافية في نشر التربية الإعلامية لدى اليافعين في الأردن تعزى لمتغير العمر

المصدر	التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
استجابات اليافعين عن دور برامج مراكز زها الثقافية في نشر التربية الإعلامية لدى اليافعين في الأردن تعزى لمتغير العمر	بين المجموعات	0.049	2	0.024	1.006	.367
	داخل المجموعات	10.471	432	0.024		
	المجموع	10.520	434			

يبين الجدول (22) أن الفروق في استجابات اليافعين عن دور برامج مراكز زها الثقافية في نشر التربية الإعلامية لدى اليافعين في الأردن تعزى لمتغير العمر غير دالة إحصائياً، فقد بلغت قيمة (ف) الإحصائي (1.006) وبدلالة إحصائية (0.367)، وهي أعلى من مستوى الدلالة (0.05)، مما يعني أنها غير دالة.

3. عائدية المدرسة (حكومية أو خاصة): ولمعرفة الفروق الإحصائية التي تعزى إلى هذا

المتغير في استجابات اليافعين عن محاور الدراسة، تم إجراء اختبار العينة المستقلة

Independent Sample T-test كما موضح في الجدول الاتي:

جدول (23)

اختبار العينة المستقلة Independent Sample T-test للتعرف إلى الفروق الإحصائية
لاستجابات اليافعين عن محاور الدراسة تعزى لعائدية المدرسة

المصدر	عائدية المدرسة	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة (T)	الدلالة الإحصائية
الفروق الإحصائية لاستجابات اليافعين عن محاور الدراسة تعزى لعائدية المدرسة	حكومية	313	2.7987	0.15021	433	1.582	0.114
	خاصة	122	2.7725	0.16812			

*أعلى من (0.05) إذا غير دالة إحصائياً.

يتبين من خلال استعراض نتائج في الجدول (23) عدم وجود فروق دالة إحصائياً في استجابات اليافعين عن دور برامج مراكز زها الثقافية في نشر التربية الإعلامية لدى اليافعين في الأردن تعزى لمتغير عائدية المدرسة، إذ بلغت قيمة (ت) الإحصائي لاستجابات المبحوثين (1.582) وبدلالة إحصائية (0.11)، وهي أعلى من (0.05)، وهذا يظهر تماثل استجابات اليافعين عن محور الدراسة باختلاف عائدية مدارسهم، إذ بلغ المتوسط الحسابي للمبحوثين من المدارس الحكومية (2.7987) والمتوسط الحسابي للمبحوثين من المدارس الخاصة (2.7725)، ولم تكن هنا اية فروق إحصائية، وبالتالي تقبل الفرضية العدمية.

4. اسم المركز: ولمعرفة الفروق الإحصائية التي تعزى إلى هذا المتغير في استجابات اليافعين

عن محاور الدراسة، تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات

العينة، ثم إجراء اختبار Anova للكشف عن دلالة الفروق الإحصائية، وكما موضح في

الجدول الاتي:

جدول (24)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية استجابات اليافعين عن دور برامج مراكز زها الثقافية في نشر التربية الإعلامية لدى اليافعين في الأردن تعزى لمتغير المركز

المركز	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
مركز زها الثقافي-المستندة	47	2.8191	.09913
مركز زها الثقافي- ملكا - المنصورة	34	2.7938	.19759
مركز زها الثقافي- المركز الرئيس - خلدا	75	2.7674	.20390
مركز زها الثقافي- الكرك	38	2.8380	.10104
مركز زها الثقافي- عجلون	14	2.8244	.06876
مركز زها الثقافي- مأدبا	17	2.7661	.19521
مركز زها الثقافي- الزهور	17	2.7220	.15422
مركز زها الثقافي- أبو علندا	10	2.8179	.08777
مركز زها الثقافي- جرش	15	2.7909	.11651
مركز زها الثقافي- المفرق	30	2.8865	.09211
مركز زها الثقافي- الطفيلة	16	2.7905	.18483
مركز زها الثقافي- إربد	21	2.7332	.08755
مركز زها الثقافي- الرصيفة	10	2.6823	.22259
مركز زها الثقافي- النقي - ماركا	10	2.8115	.05596
مركز زها الثقافي-أم عمر الفيصل-صوبلح	16	2.7990	.12172
مركز زها الثقافي- طارق -طبربور	12	2.8138	.09981
مركز زها الثقافي- دير علا	13	2.7835	.28533
مركز زها الثقافي- المشارع	12	2.7883	.08449
مركز زها الثقافي - معان	10	2.7217	.15544
مركز زها الثقافي- ماعين	9	2.7170	.11907
مركز زها الثقافي - باب الواد - الهاشمي	9	2.7823	.08709
Total	435	2.7914	.15569

يشير الجدول أعلاه إلى أن المتوسطات الحسابية لاستجابات اليافعين عن دور برامج مراكز زها الثقافية في نشر التربية الإعلامية لدى اليافعين في الأردن تعزى لمتغير المركز، كانت متفاوتة إلى حد ما، وهذا يفسر وجود فروق إحصائية ظاهرة بين الاستجابات، ولمعرفة فيما إذا كانت تلك الفروق دالة إحصائياً أم لا، تم إجراء اختبار Anova لاستجابات المبحوثين، كما في الجدول الآتي:

جدول (25)

تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA للكشف عن دلالة للفروق في استجابات اليافعين عن دور برامج مراكز زها الثقافية في نشر التربية الإعلامية لدى اليافعين في الأردن تعزى لمتغير المركز.

المصدر	التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
استجابات اليافعين عن دور برامج مراكز زها الثقافية في نشر التربية الإعلامية لدى اليافعين في الأردن تعزى لمتغير المركز	بين المجموعات	0.850	20	0.042	1.819	0.017
	داخل المجموعات	9.670	414	0.023		
	الكلي	10.520	434			

يبين الجدول (25) أن الفروق في استجابات اليافعين عن دور برامج مراكز زها الثقافية في نشر التربية الإعلامية لدى اليافعين في الأردن تعزى لمتغير المركز دالة إحصائياً، فقد بلغت قيمة (ف) الإحصائي (1.819) وبدلالة إحصائية (0.01)، وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، مما يعني أنها دالة. ولمعرفة أي فئات المركز كانت لصالحها الفروق الإحصائية تم إجراء اختبار LSD للمقارنات البعدية كما في الجدول الآتي:

جدول (26)

اختبار LSD للمقارنات البعدية للكشف عن الفروق الإحصائية في استجابات الياfeين عن دور برامج مراكز زها الثقافية في نشر التربية الإعلامية لدى الياfeين في الأردن تعزى لمتغير المركز

الدالة الإحصائية	اسم المركز
0.42375	مركز زها الثقافي - المستندة
0.51790	مركز زها الثقافي - ملكا - المنصورة
0.39845	مركز زها الثقافي - المركز الرئيس - خلدا
0.29400	مركز زها الثقافي - الكرك
0.46075	مركز زها الثقافي - عجلون
0.47375	مركز زها الثقافي - مأدبا
0.29710	مركز زها الثقافي - الزهور
0.53275	مركز زها الثقافي - أبو علندا
0.57230	مركز زها الثقافي - جرش
0.06965	مركز زها الثقافي - المفرق
0.56730	مركز زها الثقافي - الطفيلة
0.31460	مركز زها الثقافي - إربد
0.15960	مركز زها الثقافي - الرصيفة
0.55765	مركز زها الثقافي - التقوى - ماركا
0.55295	مركز زها الثقافي - أم عمر الفيصل - صويلح
0.53360	مركز زها الثقافي - طارق - طبربور
0.56795	مركز زها الثقافي - دير علا
0.58685	مركز زها الثقافي - المشارع
0.34430	مركز زها الثقافي - معان
0.33120	مركز زها الثقافي - ماعين
0.59730	مركز زها الثقافي - باب الواد - الهاشمي

يظهر من الجدول أعلاه أن أكثر من مركز كانت لصالحه الفروق الإحصائية في استجابات اليافعين عن دور مراكز زها الثقافية في نشر التربية الإعلامية لدى اليافعين في الأردن تعزى لمتغير المركز، وقد أوضح الجدول مقارنة إحصائية لكل مركز مقارنة بالمراكز الأخرى، وتبين أن الفروق كانت لصالح كل من مركز زها الثقافي-المفرق بقيمة إحصائية (0.06965)، ومركز زها الثقافي-الرصيفة بقيمة إحصائية (0.15960)، ومركز زها الثقافي-الكرك بقيمة إحصائية (0.29400).

نتائج اختبار العلاقة بين متغيرات الدراسة

(1) بين الاستخدامات والإشبعات

للتوصل إلى نوع العلاقة ومدى تأثير العامل المستقل والذي تمثله محاور الدراسة (استخدامات اليافعين) والعامل التابع والذي يمثله محاور (الإشبعات)، تم استخدام اختبار الانحدار البسيط، كما في الجدول الآتي:

جدول (27)

اختبار الانحدار البسيط Regression لبيان العلاقة بين العامل المستقل، والعامل التابع

النموذج	الطريقة	مجموع المربعات	درجات الحرية	مربع المتوسط الحسابي	قيمة ف	القيمة الإحصائية
الانحدار البسيط	Enter	2.964	2	1.482	81.669	.000b
		7.838	432	.018		
		10.802	434			

يظهر الجدول أعلاه نتائج اختبار الانحدار البسيط لبيان العلاقة بين العامل المستقل والذي تمثله (فقرات استخدامات اليافعين) والعامل التابع والذي يمثله محور (الإشبعات المعرفية

والسلوكية)، وتبين أن هناك علاقة تأثير واضحة للعامل المستقل على العامل التابع، إذ بلغت قيم "ف" (81.669) وهي قيمة كبيرة، تدل على التأثير بدليل القيمة الإحصائية التي بلغت (0.00) أي أن القيمة دالة إحصائياً، بمعنى علاقة التأثير والتأثر.

(2) بين الدوافع والإشباعات

للتوصل إلى نوع العلاقة ومدى تأثير العامل المستقل والذي تمثله محور الدراسة (دوافع اليافعين) والعامل التابع والذي يمثل محوري (الإشباعات)، تم استخدام اختبار الانحدار البسيط، كما في الجدول الآتي:

جدول (28)

اختبار الانحدار البسيط Regression لبيان العلاقة بين العامل المستقل، والعامل التابع

النموذج	الطريقة	مجموع المربعات	درجات الحرية	مربع المتوسط الحسابي	قيمة ف	القيمة الإحصائية
الانحدار البسيط	Enter	3.709	1	3.709	198.191	.000b
		8.104	433	.019		
		11.813	434			

يظهر الجدول أعلاه نتائج اختبار الانحدار البسيط لبيان العلاقة بين العامل المستقل والذي تمثله (دوافع اليافعين) والعامل التابع والذي يمثل محورا (الإشباعات المعرفية والسلوكية)، وتبين أن هناك علاقة تأثير واضحة للعامل المستقل "الدوافع" على العامل التابع "الإشباعات"، إذ بلغت قيم "ف" (198.191) وهي قيمة كبيرة، تدل على التأثير بدليل القيمة الإحصائية التي بلغت (0.00) أي أن القيمة دالة إحصائياً، بمعنى وجود علاقة تأثير.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج

الفصل الخامس

مناقشة النتائج

يتضمن هذا الفصل مناقشة نتائج الدراسة التي هدفت إلى التعرف على دور برامج مراكز زها الثقافية في نشر التربية الإعلامية لدى اليافعين في الأردن، وفيما يلي مناقشة النتائج بالاعتماد على أسئلة الدراسة وفقرات الاستبانة:

مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول:

ما اتجاهات اليافعين الأردنيين نحو البرامج الإعلامية التي تقدمها مراكز زها الثقافية؟

لقد أظهرت النتائج المتعلقة بالإجابة على السؤال الأول والخاص باتجاهات اليافعين الأردنيين نحو برامج التربية الإعلامية التي تقدمها مراكز زها الثقافية، أن المتوسط الحسابي الكلي لاتجاهات اليافعين نحو البرامج الإعلامية التي تقدمها مراكز زها الثقافية كان مقداره (2.83)، وبدرجة تقييم متوسطة، وتراوح قيم المتوسطات الحسابية بين (2.47 و 2.96) وبدرجة تقييم متوسطة، ويمكن أن نعزو ذلك إلى أن برامج التربية الإعلامية تعد وسيلة مؤثرة في فكر اليافعين وسلوكياتهم، وتساعدهم على استخدام اللغة في تحقيق التواصل مع الآخرين وفي التعبير عن أنفسهم، فضلاً عن ذلك تعتبر متفناً لليافعين حيث من خلالها يستطيعون التفاعل مع محيطهم الاجتماعي وبالتالي ممارسة الدور الإعلامي كما يتخلون.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن أعلى متوسط حسابي لفقرات اتجاهات اليافعين الأردنيين نحو برامج مراكز زها الثقافية كان لبند " أشعر بأن برامج التربية في مراكز زها مفيدة تضيف مفاهيم جديدة لليافعين " حيث بلغ (2.96) ويعزى ذلك إلى أن برامج مراكز الثقافية بحد ذاتها مجموعة من البرامج التي تُعنى بالأطفال واليافعين، الذين لديهم الرغبة الأكيدة في الالتحاق بهذه البرامج

والتفاعل معه، إذ تشكل هذه البرامج جزءاً من عالمه المفضل الذي يبحث عنه من خلال (الصحافة، الاذاعة، الدراما، صحيفة زها) التي يرغبها ويحب أن يتفاعل معها باستمرار، ومن المؤكد أن هذا العالم يؤثر على نمو عقلية اليافعين وتقوي مداركهم، وتعزز قدراتهم اضافة إلى كونها برامج تدريبية تعمل على إمتاع اليافعين.

كما أظهرت النتائج على أن أدنى متوسط حسابي كان لبند " تتشابه برامج مراكز زها في مجال التربية الإعلامية" حيث بلغ (2.47) وبدرجة تقييم متوسطة، ويمكن عزو ذلك إلى أن:-

- اليافعين لا يستطيعون الاتصال مع البرامج المقدمة من المراكز بأي وقت، حيث أن هناك ظروف وأسباب أخرى قد لا تسمح لليافعين بالالتحاق بتلك البرامج.
- بعض اليافعين يحبون البرامج دون المشاركة والانتساب فيها
- ظهور وسائل اعلام قد تكون أكثر تفاعلاً وتأثيرها على ميول ورغبات اليافعين
- ان البرامج الموجودة في مراكز زها الثقافية تشتمل على برامج للأطفال واليافعين، ومن هنا جاءت اتجاهاتهم نحو البرامج أكثر ايجابية وفاعلية.

مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني:

ما هي برامج التربية الإعلامية الأكثر تفضيلاً لدى اليافعين الأردنيين؟

لقد أظهرت النتائج الخاصة بالإجابة عن السؤال الثاني، أن المتوسط الحسابي لهذه البرامج

المفضلة لدى اليافعين بلغ (2.85) وبدرجة تقييم متوسطة.

ويمكن أن نعزو ذلك إلى:

أن برامج مراكز زها الثقافية بصفة عامة تساهم في تحقيق رغبات اليافعين من خلال الصحافة ما تقدمه من قصص ومقالات ومسابقات ترفيهية، حيث يمكن القول إن اسباب اجتذاب البرامج للأطفال هو التسلية والمتعة المرافقة لهذه البرامج والحصول على المعلومات دون عناء أو مشقة.

ان هذه البرامج تساهم في تحقيق الإشباع المعرفية والسلوكية لدى اليافعين، ويمكن أن تشبع هذه الحاجات من خلال ما تقدمه مضامين الصحيفة وغيرها من البرامج المقدمة في مراكز زها الثقافية.

وأظهرت نتائج الدراسة أن أكبر حجم تعرض اليافعين للبرامج كانت خلال أيام الاجازات، حيث بلغ حجم التعرض للبرامج من الساعات (من ساعة إلى ساعتين) بنسبة (37%) من حجم مجتمع الدراسة، ويعزى ذلك إلى ان اليافعين يقضون وقتاً طويلاً في التفاعل مع هذه البرامج مما يدل إلى حب الابداع والابتكار.

وهنا نرى أن هنالك عدداً غير قليل من اليافعين من عينة الدراسة يتابعون برامج مراكز زها الثقافية المتخصصة وذلك يعود لأمرين:

- البرامج المتخصصة تجعل اليافعين يتابعون برغبة عقد هذه البرامج، لأن وجود البرامج المحببة لهم تجعلهم يختاروا ويحددوا البرنامج يريدونه، وهذا الامر يتبين من خلال أعلى متوسط حسابي لفقرات اتجاه اليافعين الأردنيين نحو برامج زها الثقافية في السؤال الأول للدراسة ومدى استجابتهم في الاشتراك ببرامج التربية الإعلامية، حيث أشارت النتائج إلى أن (73.3%) ينتسبون لبرامج التربية الإعلامية، بوصفها برامج تحاكي عقلية اليافعين.

- أن متابعة اليافعين الأردنيين لبرامج التربية الإعلامية تجعلهم يتجهزون لامتلاك مهارات الاستماع والحديث والقراءة والكتابة بطريقة كلية وابداعية، وتكسيهم الثقة بالنفس، وهذا يدل على وجود مشاركة فاعلة في الالتحاق ببرامج التربية الإعلامية في مراكز زها الثقافية.
- يمكن الاستنتاج ان الاقبال على برامج مراكز زها الثقافية المتخصصة من خلال نسبة مرتفعة تبلغ (73.3%) وهذا يدل على ان درجة التحاقهم بالبرامج كانت ايجابية على الرغم من وجود برامج أخرى متعددة في مراكز زها الثقافية، وهنالك اشارة اخرى تتضح من الجدول رقم (7) وهي ان اليافعين من عينة الدراسة يتابعون هذه البرامج حتى في ايام الاجازات بنسبة (37%) من حجم مجتمع الدراسة.

مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثالث:

ما حجم استفادة اليافعين من برامج مراكز زها الثقافية في للتربية الإعلامية؟

- أظهرت النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثالث والخاص بحجم استفادة اليافعين من برامج مراكز زها الثقافية في التربية الإعلامية، أن أكثر البرامج تفضيلاً لدى اليافعين كانت برامج (الصحافة) حيث حصلت على نسبة (41.1%)، يليها برامج (الاذاعة) بنسبة (35.1%)، ويليهما برنامج (الدراما) بنسبة (30.3%)، بينما أدنى درجة تفضيل كانت لبرنامج (صحيفة زها) الذي حصل على نسبة تفضيل مقدارها (28.5%).
- وتعزى هذه النتائج للأسباب التالية:

• أولاً: فيما يخص برنامج (الصحافة).

- يعرض برنامج (الصحافة) فقرات ومواد اعلامية تتناسب مع الفئة العمرية (12-16) سنة.

- التنوع في شكل ومضمون البرنامج سبب من اسباب اتجاه اليافعين نحو هذا البرنامج.
- تحقيق عنصر التواصل الايجابي بين اليافعين.

• ثانياً: فيما يخص برنامج (الاذاعة).

- يساهم هذا البرنامج في تحقيق الفائدة والمتعة لليافعين اذ انه يشتمل على مجموعة من الفقرات الترفيهية والتدريبية المقدمة لهم.
- طرح مجموعة من الافكار المتميزة الابداعية المبتكرة، اذ تسعى هذه البرامج إلى محاولة تغيير التدريب باستخدام الاسلوب العلمي والتربوي والاهتمام بالثقافة والتربية والمهارات الحياتية والشخصية والفنية.
- ان هذه النتيجة تتفق مع رؤيا ورسالة المركز من حيث تعزيز القيم الايجابية في مجال التربية الإعلامية وفهمها بما يتناسب مع فهم دور ووظيفة الإعلام

• ثالثاً: فيما يخص برنامج (الدراما)

- يساهم هذا البرنامج في تحقيق التعلم لليافعين وفهم أنفسهم والتعبير عن ذاتهم وانفعالاتهم فمن خلال الدراما يستطيع اليافعين اكتشاف قدراتهم كما يمكنهم أن يميزوا ما في وسعهم فعله وما لا يستطيعون القيام به.

• رابعاً: فيما يخص برنامج (صحيفة زها)

- جاء برنامج صحيفة زها في المرتبة الأخيرة من حيث تفضيل الأطفال لها، حيث كانت أدنى درجة تفضيل، اذ حصلت على نسبة (26.9%) وهذا يعزى للأسباب التالية: -
- أننا في زمن كثرت فيه وسائل الإعلام الالكترونية، وتعددت مبرراتها ومسوغاتها، وهي تعنى ايضاً بالأطفال واليافعين مما جعل مهمة الاستحواذ على اهتمام اليافعين لدى صحيفة زها أمراً صعباً نسبياً، فاليافعين يرحبون أكثر بالوسائل الالكترونية وعلى رأسها الانترنت، اذ يحظى هذا النوع من الإعلام بحصة متنامية في سوق الإعلام لسهولة الوصول اليه وسرعه انتاجه وتطويره وتحديثه.
- ومن ناحية أخرى يتمتع الإعلام الالكتروني بمساحة أكبر من الحرية الفكرية، وبالرغم من أن صحيفة زها لم تحظ بالاهتمام الكافي نسبياً لدى اليافعين الا انها تعتبر صحيفة عريقة وحضورها كبيراً بين مختلف البرامج التي تعقدها المراكز.

مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الرابع: هل أثرت برامج التربية الإعلامية في تطوير مهارات اليافعين؟

أظهرت النتائج الخاصة بالإجابة عن السؤال الرابع حول تأثير برامج التربية الإعلامية في تطوير مهارات اليافعين نحو برامج مراكز زها الثقافية، انها اثرت وبشكل مستمر على اليافعين من نواح عدة منها مثلاً:- قدرتها على مخاطبة احساس اليافعين وجذب انتباههم، ونقل المعرفة إليهم ببساطه وسهولة دون اي تعقيدات وقدرتها على تنمية وتطوير خيال اليافعين، وتوسعه مداركهم وتحفيزهم على التفاعل مع انماط المعرفة المختلفة التي يتلقاها اليافعين سواء من خلال اللقاءات المباشرة أم من خلال استخدام وسائل الحاسوب. فهم الفئة المدركة والواعية لما يدور حولها رغم صغر سنهم وقلة خبرتهم في تلك المرحلة، واشباع حاجاتهم وبالذات المتعلقة بنموهم العقلي، كالبحت والاستطلاع، والاكتشاف، والجمع بين الدور الثقافي والتربوي والترفيهي في وقت واحد.

مناقشة النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الخامس: هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات اليافعين نحو برامج التربية الإعلامية يمكن عزوها لنوع المدرسة (خاص/حكومي)؟

أظهرت النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الخامس الخاص بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات اليافعين نحو برامج التربية الإعلامية تعزى لنوع المدرسة (خاص/حكومي) بأنه يوجد فروق في المتوسطات الحسابية لاتجاهات اليافعين الأردنيين نحو برامج مراكز زها الثقافية تعزى لنوع المدرسة والسبب في ذلك ان اليافعين على اختلاف جنسهم يتجهون نحو البرامج للحصول على المعرفة والمتعة بنفس النسبة بينما فئة المدارس الحكومية يتجهون إلى برامج مراكز زها أكثر من المدارس الخاصة، ويعزى ذلك لان المدارس الخاصة تهتم أكثر بنوعيه النشاطات

التي تساهم في العملية التدريسية بما ينعكس على اتجاهاتهم نحو البرامج التي تساهم في تنشيط المتعة والتخيل لديهم.

وتجدر الإشارة إلى أنه بالرغم من وجود فروقات لليافعين (ذكور وإناث) من حيث الإقبال على البرامج المقدمة في مراكز زها الثقافية، إلا أن ذلك يثبت تعلق اليافعين (عينة الدراسة) بالإقبال على البرامج المتخصصة التي تقدمها المراكز بوصفها تشتمل على الأفكار القريبة التي تحاكي سلوكيات اليافعين، وتنمية خيالهم، وإمدادهم بالقيم الفضلى منها الوفاء والصدقة والتعاون.

التوصيات

خلصت الدراسة على مجموعة من التوصيات أهمها:-

- عرض برامج التربية الإعلامية الهادفة كالبرامج الإرشادية والتوعوية في الفترات الأكثر تدريباً.
- توفير برامج تحقق الترفيه والفائدة في برامج التربية الإعلامية بأسلوب يجذب الأطفال واليافعين.
- الاهتمام بالبرامج الأكثر رغبة لدى اليافعين وكل ما هو جديد وشيق في مجال التربية الإعلامية.
- اختيار برامج في التربية الإعلامية يتوافق مع طبيعة ثقافة اليافعين وتقاليدهم.
- توحيد الجهود لصناعة تربية إعلامية تقوى على التحديات الراهنة والغزو الفكري والثقافي الذي يتعرض له اليافعين.

المصادر والمراجع

المراجع العربية

- ابو اصبع، صالح خليل (2010). الاتصال الجماهيري، عمان: دار البركة للنشر والتوزيع.
- اسماعيل، محمود حسن، (2003) مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع.
- البيطار، العسالي (2009). مفهوم التربية الإعلامية وكتب التربية المدنية والتربية الوطنية للمرحلة الأساسية في المنهاج الفلسطيني.
- جابر، عبد الحميد، الشيخ سليمان الخضري (1978). دراسات نفسية في الشخصية العربية، القاهرة: عالم المعرفة.
- جوبيل روليش (1992). نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع.
- حسن مكاي، وسامي الشريف (2000). نظريات الإعلام، القاهرة: جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.
- زهران، حامد (1977). علم نفس لنمو، "الطفولة والمراهقة"، القاهرة: عالم الكتب.
- زهران، حامد (1986). علم نفس النمو، القاهرة: دار المعارف.
- الشميمري، فهد (2010). التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام، ط1، الرياض.
- شومان، محمد (2006). الاعلام والأزمات: مدخل نظري وممارسات عملية، ط2، القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع.

- الطعاني، سليمان، (2019). **الوجيز في التربية الإعلامية**، ط1، الأردن: دار الخليج للنشر والتوزيع.
- الطويسى، باسم، (2016)، **التربية الاعلامية والمعلوماتية في الاردن الحاجات والفرص**.
- عبد الحميد، محمد (2009). **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام**، بيروت: دار الشروق.
- اللبان، شريف درويش وعبد المقصود، هشام عطية، (2008). **مقدمة في مناهج البحث الإعلامي**، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع.
- المشهداني، سعيد سليمان (2017)، **مناهج البحث العلمي**، دولة الامارات المتحدة - والجمهورية اللبنانية: دار الكتاب الجامعي.
- نشواتي، (1997). **علم النفس التربوي**، جامعة اليرموك، الأردن: دار الفرقان.

المراجع الأجنبية

- Ah Ram Lee, J. Suzanne Horsley, (2017). **The Role of Social Media on Positive Youth Development:** An Analysis of 4-H Facebook Page and 4-H'ers' Positive Development.
- Baranov, O. (2012). **Media Education in school and university.** (In .Russian). Tver: Tver state university.
- Božena, Šupšáková (2016). **Media Education of Children and Youth as a Path to Media Literacy.**
- Michelle J. Boyd and Julie Dobrow (2011). **Media Literacy and Positive Youth Development.**
- Share, J. (2013). **Media literacy is elementary: Teaching youth to critically read and create media.** New York, NY: Peter Lang.
- Zheng Zhang, Jai Li, Feifei Liu, Zhuang Miao, (2016). **Hong Kong and Canadian Student Experiencing a new Participatory culture:** A teacher Professional Training Project Undergirded by New Media Literacies.

الملحقات

الملحق رقم (1) استبانة الدراسة

احبائي اليافعين

تحية طيبة وبعد،

تقوم الباحثة من جامعة الشرق الأوسط في الأردن بدراسة استطلاعية بعنوان " دور برامج مراكز زها الثقافية في نشر التربية الإعلامية لدى اليافعين في الأردن " وتهدف الدراسة إلى التعرف على مستوى برامج مراكز زها الثقافية في تشكيل شخصية اليافعين. لذا، أرجو التكرم بالاطلاع عن فقرات هذه الاستبانة، وبيان درجة ارتباط فقرات الاستبانة مع أسئلة الدراسة

شاكرين لكم حسن تعاونكم.

واقبلوا الاحترام

الباحثة: رانيه إبراهيم صبيح

الرجاء وضع إشارة (X) في المربع الذي يعبر عن إجابتك

أولاً: المعلومات الشخصية

• الجنس

☐ أنثى

☐ ذكر

• العمر

☐ 17-15

☐ 15- 13

☐ أقل من 13

• المدرسة

☐ مدرسة خاصة

☐ مدرسة حكومية

• اسم المركز

ثانياً: البرامج

1. اشترك في برنامج واحد فقط من برامج التربية الإعلامية

☐ أحياناً

☐ لا

☐ نعم

2. اشترك في برامج تخص التربية الإعلامية (خارج مراكز زها)

☐ أحياناً

☐ لا

☐ نعم

3. برامج مراكز زها مقارنة مع غيرها من البرامج المقدمة في أماكن أخرى

☐ أقل من مستوى البرامج المقدمة من مراكز أخرى

☐ متميزة

☐ ليست ذات جدوى

☐ نفس المستوى

4. عدد الساعات التي أحضرها لبرامج التربية الإعلامية داخل مراكز زها (خلال الاسبوع)

☐ أقل من ساعة ☐ من ساعة إلى أقل من ساعتين.

☐ من ساعتين إلى ثلاث ساعات ☐ أكثر من ثلاث ساعات.

5. عدد الساعات التي أحضرها لبرامج التربية الإعلامية داخل مراكز زها (في نهاية الأسبوع)

☐ أقل من ساعة ☐ من ساعة إلى أقل من ساعتين

☐ من ساعتين إلى ثلاث ساعات ☐ أكثر من ثلاث ساعات

6. عدد الساعات التي أحضرها لبرامج التربية الإعلامية خارج مراكز زها (خلال الاسبوع)

☐ أقل من ساعة ☐ من ساعة إلى أقل من ساعتين

☐ من ساعتين إلى ثلاث ساعات ☐ أكثر من ثلاث ساعات

7. عدد الساعات التي أحضرها لبرامج التربية الإعلامية خارج مراكز زها (في نهاية الاسبوع)

☐ أقل من ساعة ☐ من ساعة إلى أقل من ساعتين

☐ من ساعتين إلى ثلاث ساعات ☐ أكثر من ثلاث ساعات

8. الايام المفضلة التي التحق فيها ببرامج التربية الإعلامية داخل مراكز زها الثقافية

☐ السبت ☐ الأحد ☐ الاثنين ☐ الثلاثاء ☐ الأربعاء ☐ الخميس ☐ الجمعة

9. الفترات المفضلة للالتحاق في برامج التربية الإعلامية داخل مراكز زها (خلال الأسبوع)

☐ فترة ما بعد الثالثة مساءً وحتى الخامسة.

☐ فترة ما بعد الخامسة وحتى السابعة.

☐ فترة ما بعد السابعة إلى التاسعة مساءً.

☐ فترة ما بعد التاسعة مساءً.

10. الفترات المفضلة للالتحاق في برامج التربية الإعلامية داخل مراكزها (في نهاية الاسبوع)

☐ فترة ما بعد الثالثة مساءً وحتى الخامسة.

☐ فترة ما بعد الخامسة وحتى السابعة مساءً.

☐ فترة ما بعد السابعة إلى التاسعة مساءً.

☐ فترة ما بعد التاسعة مساءً.

11. أتذكر دائما مواعيد البرامج المفضلة لي

☐ نعم ☐ لا

12. عادة ما اختار برامج التربية الإعلامية التي التحق بها في مراكز زها

(يمكن أن اختار أكثر من بديل)

☐ وحدي ☐ مع اخوتي ☐ مع والدتي ☐ مع والدي ☐ مع أصدقائي

13. رتب الوسائل الإعلامية التي تفضل المشاركة في برامج التربية الإعلامية فيها تنازليا

من الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية (1-4)

الوسيلة الإعلامية	الترتبة
الصحافة	
صحيفة زها	
الدراما	
البرامج الإذاعية	

14. ما هي برامج التربية الإعلامية التي تفضلها وغير مطروحة في برامج مركز زها

اسم البرامج الأكثر تفضيلاً بالترتيب

ثالثاً: دوافع الأطفال الياfeين من برامج مراكز زها الثقافية في التربية الإعلامية

الرقم	السؤال	موافق	محايد	غير موافق
1	استفيد من برامج مراكز زها في مجال التربية الإعلامية			
2	أشعر بأن برامج التربية الإعلامية في مراكز زها مفيدة (تضيف مفاهيم جديدة لليافعين)			
3	أشعر أن برامج التربية الإعلامية في مراكز زها ذات محتوى مهم لليافعين			
4	تتشابه برامج مراكز زها في مجال التربية الإعلامية			
5	تختلف برامج مراكز زها في التربية الإعلامية عن تلك المقدمة في مواقع أخرى			
6	عناوين برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الثقافية جاذبة لليافعين			
7	تطور برامج التربية الإعلامية في مراكز زها مهاراتي الحياتية			

رابعاً: الإشباعات المعرفية التي تحققها برامج مراكز زها الثقافية في التربية الإعلامية

الرقم	السؤال	موافق	محايد	غير موافق
1	تطور برامج التربية الإعلامية في مراكز زها اللغة العربية الفصحى لديك			
2	توسع برامج التربية الإعلامية في مراكز زها قدرتي التخيلية			
3	التحق ببرامج التربية الإعلامية في مراكز زها لأنها تقدم مواد أحبها			
4	أتابع برامج التربية الإعلامية لأنها تعرض ما هو جديد			
5	تسهم برامج التربية الإعلامية في مراكز زها على زيادة قدراتي الفنية			
6	تعرفني برامج التربية الإعلامية في مراكز زها على أخبار وأحداث بلدي			
7	تعرفني برامج التربية الإعلامية في مراكز زها على أحداث الوطن العربي			
8	تعرفني برامج التربية الإعلامية في مراكز زها على أخبار وأحداث العالم			
9	تمكنني برامج التربية الإعلامية من تطوير مهاراتي الحياتية			

خامسا: الإشباعات السلوكية التي تحققها برامج مراكز زها الثقافية في التربية الإعلامية

الرقم	السؤال	موافق	محايد	غير موافق
1	تجعلني برامج مراكز زها في التربية الإعلامية لا أتابع برامج أخرى			
2	تعلمني برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الابتعاد عن العنف والتنمر			
3	تسبب لي برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الثقافية الملل			
4	تؤثر برامج التربية الإعلامية في مراكز زها سلباً على دراستي			
5	تعرض جميع برامج التربية الإعلامية في مراكز زها برامج مناسبة لعمر			
6	أقوم بالاستمرار بالبحث عن برامج التربية الإعلامية في جميع فروع مراكز زها			
7	اتواصل في التدريب على برامج التربية الإعلامية			
8	التحق ببرامج التربية الإعلامية بغض النظر عن عنوان البرنامج			
9	أقوم بمتابعة سير البرامج من خلال الرسائل القصيرة			
10	أطبق ما اتعلمه خلال التدريب خارج أوقات الدورات			
11	أشعر بالسعادة عندما أعلم أن هناك برامج جديدة			
12	أحب أن أعمل مديعاً أو مقدم برنامج			
13	اطلب من والدي الالتحاق ببرامج التربية الإعلامية كلما يقوم المركز بالترويج لها			
14	تلمي برامج التربية الإعلامية في مراكز زها كل اهتماماتي واحتياجاتي			
15	تحدث جميع برامج التربية الإعلامية عن المجتمع الذي أعيش فيه			
16	يتحكم والدي في التحاق ببرامج التربية الإعلامية			
17	أتابع البرامج الإعلامية الخاصة بفرق مراكز زها على مختلف وسائل الإعلام			
18	تشجعني برامج التربية الإعلامية في مراكز زها على الالتحاق ببرامج أخرى في التربية الإعلامية			
19	يهمني الالتحاق ببرامج التربية الإعلامية خارج مراكز زها الثقافية			
20	أحب أن أكون أحد المدربين في برامج التربية الإعلامية في مراكز زها لاحقاً			
21	تمكنني برامج التربية الإعلامية من تطوير ذاتي			

الرقم	السؤال	موافق	محايد	غير موافق
22	تعلمني برامج التربية الإعلامية في مراكز زها الأخلاق الحميدة			
23	أناقش الأصدقاء في برنامج للتربية الإعلامية شاهدته على إحدى المحطات			
24	تعلمني برامج التربية الإعلامية في مراكز زها احترام آراء الآخرين			
25	تعلمني برامج التربية الإعلامية في مراكز زها تجنب نشر الشائعات والمعلومات الخاطئة			
26	تعلمني برامج التربية الإعلامية نشر ومشاركة المعلومات الصحيحة والدقيقة			
27	تعلمني برامج التربية الإعلامية في مراكز زها احترام خصوصية الآخرين وعدم الاساءة لهم			
28	تعلمني برامج التربية الإعلامية احترام الاديان ونبذ العنصرية			
29	تعلمني برامج التربية الإعلامية تجنب تداول العبارات المسيئة			

ملحق رقم (2)
قائمة بأسماء السادة المحكمين

اسم المحكم	الرتبة العلمية	المؤسسة العلمية	التخصص
د. كامل خورشيد	استاذ مشارك	جامعة الشرق الأوسط	اعلام
د. ابراهيم الخصاونة	استاذ مشارك	جامعة البتراء	اذاعة وتلفزيون
د. عبد الكريم الدبيسي	استاذ مشارك	جامعة البتراء	صحافة
د. حنان الشيخ	استاذ مساعد	جامعة الشرق الاوسط	الاذاعة والتلفزيون
د. أحمد عريقات	استاذ مساعد	جامعة الشرق الاوسط	اذاعة وتلفزيون