

دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب
في المجتمع الأردني

**The Role of Media Education in Promoting Citizenship
Values among Youth in Jordanian Society**

إعداد

ديما سميح المومني

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

كانون ثاني، 2021

تفويض

أنا ديماسميح المومني، أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخة من رسالتي ورقياً وإلكترونيّاً للمكتبات أو المنظمات أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: ديماسميح المومني.

التاريخ: 2021 / 01 / 25.

التوقيع: 

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة والموسومة بـ: دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب

في المجتمع الأردني.

للباحثة: ديماسميح المومني.

وأجيزت بتاريخ: 25 / 01 / 2021.

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم	الصفة	جهة العمل	التوقيع
د. عبدالكريم علي الدبيسي	عضوًا من داخل الجامعة ورئيسًا	جامعة الشرق الأوسط	
أ. د. عزت محمد حجاب	مُشرفًا	جامعة الشرق الأوسط	
د. كامل خورشيد مراد	عضوًا من داخل الجامعة	جامعة الشرق الأوسط	
د. أشرف محمد المناصير	مراقب الجلسة	جامعة الشرق الأوسط	
أ. د. صالح محمد الرواضية	عضوًا من خارج الجامعة	جامعة قطر	

شكر وتقدير

أحمد الله رب العالمين أن أعانني ومنحني القدرة على إتمام هذا الجهد العلمي، وأدعوه العلي
التقدير أن يعلمنا ما ينفعنا، وأن ينفعنا بما علمنا، وأن يزيدنا علماً.

فالحمد لله والشكر له دائماً وأبداً.

واعتزافاً بالفضل لأهله، فإنه لا يسعني في هذا المقام إلا أن أتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان
إلى أستاذي الفاضل الدكتور عزت محمد حجاب الذي تفضل بالإشراف على هذه الرسالة، حيث قدّم
لي كل النصيح والإرشاد طيلة فترة الإعداد، فله مني كل التقدير والاحترام.

وأتقدم بالشكر الجزيل لأعضاء لجنة المناقشة على تفضلهم بقبول هذه الرسالة، ولما قدموه لي
من إرشادات قيمة.

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى جميع أعضاء الهيئة التدريسية في كلية الإعلام في جامعة
الشرق الأوسط الذين تكرموا عليّ بعلمهم الوافر.

والشكر الكبير والموصول لمن كان لي عوناً طيلة فترة إعداد هذه الرسالة.

فلكم مني جميعاً جزيل الشكر والعرفان.

الباحثة

ديما سميح المومني

الإهداء

إلى والدي الحبيب الذي ينير دربي دائماً... إن عطاؤك ودعمك لم يكن إلا صنيع أب عظيم لابنته.

إلى ينبوع العطاء الذي لا يفنى أبداً، ورمز الكرم والدتي الحبيبة.

إلى أخوتي وأخواتي بارك الله لي في أعمارهم.

إلى من كان داعماً لي دوماً.

إلى جميع الأصدقاء والزملاء.

أهدي هذا الجهد المتواضع

الباحثة

ديما سميح المومني

فهرس المحتويات

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

الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها

2.....	أولاً: المقدمة
4.....	ثانياً: مشكلة الدراسة
5.....	ثالثاً: أسئلة الدراسة
6.....	رابعاً: أهداف الدراسة
6.....	خامساً: أهمية الدراسة
7.....	سادساً: مصطلحات الدراسة
9.....	سابعاً: حدود الدراسة
9.....	ثامناً: محددات الدراسة

الفصل الثاني الإطار النظري والدراسات السابقة

11.....	أولاً: الإطار النظري
25.....	ثانياً: الدراسات السابقة
30.....	الاستفادة من الدراسات السابقة

الفصل الثالث منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

32.....	منهج البحث المستخدم
33.....	مجتمع الدراسة
33.....	عينة الدراسة

34	أداة الدراسة (الاستبانة)
37	صدق الأداة.....
37	ثبات الأداة.....
39	متغيرات الدراسة.....
39	المعالجة الإحصائية.....
39	إجراءات الدراسة.....

الفصل الرابع نتائج الدراسة

41	النتائج المتعلقة بالسؤال الأول
42	النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني.....
43	النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث
44	النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع
45	النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس.....
46	النتائج المتعلقة بالسؤال السادس.....

الفصل الخامس مناقشة النتائج والتوصيات

56	مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول.....
57	مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني
57	مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث
58	مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث
58	مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس
59	مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال السادس
62	التوصيات.....

المصادر والمراجع

63	المراجع العربية.....
67	المراجع الأجنبية.....
68	الملحقات.....

قائمة الجداول

الصفحة	محتوى الجدول	رقم الفصل - رقم الجدول
23	الأخبار الكاذبة والاشاعات من شهر يناير ولغاية سبتمبر 2020.	1 - 2
33	خصائص أفراد العينة.	1 - 3
38	معاملات ثبات مجالات الاستبانة.	2 - 3
41	مجالات قيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية لدى الشباب.	1 - 4
42	دور التربية الإعلامية في تطوير قدرات الشباب للوصول للمصادر الموثوقة للمعلومات وتقييمها.	2 - 4
43	رضا الشباب عن آلية التنفيذ المستخدمة لنشر التربية الإعلامية.	3 - 4
44	إسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى.	4 - 4
45	الإشباع التي حققتها برامج التربية الإعلامية للشباب في المجتمع الأردني	5 - 4
46	دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، العمر، التحصيل العلمي).	6 - 4
47	نتائج تحليل التباين الثلاثي لتحديد دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، العمر، التحصيل العلمي).	7 - 4
48	مجالات تحديد دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، العمر، التحصيل العلمي).	8 - 4
50	نتائج اختبار تحليل التباين المتعدد (ANOVA) لمعرفة دلالة الفروق لمتغيرات تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، العمر، التحصيل العلمي).	9 - 4
53	نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية لقيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية لدى الشباب (العمر).	10 - 4

قائمة الملحقات

الرقم	المحتوى	الصفحة
1	قائمة بأسماء السادة المحكمين	69
2	الإستبانة	70
3	نسبة الاستلال	78

دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب في المجتمع الأردني

إعداد: ديماسميح المومني

إشراف: الأستاذ الدكتور عزت محمد حجاب

الملخص

هدفت الدراسة الحالية التعرف إلى دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب في المجتمع الأردني، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وتم تطوير استبانة تم توزيعها على خمسة محاور (قيم المواطنة التي عززتها المناهج الدراسية للتربية الإعلامية لدى الشباب، دور التربية الإعلامية في تطوير قدرات الشباب للوصول للمصادر الموثوقة للمعلومات وتقييمها، درجة الرضا عن آلية التنفيذ المستخدمة لنشر التربية الإعلامية، مدى إسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى، الإشباعات التي حققتها برامج التربية الإعلامية للشباب في المجتمع الأردني)، وتم التحقق من صدق وثبات الأداة، وتكونت عينة الدراسة من (320) شاب من الذكور والانات من المسجلين في البرامج التي تعقدتها المراكز الشبابية الأردنية على مدار العام، في عمان والمحافظات، خلال الفترة 2018-2019 حيث تم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة، وخلصت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- أن المتوسطات الحسابية لقيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية لدى الشباب ودور التربية الإعلامية في تطوير قدرات الشباب للوصول للمصادر الموثوقة للمعلومات وتقييمها ورضا الشباب عن آلية التنفيذ المستخدمة لنشر التربية الإعلامية، وإسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى، والإشباعات التي حققتها برامج التربية الإعلامية للشباب في المجتمع الأردني جاءت جميعها مرتفعة.
- وجود فروق إحصائية في مستوى تحديد دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة تبعاً لمتغير العمر لصالح (أقل من 20) مقارنة بـ (25-28)، وعدم وجود فروق في المقارنات بين باقي الأعمار، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في متغير الجنس لصالح الإناث على حساب الذكور، وعدم وجود فروق تبعاً لمتغير التحصيل العلمي.
- وجود فروق في مستوى المجالين (قيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية لدى الشباب، وإسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى) من مجالات تحديد دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة تبعاً لمتغير العمر حيث وجد فروق دالة إحصائية لصالح الفئة (أقل من 20)، وعدم وجود فروق لباقي المجالات.

- وجود فروق في مستوى مجالات (قيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية لدى الشباب، دور التربية الإعلامية في تطوير قدرات الشباب للوصول للمصادر الموثوقة للمعلومات وتقييمها، اسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى) من مجالات تحديد دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة تبعاً لمتغير الجنس حيث وجد فروق دالة إحصائية وكانت الفروق لصالح أنثى، وعدم وجود فروق لباقي المجالات، كما أظهرت الدراسة عدم وجود فروق في مستوى جميع المجالات تبعاً لمتغير التحصيل العلمي.
 - وجود فروق في مستوى مجال قيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية لدى الشباب من مجالات تحديد دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة تبعاً لمتغير العمر لصالح فئة (أقل من 20) مقارنة ب (25- 28)، وعدم وجود فروق في المقارنات بين باقي الأعمار.
 - وجود فروق في مستوى مجال اسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى من مجالات تحديد دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة تبعاً لمتغير العمر لصالح فئة (أقل من 20) مقارنة ب (25- 28)، ولصالح (29 فما فوق) مقارنة (25- 28)، وعدم وجود فروق في المقارنات بين باقي الأعمار.
- الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية، قيم المواطنة، الشباب، المجتمع الأردني.**

The Role of Media Education in Promoting Citizenship Values among Youth in Jordanian Society

Prepared by: Dima Samih Al-Momani

Supervised by: Prof. Ezzat Mohamed Hijab

Abstract

The current study aimed to identify the role of media education in promoting citizenship values among young people in the Jordanian society, and the study used the descriptive survey approach, and a questionnaire was developed that was distributed on five axes (citizenship values promoted by the media education curricula for youth, the role of media education in developing capabilities Young people to gain access to reliable sources of information and evaluate them, the degree of satisfaction with the implementation mechanism used to spread media education, the extent to which media education contributes to enhancing the culture of self-criticism of the content, the benefits achieved by media education programs for youth in Jordanian society), and the validity and reliability of the tool was verified, and the study sample was formed. Of (320) young men and women registered in the programs held by the Jordanian youth centers throughout the year, in Amman and the governorates, during the period 2018-2019, when they were chosen by a simple random method, and the study concluded the following results:

- That the arithmetic averages of citizenship values promoted by media education among young people and the role of media education in developing youth capacities to access and evaluate reliable sources of information and youth satisfaction with the implementation mechanism used to spread media education, and the contribution of media education in strengthening the culture of self-criticism of the content, and the gratifications achieved by media education programs For the youth in Jordanian society all came high.
- There are statistical differences in the level of defining the role of media education in promoting the values of citizenship according to the age variable in favor of (less than 20) compared to (25-28), and the absence of differences in comparisons between the rest of the ages, and the presence of statistically significant differences in the variable of sex in favor of females At the expense of males, and there are no differences depending on the educational attainment variable.

- The existence of differences in the level of the two fields (the values of citizenship promoted by media education among young people, and the contribution of media education in promoting a culture of self-criticism of the content) in the areas of defining the role of media education in promoting citizenship values according to the age variable where there were statistically significant differences in favor of the category (less than 20), And there are no differences for the rest of the fields.
- There are differences in the levels of (citizenship values promoted by media education among youth, the role of media education in developing youth capacities to access and evaluate reliable sources of information, and the contribution of media education in promoting a culture of self-criticism of content) among the areas of defining the role of media education in promoting citizenship values accordingly For the gender variable, where differences were found statistically and the differences were in favor of a female, and there were no differences for the rest of the fields, and the study also showed that there are no differences in the level of all fields depending on the educational achievement variable.
- The existence of differences in the level of the field of citizenship values promoted by media education among young people in the areas of defining the role of media education in promoting citizenship values according to the age variable in favor of a group (less than 20) compared to (25-28), and the absence of differences in comparisons between other ages.
- There are differences in the field of media education's contribution to promoting a culture of self-criticism of content from the areas of defining the role of media education in promoting citizenship values according to the age variable in favor of a group (less than 20) compared to (25-28), and in favor of (29 and over) compared to (25-28), and there were no differences in the comparisons between the remaining ages.

Keywords: Media Education, Citizenship Values, Youth, Jordanian Society.

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها



الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

أولاً: المقدمة

للإعلام دوراً مهماً في توعية الأجيال بقضايا أمتها وبواقعها المعاصر، وفي زيادة وعي أفراد المجتمع بذاتهم؛ ليعكس مدى ثقافة المجتمع وهويته، وبما يؤدي إلى إنشاء جيل مؤثر وفعال في المجتمع، جيل قادر على القيادة في الاتجاه الصحيح المبني على أسس واضحة ومعرفة حقيقية.

ويعد الإعلام ركيزة أساسية من ركائز الدولة، وله دور هام في تغذية المجتمع بالمعلومات والحقائق عن كل ما يحدث فيه، بما يفيد المواطن في الوقوف على كافة المستجدات أولاً بأول، لاتخاذ قرارات هامة ومصيرية تساهم في تشكيل ملامح المجتمعات.

لقد مر الشعب الأردني بمراحل تطور طبيعية، صاغت ملامح شخصيته الوطنية، وواجه كذلك، جملة من التحديات والتحويلات، والتي شكلت بعضاً من ملامحه، خصوصاً عندما تفاعل معها، بجدية ودأب من خلال الاستجابة الواعية، المدركة لأهمية الحفاظ على المنجزات والبناء عليها، واحتواء المتغيرات ضمن الإطار العام الثقافي - الاجتماعي للأردنيين.

ولكن في ظل غزارة المعلومات من حولنا، أصبح الكثير من مستخدمي الإنترنت وبعض وسائل الإعلام يعتمد نشر الأخبار الكاذبة والترويج لها لتحقيق أهداف معينة، مستغلين سرعة انتشار الرسائل عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الآن ملايين الأشخاص حول العالم، فنجد صور مزيفة، ومقاطع فيديو مفبركة، ومعلومات مغلوطة، تنتشر بسرعة من أجل أن تجدها وسائل الإعلام وتعيد نشرها، دون تطبيق أدنى معايير المهنية الإعلامية والتحقق من دقة ما ورد فيها، ومن ثم تأخذ هذه المعلومات غير الصحيحة طريقها إلى مئات الآلاف من المتابعين الذين يثقون بهذه الوسيلة

الإعلامية، وتحقق غايات الأفراد أو الجهات التي قامت بنشر تلك المعلومات، إما من أجل تغيير بعض مواقف واتجاهات الجمهور إزاء قضايا أو أحداث معينة، أو من أجل تطبيق قوانين الدعاية والتأثير السياسي، أو تشويه صورة الشخصيات السياسية أو الاجتماعية، أو التأثير عاطفياً على مشاعر الجمهور وكسب تأييدهم إزاء قضايا قد لا تصب في مصلحتهم العامة، وزرع الفتنة باستفزاز شرائح معينة وإثارة الفوضى والشغب والنعرات الطائفية.

وعليه، يجب الاستفادة من الإعلام في الأردن بالطريقة الإيجابية، لينشأ جيل جديد قادر على قراءة الرسالة الإعلامية وفهمها وتجنب التظليل والتهميش الإعلامي الذي يشغلهم عن القضايا المهمة في المجتمع.

تشجع التربية الإعلامية على تنشئة المواطنة المسؤولة، والعمل الجماعي، والحياة الواقعية، وتعمل على أن تكون هذه التنشئة تتسق مع مهارات التفكير العليا وتنميها، وتمكن الفرد من أن يصبح مستهلكاً حكيماً للرسائل الإعلامية من خلال زيادة قدراته على الاتصال والتعبير، وتمكينه من التعامل مع ثقافة مشبعة بالرسائل الإعلامية في وقت أصبحت فيه وسائل الإعلام هي الموجه الأكبر، والسلطة المؤثرة على القيم والمعتقدات والتوجهات والممارسات في مختلف جوانب الحياة.

تقوم التربية الإعلامية بدور كبير في تعزيز قيم المواطنة وتشكيل الهوية الوطنية، وخدمة قضايا الوطن، خصوصاً في الوقت الراهن، فقد باتت التربية الإعلامية جزءاً من حقوق المواطن الأساسية في ظل هذه الظروف التي اختلط فيها الإعلام المهني الشريف بغيره، فإدراج التربية الإعلامية بات أيضاً ضرورة ملحة كمشروع دفاعي يهدف إلى حماية الشباب الناشئ من النمطية والسلبية والتضليل، وتمكينه من حرية الانتقاء والاختيار والنقد، قادر على فهم الثقافة الإعلامية التي تحيط به وتعلم كيفية التعامل معها والمشاركة فيها بصورة فاعلة، فنحن الآن، في ضوء عصر المعلومات

والتكنولوجيا، لا نملك إلا أن نعلم الشباب كيف يفهمون ويحللون الأحداث المحيطة بهم، لكي لا يكونوا فريسة من السهل السيطرة عليها من قبل آخرين أو اتجاهات عبر كل الأشكال المتاحة للاتصالات في هذا العصر.

ومن هنا تأتي أهمية التربية الإعلامية لتكون جزءاً من الثقافة اليومية للمواطن، لتزويده بمهارات التعامل مع وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، ولتهيئته في عالم يتميز بقوة الرسائل المصورة والمكتوبة والمسموعة، وتمكينه ليكون ناقداً مستقلاً يفسر ما يشاهده أو يسمعه، ولتمكين أفراد المجتمع من القدرة على فهم وسائل الإعلام الاتصالية التي تنتشر في مجتمعهم، وكيفية عمل هذه الوسائل، وصولاً لاكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين، وتهيئتهم للمشاركة كصانعي إعلام ومشاركين في مجتمعات افتراضية ضمن أخلاقيات المجتمع وضوابط حرية الكلمة، ومساعدتهم في تحليل المعلومات وتقييمها والتحقق من دقة البيانات والمعلومات الواردة فيها، والرجوع إلى مصادرها للتأكد من صحتها ومصداقيتها.

وعليه هدفت هذه الدراسة لإلقاء الضوء على التربية الإعلامية ودورها في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب في المجتمع الأردني.

ثانياً: مشكلة الدراسة

تشير العديد من مؤشرات تحليل الواقع أن حالة انتشار التربية الإعلامية في الأردن ما تزال وفق تصنيف خبراء اليونسكو ضمن السيناريو الثاني، أي أن التربية الإعلامية ضرورة وطنية. وفي ضوء انتشار جائحة كورونا التي يشهدها الأردن والعالم منذ بداية العام 2020، وفي ظل زيادة أضرار الاستخدام غير الرشيد لوسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الرقمي، وانتشار الإشاعات والأخبار الكاذبة وخطاب الكراهية خلال هذه الجائحة، أصبح من الواضح أنه لحل هذه المشكلة، هناك حاجة إلى التدخلات العلاجية الكبيرة منها والصغيرة، إما عبر التنظيم

الحكومي (قوانين وتشريعات)، وإما عبر مبادرات يتبناها وينفذها المجتمع المدني، وتركز على تمكين المواطنين عامة والشباب خاصة، وتزويدهم بالأدوات اللازمة لتفسير المعلومات التي يتلقونها وتقييمها، وهو ما يعرف بالتربية الإعلامية. لقد ازدادت أهمية التربية الإعلامية في السنوات الأخيرة في معظم أنحاء العالم لما للإعلام والمؤسسات الإعلامية من دور فاعل في تمكين المواطنين من فهم مضامين وسائل الإعلام والتمييز بين المعلومات التي يتلقونها سواء كانت أخبار صادقة أو مضللة وكاذبة. ومن هنا جاءت مشكلة الدراسة لبحث الدور الذي يمكن للتربية الإعلامية أن تقوم به لتمكين المواطن من فهم وتحليل المادة الإعلامية الموجهة له، وتمكينه من كشف المضامين المزيفة والأفكار المتطرفة مما يسهم في تشكيل الوعي والإدراك الكافي لدى المواطنين لعدم الانقياد لها.

ثالثاً: أسئلة الدراسة

السؤال الرئيسي لهذه الدراسة هو التعرف على دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب في المجتمع الأردني، كذلك تمت الإجابة على الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما هي قيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية لدى الشباب؟
2. ما الدور الذي تقوم به التربية الإعلامية في تطوير قدرات الشباب للوصول للمصادر الموثوقة للمعلومات وتقييمها؟
3. ما درجة رضا الشباب عن آلية التنفيذ المستخدمة لنشر التربية الإعلامية؟
4. ما مدى إسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى؟
5. ما هي الإشباكات التي حققتها برامج التربية الإعلامية للشباب في المجتمع الأردني؟
6. هل توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في تحديد دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، العمر، التحصيل العلمي) من وجهة نظر الشباب؟

رابعاً: أهداف الدراسة

الهدف الرئيسي لهذه الدراسة هو التعرف على دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة

لدى الشباب في المجتمع الأردني. كما تضمنت الدراسة الأهداف الفرعية التالية:

1. معرفة الدور الذي تقوم به التربية الإعلامية في تطوير قدرات الشباب على الوصول للمصادر

الموثوقة للمعلومات وتقييمها.

2. معرفة درجة رضا الشباب عن آلية التنفيذ المستخدمة لنشر التربية الإعلامية.

3. التعرف على مدى إسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى (ليس كل ما

ينشر حقيقة) من وجهة نظر الشباب.

4. التعرف على الأساليب المستخدمة لنشر برامج التربية الإعلامية للوصول للشباب.

5. الوقوف على الإشباعات التي حققتها برامج التربية الإعلامية للشباب في المجتمع الأردني.

خامساً: أهمية الدراسة

الأهمية التطبيقية: تكمن أهمية الدراسة في أنها سلطت الضوء على دور التربية الإعلامية في محو

الأمية الإعلامية لدى الشباب مما يمكن صانع القرار والقائمين على نشر ثقافة التربية الإعلامية

من رسم طريقة للاستخدام الأمثل لهذه البرامج لزيادة الوعي وتمكين أفراد المجتمع من التعامل مع

وسائل الإعلام بشكل ايجابي.

الأهمية العملية: تعد الدراسة إضافة جديدة وتدعياً للجهود البحثية في مجال التربية الإعلامية،

ويؤمل أن يستفاد من هذه الدراسة الباحثون والمهتمون بالتربية الإعلامية ودورها في تمكين المجتمع

بمختلف فئاته للتعامل مع مضمون وسائل الإعلام بفهم ومعرفة.

سادسا: مصطلحات الدراسة

تستوجب الدقة العلمية وضع تعريفات واضحة ومحددة لكل مفهوم مستخدم بالبحث وذلك لأن المفاهيم تعتبر اللغة العلمية التي يتداولها المتخصصون في فرع من فروع المعرفة، بالإضافة إلى تحديد هذه المفاهيم هو الذي يجعل عملية الاتصال بين المتخصصين في العلم سهلة ويسيره.

- **الدور:** عرف "رويتز" الدور بأنه: "وظيفة الفرد في الجماعة أو الدور الذي يلعبه الفرد في جماعة أو موقف اجتماعي" (الهاشمي ونصرالدين، 2003، ص 265). كما يعرف الدور على أنه ما يشير إلى معايير السلوك أو القواعد التي تحكم وصفاً معيناً في البناء الاجتماعي أو الوظيفي أو الأداء الذي يقوم به الإعلام بالنسبة للجمهور في مجالات مختلفة (البياضي، 2013، ص 21).

ويقصد به إجرائياً: نشاطات التربية الإعلامية الهادفة لتعزيز قيم المواطنة لدى الشباب اليافعين من خلال ما تقدمه من معارف ومعلومات حول مختلف القضايا.

- **المواطنة:** هي صفة المواطن الذي يتمتع بالحقوق ويلتزم بالواجبات التي يفرضها عليه انتماءه إلى الوطن، فالمواطنة هي الشعور بالانتماء والولاء للوطن وللقيادة السياسية، وهذا لا يتحقق إلا من خلال إحساس المواطن بأن الدولة وليست الطائفية أو القبلية هي مصدر الثواب والعقاب والمانحة والمانعة له، الأمر الذي يعني الحد من هيمنة أي منهم فكراً وسلوكاً على أفراد الشعب (الجمعية الكويتية للعمل الوطني)، كما تعرف المواطنة كذلك بأنها: العلاقة بين الفرد والدولة التي تتحدد من خلال القانون.

ويقصد بها إجرائياً: أنه شعور داخلي أو صفة أو ارتباط أو انتساب يتحلى به الشباب اليافعين بوطنهم الأردن، وما يعنيه هذا الشعور من حب الوطن والشعور بالوحدة الوطنية والمحافظة على مكتسبات الوطن ومذخراته وعلى الأمن وتقديم المصلحة الوطنية على المصلحة الشخصية.

• **القيم:** يرى علماء الاجتماع أن القيم هي عملية للتقييم تقوم على أساس مقياس ومضاهاة في ضوء مصالح الشخص من جانب، وفي ضوء ما يتجه له المجتمع من وسائل وإمكانيات لتحقيق هذه المصالح من جانب آخر، فالقيم عملية انتقاء مشروط بالظروف المجتمعية المتاحة، فالقيم كما يعرضها عديد من علماء الاجتماع "مستوى أو معيار، للانتماء من بين بدائل أو إمكانات اجتماعية متاحة أمام الشخص الاجتماعي في الموقف الاجتماعي" (عبد المعطي، 1990، ص257).

ويقصد بها إجرائياً: أنها معايير، وأسس متعارف عليها ضمن المجتمع الواحد، وتُشير إلى مستوى الانتماء والشعور بالوطنية والهوية وإلى طرق تعامل الأفراد معاً، والموافقة على السلوك المقبول، ورفض غير المقبول.

• **التربية الإعلامية:** لقد صاغت اليونسكو مصطلح التربية الإعلامية والمعلوماتية "المنهج الذي يتم من خلاله تعليم النساء والشباب والمجتمع التعامل مع وسائل الإعلام، مما يتيح للأفراد فهم هذه الوسائل وتقييم الرسائل الإعلامية ونقدها والمشاركة في إنتاجها".

ويقصد بها إجرائياً في هذه الدراسة: الجهود التي تقوم بها الدولة الأردنية لنشر ثقافة التربية الإعلامية بين الشباب اليافعين.

• **التقييم:** بحسب الدراسات الإعلامية فإن تعريف التقييم في معجم المعاني هو قياس فاعلية حملة إعلانية أو إعلامية لمعرفة مدى تأثيرها. (مصطفى، 2006، ص 79).

ويقصد بها إجرائياً في هذه الدراسة: هو قياس فاعلية محاور برامج التربية الإعلامية المقدمة للشباب اليافعين ودورها في تعزيز قيم المواطنة.

سابعا: حدود الدراسة

نفذت هذه الدراسة ضمن الحدود الآتية:

- **الحدود المكانية:** تم اجراء الدراسة في العاصمة عمان، والمحافظات التالية: الزرقاء، إربد، عجلون، جرش، الكرك، البلقاء.
- **الحدود البشرية:** اقتصرت الدراسة على عينة عشوائية من اليافعين المستفيدين من برامج التربية الإعلامية التي تقدمها المراكز الشبابية في مختلف المحافظات بالتنسيق مع وزارة الشباب.
- **الحدود الزمانية:** شهري تشرين الثاني و كانون الأول 2020.

ثامنا: محددات الدراسة

- ويقصد بها الإجراءات المنهجية المتعلقة بتحديد مجتمع البحث، والعينة التمثيلية التي تم اختيارها، ولذلك فإن محددات الدراسة ترتبط بعينة الدراسة، وبالأدوات التي تم من خلالها جمع البيانات؛ وبمدى صدق وثبات هذه الأداة، ويتحدد تعميم نتائج هذه الدراسة بالآتي:
1. صدق وثبات الاستبانة المصممة خصيصاً لهذه الدراسة.
 2. صدق وجدية استجابة عينة الدراسة في الإجابة على أسئلة الدراسة.
 3. وبعد إجراء الدراسة نستطيع القول انه يمكن تعميم النتائج.

الفصل الثاني
الإطار النظري والدراسات السابقة



الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

أولاً: الإطار النظري

اهتم الباحثون بالتمييز بين أنواع التأثير الإعلامي على الجماهير تبعاً لخصائص الشرائح المستهدفة وصفاتها النفسية والاجتماعية، وتأثير العوامل الوسيطة في عملية الاتصال والإعلام ومدى تشجيعها على الانحراف والجريمة والتعصب العرقي والديني والعدوانية والانحلال.

ويقصد بنظريات الإعلام خلاصة نتائج الباحثين والدارسين للاتصال الإنساني بالجماهير بهدف تفسير ظاهرة الاتصال والإعلام ومحاولة التحكم فيها والتنبؤ بتطبيقاتها وأثرها في المجتمع، فهي توصيف النظم الإعلامية في دول العالم.

قامت الباحثة بالاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباع لقياس دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب في المجتمع الأردني من برامج التربية الإعلامية التي تقدمها المراكز الشبابية في مختلف المحافظات، كونها النظرية الأقرب لدراساتها من منظور تفسير العلاقة بين الحاجة لتمكين الشباب والمجتمع من خلال التربية الإعلامية وكمية المعلومات التي يتلقونها عبر وسائل الإعلام، بحيث ان الشباب سيتمكنون من خلال فهم وسائل الإعلام والمعلومات التي تقدمها وسيختارون وسائل الإعلام التي تحقق تلك الإشباعات للمعلومات الصحيحة والموثوقة التي تصلهم عبر الوسائل الإعلامية.

نظرية الاستخدامات والإشباع

يعد إيلياهو كاتز Katz أول من وضع اللبنة الأولى في مدخل الاستخدامات والإشباع، عندما كتب مقالا عن هذا المدخل ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب "استخدام وسائل

الاتصال الجماهيري" تأليف كاتز وبلوملر Elihu Katz and Blumler Jay عام 1974، ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر (اسماعيل، 2003، ص 252).

وتأخذ نظرية الاستخدامات والإشباع في الاعتبار الأول المتلقي كنقطة بدء بدلاً من الرسالة وتشرح سلوكه الاتصالي فيما يتصل بتجربة الفرد المباشرة مع وسائل الإعلام لأن الأفراد يوظفون الرسائل بدلاً من التصرف سلبياً حيالها (العبد، 1997، ص 198). وبصفة عامة فإن مدخل الاستخدامات والإشباع يسعى إلى الإجابة عن يتساءل منهم عن أسباب اختيار الجمهور لمضمون إعلامي دون الآخر (عمارة، 1998، ص 59).

وتهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة. فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على إدراك المرتبط بوسائل الإعلام، إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام. وكانت تنظر هذه النظرية إلى الجمهور على أنه جمهور سلبي لا حول له ولا قوة أمام الرسالة الإعلامية وتأثيرها الفعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام. (مكاوي والعبد، 2007).

ويشير ويرنر وتانكرد، إلى أن البحث في الاحتياجات التي تتحقق من التعرض واستخدام وسائل الاتصال المختلفة، قد بدأ في الثلاثينيات من القرن الماضي، عندما أجريت دراسات عديدة من هذا المنظور، كان الغرض منها التعرف على أسباب استخدام الجمهور لوسيلة اتصال معينة (حجاب، 2010، ص 297).

ويعتبر إشباع الحاجات وتلبية الدوافع ضرورة لدى الفرد حتى يتحقق للفرد الاتزان النفسي الذي يساعد على استمرار التواصل مع الغير والتكيف مع البيئة. وهذا ما يفسر سلوك الفرد إلى ما يشبع الحاجات التي يفتقدها في تعامله مع الغير بشكل مباشر أو غير مباشر (عبد الحميد، 2004، ص267).

ومن أهم المبادئ التي قامت على أساسها نظرية الاستخدامات والإشباع ما يلي: (حسن، 1987، ص 114).

1. إن وسائل الإعلام تقدم رسائلها إلى الأغنياء في المجتمع الجماهيري، الذين يدركون تلك الرسائل بشكل متقارب.

2. إن هذه الرسائل تقدم مؤثرات أو منبهات تؤثر في مشاعر وعواطف الأفراد تأثيرا فعالا.

3. إن هذه الوسائل تدفع الأفراد إلى الاستجابة بشكل مباشر ومتماثل إلى حد ما، وتخلق تغييرات في التفكير والأفعال - بشكل متماثل - عند كل الأفراد.

4. تأثيرات وسائل الإعلام قوية ومماثلة ومباشرة، ويرجع ذلك إلى ضعف في وسائل الضبط الاجتماعي مثل العادات والتقاليد المشتركة.

5. إن الفرد يتلقى معلومات بشكل فردي من وسائل الإعلام ودون وسيط.

وتعتبر الحاجات والدوافع من العوامل المحركة للاتصال، وبصفة خاصة تلك الحاجات والدوافع التي يتوقع الفرد أن يشبعها ويلبها له الآخرون لتحقيق التكيف مع البيئة.

الحاجة Need: هي افتقار الفرد أو شعوره بنقص في شيء ما، يحقق تواجده حالة من الرضا والإشباع. والحاجة قد تكون فسيولوجية أو نفسية.

الدافع Motive: فهو حالة فسيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى القيام بسلوك معين يقوي استجابته إلى مثير ما. أو يشبع أو يرضي حاجة ما.

وترى نظرية الاستخدامات والإشباع أن الجمهور يستخدم المنتج الإعلامي لإشباع رغبات معينة لديه وأهمها الحصول على معلومات أو الترفيه أو التفاعل الاجتماعي أو تحديد الهوية (المشاقبة، 2011، ص 89).

تسبق الحاجات عادة الدوافع، فالحاجة تنشأ من الشعور بالنقص والحرمان من شيء ما لدى أفراد الجمهور مما يؤدي في التأثير في القوى الداخلية لدى الفرد (الدافع) (زهران، 2005، ص 267). ولذلك اهتم بعض الباحثين -ومنهم كاتز وزملاؤه (Katz et al, 1974) بتوضيح العلاقة بين حاجات الفرد ودوافعه ومحاولة إشباعها من خلال محتوى وسائل الإعلام، ووضع الباحثون ثلاث فروض أساسية وهي (العبد، 2008، ص 313):

أ. اعتبار المتلقي فرداً إيجابياً ونشطاً في اتصاله مع وسائل الإعلام.

ب. للأفراد المتلقين الحرية في الاختيار حسب الحاجة للإشباع.

ج. التنافس بين وسائل الإعلام ومصادر أخرى حول إشباع الحاجات.

ويرى "كانز وزملاؤه" أن منظور الاستخدامات والإشباع يعتمد على خمسة فروض، تستند

عليها نظرية الاستخدامات والإشباع وهذه الفروض هي (حجاب، 2010، ص 301):

1- أن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال، واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم

أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

2- الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة، واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور

نفسه وتحدده الفروق الفردية.

3- التأكد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم

الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

4- يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه، وبدوافعه واهتماماته، فهو يستطيع أن يمد

الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الإعلام.

5- الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس

من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.

التربية الإعلامية

أصبح الإعلام اليوم بكل أشكاله وأنواعه من ضروريات الحياة، ولا يخلو بيت أو مجتمع من

وسائل إعلام معيَّنة، وللاعلام وظائف متعددة، سياسية، واقتصادية، وتربوية، تركز على تعزيز بعض

القيم الإيجابية وتقويتها، وكذلك التعديل في القيم السلبية أو تغييرها للمجتمع.

إن التطور الذي حصل في تكنولوجيا الاتصال في السنوات الأخيرة من القرن الماضي "العشرين"

ومطلع القرن الحادي والعشرين الحالي هيأ الفرص اللازمة لانتشار وسائل الإعلام بخطوات سريعة

وفاعلة بغية التوصل إلى الإنسان ومشاركته في مختلف الأنشطة الثقافية والتربوية والاجتماعية

والاقتصادية والإعلامية.

لم يكن موضوع الاهتمام والدعوة لدراسة التربية الإعلامية والرقمية أمراً حديثاً، إنما هو ضمن

توجهات اليونسكو الاستراتيجية المخطط لها سابقاً، حيث دعت لتدريسه منذ عام 1982.

يشير مفهوم التربية الإعلامية والمعلوماتية إلى النهج الذي يتم من خلاله تعليم النشء والشباب

والمجتمع التعامل مع وسائل الإعلام ومصادر المعلومات، ما يتيح للأفراد فهم هذه الوسائل، وتقييم

الرسائل الإعلامية والمعلوماتية ونقدتها والمشاركة في إنتاجها.

للتربية الإعلامية تعريفات متعددة، ذات مضمون متشابه، ورؤية واحدة إجمالاً، ولذلك سنختار أفضل التعريفات وأكثرها شمولاً، وهو تعريف التربية الإعلامية حسب توصيات مؤتمر فيينا، الذي عقد تحت رعاية منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) عام 1999 وحضره 33 خبيراً من 41 بلداً حول العالم بأنها "التعامل مع جميع وسائل الإعلام الاتصالي من صور متحركة وثابتة وكلمات ورسوم، التي تقدمها تقنيات المعلومات والاتصالات المختلفة، وتمكين الأفراد من فهم الرسائل الإعلامية وإنتاجها واختيار الوسائل المناسبة للتعبير عن رسائلهم المناسبة". أما مؤتمر التربية الإعلامية للشباب (2002) فعرفها على أنها "التعرف على مصادر المحتوى الإعلامي وأهدافه السياسية والاجتماعية والتجارية والثقافية والسياق الذي يرد، ويشمل التحليل النقدي للمواد الإعلامية، وإنتاج هذه المواد وتفسير الرسائل الإعلامية والقيم التي تحتويها".

ويمكن القول إن التربية الإعلامية والمعلوماتية هي المنهج الذي يتعلم من خلاله الأفراد التعامل مع وسائل الإعلام ومصادر المعلومات، والوصول إليها، وما يتيح لهم فهم هذه الوسائل والقدرة على نقدها والمشاركة في انتاج المحتوى الإعلامي والمعلوماتي، وهي تتضمن:

أولاً: التربية الإعلامية

- تختص في التعامل مع كافة وسائل الإعلام الاتصالي، وتشمل الكلمات، والرسوم المطبوعة، والصوت، والصور الساكنة والمتحركة، التي يتم تقديمها عن طريق أي نوع من أنواع التقنيات.
- تمكن أفراد المجتمع من الوصول إلى فهم لوسائل الإعلام الاتصالية التي تستخدم في مجتمعهم، والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل، ومن ثم تمكنهم من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين، وتمكنهم من التمييز بين الأخبار الصادقة والأخبار المغلوطة.

- تعد التربية الإعلامية جزءاً من الحقوق الأساسية لكل مواطن.

ثانياً: تضمن تعلم أفراد المجتمع للآتي:

- التعرف على مصادر النصوص الإعلامية، وأهدافها السياسية والاجتماعية والتجارية والثقافية، وكذلك السياق التي وردت فيه.
- التحليل وتكوين الآراء النقدية حول المواد الإعلامية، وإنتاج الإعلام الخاص بهم.
- فهم وتفسير الرسائل والقيم التي تقدم من خلال الإعلام.
- الوصول إلى الإعلام، أو المطالبة بالوصول إليه، بهدف التلقي أو الإنتاج.
- اختيار وسائل الإعلام المناسبة التي تمكن الشباب الصغار من توصيل رسائلهم الإعلامية أو قصصهم، وتمكينهم من الوصول إلى الجمهور المستهدف.

أسس التربية الإعلامية (الطعاني، 2008، ص 2-3)

- ترسيخ هوية الأمة وتأصيلها، وذلك عبر برامج هادفة في هذا السياق تركز على الهوية الأصلية للأمة تربط بين ماضيها، وواقعها ومستقبلها المنشود.
- المحافظة على قيم المجتمع الأصلية، وعاداته الإيجابية، فهناك قيم أصيلة في المجتمع توارثها الناس وتناقلوها، فهذه القيم يجب حفظها وعدم التفریط فيها، وللإعلام دورٌ عظيم في ذلك.
- تعزيز مفهوم رسالة الأمة، ودورها الحضاري بين الأمم والشعوب.
- تكامل الدور بين الإعلاميين والتربويين، وذلك بوجود التوافق والنظرة الإيجابية بينهم، بما يحقق ترسيخ القيم التربوية، واستفادة الأفراد والمجتمع من ذلك.
- قيام الإعلام بدوره المسؤول والأمين والداعم، نحو مؤسسات التربية المختلفة في المجتمع.
- تحقق عنصر التواصل الإيجابي بين عناصر ومقومات العمل الإعلامي، وهي: المرسل، والرسالة، والمستقبل، وخلوها من تناقضات تفقدها قيمتها وجوهرها.

- نقل الإعلام لتجارب ناجحة في التربية ظهرت نتائجها الإيجابية، وذاع صيتها، بهدف الاستفادة بما هو صحيح وإيجابي منها.

- دعم المبادرات التربوية المحلية وتشجيعها، وذلك من خلال عمل دراسة ومناقشة لها، وتسليط الضوء عليها إعلامياً. التواصل مع صنّاع القرار التربوي، في مختلف القضايا التربوية.

إن للتربية الإعلامية الصحيحة آثارٌ عظيمةٌ، فميدانها الأول والأساس هو الفرد، حيث تنعكس على سلوكه، وقيمه، واتجاهاته المختلفة في الحياة، وبناء الفرد معرفياً، وسلوكياً، وقيمياً، يعدُّ منطلقاً ومرتكزاً أساسياً في بناء المجتمع، والأمة كذلك، ولعلّ الميزة التي يتمتع بها الإعلام يفنقدها غيره من حيث تعدّد المستقبلين له، وتيسّر سبل نقل رسالته، ويبقى الدور الهام في كيفة صياغة الإعلامي التربوي، ويفقد الإعلام لرسالته التربوية آثار وخيمة تبدأ بالفرد، مروراً بالمجتمعات، وانتهاءً بالأمة.

بالنسبة إلى المنطقة العربية فإنها بدأت تتفاعل بشكل متنامٍ مع منهج التربية الإعلامية والرقمية، وبخاصة في كليات الإعلام بالدراسات الجامعية الأولية والعليا ووفق خطة لليونسكو، وابتداءً من لبنان حيث كانت نقطة الانطلاق لطرح هذا المفهوم وتعميمه على الجامعات وبعض المدارس بالتعاون مع منظمة اليونسكو.

انطلقت فكرة التربية الإعلامية والرقمية في الوطن العربي خلال العقد الأول من الألفية الثالثة وجاءت كضرورة ملحة وهدف لزيادة المعارف في الجوانب التحليلية والنقدية للنص الإعلامي سواء الذي يقدمه الإعلام العربي أو الأجنبي، وتعتبر الجامعة الأمريكية ببيروت نقطة الانطلاق العربية الأولى عندما بدأت أول ورشة علمية عقدت عام 2006، بهدف التعرف إلى مفهوم جديد للإعلام في ظل عولمة الإعلام ودخول عصر تقنيات الاتصال والمعلومات وتأثيرها في تبدل الكثير من المفاهيم الاجتماعية والفكرية لدى المواطن والمجتمع. فالتطور الذي لحق بالاتصالات الشبكية أعطى

دفعاً كبيراً نحو تفعيل ممارسة الثقافة التشاركية لأفراد المجتمع، وإلى توافر مجموعة من موارد جديدة، وتسهيل تدخلات جديدة لمجموعة متنوعة من الجماعات التي ناضلت طويلاً ليكون صوتها مسموعاً (احدان، 2002، ص 13-14).

إن الهدف الأساس من التربية الإعلامية هو حماية أفراد الأسرة والأطفال من الأفلام المرعبة والخلاعية وغيرها، وكذلك التمكين ومحاولة إكساب المعارف والمهارات في تحليل المحتوى المطلوب سواء من الأفلام والأخبار الطائفية والعنصرية. وتحاول التربية الإعلامية أن تقيم رابطاً ما بين المدرسة والعائلة خاصة في عصر التنمية الإعلامية (Cooper, 2003). وهي مهمة لكل المهتمين بالتربية للأطفال والناس. إن التربية الإعلامية وحسب المهمة المطلوبة هي التعلم ومن ثم الممارسة التطبيقية لأنه التعلم ليس كافياً، إذاً فهي ممارسة وتطبيق وفهم الوسائل التكنولوجية لتساعدنا على النفاذ وفهم الأفلام والنصوص.

الجهود الأردنية في مجال التربية الإعلامية

تشير العديد من مؤشرات تحليل الواقع أن حالة انتشار التربية الإعلامية والمعلوماتية في الأردن ما تزال وفق تصنيف خبراء اليونسكو ضمن السيناريو الثاني، أي أن التربية الإعلامية والمعلوماتية ناشئة والمفهوم حديث نسبياً في الوقت الذي أصبحت التربية الإعلامية والمعلوماتية ضرورة وطنية في ضوء ازدياد آثار الاستخدام غير الرشيد لوسائل الاتصال والشبكات الاجتماعية والإعلام الرقمي، وانتشار الإشاعات والأخبار الكاذبة وخطاب الكراهية والشعبوية وهيمنة الرأي على المعلومات.

بالشراكة مع منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو)، أطلق معهد الإعلام الأردني

مشروع ادخال التربية الإعلامية والمعلوماتية في الأردن في العام 2016.

وهدف المشروع إلى المساهمة في بناء قدرات وطنية في مؤسسات التعليم الأردنية قادرة على نقل المعارف والمهارات الأساسية في التربية الإعلامية والمعلوماتية للأجيال الجديدة، ونشر الوعي والمعرفة لدى صناع القرار وقادة الرأي والمجتمع بهذا المجال، وهو موجه إلى كافة أفراد المجتمع كي يطوروا قدراتهم في التعامل مع وسائل الإعلام والمعلومات، ونفذ بالتعاون مع جامعتي الحسين بن طلال في محافظة معان وآل البيت في محافظة المفرق.

ومن خلال المشروع قام معهد الإعلام الأردني بتطوير ورقة سياسات أردنية في مجال التربية الإعلامية والمعلوماتية في المؤسسات التعليمية، كما نفذ دراسة لتحليل المناهج الجامعية ومدى احتوائها على مفاهيم التربية الإعلامية.

كما قام المعهد بإدخال مفاهيم التربية الإعلامية في المناهج التعليمية، حيث عمل المعهد بالتعاون مع وزارة التربية والتعليم والجامعات الأردنية ومبادرة التعليم الأردنية على تدريب المعلمين والمعلمات على مهارات التربية الإعلامية والمعلوماتية ونقلها لطلبة الصفوف السابع والثامن والتاسع في عدد من مدارس المملكة.

وسيقيم المعهد ضمن المشروع بالاستعانة بخبراء وباحثين في هذا المجال لتطوير منهاج بالاعتماد على المنهاج الذي طورته منظمة اليونسكو سنة 2011.

ويأتي مشروع التربية الإعلامية والمعلوماتية ضمن المجالات التي يغطيها المشروع الرئيسي لدعم الإعلام في الأردن الذي بدأت اليونسكو بتنفيذه سنة 2014 بتمويل من الاتحاد الأوروبي، وتشمل أيضا البيئة التشريعية للإعلام، التعليم الجامعي للإعلام، والإذاعات المجتمعية، كما نتج عن المشروع اصدار تقرير مؤشرات تنمية الإعلام في الأردن سنة 2015.

كما ساعد معهد الإعلام الأردني صندوق الملك عبد الله الثاني للتنمية في إطلاق مشروع التربية الإعلامية والمعلوماتية الذي يهدف إلى بناء قدرات الشباب في مفاهيم ومهارات التربية الإعلامية والمعلوماتية، حيث يأتي هذا المشروع استجابة للجهود الوطنية في تطوير معرفة ومهارات الشباب، وتحسين قدراتهم في التعامل مع مصادر المعلومات ومواجهة الرسائل الإعلامية المضللة.

ويهدف المشروع إلى بناء قدرات نوعية لدى الشباب الأردني في التعامل مع مصادر المعلومات ووسائل الإعلام ودعم قدراتهم في التعبير عن الذات وتعزيز شعورهم بالهوية والمشاركة والاعتزاز بالانتماء إلى المجتمع الأردني، وذلك من خلال تمكين الشباب من المهارات الأساسية في التربية الإعلامية والمعلوماتية، والمساهمة في بناء اتجاهات متوازنة في التعامل مع مصادر المعلومات والأخبار تراعي القيم العامة وحقوق الإنسان.

ووجه البرنامج للشباب الأردني ضمن الفئة العمرية من 18-25 عام. واستطاع البرنامج تطوير دليل تدريبي للمشروع وإيداعه بالمكتبة الوطنية وتدريب 15 مدرب كميسرين على الدليل كما عقد 22 تدريب في مقرات هيئة شباب كلنا الأردن والجامعات الأردنية بمشاركة (620) شاب وفتاة (مشروع التربية الإعلامية والمعلوماتية).

الاستراتيجية الوطنية للتربية الإعلامية والمعلوماتية

الأردن عمل على إدخال التربية الإعلامية ضمن مناهجه التربوية وأنظمة التعليم غير الرسمية، فمن خلال استراتيجية وطنية اعتمدها الأردن لنشر التربية الإعلامية والمعلوماتية للسنوات 2019-2022، حيث تم وضع إطار استراتيجي وطني يوفر رؤية استرشادية للحكومة وللمؤسسات الوطنية المعنية بهذا الشأن، وخارطة طريق وطنية لنشر التربية الإعلامية والمعلوماتية.

وتضمن الإطار الاستراتيجي لنشر التربية الإعلامية والمعلوماتية في الأردن ثلاثة مستويات:

الأول: إدخال مفاهيم ومهارات التربية الإعلامية والمعلوماتية إلى النظام التعليمي الأردني على

مستوى التعليم في المدارس العامة وعلى مستوى الجامعات.

الثاني: إدماج مفاهيم ومهارات التربية الإعلامية والمعلوماتية في المؤسسات الشبابية والمدنية

الأردنية.

الثالث: نشر مفاهيم التربية الإعلامية والمعلوماتية في الحياة العامة من خلال وسائل الإعلام

ومؤسسات التنشئة الاجتماعية وفي الفضاء العام في المدن.

وتسعى الخطة الاستراتيجية لنشر التربية الإعلامية والمعلوماتية في الأردن عبر أنشطتها

المختلفة وعبر انشاء وإطلاق منصات رقمية إلى تمكين المواطنين من مواجهة اثار وسائل الإعلام

والإعلام الرقمي، وشبكات التواصل الاجتماعي، والتي تفرضها الاستخدامات غير المهنية، والمحتوى

غير الملائم والضار لوسائل الإعلام، ومصادر المعلومات مثل الأخبار الكاذبة، والاشاعات،

وخطابات الكراهية، والمحتوى الذي يدعو إلى التطرف والعنف.

التربية الإعلامية والمعلوماتية في مواجهة التضليل والمعلومات الخاطئة (الأردن وكورونا)

أن التدفق الهائل للمعلومات والأخبار وازدحام المصادر جعل من النعمة التي أتت بها تكنولوجيا

المعلومات تحدياً حقيقياً، لقد أصبحت تكنولوجيا المعلومات مصدراً حيويّاً لاقتصاديات العالم مما

يجعلها عنصراً أساسياً في التعليم والتعلم، الأمر الذي يضع مزيداً من التحديات أمام الأفراد على

اختلاف مجالاتهم وخلفياتهم وأجناسهم، من طلبة وعاملين ومواطنين عادين، في الطريقة التي

يتعاملون فيها مع وسائل الإعلام ومصادر المعلومات.

وفي ضوء حجم علة «اضطراب المعلومات» وعواقبه على المجتمع، تشعر شركات التواصل الاجتماعي بالقلق، إذا كانت هناك حقيقة أساسية واحدة حول تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الديمقراطية، فهي تضخيم النوايا الإنسانية- سواء كانت طيبة أم شريرة. ففي أفضل حالاتها، يسمح لنا بالتعبير عن أنفسنا واتخاذ المواقف. وفي أسوأ الأحوال، يسمح للناس بنشر معلومات مغلوبة تؤدي إلى تآكل الديمقراطية.

لقد شهد الأردن مع جائحة كورونا موجات من الاستخدام الضار للمحتوى الإعلامي على شكل أخبار كاذبة وإشاعات ومحاولات تضليل إعلامي انتجت العديد من الأضرار الاجتماعية والسياسية والاقتصادية.

الجدول (1-2)

الأخبار الكاذبة والإشاعات من شهر يناير ولغاية سبتمبر 2020*

الشهر	عدد الأخبار الكاذبة والإشاعات	مجال المعلومة	الوسيلة الإعلامية
يناير (كانون الثاني)	30	اقتصادي/سياسي/اجتماعي	المواقع الإخبارية + وسائل التواصل الاجتماعي + وسائل الإعلام
فبراير (شباط)	31	القطاع الصحي	المواقع الإخبارية + وسائل التواصل الاجتماعي + وسائل الإعلام
مارس (آذار)	67	القطاع الصحي (كورونا)	المواقع الإخبارية + وسائل التواصل الاجتماعي + وسائل الإعلام
أبريل (نيسان)	49	القطاع الصحي (كورونا)	المواقع الإخبارية + وسائل التواصل الاجتماعي + وسائل الإعلام
مايو (أيار)	51	القطاع الصحي (كورونا)	المواقع الإخبارية + وسائل التواصل الاجتماعي + وسائل الإعلام
يونيو (حزيران)	43	اقتصادي	المواقع الإخبارية + وسائل التواصل الاجتماعي
يوليو (تموز)	59	الشأن العام	المواقع الإخبارية + وسائل التواصل الاجتماعي + وسائل الإعلام
أغسطس (آب)	42	القطاع الصحي (كورونا) / التعليم	المواقع الإخبارية + وسائل التواصل الاجتماعي + وسائل الإعلام
سبتمبر (أيلول)	59	القطاع الصحي (كورونا) / التعليم	المواقع الإخبارية + وسائل التواصل الاجتماعي + وسائل الإعلام
المجموع	431		

*مرصد مصداقية الإعلام الأردني "أكيد"

لقد أصبح من الواضح أنه لحل هذه المشكلة، هناك حاجة إلى التدخلات العلاجية، الكبيرة منها والصغيرة. يتمثل أحد الإغراءات في محاولة حل المشكلة عبر التنظيم الحكومي، والخيار الآخر هو مبادرات المجتمع المدني، والذي يركز على جعل الجماهير أكثر ذكاء وتزويدهم بالأدوات اللازمة لتمكينهم من تفسير المعلومات التي يتلقونها وتقييمها (التربية الإعلامية والمعلوماتية).

ثانياً: الدراسات السابقة

الشديفات والخصاونة (2012). واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها

هدفت إلى معرفة واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها لدى طلاب المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية، حيث تكونت العينة من (100) طالب من الصف العاشر الأساسي بالمدارس الخاصة لعام (2010/2011). استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي وتم جمع البيانات من خلال الاستبانة.

أشارت النتائج إلى أن واقع التربية الإعلامية في المدارس الخاصة جاء مرتفعاً بشكل عام. كما بينت نتائج الدراسة أن أكثر العوامل المؤثرة في التربية الإعلامية هو تأكيدها على أركان العملية التعليمية.

محمد (2013). واقع دور الإعلام التربوي في المرحلة الثانوية من منظور المعلمين والطلاب بالسودان

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى واقع الدور الذي يقوم به الإعلام التربوي في المرحلة الثانوية من منظور المعلمين والطلاب بالسودان، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي والاستبانة كأداة للدراسة، وتم اختيار عينة بلغت (40) معلماً ومعلمة، و(400) طالب وطالبة، واستخدمت الدراسة تحليل التباين الأحادي، واختبار شيفيه للمقارنات البعدية، كما تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

أظهرت نتائج الدراسة أن واقع الإعلام التربوي المرحلة الثانوية بالسودان جاء بدرجة ضعيفة، كما بينت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات المعلمين والطلاب في قدرة الإعلام التربوي على بث القيم التربوية في المرحلة الثانوية بالسودان لصالح المعلمين.

جيدوري (2014). دور الإعلام التربوي في تنمية أداء طلاب الثانوية العامة تعليمياً وثقافياً

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير الإعلام التربوي المتمثل بدور الفضائية التربوية السورية في تنمية أداء الطلاب على المستويين التعليمي والثقافي، من وجهة نظر عينة من طلاب مدينة دمشق. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي والاستبانة كأداة للدراسة، وتكون المجتمع الأصلي للدراسة من طلاب مدينة دمشق وطالباتها، والبالغ عددهم نحو (10200) طالبا وطالبة وقد وزع الباحث الاستبانة على عينة بلغ حجمها (800) طالب وطالبة، اختيروا بالطريقة العشوائية الطبقية. أظهرت نتائج الدراسة موافقة أفراد العينة بدرجة كبيرة على تأثير الإعلام التربوي في تنمية أدائهم على المستويين التعليمي والثقافي كما أظهرت نتائج الدراسة الميدانية عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في وجهات نظر الطلاب والطالبات نحو تأثير الإعلام التربوي في أدائهم على المستوى التعليمي والثقافي تعزى لمتغيري الجنس والاختصاص.

القاسم وعاشور (2015). دور مديري المدارس الحكومية في محافظة إربد في توظيف الإعلام التربوي لتعزيز الانتماء الوطني لدى الطلبة

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور مديري المدارس الحكومية في محافظة إربد، في توظيف الإعلام التربوي، لتعزيز الانتماء الوطني لدى الطلبة. واستخدم الباحثان فيها المنهج الوصفي وقد اختيرت العينة بالطريقة العشوائية الطبقية بنسبة (10%) والبالغ عددها (733) فرداً، منهم (36) مديراً ومديرة، 697 معلماً ومعلمة)، ولتحقيق أهداف الدراسة، استخدمت الاستبانة أداة لجمع البيانات موزعة على خمسة مجالات: (الإذاعة المدرسية، والصحافة المدرسية، والمسرح المدرسي، والمعارض، والملصقات ولوحة الإعلانات).

أظهرت نتائج الدراسة أن دور مديري المدارس في توظيف برامج الإعلام التربوي لتعزيز الانتماء الوطني كان كبيراً في مجال الإذاعة المدرسية، ومتوسطاً في باقي المجالات كما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس والمسمى الوظيفي، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الخبرة، والمؤهل العلمي، ومستوى المدرسة.

حوامدة والقضاة (2018). دور الإعلام التربوي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى طلبة المدارس في محافظة جرش من وجهة نظر مديري المدارس ومعلميها وطلبتها.

هدفت الدراسة الحالية التعرف إلى واقع دور الإعلام التربوي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى طلبة المدارس في محافظة جرش من وجهة نظر مديري المدارس ومعلميها وطلبتها. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، كما تم استخدام الاستبانة أداة للدراسة. وتم اختيار عينة عشوائية بلغت (102) مديراً ومديرة، و(385) معلماً ومعلمة، و(685) طالباً وطالبة من محافظة جرش.

أظهرت النتائج أنّ دور الإعلام التربوي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي جاء بدرجة متوسطة، كما جاءت معوقات تفعيل دور الإعلام التربوي بدرجة متوسطة، وأظهرت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية تبعاً لمتغير الجنس، ووجود فروق دالة إحصائية تُعزى لمتغير المركز الوظيفي لصالح فئة (طالب) مقارنة مع فئة (مدير) كما أظهرت النتائج وجود علاقة سلبية (عكسية) دالة إحصائياً بين متوسطات مديري المدارس ومعلميها وطلبتها لواقع دور الإعلام التربوي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى طلبة المدارس ودرجة معوقات تفعيل دور الإعلام التربوي.

Savage (2018): The Impact of a Media Literacy Curriculum on Middle School Students' Ability to Recognize Racial Bias in Mass Media

سافاج (2018): أثر منهج التربية الإعلامية على قدرة طلاب المرحلة الإعدادية في تمييز التحيز العنصري في وسائل الإعلام

هدفت هذه الدراسة التي أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية على طلاب المدارس الإعدادية إلى التركيز على آثار منهج التربية الإعلامية على قدرة طلاب المرحلة الإعدادية في تمييز التحيز العنصري في وسائل الإعلام، وقد قيمت الدراسة البحثية أيضا الاختلافات المحتملة في التأثير برسائل وسائل الإعلام على أساس الجنس والعرق. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي من خلال استبانة صممت لتحقيق أهداف الدراسة.

وتوصلت الباحثة إلى أن منهج التربية الإعلامية يعمل على توعية طلاب المدارس الإعدادية بالتحيز العنصري والصور النمطية الموجودة في وسائل الإعلام، وأظهرت البيانات التي تم جمعها من الدراسة، ولا سيما البيانات النوعية، حاجة واضحة إلى منهج فعال للتعريف الإعلامي.

Anderson (2019). Teaching Critical Reading: Media Literacy in the High School Classroom.

أندرسون (2019): تدريس القراءة النقدية: التربية الإعلامية في صفوف المرحلة الثانوية

أجرت الباحثة دراسة تحليلية في الولايات المتحدة الأمريكية، حول تصورات الطلاب المشاركين وأدائهم في مادة التربية الإعلامية. استخدمت الباحثة المنهج التجريبي باستخدام أسلوب تحليل الخطاب. وقامت الباحثة بتصميم مادة دراسية تم تطبيقها وتدريبها على مدار أربعة أسابيع بعنوان قراءة وسائل الإعلام، ونفذتها مع 38 طالبا مشاركا، وتضمنت المادة التحليل البلاغي للعديد من النصوص مثل الإعلانات المطبوعة، والإعلانات التجارية، ومقاطع الأفلام.

وتضمنت عملية جمع البيانات لدراسة الفروقات استبانة تم تنفيذها قبل الاختبار (Pre-test) وبعد انتهاء فترة التطبيق (Post-test)، وبعد ذلك، تم فحص التغيرات والفروقات في الاستبانتين لقياس أداء الطالب المشارك.

وأوضحت النتائج أن دراسة المادة حسّنت من مهارات الطلاب في التحليل البلاغي، وعززت لديهم القراءة النقدية للنصوص الإعلامية، وشجعت الطلاب على المشاركة الفاعلة في المجتمع.

عبد الحميد وأحمد (2019). استخدام طلاب الإعلام التربوي لمواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز مهارات الاتصال لديهم.

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مهارات الاتصال لدى طلاب الإعلام التربوي.

ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف وصف وتحليل العلاقة بين مواقع شبكات التواصل الاجتماعي وتنمية مهارات الاتصال. لذا اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وتكونت عينة الدراسة من (100) طالبا وطالبة من طلاب الفرقة الثالثة والفرقة الرابعة بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعة بنها. استخدم الباحثان الاستبانة كأداة من أدوات جمع البيانات وتم تطبيقها على أفراد العينة للتعرف على تنمية مهارات الاتصال لديهم.

توصلت نتائج البحث إلى التأكيد على الدور الذي تؤديه مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين وتنمية مهارات الاتصال لدى الطلاب. وترجع هذه النتائج إلى الدور الفعال الذي تؤديه مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مهارات الاتصال المختلفة لدى طلاب قسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية - جامعة بنها.

حسين والحربي (2019). دور الإعلام التربوي في طرح قضايا الإدارة التعليمية من وجهة نظر الخبراء التربويين والإعلاميين بمنطقة الرياض بالمملكة العربية السعودية

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام التربوي في طرح قضايا الإدارة التعليمية من وجهة نظر الخبراء والإعلاميين التربويين بمنطقة الرياض بالمملكة العربية السعودية. اتبع الباحثون المنهج الوصفي؛ وشمل مجتمع الدراسة (345) خبيراً وإعلامياً تربوياً. اختار الباحثون عينة عشوائية بسيطة بلغت (65) خبيراً وإعلامياً تربوياً. استخدم الباحثون أداة الاستبانة لجمع البيانات.

توصل الباحثون إلى العديد من النتائج، أهمها: أن الإعلام التربوي له دور ضعيف جداً في طرح قضايا الإدارة التعليمية المتعلقة بالتخطيط، والتنظيم، والرقابة، والتطوير من وجهة نظر الخبراء والإعلاميين التربويين. وفي ضوء هذه النتائج أوصى الباحثون بأن يتم تفعيل دور الإعلام التربوي في طرح قضايا الإدارة التعليمية المتعلقة بالتخطيط، والتنظيم، والرقابة، والتطوير. وأن توفر كافة الوسائل التكنولوجية الحديثة المعينة على تنفيذ برامج التنمية المهنية وتطور الإعلام التربوي.

الاستفادة من الدراسات السابقة

- أسهمت الدراسات السابقة في تحديد المنهج العلمي الذي اعتمدت عليه الدراسة، وهو المنهج الوصفي، وفي تحديد أداة جمع البيانات، وهي أداة الاستبانة، وفي بلورة أهداف وأسئلة الدراسة.
- أسهمت الدراسات السابقة في تحديد الأطر النظرية والتي تمثلت في نظرية الاستخدامات والإشباع.
- تم ربط نتائج الدراسة الحالية بنتائج الدراسات السابقة التي تم استعراضها عند تحليل نتائج الدراسة.

وتختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بأنها تعرفت على دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب في المجتمع الأردني وهي من الدراسات الأولى حسب علم الباحثة التي تتطرق لفئة الشباب وعلاقتهم بالتربية الإعلامية والمعلوماتية.

الفصل الثالث
منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)



الفصل الثالث

منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

تم تخصيص هذا الفصل لذكر الطرق والوسائل المستخدمة للوصول إلى هدف الدراسة. يتضمن هذا الفصل وصفاً لعينة الدراسة وطريقة اختيارها، ومتغيرات الدراسة، وأداتها وصدقها وثباتها، إضافة إلى عرض الإجراءات التي قامت بها الباحثة باتباعها لتنفيذ الدراسة، والحصول على البيانات اللازمة، والمعالجة الإحصائية التي ستستخدم في تحليل هذه البيانات، وفيما يلي عرض مفصل لأهم الطرق والإجراءات المتخذة في هذه الدراسة.

منهج البحث المستخدم

تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية المسحية، وتهدف البحوث في هذا المنهج إلى وصف واقع المشكلات والظواهر كما هي، أو تحديد الصورة التي يجب أن تكون عليها في ظل معايير محددة، مع تقديم توصيات أو اقتراحات من شأنها تعديل الواقع للوصول إلى ما يجب أن تكون عليه هذه الظواهر (النعمي والبياتي وخليفة، 2015).

قامت الباحثة في هذه الدراسة باستخدام المنهج الوصفي لاستعراض أهم الأدبيات ذات العلاقة بموضوع التربية الإعلامية، والمنهج الوصفي يهدف دراسة الواقع ووصفه وصفاً دقيقاً ويعبر عنه تعبيراً كيفياً أو تعبيراً رقمياً، ويرتبط مفهوم المنهج الوصفي بدراسة الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها، وتفسيرها، بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع، أو تحديثه، أو استكمالها، أو تطويره. وسيتم جمع البيانات من خلال الاعتماد على الاستبانة التي سيتم تطويرها لأغراض الدراسة وفقاً للخطوات العلمية المتعارف عليها.

وتأتي هذه الدراسة للتعرف على تأثير التربية الإعلامية على منظومة قيم الشباب، وتسلط الضوء على أهمية ترسيخ قيم المواطنة الإيجابية وتعزيزها، وتعديل بعض السلوكيات السيئة والممارسات الخاطئة لوسائل الإعلام.

مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من جميع الشباب المستفيدين من برامج التربية الإعلامية للفئة العمرية (17-30) سنة، المسجلين في البرامج التي تعقدتها المراكز الشبابية الأردنية على مدار العام، في عمان والمحافظات، خلال الفترة 2018-2019، وبلغ عددهم الكلي 1705 شاباً.

عينة الدراسة

اعتمدت الدراسة العينة العشوائية البسيطة في سحب المفردات، وبشكل يعكس طبيعة هذه المجتمع، وتم اختيار عينة الدراسة بحسب جدول تحديد العينات المعتمد في الدراسات الاجتماعية والإنسانية، (Sekaran, 2003, P.294)، وقد بلغت العينة العشوائية التي تم اختيارها بطريقة العينة العشوائية البسيطة، (320) مفردة:

الجدول (3-1)
خصائص أفراد العينة

العدد	المتغيرات	
160	أقل من 20	العمر
109	20 - 24	
27	25 - 28	
24	29 فما فوق	
320	المجموع	
258	ذكر	الجنس
62	أنثى	
320	المجموع	
61	تعليم أساسي	التحصيل العلمي
132	تعليم ثانوي	
127	تعليم جامعي	
320	المجموع	

أداة الدراسة (الاستبانة)

اعتمدت الدراسة الاستبانة أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع البحث، حيث تمت الإجابة على الأسئلة من قبل الشباب اليافعين، تم تطوير استبيان الدراسة في جزأين: الجزء الأول يتضمن المعلومات العامة التي تصف المبحوثين تبعاً للمتغيرات الديمغرافية، أما الجزء الثاني فيتضمن الأسئلة المتعلقة بهدف الدراسة.

محور المعلومات الديموغرافية: وتتكون من: النوع الاجتماعي، والفئة العمرية، والتحصيل العلمي، واسم المركز.

محاور الاستبانة

المحور الأول: قيم المواطنة التي عززتها المناهج الدراسية للتربية الإعلامية لدى الشباب، وتضمن 19 فقرة:

1. الحث على غرس القيم الأخلاقية.

2. الدعوة إلى الالتزام بالمسؤولية المجتمعية.

3. تعزيز القيم الإيجابية.

4. تدعو الشباب لتحمل المسؤوليات الملقاة عليهم.

5. تعزيز مبدأ المساواة في المجتمع.

6. تعزيز مبدأ العدالة في المجتمع.

7. الدعوة إلى احترام الآراء المختلفة.

8. تعميق ثقافة الحوار البناء.

9. الحث على النقد البناء.

10. الدعوة لمزيد من هامش الحريات العامة.

11. نشر ثقافة العمل التطوعي.

12. زرع مفهوم الاعتماد على الذات.

13. تعزيز القيم الأساسية.

14. بناء قيم الترابط الأسري.

15. نشر قيم التسامح الديني بين الأفراد.

16. نشر قيم السلام بين الأفراد.

17. تشخيص السلوكيات الخاطئة.

18. محاربة قضايا الإرهاب.

19. محاربة خطاب الكراهية.

المحور الثاني: دور التربية الإعلامية في تطوير قدرات الشباب للوصول للمصادر الموثوقة

للمعلومات وتقييمها، وتضمن 7 فقرات:

1. تشخيص المحتوى الضار للمعلومات.

2. التعريف بأشكال التضليل الإعلامي.

3. فهم معنى المواطنة الفاعلة.

4. ترشيد التعامل مع الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي.

5. تطوير قدرات الشباب للوصول لمصادر موثوقة للمعلومات.

6. التمكين من تمييز المعلومات الخاطئة عن المعلومات الصحيحة.

7. التمكين من تمييز الشائعات الضارة عن المعلومات الصحيحة.

المحور الثالث: درجة الرضا عن آلية التنفيذ المستخدمة لنشر التربية الإعلامية، وتضمن 6 فقرات:

1. تبسيط المفاهيم الإعلامية المستخدمة في نظام التعليم الأردني.
2. فاعلية الورش التدريبية المتخصصة.
3. فاعلية أندية التربية الإعلامية والمعلوماتية.
4. جدية ورش التدريب والعمل.
5. وجود أنشطة ابتكارية وإبداعية.
6. المهارات التي تم اكتسابها في الورش.

المحور الرابع: مدى إسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى، وتضمن 6 فقرات:

1. التقصي عن حقيقة الأخبار والمعلومات المنشورة.
2. انتاج فيديوهات رقمية.
3. القدرة على التفكير النقدي.
4. القدرة على انتاج محتوى إعلامي.
5. مواكبة الأحداث الجارية محلياً / دولياً.
6. المشاركة في جلسات نقاشية بناءً.

المحور الخامس: الإشباعات التي حققتها برامج التربية الإعلامية للشباب في المجتمع الأردني،

وتضمن 8 فقرات:

1. زيادة الوعي في التعامل مع وسائل الإعلام.
2. التعامل الإيجابي مع وسائل الإعلام.
3. التعامل مع مضمون وسائل الإعلام بمعرفة.

4. نقل المعارف والمهارات الأساسية في التربية الإعلامية.

5. اكتساب مهارات جديدة للتعامل مع وسائل الإعلام.

6. تحليل المعلومات وتقييمها والتحقق من دقة البيانات.

7. القدرة على التحقق من دقة البيانات.

8. فهم قيم المواطنة الصالحة وتعزيزها.

صدق الأداة

تم اختبار صدق أداة الدراسة عن طريق عرضها على أهل الاختصاص والخبرة من أساتذة الجامعات المتخصصين في الصحافة والإعلام ومناهج البحث العلمي، وبعد تلقي الملاحظات منهم تم تعديل صحيفة الاستقصاء لتصبح صالحة للتطبيق العملي.

ثبات الأداة

ثبات الأداة (Reliability): يعني التأكد من أن الإجابة ستكون واحدة تقريباً لو تكرر تطبيقها على الأشخاص ذاتهم (النعمي والبياتي وخليفة، 2015).

وقامت الباحثة بالتحقق من ثبات الأداة من خلال معامل (كرونباخ ألفا) (Cranach-Alpha)، ويستعمل هذا المعامل للتأكد من صلاحية المقياس، إذ يقيس مدى الاتساق، والتناسق في إجابة المبحوث على كل الأسئلة الموجودة بالمقياس، ومدى قياس كل سؤال للمفهوم، ويدل ارتفاع معامل الارتباط في المقياس على ارتفاع درجة الثبات.

قامت الباحثة من التأكد من ثبات أداة الدراسة من خلال استخدام معامل كرونباخ ألفا، ويقصد بثبات أداة الدراسة استقرار النتائج واعتمادها وقدرتها على التنبؤ، بمعنى مدى التوافق أو الاتساق في نتائج الاستبيان إذا تم تطبيقه أكثر من مرة في ظروف مماثلة، وقد تم استخدام اختبار الاتساق

الداخلي كرونباخ ألفا، الذي يقيس مدى التماسق في إجابات المبحوثين على جميع الأسئلة الموجودة في المقياس، وتفسر ألفا على أنها معامل الثبات الداخلي بين الإجابات، ويدل على ارتفاع قيمتها على درجة ارتفاع الثبات ويتراوح ما بين (0-1) وتكون قيمتها مقبولة عند (60%) وما فوق، وفي دراسات أخرى تكون مقبولة عند (70%) وما فوق. تم تطبيق معادلة ثبات الأداة (كرونباخ ألفا) على جميع مجالات الدراسة والأداة ككل.

الجدول (2-3)

معاملات ثبات مجالات الاستبانة

الرقم	المجال	معامل كرونباخ ألفا
1	قيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية لدى الشباب	0.87
2	دور التربية الإعلامية في تطوير قدرات الشباب للوصول للمصادر الموثوقة للمعلومات	0.82
3	درجة الرضا عن آلية التنفيذ المستخدمة لنشر التربية الإعلامية	0.85
4	مدى إسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى	0.89
5	الإشبعات التي حققتها برامج التربية الإعلامية للشباب في المجتمع الأردني	0.92
	المجالات ككل	0.87

يظهر من الجدول (2-3) ما يلي:

أن معاملات الثبات لمجالات الدراسة تراوحت بين (0.82-0.92) أعلاها لمجال "الإشبعات التي حققتها برامج التربية الإعلامية"، فيما حل أخيراً مجال " دور التربية الإعلامية في تطوير قدرات الشباب للوصول للمصادر الموثوقة للمعلومات وتقييمها " بمعامل ثبات بلغ (0.82)، كما بلغ معامل الثبات (للمجالات ككل) (0.87). ويلاحظ أن جميع معاملات كرونباخ ألفا مرتفعة ومقبولة لأغراض الدراسة.

متغيرات الدراسة

المتغير المستقل: تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب والشابات اليافعين في المراكز الشبابية.

المتغير التابع: التربية الإعلامية.

العامل الوسيط: المتغيرات الديموغرافية للعينة المبحوثة.

المعالجة الإحصائية

للإجابة عن أسئلة الدراسة تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي والتحليلي، وذلك باستخدام الرزمة الإحصائية (SPSS)، حيث تم استخراج التكرارات والنسب المئوية. ومن أجل الإجابة عن أسئلة الدراسة تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وكذلك استخدام اختبار كرونباخ ألفا للتأكد من ثبات أداة الدراسة، واستخدام اختبار التباين الثلاثي Three Way ANOVA، بالإضافة إلى استخدام اختبار Scheffee للمقارنات البعدية.

إجراءات الدراسة

- أ. تمت مراجعة الأدبيات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، حيث استفادت الباحثة من هذه المراجعة لجمع الأفكار واستنباطها، وبلورة أهداف الدراسة والمنهجية التي يمكن استخدامها.
- ب. تم إعداد استبانة تشتمل على مجموعة من الفقرات، تم تحكيمها، وتوزيعها على عينة الدراسة.
- ج. القيام باستخلاص نتائج الدراسة الميدانية.
- د. إعداد الرسالة بصورتها النهائية.
- هـ. كتابة النتائج النهائية والتوصيات، ثم عرضها على اللجنة المعتمدة للمناقشة.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة



الفصل الرابع

نتائج الدراسة

ويتضمن هذا الفصل عرضاً للنتائج التي تم التوصل إليها وتحليلها، للإجابة عن أسئلة هذه الدراسة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: ما هي قيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية لدى الشباب؟

الجدول (4-1)

مجالات قيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية لدى الشباب

المرتبة	رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	A15	نشر قيم التسامح الديني بين الأفراد	4.38	.757	مرتفع
2	A16	نشر قيم السلام بين الأفراد	4.34	.760	مرتفع
3	A3	تعزيز القيم الإيجابية	4.33	.754	مرتفع
4	A6	تعزيز مبدأ العدالة في المجتمع	4.33	.810	مرتفع
5	A7	الدعوة إلى احترام الآراء المختلفة	4.33	.753	مرتفع
6	A1	الحث على غرس القيم الأخلاقية	4.33	.794	مرتفع
7	A14	بناء قيم الترابط الأسري	4.28	.836	مرتفع
8	A11	نشر ثقافة العمل التطوعي	4.28	.797	مرتفع
9	A13	تعزيز القيم الأساسية	4.23	.779	مرتفع
10	A5	تعزيز مبدأ المساواة في المجتمع	4.23	.826	مرتفع
11	A12	زرع مفهوم الاعتماد على الذات	4.23	.828	مرتفع
12	A8	تعميق ثقافة الحوار البناء	4.22	.821	مرتفع
13	A4	تدعو الشباب لتحمل المسؤوليات الملقاة عليهم	4.19	.853	مرتفع
14	A2	الدعوة إلى الالتزام بالمسؤولية المجتمعية.	4.19	.781	مرتفع
15	A18	محاربة قضايا الإرهاب	4.15	.953	مرتفع
16	A19	محاربة خطاب الكراهية	4.15	.908	مرتفع
17	A9	الحث على النقد البناء	4.02	.876	مرتفع
18	A17	تشخيص السلوكيات الخاطئة	3.99	1.006	مرتفع
19	A10	الدعوة لمزيد من هامش الحريات العامة	3.97	.890	مرتفع
		قيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية لدى الشباب	4.22	.614	مرتفع

يبين الجدول (4-1) أن المتوسطات الحسابية لقيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية لدى الشباب تراوحت بين (3.97 – 4.38)، وجاء بالمرتبة الأولى الفقرة (15) نشر قيم التسامح الديني بين الأفراد بمتوسط حسابي (4.38) وبمستوى "مرتفع"، وجاء بالمرتبة الأخيرة الفقرة (10) الدعوة لمزيد من هامش الحريات العامة بمتوسط حسابي (3.97) وبمستوى "مرتفع"، بينما بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (4.22) وبانحراف معياري (0.614) وبمستوى "مرتفع".

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: ما الدور الذي تقوم به التربية الإعلامية في تطوير قدرات الشباب للوصول للمصادر الموثوقة للمعلومات وتقييمها؟

الجدول (4-2)

دور التربية الإعلامية في تطوير قدرات الشباب للوصول للمصادر الموثوقة للمعلومات وتقييمها

الرتبة	رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	B7	التمكين من تمييز الشائعات الضارة عن المعلومات الصحيحة	4.22	.857	مرتفع
2	B6	التمكين من تمييز المعلومات الخاطئة عن المعلومات الصحيحة	4.22	.831	مرتفع
3	B3	فهم معنى المواطنة الفاعلة	4.19	.805	مرتفع
4	B5	تطوير قدرات الشباب للوصول لمصادر موثوقة للمعلومات	4.18	.854	مرتفع
5	B4	ترشيد التعامل مع الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي	4.10	.902	مرتفع
6	B1	تشخيص المحتوى الضار للمعلومات	4.07	.897	مرتفع
7	B2	التعريف بأشكال التضليل الإعلامي	3.69	.929	مرتفع
		دور التربية الإعلامية في تطوير قدرات الشباب للوصول للمصادر الموثوقة للمعلومات وتقييمها	4.13	.707	مرتفع

يبين الجدول (4-2) أن المتوسطات الحسابية لدور التربية الإعلامية في تطوير قدرات الشباب للوصول للمصادر الموثوقة للمعلومات وتقييمها تراوحت بين (3.69 – 4.22)، وجاء بالمرتبة الأولى الفقرة (7) التمكين من تمييز الشائعات الضارة عن المعلومات الصحيحة بمتوسط حسابي (4.22)

وبمستوى "مرتفع"، وجاء بالمرتبة الأخيرة الفقرة (2) التعريف بأشكال التضليل الإعلامي بمتوسط حسابي (3.69) وبمستوى "مرتفع"، بينما بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (4.13) وبانحراف معياري (0.707) وبمستوى "مرتفع".

النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث: ما درجة رضا الشباب عن آلية التنفيذ المستخدمة لنشر التربية الإعلامية؟

الجدول (3-4)

رضا الشباب عن آلية التنفيذ المستخدمة لنشر التربية الإعلامية

المرتبة	رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	C6	المهارات التي تم اكتسابها في الورش	4.15	.871	مرتفع
2	C4	جدية ورش التدريب والعمل	4.10	.875	مرتفع
3	C2	فاعلية الورش التدريبية المتخصصة	4.07	.877	مرتفع
4	C1	تبسيط المفاهيم الإعلامية المستخدمة في نظام التعليم الأردني	4.06	.935	مرتفع
5	C5	وجود أنشطة ابتكارية وإبداعية	4.05	.932	مرتفع
6	C3	فاعلية أنشطة التربية الإعلامية والمعلوماتية	4.00	.965	مرتفع
		رضا الشباب عن آلية التنفيذ المستخدمة لنشر التربية الإعلامية	4.07	.782	مرتفع

يبين الجدول (3-4) أن المتوسطات الحسابية لرضا الشباب عن آلية التنفيذ المستخدمة لنشر التربية الإعلامية تراوحت بين (4.00 - 4.15)، وجاء بالمرتبة الأولى الفقرة (6) المهارات التي تم اكتسابها في الورش بمتوسط حسابي (4.15) وبمستوى "مرتفع"، وجاء بالمرتبة الأخيرة الفقرة (3) فاعلية أنشطة التربية الإعلامية والمعلوماتية بمتوسط حسابي (4.00) وبمستوى "مرتفع"، بينما بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (4.07) وبانحراف معياري (0.782) وبمستوى "مرتفع".

النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع: ما مدى إسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى؟

الجدول (4-4)

إسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى

المرتبة	رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	D1	التقصي عن حقيقة الأخبار والمعلومات المنشورة	4.16	.876	مرتفع
2	D6	المشاركة في جلسات نقاشية بآراءه	4.13	.850	مرتفع
3	D3	القدرة على التفكير النقدي	3.97	.930	مرتفع
4	D5	مواكبة الأحداث الجارية محلياً / دولياً	3.97	.945	مرتفع
5	D4	القدرة على إنتاج محتوى إعلامي	3.88	1.014	مرتفع
6	D2	إنتاج فيديوهات رقمية	3.75	1.099	مرتفع
		إسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى	3.98	.799	مرتفع

يبين الجدول (4-4) أن المتوسطات الحسابية لإسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد

الذاتي للمحتوى تراوحت بين (3.75 - 4.16)، وجاء بالمرتبة الأولى الفقرة (1) التقصي عن حقيقة

الأخبار والمعلومات المنشورة بمتوسط حسابي (4.16) وبمستوى "مرتفع"، وجاء بالمرتبة الأخيرة الفقرة

(2) إنتاج فيديوهات رقمية بمتوسط حسابي (3.75) وبمستوى "مرتفع"، بينما بلغ المتوسط الحسابي

لدرجة الكلية (3.98) وانحراف معياري (.799) وبمستوى "مرتفع".

النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس: ماهي الإشباعات التي حققتها برامج التربية الإعلامية للشباب في المجتمع الأردني؟

الجدول (4-5)

الإشباعات التي حققتها برامج التربية الإعلامية للشباب في المجتمع الأردني

الرتبة	رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
1	E1	زيادة الوعي في التعامل مع وسائل الإعلام	4.21	.897	مرتفع
2	E8	فهم قيم المواطنة الصالحة وتعزيزها	4.18	.803	مرتفع
3	E2	التعامل الإيجابي مع وسائل الإعلام	4.16	.853	مرتفع
4	E5	اكتساب مهارات جديدة للتعامل مع وسائل الإعلام	4.10	.961	مرتفع
5	E4	نقل المعارف والمهارات الأساسية في التربية الإعلامية	4.08	.869	مرتفع
6	E6	تحليل المعلومات وتقييمها والتحقق من دقة البيانات	4.05	.924	مرتفع
7	E3	التعامل مع مضمون وسائل الإعلام بمعرفة	4.04	.897	مرتفع
8	E7	القدرة على التحقق من دقة البيانات	4.03	.911	مرتفع
		الإشباعات التي حققتها برامج التربية الإعلامية للشباب في المجتمع الأردني	4.11	.754	مرتفع

يبين الجدول (4-5) أن المتوسطات الحسابية للإشباعات التي حققتها برامج التربية الإعلامية

للشباب في المجتمع الأردني تراوحت بين (4.03 - 4.21)، وجاء بالمرتبة الأولى الفقرة (1) زيادة

الوعي في التعامل مع وسائل الإعلام بمتوسط حسابي (4.21) وبمستوى "مرتفع"، وجاء بالمرتبة

الأخيرة الفقرة (7) القدرة على التحقق من دقة البيانات بمتوسط حسابي (4.03) وبمستوى "مرتفع"،

بينما بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (4.11) وانحراف معياري (0.754) وبمستوى "مرتفع".

النتائج المتعلقة بالسؤال السادس: هل توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في تحديد دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، العمر، التحصيل العلمي) من وجهة نظر الشباب؟

الجدول (4-6)

دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، العمر، التحصيل العلمي)

الانحراف المعياري	العدد	المتوسط الحسابي	المتغيرات
.589	160	4.23	أقل من 20
.606	109	4.06	20 - 24
.751	27	3.83	25 - 28
.709	24	4.22	29 فما فوق
.628	320	4.14	المجموع
.629	258	4.08	ذكر
.578	62	4.36	أنثى
.628	320	4.14	المجموع
.607	61	4.30	تعليم أساسي
.605	132	4.10	تعليم ثانوي
.653	127	4.10	تعليم جامعي
.628	320	4.14	المجموع

يلاحظ من الجدول (4-6) وجود فروق ظاهرية في درجة تحديد دور التربية الإعلامية في تعزيز

قيم المواطنة تعزى لمتغير الجنس لصالح الإناث، وتبعاً للعمر لصالح (أقل من 20)، وتبعاً للتحصيل العلمي لصالح التعليم الأساسي.

ولتحديد فيما إذا كانت الفروق بين المتوسطات الحسابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى

($\alpha=0.05$)، تم استخدام تحليل التباين الثلاثي (3 WAY ANOV) كما يوضح الجدول (4-7).

الجدول (7-4)

نتائج تحليل التباين الثلاثي لتحديد دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، العمر، التحصيل العلمي)

المصدر	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة	مربع آيتا
العمر	3.652	3	1.217	3.252	.022	.030
الجنس	2.833	1	2.833	7.569	.006	.024
التحصيل العلمي	1.078	2	.539	1.440	.239	.009
الخطأ	117.146	313	.374			
الكل	125.850	319				

يوضح الجدول (7-4) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) في

مستوى تحديد دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة تبعاً لمتغير العمر لصالح (أقل من 20)

مقارنة بـ (25-28)، وعدم وجود فروق في المقارنات بين باقي الأعمار. ووجود فروق ذات دلالة

إحصائية في متغير الجنس لصالح الإناث على حساب الذكور. وعدم وجود فروق تبعاً لمتغير

التحصيل العلمي.

تحليل المجالات

الجدول (4-8)

مجالات تحديد دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، العمر، التحصيل العلمي)

المتغيرات		قيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية لدى الشباب	دور التربية الإعلامية في تطوير قدرات الشباب للوصول للمصادر الموثوقة للمعلومات وتقييمها	رضا الشباب عن آلية التنفيذ المستخدمة لنشر التربية الإعلامية	اسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى	الإشبعات التي حققتها برامج التربية الإعلامية للشباب في المجتمع الأردني
العمر	أقل من 20	المتوسط الحسابي	4.30	4.19	4.21	4.09
		العدد	160	160	160	160
		الانحراف المعياري	.576	.687	.712	.717
	20 – 24	المتوسط الحسابي	4.17	4.08	3.96	3.84
		العدد	109	109	109	109
		الانحراف المعياري	.584	.680	.800	.812
	24 – 28	المتوسط الحسابي	3.93	3.88	3.67	3.60
		العدد	27	27	27	27
		الانحراف المعياري	.713	.855	.940	1.048
	29 فما فوق	المتوسط الحسابي	4.22	4.24	4.07	4.24
		العدد	24	24	24	24
		الانحراف المعياري	.777	.737	.761	.748
	المجموع	المتوسط الحسابي	4.22	4.13	4.07	3.98
		العدد	320	320	320	320
		الانحراف المعياري	.614	.707	.782	.799
	الجنس	ذكر	المتوسط الحسابي	4.16	4.07	4.02
العدد			258	258	258	258
الانحراف المعياري			.623	.711	.786	.807
أنثى		المتوسط الحسابي	4.46	4.38	4.28	4.26
		العدد	62	62	62	62
		الانحراف المعياري	.514	.637	.734	.704
المجموع		المتوسط الحسابي	4.22	4.13	4.07	3.98
		العدد	320	320	320	320
	الانحراف المعياري	.614	.707	.782	.799	

المتغيرات	قيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية لدى الشباب	دور التربية الإعلامية في تطوير قدرات الشباب للوصول للمصادر الموثوقة للمعلومات وتقييمها	رضا الشباب عن آلية التنفيذ المستخدمة لنشر التربية الإعلامية	اسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى	الإشباع التي حققتها برامج التربية الإعلامية للشباب في المجتمع الأردني
التحصيل العلمي	المتوسط الحسابي	4.33	4.29	4.36	4.20
	العدد	61	61	61	61
	الانحراف المعياري	.616	.692	.653	.662
	المتوسط الحسابي	4.18	4.10	4.03	3.95
	العدد	132	132	132	132
	الانحراف المعياري	.610	.677	.749	.779
	المتوسط الحسابي	4.21	4.09	3.97	3.90
	العدد	127	127	127	127
	الانحراف المعياري	.615	.739	.842	.894
	المتوسط الحسابي	4.22	4.13	4.07	3.98
	العدد	320	320	320	320
	الانحراف المعياري	.614	.707	.782	.799

يلاحظ من الجدول (4-8) وجود فروق ظاهرية في مستوى تحديد دور التربية الإعلامية في

تعزيز قيم المواطنة في جميع المجالات تبعاً لمتغير الجنس لصالح الاناث. ووجود فروق ظاهرية في

جميع المجالات لمتغير العمر لصالح (أقل من 20 سنة). ووجود فروق ظاهرية لمتغير التحصيل

العلمي في جميع المجالات لصالح التعليم جامعي.

ولتحديد فيما إذا كانت الفروق بين المتوسطات الحسابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى

($\alpha=0.05$) تم استخدام تحليل التباين المتعدد (MANOVA).

الجدول (4-9)

نتائج اختبار تحليل التباين المتعدد (MANOVA) لمعرفة دلالة الفروق لمتغيرات تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، العمر، التحصيل العلمي)

مربع آيتا	مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	المصدر	
0.032	0.017	3.440	1.228	3	3.683	قيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية لدى الشباب	العمر قيمة الدلالة=0.011
0.014	0.227	1.455	0.706	3	2.118	دور التربية الإعلامية في تطوير قدرات الشباب للوصول للمصادر الموثوقة للمعلومات وتقييمها	
0.025	0.050	2.632	1.535	3	4.604	رضا الشباب عن آلية التنفيذ المستخدمة لنشر التربية الإعلامية	
0.035	0.011	3.759	2.268	3	6.804	اسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى	
0.025	0.051	2.621	1.452	3	4.356	الإشباكات التي حققتها برامج التربية الإعلامية للشباب في المجتمع الأردني	
0.031	0.002	10.112	3.609	1	3.609	قيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية لدى الشباب	الجنس قيمة الدلالة=0.009
0.024	0.006	7.574	3.674	1	3.674	دور التربية الإعلامية في تطوير قدرات الشباب للوصول للمصادر الموثوقة للمعلومات وتقييمها	
0.007	0.132	2.281	1.330	1	1.330	رضا الشباب عن آلية التنفيذ المستخدمة لنشر التربية الإعلامية	
0.022	0.009	7.013	4.231	1	4.231	اسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى	
0.007	0.147	2.110	1.169	1	1.169	الإشباكات التي حققتها برامج التربية الإعلامية للشباب في المجتمع الأردني	

مربع آيتا	مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	المصدر	
.014	.115	2.175	.776	2	1.552	قيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية لدى الشباب	التحصيل العلمي قيمة الدلالة=0.231
.004	.526	.644	.313	2	.625	دور التربية الإعلامية في تطوير قدرات الشباب للوصول للمصادر الموثوقة للمعلومات وتقييمها	
.011	.189	1.674	.976	2	1.952	رضا الشباب عن آلية التنفيذ المستخدمة لنشر التربية الإعلامية	
.004	.506	.682	.412	2	.824	اسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى	
.009	.238	1.442	.799	2	1.598	الإشباكات التي حققتها برامج التربية الإعلامية للشباب في المجتمع الأردني	
			.357	313	111.706	قيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية لدى الشباب	الخطأ
			.485	313	151.834	دور التربية الإعلامية في تطوير قدرات الشباب للوصول للمصادر الموثوقة للمعلومات وتقييمها	
			.583	313	182.509	رضا الشباب عن آلية التنفيذ المستخدمة لنشر التربية الإعلامية	
			.603	313	188.864	اسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى	
			.554	313	173.415	الإشباكات التي حققتها برامج التربية الإعلامية للشباب في المجتمع الأردني	

المصدر	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة	مربع آيتا
قيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية لدى الشباب	120.177	319				
دور التربية الإعلامية في تطوير قدرات الشباب للوصول للمصادر الموثوقة للمعلومات وتقييمها	159.351	319				
رضا الشباب عن آلية التنفيذ المستخدمة لنشر التربية الإعلامية	194.886	319				
اسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى	203.816	319				
الإشباكات التي حققتها برامج التربية الإعلامية للشباب في المجتمع الأردني	181.584	319				

الكلبي

يبين الجدول (4-9) وجود فروق في مستوى المجالين (قيم المواطنة التي عززتها التربية

الإعلامية لدى الشباب، واسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى) من مجالات

تحديد دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة تبعاً لمتغير العمر حيث وجد فروق دالة إحصائياً

عند مستوى دلالة ($a=0.05$) إذ بلغت قيمة ف بالترتيب (3.440) و (3.759) وبلغ حجم الأثر

بالترتيب (0.032) و (0.035)، وعدم وجود فروق لباقي المجالات.

ووجود فروق في مستوى مجالات (قيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية لدى الشباب،

دور التربية الإعلامية في تطوير قدرات الشباب للوصول للمصادر الموثوقة للمعلومات وتقييمها،

اسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى) من مجالات تحديد دور التربية

الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة تبعاً لمتغير الجنس حيث وجد فروق دالة إحصائياً عند مستوى

دلالة ($a=0.05$) إذ بلغت قيمة ف بالترتيب (10.112) و (7.574) و (7.013) وبلغ حجم الأثر

بالترتيب (0.031) و(0.024) و(0.022). وكانت الفروق لصالح أنثى، وعدم وجود فروق لباقي المجالات.

كما أظهرت الدراسة عدم وجود فروق في مستوى جميع المجالات تبعا لمتغير التحصيل العلمي.

ولمعرفة لمن كانت هذه الفروق تم استخدام اختبار شيفيه للمقارنات البعدية.

الجدول (4-10)

نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية لقيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية لدى الشباب (العمر)

المتغيرات التابعة	الفروق في المتوسطات (I-J)	الخطأ المعياري	مستوى الدلالة
قيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية لدى الشباب	24 - 20	.13	.365
	أقل من 20	.37*	.031
	29 فما فوق	.08	.941
	24 - 20	.24	.325
	29 فما فوق	-.05	.987
	28 - 25	-.29	.395
اسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى	24 - 20	.25	.082
	أقل من 20	.49*	.030
	29 فما فوق	-.14	.868
	24 - 20	.24	.573
	29 فما فوق	-.40	.168
	28 - 25	-.63*	.040

يبين الجدول (4-10)، وجود فروق في مستوى مجال قيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية

لدى الشباب من مجالات تحديد دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة تبعا لمتغير العمر

لصالح فئة (أقل من 20) مقارنة ب (25 - 28)، وعدم وجود فروق في المقارنات بين باقي الأعمار.

كما أظهر الجدول (4-10)، وجود فروق في مستوى مجال اسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى من مجالات تحديد دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة تبعاً لمتغير العمر لصالح فئة (أقل من 20) مقارنة بـ (25-28)، ولصالح (29 فما فوق) مقارنة (25-28)، وعدم وجود فروق في المقارنات بين باقي الأعمار.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات



الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

ويتضمن هذا الفصل عرضاً لتفسير النتائج التي تم التوصل إليها، والتوصيات التي اقترحتها الباحثة في ضوء هذه النتائج.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول: ما هي قيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية لدى الشباب؟

أشارت النتائج إلى أن المتوسطات الحسابية لقيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية لدى الشباب جاءت بمستوى مرتفع، وجاء بالمرتبة الأولى الفقرة (نشر قيم التسامح الديني بين الأفراد) بمستوى "مرتفع"، وجاء بالمرتبة الأخيرة الفقرة (الدعوة لمزيد من هامش الحريات العامة) بمستوى "مرتفع". وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة جيدوي (2104) والقاسم وعاشور (2015) والحوامدة والقضاة (2018) وسافاج (2018).

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى الدور الذي تلعبه التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب نتيجة للتطور الذي حصل في تكنولوجيا الاتصال خلال العقود الأخيرة والذي أتاح الفرصة أمام الإعلام لإبراز دورها وفعالية هذا الدور بشكل واضح من خلال المشاركة في مختلف الأنشطة الثقافية والتربوية والاجتماعية والاقتصادية والإعلامية وخاصة من خلال تعاملها مع فئة الشباب.

كما تعزو الباحثة هذه النتيجة إلى تركيز وسائل الإعلام على جوانب التسامح الديني بين الأفراد في أنشطتها الثقافية والتربوية من خلال البرامج التي تقدمها للشباب باعتباره النهج الذي يتم من خلاله تعليم النشء والشباب في المجتمع واثاحة الفرصة لهم للنقد البناء.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: ما الدور الذي تقوم به التربية الإعلامية في تطوير قدرات الشباب للوصول للمصادر الموثوقة للمعلومات وتقييمها؟

أشارت النتائج إلى أن المتوسطات الحسابية لدور التربية الإعلامية في تطوير قدرات الشباب للوصول للمصادر الموثوقة للمعلومات وتقييمها جاءت بمستوى مرتفع وجاء بالمرتبة الأولى الفقرة (التمكين من تمييز الشائعات الضارة عن المعلومات الصحيحة) بمستوى "مرتفع"، وجاء بالمرتبة الأخيرة الفقرة (التعريف بأشكال التضليل الإعلامي) بمستوى "مرتفع". وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة اندرسون (2019) وجيدوي (2014) وتختلف مع دراسة حسين والحري (2019).

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى سعي وسائل الإعلام بكافة أشكالها إلى تطوير قدرات الشباب من خلال توسيع النطاق الفكري في كافة مجالات الحياة للتمكن من الوصول إلى المعلومات الحقيقية والموثوقة والابتعاد عن الشائعات، وهذا ما يؤكد على الدور الإعلامي الحديث الذي يتبع الأساليب العصرية في نقل المعلومات وبناء جسر الثقة بين وسائل الإعلام والشباب.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث: ما درجة رضا الشباب عن آلية التنفيذ المستخدمة لنشر التربية الإعلامية؟

أشارت النتائج إلى أن المتوسطات الحسابية لرضا الشباب عن آلية التنفيذ المستخدمة لنشر التربية الإعلامية جاءت بدرجة مرتفعة، وجاء بالمرتبة الأولى الفقرة (المهارات التي تم اكتسابها في الورش) بمستوى "مرتفع"، وجاء بالمرتبة الأخيرة الفقرة (فاعلية أندية التربية الإعلامية والمعلوماتية) بمستوى "مرتفع". وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة الشديفات والخصاونة (2012).

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى فاعلية البرامج والأنشطة وورش العمل التي تقدمها المملكة الأردنية الهاشمية في مجال التربية الإعلامية وأن الورش التي يتم تقديمها هي ورش حقيقية ذات فاعلية ولا تعتمد على الروتين المتعارف عليه في الكثير من المؤسسات والقطاعات، كما أن العمل الإعلامي

هو ركيزة من ركائز التقدم المعرفي لدى الكثير من أفراد المجتمع وخاصة فئة الشباب، وترى الباحثة بأن الورش التي يتم عقدها للشباب وحماس الشباب للمشاركة ينتجان في ذات الوقت معرفة حقيقية وفعالية لدى الشباب واكتسابهم خبرات ومعارف جديدة.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع: ما مدى إسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى؟

أشارت النتائج إلى أن المتوسطات الحسابية لإسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى جاءت بدرجة مرتفعة، وجاء بالمرتبة الأولى الفقرة (التقصي عن حقيقة الأخبار والمعلومات المنشورة) بمستوى "مرتفع"، وجاء بالمرتبة الأخيرة الفقرة (انتاج فيديوهات رقمية) بمستوى "مرتفع". وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة جيدوي (2104) والقاسم وعاشور (2015) والحوامدة والقضاة (2018) وسافاج (2018).

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى انتهاء التربية الإعلامية النهج المتطور والحديث الذي يعتمد بدرجة عالية على التكنولوجيا في عملية التحقق من صحة المعلومات والتأكيد على الاستفادة من الإعلام بالطريقة الايجابية لينشأ جيل جديد قادر على قراءة الرسالة الإعلامية وفهمها وتجنب التظليل والتهميش الإعلامي الذي يشغلهم عن القضايا المهمة في المجتمع، والتركيز على طرق الوصول إلى المعلومات التي يتم نشرها وعدم الارتكاز على نقل المعلومات من المواقع الأخرى ونشرها دون التأكد من صحتها.

النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس: ماهي الإشباعات التي حققتها برامج التربية الإعلامية للشباب في المجتمع الأردني؟

أشارت النتائج إلى أن المتوسطات الحسابية للإشباعات التي حققتها برامج التربية الإعلامية للشباب في المجتمع الأردني جاءت بمستوى مرتفع، وجاء بالمرتبة الأولى الفقرة (زيادة الوعي في

التعامل مع وسائل الإعلام) بمستوى "مرتفع"، وجاء بالمرتبة الأخيرة الفقرة (القدرة على التحقق من دقة البيانات) بمستوى "مرتفع". وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة جيدوي (2104) والقاسم وعاشور (2015) والحوامدة والقضاة (2018) وسافاج (2018) وتختلف مع دراسة حسين والحري (2019).

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن الهدف الرئيسي للتربية الإعلامية يتمثل في بناء قدرات وطنية في مؤسسات التعليم الأردنية قادرة على نقل المعارف والمهارات الأساسية في التربية الإعلامية والمعلوماتية للأجيال الجديدة، ونشر الوعي والمعرفة لدى صناع القرار وقادة الرأي والمجتمع بهذا المجال، وهو موجه إلى كافة أفراد المجتمع لتطوير قدراتهم في التعامل مع وسائل الإعلام والمعلومات. كما تعزو الباحثة هذه النتيجة إلى الرجوع إلى مفهوم التربية الإعلامية والذي يؤكد على أن التربية الإعلامية تتمثل بالمنهج الذي يتعلم من خلاله الأفراد التعامل مع وسائل الإعلام ومصادر المعلومات، والوصول إليها، وما يتيح لهم فهم هذه الوسائل والقدرة على نقدها والمشاركة في إنتاج المحتوى الإعلامي والمعلوماتي.

النتائج المتعلقة بالسؤال السادس: هل توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في تحديد دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة تعزى لمتغيرات (النوع الاجتماعي، العمر، التحصيل العلمي) من وجهة نظر الشباب؟

أشارت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) في مستوى تحديد دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة تبعاً لمتغير العمر لصالح (أقل من 20) مقارنة بـ (25-28)، وعدم وجود فروق في المقارنات بين باقي الأعمار، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في متغير الجنس لصالح الإناث على حساب الذكور، وعدم وجود فروق تبعاً لمتغير التحصيل العلمي.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة اهتمام فئة الشباب في مستقبل العمر بالتربية الإعلامية وذلك نتيجة لتعاملهم المباشر مع التكنولوجيا وخاصة في ظل التطور الكبير في نقل المعلومات والأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك الإناث لديهن اهتمام بجوانب التربية الإعلامية أكثر من الذكور وذلك لطبيعة اهتمام الاناث، في حين ترى الباحثة بأن التحصيل العلمي لا يدخل في حيز البحث عن المعلومات والأخبار وهذا يعود إلى أن غالبية أفراد المجتمع بكافة مستوياتهم الثقافية يتابعون الأخبار ويبحثون عن المعلومات. وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة محمد (2013) والقاسم وعاشور (2015) والحامدة والقضاة (2018) وتختلف مع نتائج دراسة جيديوي (2104).

تحليل المجالات

- وجود فروق في مستوى المجالين (قيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية لدى الشباب، وإسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى) من مجالات تحديد دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة تبعاً لمتغير العمر حيث وجد فروق دالة إحصائية لصالح الفئة (أقل من 20)، وعدم وجود فروق لباقي المجالات. وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة محمد (2013) والقاسم وعاشور (2015) والحامدة والقضاة (2018) وتختلف مع نتائج دراسة جيديوي (2104).
- وجود فروق في مستوى مجالات (قيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية لدى الشباب، دور التربية الإعلامية في تطوير قدرات الشباب للوصول للمصادر الموثوقة للمعلومات وتقييمها، إسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى) من مجالات تحديد دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة تبعاً لمتغير الجنس حيث وجد فروق دالة إحصائية وكانت الفروق لصالح أنثى، وعدم وجود فروق لباقي المجالات، كما أظهرت الدراسة عدم وجود فروق في مستوى جميع المجالات تبعاً لمتغير التحصيل العلمي. وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة محمد (2013) والقاسم

وعاشور (2015) والحوامدة والقضاة (2018) وتختلف مع نتائج دراسة جيدوي (2104). وتعزو الباحثة هذه النتيجة بان الاناث يمتلكن حب المطالعة ومتابعة الأخبار ومتابعة الوسائل الإعلامية أكثر من الذكور.

- وجود فروق في مستوى مجال اسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى من مجالات تحديد دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة تبعاً لمتغير العمر لصالح فئة (أقل من 20) مقارنة بـ (25-28)، ولصالح (29 فما فوق) مقارنة (25-28)، وعدم وجود فروق في المقارنات بين باقي الأعمار. وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة القاسم وعاشور (2015) والحوامدة والقضاة (2018) وتختلف مع نتائج دراسة جيدوي (2104). وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى أن الفئة العمرية (أقل من 20 سنة) هي فئة الشباب في مستقبل العمر وهم الفئة التي عاصرت التكنولوجيا بكافة أشكالها وتعرضت إلى العديد من الازمات التي دعتهم إلى متابعة وسائل الإعلام وحتمت عليهم التأكد والبحث في هذه المعلومات وكانت ارتباطهم بالتربية الإعلامي أكثر من غيرهم من الفئات العمرية.

التوصيات

في ضوء النتائج التي توصلت اليها الدراسة فان الباحثة توصي بما يلي:

- التأكيد على دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب، وفي تطوير قدرات الشباب للوصول إلى مصدر المعلومات التي يتم تلقيها وتمكينهم من تقييم هذه المعلومات.
- العمل على عقد دورات تدريبية وورش عمل للشباب من خلال الجامعات ومراكز الشباب.
- لتعزيز الدور الايجابي للتربية الإعلامية لدى الشباب.

المصادر والمراجع

المراجع العربية

أبو السمح، حاتم ورحال، صلاح محمد رحال (2015). **العصر الرقمي والتعليم**، منتدى تكنولوجيا التعليم، الرياض.

إحسان، زهير (2002). **مدخل لعلوم الإعلام والاتصال**. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

إسماعيل، محمود، (2003). **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**، الإسكندرية: الدار العالمية للنشر والتوزيع.

البياضي، عبد القادر (2013)، **دور الإعلام الفلسطيني في دعم حقوق المرأة الفلسطينية اللاجئة من وجهة نظر طالبات كليات الإعلام في قطاع غزة**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، المملكة الأردنية الهاشمية.

البياضي، عبد القادر البياضي (2013). **دور الإعلام الفلسطيني في دعم حقوق المرأة الفلسطينية**، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، عمان الأردن.

البيطار، ليلي والعسالي، علياء (2009). **مفهوم التربية الإعلامية وكتب التربية المدنية والتربية الوطنية للمرحلة الأساسية في المنهاج الفلسطيني**. مؤتمر العملية التربوية في القرن الحادي والعشرين: واقع وتحديات"، بجامعة النجاح الوطنية، فلسطين.

جوبيل روليش (1992). **نظريات وسائل الإعلام**، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة.

جيدوري، صبري (2014). **دور الإعلام التربوي في تنمية أداء طلاب الثانوية العامة تعليمياً وثقافياً**. مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الانسانية والاجتماعية، مجلد 2، العدد 34.

حجاب، محمد منير (2010). **نظريات الاتصال**. القاهرة: دار الفجر.

حسن، حمدي (1987). **مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال**، مصر، الفكر العربي.

حسين، بانقا والحري، عياد (2019). دور الإعلام التربوي في طرح قضايا الإدارة التعليمية من وجهة نظر الخبراء التربويين والإعلاميين بمنطقة الرياض بالمملكة العربية السعودية، *مجلة جيل للعلوم الإنسانية والاجتماعية*، العدد 48، مركز جيل للبحث العلمي، الرياض.

الحمداني، بشرى حسين (2015). *التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية*، عمان: دار وائل للنشر.

حوامدة، ماهر والقضاة، محمد (2018). دور الإعلام التربوي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى طلبة المدارس في محافظة جرش من وجهة نظر مديري المدارس ومعلميها وطلبتها. *مجلة دراسات - العلوم التربوية*، المجلد 45، العدد 4، الملحق 6، عمادة الدراسات العليا، الجامعة الأردنية.

خمري، سعد (2007). *الإعلام والديمقراطية المحلية بالمغرب*، مركز الدراسات والابحاث العلمانية في الوطن العربي، المغرب.

زهران، حامد (2005). *علم نفس النمو الطفولة والمراهقة*. القاهرة: عالم الكتب.

الشديقات، أشجان حامد والخصاونة، خلود أحمد (2012). واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها، *المجلة الدولية التربوية*، المجلد (1)، العدد (6)، ص 274-287.

الشميمري، فهد، (2010). *التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام*، الرياض.

الشهري، أحمد (2005). *مدى استفادة طلاب الجامعات السعودية من البرامج الثقافية في إذاعة وتلفزيون المملكة*. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الآداب قسم الإعلام: جامعة الملك سعود.

الصالح، بدر (2007). "مدخل دمج تقنية المعلومات في التعليم للتربية الإعلامية: إطار مقترح للتعليم العام بالسعودية"، *المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، الرياض*.

صندوق الملك عبد الله الثاني للتنمية ومعهد الإعلام الأردني (2019). *مشروع التربية الإعلامية والمعلوماتية، عمان*.

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

الطويسى، باسم وآخرون (2016). التربية الإعلامية والمعلوماتية في الأردن الحاجات والفرص، معهد الإعلام الأردني، عمان.

عبد الحميد، محمد (2004). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، القاهرة: عالم الكتب.

عبد الحميد، محمد (2009). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، بيروت: دار الشروق.

عبد المعطي، عبد الباسط، (1990). البحث الاجتماعي: محاولة نحو رؤية نقدية لمنهجه وأبعاده، القاهرة: دار المعرفة الجامعية.

العبد، عاطف (1997). مدخل إلى الاتصال والرأي العام. القاهرة: دار الفكر العربي.

العبد، عاطف عدلي العبد، نهى عدلي العبد (2008). نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، القاهرة: دار الفكر العربي.

عبد الحميد، شيماء وأحمد، محمد (2019). استخدام طلاب الإعلام التربوي لمواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز مهارات الاتصال لديهم. مجلة البحوث العلمية، العدد 52، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.

عمارة، نائلة إبراهيم (1998). دوافع استخدام المصريين المغتربين لوسائل الإعلام الوطنية والأجنبية والإشباع المتحققة، مجلة كلية الآداب، جامعة الزقازيق، العدد 22.

القاسم، محمد وعاشور، محمد (2015). دور مديري المدارس الحكومية في محافظة إربد في توظيف الإعلام التربوي لتعزيز الانتماء الوطني لدى الطلبة. مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات التربوية والنفسية، المجلد الرابع، العدد 15، عمادة الدراسات العليا، جامعة القدس المفتوحة.

محمد، أحمد (2013). واقع الإعلام التربوي في المرحلة الثانوية من منظور المعلمين والطلاب بالسودان، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.

المشاقبة، بسام (2011). نظريات الإعلام. ط1. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

المشهداني، سعيد سليمان (2017)، مناهج البحث العلمي، دولة الامارات المتحدة -والجمهورية اللبنانية: دار الكتاب الجامعي.

مصطفى، إبراهيم وهارون، عبد السلام محمد (2006). المعجم الوسيط، ط2 القاهرة: مجمع اللغة العربية.

مكاوي، حسن عماد، والعبد عاطف عدلي (2007). نظريات الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

موقع أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية، الجامعة الأمريكية، بيروت.

النعمي والبياتي وخليفة، محمد، عبد الجبار، غازي (2015). طرق ومناهج البحث العلمي، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

الهاشمي، لوكيا ونصر الدين، جابر (2003). مفاهيم أساسية في علم النفس الاجتماعي، الجزائر: جامعة قسنطينة، مخبر التطبيقات النفسية والتربوية.

واكد، نعيمة (2011). مبادئ في علم الاتصال: ط 1، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر.

المراجع الأجنبية

- Ah Ram Lee, 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. **Children and Youth Services Review**, Volume 77, June 2017, Pages 127-138.
- Anderson, Alisha. (2019). **Teaching Critical Reading: Media Literacy in the High School Classroom**, University of South Carolina, Columbia, United States of America.
- Baranov, O. (2012) Media Education in school and university. **Media Education journal**, n 2, Tver: Tver state university.
- Božena, Šupšáková (2016). Media Education of Children and Youth as a Path to Media Literacy. **Communication Today**, 2016, Vol. 7, No. 1.
- Michelle Boyd and Julie Dobrow (2011). Media Literacy and Positive Youth Development. **Advances in child development and behavior**, 41, 251-71.
- Potter, James & Chang, Chine IK. (1995): "Television Exposure Measures and the Cultivation Hypothesis" **Journal of Broadcasting**, vol.34, No.3.
- Savage, Amy. (2018). **The Impact of a Media Literacy Curriculum on Middle School Students' Ability to Recognize Racial Bias in Mass Media**, University of South Carolina, Columbia, United States of America.
- Sekaran, U. (2003). **Research Methods for Business, a Skill-Building Approach**. 4th ed. John Wiley, Inc.
- 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. **Teaching and Teacher Education**, Volume 59, October 2016, Pages 146-158.

الملحقات



ملحق (1)

قائمة بأسماء السادة المحكمين

اسم المحكم	الرتبة	الجامعة	التخصص
الدكتور كامل خورشيد	أستاذ مشارك	جامعة الشرق الأوسط	الصحافة
الدكتور حنان اسماعيل الشيخ	أستاذ مساعد	جامعة الشرق الأوسط	إعلام
الدكتور محمود الرجبي	أستاذ مساعد	جامعة الشرق الأوسط	صحافة
الدكتورة تيسير مشاركة	أستاذ مشارك	جامعة الزرقاء	الإعلام
الدكتور محمد القرعان	أستاذ مساعد	جامعة العلوم التطبيقية	الإعلام

ملحق (2) الاستبانة

بسم الله الرحمن الرحيم

الطلاب الأعزاء في المملكة الأردنية الهاشمية،

تحية طيبة وبعد،

تسعى الباحثة إلى إعداد رسالة ماجستير بعنوان " دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب في المجتمع الأردني"، وهو الهدف الأساسي لهذا الاستبيان، وهذه الرسالة من أجل إنجاز متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام من كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط في عمان، بإشراف أ. د. عزت حجاب.

أرجو التكرم بالإجابة على فقرات الاستبانة بهدف ترصين النتائج العلمية للرسالة.

شكرا لاهتمامكم وإجاباتكم مع الاعتذار لاستقطاعي جزءا من وقتكم.

ولكم مني فائق الشكر والتقدير،

الباحثة: ديماسميح المومني

Email: Dimaalmomani@gmail.com

المعلومات الديموغرافية:

• العمر

☐ أقل من 20☐ 20 - 24☐ 25 - 28☐ 29 فما فوق

• الجنس

☐ ذكر☐ أنثى

• التحصيل العلمي

☐ تعليم أساسي☐ تعليم ثانوي☐ تعليم جامعي

أسئلة الاستبانة

المجال الأول: قيم المواطنة التي عززتها التربية الإعلامية لدى الشباب						
ت	الفقرات	درجة المساهمة				
		درجة كبيرة جداً	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة منخفضة	درجة منخفضة جداً
1	الحث على غرس القيم الأخلاقية					
2	الدعوة إلى الالتزام بالمسؤولية المجتمعية.					
3	تعزيز القيم الإيجابية					
4	تدعو الشباب لتحمل المسؤوليات الملقاة عليهم					
5	تعزيز مبدأ المساواة في المجتمع					
6	تعزيز مبدأ العدالة في المجتمع					
7	الدعوة إلى احترام الآراء المختلفة					
8	تعميق ثقافة الحوار البناء					

					الحث على النقد البناء	9
					الدعوة لمزيد من هامش الحريات العامة	10
					نشر ثقافة العمل التطوعي	11
					زرع مفهوم الاعتماد على الذات	12
					تعزيز القيم الأساسية	13
					بناء قيم الترابط الأسري	14
					نشر قيم التسامح الديني بين الأفراد	15
					نشر قيم السلام بين الأفراد	16
					تشخيص السلوكيات الخاطئة	17
					محاربة قضايا الإرهاب	18
					محاربة خطاب الكراهية	19

المجال الثالث: درجة الرضا عن آلية التنفيذ المستخدمة لنشر التربية الإعلامية					
درجة الرضا					الفقرات
منخفضة جداً	درجة منخفضة	درجة متوسطة	درجة كبيرة	درجة كبيرة جداً	ت يرجى التكرم بتحديد درجة الرضا عما يلي:
					1 تبسيط المفاهيم الإعلامية المستخدمة في نظام التعليم الأردني
					2 فاعلية الورش التدريبية المتخصصة
					3 فاعلية أندية التربية الإعلامية والمعلوماتية
					4 جدية ورش التدريب والعمل
					5 وجود أنشطة ابتكارية وإبداعية
					6 المهارات التي تم اكتسابها في الورش

المجال الرابع: مدى إسهام التربية الإعلامية في تعزيز ثقافة النقد الذاتي للمحتوى، حيث مكننتي التربية الإعلامية مما يلي:

درجة المساهمة					الفقرات	ت
منخفضة جداً	درجة منخفضة	درجة متوسطة	درجة كبيرة	درجة كبيرة جداً		
					التقصي عن حقيقة الأخبار والمعلومات المنشورة	1
					انتاج فيديوهات رقمية	2
					القدرة على التفكير النقدي	3
					القدرة على انتاج محتوى إعلامي	4
					مواكبة الأحداث الجارية محلياً / دولياً	5
					المشاركة في جلسات نقاشية بناة	6

المجال الخامس: الإشباكات التي حققتها برامج التربية الإعلامية للشباب في المجتمع الأردني، حيث
مكنتي التربية الإعلامية مما يلي:

ت	الفقرات	درجة المساهمة				
		درجة كبيرة جداً	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة منخفضة	منخفضة جداً
1	زيادة الوعي في التعامل مع وسائل الإعلام					
2	التعامل الإيجابي مع وسائل الإعلام					
3	التعامل مع مضمون وسائل الإعلام بمعرفة					
4	نقل المعارف والمهارات الأساسية في التربية الإعلامية					
5	اكتساب مهارات جديدة للتعامل مع وسائل الإعلام					

					6	تحليل المعلومات وتقييمها والتحقق من دقة البيانات
					7	القدرة على التحقق من دقة البيانات
					8	فهم قيم المواطنة الصالحة وتعزيزها

ملحق (3)

نسبة الاستلال



دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب في المجتمع الأردني

The Role of Media Education in promoting citizenship values among youth in Jordanian society

إعداد الطالبة

ديما سميح المومني

إشراف

الأستاذ الدكتور عزت محمد حجاب

نسبة الاستلال 16%