

التربية والتوعية على وسائل الإعلام والتواصل

في الدول العربية

(الأردن، عمان، العراق، لبنان، المغرب، مصر، اليمن)

التربية والتوعية على وسائل الإعلام والتواصل

في الدول العربية

(الأردن، عمان، العراق، لبنان، المغرب، مصر، اليمن)

تحرير

أ.د. مي عبدالله

أ.د. عبد الكريم الديسي

أ.د. هيثم قطب

أ.د. ماجد تريان

مراجعة

د. فادية بومجاهد



دار النهضة العربية

شارع الجامعة العربية - مقابل كلية طب الأسنان

بناية اسكندراي رقم 3 - الطابق الأول

Tel & whatsapp: +961 1 833270 / +961 1 854161

darnahda@gmail.com

منشورات: دار النهضة العربية

جميع حقوق الطبع محفوظة

ISBN 978-614-505-055-1

رقم الكتاب:

اسم الكتاب : التربية والتوعية على وسائل الإعلام والاتصال

في العدول العربية

(الأردن، عمان، العراق، لبنان، المغرب، مصر، اليمن)

الموضوع : اعلام

سنة الطبع : 2025 م

القياس : 17 × 24

عدد الصفحات : 377

«إن المواقف والأفكار الواردة في هذا الكتاب تعبر عن وجهة نظر ورأي المؤلف ولا تلتزم بها أية جهة أخرى»



@darnahda

أسماء المشاركين

- د. إبراهيم فؤاد الخصاونة
أ.د. أبو بكر الصالحي
م.د. أسامة فاضل البدراني
أ.د. أمال حسن الغزاوي
د. أنجي بهجت
د. إيمان رزق
د. آية يحيى محمد
د. تراز منصور
د. حوراء حوماني
د. حياة عون
م.م. حيدر فاضل المساري
أ. خديجة بوفوس
د. دنيا طارق
أ. رحمة الحراصي
أ.م.د. زهراء حسين الحداد
د. زياد الشخانية
د. سحر محمد أحمد علي
د. ياسمين علي
- د. سمر يحيى مكناي
م.د. صباح عواد محمد
د. عبدالكريم علي الديبسي
د. عبدالله عطيات
د. فاتن بن لاغة
أ.د. فاضل البدراني
د. فادية حسين
أ.د. محمد عبد الوهاب العلامي
د. مها فتحي
د. منى طوق
أ.د. مي عبدالله
د. نسرين محمد عبد العزيز
د. نغم مكي الدين عبد الغفار
د. نهى عادل
د. نوال عبدالله حزورة
أ.د. هبة الله بهجت السمرى
د. هبة حمزة

فهرس الكتاب

مقدمة الرئيسة

أ. د. مي العبدالله.....9

الفصل الأول: التربية الإعلامية في الأردن: الواقع والآفاق

د. إبراهيم فؤاد الخصاونة - أ.د. عبدالكريم علي الديبسي - د. زياد الشخانية - د. سمر يحيى مكناي

د. عبدالله عطيات.....15

الفصل الثاني: واقع التربية الإعلامية في سلطنة عمان

د. فاتن بن لاغة - أ. رحمة الحراصي.....41

الفصل الثالث: اتجاهات النخبة إزاء إدراج مادة التربية الإعلامية الرقمية في الجامعات والمدارس العراقية

أ.د. فاضل البدراني - أ.م.د. زهراء حسين الحداد - م.د. اسامة فاضل البدراني - م.د. صباح عواد محمد -

م.م. حيدر فاضل المساري.....77

الفصل الرابع: التربية والتوعية على وسائل الإعلام والاتصال في لبنان

أ. د. مي عبدالله - د. فادية حسين - د. تراز منصور - د. إيمان رزق - د. منى طوق - د. حوراء حوماني - د.

حياة عون.....141

الفصل الخامس: التربية الاعلامية في المدارس والجامعات المصرية: دراسة للواقع وآفاق التطوير

أ.د. هبة الله بهجت السمري - أ.د. أمال حسن الغزاوي - أ.د. أبو بكر الصالحي - د. نسرين محمد عبد العزيز

- د. مها فتحي - د. ياسمين على - د. نهي عادل - د. نعم مجي الدين عبد الغفار - د. انجي بهجت. دنيا

طارق - د. هبة حمزة - د. ايه يحيى محمد.....199

الفصل السادس: التربية الإعلامية في المغرب: اتجاهات وتطورات وتحديات

أ.د. محمد عبد الوهاب العلالى - خديجة بوفوس.....287

الفصل السابع: اتجاهات الأكاديميين والتربويين نحو إدراج التربية الإعلامية ضمن المقررات الدراسية

في الجمهورية اليمنية

د. نوال عبدالله حزورة - د. سحر محمد أحمد علي.....325

المصادر والمراجع.....368

خاتمة.....373

المقدمة

خلال العقود الأخيرة، برز اهتمام كبير من قِبَل منظمة اليونسكو بموضوع التربية الإعلامية، وقد شهد هذا الاهتمام تحولاً منذ توصيات مؤتمر فيينا عام 1999، الذي عقد تحت رعاية منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم اليونسكو، وتم خلاله إقرار تعريف للتربية الإعلامية. ومنذ ذلك التاريخ، انتشر على نحو واسع مفهوم متداخل بين التربية الإعلامية والثقافة الإعلامية.

وعلى نحو عام، عني هذا المفهوم بمسألة التعامل مع وسائل الإعلام والتواصل، بما تشمله من رموز وعلامات وكلمات ورسوم وصوت وصور، سواء كانت ساكنة ومتحركة، يتم تقديمها عن طريق أي نوع من التقنيات. كما تهدف إلى تمكين أفراد المجتمع من الوصول إلى فهم عميق لوسائل الإعلام والتواصل المستخدمة في مجتمعاتهم، والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل. بالإضافة إلى ذلك يساعد على اكتساب مهارات استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين، وتمييز ما يتلقونه من معلومات.

طرح هذا المفهوم في العقد الثاني من الألفية الثالثة، مبشراً بمرحلة انتقال حقيقية من استخدام «وسائل الإعلام الجماهيري» لأهداف تربوية وتعليمية، الذي كان سائداً في الفترة السابقة، إلى ما يُعرف بـ «مجتمع وسائل الإعلام الجماهيري» منذ نهاية خمسينيات القرن الماضي، وصولاً إلى مرحلة جديدة لولوج ما يعرف بـ «مجتمع المعلومات والمعرفة». وهي المنظومة الاجتماعية والإعلامية الجديدة التي ستتطور لاحقاً على نحو مثير، مما سيقوض كل الأنظمة التقليدية التواصلية والتربوية في التعامل مع الطفل، وستقلص هذه المنظومة تأثير العائلة في مجال التربية والقيم، ومراقبتها للأطفال، وإشرافها على ما يتلقونه

من معلومات ومواد وأخبار وقيم وأفكار. كما سيؤدّي ذلك إلى تقويض النظام التربوي السائد ودور المدرسة التربوي، الذي ظل لفترة طويلة في تنازع متعدد المستويات بين سلطة الأسرة والمدرسة والمؤسسة الدينية.

ليس ذلك فحسب، بل إنه سيقوض منظومة وسائل الإعلام التقليدية، التي ظل فيها المرسل محتكراً للمعلومات، ولطبيعة الرسالة الإعلامية، والجمهور المستهدف، والزمان والمكان الذي يرغب في بعث رسائله. وأنواع التأثير التي يسعى إلى تحقيقها. وفي ظل مجتمع المعلومات والمعرفة، برز نظام جديد يقلص من رقابة المرسلين وسيطرتهم على الرسائل، ويحدّ من تحكمهم في المتلقي، الذي أصبح يمتلك سلطة اتخاذ قرارات منطقية للتواصل بأسلوب مختلف، وأدوار أكثر فاعلية في العملية الاتصالية برمتها.

تدل النتائج الأولى لهذا الوضع الجديد للانتقال إلى مجتمع المعلومات والمعرفة، حيث تؤدي المعلومة دوراً أساسياً كقيمة محورية، والخوارزميات المنبثقة من العلوم، على أن المعلومة تحتل المكانة الأولى، بعد أن أصبحت الثقافة الورقية، وثقافة الارتباط بالفضاء الفيزيائي المرتبط بالمكان، وثقافة الارتباط بسلطة مركزية وطنية ومفهوم الوطنيات الضيقة والقيم المحلية، في مهب الريح أمام تأثيرات منظومة جديدة لعالم مختلف.

على هذا النحو، يبرز أن الثقافة الإعلامية تقوم على مجموعة من العناصر التي سنشير إليها في هذا العمل البحثي على الصعيد العربي، ومنها:

1. المقدرة على الولوج إلى وسائل الإعلام والفضاء الرقمي.
2. تكوين الفرد على المقدرة على تحليل وتقييم ما يتلقاه من معلومات من شتى الوسائط.
3. المقدرة على المشاركة وإنتاج المحتوى واستخدام جميع أشكال الاتصال.

4. امتلاك الفرد رؤية نقدية حول ما يتلقاه ويتقاسمه من مواد إعلامية.

يثير امتلاك هذه العناصر من قِبَل الأفراد العديد من الأسئلة، منها: هل يمتلك الناس القوة والوعي للتحرك من هيمنة وسائل الإعلام والسيطرة عليها، مع الاستخدام الواعي والنقدي لها، وهل لديهم القدرة على استكشاف الأخبار الكاذبة، وتقييم مصادرها، والتأكد من صحتها، وهل يمتلكون القدرة على المشاركة في إنتاج المحتوى، وتقاسم المعلومات، والتفاعل بمختلف أشكاله؟

من هنا تكمن أهمية هذا البحث على الصعيد العربي في الإجابة عن الأسئلة التالية: ما مستوى تأثير الفجوة الرقمية على المجتمعات العربية، وعلى البنى التربوية التي تفتقر إلى التجهيزات الرقمية واللوجستية الضرورية؟ فهل يوجد عدد كافٍ من المدرسين ذوي الخبرة والتجربة في استخدام تكنولوجيا المعلومات بأفضل وجه، و ما واقع حصول الطلبة على الحواسيب والأوعية الرقمية المختلفة، وما هي جهود الحكومات في هذا الجانب؟

ما طبيعة برامج التكوين للمدرسين، وكيف يمكن بناء برامج تكوين ملائمة تستوعب جميع الطاقات من هيئة التدريس والأطر التربوية للقيام بتجديد على مستوى الأطر المكلفة بالتدريس، وإدخال الثقافة المعلوماتية والثقافة الإعلامية إلى المدارس؟ وأخيرا كيف يمكن لمبادئ التربية الإعلامية تمكين المدرسة والجامعة من تخريج وتكوين موارد بشرية قادرة على تحقيق إنتاجيات أعلى، تقوم على استخدام التكنولوجيا المتطورة وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وقادرة على الابتكار وريادة الأعمال وتنمية المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم؟

لا شك أن البنية النظرية والعملية المتينة قد تكونت بالفعل بفضل التجارب التعليمية المتعددة التي حدثت منذ ما يقرب من قرن من الزمان وفي العديد من لا سيما في المجال الأنجلوسكسوني، إلا أن الفصل بين وسائل الإعلام والاتصال

التقليدية، وبين تكنولوجيا الإعلام والتواصل، لا يوجد بالفعل في سياق التقارب بين وسائل الإعلام والاتصال والتكنولوجيا. وإذا تمكنا من تحديث الأساليب والنماذج، فإن أهداف «التربية الإعلامية» اليوم تشبه تلك التي تم اتباعها في العقود السابقة للثورة الرقمية.

لذلك، تم التركيز في هذا العمل البحثي المشترك على تحليل الأسس التعليمية لوسائل الإعلام والتواصل في مختلف الدول العربية، وهي: وصف الإمكانيات التعليمية لكل وسيلة اتصال، ودراسة وسائل الإعلام في نطاق موضوعي ومنهجي متعدد التخصصات (من علم الاجتماع وعلم النفس والأنثروبولوجيا، وما إلى ذلك، من خلال استخدام تحليل الخطاب، وتحليل الصور، والدراسات المقارنة، وما إلى ذلك)، والقيام بقراءة نقدية لمنتجات التكنولوجيا الإعلامية من منظور تربوي وتعليمي.

لا ينبغي لأي محترف تعليمي أن ينسى أن القيمة التعليمية للوسيلة نسبية، ويمكن أن تكون مفيدة للغاية، ولكن في الوقت نفسه، إذا لم يكن الاستخدام والسياق مناسبين لها، فقد تؤدي إلى نتائج عكسية. والمسار الطويل للدراسات التي تركزت على هذا الهدف، منذ هذه التواريخ وحتى اليوم، لم يؤدي إلى هذه النتائج الأولية بل أكدها. اليوم، في سياق التقارب بين التكنولوجيا ووسائل الإعلام والاتصال، يتضاعف هذا الاختيار بشكل كبير، ويجب أن يأخذ أي معلم في الاعتبار دائمًا. أما الهدف الثاني، وهو الحوار مع التخصصات الأخرى واستخدام منهجيات متعددة، فهو الطريق لتقدم التعليم الإعلامي الأصيل.

لقد دافع بعض الباحثين (مثل وارتيلا Wartella وريفز Reeves وماترمان Materman وجونيه Gonnet وريفولتلا Rivoltella)، في مراجعة قاموا بها عن خصائص التعليم الإعلامي عن فكرة أن التكوين النظري لهذا التخصص قد وجد ركبًا بين العلوم التربوية والتواصل حول العلوم، مشاركًا بنفس الطريقة في

ساحات متميزة مثل السيميائية وعلم الاجتماع والدراسات الثقافية واللسانيات، إلخ. وبالتالي فإن الأمر يتعلق بالإمكانيات المنهجية المتعددة في مجال البحث، من أجل تحديد احتياجات تعليم محو الأمية الرقمية بخلفية متينة، وتقارب كبير في الدراسات حول الموضوع (مثل دراسات هوفلاند، وجرينر، وجروس، ومورجان وسيجنورييلي، أو نويل نيومان في الاتصال، وماكلوهان، وهول ووانيل، وهيرمان وتشومسكي، وجيروكس، أو جيروكس وشانون، في الدراسات الثقافية، أو باومان في علم الاجتماع، وإيكو في السيميائية، أو ديوي وفيري، أو فرينيت في علم أصول التدريس نفسه، إلخ).

ننتهي بعرض المبادئ الأساسية التي توصلت إليها الدراسات حول التعليم الإعلامي، في سنوات تطبيقه وتطويره العديدة، وفي مجال التقارب التكنولوجي الإعلامي وتعليم القراءة والكتابة الرقمية. وتستمر العديد من الدراسات الحديثة في الإصرار على أهمية هذا التخصص، مثل دراسة بلازاك أو فايولا أو ديفيس أو إدواردز أو كراتكا أو كينغ أو أمات أو بيترانوفا أو زافالا، والتي تظهر الاهتمام الذي يستمر في إيقاظ المجتمع العلمي. وإذا استخدمنا هذه المبادئ لتكوين الأجيال الجديدة في سياق عالم مفرط التواصل وتهيمن عليه تدفقات المعلومات، بكل ما تنطوي عليه وما وصفناه، فإننا سنساهم بلا شك في تقدم مجتمعنا.

أ.د. مي العبدالله

رئيسة الرابطة

الفصل الأول

التربية الإعلامية في الأردن: الواقع والآفاق

د. إبراهيم فؤاد الخصاونة¹

أ.د. عبدالكريم علي الديبسي²

د. زياد الشخانية³

د. سمر يحيى مكناي⁴

د. عبدالله عطيات⁵

Abstract

The study aimed to know government policies regarding media education in Jordan, the components of the experiment and its prospects by clarifying the objectives of these policies, and the level of their competencies in enhancing critical thinking skills among young people in the field of media, and preparing a generation capable of dealing with the media with awareness and responsibility. The study adopted a structured interview as a tool to collect data from a purposive sample of experts numbering 14. The results of the study concluded that the reality of the Jordanian experience in the field of media education is considered an advanced model at the Arab and regional levels,

1 - كلية الإعلام جامعة البترا، الأردن عمان

2 - قسم الإعلام جامعة المستقبل، العراق بابل.

3 - وكالة الأنباء الأردنية بترا، عمان.

4 - كلية الإعلام الجامعة العربية المفتوحة الأردن عمان.

5 - كلية الإعلام جامعة البترا الأردن عمان سابقًا.

after the Jordanian government adopted a national plan to spread media and information literacy for the period of one year. 2020-2023, the results of which showed that Jordan completed the third scenario, and became the first Arab country to stand on the cusp of the fourth scenario of media and information literacy, according to the UNESCO classification. The government's executive plan has achieved widespread media literacy, building national capacities, integrating media literacy into school curricula, teaching media literacy in universities, and spreading awareness and reaching all segments of society.

Keywords: media education, media literacy, Jordan, UNESCO.

ملخص

هدفت الدراسة إلى معرفة السياسات الحكومية الخاصة بالتربية الإعلامية في الأردن، والمقومات الأساسية للتجربة وأفاقها من خلال بيان أهداف هذه السياسات، ومستوى كفاياتها في تعزيز مهارات التفكير النقدي لدى الشباب في مجال الإعلام، وإعداد جيل قادر على التعامل مع وسائل الإعلام بوعي ومسؤولية. اعتمدت الدراسة المقابلة المقننة أداة لجمع البيانات من عينة قصدية من الخبراء بلغ عددها 14. وخلصت نتائج الدراسة إلى أن واقع التجربة الأردنية في مجال التربية الإعلامية، تُعد أنموذجًا متقدمًا على المستوى العربي والإقليمي، بعد تبني الحكومة الأردنية خطة وطنية لنشر التربية الإعلامية والمعلوماتية للفترة الممتدة من عام 2020 إلى 2023، التي أظهرت نتائجها أنّ الأردن أنهى السيناريو الثالث، وأصبحت الدولة العربية الأولى التي تقف على أعتاب السيناريو الرابع من سيناريوهات التربية الإعلامية والمعلوماتية، بحسب تصنيف اليونسكو. وقد حققت الخطة التنفيذية للحكومة نشر التربية الإعلامية على نطاق واسع، وبناء القدرات الوطنية، وإدماج الدراية الإعلامية في مناهج المدارس، وتعليم التربية

الإعلامية في الجامعات، ونشر الوعي والوصول إلى فئات المجتمع كافة.

الكلمات_المفتاحية: التربية الإعلامية، الدراية الإعلامية، الأردن، اليونسكو.

مقدمة

أصبحت التربية الإعلامية مطلبًا أساسيًا، وحاجة ملحة لتنمية المواطنة الواعية والفاعلة، المسؤول والإسهام في الأنشطة الشاملة في صنع الحياة، وبناء المجتمع، وتعزيز الانتماء الوطني لأنها تشمل مجموعة مهارات مثل: التفكير الناقد والإبداعي، والعلم الذي يُمكن المتلقي من بناء أحكام مستقلة حول المضامين الإعلامية ونتاجها. كما أنّ للتربية الإعلامية دورًا كبيرًا في تنشئة الشباب على حب الوطن، والحفاظ على النظام، والتعاون، وتعزيز القيم والأخلاق. وذلك ضمن إطار سلوكيات المسؤولية الاجتماعية لحماية المجتمع من المعلومات المضللة والشائعات، واستخداماتها في تزييف الوعي بعد تنامي استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في نشر المعلومات المضللة التي باتت تشكل خطرا عالميا يستهدف المجتمعات. وبدلا من قيام وسائل الاتصال الرقمي بتمكين التنمية الشاملة والمستدامة، باتت تروج المعلومات المضللة، وتنشر خطاب الكراهية والتنمر، وانتهاك الخصوصية على الإنترنت، مما يستلزم رسم الخطط الاستراتيجية لنشر مفاهيم التربية الإعلامية أو الدراية الإعلامية والمعلوماتية، وزيادة فرص التدريب على نطاق واسع ومستدام.¹

وتعاظمت الحاجة إلى التربية الإعلامية بسبب التدفق الإعلامي الهائل الذي يعيشه العالم حاليا، مع ما يتعرض له المتلقون من تنوع خاص، لا سيما فئة الشباب، بما في ذلك التأثير على الحياة الاجتماعية. هذا التدفق الذي يترافق

1- اليونسكو، الدراية الإعلامية والمعلوماتية للمواطنين، منهاج الدراية الإعلامية والمعلوماتية للمعلمين والمتعلمين، إصدار منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، اليونسكو، باريس، 2023، ص 3.

مع تراجع التزام بعض وسائل الإعلام بالمعايير المهنية والأخلاقية، دفع الكثير من الدول والمنظمات الدولية، وفي مقدمتها اليونسكو، والمفوضية الأوروبية، والإيسيسكو، وجامعة الدول العربية، وغيرها من المنظمات والمؤسسات، إلى الاهتمام بموضوع التربية الإعلامية، ووضع الخطط والبرامج الكفيلة بإنجاحها. وتنظيم المؤتمرات والاجتماعات وورش العمل التي أوصت بضرورة إدراج التربية الإعلامية في المناهج الدراسية المختلفة.¹

مشكلة الدراسة

إن الانتشار الواسع لوسائل الإعلام الرقمي، ومنها شبكات التواصل الاجتماعي، زاد من الكم الهائل لتدفق المعلومات من المصادر الخارجية والداخلية، بما تتضمنه من مضامين تحمل في طياتها متناقضات، مما أثار إشكاليات متعددة تؤثر على السلم والأمن المجتمعي. وبرزت ظاهرة انتشار الأخبار الكاذبة عبر المنصات الرقمية حتى تحولت إلى إشكالية تتطلب من الباحثين دراسة سبل مواجهتها، ووضع الحلول للحد من خطورتها على الأفراد والمجتمعات، فالأخبار الكاذبة تحمل معلومات مُضللة غايتها خداع المتلقي لتحقيق أهداف متعددة، كأن تكون سياسية أو اجتماعية أو غير ذلك، والتأثير في تشكيل اتجاهات الرأي العام الوطني أو الدولي. ويمكن تلخيص مشكلة الدراسة في السؤال التالي: ما واقع التجربة الأردنية في مجال التربية الإعلامية؟ وما هي آفاق هذه التجربة؟ لبيان أهداف السياسات الحكومية الأردنية الخاصة بالتربية الإعلامية، ومستوى كفايات هذه السياسات في تعزيز مهارات التفكير النقدي لدى الشباب في مجال الإعلام، وإعداد جيل قادر على التعامل مع وسائل الإعلام بوعي ومسؤولية.

1- أحمد جمال حسن، التربية الإعلامية، ط1، (مصر، المنيا: دار المعرفة، 2015)، ص9.

أهمية الدراسة

يُعدّ نشر ثقافة التربية والتوعية الإعلامية حقًا من حقوق كلّ مواطن لضمان حرية التعبير، والوصول إلى المعلومات، وإرساء قواعد الديمقراطية. بالإضافة إلى أنها تُمكن الجمهور من اختيار الوسائل الإعلامية المناسبة مع إمكانية تكوين آراء نقدية حول المضامين الإعلامية. ولأنّ وسائل الإعلام تعدّ من أهم العوامل المؤثرة في تشكيل القيم الاجتماعية وضبط السلوك الاجتماعي، والحفاظ على الهوية الوطنية. أما الأهمية التطبيقية للدراسة فتتلخّص في بيان السياسات الحكومية الأردنية الخاصة بالتربية الإعلامية، ومستوى المنجز من هذه السياسات على المستوى الوطني.

أهداف الدراسة وتساؤلاتها

يتلخص الهدف الرئيس للدراسة في الكشف عن واقع تجربة التربية الإعلامية في الأردن وآفاقها، وما تحقق من السياسات الحكومية المخطط لها. وتسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

1. ما خصائص البنية التحتية للتكنولوجيا في الأردن؟
2. من هي الجهات المختصة بالتربية الإعلامية في الأردن؟
3. متى بدأت تجربة تطبيق التربية الإعلامية في الأردن؟
4. ما أبرز التجارب الأردنية في مجال التربية الإعلامية؟
5. ما هي السياسات الحكومية الخاصة بالتربية الإعلامية في الأردن؟
6. هل من قوانين حديثة في الأردن خاصة باستخدام وسائل الإعلام والاتصال؟

الدراسات السابقة

تناولت الدراسة أبرز الدراسات التي أجريت حول تجربة التربية الإعلامية في الأردن، وتمثلت بما يلي:

– دراسة أبو دية، والزغلوان: «التجربة الأردنية في التربية الإعلامية والمعلوماتية: دراسة حالة مشروع معهد الإعلام الأردني»، 2024.¹ هدفت الدراسة إلى التعرف إلى واقع التجربة الأردنية في مجال التربية الإعلامية، مشروع معهد الإعلام الأردني أنموذجًا للمشاريع في الأردن. اعتمدت الدراسة دراسة الحالة منهجًا، واستخدام المقابلة أداة لاستطلاع آراء عينة قصدية من أربعة مسؤولين عن إدارة وتنفيذ المشروع. وخلصت الدراسة إلى أن المشروع انطلق في عام 2016 بالتعاون مع اليونيسكو، وبتنفيذ من الاتحاد الأوروبي. وتوسع المشروع لاحقًا ليشتمل على مختلف شرائح المجتمع الأردني في محافظات الأردن كافة. وعمل المشروع منذ بدايته على إعداد عدد من المناهج والأدلة التعليمية والتدريبية. ومنذ عام 2018 بدأ بتنفيذ دورات تدريب مدربين في مجال التربية الإعلامية والمعلوماتية، ونجح المشروع في تبني الحكومة الأردنية منظور التربية الإعلامية ومنحه الأولوية.

– دراسة الصفوري وصري: «فاعلية دورات التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي في الأردن» 2024.² هدفت الدراسة إلى معرفة مستوى فاعلية دورات التربية الإعلامية في الأردن باستخدام المنهج الوصفي على عينة عمدية قوامها 613 من معلمي وزارة التربية والتعليم الأردنية الذين

1- عبير مجلي أبو دية وخولة ياسين الزغلوان. «التجربة الأردنية في التربية الإعلامية والمعلوماتية: دراسة حالة مشروع معهد الإعلام الأردني». مجلة دراسات: العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة الأردنية، المجلد 51، العدد 2 (2024).

2 - أمجد صفوري، وإبراهيم صري «فاعلية دورات التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي في الأردن». مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 12، العدد 1، 2024، ص. 37-77.

تلقوا الدورات المتخصصة في مجال التربية الإعلامية التي قدمها معهد الإعلام الأردني. خلصت نتائج الدراسة إلى ارتفاع نسبة تنفيذ النشاطات، والتدريبات المتخصصة في مجال التربية الإعلامية بنحو 52%. وأشارت النتائج إلى وجود درجة مرتفعة من الموافقة نحو دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات الباحثين في التعامل مع المحتوى الرقمي.

— دراسة الطويسبي: «حالة الدراية الإعلامية والمعلوماتية في الأردن في ضوء الخطة الوطنية لنشر التربية الإعلامية والمعلوماتية للأعوام 2020 – 2023» التي أجريت بالتعاون بين معهد الإعلام الأردني، ومنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة اليونسكو مكتب عمان. هدفت الدراسة إلى تقديم تشخيص دقيق لحالة الدراية الإعلامية والمعلوماتية الحالية، وتحديد التحديات التي واجهت الخطة الوطنية خلال تلك الفترة. اعتمدت الدراسة المنهج المسحي، واستخدمت ثلاث أدوات لجمع المعلومات هي: البحث المكتبي، والدراسات السابقة، وتحليل البيانات التي جمعت من الميدان والمقابلات مع صناع السياسات والخبراء. أبرزت الدراسة النموذج الأردني في تبني التربية الإعلامية والمعلوماتية من حيث: الاستعداد لوضع سياسة وطنية في الدراية الإعلامية والمعلوماتية، وبناء القدرات الوطنية، وإدماج الدراية الإعلامية في مناهج المدارس، وتعليم الدراية الإعلامية في الجامعات، ونشر الوعي والوصول إلى فئات المجتمع كافة. وخلصت نتائج الدراسة إلى أن الأردن أنهى السيناريو الثالث، وأصبح على أعتاب السيناريو الرابع من سيناريوهات التربية الإعلامية والمعلوماتية بحسب تصنيف اليونسكو، وهو مؤشر على أن الدراية الإعلامية منتشرة على نطاق واسع، وتوجد سياسة وطنية للدراية الإعلامية والمعلوماتية في الأردن، ويستطيع معظم المواطنين الوصول إليها¹.

1- باسم الطويسبي «حالة الدراية الإعلامية والمعلوماتية في الأردن في ضوء الخطة الوطنية لنشر التربية الإعلامية والمعلوماتية للأعوام 2020 – 2023»، معهد الإعلام الأردني، 2023.

– دراسة الطاهات، والدهون: «إدراك طلبة الإعلام لمفهوم التربية الإعلامية في الأردن»، 2023. هدفت الدراسة إلى معرفة مستوى إدراك طلبة الإعلام لمفهوم التربية الإعلامية، وأبرز سمات وتحديات مفهوم التربية الإعلامية، وذلك باستخدام المنهج المسحي على عينة متاحة من 240 مفردة من طلبة كلية الإعلام بجامعة اليرموك في الأردن. وتوصلت الدراسة إلى أن الفئات الأكثر استهدافاً من التربية الإعلامية في الأردن هم طلبة المدارس في التعليم العام والخاص. وإنّ التدفق الهائل للمعلومات، والأخبار هو من أبرز تحديات نشر التربية الإعلامية. وعدّت غالبية عينة الدراسة أنّ التربية الإعلامية هي المنهج الذي يتم من خلال تعليم النشء والشباب والمجتمع التعامل مع وسائل الإعلام.¹

– دراسة المشاقبة: «التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها على مضامين المواقع الإخبارية الأردنية في ظل تنامي الإعلام الرقمي» 2022. هدفت الدراسة إلى بيان مستوى تطبيق التربية الإعلامية على مضامين أخبار الصحف الرقمية الأردنية، ومزايا تطبيقها في الجامعات الأردنية من وجهة نظر الطلبة. اعتمدت الدراسة المنهج المسحي، باستخدام الاستبانة، وتحليل المضمون كأداتين لتحقيق أهداف الدراسة. وتكونت عينتها من 650 طالباً وطالبة من طلبة الدراسات العليا في الجامعات الأردنية. وخلصت النتائج إلى أن تقييم الطلبة لتطبيق التربية الإعلامية من الصحف الرقمية الأردنية كان متوسطاً. وأشارت نتائج تحليل المضمون إلى أنّ إسهام الصحف الرقمية الأردنية في التربية الإعلامية كان ضعيفاً.²

1- خلف محمد الطاهات، ودينا عاهد الدهون. «إدراك طلبة الإعلام لمفهوم التربية الإعلامية في الأردن» سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة مؤتة، المجلد 38، العدد 3، 2023.

2- يوسف عوض احمد المشاقبة «التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها على مضامين المواقع الإخبارية الأردنية في ظل تنامي الاعلام الرقمي»، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 80، سبتمبر 2022، ص 2089.

– دراسة حسن ورشيد وعبيدات: «دور معلمي الدراسات الاجتماعية في تعزيز مفاهيم التربية الإعلامية لدى طلبة المرحلة الأساسية العليا في الأردن خلال جائحة كوفيد-19» 2021. هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور معلمي الدراسات الاجتماعية في تعزيز مفاهيم التربية الإعلامية. اعتمدت الدراسة المنهج المسحي، وتكونت عينة الدراسة من 415 معلم ومعلمة تم اختيارهم بالطريقة الطبقية العشوائية. أظهرت النتائج أن مستوى تعزيز معلمي الدراسات الاجتماعية لمفاهيم التربية الإعلامية لدى طلبة المرحلة الأساسية العليا كان مرتفعاً، وأوصت الدراسة بأهمية التأكيد على دور المعلمين في تعزيز مفاهيم التربية الإعلامية لدى الطلبة، وزيادة وعيهم بالقضايا الإعلامية، وكيفية التعامل معها، وحمايتهم من التزييف والتشويه في ظل الانفتاح الإعلامي والثقافي¹.

التعليق على الدراسات السابقة

بحثت الدراسات السابقة جوانب متنوعة حول التربية الإعلامية في الأردن من حيث: واقع التجربة، ومستوى إدراك المعلمين والطلبة لمفهوم التربية الإعلامية، وقد تميزت دراسة معهد الإعلام الأردني للطويحي في شموليتها، ودقة تقييمها لواقع التجربة الأردنية في مجال التربية الإعلامية فضلاً عن أنها أجريت بالتعاون مع منظمة اليونيسكو المختصة في هذا المجال. وقد استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في تحديد أهدافها، والمنهج المستخدم، واختلفت عن بعضها باختيار عينة من الخبراء المختصين بموضوع التربية الإعلامية في الوزارات الأردنية المعنية، وأساتذة الجامعات الأردنية.

1- سلسبيل أديب حسن، مأمون أحمد أرشيد، وغيث حسن عبيدات. «دور معلمي الدراسات الاجتماعية في تعزيز مفاهيم التربية الإعلامية لدى طلبة المرحلة الأساسية العليا في الأردن خلال جائحة كوفيد-19»، مجلة العلوم التربوية والنفسية المجلد 5، العدد 28 (2021)، ص 80-99.

نوع الدراسة ومنهجها

تصنف هذه الدراسة على أنها من الدراسات الكيفية التي اعتمدت المقابلة المقننة أداة لجمع البيانات من العينة حيث تم تحديد أسئلتها مسبقاً بما يحقق أهداف الدراسة.

عينة الدراسة

تم اختيار عينة قصدية من الخبراء المختصين بالتربية الإعلامية في الأردن بلغ عددهم 14 موزعين على النحو التالي: (10 من أساتذة الإعلام في الجامعات الأردنية، 1 من وزارة الاتصال الحكومي، 1 من وزارة التربية، 1 من وزارة القافة، 1 وزارة التعليم العالي).

نتائج الدراسة

تمثلت نتائج الدراسة المستخلصة من إجابات الخبراء عن الأسئلة المحددة حول واقع التربية الإعلامية في الأردن وأفاقها بما يلي:

1. خصائص البنية التحتية للتكنولوجيا في الأردن

تتميز البنية التحتية للتكنولوجيا في الأردن بمجموعة من الخصائص، منها:
أ. التنوع: تتنوع البنية التحتية للتكنولوجيا في الأردن، حيث تضم مجموعة واسعة من التقنيات، بما في ذلك الاتصالات السلكية واللاسلكية، وتكنولوجيا المعلومات، وتكنولوجيا التصنيع، وتكنولوجيا الخدمات. إذ يتمتع الأردن ببنية تحتية للاتصالات متطورة، حيث تغطي شبكة الهاتف المحمول 99% من السكان، وتصل سرعات الإنترنت إلى أكثر من 100 ميجابت في الثانية في المدن الرئيسية.

ب. التكامل: تتميز البنية التحتية للتكنولوجيا في الأردن بدرجة عالية من التكامل، حيث ترتبط التقنيات المختلفة ببعضها بشكل وثيق. ويعتمد الأردن بشكل كبير على تكنولوجيا المعلومات في مختلف المجالات، إذ يستخدم الأردن تكنولوجيا الخدمات الرقمية في قطاعات متعددة، بما في ذلك القطاع الحكومي والقطاع المالي، والقطاع السياحي. وتستخدم تكنولوجيا المعلومات في تشغيل شبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية.

ت. الحدثة: تتميز البنية التحتية للتكنولوجيا في الأردن بحدثتها، حيث تُحدَّث باستمرار لتلبية الاحتياجات المتزايدة للمجتمع. وقد تم إطلاق شبكة الجيل الخامس للاتصالات السلكية واللاسلكية في الأردن في عام 2022.

ث. الكفاءة: تتميز البنية التحتية للتكنولوجيا في الأردن بكفاءتها، إذ توفر خدمات عالية الجودة بأسعار معقولة. كما تتميز بانخفاض مستمر في أسعار الإنترنت، وأصبحت خدمة الإنترنت 5G متاحة بأسعار مناسبة.

التحديات: على الرغم من الخصائص الإيجابية للبنية التحتية للتكنولوجيا في الأردن، إلا أن هناك بعض التحديات التي تواجهها، منها:

أ. لا يزال هناك تفاوت محدود في الوصول إلى البنية التحتية للتكنولوجيا في الأردن، حيث تعاني بعض المناطق الريفية من ضعف التغطية.

ب. يعتمد الأردن بشكل كبير على الواردات من المعدات والخدمات التكنولوجية، مما يجعله عرضة للتقلبات في أسعار السوق العالمية.

ت. التغيير المستمر والسريع في التكنولوجيا يتطلب تحديثاً مستمراً للبنية التحتية للتكنولوجيا في الأردن.

2. الجهات المختصة بالتربية الإعلامية في الأردن

حدد نظام التنظيم الإداري لوزارة الاتصال الحكومي الأردنية رقم 65 لسنة 2022 أن «نشر التربية الإعلامية والمعلوماتية» هو أحد مهام الوزارة وبرامجها، حيث تعمل على تنفيذه بالتعاون مع وزارات: التربية والتعليم، والتعليم العالي والبحث العلمي، والشباب، والثقافة، بالإضافة إلى المركز الوطني لتطوير المناهج، ومعهد الإعلام الأردني، ومؤسسات المجتمع المدني، والنظام التعليمي الوطني، والمجتمعات الشبابية، والهيئات الثقافية، وفعاليات الحياة العامة.

وحرصاً من الحكومة الأردنية على تنفيذ هذا البرنامج، فقد تم تشكيل فريق عمل لمتابعة مشروع «التربية الإعلامية والمعلوماتية»: برئاسة وزير الاتصال الحكومي، وعضوية الأمراء العامين لوزارات: التربية والتعليم، والتعليم العالي والبحث العلمي، والشباب، والثقافة، إلى جانب ممثلين عن المركز الوطني لتطوير المناهج ومعهد الإعلام الأردني.¹

وضعت اللجنة خطة تنفيذية لبرنامج التربية الإعلامية والمعلوماتية، تهدف إلى تطوير برنامج عمل يعزز قدرة المجتمع على التعامل مع مصادر المعلومات والأخبار وأدوات التكنولوجيا الرقمية. كما تهدف المبادرة إلى الانتقال من النظرة السائدة حول التربية الإعلامية كونها أداة للحماية والدفاع إلى فهم أعمق وأشمل لها، بوصفها أداة للتمكين والمشاركة والابتكار.

وتبعاً لذلك، قامت وزارة التربية والتعليم بإدراج التربية الإعلامية في المناهج الدراسية للمدارس في الأردن، وأسهمت الجامعات الأردنية في تقديم برامج تعليمية متخصصة في هذا المجال. كما قامت مراكز البحوث والتدريب بإجراء الدراسات والأبحاث المتعلقة بالتربية الإعلامية، بالإضافة إلى تنظيم دورات وورش عمل متخصصة.

1- وزارة الاتصال الحكومي الأردنية، التربية الإعلامية والمعلوماتية، 2024/7/3.

3. تاريخ بدء تجربة تطبيق التربية الإعلامية في الأردن

بدأ تطبيق التربية الإعلامية في الأردن عام 2016 بالشراكة بين معهد الإعلام ومنظمة اليونيسكو (مكتب عمان) في عدد من المدارس الحكومية وجامعتين حكوميتين. وفي وقت لاحق، تمّ إقرار الاستراتيجية الوطنية للتربية الإعلامية والمعلوماتية، التي تبنتها الحكومة عام 2019 كأولوية وطنية. وأصبحت الاستراتيجية تُنفَّذ من خلال وزارة الاتصال الحكومي، معتمدة على عدة محاور رئيسة، وهي: المدارس، والجامعات، ومراكز الشباب، والفضاء العام، ووسائل الإعلام، ومؤسسات المجتمع المدني. «كما قام المركز الوطني للمناهج عام 2021 بتشكيل لجنة لوضع إطار خاص بمفاهيم التربية الإعلامية والمعلوماتية، بالإضافة إلى تشكيل فريق لإدماج هذه المفاهيم في الكتب المدرسية، التي هي الآن في طور التطوير والتحديث داخل المركز. وتشمل المباحث: التربية الإسلامية، واللغة العربية، والتربية الوطنية، والجغرافيا. وقد تم تضمين وحدات التربية الإعلامية في مناهج التربية المدنية والوطنية والحاسوب في الصفوف السَّابع والثَّامن والعاشر. ويجري العمل حالياً على إدماج التربية الإعلامية في جميع الصفوف المدرسية، من مرحلة الروضة وحتى الصف الثاني عشر»¹.

4. أبرز التجارب الأردنية في مجال التربية الإعلامية

هناك تجارب أردنية متعددة في مجال التربية الإعلامية، أبرزها:

أ. تجربة معهد الإعلام الأردني: يُعدُّ معهد الإعلام الأردني إحدى المؤسسات الرائدة في مجال التربية الإعلامية في الأردن، حيث يقدم مجموعة متنوعة من البرامج التعليمية في مجال الإعلام، بما في ذلك برامج التربية الإعلامية، وقد

1- بيان التل، رئيسة لجنة إدماج مفاهيم التربية الإعلامية والمعلوماتية في المناهج الدراسية، تصريح صحفي إلى وكالة أنباء بترا، 2023/7/29

<https://petra.gov.jo/Include/InnerPage.jsp?ID=252413&lang=ar&name=news>

أصدر المعهد العديد من الإصدارات والدراسات في هذا المجال، كما شارك في العديد من المؤتمرات والندوات الدولية المتعلقة بالتربية الإعلامية. ومن أبرز دراسات المعهد «حالة الدراية الإعلامية والمعلوماتية في الأردن في ضوء الخطة الوطنية لنشر التربية الإعلامية والمعلوماتية للأعوام 2020 - 2023» التي أظهرت نتائجها أن الأردن انتقل إلى المستوى الرابع ضمن مستويات حددها اليونسكو بعد نهاية الخطة التنفيذية الأولى.

ومع بداية عام 2024 سيبدأ الأردن بالانتقال إلى السيناريو الرابع، ويحتاج إلى نحو 5 سنوات إضافية حتى يستكمل الانتقال إليها¹. وجاءت الدراسة ضمن إطارين زمنيين: الأول للمدة من عام 2013 - 2023، وتضمن تتبعًا لتجربة التربية الإعلامية في الأردن، والثاني هو إطار المدة من عام 2020 - 2023 المحددة لتنفيذ الخطة الوطنية لنشر التربية الإعلامية في الأردن.

ورصدت الدراسة 15 مؤسسة مدنية في الأردن لديها برامج في مجالات التربية الإعلامية. «وبينت أن نسبة المعلمين الذين تم تدريبهم على مهارات التربية الإعلامية بلغت 50% من العدد الكلي المستهدف، وبلغت نسبة تدريب أساتذة الجامعات 90% من العدد الكلي المستهدف، كما تبنت 8% من الجامعات مقرر الدراية الإعلامية والمعلوماتية، وتم تدريب 64% من العدد الكلي المستهدف من الشباب. وبلغت نسبة إنجاز الإطار الوطني لإدماج كفايات الدراية الإعلامية في المناهج الأردنية وإقراره رسمياً إلى نسبة 100%».

وبينت الدراسة أن عدد من تلقوا التدريبات على مهارات التربية الإعلامية بلغ 2566 شاباً وشابة، و1545 معلماً ومعلمة، و136 أستاذاً وأستاذة جامعيين،

1- صحيفة الغد الأردنية، «دراسة: الأردن في المستوى الرابع بانتشار الدراية الإعلامية والمعلوماتية»، نشرت في 17 آب 2023:

<https://alghad.com/Section-187/1358851->

و199 صحفياً وصحفية، و823 من فئات متعددة، و247 تلقوا تدريب مدربين، وعقدت 273 دورة تدريبية»¹.

وبينت نتائج الدراسة أن مجموع أنشطة التوعية المجتمعية في مجال التربية الإعلامية بلغ 106، وبمشاركة 9 آلاف و756 شخصاً، وتفاعل 39 ألف شخص مع المسابقات التفاعلية، فيما بلغ عدد المنتجات الإعلامية المختلفة في مجال التوعية والتثقيف 240 منتجاً. وحددت نتائج الدراسة وجود 14 دليلاً ومنهجاً تعليمياً تم إعدادها وإتاحتها، و35 درسا تفاعلياً متاحاً عبر الإنترنت، و54 مقطعاً مصوراً منشوراً إلكترونياً، وموقعين إلكترونيين، وأكدت النتائج الحاجة إلى إنتاج موارد تعليمية وتدريبية متخصصة في هذا المجال وإتاحتها وتوفيرها، وأن تصبح بمتناول الجميع. وأن من أبرز العوائق التي واجهت نشر التربية الإعلامية هو التمويل»².

ب. قيام منظمة اليونسكو بالعمل على عدد من المشاريع المتعلقة بالدراية الإعلامية، والمعلوماتية في الأردن. فقد بدأت عام 2013 بمحاولات بسيطة لإدماج مهارات التربية الإعلامية والمعلوماتية في الحصص والنشاطات المدرسية. وكان المشروع الأول الأكثر شمولاً بدأ عام 2016 بالتعاون مع معهد الإعلام الأردني في هذا المجال. وكان بعنوان «دعم الإعلام في الأردن» والممول من الاتحاد الأوروبي، ونفذ بناء على اتفاقية بين الاتحاد الأوروبي والأردن، واستمر حتى عام 2018 وجاء المشروع الثاني حول تمكين الشباب من خلال مهارات التربية الإعلامية والمعلوماتية، واستمر لمدة 20 شهراً، وكان ممولاً من الاتحاد الأوروبي، وهدف المشروع إلى تعزيز التربية الإعلامية والمعلوماتية.

1- صحيفة الغد الأردنية، «دراسة: الأردن في المستوى الرابع بانتشار الدراية الإعلامية والمعلوماتية»، نشرت في 17 آب 2023:

<https://alghad.com/Section-187/1358851->

2- الطوبسي، 2023، مرجع سابق.

ج - تجربة وزارة التربية والتعليم: أطلقت وزارة التربية والتعليم الأردنية في عام 2020 خطة وطنية للتربية الإعلامية، تهدف إلى إدراج التربية الإعلامية في المناهج الدراسية لجميع المراحل التعليمية. وقد تم إعداد مناهج التربية الإعلامية بالتعاون مع معهد الإعلام الأردني.

هـ - قدّمت اليونسكو مبادرة بعنوان «التربية الإعلامية ومكافحة التضليل من خلال البودكاست» نفذت في عامي 2021 و2022، من خلال شبكتي صوت، وصدى للبودكاست، لتعزيز أصوات الشباب ومساعدة 40 شابًا على تطوير مهاراتهم في التربية الإعلامية والمعلوماتية، وإنتاج محتوى صوتي خاص بهم، وجرى إنتاج 15 حلقة بودكاست لمجموعة من الشباب وهم يناقشون القضايا المرتبطة بالتربية الإعلامية والمعلوماتية.

و - تجربة جامعة اليرموك: تعد جامعة اليرموك من الجامعات الأردنية الرائدة في مجال التربية الإعلامية، حيث تقدم برنامجًا جامعيًا متخصصًا في التربية الإعلامية، يهدف البرنامج إلى إعداد متخصصين في هذا المجال قادرين على إنتاج وتحليل المحتوى الإعلامي بكفاءة.

5. السياسات الحكومية الخاصة بالتربية الإعلامية في الأردن

على الرغم من الكثير من الإيجابيات التي يعيشها العالم في ظل تطورات التواصل والاتصال الإنساني، إلا أن الأردن يجد في طرح ومناقشة تحديات هذا الاتصال أولوية أكثر إلحاحًا. وأولى هذه التحديات ما يُسمى «وباء المعلومات العالمي» الذي يضرب العالم وينتشر في كل مكان، ولا بُد من مواجهته للحد من أضراره الكثيرة التي من أهمها انتشار الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة، وتزييف الحقائق والإشاعات، وتلفيق المعلومات وتزويرها، وضرب القيم والثقافة،

وتشتيت المجتمعات وانحراف الأفراد وغيرها.¹

ورأت الحكومة الأردنية أن التحدي الأكبر اليوم في بيئة المعلومات، ولذلك بدأت بخطوات عمليّة جادّة على أرض الواقع لتحسين الشباب والأطفال والنساء من الانتهاكات في الفضاء الرقمي؛ من خلال تعليمهم ثقافة التحري من المصادر الموثوقة والتمييز بين المعلومات الصحيحة والخاطئة والتحقّق منها قبل تصديقها أو نشرها.

وتأتي التربية الإعلامية في الأردن كسبيل مؤثر في ترسيخ مفهوم الاختلاف بالرأي على أنّه طبيعة إنسانيّة صحيّة، وأن تعدّد الثقافات والأديان والأعراق واحترام الأنبياء، والكتب السماويّة والمعتقدات هو تفاعلٌ وتنوّعٌ إنسانيٌّ يُثري العلاقات البشرية التي لا تكون سليمةً إلا إذا نبذنا الكراهية والتمييز والعنصرية.²

تعمل وزارة الاتصال الحكومي الأردني على ملف التربية الإعلامية الذي يُعدّ أحد ملفاتها الرئيسية، فهي المعنية بالاتصال والإعلام. وجاءت التربية الإعلامية تحت مظلتها بفعل التحدي الذي يفرضه توفّر وسائل وأدوات الاتصال بين أيدي الأجيال، خصوصًا أن فئة الشباب تمثّل 70% من عدد السكان بالأردن. وهناك إساءة استخدام لهذه الأدوات في كثيرٍ من الأوقات؛ لترويج المحتوى المضلل، والانسياق وراء المعلومات الزائفة، والاعتداء على خصوصية الآخرين، والتهجّم على المؤسسات والمجتمعات والدول.

وكان الأردن قد اتخذ مبكرًا نهجًا استباقيًا وبناءً تجاه التربية الإعلامية والمعلوماتية، فمن خلال التعاون والتشاركية مع منظمة اليونسكو، تمت في

1 - باسم الطويسي، وطلال الزعبي، التربية الإعلامية والمعلوماتية في الجامعات الأردنية: تحليل الخطط الدراسية والمناهج واقتراح إطار عمل وطني، (عمّان: منشورات اليونسكو ومعهد الإعلام الأردني) 2018.

2 - المركز الوطني لتطوير المناهج الأردنية، 2020.

عام 2013 محاولات لإدماج مهارات التربية الإعلامية والمعلوماتية في الحصص والنشاطات المدرسية. وفي عام 2016، بدأ العمل الفعلي للتصدي لوباء المعلومات وعبر مراحل متعددة؛ إذ تم إصدار أول ورقة سياسة حول التربية الإعلامية والمعلوماتية، هدفت إلى تزويد الأجيال بمهارات التحليل والتفكير النقدي والأخلاقيات؛ لتمكينهم من التمييز بين الخبر والرأي، والخبر المفبرك والخبر المتوازن، وكيفية البحث عن المعلومة وتقييمها وإنتاجها؛ بما يسهم في التعبير عن رأيه بإيجابية وضمن الأخلاقيات التي تحكم الاستخدام الآمن والصحيح لمواقع التواصل الاجتماعي.

وعملت المؤسسات الأردنية المعنية على وضع الخطط والاستراتيجيات التي تم تنفيذها على أرض الواقع. وفي عام 2018، أدرجت الحكومة الأردنية خطة شاملة للتربية الإعلامية والمعلوماتية تلتزم بحق المواطنين بالمعرفة. وفي عام 2019 تم إقرار الاستراتيجية الوطنية للتربية الإعلامية والمعلوماتية، التي تبنتها الحكومة الأردنية كأولوية وأصبحت اليوم تنقذ من خلال وزارة الاتصال الحكومي، وتعتمد في تطبيقها على محاور عديدة، هي: المدارس، والجامعات، ومراكز الشباب، والفضاء العام، والإعلام ومؤسسات المجتمع المدني.¹

وفي عام 2020، تم إعداد خطة لإدخال مفاهيم التربية الإعلامية وتدريبها لتكون ضمن المناهج المدرسية الجديدة لعدد من الباحث؛ وفي عام 2021، تم تشكيل لجنة لوضع إطار خاص لمفاهيم التربية الإعلامية والمعلوماتية، وتم إقرار الإطار العام والخاص لإدماج كفايات التربية الإعلامية والمعلوماتية في المناهج المدرسية خلال العام الدراسي الحالي 2023/2024 إلى جانب تدريب ورفع كفاءة المعلمين والمعلمات على تنفيذ هذه البرامج.

1- وزارة الثقافة الأردنية، الخطة الوطنية التنفيذية لنشر التربية الإعلامية والمعلوماتية، 2021-2023.

وباتت التربية الإعلامية في الأردن منظومة مؤسسية متكاملة تحمي نفسها بنفسها، وتستطيع بناء مستقبل الأجيال على أساس متين من الدراية العميقة والمعرفة الراسخة، وذلك بعد إنشاء وزارة الاتصال الحكومي عام 2022 التي ضم هيكلها الإداري مديرية خاصة بالتربية الإعلامية، تعمل بالتعاون مع المركز الوطني للمناهج لإدخال دروس التربية الإعلامية ضمن مناهج بعض الصفوف المدرسية، وأيضا مع الجامعات لطرح مناهج التربية الإعلامية، ودروسها في المواد الجامعية المشتركة بين التخصصات.

ووضعت وزارة الاتصال الحكومي محورا خاصا بشبكات التواصل الاجتماعي، والتربية الإعلامية ضمن السياسة العامة للإعلام والاتصال الحكومي. ففي الوقت الذي توفر شبكات التواصل الاجتماعي أدوات إيجابية لنشر المعرفة، وتعزيز حرية التعبير، بالإضافة إلى آثارها الاقتصادية الإيجابية في التسويق والمنافسة. ترى الوزارة أن هناك مخاطر وسلبات لشبكات التواصل الاجتماعي، منها الأخبار والمعلومات غير الدقيقة. واستجابة لهذا الواقع، حددت بنودا في هذا الاتجاه على الوسائل الإعلامية الحكومية والمؤسسات العامة تنفيذها، وهي:¹

- أ. العمل محليا وعربيا ودوليا من أجل تشجيع جهود التربية الإعلامية والمعلوماتية، بالإضافة إلى التوسع في تضمينها في المدارس والجامعات الأردنية لتحسين المجتمع ضد مخاطر الأخبار الكاذبة والمغلوطة وحملات التضليل.
- ب. إسناد مواقع التواصل الحكومية وتعزيز قدراتها وأدوارها في إطار الجهود الحكومية في العملية الاتصالية.
- ت. التصدي لخطاب الكراهية وجميع أشكال الكراهية الرقمية ضد المجتمعات العربية والمسلمة.

1- وزارة الاتصال الحكومي الأردنية، السياسة العامة للإعلام والاتصال الحكومي، 2024/7/23.

ث. تعزيز المحتوى الإعلامي المناصر لجهود الأردن الدولية تجاه القضايا العربية والإسلامية والإنسانية، وفي مقدمتها القضية الفلسطينية والقدس الشريف والمقدسات الإسلامية والمسيحية فيها.

وفي مجال تحصيل طلبه المدراس بالأردن، وتعليمهم التربية الإعلامية، وضع المركز الوطني للمناهج بالتعاون مع وزارة الاتصال الحكومي إطارًا خاصًا بالتربية الإعلامية يكون مرجعًا استراتيجيًا لإدماج التربية الإعلامية والمعلوماتية في العملية التعليمية بالمدراس. وتضم دروسًا ووحدات داخل مناهج: اللغة العربية، والتربية الاجتماعية، والتربية الوطنية، واللغة الإنجليزية؛ ثم في المناهج الأخرى تبعًا. وبدأ من العام الدراسي 2023/2024 إدخال دروس ووحدات التربية الإعلامية ضمن المناهج السابق ذكرها للصفوف المدرسية: الخامس والسادس والسابع والثامن والتاسع والحادي عشر والثاني عشر، بحيث يتم إدماج مفاهيم التربية الإعلامية تدريجيًا في المناهج؛ لتكون عملية تعلمها بطريقة تلقائية يسهل استيعابها من خلال مواد متعددة، وليس أن تكون محصورة في مادة مكتظة بالمفاهيم، وتتناول الدروس والوحدات التي بدأ طلبه مدارس الأردن دراستها الموضوعات التالية¹:

فهم الاتصال الإنساني، والتعبير بمسؤولية ضمن أخلاقيات النشر، وفهم الإعلام وتطوراتهِ ومستقبله ومخاطره؛ وشبكات التواصل الاجتماعي وفوائدها ومضارها والدعاية والتضليل؛ والملكية الفكرية، وفوائد الصحافة والإعلام، وطريقة التعامل مع البيانات والتحقق من مصداقيتها وكيفية التعامل مع الإغراق الإعلامي والإشاعات والأخبار الكاذبة والمحتوى المخالف للقيم السائدة.

أ. تطوير المهارات والمعارف في دور الإعلام بالحياة العامة؛ وصولاً إلى إسهام الإعلام في ترسيخ المواطنة الفاعلة وحرية التعبير والمشاركة العامة.

1- المركز الوطني لتطوير المناهج، الإطار الخاص لإدماج كفايات التربية الإعلامية بالمناهج الأردنية، 2022.

ب. فهم مضمون الإعلام من حيث النصوص والصور، والصور المتحركة، والصوت، والفيديو، والقدرة على تحليل المحتوى وفهم أشكاله ومقاصده وموثوقية هذا المحتوى.

ت. تعزيز قدرة الوصول إلى المعلومات والتعرّف إلى المصادر، والقدرة على تقويم المعلومات ومهارات البحث، وممارسة الحق في الحصول على المعلومة.

ث. غرس مبادئ التفكير الناقد في التعامل مع وسائل الإعلام، ومهارات التحقق من المحتوى الإعلامي وفهم معناه، والطريقة السليمة للتعبير عن الرأي، واحترام الرأي الآخر، وتجنّب خطاب الكراهية والإساءة لفئات المجتمع بما فيها المرأة أو الطفل واكتساب المعرفة بالخصوصية والخوارزميات.

ج. فهم السياق الاجتماعي والثقافي للمضمون الإعلامي بما في ذلك الأطر التشريعية والسياسية السائدة والأنساق الثقافية وطبيعة الجمهور والرسالة المناسبة والاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام والاستخدام الضار وكيفية تجنبه.

ح. القدرة على إنتاج المحتوى الإعلامي واكتساب المهارات الأساسية في إنتاج المحتوى بمختلف الوسائط التقليدية والرقمية.

خ. رفع الكفاية في التربية الإعلامية وأساسيات التعامل مع وسائل الإعلام في الحياة اليومية، والإسهام في نشر مبادئ التربية الإعلامية في الأسرة والمجتمع وليس فقط معرفتها.

كما بدأت الجامعات بإدخال مادة التربية الإعلامية ضمن المواد الجامعية المشتركة لجميع الطلبة، وجامعات أخرى أدخلت مفاهيم التربية الإعلامية ضمن مواد التربية الوطنية ومهارات التواصل ومهارات الاتصال وغيرها من المواد، وصولاً إلى زيادة عدد دروس التربية الإعلامية وتنظيم الندوات والمؤتمرات.

وتعمل وزارة الاتصال الحكومي المعنية بملف التربية الإعلامية بالأردن، على تنظيم الندوات التوعوية بالتربية الإعلامية لموظفي المؤسسات العامة، بالإضافة إلى التواصل المستمر مع وزارة التربية والتعليم، ووزارة التعليم العالي، بالإضافة إلى الجامعات للتنسيق وتنظيم الأنشطة المستدامة في مجال التربية الإعلامية داخل المؤسسات وخارجها وفي الحرم الجامعي وليس فقط من خلال الدروس.

6. تشريع قوانين حديثة خاصة باستخدام وسائل الإعلام والاتصال في الأردن

أصدرت الحكومة الأردنية قانون الجرائم الإلكترونية رقم 17 لسنة 2023، الذي نشر في الجريدة الرسمية، وأصبح نافذاً. ويتضمن عقوبات مشددة وغرامات باهظة، إذ يجرم نشر البيانات أو المعلومات عن قصد عبر شبكة الإنترنت أو منصات التواصل الاجتماعي، إذا كانت تنطوي على أخبار كاذبة أو قذح أو ذم أو تحقير. كما يجرم القانون «أن ينسب قصداً من دون وجه حق، إلى أحد الأشخاص عبر أنظمة المعلومات أو وسائل التواصل الاجتماعي أفعالاً من شأنها «اغتيال شخصيته»، أو إثارة النعرات أو الحض على الكراهية أو الدعوة إلى العنف أو تبريره، أو ازدراء الأديان، أو استهداف «السلم المجتمعي»¹.

ويتضمن القانون عقوبات لهذه الجرائم تشمل الحبس لمدة تصل إلى 3 سنوات، أو غرامات مالية تصل إلى 20 ألف دينار أردني، مع الإبقاء على عقوبة التوقيف قبل صدور الحكم النهائي في القضايا التي يجرمها القانون. وقد كانت العقوبات، لدى مناقشتها في اللجنة القانونية في مجلس النواب، أعلى قبل تخفيفها. كما يغلظ القانون العقوبات على منتحلي صفة الموظف العام ومزوري الصفحات الخاصة بالجهات الرسمية في حالات محددة، ليصل بعضها إلى الحبس مع

1 - ديوان التشريع والرأي الأردني، قانون الجرائم الإلكترونية رقم 17 لسنة 2023.

الأشغال المؤقتة وغرامة تصل إلى 45 ألف دينار، وفي جرائم مصرفية أخرى إلى غرامة بقيمة 75 ألف دينار أردني غرامة.

وتهدف هذه القوانين إلى حماية المجتمع من الأضرار التي قد تنتج عن استخدام وسائل الإعلام والاتصال بشكل غير مسؤول، ومنها:

أ. نشر الشائعات التي يمكن أن تؤدي إلى اضطرابات اجتماعية أو سياسية.

ب. نشر المعلومات المضللة التي يمكن أن تؤدي إلى اتخاذ قرارات خاطئة.

ت. انتهاك الخصوصية للأفراد.

التوصيات

في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، تقدم مقترحًا يساهم في تعزيز العمل الإعلامي ومواجهة ما تحمله منصات التواصل الاجتماعي من أخبار زائفة أو مغلوطة، وذلك بدعوة وزارة الاتصال الحكومي في الأردن إلى:

1. توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الكشف المبكر عن الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي، لتحديد مصادر نشرها والحيلولة دون انتشارها، بالاستفادة من النماذج الصينية مثل: (SSIC, CUSLSTM, CUSMAXLSTM) أو غيرها.

2. تأسيس هيئة من الخبراء المتخصصين تُعنى بدراسة الأخبار الزائفة الهادفة لنشر الشائعات وتحليلها، أو التي تحمل مغالطات، وذلك للرد عليها وتصويب ما ينشر حتى لا يؤثر التضليل سلبيًا على اتجاهات الرأي العام.

الخاتمة

توضح مؤشرات الدراسة أن واقع التجربة الأردنية في مجال التربية الإعلامية يُعدّ أنموذجًا متقدمًا على المستوى العربي والإقليمي، وذلك بعد تبني الحكومة الأردنية خطة وطنية لنشر التربية الإعلامية والمعلوماتية للفترة الممتدة من عام 2020-2023. وقد أظهرت نتائج هذه الخطة أن الأردن أنهى السيناريو الثالث وأصبح من الدول العربية الأولى التي تقف على أعتاب السيناريو الرابع من سيناريوهات التربية الإعلامية والمعلوماتية، وفقًا لتصنيف اليونسكو.

وقد حققت الخطة التنفيذية للحكومة نشر التربية الإعلامية على نطاق واسع، وبناء القدرات الوطنية، وإدماج الدراية الإعلامية في مناهج المدارس، وتعليم التربية الإعلامية في الجامعات، ونشر الوعي والوصول إلى فئات المجتمع كافة.

وتتابع لجنة برئاسة وزير الاتصال الحكومي، بمشاركة الأمراء العامين لوزارات التربية والتعليم، والتعليم العالي والبحث العلمي، والشباب، والثقافة، بالإضافة إلى المركز الوطني لتطوير المناهج ومعهد الإعلام الأردني، تنفيذ خطة تنفيذية لبرنامج التربية الإعلامية والمعلوماتية هادفة إلى تطوير برنامج عمل لتحسين قدرة المجتمع في التعامل مع مصادر المعلومات والأخبار وأدوات التكنولوجيا الرقمية.

كما تسعى المبادرة الحكومية إلى تغيير النظرة السائدة حول التربية الإعلامية من كونها أداة للحماية والدفاع إلى فهم أعمق وأشمل، بوصفها أداة للتمكين والمشاركة والابتكار.

ومن المتوقع أن تشهد التجربة الأردنية في مجال التربية الإعلامية آفاقًا جديدة، مع تحقيق نتائج إيجابية خلال السنوات الخمس المقبلة.

المصادر والمراجع:

1. أحمد جمال حسن، التربية الإعلامية، ط1، مصر، المنيا: دار المعرفة، 2015، ص9.
2. أمجد صفوري، وإبراهيم صري، «فاعلية دورات التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي في الأردن.» مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 12، العدد 1، 2024، ص 37-77.
3. باسم الطويسي «حالة الدّراية الإعلامية والمعلوماتية في الأردن في ضوء الخطة الوطنية لنشر التربية الإعلامية والمعلوماتية للأعوام 2020 – 2023»، معهد الإعلام الأردني، 2023.
4. باسم الطويسي، وطلال الزعبي، التربية الإعلامية والمعلوماتية في الجامعات الأردنية: تحليل الخطط الدراسية والمناهج واقتراح إطار عمل وطني، عمّان: منشورات اليونسكو ومعهد الإعلام الأردني 2018.
5. بيان التل، رئيسة لجنة إدماج مفاهيم التربية الإعلامية والمعلوماتية في المناهج الدراسية، تصريح صحفي إلى وكالة أنباء بتر، /https://petra.gov.jo/ 29/7/2023 Include/InnerPage.jsp?ID=252413&lang=ar&name=news
6. خلف محمد الطاهات، ودينا عاهد الدهون. «إدراك طلبة الإعلام لمفهوم التربية الإعلامية في الأردن» سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة مؤتة، المجلد 38، العدد 3، 2023.
7. سلسبيل أديب حسن، مأمون أحمد أرشيد، وغيث حسن عبيدات. «دور معلمي الدراسات الاجتماعية في تعزيز مفاهيم التربية الإعلامية لدى طلبة المرحلة الأساسية العليا في الأردن خلال جائحة كوفيد-19»، مجلة العلوم التربوية والنفسية المجلد 5، العدد. 28، 2021، ص 80-99.
8. صحيفة الغد الأردنية، «دراسة: الأردن في المستوى الرابع بانتشار الدراية الإعلامية

- والمعلوماتية»، نشرت في 17 آب 2023-:1358851/Section-187/alghad.com/https://
9. عبير مجلي أبودية وخولة ياسين الزغلوان «التجربة الأردنية في التربية الإعلامية والمعلوماتية: دراسة حالة مشروع معهد الإعلام الأردني». مجلة دراسات: العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة الأردنية، المجلد 51، العدد 2، 2024.
10. المركز الوطني لتطوير المناهج، التعليم والمستقبل، عمّان، 2022. https://nccd.gov.jo/EBV4.0/Root_Storage/AR/EB_Publications/EducationFu.pdf
11. المركز الوطني لتطوير المناهج، الإطار الخاص لإدماج كفايات التربية الإعلامية بالمناهج الأردنية، 2022.
12. وزارة الاتصال الحكومي الأردنية، التربية الإعلامية والمعلوماتية، 3/7/2024.
13. وزارة الاتصال الحكومي الأردنية، السياسة العامة للإعلام والاتصال الحكومي، 23/7/2024.
14. وزارة الثقافة الأردنية، الخطة الوطنية التنفيذية لنشر التربية الإعلامية والمعلوماتية، 2021-2023.
15. يوسف عوض أحمد المشاقبة «التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها على مضامين المواقع الإخبارية الأردنية في ظل تنامي الإعلام الرقمي»، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 80، سبتمبر 2022، ص 2089.
16. اليونسكو، «الدراية الإعلامية والمعلوماتية للمواطنين، منهاج الدراية الإعلامية والمعلوماتية للمعلمين والمتعلمين»، إصدار منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، اليونسكو، باريس، 2023، ص 3.
17. اليونسكو، «تقييم تنمية الإعلام في الأردن بناء على مؤشرات اليونسكو لتنمية الإعلام» مكتب اليونسكو في عمان، 2015.

الفصل الثاني

واقع التربية الإعلامية في سلطنة عمان

دراسة تحليلية للتطبيقات والممارسات المستجدة

في المؤسسات الحكومية والخاصة

د. فاتن بن لاغة¹

رحمة الحراصي²

Abstract

The study aimed to analyze the reality of media education in the Sultanate of Oman by identifying the actors in its application and monitoring the activities and efforts exerted in educational and media institutions. The results showed that media education is implemented through extracurricular activities, workshops and awareness programs in universities and educational institutions, while it lacks integration within the official curricula as an essential and sustainable element. The study also showed that universities play a pivotal role in countering rumors and misleading media content through the use of artificial intelligence technologies and launching awareness initiatives, but these efforts require strategic coordination between media and educational institutions to develop the institutional impact of these efforts. The study concluded that it is necessary to formulate a comprehensive national strategy through which media education will be integrated into the school curricula,

1- أستاذ الاتصال الاستراتيجي والعلاقات العامة بجامعة السلطان قابوس

2- باحثة في العلاقات العامة والإعلان بجامعة السلطان قابوس

in addition to strengthening specialized training programs for teachers and intensifying institutional cooperation between the media and educational sectors. The study also recommended the development of advanced mechanisms to combat misleading content and enhance media awareness among various segments of society to achieve the sustainability of intellectual security.

Keywords: media education, mass media, government and private institutions, Sultanate of Oman

ملخص

هدفت الدراسة إلى تحليل واقع التربية الإعلامية في سلطنة عُمان من خلال تحديد الأطراف الفاعلة في تطبيقها، ورصد الأنشطة والجهود المبذولة في المؤسسات التعليمية والإعلامية. وأظهرت النتائج أن التربية الإعلامية تُنفذ عبر أنشطة لا صفية، وورش عمل، وبرامج توعوية في الجامعات والمؤسسات التعليمية، بينما تفتقر إلى التكامل ضمن المناهج الدراسية الرسمية كعنصر جوهري ومستدام.

كما بيّنت الدراسة أن الجامعات تضطلع بدور محوري في التصدي للشائعات والمحتوى الإعلامي المضلل من خلال توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وإطلاق مبادرات توعوية، ومع ذلك، فإنّ هذه الجهود تحتاج إلى تنسيق استراتيجي بين المؤسسات الإعلامية والتعليمية لتطوير الأثر المؤسسي لهذه الجهود.

خلصت الدراسة إلى ضرورة صياغة استراتيجية وطنية شاملة تُدمج من خلالها التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية، إلى جانب تعزيز برامج التدريب التخصصي للمعلمين وتكثيف التعاون المؤسسي بين القطاعات الإعلامية والتعليمية. كما أوصت الدراسة بتطوير آليات متقدمة لمكافحة المحتوى

المضلل، وتعزيز الوعي الإعلامي لدى مختلف شرائح المجتمع لتحقيق استدامة الأمن الفكري.

الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية، وسائل الإعلام، المؤسسات الحكومية والخاصة، سلطنة عمان.

مقدمة

شهدت العقود الأخيرة تحولات جذرية بفعل تطور وسائل الإعلام والاتصال، مما أثر بشكل عميق على عملية التنشئة الاجتماعية. فقد أصبحت وسائل الإعلام - بما في ذلك التلفزيون، الإنترنت، ومنصات التواصل الاجتماعي - تؤدي أدوارًا تفاعلية مؤثرة في تشكيل الهوية والقيم الثقافية للأفراد، لا سيما بين الأطفال والشباب (Mares & Woodard, 2018). ويشكل هذا التحول تحديًا أمام المجتمع للحفاظ على ثوابته الحضارية والثقافية، وهو ما دفع إلى تزايد الحاجة إلى التربية الإعلامية كأداة أساسية لمواجهة التأثيرات السلبية لبعض المحتويات الإعلامية على المستويين الأخلاقي والثقافي (Gerbner, 1998).

وتُعرف التربية الإعلامية بأنها مجموعة من الاستراتيجيات والتقنيات التي تهدف إلى تمكين الأفراد من النقد والتحليل البناء للمحتوى الإعلامي، فهي القدرة على فهم الرسائل الإعلامية وتقييمها بطريقة مدروسة وناقدة، بدلاً من الاعتماد على التلقي السلبي. وتُمكن هذه الاستراتيجيات تفاعل الأفراد الواعي مع المحتويات الإعلامية والمشاركة الفعالة في إنتاجها، مما يعزز التفكير النقدي لديهم (Buckingham, 2003). ولقد أكدت الدراسات الحديثة أن أحد أهداف التربية الإعلامية هو توفير الأدوات التحليلية للأفراد، حيث يمكنهم التفريق بين المعلومات الموثوقة والمضللة، وتبني أساليب التحقق عند استهلاك المحتوى الإعلامي (Potter, 2004).

وفي ظل الاستهلاك المتزايد للوسائط الإعلامية من قبل مختلف الفئات العمرية، برزت أهمية إدماج التربية الإعلامية في النظم التعليمية والسياسات الوطنية. فقد أظهرت الدراسات أن برامج التربية الإعلامية لا تسهم فقط في حماية الأفراد من التأثيرات السلبية للمحتوى الإعلامي، بل تُعدهم أيضا للقيام بأدوار فاعلة في المجتمع كمنتجين لمحتوى إيجابي يعزز القيم الثقافية والأخلاقية (Hobbs, 2010; Livingstone, 2004).

من هنا، تلقي الدراسة الحالية الضوء على واقع التربية الإعلامية في سلطنة عمان، لتؤكد ضرورة اعتماد استراتيجيات مدروسة وممارسات فعالة لتعليم الأطفال والشباب كيفية التعامل النقدي مع وسائل الإعلام، بما في ذلك القدرة على التحليل والتقييم، وبناء الوعي الاجتماعي المستدام حول الإعلام ومخاطره.

مشكلة الدراسة

تشهد المجتمعات المعاصرة تغيرات متسارعة نتيجة الطفرة الهائلة في تقنيات الاتصال وظهور فضاءات افتراضية تتجاوز الحدود التقليدية للزمان والمكان. وقد أثرت هذه التحولات على مختلف جوانب الحياة، مما أدى إلى انتشار واسع لاستخدام وسائل الإعلام الحديثة التي باتت تؤدي أدوارًا متعددة تؤثر بشكل عميق على الأفراد والمجتمعات. ومع تزايد تأثيرات هذه الوسائل، ظهرت تحديات كبيرة تتطلب تدخلًا تربويًا ممنهجيًا؛ حيث تشير العديد من الدراسات إلى أن غياب التربية الإعلامية الفعالة قد يؤدي إلى آثار سلبية على الفكر والسلوك، لا سيما لدى فئات الشباب (Livingstone & Helsper, 2007).

في هذا السياق، تأتي الدراسة الحالية لتتناول واقع التربية الإعلامية في المؤسسات التربوية والإعلامية في سلطنة عمان، بالاعتماد على رصد أبرز ممارساتها في السلطنة وتحليلها، ومدى فاعليتها في مواجهة التحديات التي

تفرضها وسائل الإعلام المعاصرة.

أهداف الدراسة

يتلخص الهدف الرئيس للدراسة في رصد تجربة سلطنة عمان في مجال التربية الإعلامية وذلك من خلال:

1. تحديد الجهات المعنية بتطبيق التربية الإعلامية في سلطنة عمان.
2. توثيق أهم النشاطات والمشاريع التي تم إنجازها في مجال التربية الإعلامية في مختلف المؤسسات التعليمية والإعلامية في سلطنة عمان.

أهمية الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على أهمية التربية الإعلامية، خصوصاً في ظل تزايد تأثير وسائل الإعلام. وتُسهم نتائج الدراسة في توفير مرجع يمكن أن تستفيد منه المؤسسات التربوية والإعلامية لتعزيز وعي الجمهور بالاستخدام النقدي لهذه الوسائل. وتمثل الدراسة أساساً يمكن الاعتماد عليه لإجراء أبحاث مستقبلية أكثر تخصصاً في مجال التربية الإعلامية، ما يسُهم في تطوير مقاربات بحثية متنوعة في هذا الحقل المتنامي.

أهداف الدراسة

رصد تجربة سلطنة عمان في مجال التربية الإعلامية وذلك من خلال:

1. تحديد الجهات المعنية بتطبيق التربية الإعلامية في سلطنة عمان.
2. توثيق أهم النشاطات والمشاريع التي تم إنجازها في مجال التربية الإعلامية في مختلف المؤسسات التعليمية والإعلامية في سلطنة عمان.

منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي على أنه الأنسب لتحقيق أهدافها، حيث يتيح وصف الظواهر وتحليلها بشكل منهجي ودقيق. استخدمت الدراسة هذا المنهج لكشف واقع التربية الإعلامية في سلطنة عمان من خلال رصد أنشطة وتطبيقات التربية الإعلامية في سلطنة عمان. كما اعتمدت الدراسة على مراجعة الوثائق الرسمية والبرامج التوعوية لرصد الجهود المبذولة، مع التركيز على كشف الفجوات وتحديد مجالات التطوير.

عينة الدراسة

شملت عينة الدراسة الجامعات الحكومية التالية: جامعة السلطان قابوس، جامعة التقنية والعلوم التطبيقية، كلية الشريعة والجامعات الخاصة التالية: جامعة نزوى، الكلية الحديثة، كلية البيان، وجامعة مسقط، كما شملت الدراسة المعاهد الحكومية، والمعاهد الخاصة، والمدارس الحكومية، والمدارس الخاصة في سلطنة عمان.

مصطلحات الدراسة

التربية الإعلامية (Media Literacy)

يقصد بالتربية الإعلامية طريقة الفهم الواعي للرسائل الإعلامية وتقييم المحتوى الإعلامي تقييماً ناقداً، والوعي بمخاطر وسلبيات الإعلام بشكل عام (Schwarz,2013). ويعرف (Silveblatt, 2001) التربية الإعلامية على أنها الوعي بتأثير وسائل الإعلام والاتصال على الفرد بشكل خاص وعلى المجتمع بشكل عام، وفهم كيفية الاتصال الجماهيري، وتطوير استراتيجيات تمكّن الفرد من تحليل الرسائل الإعلامية وفهمها ومناقشتها وتنمية التقدير لمضمون ومحتوى وسائل الإعلام. كما تعرف التربية الإعلامية على أنها تعليم فنون الإعلام في المؤسسات

التعليمية المختلفة، وتنمية الحس الإعلامي لدى الأفراد مما يؤدي إلى خلق حس نقدي لديهم يمكنهم من التمييز بين الرسائل الإعلامية وعدم تقبلها جميعها كثوابت (عبد الحميد، والمتولي، 2008).

الدراسات السابقة

المحور الأول: أهمية التربية الإعلامية

مع زيادة الاستخدام السلبي لوسائل التواصل الاجتماعي وكثرة التحديات الناتجة عن هذا الاستخدام، كان لا بد من مدخل التربية الإعلامية كوسيلة لمواجهة هذه التحديات ولتحد من خطورتها. ويقصد بالتربية الإعلامية هنا القدرة على الوصول إلى المعلومات وتحليل الرسائل الإعلامية ونقدها وتقويمها، ومن ثم بناء أحكام مستقلة عن المحتوى الإعلامي.

تجمع التربية الإعلامية في أهدافها بين الحماية، وتمكين الفرد من حقوقه الإعلامية والاتصالية في بناء الفرد النافع الذي يسهم في بناء المجتمع ونموه وثباته واستقراره. فهي تسعى إلى المحافظة على الهوية الوطنية والثقافية ودعم مقومات الثقافة الوطنية والمحلية، بالإضافة إلى ضمان حرية التعبير عن الرأي وحق الوصول إلى المعلومات والأخبار والحقائق على أنها حق من حقوق الفرد ولكونها ضرورات اتصالية لا غنى عنها لدعم المشاركة والبناء الديموقراطي للبلد (حامد، 2014).

وقد بينت دراسة بلخيري (2017) أن التربية الإعلامية من شأنها أن تسهم في تمكين أفراد المجتمع من الوصول إلى فهم وسائل الإعلام، والطرق التي تعمل بها، ومن ثم تمكينهم من اكتساب المهارات الضرورية لاستخدام وسائل الإعلام وللتواصل من خلالها مع الآخرين.

ويرى المكي (2022) أن للأسرة دورًا مهمًا في ترسيخ أسس التربية الإعلامية، وأن الآباء يجب أن يكونوا قدوة لأولادهم في التعامل مع وسائل الإعلام والآن يقتنعوا بها. كما أن على الأسرة أن تربي الأطفال على نظام قيمي ثابت في أثناء تعاملهم مع وسائل الإعلام. وقد أشارت دراسة عبد العظيم (2011) إلى أن جميع الخبراء الذين شاركوا في الدراسة أكدوا أهمية التربية الإعلامية وحاجة المجتمع لها، وأن الوالدين يأتیان في مقدمة فئات المجتمع الأكثر حاجة للتربية الإعلامية.

وأثبتت دراسة خطاب (2013) أن مستوى إدراك الأطفال في المراحل الابتدائية لمظاهر العنف في الأفلام المصرية قد ارتفع بعد تطبيق مهارات التربية الإعلامية. كما أثبتت دراسة الخيري (2009) أنه من الضروري تفعيل التربية الإعلامية كمنهج دراسي ضمن خطة الدراسة، وأن تضمين التربية الإعلامية وتفعيلها في الأنشطة اللاصفية أعلى درجة في الأهمية من تطبيقها كمنهج دراسي.

وأوضحت دراسة نصر الدين (2017) أن التربية الإعلامية ضرورية لتطوير مهارات التعبير الشخصي للأطفال والناشئة، بالإضافة إلى أهميتها في تطوير مهارات النقد لديهم والاختيار الانتقائي للمعلومات التي يتعرضون لها. كما أنها تسهم في تزويدهم بمهارات فك الرموز، وتحليل محتوى الرسائل الإعلامية، والتعرف إلى مخاطر وسائل الإعلام على السلوكيات والقيم المجتمعية. وقد أثبتت دراسة الخيري (2009) أن الأسرة هي المحيط الأساسي الذي يتعلم منه الطفل أبجديات التربية الإعلامية، إذ تفترض الدراسة أن الوالدين يمتلكان القدرة على التحكم فيما يشاهده الأطفال على وسائل الإعلام المختلفة، وأن الوالدين قادران على تعليم أولادهم أسس التربية الإعلامية من خلال الرقابة التي يفرضونها على تعامل أبنائهم مع وسائل الإعلام والاتصال، بالإضافة إلى تشجيع القراءة النقدية والتحليل المنطقي لكل ما يبث على وسائل الإعلام.

وقد أوصت دراسة الدرعان (2019) بعد تقييم برامج تعزيز الأمن الفكري في التعليم السعودي من خلال تقييم نقاط القوة والضعف بضرورة إدراج مناهج التربية الإعلامية في التعليم السعودي لتمكين الطلبة من اكتساب مهارات التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة. فالتربية الإعلامية تهتم بتنمية أسلوب التفكير النقدي لدى الطلبة، وكذلك مهارات البحث والتحليل والتقييم لكل ما يُعرض على وسائل الإعلام المختلفة. كما أنها تسهم في بناء الهوية الثقافية للفرد، وتنمي الوعي الإعلامي لديه، وتسمو بأخلاقه في التعامل مع الرسائل الإعلامية ليقبل الاختلاف وبيتعد عن كل ما يجره إلى التطرف والعنف (Lee, 2010).

بينت دراسة برادي (2021) أن التربية الإعلامية تضمن لأفراد المجتمع التعرف إلى مصادر الرسائل الإعلامية واستنباط أهدافها السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية، وتحليلها وتشكيل آراء نقدية حولها. كما أنها تتيح لهم التعبير عن آرائهم حول كل ما يطرح على وسائل الإعلام، بل وتمكنهم من الإسهام في إنتاج المحتوى الإعلامي. كما أكدت دراسة السعيد وعبادة (2018) أن التربية الإعلامية تزود أفراد المجتمع بالقيم والمثل العليا وتنمي اتجاهاتهم السلوكية البناءة، بالإضافة إلى النهوض بمستواهم الفكري والوجداني.

ولا تؤدي التربية الإعلامية أدورًا دفاعية وحسب كما يظن الكثيرون، وإنما تركز بشكل كبير على التحصين والتوعية. فقد أكدت نتائج دراسة فياض (2019) على أن التربية الإعلامية تمثل حصانة فكرية لأفراد المجتمع ضد الأفكار المنحرفة وخطاب العنف والكراهية، وتمكنهم من مواجهة دعاة التطرف والغلو والعنف. كما توصلت دراسة صديق وأبو الحسن (2022) إلى أن تطبيق مناهج التربية الإعلامية في المراحل الدراسية الجامعية وما قبل الجامعة من شأنه أن يعزز من ثقافة التسامح والتصدي لخطاب الكراهية والعنف، مما يسهم في استقرار المجتمعات، وترسيخ المفاهيم الرئيسة لأهمية دور الإعلام في مواجهة خطاب

العنف والكراهية، من خلال جيل لديه القدرة على بناء مجتمع متسامح وملتزم بأخلاقيات النشر الإعلامي.

المحور الثاني: التحديات التي تواجه التربية الإعلامية

أدى التقدم المتسارع في وسائل الإعلام إلى ضروري تطوير مهارات التربية الإعلامية لتركز على جانبين مهمين هما التعامل مع الإعلام استهلاكاً وإنتاجاً، ومعرفة الإعلام بالنقد والتحليل وعدم التأثر والانجرار خلف كل ما تبثه وسائل الإعلام، وهذا الأمر يحتم على المعنيين مواجهة جميع التحديات التي تقف أمام تطبيق التربية الإعلامية (Chen, Wu & Wang, 2011).

وأثبتت دراسة الخيري (2009) أن من أهم تحديات تطبيق التربية الإعلامية عدم وجود شراكة حقيقية بين المؤسسات التربوية والإعلامية، وأن هذا الأمر يحتاج إلى إعادة نظر للارتقاء بالواقع المأمول والتقليل من التناقضات. كما بينت دراسة حويل ورباح (2009) أن أهم مقومات نجاح التربية الإعلامية هو تأسيس المناهج بطريقة مدروسة من خلال الجهات المعنية مثل وزارة التربية ووزارة التعليم العالي، وأن يتم تدريب المعلمين على كيفية تدريس هذه المناهج من خلال برامج تدريبية مكثفة، وهذا ما تفتقر إليه بعض المجتمعات.

وأثبتت دراسة عبد العظيم (2011) أنه توجد صعوبة في تطبيق التربية الإعلامية كمنهج دراسي في المدارس المصرية، إذ يعاني الطلبة من كثرة المناهج مما لا يسمح بقبول مادة جديدة. كما أثبتت دراسة ناصر (2016) أن الجهود الإسلامية في مجال التربية الإعلامية تكاد تكون معدومة، على الرغم من أن الدين الإسلامي يشجع على أهم أسس التربية الإعلامية، وهي عدم تصديق أية رسالة دون إخضاعها للتحليل والنقد، وأن غالبية الباحثين العرب تناولوا قضية التربية الإعلامية من ناحية إعلامية من دون الالتفات إلى الجانب الديني والاجتماعي.

وبينت دراسة Cheung (2009) أن بداية تطبيق التربية الإعلامية في كل من تاوان وهونج كونج واليابان وكوريا كانت تركز على الجانب الوقائي فقط، وذلك لحماية الطلبة من الانعكاسات السلبية لوسائل الإعلام المختلفة، وأن المنهج القائم على التمكين، وليس على الوقاية فحسب، بدأ متأخراً. وهذا المنهج من شأنه أن يمكن الطلبة ليكونوا منتجين إعلاميين، وذلك بتزويدهم بمهارات التفكير التحليلي النقدي.

وبين Buckingham (2007) أن التربية الإعلامية يجب ألا يتم حصرها على مفهوم المعلومات ودرجة موثوقيتها وتحيزها، بل يتعدى ذلك ليشمل الأبعاد الفكرية والاجتماعية لجميع الرسائل الإعلامية. كما بينت الدراسة أن أساليب التربية الإعلامية يجب أن تتطور باستمرار، وأن تعتمد أكثر على المشاركة والتفاعل مع الأخذ بعين الاعتبار أهمية العناية بمشكلة الفجوة الرقمية بين المجتمعات.

وأثبت Cheung (2009) أنه على الرغم من أهمية التربية الإعلامية كمدخل وقائي في التعامل مع وسائل الإعلام، إلا أن المدخل التمكيني يعدّ أكثر أهمية وتأثيراً على المدى البعيد. يعود ذلك إلى أسباب عديدة، أبرزها تغير نظرة المجتمع لوسائل الإعلام؛ حيث كان البعض ينظر إليها بشكل سلبي تماماً، لكن النظرة السائدة الآن تشير إلى أنها تضم جوانب مفيدة وأخرى ضارة. لذلك، يجب على المتلقي أن يتعامل مع رسائل الإعلام بنقد وتحليل ليتمكن من التمييز بين ما يعود عليه بالنفع وما قد يضره. بالإضافة إلى ذلك، غالباً ما يرفض الطلبة فكرة أنهم ضحايا وسائل الإعلام، كما أن التربية الإعلامية تقيمهم من شرها. لذا، فإن استخدام التربية الإعلامية كأسلوب وقاية يجعلهم ينظرون إليها على أنها ليست ذات قيمة ولا نفع منها. من هنا، يرى Cheung أن التربية الإعلامية يجب أن تكون أكثر من مجرد أداة تحذير للطلبة من الآثار السلبية لوسائل الإعلام، وأنه يتعيّن

على الجهات المعنية تعزيزها لتكون أداة تحليلية فعّالة ومحفزة لدراستها بشكل أعمق.

نتائج الدراسة

النتائج الميدانية لرصد التجارب في مجال التربية الإعلامية

أولاً: الجهات المعنية بالتربية الإعلامية في سلطنة عمان

| جدول رقم (1): الجهات المسؤولة عن «التربية الإعلامية» في سلطنة عمان |
|--|
| ▪ وزارة التعليم العالي والبحث العلمي والابتكار |
| ▪ وزارة التربية والتعليم |
| ▪ وزارة الإعلام |
| ▪ وزارة الثقافة والرياضة والشباب |
| ▪ وزارة الأوقاف والشؤون الدينية |
| ▪ وزارة التنمية الاجتماعية |
| ▪ مؤسسات المجتمع المدني: (الأندية الرياضية والثقافية في المحافظات، جمعيات المرأة العمانية، المؤسسات الشبابية التطوعية، الفرق الأهلية). |

يوضح الجدول رقم (1) الجهات الرسمية المسؤولة عن التربية الإعلامية في سلطنة عمان، والتي تتمثل في المقام الأول بوزارة التعليم العالي والبحث العلمي والابتكار، ووزارة التربية والتعليم، ووزارة الإعلام. تليها وزارة الثقافة والرياضة والشباب، ووزارة الأوقاف والشؤون الدينية، ووزارة التنمية الاجتماعية، وأخيراً مؤسسات المجتمع المدني.

جدول رقم (2): المؤسسات المعنية ب «التربية الإعلامية» في
سلطنة عمان

- الجامعات الحكومية (جامعة السلطان قابوس، جامعة التقنية والعلوم التطبيقية، كلية الشريعة).
- الجامعات الخاصة (جامعة نزوى، الكلية الحديثة، كلية البيان، جامعة مسقط).
- المعاهد الحكومية (تم تحويل جميع المعاهد إلى كليات مهنية).
- المعاهد الخاصة (معاهد التدريب التقني والإداري، معاهد تعليم اللغات).
- المدارس الحكومية (جميع المدارس التي تتبع الحكومة)
- المدارس الخاصة (جميع المدارس ذات الملكية الخاصة).

يبين الجدول رقم (2) المؤسسات التربوية في سلطنة عمان المسؤولة عن تطبيق التربية الإعلامية، وهي تشمل الجامعات الحكومية، وعلى رأسها جامعة السلطان قابوس، أول جامعة حكومية في السلطنة، والجامعات الخاصة، والكليات المهنية، والمعاهد الخاصة، بالإضافة إلى المدارس الحكومية والخاصة.

ثانياً: أهم الأنشطة والمشاريع التي تم إنجازها في مجال التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية والإعلامية والمدنية الخاصة والعامة في سلطنة عمان.

يشير الجدول رقم (3) إلى الطرق والممارسات الخاصة بالتربية الإعلامية المستخدمة في الجامعات الحكومية في سلطنة عمان، ومن بينها البرامج التعليمية مثل: برامج توعوية حول مخاطر المعلومات المضللة، وبرامج تعزيز مهارات استخدام الانترنت بشكل آمن، وبرامج تعليمية حول أساسيات الإعلام. بالإضافة إلى مؤتمرات وورش عمل تلقي الضوء على أهمية التربية الإعلامية، مثل مؤتمر «الاتصال الجماهيري في البيئة الرقمية: بين ضرورات التربية الإعلامية ومتطلبات التعليم الإعلامي» الذي عقد في جامعة السلطان قابوس، وورش العمل الخاصة بالتعامل مع وسائل الإعلام الحديثة التي تقيمها الجامعات الحكومية لمنتسبيها.

يبين الجدول رقم (3) أن جامعة السلطان قابوس تطرح مقرا حول التربية الإعلامية لطلبة الدراسات الجامعية الأولى. يهدف هذا المقرر إلى توعية الطلبة بأهمية التربية الإعلامية، وضرورة التعامل مع المحتوى الإعلامي بدقة وحذر، كما يعلم الطلبة الطرق المثلى لمواجهة تحديات وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع. وإلى جانب المقررات الدراسية، تقدم الجامعات الحكومية أنشطة لاصفية حول تطبيق التفكير الناقد، بالإضافة إلى إقامة مسابقات ابتكارية لطلبة الدراسات الجامعية لتشجيعهم على التفكير الناقد. كما تركز العديد من مشروعات التخرج لطلبة البكالوريوس في جامعة التقنية والعلوم التطبيقية على التربية الإعلامية والوعي الإعلامي.

ويبين الجدول رقم (3) أيضا أن الجامعات الحكومية تقدم مجموعة من المنح الممولة للباحثين المختصين في مجال التربية الإعلامية، ومن بين هذه المنح دراسة وطنية حول التربية الإعلامية بعنوان: «مقاربة سوسيو-اتصالية لاستخدامات الأطفال لوسائل وتقنيات الاتصال في سلطنة عمان:» نحو تأسيس إطار وطني للتربية الإعلامية، « في قسم الإعلام بكلية الآداب والعلوم الاجتماعية. كما أنتج القسم دراسة ماجستير حول التربية الإعلامية في سلطنة عمان بعنوان (قياس

مستوى التربية الإعلامية لدى طلبة جامعة السلطان قابوس: أنموذجا). وتعمل جامعة السلطان قابوس حاليا ممثلة بقسم الإعلام على مشروع مشترك بين رؤية عمان ووزارة الإعلام حول التربية الإعلامية.

وتسعى الجامعات الحكومية، كما يتضح في الجدول رقم (3)، إلى محاربة المحتوى الزائف والشائعات من خلال تطبيقات الذكاء الاصطناعي، ومن خلال الرد على الشائعات بالحقائق عبر القنوات الإعلامية الرسمية للجامعات، وذلك كأحد سبل ممارسة التربية الإعلامية. كما تنظم الجامعات مجموعة من الندوات وجلسات الحوار مع الجمهور الخارجي والمجتمع لنشر ثقافة التربية الإعلامية، مثل ندوة إعلام المستقبل التي أقيمت في جامعة السلطان قابوس بالتعاون مع مكتب رؤية عُمان 2040. وتستخدم الجامعات مجموعة من الوسائل السمعية البصرية، بالإضافة إلى تفعيل حسابات الجامعات على وسائل التواصل الاجتماعي، والموقع الإلكتروني والبريد الإلكتروني كشكل من أشكال التواصل الرقمي.

| جدول رقم (4) أهم النشاطات والمشاريع التي تم إنجازها في الجامعات الخاصة في سلطنة عُمان | | | | | | | | | | |
|---|---|-------------------------------|---|---------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|---|--|----------------------------|--|
| أشكال التواصل الرقمي | استخدام وسائل سمعية بصرية | قياس مستوى التفاعل مع الجمهور | محاكاة الشائعات | منصات رقمية لكشف المحتوى الزائف | مشاريع بحثية ماجستير ودكتوراه | منح بحثية خاصة بـ «التربية الإعلامية» | تدريب على المحتوى ناقد | مقررات تدريسية | ورش عمل | برامج تعليمية |
| حسابات الجامعات والكليات الخاصة على وسائل التواصل الاجتماعي، والموقع الإلكتروني والبريد الإلكتروني. | المشاركة في البرامج الإذاعية والتلفزيونية المعنية بالتربية الإعلامية. | حلقات نقاش. | حسابات الجامعات الرسمية على وسائل التواصل الاجتماعي | لا يوجد | لا يوجد | لا يوجد | مشاريع لا صيفية تطبقها الكليات الخاصة تشجع على التفكير الناقد، إضافة إلى مشروعات التخرج للطلبة الجامعيين. | مقرر «التربية الإعلامية» بكلية البيان. | ورشة عمل حول الأمن السبوري | برامج توعوية سنوية تقيمها الكليات والجامعات الخاصة للطلبة حول الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام الحديثة. |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |

مشاريع «التربية الإعلامية» في مؤسسات التعليم الخاصة

يؤكد الجدول رقم (4) اهتمام الجامعات الخاصة بقضية التربية الإعلامية، إذ تقدم الجامعات الخاصة بسلطنة عمان برامج توعوية سنوية للطلبة حول الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام الحديثة، بالإضافة إلى ورشة عمل حول الأمن السيبراني. كما تطبق بعض الجامعات الخاصة، مثل كلية البيان، مقرر التربية الإعلامية كمقرر إلزامي على طلبة الإعلام. بالإضافة إلى مجموعة من المشروعات الطلابية اللاصفية ومشروعات التخرج المعنية بالتربية الإعلامية التي تطرحها الجامعات الخاصة بشكل سنوي.

يوضح الجدول رقم (4) أن الجامعات الخاصة في سلطنة عمان لم تطرح حتى الآن منح بحثية أو رسائل جامعية حول التربية الإعلامية، ولكن نشر بعض منتسبي هذه الجامعات مجموعة من المقالات العلمية حول التربية الإعلامية. وتسعى الجامعات الخاصة، كما يتضح في الجدول رقم (4)، إلى محاربة المحتوى الزائف والشائعات من خلال تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومن خلال الرد على الشائعات بالحقائق عبر القنوات الإعلامية الرسمية للجامعات، وذلك كأحد سبل ممارسة التربية الإعلامية. كما تنظم الجامعات جلسات حوار مفتوحة لنشر ثقافة التربية الإعلامية، وتستخدم الجامعات الخاصة مجموعة من الوسائل السمعية البصرية، بالإضافة إلى تفعيل حساباتها على وسائل التواصل الاجتماعي، والموقع الإلكتروني، والبريد الإلكتروني كشكل من أشكال التواصل الرقمي.

| جدول رقم (5) أهم النشاطات والمشاريع التي تم إنجازها في المعاهد الخاصة في سلطنة عُمان | | | | | | | | | |
|--|--|---|--|---------------------------------|--------------------------------------|---------------------------|----------------|--|---|
| أشكال التواصل الرقمي | استخدام وسائل سمعية بصرية | قياس مستوى التفاعل مع الجمهور | مهارات الشائعات | منصات رقمية لكشف المحتوى الزائف | منح بحثية خاصة بـ«التربية الإعلامية» | تدريب على المحتوى ناقد | مقررات تدريبية | ورش عمل | برامج تعليمية |
| الموقع الإلكتروني ووسائل التواصل الرقمي | استخدام فيديوهات وصور على المواقع الإلكترونية الرسمية التابعة للكليات المهنية. | التفاعل عبر حسابات الكليات المهنية على وسائل التواصل الاجتماعي. | بث المعلومات الخاصة بالأحداث والأزمات من خلال المواقع الرسمية. | لا يوجد | لا يوجد | من خلال المشاريع الطلابية | لا يوجد | تقييم الكليات المهنية ورش بخصوص التعامل الجيد مع وسائل الإعلام وتفاذي الامتخدام السلسلي لها. | يتم تطبيق برامج تعليمية إضافية في معاهد الإدارة ومعاهد التدريب والتأهيل حول الوعي الإعلامي، |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |

مشاريع «التربية الإعلامية» في المعاهد الحكومية

يبين الجدول رقم (5) أن المعاهد الحكومية، التي تم تحويلها مؤخرًا إلى كليات مهنية، تقدم برامج تعليمية حول التربية الإعلامية، خصوصًا في معاهد الإدارة ومعاهد التدريب والتأهيل. كما تنظم هذه الكليات العديد من ورش العمل الخاصة بالتعامل الجيد مع وسائل الإعلام وتفاذي الاستخدام السلبي لها. ولا تطرح الكليات المهنية مقررات دراسية أساسية أو اختيارية حول التربية الإعلامية، وإنما تسعى إلى تطبيق قيم التربية الإعلامية من خلال الأنشطة اللاصفية والمشروعات الطلابية.

وتحارب الكليات المهنية الشائعات، كما تسعى إلى الحدّ من انتشار المحتوى الزائف من خلال بث المعلومات المتعلقة بالأحداث والأزمات عبر المواقع الرسمية، ومن خلال الرد على هذه الشائعات عبر الحسابات الرسمية على وسائل التواصل الاجتماعي.

| جدول رقم (6): أهم النشاطات والمشاريع التي تم إنجازها في المعاهد الخاصة في سلطنة عمان | | | | | | | | | |
|--|---|---|-----------------|---------------------------------|--------------------------------------|---------------------------|----------------|---------|--|
| أشكال التواصل الرقمي | استخدام وسائل سمعية بصرية | قياس مستوى التفاعل مع الجمهور | مخارطة الشائعات | منصات رقمية لكشف المحتوى الزائف | منح بحثية خاصة بـ«التربية الإعلامية» | تدريب على المحتوى ناقد | مقررات تدريسية | ورش عمل | برامج تعليمية |
| الموقع الإلكتروني ووسائل التواصل الرقمي | استخدام فيديوهات وصور على المواقع الإلكترونية الرسمية التابعة للمعاهد الخاصة. | تفاعل الجمهور مع حسابات المعاهد على وسائل التواصل الاجتماعي | لا يوجد | لا يوجد | لا يوجد | من خلال المشاريع الطلابية | لا يوجد | لا يوجد | برامج تعليمية بمعهد التدرب التقني والإداري |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |

مشاريع «التربية الإعلامية» في المعاهد الخاصة

يبين الجدول رقم (6) بعض الطرق التي تطبقها المعاهد الخاصة في سلطنة عمان لتعزيز التربية الإعلامية. تطرح هذه المعاهد عددا من البرامج التعليمية التي تهدف إلى رفع مستوى الوعي بأهمية التربية الإعلامية، كما تدرّب منتسبيها على التفكير النقدي من خلال المشروعات الطلابية. وتعتمد المعاهد في قياس التفاعل مع الجمهور على الرد عليهم عبر حساباتها على وسائل التواصل الاجتماعي. بالإضافة إلى ذلك، تستخدم المعاهد الخاصة، كما يظهر في الجدول رقم (6) فيديوهات وصور على المواقع الإلكترونية الرسمية التابعة لها، وتستفيد من حساباتها على وسائل التواصل الاجتماعي كشكل من أشكال التواصل الرقمي.

| جدول رقم (7) أهم النشاطات والمشاريع التي تم إنجازها في المدارس الخاصة في سلطنة عُمان | | | | | | | | | |
|--|---|---|-------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|---|---------------|--|---|
| أشكال التواصل الرقمي | استخدام وسائل سمعية بصرية | قياس مستوى التفاعل مع الجمهور | مهارات الشائعات | منصات رقمية لكشف المحتوى الزائف | منح بحثية خاصة بالتربية الإعلامية | تدريب على المحتوى ناقد | مقررات تدرسية | ورش عمل | برامج تعليمية |
| موقع المدرسة الإلكتروني، حسابات المدرسة على وسائل التواصل الاجتماعي. | رفع فيديوها ت وصور على الموقع الإلكتروني للمدرسة. | التفاعل مع حسابات المدارس الخاصة على وسائل التواصل الاجتماعي. | إنتاجات الحقائق ونشر الأخبار. | لا يوجد | لا يوجد | من خلال الأنشطة اللاصفية الجماعية المسابقات الثقافية. | لا يوجد | تقييم المدارس الخاصة للعلمين حول كيفية استثمار | برامج ينكرها المدرسون تشجع الطلبة على التفكير الناقد. |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |

مشاريع
«التربية
الإعلامية»
في مؤسسات
التعليم

يشير الجدول رقم (7) إلى طرق تعزيز التربية الإعلامية التي تنتهجها المدارس الخاصة في سلطنة عُمان، وهي البرامج التعليمية التي يبتكرها المدرسون لتشجيع الطلبة على التفكير النقدي، بالإضافة إلى ورش عمل للمعلمين حول كيفية استثمار الإعلام الرقمي والتقنيات الحديثة في التعليم. وعلى الرغم من عدم وجود مقررات دراسية رسمية للتربية الإعلامية في المدارس الخاصة، إلا أن إدارات هذه المدارس تحاول غرس قيم التفكير النقدي والوعي الإعلامي من خلال الفعاليات التي تقيمها، وكذلك من خلال الإذاعة المدرسية.

ولا تملك المدارس الخاصة منصات لكشف المحتوى الزائف ومحاربة الشائعات، بل تعتمد في الرد على الشائعات على استقاء المعلومات والأخبار من الموقع الرسمي لوزارة التربية والتعليم. كما تعتمد المدارس الخاصة على وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال في التفاعل مع الجمهور، خصوصاً أولياء الأمور، وتستثمرها كشكل من أشكال التواصل الرقمي.

| جدول رقم (8): أهم النشاطات والمشاريع التي تم إنجازها في المدارس الحكومية في سلطنة عُمان | | | | | | | | | |
|---|--|--|---|---------------------------------|--------------------------------------|---|---|--|--|
| أشكال التواصل الرقمي | استخدام وسائل سمعية بصرية | قياس مستوى التفاعل مع الجمهور | محاكية الشائعات | منصات رقمية لكشف المحتوى الزائف | منع بحثية خاصة بـ«التربية الإعلامية» | تدريب على المحتوى ناقد | مقررات تدريبية | ورش عمل | برامج تعليمية |
| التواصل عن طريق حسابات المدرسة على وسائل التواصل الاجتماعي. | رفع فيديوهات وصور على الموقع الإلكتروني للمدرسة. | الرد على استفسارات أولياء الأمور من خلال الحسابات الرسمية وبرامج ملتقى التربية | نشر الحقائق عبر موقع الوزارة الإلكتروني الرسمي. | لا يوجد | لا يوجد | يتم تدريب الطلبة على المحتوى الناقد من خلال المشاريع والأنشطة اللاصفية. | توجد خطة مستقبلية لتطبيق مقررات دراسية حول التربية الإعلامية. | تعد مدربات التعليم ورش عمل للمعلمين في المدارس الحكومية. | برنامج تربوية ناقذة تربوية مجلة التطوير التربوي |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |

مشاريع «التربية الإعلامية» في مؤسسات التعليم

يوضّح الجدول رقم (8) مدى تفعيل المدارس الحكومية لسبل وممارسات التربية الإعلامية في سبيل تعزيزها في نفوس الطلبة، إذ تقدم المدارس الحكومية مجموعة من البرامج التعليمية والتوعوية الهادفة مثل برنامج (مرايا تربية) وبرنامج (نافذة تربية) ومجلة (التطوير التربوي). كما تنظم مديريات التعليم ورش عمل للمعلمين في المدارس الحكومية. ولا توجد حالياً مقررات دراسية تتعلق بالتربية الإعلامية، ولكن هناك خطة مستقبلية لتطبيق مقررات دراسية حول التربية الإعلامية.

كما يبيّن الجدول رقم (8) بعض التطبيقات العملية التي تنتهجها المدارس الحكومية لتعزيز التربية الإعلامية، مثل تدريب الطلبة على المحتوى الناقد من خلال المشاريع والأنشطة اللاصفية. ولا تمتلك المدارس الحكومية منصات لكشف المحتوى الزائف ومحاربة الشائعات، وإنما تعتمد في الرد على الشائعات على استقاء المعلومات والأخبار من الموقع الرسمي لوزارة التربية والتعليم. كما تعتمد المدارس الخاصة على وسائل التواصل الاجتماعي بشكل فعال في التفاعل مع الجمهور بخاصة أولياء الأمور، وتستثمرها كشكل من أشكال التواصل الرقمي.

| جدول رقم (9): أهم النشاطات والمشاريع التي تم إنجازها في مؤسسات المجتمع المدني بسلطنة عُمان | | | | | | | | | | |
|--|---------------------------|---|-----------------|---------------------------------|---|---------------|-----------------------------|--------------------|---------|---|
| أشكال التواصل الرقمي | استخدام وسائل سمعية بصرية | قياس مستوى التفاعل مع الجمهور | محادثة الشائعات | منصات رقمية لكشف المحتوى الزائف | لقاءات توعوية | مراصد إعلامية | تدريب على المحتوى ناقد | دورات تدريبية عامة | ورش عمل | برامج توعوية |
| الجسديات الرسمية للفرق الأهلية والجمعيات على وسائل التواصل الاجتماعي | نشر فيديوهات توعوية. | التفاعل عبر حساباتهم على وسائل التواصل الاجتماعي. | لا توجد | لا توجد | توجد لقاءات توعوية بين المؤسسات الحكومية المعنية ومؤسسات المجتمع المدني حول الوعي الإعلامي وضرورة توعية الشباب بمخاطر الإعلام الرقمي. | لا يوجد | ورش عمل ضمن الأنشطة الصحفية | ورش عمل | ورش عمل | تقدم الأندية الشبابية والفرق الرياضية مجموعة من البرامج في الفترة الصباحية حول التوعية الإعلامية، وكيفية التعامل مع وسائل الإعلام |
| | | | | | | | | | | |

مشاريع «التربية الإعلامية» في مؤسسات المجتمع المدني

يشير الجدول رقم (9) إلى طرق تعزيز التربية الإعلامية التي تنتهجها مؤسسات المجتمع المدني بسلطنة عُمان وهي برامج توعية صيفية حول كيفية

التعامل مع وسائل الإعلام، وبرامج تدريبية توعوية تقدمها جمعيات المرأة العمانية على قضايا مختلفة من ضمنها اضرار وسائل التواصل الاجتماعي وكيفية التعامل معها، كما أن هناك لقاءات توعوية مشتركة بين مؤسسات المجتمع المدني والمؤسسات الحكومية المعنية حول الوعي الإعلامي وضرورة توعية الشباب بمخاطر الإعلام الحديث.

ولا تمتلك مؤسسات المجتمع المدني منصات لكشف المحتوى الزائف ومحاربة الشائعات، وإنما تعتمد في الرد على الشائعات على حساباتها الرسمية في مواقع التواصل الاجتماعي كشكل من أشكال التواصل الرقمي.

المؤسسات الإعلامية

| جدول رقم 10 المؤسسات الإعلامية والاتصالية التي تعني بالتربية الإعلامية في سلطنة عُمان | | مشاريع «التربية الإعلامية» في المؤسسات الإعلامية والاتصالية |
|--|---------------------|---|
| إذاعة عُمان، إذاعة القرآن الكريم | الإذاعات الرسمية | |
| الشبيبة، الوصال، هلا أف أم | الإذاعات الخاصة | |
| تلفزيون سلطنة عمان | التلفزيون الرسمي | |
| قناة مجان | التلفزيون الخاص | |
| عُمان، الشبيبة، الوطن، الرؤية. تايمز أوف، عُمان أوبزرفر | الصحف الرسمية | |
| أنثر، صحيفة العربي، الزمن | الصحف الخاصة | |
| الرؤيا، مرشد | المجلات الخاصة | |
| وكالة الأنباء العُمانية | المواقع الإخبارية | |
| منصة عين، البوابة العمانية | منصات تواصل اجتماعي | |
| | | |

يبين الجدول رقم (10) المؤسسات الإعلامية والاتصالية التي تعنى بتعزيز التربية الإعلامية في سلطنة عُمان، وتشمل هذه المؤسسات الرسمية مثل إذاعة عُمان، وتلفزيون سلطنة عُمان، وصحيفة عُمان، بالإضافة إلى العديد من المؤسسات الأخرى. أما على مستوى المؤسسات الخاصة، فتوجد إذاعة كهلا أف أم، وقناة مجان التلفزيونية الخاصة، وصحيفة أثير، وغيرها من المؤسسات الخاصة التي تؤدي دورها في مجال التربية الإعلامية. وتوجد أيضًا منصات رقمية مثل (عين)، بالإضافة إلى مواقع إخبارية مثل وكالة الأنباء الإعلامية.

| جدول رقم (11): أهم النشاطات والمشاريع التي تم إنجازها في سلطنة عُمان في المؤسسات الإعلامية | | | | | | | | | | |
|--|---|--|--|---|--|--|--|--|--|--|
| أنشكال التواصل الرقمي | استخدام وسائل سمعية بصرية | قياس مستوى التفاعل مع الجمهور | خطط المخارطة الشائعات | منصات رقمية لكشف المحتوى الزائف | لقاءات توعوية مع مختصين | تقارير صحفية | تدريب على المحتوى ناقد | دورات تدريبية عامة | ورش عمل | برامج توعوية ضمن دورات برامجية |
| الإذاعة والتلفزيوني والحسابات على وسائل التواصل الاجتماعي | برامج تلفزيونية مرئية وبرايمج إذاعية مسموعة، إضافة إلى تفهها عبر وسائل التواصل الاجتماعي. | تفاعل الجمهور مع ما بيث على وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية التابعة للمؤسسات الإعلامية. | توجيه العامة لاستقاء المعلومة من مصدرها الحقيقي من خلال نشر منشورات توعوية عبر الحسابات على وسائل التواصل وكذلك بث إعلانات عبر الإذاعة والتلفزيون. | حسابات الوزارة على وسائل التواصل الاجتماعي، وممارسات التربية الإعلامية. | لا توجد برامج متخصصة وإنما حلقات ضمن برامج إذاعية وتلفزيونية عامة حول الوعي الإعلامي وممارسات التربية الإعلامية. | الإعلام بين ضرورات التربية ومتطلبات التعليم، ومطلباتها الإعلامية. ضرورة ملاحظة التربية الإعلامية. المفهوم الدور، | دورات حول محتوى تقديمها وزارة الإعلام للمتدربين للوزارة من الإعلاميين. | دورات تدريبية للإعلاميين في كيفية التعامل مع وسائل الإعلام، والدبلوماسية الرقمية في الاتصال الحكومي، دورة تخصص حول خصائص الكتابة للنشر | ندوة حول التربية الإعلامية من تنظيم مركز التدريب الإعلامي بالتعاون مع جامعة السلطان قابوس. | أسبوع الداية الإعلامية والمعلوماتية 24 أكتوبر. |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |

بيّن الجدول رقم (11) طرقًا لتعزيز التربية الإعلامية في المؤسسات الإعلامية، حيث تقدم هذه المؤسسات برامج توعية مثل إقامة (أسبوع الدراية الإعلامية والمعلوماتية). كما تنظّم ورش عمل بالتعاون مع الجامعات، مثل الندوة حول التربية الإعلامية التي ينظمها مركز التدريب الإعلامي بالتعاون مع جامعة السلطان قابوس. وتقدم أيضًا برامج تدريبية للإعلاميين حول كيفية التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة، بالإضافة إلى دورات تدريبية حول نقد المحتوى.

ويوضح الجدول رقم (8) تقديم حلقات ضمن برامج إذاعية وتلفزيونية عامة حول الوعي الإعلامي وممارسات التربية الإعلامية. وتقوم الوزارة بالكشف عن المحتوى الزائف ومحاربة الشائعات عبر حساباتها في وسائل التواصل الاجتماعي، وتوجيه العامة لاستقاء المعلومات من مصدرها الحقيقي من خلال نشر منشورات توعوية عبر الحسابات على وسائل التواصل؛ وكذلك بث إعلانات عبر الإذاعة والتلفزيون. كما توجد برامج تلفزيونية مرئية وإذاعية مسموعة حول التربية الإعلامية. وتعتمد الإذاعة والتلفزيون والحسابات على وسائل التواصل كشكل من أشكال التواصل الرقمي.

خاتمة

يُظهر هذا البحث أنّ التربية الإعلامية في سلطنة عُمان تمثل جانبًا أساسيًا من العملية التربوية، حيث تؤدي دورًا محوريًا في تزويد الأفراد بمهارات التفكير النقدي والقدرة على تحليل المحتوى الإعلامي واستخدامه بفاعلية ووعي. وتعد هذه المهارات ضرورية لمواجهة التحديات المرتبطة بالمعلومات المضللة، ووسائل الإعلام الرقمية التي تزداد تأثيرًا وانتشارًا في حياة الأفراد اليومية. وبالاستناد إلى نتائج البحث والتحليل، يتبين أن تعزيز التربية الإعلامية في عُمان يتطلب وضع استراتيجيات تعليمية حديثة وشاملة، تستهدف المراحل التعليمية المختلفة، وتستند إلى أسس علمية تتلاءم مع الواقع المحلي.

من هنا، تُوصي الدراسة بضرورة تكامل جهود المؤسسات التعليمية والإعلامية والحكومية لتطوير برامج مستدامة في مجال التربية الإعلامية، يجب أن تشمل هذه البرامج ورش العمل التوعوية، وتطوير المناهج، وتدريب المعلمين على أساليب التربية الإعلامية الحديثة. إن مثل هذه المبادرات لا تُسهم فقط في تعزيز الوعي الإعلامي لدى الطلبة، بل تسهم أيضًا في خلق جيل يمتلك القدرة على التفاعل الإيجابي مع وسائل الإعلام والتكنولوجيا، بما يسهم في تحقيق رؤية السلطنة للتنمية المستدامة.

وعليه، تُعد هذه الدراسة أساسًا لدعوة مفتوحة للباحثين وصانعي القرار لإجراء دراسات مستفيضة تستهدف قياس فعالية البرامج الحالية وتحديد أفضل الممارسات التي يمكن اتباعها لضمان تكامل التربية الإعلامية ضمن منظومة التعليم في عُمان. ومع استمرار تطور المجال الإعلامي وازدياد تعقیده، تظل التربية الإعلامية ضرورة حتمية في بناء مجتمع عُماني واعٍ، قادرٍ على المشاركة الفاعلة، ومحصّنٍ ضد التأثيرات السلبية التي قد تنشأ عن التطورات المتسارعة في المجال الإعلامي.

المصادر والمراجع:

المراجع العربية:

1. برادي، نعيمة. (2021). إشكالية التربية الإعلامية في المجتمع العربي وتحدياتها. المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة، 3(3). 101 – 91.
2. بلخيري، سليمة عبد الكريم (2017). في ظل الغزو الرقمي القبيح: التربية الإعلامية ضرورة تربوية اجتماعية. مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، 3(2). 102-98.
3. حامد، محمد الحسين (2014). التربية الإعلامية ونشر ثقافة حقوق الإنسان: دراسة تحليلية. المجلة التربوية لجامعة سوهاج. (37).
4. حويل، إيناس، رباح عبدالجليل (2009). تصور مقترح لدور المدرسة في التربية الإعلامية في ضوء خبرات بعض الدول، المؤتمر العلمي العربي الرابع، جمعية الثقافة من أجل التنمية، جامعة سوهاج، إبريل 2009، 663-604.
5. خطاب، ريهام عبدالرزاق (2013). فاعلية استخدام برنامج للتربية الإعلامية في إدراك عينة من الأطفال المصريين للعنف التلفزيوني. [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة عين شمس.
6. الخيري، طلال عطاس (2009). تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية، [رسالة دكتوراه غير منشورة]. جامعة أم القرى.
7. الدرعان، نعيمة عمر (2019). تعزيز الأمن الفكري في ضوء المدخل الثقافي للتربية الإعلامية: دراسة تحليلية لبرامج التعليم السعودي الفكرية، مجلة البحوث في المجالات التربوية النوعية، 235-196.
8. السعيد، بعلي محمد، وعبادة، نور الهدى. (2018). التربية الإعلامية: قراءة في المفهوم، الأهداف والوسائل. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، 5(2)، 56 - 63.

9. صديق، رامي عطا، أبو الحسن، فاطمة شعبان (2022). دور الإعلام في مواجهة خطاب الكراهية وبناء مجتمع متسامح. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال. 19، 47-5.

10. عبدالحميد محمد، والمتولي، آمال (2003). الإعلام المدرسي: الصحافة والإذاعة المدرسية. دار مكتبة السراء.

11. عبدالعظيم، رشا عبداللطيف (2011). معايير التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها في مصر على المضامين التلفزيونية من منظور الخبراء. [رسالة ماجستير غير منشورة]. كلية الإعلام. جامعة القاهرة.

12. فياض، محمد أحمد. (2019). مستقبل وسائل الإعلام في مواجهة ظاهرة التطرف والإرهاب نحو نماذج اتصالية جديدة. المجلة الدولية للإعلام والاتصال الجماهيري، 1(1)، 23-41.

13. المكي، هشام. (2022). التربية الإعلامية والاسرة: الأهمية والأسس ومقترحات عملية للآباء والأمهات. مجلة الطفولة العربية، 23 (91)، 97 - 108.

14. نصر الدين، سميرة كتنفي (2017). دور مضامين الإعلام الجديد في نشر التربية الإعلامية. دراسة تحليلية سطيف نيوز الإلكترونية. مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية. 3(223-264).

المراجع الأجنبية:

1. Buckingham, D. (2007). Digital Media Literacies: rethinking media education in the age of the Internet. Research in comparative and international education, 2(1), 43-55.
2. Chen, D.-T., Wu, J., & Wang, Y.-M. (2011). Unpacking new media literacy. Journal on Systemics, Cybernetics and Informatics, 9(2), 84-88.

3. Cheung, C. K. (2009). Media education across four Asian societies: Issues and themes. *International Review of Education*, 55(1),39-58.
4. Lee, A. Y., & So, C. Y. (2014). Media literacy and information literacy: Similarities and differences. *Comunicar*, 21(42).
5. Schwarz, G. (2005). Overview: What is media literacy, who cares, and why?. *Teachers College Record*, 107(13), 5-17.
6. Silveblatt, A, (2001). *Media literacy: Keys to interpreting media messages* (2ne ed) Westport, CT.

الفصل الثالث

اتجاهات النخبة إزاء إدراج مادة التربية الإعلامية الرقمية في الجامعات والمدارس العراقية دراسة مسحية

أ.د. فاضل البدارني¹

أ.م.د. زهراء حسين الحداد²

م.د. اسامة فاضل البدارني³

م.د. صباح عواد محمد⁴

م.م. حيدر فاضل المساري⁵

Abstract

This research aims to identify the objectives of adding digital media education to the curriculum of education in Iraq, reveal the most important justifications for including the digital media education curriculum in schools and universities, and determine the most important criteria that digital media education addresses in its curricula, as well as identify the most dangerous types of media content that need to be addressed by digital media education

1- الجامعة العراقية /كلية الإعلام، بغداد، العراق

2- جامعة بابل /كلية الآداب / قسم الإعلام، بابل العراق

3- الجامعة العراقية /كلية الإعلام، بغداد العراق

4- ديوان الوقف السني/ دائرة التعليم الديني والدراسات الإسلامية، بغداد العراق

5- وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، بغداد العراق

and raise community awareness of it, and reveal the extent of the availability of an educational map and skills for digital media education that students acquire from the media. This research is considered one of the descriptive researches in which the researchers adopted the survey method, using the questionnaire form that consisted of four axes of knowledge, elite trends towards the inclusion of digital media education in Iraqi schools and universities, as the questionnaire was distributed to (200) elite researchers distributed as follows: (50) researchers from the academic elite, (50) researchers from the educational elite, (50) researchers from the cultural elite, and (50) researchers from the media elite in the period from 7/1/2014 to 7/31/2024, and the research reached a set of results, the most prominent of which are: The objectives of adding digital media education to the curriculum for education in Iraq came at the forefront of; It ranked first with (100) repetitions and a percentage of (20.41%), followed by the paragraph that media education contributes to students' knowledge of the sources of media texts and their political, social, economic, religious and cultural objectives and the context in which they appeared in second place with (99) repetitions and a percentage of (20.2%), while the paragraph that helps students understand and interpret media messages and the values presented through them came in third place and obtained (80) repetitions and a percentage of (16.33%). The paragraph concerning the spread of the information revolution, technology and mobile phone applications are among the most important justifications for including media education as a curriculum came at the forefront of the most important justifications for including the media education curriculum in schools and universities; Where it ranked first with (116) repetitions and a percentage of

(22.48%), followed by the paragraph on the community's use of technology and the Internet in its daily life, which has become an integral part of it, in second place with (108) repetitions and a percentage of (20.93%), while the paragraph on the spread of topics of electronic crime, blackmail, bullying, theft and electronic drugs that affected students' cognitive structures came in third place and obtained (89) repetitions and a percentage of (17.25%).

Keywords: Elite trends, Media education, Digital media education

ملخص

يهدف البحث إلى التعرف إلى أهداف إضافة مادة التربية الإعلامية الرقمية إلى المنهاج الدراسي للتربية والتعليم في العراق، والكشف عن أكثر المبررات أهمية لإدراج منهاج التربية الإعلامية الرقمية في المدارس والجامعات، وتحديد المعايير الأكثر أهمية التي تتناولها التربية الإعلامية الرقمية في مناهجها، بالإضافة إلى التعرف إلى أكثر أنواع المحتوى الإعلامي خطورة والتي تحتاج إلى معالجة من قبل التربية الإعلامية الرقمية وتوعية المجتمع منها، والكشف عن مدى توافر خريطة تربوية ومهارات للتربية الإعلامية الرقمية يكتسبها الطلبة من وسائل الإعلام.

ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي اعتمد فيها الباحثون المنهج المسحي، باستخدام استمارة الاستبانة التي تكونت من أربعة محاور لمعرفة اتجاهات النخبة إزاء إدراج مادة التربية الإعلامية الرقمية في المدارس والجامعات العراقية. إذ وُزعت الاستبانة على (200) مبحوث من النخبة، موزعة بـ (50) مبحوثاً من النخبة الأكاديمية، و(50) مبحوثاً من النخبة التربوية، و(50) مبحوثاً من النخبة الثقافية، و(50) مبحوثاً من النخبة الإعلامية في الفترة من 2014/1/7 ولغاية 2024/7/31.

وتوصل البحث إلى مجموعة من النتائج، أبرزها: جاءت في مقدمة أهداف إضافة مادة التربية الإعلامية الرقمية إلى المنهاج الدراسي للتربية والتعليم في العراق، حيث احتلت المرتبة الأولى بواقع (100) تكرار، وبنسبة بلغت (%20.41). تلتها فقرة (تسهم التربية الإعلامية في معرفة الطلبة بمصادر النصوص الإعلامية وأهدافها السياسية والاجتماعية والاقتصادية والدينية والثقافية والسياق الذي وردت فيه) في المرتبة الثانية بواقع (99) تكرار، وبنسبة بلغت (%20.2). بينما جاءت فقرة (تساعد الطلبة في فهم وتفسير الرسائل الإعلامية والقيم المقدمة من خلالها) في المرتبة الثالثة وحصلت على (80) تكرار، وبنسبة بلغت (%16.33). كما جاءت فقرة (انتشار الثورة المعلوماتية والتكنولوجيا وتطبيقات الهاتف المحمول من أكثر المبررات أهمية لإدراج التربية الإعلامية كمنهاج دراسي) في مقدمة أكثر المبررات أهمية لإدراج منهاج التربية الإعلامية في المدارس والجامعات، حيث احتلت المرتبة الأولى بواقع (116) تكرار، وبنسبة بلغت (%22.48). تلتها فقرة (استخدام المجتمع للتكنولوجيا والإنترنت في حياته اليومية التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ منها) في المرتبة الثانية بواقع (108) تكرار، وبنسبة بلغت (%20.93). بينما جاءت فقرة (انتشار موضوعات الجريمة الإلكترونية والابتزاز والتنمر والسرقة والمخدرات الإلكترونية التي أثرت على البنى المعرفية للطلاب) في المرتبة الثالثة، وحصلت على (89) تكرار، وبنسبة بلغت (%17.25).

الكلمات المفتاحية: اتجاهات النخبة، التربية الإعلامية، التربية الإعلامية الرقمية

مقدمة

شهدت التكنولوجيا الرقمية في الآونة الأخيرة تطورات سريعة، مما أدى إلى ظهور مفاهيم ومصطلحات جديدة مثل: التربية الإعلامية الرقمية، التي تهدف إلى تزويد الطلبة في المدارس والجامعات بالمهارات الضرورية للتعامل مع وسائل الإعلام الرقمية بطريقة آمنة وفعالة. وفي ظل هذه التطورات المتسارعة التي طالت وسائل الإعلام، ولأهمية إدراج مادة التربية الإعلامية الرقمية في المدارس والجامعات العراقية لتعزيز الوعي والمسؤولية الرقمية، وتحسين المهارات الأكاديمية والبحثية، والتفكير والنقد والإبداع لدى الطلبة، وللمساهمة في إعداد جيل من الطلبة قادر على التعامل بفعالية مع التطورات التكنولوجية والرقمية، جاء البحث الموسوم « اتجاهات النخبة إزاء إدراج مادة التربية الإعلامية الرقمية في الجامعات والمدارس العراقية » لإلقاء الضوء على أهداف إضافة مادة التربية الإعلامية الرقمية إلى المنهاج الدراسي للتربية والتعليم في العراق، والكشف عن أكثر المبررات أهمية لإدراج منهاج التربية الإعلامية الرقمية في المدارس والجامعات، وتحديد المعايير الأكثر أهمية التي تتناولها التربية الإعلامية الرقمية في مناهجها، بالإضافة إلى التعرف إلى أكثر أنواع المحتوى الإعلامي خطورة، والذي يحتاج إلى معالجة من قبل التربية الإعلامية الرقمية، وتوعية المجتمع منه. والكشف عن مدى توافر خريطة تربوية ومهارات للتربية الإعلامية الرقمية يكتسبها الطلبة من وسائل الإعلام، جاء البحث الموسوم « اتجاهات النخبة إزاء إدراج مادة التربية الإعلامية الرقمية في الجامعات والمدارس العراقية » لإلقاء الضوء على أهداف إضافة مادة التربية الإعلامية الرقمية إلى المنهاج الدراسي للتربية والتعليم في العراق، والكشف عن أكثر المبررات أهمية لإدراج منهاج التربية الإعلامية الرقمية في المدارس والجامعات، وتحديد المعايير الأكثر أهمية التي تتناولها التربية الإعلامية الرقمية في مناهجها، بالإضافة إلى التعرف إلى أكثر أنواع المحتوى

الإعلامي خطورة، والذي يحتاج إلى معالجة من قبل التربية الإعلامية الرقمية، وتوعية المجتمع منه. والكشف عن مدى توافر خريطة تربوية ومهارات للتربية الإعلامية الرقمية يكتسبها الطلبة من وسائل الإعلام.

وتضمن البحث مقدمة وثلاثة مباحث. يضم المبحث الأول الإطار المنهجي للبحث، الذي يشمل مشكلة البحث وتساؤلاته، وأهمية البحث، وأهدافه، ومجالات البحث، ومجتمع البحث وعينته، بالإضافة إلى نوع البحث ونهجه وأدواته، والصدق والثبات، وتعريف أبرز مفاهيم البحث ومصطلحاته والدراسات السابقة. أما المبحث الثاني فيتناول التربية الإعلامية: مدخل في المفهوم والأهداف والمعايير والمهارات، ويتضمن مفهوم التربية الإعلامية وجذورها التاريخية، بالإضافة إلى أهدافها وأهميتها في مجال التربية والتعليم، ومعاييرها وأبعادها، والتربية الإعلامية في ظل البيئة الرقمية. أما المبحث الثالث فيتضمن الإطار العملي، وتحليل نتائج استمارة الاستبانة لمعرفة اتجاهات النخبة إزاء إدراج مادة التربية الإعلامية الرقمية في المدارس والجامعات العراقية. وتوصل البحث إلى مجموعة من النتائج والاستنتاجات والتوصيات.

مشكلة البحث

يشهد العالم اليوم تنافسًا مكشوفًا أو مستترًا بين النظام التربوي والنظام الإعلامي، مما يولد تناقضات أو صعوبات على عقل الإنسان، نتيجة لتركيز النظام التربوي على قيم النظام والبرمجة والمنافسة، متعارضًا في ذلك مع نظام الإعلام الذي يهتم بالجديد، ويقدم ما يسهل فهمه ويعكس الاضطراب السائد حاليًا في العالم، الذي ينمي قيم اللذة والمتعة. وقد زاد من حدة هذا التنافس التحديات التي تواجهها المجتمعات المختلفة في المحاولات الخارجية للتدخل المباشر أو غير المباشر، أو ما يسمى بـ«العولمة»، في تشكيل الرؤى الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، مما يلزمنا بإعادة صياغة منظومة التربية الإعلامية

بحيث نستثمر الإيجابيات المترتبة على حقيقة العولمة، مع الاستمرار في المحافظة على الهوية الثقافية والخصوصية الحضارية⁽¹⁾ وعلى الرغم من قيام وزارة التعليم العالي العراقية بإدراج مادة التربية الإعلامية لتدريسها في المراحل الأولى في كليات الإعلام وأقسامها في العراق، إلا أنه ينبغي تدريس هذه المادة في الجامعات والمعاهد والمدارس التابعة لوزارة التربية والتعليم العالي في العراق، والاستفادة من التقنيات الإعلامية في العملية التعليمية والتربوية لمواكبة التحديات الآنية والمستقبلية.

حاول البحث الإجابة عن السؤال الرئيس التالي: (ما اتجاهات النخبة إزاء إدراج مادة التربية الإعلامية الرقمية في الجامعات والمدارس العراقية؟) ويتفرع من هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما أهداف إضافة مادة التربية الإعلامية الرقمية إلى المنهاج الدراسي للتربية والتعليم في العراق؟
2. ما مبررات إدراج منهاج التربية الإعلامية الرقمية في المدارس والجامعات؟
3. ما المعايير الأكثر أهمية التي تتناولها التربية الإعلامية الرقمية في مناهجها؟
4. ما المحتوى الإعلامي الأكثر خطورة، ويحتاج إلى معالجة من قبل التربية الإعلامية الرقمية وتوعية المجتمع منه؟
5. هل تتوافر خريطة تربوية ومهارات للتربية الإعلامية الرقمية يكتسبها الطلاب من وسائل الإعلام؟

1- محمد عبد الرحيم حسن الزهراني، متطلبات الإعلام التربوي بالمرحلة الثانوية بمدينة مكة في ضوء التحديات المعاصرة، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية التربية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 2015، ص5.

أهمية البحث

تزايد مع كل يوم عمليات التطوير والتحديث التي جعلت من التربية الإعلامية الرقمية من أهم العناصر في الآونة الأخيرة، الأمر الذي عدّه العديد من التربويين عنصراً أساسياً في العملية التعليمية. مما يجعل التربية الإعلامية الرقمية تحتل هذه المكانة المهمة في قدرتها على مخاطبة والتأثير المباشر في قاعدة واسعة من الجماهير، واستخدامها لوسائل وتقنيات حديثة، تجعلها تصل إلى قطاعات عديدة ومختلفة من الأفراد من مستويات اقتصادية واجتماعية متفاوتة. ويقتضي هذا الدور قيامها بالتعرض لمشكلات المجتمع وقضاياها وطرحها للرأي العام؛ إما بهدف التعرف إليها أو بتكوين رأي عام واعي حولها. لذا، تنبع أهمية هذا البحث من كونه يحاول التعرف عن قرب إلى متطلبات التربية الإعلامية الرقمية في ضوء التحديات المعاصرة، كما ترجع أهمية هذا البحث إلى ما يأتي:

1. يقدم تغذية راجعة للإعلام التربوي، مما يساعد في تطوير أدائه وزيادة تأثيره على الجمهور.
2. يلفت انتباه المؤسسات التربوية والإعلامية والعاملين في المجال التربوي والإعلامي بشكل عام إلى الأهمية التربوية للإعلام كمؤسسة تربوية تسهم بشكل واسع وفعال في تنشئة الأفراد وتربيتهم وإكسابهم القيم والاتجاهات والسلوكيات السليمة، مما يستدعي تحسين أدائهم وتطويره.
3. قد يستفاد منه في التأكيد على أهمية توظيف التربية الإعلامية الرقمية في خدمة المجتمع العراقي والإسهام في مواجهة التحديات التي تعترضه.
4. يتناول المؤسسات التربوية والإعلامية التي لم تنل نصيباً كافياً من البحث في مجال التربية الإعلامية وقلة الدراسات المثيلة في البيئة العراقية التي لا تفي بحاجته.

أهداف البحث

1. التعرف إلى أهداف إضافة مادة التربية الإعلامية الرقمية إلى المنهاج الدراسي للتربية والتعليم في العراق.
2. الكشف عن أكثر المبررات أهمية لإدراج منهاج التربية الإعلامية الرقمية في المدارس والجامعات.
3. تحديد المعايير الأكثر أهمية التي تتناولها التربية الإعلامية الرقمية في مناهجها.
4. التعرف إلى أكثر أنواع المحتوى الإعلامي خطورة ويحتاج إلى معالجة من قبل التربية الإعلامية الرقمية وتوعية المجتمع منه.
5. الكشف عن توافر خريطة تربوية ومهارات للتربية الإعلامية الرقمية يكتسبها الطلاب من وسائل الإعلام.

مجالات البحث

يعد تحديد مجالات البحث أحد الخطوات المنهجية لأي بحث أو دراسة، والتي تنطوي على ثلاثة مجالات:

- المجال المكاني: ويقصد به تحديد المنطقة الجغرافية التي يقع فيها البحث، واختيرت مدينة بغداد مجالاً مكانياً للبحث، بعد أن اختيرت عينة البحث من النخب التعليمية والتربوية والثقافية والإعلامية، بالاعتماد على طريقة العينة القصدية.

- والمجال البشري: ويقصد به عينة البحث التي تتمثل بالنخب التعليمية والتربوية والثقافية والإعلامية مدينة بغداد من كلا الجنسين.

- والمجال الزمني: ويقصد به المدة التي تم فيها جمع البيانات من عينة البحث بعد إتمام عملية بناء أداة البحث، وتوزيع الاستمارات وتفرغها وتحليلها، والتي

يمكن تحديدها من 2024 /7/1 إلى 2024 /7/ 31.

منهج البحث ونوعه

يعد هذا البحث من الدراسات الوصفية التي تستهدف دراسة اتجاهات النخبة إزاء إدراج مادة التربية الإعلامية في الجامعات والمدارس العراقية. كما استخدم الباحثون المنهج المسحي للتعرف إلى خصائص النخبة العراقية (عينة البحث) وشرح وتحليل وتفسير اتجاهاتها نحو إدراج مادة التربية الإعلامية الرقمية في الجامعات والمدارس العراقية، وذلك بتطبيق صحيفة استبيان على عينة من النخبة، تم اتباع الخطوات العلمية في تصميمها وتطبيقها وتحليل بياناتها.

عينة البحث وأسلوب اختيارها

اختار الباحثون العينة العمدية، وهي نوع من العينات غير الاحتمالية، حيث تختار الوحدات، أو المفردات بطريقة عمدية، مما يتيح للباحث اختيار نوعية معينة ذات خصائص وسمات مقصودة ترتبط بمشكلة البحث وتخدم أهدافه⁽¹⁾، وبناءً على تقارب الخصائص المميزة للنخب داخل كل فئة، عمل الباحثون على تمثيل كل فئة بعينة غير احتمالية اختيرت بحسب أسلوب العينة العمدية، حيث «تختار الوحدات أو المفردات بطريقة عمدية، وذلك وفقاً لما يراه الباحث من سمات أو خصائص تتوافر لهذه الوحدات أو المفردات وتخدم أهداف البحث». وتمت مراعاة الشمول والتنوع في العينة ومدى علاقتها المباشرة أو غير المباشرة بموضوع إدراج مادة التربية الإعلامية الرقمية في الجامعات والمدارس العراقية. وقد بلغت عينة البحث (200) من أفراد النخبة العراقية، تم تقسيمها إلى أربع فئات من النخب، هي:

1- محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، ط2، (القاهرة: عالم الكتب، 1997)، ص94.

1. نخبة أكاديمية من أساتذة الجامعات، تضم (50) عضو هيئة تدريس في الجامعات العراقية في مدينة بغداد وهم المنوط بهم التدريس والتوجيه، ولهم تأثير في شرائح كبيرة من الرأي العام.
2. نخبة تربوية من الأساتذة المعروفين في وزارة التربية، تضم (50) عضو هيئة تدريس في المدارس الثانوية في مدينة بغداد، وهم المنوط بهم تدريس طلبة المرحلة المتوسطة والإعدادية، ولهم دور كبير في تنشئة جيل واعٍ ومثقف مهياً ليكون طالب في أحد الجامعات العراقية.
3. نخبة ثقافية من موظفي وزارة الثقافة العراقية، تضم (50) موظفًا من كبار الموظفين والمثقفين والأدباء والشعراء من أصحاب الفكر والقلم لما لهم من دور كبير في إعادة توجيه المجتمع.
4. نخبة إعلامية، وتضم 50 مفردة منها (25) مفردة من بين المسؤولين بالشبكات الإذاعية وبالقنوات التليفزيونية و (25) مفردة من مديري التحرير وكبار الكتاب الصحفيين والجدول التالي يوضح خصائص العينة: جدول رقم (1)

جدول (1) خصائص عينة البحث

| ت | النخب | التكرار | النسبة المئوية |
|---------------|----------------------------|---------|----------------|
| | أساتذة الجامعات | 50 | 25 |
| | موظفو وزارة التربية | 50 | 25 |
| | موظفو وزارة الثقافة | 50 | 25 |
| | موظفو شبكة الإعلام العراقي | 50 | 25 |
| المجموع الكلي | | 200 | 100% |

أداة البحث

الاستبانة هي أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها من قبل المستجيب⁽¹⁾، ويعدّ الاستبيان من أكثر طرق جمع البيانات الأولية شيوعاً في العلوم الاجتماعية والدراسات الإعلامية، نظراً إلى تنوعه وتعدد أشكاله، مما يجعله مناسباً لأغراضٍ مختلفة في البحوث المتنوعة. وفي هذا البحث، تم بناء الاستبانة استناداً إلى التساؤلات التي وضعها الباحثون في مشكلة البحث، بالإضافة إلى الاطلاع على الأدبيات السابقة المتعلقة بموضوع البحث.

المعالجة الإحصائية للبيانات

بعد الانتهاء من جمع بيانات البحث، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها، واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج «الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية» Statistical Package for the social science SPSS « social science SPSS » بالاعتماد على المعاملات والاختبارات الاحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- الانحراف المعياري (Standard Deviation) يستخدم الانحراف المعياري لمعرفة مدى ابتعاد قيم المتغير عن الوسط الحسابي، فكلما كانت قيمة الانحراف المعياري صغيرة، دل ذلك على أن القيم متقاربة أو متراكمة بالقرب من الوسط الحسابي، وتبتعد عن التشتت والعكس صحيح.
- الوسط المرجح: يحسب بضرب التكرارات في وزن معين بناء على عدد المراتب في السؤال، ثم تجمع نتائج الضرب لكل بند للحصول على مجموع الأوساط المرجحة، وبعد ذلك تُحسب النسب المئوية لبند السؤال.

1- سامي محمد ملحم، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2007)، ص 276.

- الوزن النسبي الذي يحسب باستخدام المعادلة الآتية (الوسط المرجح x (100) على الدرجة العظمى للعبارة.
- معادلة ألفا-كرونباخ : استخدمت في حساب ثبات أدوات الدراسة.
- اختبار مربع كا2: ويستخدم لمعرفة العلاقات بين متغيرين؛ أحدهما رتبي والآخر نوعي. يُطبق هذا الاختبار عند وجود متغير أو أكثر، ويتطلب هذا الاختبار تنظيم البيانات أو التكرارات الملاحظة والتكرارات المتوقعة، ثم تطبيق معادلة مربع كا2.

الصدق والثبات

الصدق الظاهري (Face Validity): عرضت استمارة الاستبانة اتجاهات النخبة إزاء إدراج مادة التربية الإعلامية الرقمية في الجامعات والمدارس العراقية على (3)¹، محكمين في تخصص الإعلام لإبداء آرائهم حول ملائمة استمارة الاستبانة لأهداف البحث، إذ تم التعديل والحذف والإضافة وفقاً لآرائهم حتى أصبحت استمارة الاستبانة في صورتها النهائية، وحظيت الاستمارة بموافقة الخبراء بنسبة (80%) فأكثر، لذا اعتمدت هذه النسبة معياراً لصلاحية أسئلة استمارة الاستبانة.

الثبات (Reliability): احتُسبت درجة الثبات لعبارات مقياس اتجاهات النخبة إزاء إدراج مادة التربية الإعلامية الرقمية في الجامعات والمدارس العراقية باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) بطريقة ألفا-كرونباخ. تم ذلك لحساب معامل ثبات المقياس والحصول على قيمة معامل ألفا للمقياس ككل. ويوضح الجدول التالي النتائج:

1- .. أ.د. علي جبار الشمري 2. أ.د. سعد سلمان المشهداني 3.. أ.د. صباح أنور إبراهيم

جدول (2) يبين قيم معامل ثبات ألفا كرونباخ لمقياس اتجاهات النخبة إزاء إدراج مادة التربية الإعلامية الرقمية في الجامعات والمدارس العراقية.

| المتغيرات | عدد الأفراد | ألفا كرونباخ |
|--|-------------|--------------|
| اتجاهات النخبة إزاء إدراج مادة التربية الإعلامية الرقمية في الجامعات والمدارس العراقية | 200 | 993. |

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل ألفا-كرونباخ مرتفعة، مما يدل على أن مقياس اتجاهات النخبة إزاء إدراج مادة التربية الإعلامية الرقمية في الجامعات والمدارس العراقية يتمتع بدرجة عالية من الثبات المقبول إحصائياً، والذي يخدم أهداف البحث. ويُعدّ هذا معامل ثبات يمكن الاعتماد عليه.⁽¹⁾

مصطلحات البحث

الاتجاهات: هي استعداد عقلي تكوّن بفعل التجارب أو الظروف التي مرّ الفرد في الماضي. يؤثر هذا الاستعداد تأثيراً توجيهياً في استيعاب الفرد للمواقف والأشياء كافة. ويرتبط الاتجاه بتأهب الفرد واستعداده، بحيث لا يتأثر بما في الموقف فحسب، بل يتعرف من خلاله تصرف معين ويتفاعل معه.⁽²⁾

النخبة: وهي مجموعة مثقفة وواعية من أفراد الرأي العام تتميز بالاطلاع والخبرات وحسن التصرف حيث تقوم بقيادة الرأي العام في مجالات عديدة ما يكسبها أهمية كبيرة في أي مجتمع.⁽³⁾

1- وهيب مجيد الكبيسي، القياس النفسي بين النظرية والتطبيق. بيروت: مؤسسة مصر مرتضى للكتاب العراقي، 2010، ص 64.

2- محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، (عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع، 2006)، ص 6.

3- عادل عبد الرزاق ضيف، رأي النخبة حول دور الإعلام في تحسين صورة العرب والمسلمين في الخارج، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثامن لكلية الإعلام بعنوان «الإعلام وصورة العرب والمسلمين» كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجزء الأول، مايو 2002، ص 143-77.

اتجاهات النخبة: يقصد بها أفكار وتصورات النخبة العراقية عن إدراج مادة التربية الإعلامية في الجامعات والمدارس العراقية، ومدى ميولهم ورضاهم عن قبول أو رفض هذه التجربة.

التربية الإعلامية: هي تعليم فنون الإعلام في المؤسسات التعليمية المختلفة، وتنمية الحس الإعلامي لدى الطلبة في المراحل الدراسية المتقدمة، بما يؤدي إلى تكوين حس نقدي صحيح يجعلهم قادرين على اختيار الرسائل الإعلامية بفهم ووعي.⁽¹⁾

التربية الإعلامية الرقمية: هي القدرة على استخدام المعلومات والتكنولوجيا لإنتاج المحتوى الاتصالي وتقييمه، والتي تحتاج إلى مهارات ذهنية وتقنية².

الدراسات السابقة

- دراسة عبير فايز محمد³ 2024 اهتمت هذه الدراسة بمعرفة أهمية التربية الإعلامية والرقمية وأثرها في الحياة التربوية للطلاب، بالإضافة إلى تداخلها مع مجالات الحياة المختلفة مثل التعليم، والصحة، والتجارة، وعلم النفس، والاجتماع، والطب. كما تناولت الدراسة الكشف عن التأثيرات السلبية لهذه التربية على الفرد والمجتمع.

وقد ألقى الباحث الضوء على التحديات التي تواجه التربية الإعلامية والرقمية، والتي تُعيق نجاح تجربتها. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أبرزها: ضرورة مواجهة العالم الرقمي ودمجه في العملية التعليمية، حيث يشعر الطالب اليوم فجوة حقيقية بين التطور المتسارع في العالم

1- محمد خالد أبو عزام، التربية الإعلامية، (عمان: دار زهدي للنشر والتوزيع، 2020)، ص70.

2 - ربهام سامي، مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الجامعات: دراسة كيفية، المجلد العربية لبحوث الاعلام والاتصال، العدد (26)، 2019، ص167.

3 - عبير فايز محمد، التربية الإعلامية والرقمية الابعاد والضوابط، مجلة البحوث الاكاديمية، مجلد 28، بنغازي، 2024م.

الافتراضي، ممثلاً بالمواقع الرسمية لشبكة الإنترنت والمنصات الرقمية، وبين المناهج التعليمية التقليدية.

- دراسة أسماء حسين وآخرون¹ 2022 ألفت الدراسة الضوء على إعداد برنامج مقترح في التربية الإعلامية بهدف تنمية مهارات إنتاج الفيديو الرقمي لدى طلبة المرحلة الثانوية. كما استعرضت فاعلية بيئة التعلم الإلكترونية في استيعاب الطلبة وقدرتهم على أداء المهارات المطلوبة منهم في أثناء التطبيق العملي للبرامج.

توصلت الدراسة إلى نتائج متنوعة، من أبرزها: تأكيد الحاجة إلى تنمية مهارات التحليل والتفكير النقدي لدى الطلبة، وتزويدهم بالمهارات اللازمة لتقييم المعلومات، وفرز البيانات المغلوطة، بالإضافة إلى تعزيز الاستخدام الفعال للكلم الهائل من الرسائل الإخبارية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

- دراسة مجيب عبدالله الحميدي 2022² هدفت الدراسة إلى بناء استراتيجية مناصرة مقترحة للتغلب على معوقات إدماج التربية الإعلامية في التعليم العام بالدول العربية. تناولت الدراسة استكشاف ماهية التربية الإعلامية وأساسياتها، ومصطلحاتها، وأسسها النظرية والتاريخية في تجارب العالم والدول العربية. كما قدمت قراءة نقدية للاضطراب المفاهيمي للتسمية والترجمة، في الدراسات العربية.

1- أسماء حسين وآخرون، أثر برنامج مقترح في التربية الإعلامية على تنمية مهارات إنتاج الفيديو الرقمي لدى طلاب الثانوية، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا، 2022م.

2- مجيب عبد الله الحميدي، استراتيجية مقترحة للتغلب على معوقات إدماج التربية الإعلامية بالتعليم العام في الدول العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية علوم التربية، جامعة محمد الخامس، المملكة المغربية، 2022م.

استخدمت الدراسة أساليب متعددة لجمع البيانات، مثل المقابلات المعمقة، الاستبيانات، وتحليل الوثائق والمحتوى في واقع التربية الإعلامية والرقمية، تم تحليل هذه البيانات في سبع دول عربية (الأردن، تونس، الجزائر، لبنان، مصر، المغرب، اليمن) مع التركيز على أطرها المرجعية، مناهجها، محتواها، المبادرات المجتمعية، والاستجابات الحكومية. كما تم التعرف إلى المعوقات التي تحول دون إدماج التربية الإعلامية والرقمية في العالم العربي.

- دراسة أريج محمد فخر الدين¹ 2022 هدفت الدراسة إلى التعرف إلى مفهوم التربية الإعلامية والرقمية في ظل الانتشار الواسع لوسائل الاتصال وتقنيات المعلومات الحديثة المتسارعة، كما سعت إلى التعرف إلى تطبيق برامج التربية الإعلامية والرقمية في المجتمع المصري. اعتمدت الدراسة على المنهج الكيفي، باستخدام أداة مجموعة النقاش المركزة مع 28 من الخبراء.

أسفرت الدراسة عن عدد من النتائج، منها: أكد الخبراء أن التربية الإعلامية والرقمية تعني القدرة على الوصول إلى وسائل الإعلام الرقمية، وتحليل رسائلها، وتقييمها، بل وإنتاج المحتوى بعد انتشار وسائل التواصل الاجتماعي. كما اتفق الخبراء المشاركون في مجموعات النقاش على عدم وجود توجه مؤسسي رسمي من وزارتي التربية والتعليم العالي لتوفير برامج التربية الإعلامية الرقمية بمناهج مستقلة ومحددة وأهداف واضحة، سواء في المدارس أو الجامعات، أو كدورات تدريبية ثابتة.

- دراسة سمية متولي عرفات 2018 هدفت الدراسة إلى التعرف إلى مدى تأثير دراسة مقرر التربية الإعلامية على السلوك الواعي لطلبة الجامعة في تعاملهم مع وسائل الإعلام، بالإضافة إلى مدى إمكانية تحول الفرد إلى رقيب على

1- أريج محمد فخر الدين، دور التربية الإعلامية في الاستخدام الآمن للإعلام الرقمي رؤية مستقبلية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 80، المجلد 1، 2022م.

نفسه، وتسليحه بالمقدرات النقدية والعمليات العقلية، وإمكانية تطوير حاسة المعرفة والفهم، والتحليل والتركيب.

تعد هذه الدراسة من الدراسات التجريبية التي تعتمد على المنهج شبه التجريبي. أجريت الدراسة على عينة عمدية من 100 مفردة من الذكور والإناث من طلبة كلية الإعلام بجامعة فاروس بالإسكندرية.

خرجت الدراسة بعدد من النتائج من أهمها: يرى معظم أفراد العينة، أن دراسة مقرر التربية الإعلامية مهمة بنسبة (68%) في المقابل يرى (32%) منهم أنه مهم إلى حد ما، وتؤكد هذه النتيجة على أهمية هذا المقرر وفائدته من وجهة نظر الطلبة. كما أكد جميع من درسوا التربية الإعلامية والرقمية من أفراد العينة أنهم استفادوا منها بدرجة كبيرة وبنسبة (60%)، بينما أشار (40%) منهم إلى أن درجة الاستفادة كانت إلى حد ما.

دراسة سحر خليفة سالم، وراضي رشيد حسن¹ 2018 يرمي البحث إلى تحديد الكفايات الواجب توافرها في منهج التربية الإعلامية الرقمية، الذي يسهم إلى حد كبير في تنمية مهارات النقد وتحليل المضامين الإعلامية لدى الطلبة، بالإضافة إلى معرفة الاستراتيجيات الأفضل في تدريس منهج التربية الإعلامية والرقمية، اعتمد الباحثان على منهج المسح الإعلامي، وتمثلت أدوات البحث في أداة الاستبانة، التي تم توزيعها على عينة عمدية قوامها (86) شخصاً.

وقد أسفرت نتائج البحث عن عدد من النقاط، أبرزها: أكد معظم أفراد العينة على أن التربية الإعلامية والرقمية تسهم في عملية «التعلم بالتطبيقات الرقمية المتاحة على الحاسوب»، وهو ما يدل على أن التربية الإعلامية والرقمية تضاعف من مستوى المهارات العملية لدى المهتمين بها. تلتها فئة «تعلم كيفية التحقق من

1- سحر خليفة سالم و راضي رشيد حسن، كفايات منهج التربية الإعلامية الرقمية من وجهة نظر أساتذة الجامعات العراقيين، مجلة الباحث الإعلامية، عدد 40، 2018م.

الصور الصحفية»، التي جاءت في المرتبة الثانية. كما أجمعت العينة على أهمية دراسة التربية الإعلامية والرقمية ضمن المرحلة الجامعية كمادة مستقلة.

التعليق على الدراسات السابقة

اتفقت جميع الدراسات على أهمية التربية الإعلامية في مختلف الدول التي تبنتها، إذ أوصت بضرورة توظيفها في مختلف مجالات الحياة، ليس في مجال علوم الإعلام والاتصال فقط، بل في المجالات الأكاديمية، والثقافية، والتربوية، بالإضافة إلى توظيفها في رسم السياسات الإعلامية والاتصالية للدول.

وأكدت بعض الدراسات على ضرورة إعطاء أهمية مضاعفة للتربية الإعلامية لجميع شرائح المجتمع، بما في ذلك الطلبة، بدءاً من مرحلة الابتدائي وصولاً إلى المرحلة الجامعية، كونها مادة مؤثرة على سلوكياتهم، وتعزز من دائرة التحليل والنقد، وتسهم بشكل فاعل في صنع الحضور الوطني. وذلك لأنها تحتوي على مجموعات من المهارات اللازمة لكبح جماح العديد من العادات السلبية، مثل الرسائل التي لا تتلاءم مع معتقداتهم وأفكارهم، في ظل التدفق الإعلامي والاتصالي الهائل الذي يعيشه العالم.

وتجدر الإشارة إلى أن بعض الدراسات أكدت على عدم وجود جدية لدى الحكومات العربية في الاهتمام بالتربية الإعلامية والرقمية في مفاصل المجتمع، بعكس الدراسات الغربية، وهو ما أكدته دراسة أريج محمد فخر الدين في مصر، ودراسة مجيب عبد الله الحميدي في المغرب.

أما فيما يتعلق بالدراسات العراقية، فقد بينت (دراسة سحر خليفة سالم وراضي رشيد حسن)، بوجود اهتمام كبير للنخب من أساتذة الإعلام بأهميتها وضرورة تدريس مادة التربية الإعلامية والرقمية في التعليم الجامعي، نظراً لأن الطالب قد وصل لمستويات معقولة من الإدراك والتفكير، وقادر على فهم

وحداتها ومضامينها، بشكل أفضل من الطلاب في المراحل التعليمية الأخرى. كما أوصوا بأن تكون المادة مستقلة، ومفصولة عن بقية المناهج.

التربية الإعلامية: مدخل في المفهوم والأهداف والمعايير والمهارات

إن التعليم والإعلام أصلهما واحد، وهو الفعل «علم»، إلا أن الإعلام اختص بما كان من أخبار سريعة، بينما اختص التعليم بما يكون من تكرر وتكثير حتى يحصل منه أثر في نفس المتعلم. وإذا كان الإعلام يشترك مع معنى التعليم في الدلالة، فإنه مع التقدم الصناعي وبروز الثورة الصناعية الرابعة وتقنيات الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي أصبح يشارك التعليم في الهدف والغاية.⁽¹⁾

هذا الجدل القائم حول العلاقة بين التربية والتعليم والإعلام ليس بالجديد، وقد أوضحت معظم الدراسات والمؤتمرات التي تناولت هذه العلاقة أن هناك العديد من جوانب المقارنة بينهما.

كما أن هذا التطور التكنولوجي والثورات الأخيرة في كثير من مجالات الحياة فرض مظهراً من مظاهر التكامل بين التربية والتعليم والإعلام. وأصبح الأخير محوراً من محاور العملية التعليمية. وقد جعلت الثورات التكنولوجية التربية الإعلامية أكثر إلحاحاً، بخاصة بعد أن فقدت الدول السيطرة الكاملة على البث المباشر للبرامج التليفزيونية، وفقدت قدرتها على التصدي للبث الإعلامي الخارجي والغزو الثقافي. ما هدد كثيراً من الثقافات الوطنية، وتفاعل معها الصغير والكبير. وبهذا ظهر التأثير الواضح لوسائل الإعلام على السلوك المنحرف وجرائم العنف والعدوان، ولا سيما لدى الأطفال والمراهقين، كما أثر ذلك على كثير من المفاهيم والقيم والعادات، وعلى الهوية الثقافية. وأوضحت المؤسسة التربوية والتعليمية

1- احمد فالح الرشيد، واقع التربية الإعلامية في المدارس الحكومية بدولة الكويت، دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من المعلمين، مجلة البحث العلمي في التربية، العدد الثامن، سنة 2017م، ص 195.

مؤهلة أكثر من غيرها من المؤسسات لتمكين الطلبة من ثقافة إعلامية عقلانية وواعية ناقدة.¹

لهذا يحتاج وضع أسس تربط التعليم والتربية بالإعلام ووسائله المتطورة، وانعكاسها على الأجيال والطلبة في العراق عموماً.

وتتمثل هذه الأسس في وضع إطار تنظيمي يضمن تكامل العملية التعليمية مع التطورات الإعلامية. وتحتاج هذه الأسس إلى إشراف متخصصين في التربية الإعلامية ومطورين مناهجها الأوائل، الذين نادوا بضرورة إدراج مادة التربية الإعلامية في العراق وعلى رأسهم الدكتور فاضل البدراني ومعه لجنة متخصصة من الأساتذة والباحثين.

وتأسيساً على ما سبق، لا بد من وجود خريطة تربوية تقوم بدورها الصحيح في التربية الإعلامية، تستند إلى الرقابة الواعية التي تساعد الجمهور المستقبل للمضامين الإعلامية من جميع المراحل المدرسية والجامعية على الفهم والتحليل. ويجب أن تهدف هذه الخريطة إلى نشر ثقافة التربية الإعلامية في المدارس، لإعداد جيل من الطلبة يواكب مستجدات العصر، فيصبحوا قادرين على الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام المختلفة، واكتساب المهارات والتواصل مع الآخرين على نحو إيجابي يسهم في تنمية المجتمع.² بما يجعل الطلبة قادرين على فهم المضامين السلبية التي تتخذ أيضاً أشكالاً متعددة، مثل الأخبار الزائفة، العنصرية، والتحريض على العنف، ونشر الأفكار المتطرفة. وتشمل أيضاً موضوعات الجريمة الإلكترونية والتنمر الإلكتروني، الابتزاز، السرقة الإلكترونية، وترويج صوتيات تحمل تخدير معين يجعل الطلبة في إدمان إلكتروني وغيرها من

1- حارث محمد طارق الخيون، تأثير تدريس التربية الإعلامية في المدرسة، المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل، 2018 م، ص 4.

2- علاء محمد عبد العاطي، رؤية مستقبلية لتقليل دور اخصائي الإعلام التربوي في تطبيق التربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الإعدادية، مجلة البحوث الإعلامية، القاهرة، 2021 م، ص 639.

الموضوعات التي ازدادت في هذا التطور التكنولوجي وعدم القدرة الكلية على فرض الرقابة على المحتويات المنشورة، وهذا ما يقودنا إلى ضرورة التركيز على مسألة التوعية وتعزيز قيم التربية الإعلامية لنصل إلى حالة نموذجية في كيفية التعامل مع المعلومات قبل نشرها.¹

مفهوم التربية الإعلامية

يحدد العديد من الباحثين والمختصين في مجال التربية الإعلامية عددًا من المفاهيم المختلفة التي تُقدّم للقارئ كمرادفات لمفهوم التربية الإعلامية. تختلف مسميات تلك المفاهيم بحسب الجمهور المستهدف، وطبيعة الوسيلة، والمكان الذي تُقدّم فيه التوعية، وذلك وفقًا للسياق المحيط بها والمحدد لهدفها ومضمونها، ومع تعدد المفاهيم والمسميات ذات العلاقة بالتربية الإعلامية وكفايتها، وتنوع مصطلحاتها وسماتها، إلا أنها مترادفات تشير في جوهرها إلى مضمون واحد. فالتربية الإعلامية هي: «فهم الجمهور لألية عمل الإعلام، والكيفية التي يؤثر بها على حياتنا، وطريقة استخدامه بصورة حكيمة وإيجابية».² كما تعرف التربية الإعلامية على أنها: «توجه عالٍ يهدف إلى تربية الجمهور على كيفية استخدام وتوظيف وسائل الإعلام التي تحولت إلى سلطة كبرى في المجتمعات المعاصرة».³

وتمكن التربية الإعلامية أفراد المجتمع من الوصول إلى فهم الوسائل الإعلامية والاتصالية المستخدمة في مجتمعهم، والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل.

1- علاء محمد عبد العاطي، رؤية مستقبلية لتقليل دور اخصائي الاعلام التربوي في تطبيق التربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الإعدادية، مجلة البحوث الإعلامية، القاهرة، 2021م، ص639. و زيد العتوم، اثر التربية الإعلامية على وسائل التواصل الاجتماعي في مكافحة الارهاب والتطرف من وجهة نظر الصحفيين، جامعة منوبة، قاف للدراسات الإعلامية، العدد الثاني، ديسمبر 2023م، ص108.

2- بشرى حسين الحمداني، التربية الإعلامية والامية الرقمية، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2014، ص89.

3- عادل فهيم، التربية الإعلامية تكوين المتلقي الناقد، الجزيرة، وكالة الصحافة العربية، 2023، ص30.

كما تساعدهم اكتساب المهارات اللازمة لاستخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين، أي هي القدرة على الفهم النقدي، وطرح الأسئلة، وتقييم كيفية تنظيم هذه الوسائل، وتعديلها وتبني الحقيقة، وكيفية تأثيرها في حياتنا، بالإضافة إلى تمكين الأفراد من الإنتاج الإعلامي.¹

تطور تعريف التربية الإعلامية مع تطور البيئة الاتصالية والثقافية في القرن الحادي والعشرين. إذ يؤكد مركز التعليم الإعلامي الأمريكي أن التربية الإعلامية تمثل المدخل التعليمي المناسب لهذا القرن، حيث تزودنا بإطار عمل يساعد على الوصول إلى الرسائل الاتصالية بأشكالها المختلفة، من المطبوعة إلى الفيديو وصولاً إلى الإنترنت وتحليلها، وتقويمها، وإنتاجها، ومشاركتها مع الآخرين.

تسهم التربية الإعلامية في بناء فهم سليم لدور وسائل الإعلام في المجتمع، وتقدم المهارات الأساسية للتدقيق والتعبير الذاتي اللازم للأفراد في المجتمعات الديمقراطية.² وعليه، فإن مفهوم التربية الإعلامية يتكون من:³ أولاً: الوعي بتأثير وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع ودفع الأفراد لاتخاذ مواقف معينة بناءً على تجارب التأثير الإعلامي السلبية والايجابية. وثانياً: استيعاب عملية الاتصال الجماهيري بشكل واع وشامل.

ومن خلال ما سبق، وضع الباحثون تعريفاً للتربية الإعلامية على أنها: مجموعة من المعارف والمهارات التي تمكن الفرد في المجتمع من التعامل مع وسائل الإعلام عن طريق فهم طبيعة هذه الوسائل، والتعرف إلى تأثيراتها على المجتمع، والتمييز بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة، واكتساب القدرة على تحليل المحتوى

1- وفاء السيد خضر، رؤية جديدة في الاعلام التربوي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2018، ص27.

2- حسن منصور، التربية الإعلامية الجديدة المداخل النظرية والاساليب التطبيقية، الرياض، مكتبة المتنبي، 2019، ص12.

3- خولة مرتضوي، التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية المفهوم والاهداف، دورية نماء لعلوم والوحي والدراسات الانسانية، العدد 9.8، 2020، ص192.

الإعلامي ونقده، وجمع وتحرير وانتاج المواد الإعلامية بشكل مسؤول وفعال.

ويرى الباحثون أن المعنى العام للتربية الإعلامية، أنها توجه مدروس يهدف إلى تربية، وتحصين، وتوجيه الجمهور، في ظل وجود كميات هائلة من البيانات والمعلومات التي تصل إلى المتلقي. كما تسعى التربية الإعلامية إلى إطلاق التفكير النقدي، وتعزيز قدرات التحليل والتفسير لعقل المتلقي، بما يساعده على التمييز بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة.

الجدور التاريخية لظهور مفهوم التربية الإعلامية

ظهر الاهتمام بمفهوم التربية الإعلامية في الولايات المتحدة الامريكية منذ العشرينيات من القرن الماضي، حيث شمل وسائل مثل الصحافة، والراديو، والسينما، بمشاركة واسعة من المعلمين وطلاب المدارس. وتوالى الاهتمام العالمي بالتربية الإعلامية لاسيما مع ظهور وتطور التلفزيون.¹ وفي أواخر الستينيات من القرن الماضي، تصاعد الاهتمام بمفهوم التربية الإعلامية، وشهد تطوراً كبيراً جداً في بداية السبعينيات. في هذه الفترة، ركز الخبراء على إمكانيات استخدام أدوات الاتصال كوسيلة تعليمية لتحقيق منافع ملموسة. وبدأ ينظر إلى التربية الإعلامية على أنها تعليم حول الإعلام وتكنولوجيا وسائل الإعلام الحديثة، مع التركيز على التعبير عن الذات كجزء من المعرفة الإنسانية الأساسية.²

خلال السنوات الأخيرة، تطور مفهوم التربية الإعلامية من اهتمام هامشي إلى حركة عالمية، حيث أُدرج التعليم والتعلم حول وسائل الإعلام في مناهج الجامعات حول العالم. وبات السؤال المحوري: ما الذي يتعلمه الناس، لاسيما الشباب والمراهقين والأطفال، من وسائل الإعلام؟ ومع عصر الإنترنت، أصبح الشباب

1- عمرو محمد عبد الحميد، العداء لوسائل الإعلام.. التحديات المهنية واستعادة ثقة الجمهور، القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع، 2019، ص213.

2 اسماعيل عبد الفتاح تحديات الإعلام التربوي العربي، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2011، ص32.

يعيشون في عالم التواصل الاجتماعي والثقافي والفكري، يقضون وقتاً طويلاً مع وسائل الإعلام. تأثرت القيم والعلاقات الاجتماعية بشكل ملحوظ بالإعلام، ولم يعد المحتوى الإعلامي مقتصرًا على المتخصصين، بل انتد ليشمل الأشخاص العاديين. لذلك، تعاظم الاهتمام بزيادة وعي الشباب بالتربية الإعلامية، ما جعل هذا الاهتمام ضرورة حيوية للتعامل بحكمة مع المجتمع الإعلامي المتغير.¹

أما في العراق، فقد ازداد الاهتمام بالتربية الإعلامية عام 2015 م، حيث أقرت اللجنة الوزارية لتطوير وتحديث مناهج كليات الإعلام في الجامعات العراقية، بمختلف أقسامها، إدخال مواد ومفردات جديدة تتناسب مع التطورات التقنية التكنولوجية التي يشهدها الإعلام في مجالاته المختلفة. ومن بين هذه المواد، تمّ اعتماد مادة «التربية الإعلامية» كمادة دراسية ضمن المنهج الدراسي لكليات الإعلام بجميع أقسامها.²

وفي عام 2023م، أعلنت وزارة التربية العراقية أن الإعلام أصبح جزءاً لا يتجزأ من وزارة التربية، مشيرة إلى أنّ مسألة إضافة مادة التربية الإعلامية إلى المناهج الدراسية مطروحة للدراسة.³

أهداف التربية الإعلامية

تهدف التربية الإعلامية بمفهومها الشامل إلى ما يأتي:⁴

1. التشجيع على تنشئة المواطنة المسؤولة يتم ذلك من خلال فهم الكيفية

1- محمود منصور هيبه، رؤية حول التربية الإعلامية المفاهيم والمبادئ، مصر، مجلة البحوث التربوية والنوعية، مؤسسة التربية الخاصة والتأهيل التربوي العدد (2)، 2020، ص 7.6.

2- الموقع الرسمي لجامعة بغداد، التربية الإعلامية والرقمية تدخل مناهج كليات واقسام الاعلام في الجامعات العراقية، متاح على الرابط <https://uobaghdad.edu.iq/?p=4579>، بتاريخ 2015/10/12.

3- موقع واع، وزارة التربية: ندرس اضافة المادة الاعلامية الى المناهج الدراسية، متاح على الرابط <https://www.ina.iq/200061--.html>، بتاريخ 2023/12/27.

4- سليمان الطعاني، الوجيز في التربية الإعلامية، عمان، دار الخليج للنشر والتوزيع، 2020، ص ص 51-55.

التي يشكل بها الإعلام إدراك الأفراد، وتهيئتهم للمشاركة كصانعي محتوى ومشاركين في مجتمعات افتراضية، مع الالتزام بأخلاقيات المجتمع، والمصلحة الوطنية، وضوابط حرية الكلمة؛ بالإضافة إلى تمكين أفراد المجتمع من مواجهة تحديات العالم الرقمي الحديث، عبر نشر المبادئ والضوابط التي تساعد على التصدي لما تبثه وسائل الإعلام من رسائل سلبية تدمر ولا تبني، تفرق ولا تجمع، ضمن بيئة إعلامية ناضجة.

2. تنمية مهارات التفكير الناقد عند الطالب ويتحقق ذلك عبر تمكينه من التعامل مع ثقافة الرسائل الإعلامية التي تتميز بالإبداع في كثير من جوانبها، مع تحصين وعيه لمواجهة الرسائل الهدامة والمضللة التي تنتشر في الفضاء الإعلامي.

3. فضح أساليب القولية والتنميط، والدعاية، والإعلان، والثقافة الهابطة، والتضليل الإعلامي، والتلاعب بأخلاقيات المهنة، عبر تقديم صورة شاملة عن البيئة الإعلامية.

4. تمكين الفرد في المجتمع من أن يصبح مستهلكاً حكيماً للرسائل الإعلامية، وحمائته من الإشاعات، والتضليل، والسلبية، والأخبار الوهمية والمغلوطة، والنمطية.

5. تهدف التربية الإعلامية إلى تعزيز قدرة الفرد على تمييز الأخبار الكاذبة من غيرها وسط الكم الهائل من الأخبار والمعلومات التي تنشرها المواقع الإخبارية والمنصات الرقمية، والتي تتضمن الكثير من البيانات المغلوطة والمضللة والخادعة.

ويضيف الباحثون أهدافاً أخرى للتربية الإعلامية يمكن تلخيص أبرزها بالآتي:

أ. تساعد التربية الإعلامية في تعريف أفراد المجتمع بمصادر النصوص

- الإعلامية المختلفة، وأهدافها السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية، والدينية، والثقافية، بالإضافة إلى السياق الذي وردت فيه.
- ب. تساعد التربية الإعلامية أفراد المجتمع في تنمية القدرة على التحليل وتكوين الآراء الانتقادية إزاء المواد الإعلامية.
- ت. تساعد التربية الإعلامية أفراد المجتمع في تفسير الرسائل الإعلامية واستيعاب القيم المقدمة من خلالها.
- ث. تسهّل التربية الإعلامية وصول أفراد المجتمع إلى وسائل الإعلام، أو تمكينهم من المطالبة بالوصول إليها بهدف التلقي أو الإنتاج.
- ج. تسهم التربية الإعلامية الرقمية في مساعدة الأفراد على اختيار الوسائل الإعلامية التي تمكنهم من إيصال رسائلهم إلى الجمهور المستهدف بشكل فعال.
- ح. تسهم التربية الإعلامية في تعزيز معرفة أفراد المجتمع بالبيئة الإعلامية، مما يمكنهم من تحليل المضامين الإعلامية وفهمها والحكم عليها.
- خ. تساعد التربية الإعلامية أفراد المجتمع على المشاركة العملية في الإعلام من خلال الحوار، والتعبير عن الذات، وإنتاج المحتوى الإعلامي وبثه..

معايير وأبعاد التربية الإعلامية في التربية والتعليم

هناك أبعاد أساسية للتربية الإعلامية في التربية والتعليم، كما اتفق عليها معظم الباحثين، أهمها ما يأتي:¹

1. البعد الأخلاقي: يشير هذا البعد إلى مدى قدرة الفرد على استنباط القيم

1- عبدالله بن فلاح محمد الشهراني، سامي عبدالله لاحق الغامدي، معوقات التربية الإعلامية في المدارس الثانوية بمحافظة المخوارة، من وجهة نظر المعلمين وسبل التغلب عليها، جامعة سوهاج، كلية التربية، مجلة شباب الباحثين، العدد يوليو، ج 2- (8)، 2021م، ص 721.

الاخلاقية التي تحكم المضامين الإعلامية.

2. البعد الجمالي: يتناول مدى قدرة الفرد على إدراك الجوانب الفنية في المضامين الإعلامية، والقدرة على التمييز بين الفن الحقيقي وغير الحقيقي.
3. البعد العاطفي: يركز هذا البعد على مدى إدراك الفرد للحس المرهف في أثناء تعرضه للمضامين الإعلامية.
4. البعد المعرفي: يشير إلى العمليات العقلية التي يجب أن يقوم بها المتلقون للرسائل الإعلامية، من حيث القدرة على إدراك المعاني والرموز والدلالات، وفهم الأساليب الإقناعية التي تتضمنها المضامين الإعلامية.

مهارات التربية الإعلامية

- هناك العديد من مهارات التربية الإعلامية التي يجب أن يكتسبها الطلبة، وهي:¹
1. مهارة الاتصال الفعال: تتضمن القراءة والاستماع والحديث والكتابة من خلال بناء الفكر الاتصالي لدى الطلبة، ومن ثم بناء الفكر النقدي، لأنهما الأساس في فهم الرسالة الإعلامية وتحليلها ونقدها بشكل جيد..
 2. مهارة اختيار المحتوى الإعلامي تتمثل في اتخاذ القرار بالتعرض الانتقائي الناجح للمضمون الإعلامي المناسب وللوسيلة الإعلامية التي يتابعها الطالب أو الفرد، بما يتلاءم مع احتياجاته المعرفية والترفيهية.
 3. مهارة تحليل وتفسير الرسائل الإعلامية تمكّن الطالب من معرفة أهداف الرسائل الإعلامية وتأثيرها، مما يساعده على الحكم عليها بالقبول أو الرفض.
 4. مهارة التقييم أو النقد تُعنى بفحص الرسائل الإعلامية ومدى ملاءمتها

1- وفاء السيد خضر، فعالية برنامج مقترح باستخدام الصحف والمجلات في تنمية مهارات التربية الإعلامية لدى طلاب المدارس في مصر، جامعة طنطا، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد الثالث عشر، ص ص 332-333.

للعادات والتقاليد والمبادئ السائدة في المجتمع.

5. مهارة المشاركة الفعالة تتجلى في تفاعل الطالب مع وسائل الإعلام وإغنائها بأفكاره وآرائه، مما يعزّز مهارات التواصل الإعلامي.

6. مهارة إنتاج الرسائل الإعلامية تتعلق بتمكين الطالب من إنتاج رسائل ومضامين إعلامية مستندة إلى مهارات الاتصال التي اكتسبها، ليصبح طرفاً مؤثراً في العملية الإعلامية، معبّراً عن ذاته وميوله من خلال هذه المضامين.

مبررات التربية الإعلامية

هناك مبررات للتربية الإعلامية لإدراجها كمنهاج في المدارس والجامعات في العراق، وهذه المبررات هي كالآتي¹:

1. الثورة المعلوماتية: شهد العصر الحالي ثورة معلوماتية هائلة في مجال المعرفة العلمية والمعلوماتية، وخصوصاً مع بروز الثورة الصناعية الرابعة وتطبيقاتها التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الواقع. مما أدى هذا التراكم المعلوماتي إلى صورة يصعب وصفها مع تعاضم مخاطرها وتأثيراتها..

2. التقدم العلمي والتكنولوجي فرض التقدم التكنولوجي على المجتمع ضرورة مواكبته لحظة بلحظة، من خلال استخدام التكنولوجيا في الحياة اليومية. تُمكن هذه التكنولوجيا الأفراد من توليد المعلومات واستردادها ونقلها بسرعة فائقة، وفي أي وقت ومكان، مما يجعل إلمام الطلبة بها ضرورة ملحة..

3. تطور الإعلام والاتصال أسهم تطور الإعلام الحديث في نشر الأفكار الجديدة والمعلومات المهمة، وتعزيز الاتجاهات البناءة وغرس السلوكيات الإيجابية الجديدة. في المقابل، أدّى هذا التطور إلى ظهور جوانب سلبية وتحديات مثل زعزعة البنى المعرفية والنفسية والقيمية. مما يترتب إعادة النظر في إعداد

1-عبدالله بن فلاح محمد الشهراني، سامي عبدالله لاحق الغامدي، مرجع سابق، ص 715 – 718.

الطلبة داخل المؤسسات التربوية ليكتسبوا مهارات الفرز والاختيار والانتقاء بين المضامين الإعلامية، مما يسهم في تعزيز قيمهم وحماية هويتهم الحضارية والقومية.

4. انتشار الديمقراطية: أدى انتشار الثورة الديمقراطية على مستوى العالم إلى الانتقال من الشمولية والسلطوية إلى الديمقراطية. وعملية التحول الديمقراطي لا تحدث من دون غرس وتعميق فهم الديمقراطية في نفوس الأفراد كقيم مثل حرية الرأي والتعبير، واحترام الرأي الآخر، وحقوق الإنسان، وقيم الخصوصية والمواطنة، التي تقوم عليها المضامين الإعلامية؛ وهذا يتم من خلال تفعيل التربية الإعلامية في المؤسسات التربوية والتعليمية في العراق.

5. ظاهرة العولمة والغزو الثقافي: برزت ظاهرة العولمة وما صاحبها من غزو ثقافي أدى إلى تصدير اتجاهات غير متوافقة مع عادات المجتمع العراقي ومبادئه وتقاليد الممتدة لآلاف السنين، ناهيك عن الأعراف الدينية الإسلامية.

6. تطور نظريات البحث العلمي والتربوي أفرزت التطورات في نظريات البحث العلمي والتربوي بأساليب حديثة لاكتساب المعرفة من مصادر متنوعة، مما يمكن الطلبة من جمع المعلومات، وتصنيفها، وتحليلها، وتقييمها، وإنتاجها بالاعتماد على فكرهم ونشاطهم الخاص.

المضامين الإعلامية المضللة التي تتناولها التربية الإعلامية

لا يمكن الحديث عن الإعلام بمعزل عن المعلومات المضللة، أو ما يُطلق عليه حديثاً مصطلح «الاضطراب المعلوماتي» كبديل عن مفهوم «الأخبار الزائفة». ذلك لأن هناك العديد من المضامين الإعلامية المضللة ليست مزيفة، بل قد تكون حقيقية لكنها استخدمت خارج السياق.

إنّ مروجي هذه المضامين يدركون جيداً أن الأكاذيب المبنية على نواة من الحقيقة غالباً ما تكون أكثر قابلية للتصديق. بناء على ذلك، ترى منظمة اليونسكو أن التربية الإعلامية تساعد الأفراد على بناء فهم جديد لدور الإعلام في المجتمع، والتقليل من آثاره الضارة، وتعظيم آثاره الايجابية بعيداً عن الاضطراب المعلوماتي أو الأخبار الزائفة، وهذه المضامين الإعلامية المضللة هي كالآتي:¹

1. المحتوى الإعلامي الملفق: وهو محتوى جديد ولكنه زائف بالكامل، يتم انتاجه بهدف التضليل وإلحاق الأذى بالطلبة.
2. المحتوى الإعلامي المعدّل: يتم فيه التلاعب بالمعلومات أو الصور الأصلية بهدف خداع الطلبة.
3. المحتوى الاحتيالي: يحدث عندما يتم مشاركة المحتوى الحقيقي في سياق معلوماتي خاطئ، ما يسبب تضليل المستمعين أو المتلقين.
4. المحتوى الإعلامي المضلل: يستخدم هذا النوع من المحتوى معلومات مضللة أي مغلوطة لتأطير قضية أو فرد بطريقة غير صحيحة.
5. التواصل الزائف: يحدث عندما لا تدعم العناوين أو الصور أو الشرح المعروف على المحتوى المعلومات الحقيقية أو الصحيحة.
6. التهمك أو المحاكاة الساخرة: ففي هذا النوع من المحتوى لا توجد نية لإحداث ضرر، لكن من المحتمل حدوث خداع بسبب عدم وضوح السياق أو الهدف.
7. المحتوى الإعلامي العنيف: يبيث هذا النوع من المحتوى مشاعر القلق والرعب في نفوس الطلبة، مما يؤثر سلباً على استقرارهم النفسي.

1- دينا عزت الديب واخرون، التربية الإعلامية: موديولات مطورة لتثقيف تلاميذ الصف الثاني الاعدادي اعلاميا، جامعة طنطا، مجلة المناهج المعاصرة وتكنولوجيا التعليم، مجلة المناهج المعاصرة وتكنولوجيا التعليم، (3)2023، 52-77.

8. محتوى تجهيل المجتمع: يتم من خلال هذا النوع من المحتوى نشر معلومات مشوهة عن تاريخ المجتمع وعاداته وتقاليده الممتدة عبر آلاف السنين.

التربية الإعلامية في ظل البيئة الرقمية

تضاعفت أهمية التربية الإعلامية بعد هيمنة علوم الإعلام والاتصال، وانتشار وسائل الاتصال الجماهيري، إذ أصبحت ضرورة ملحة في ظل اتساع دوائر الاتصال وما رافقها من مشكلات. وزادت الحاجة إليها، كونها وسيلة لحفظ حقوق الأفراد وحررياتهم، وأمنهم، وسلامتهم، وحماية خصوصياتهم، بالإضافة إلى تعزيز حرية التعبير في المجتمعات والدول كافة.

وعلى الرغم من اختلاف الأدوات بين المؤسستين التربوية والإعلامية، والتناقضات التي تبدو في آلياتهما، وطريقة أدائهما وغاياتهما، ووسائلهما، إلا أنهما يتجهان نحو المصعب نفسه والهدف ذاته. فكلتا المؤسستين تسهمان في التنشئة الاجتماعية للأفراد، وتكوين الثقافة الرقمية للأفراد والمجتمعات، وهذا لا يحدث إلا إذا كان هناك تنسيق فعّال بينهما. إذ تسهم المؤسستان في فهم تأثيرات وسائل الإعلام الرقمية، والأكثر تأثيراً بذلك هو جيل الشباب الذي يقضي ساعات طويلة في متابعة مضامين وسائل الاتصال الحديثة، ولذلك، يتطلب الأمر تعاوناً كبيراً بين المؤسستين من خلال إدخال مختصين إعلاميين في القطاع التربوي، ليشاركوا في الإعداد والتوجيه والتعليم حول تأثيرات علوم الإعلام والاتصال على الطلبة، وكذلك توظيف مفردات التربية الإعلامية.¹

عرف المشهد الإعلامي مطلع القرن الواحد والعشرين تغييرات عميقة بفعل التطورات المعقدة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال التي سمحت بجمع المعلومات

1- مقابلة اجراها الباحثون مع الدكتور اسامة فاضل البدراني مدرس الصحافة بكلية الاعلام بالجامعة العراقية، وأحد المشاركين في اكااديمية التربية الإعلامية والرقمية ببيروت عن عمل الاكاديمية، بتاريخ 2024/7/3.

وانتقائها ومعالجتها ونشرها وفق أسس جديدة. تؤكد الدراسات العلمية على التحولات العميقة التي شهدتها البيئة الإعلامية، والتي تميزت عن تلك السائدة في نهايات القرن العشرين والفترات الزمنية السابقة وتردها إلى التغيرات التكنولوجية المصاحبة للتطورات التي شهدتها وسائل الإعلام والاتصال، والتي حدثت ضمن سياق أوسع من التغيرات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية. وتتمثل أبرز مظاهر البيئة الإعلامية الجديدة في التغيرات الجذرية التي تشهدها وسائل الإعلام التقليدية، في إطار سعيها للتكيف مع هذه التحولات التي تعرفها البيئة الإعلامية ذاتها، وتظهر من جانب آخر في ميلاد جملة من الممارسات الإعلامية التي افرزتها الوسائط الإعلامية الجديدة.¹

كما فتحت الثورة التكنولوجية المجال للتدفق الحر للمعلومات في فضاءات مفتوحة ومتاحة للجميع، حيث تحمل هذه الفضاءات العديد من التأثيرات والقيم السلبية والأخبار المغلوطة. وقد زاد إقبال الجمهور عليها بشكل كبير، مع الإفراط في استخدامها والإسهام في صناعة مضامينها. إذ لم يعد الفرد في معزل عن ثقافات وعادات الآخرين. لذا، من الضروري البحث والتقصي في تأثيرات البيئة الإعلامية الرقمية لفهم وضع آلية فعّالة للتربية الإعلامية².

نتائج الدراسة

تحليل نتائج الاستبانة لمعرفة اتجاهات النخبة إزاء إدراج مادة التربية الإعلامية الرقمية في المدارس والجامعات العراقية

1- اندريا ال برس وبروس ايه ويليملز، مقدمة الى بيئة الاعلام الجديدة، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2012، ص20.

2- الزهرة بوجفجوف، التربية الإعلامية الرقمية قراءة في المفهوم والتحديات، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 7، العدد1، 2023، ص186.

المحور الأول: البيانات الديموغرافية:

- النوع الاجتماعي

جدول (3) يبين توزيع المبحوثين بحسب النوع الاجتماعي

| المرتبة | النسبة المئوية | التكرارات | الجنس |
|---------|----------------|-----------|---------|
| الأولى | 53 | 106 | ذكور |
| الثانية | 47 | 94 | إناث |
| - | 100% | 200 | المجموع |

يتضح من بيانات الجدول 3 ان فئة (الذكور) كانت اعلى نسبة من فئة (الإناث) المشاركين في هذا الاستبيان من عينة البحث، بفارق نسبي بين الفئتين مقداره 6% إذ حلت فئة الذكور في المرتبة الأولى بواقع (106) تكرارًا، محققة نسبة مئوية قدرها (53%)، تليها في المرتبة الثانية فئة الإناث بواقع (94) تكرارًا، وبنسبة مئوية بلغت (47%).

- العمر

جدول (4) يبين توزيع المبحوثين بحسب الفئة العمرية

| المرتبة | النسبة المئوية | التكرارات | الفئة العمرية | ت |
|---------|----------------|-----------|---------------|---------|
| الأولى | 40 | 80 | من 35 إلى 44 | |
| الثانية | 28 | 56 | من 45 إلى 54 | |
| الثالثة | 25.5 | 51 | من 25 إلى 34 | |
| الرابعة | 6.5 | 13 | 55 فما فوق | |
| - | 100% | 200 | | المجموع |

أظهرت نتائج الجدول 4 توزيع المبحوثين الذين تم استطلاع آرائهم حول اتجاهات النخبة إزاء إدراج مادة التربية الإعلامية الرقمية في الجامعات والمدارس العراقية على أربع فئات عمرية. تصدرت فيها الفئة العمرية من (من 35 إلى 44) تصنيف الفئات بواقع (80) مبحوثًا، محققة أعلى نسبة في هذا التوزيع بلغت

(40%)، وحلت في المرتبة الأولى. تليها في المرتبة الثانية الفئة العمرية من (من 45 الى 54) بواقع (56) مبحوثاً، ونسبة (28%). بينما جاءت الفئة العمرية (من 25 الى 34) في المرتبة الثالثة وحققت (51) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (25.5%). أما الفئة العمرية من (55 فما فوق) فقد حلت في المرتبة الرابعة والأخيرة وحصلت على (13) تكراراً، ونسبة مئوية قدرها (6.5%).

- مكان العمل

جدول (5) يبين توزيع المبحوثين بحسب مكان العمل.

| ت | مكان العمل | ك | % |
|---|----------------------|-----|------|
| | وزارة التعليم العالي | 50 | 25 |
| | وزارة التربية | 50 | 25 |
| | وزارة الثقافة | 50 | 25 |
| | شبكة الإعلام العراقي | 50 | 25 |
| | المجموع | 200 | 100% |

أظهرت نتائج الجدول 5 توزيع المبحوثين الذين تم استطلاع آرائهم حول اتجاهات النخبة إزاء إدراج مادة التربية الإعلامية الرقمية في الجامعات والمدارس العراقية بحسب مكان العمل. وكانت جميع القطاعات التي شملتها استمارة الاستبيان متساوية، إذ حصل كل قطاع على نسبة مئوية قدرها (25%).

- سنوات الخبرة

جدول (6) يبين توزيع المبحوثين بحسب سنوات الخبرة.

| المرتبة | النسبة المئوية | التكرارات | سنوات الخبرة | ت |
|---------|----------------|-----------|----------------------|---|
| الأولى | 38.5 | 77 | من 11 سنة إلى 20 سنة | |
| الثانية | 36.5 | 73 | من سنة إلى 10 سنوات | |
| الثالثة | 19.5 | 39 | من 21 سنة إلى 30 سنة | |
| الرابعة | 5.5 | 11 | 31 سنة وأكثر | |
| - | 100% | 200 | المجموع | |

أظهرت نتائج الجدول 6 توزيع المبحوثين الذين تم استطلاع آرائهم حول اتجاهات النخبة إزاء إدراج مادة التربية الإعلامية الرقمية في الجامعات والمدارس العراقية على أربع فئات. تصدرت فيها فئة (من 11 سنة إلى 20 سنة) تصنيف الفئات الأخرى بواقع (77) تكراراً وحصلت على أعلى نسبة في هذا التوزيع بلغت (38.5%)، وحلت في المرتبة الأولى. وجاءت في المرتبة الثانية فئة (من سنة إلى 10 سنوات) بواقع (73) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (36.5%). في حين جاءت فئة (من 21 سنة إلى 30 سنة) في المرتبة الثالثة بواقع (39) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (19.5%). تلتها فئة (31 سنة فأكثر) في المرتبة الرابعة والأخيرة محققة (11) تكراراً ونسبة بلغت (5.5%).

المحور الثاني: نتائج الإجابة عن أسئلة الاستبانة

1. مفهوم مصطلح التربية الإعلامية الرقمية من وجهة نظرك؟

جدول (7) يبين مفهوم مصطلح التربية الإعلامية من وجهة نظر المبحوثين .

| المرتبة | النسبة المئوية | التكرار | مفهوم مصطلح التربية الإعلامية الرقمية من وجهة نظر المبحوثين | ت |
|---------|----------------|---------|---|---------|
| الثالثة | 13.09 | 86 | المقدرة على قراءة المعلومات ومعالجتها لكي يتم مشاركتها بشكل آمن في المجتمع | |
| الثانية | 13.24 | 87 | الوعي بكيفية التعامل مع وسائل الإعلام جميعها | |
| الأولى | 14.16 | 93 | عملية توظيف وسائل الإعلام بطريقة مثلى من أجل تحقيق الأهداف التربوية المرسومة في السياسة التعليمية والسياسة الإعلامية للدولة | |
| السادسة | 9.89 | 65 | المبادئ والأحكام التي يكتسبها الفرد من وسائل الإعلام وتحصينهم في مواجهة الانقلاط الإعلامي | |
| الرابعة | 11.26 | 74 | تعريف أفراد المجتمع بالأسلوب الصحيح للتعامل مع وسائل الإعلام | |
| الثامنة | 7.46 | 49 | تنمية مهارات التفكير الناقد لدى الطلبة لكل ما يتلقونه من وسائل الإعلام | |
| التاسعة | 6.85 | 45 | توجيه الإعلام بما يحقق أهداف التربية | |
| السابعة | 8.07 | 53 | فهم القيم الأخلاقية والمبادئ الإعلامية من قبل القائمين على وسائل الإعلام | |
| الخامسة | 10.65 | 70 | إعداد الأجيال للتعامل الإيجابي مع وسائل الإعلام | |
| العاشرة | 5.33 | 35 | القدرة على جمع المعلومات عن حدث ما وصياغته صياغة خبرية موضوعية | |
| - | 100% | (1*)657 | | المجموع |

1- يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (657)، بينما حجم عينة البحث هي (200)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.

بينت نتائج تحليل الجدول (7) أن فئة (عملية توظيف وسائل الإعلام بطريقة مثلى من أجل تحقيق الأهداف التربوية المرسومة في السياسة التعليمية والسياسة الإعلامية للدولة) جاءت في مقدمة مفهوم مصطلح التربية الإعلامية الرقمية من وجهة نظر المبحوثين؛ حيث احتلت المرتبة الأولى بواقع (93) تكراراً وبنسبة بلغت (14.16%).

بينما جاءت فئة (الوعي بكيفية التعامل مع وسائل الإعلام جميعها) في المرتبة الثانية وحقت (87) تكراراً وبنسبة (13.24%)، في حين جاءت فئة (المقدرة على قراءة ومعالجة المعلومات لكي يتم مشاركتها بشكل آمن في المجتمع) في المرتبة الثالثة وحصلت على (86) تكراراً ونسبة بلغت (13.09%)، أما فئة (تعريف أفراد المجتمع بالأسلوب الصحيح للتعامل مع وسائل الإعلام) فقد حلت في المرتبة الرابعة بواقع (74) تكراراً ونسبة (11.26%)، تلتها فئة (إعداد الأجيال للتعامل الإيجابي مع وسائل الإعلام) في المرتبة الخامسة بواقع (70) تكراراً ونسبة (10.65%)؛ ثم فئة (المبادئ والأحكام التي يكتسبها الفرد من وسائل الإعلام وتحسينهم في مواجهة الانفلات الإعلامي) في المرتبة السادسة بواقع (65) تكراراً ونسبة بلغت (9.89%)؛ بينما جاءت فئة (فهم القيم الأخلاقية والمبادئ الإعلامية من قبل القائمين على وسائل الإعلام) فقد حلت في المرتبة السابعة بواقع (53) تكراراً ونسبة (8.07%)، تلتها فئة (تنمية مهارات التفكير الناقد لدى الطلبة لكل ما يتلقونه من وسائل الإعلام) في المرتبة الثامنة بواقع (49) تكراراً ونسبة (7.46%)، ثم فئة (توجيه الإعلام بما يحقق أهداف التربية) في المرتبة التاسعة وحقت (45) تكراراً ونسبة بلغت (6.85%)، بينما حلت فئة (القدرة على جمع المعلومات عن حدث ما وصياغته صياغة خبرية موضوعية) في المرتبة العاشرة بواقع (35) تكراراً وبنسبة بلغت (5.33%).

1- يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (657)، بينما حجم عينة البحث هي (200)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.

بينت النتائج أن العديد من المفاهيم الخاصة بمصطلح التربية الإعلامية موجودة في دائرة اهتمامات الباحثين، ومن أهمها: عملية توظيف وسائل الإعلام بطريقة مثلى من أجل تحقيق الأهداف التربوية المرسومة في السياسة التعليمية والسياسة الإعلامية للدولة، الوعي بكيفية التعامل مع وسائل الإعلام جميعها، المقدرة على قراءة المعلومات ومعالجتها لكي يتم مشاركتها بشكل آمن في المجتمع. وقد استأثرت هذه المفاهيم بالاهتمام الأكبر للمبجوثين، مما يعكس توظيف وسائل الإعلام بطريقة مثلى لتحقيق أهداف تربوية مرسومة في إطار سياسة إعلامية/ تعليمية للدولة القائمة عليه. ويهدف ذلك إلى إتقان الطلبة لمهارات العمل الإعلامي وتحقيق المشاركة بين الإعلام والتربية، من أجل تزويد الطلبة بالمعارف والمفاهيم والمهارات الخاصة بكيفية التعامل مع الإعلام والاستفادة من المعارف المتوافرة فيه.

2. برأيك ما أهداف إضافة مادة التربية الإعلامية الرقمية إلى المنهاج الدراسي للتربية والتعليم في العراق؟

جدول (8) يبين أهداف إضافة مادة التربية الإعلامية الرقمية إلى المنهاج الدراسي للتربية والتعليم في العراق .

| المرتبة | النسبة المئوية | التكرار | أهداف إضافة مادة التربية الإعلامية الرقمية إلى المنهاج الدراسي للتربية والتعليم في العراق | ت |
|---------|----------------|---------------------|---|---------|
| الأولى | 20.41 | 100 | مساعدة الطلبة على فهم البيئة الإعلامية وتحليل المضامين والحكم عليها | 1 |
| الثانية | 20.2 | 99 | تسهم التربية الإعلامية في معرفة الطلبة بمصادر النصوص الإعلامية وأهدافها السياسية والاجتماعية والاقتصادية والدينية والثقافية والسياق الذي وردت فيه | 2 |
| الثالثة | 16.33 | 80 | تساعد الطلبة في فهم وتفسير الرسائل الإعلامية والقيم المقدمة من خلالها | 3 |
| الرابعة | 15.31 | 75 | تساعد التربية الإعلامية الرقمية الطلبة في اختيار وسائل الإعلام المناسبة التي تمكنهم من توصيل رسائلهم الإعلامية والوصول إلى الجمهور المستهدف | 4 |
| الخامسة | 14.9 | 73 | تساعد الطلبة في التحليل وتكوين الآراء الانتقادية إزاء المواد الإعلامية | 5 |
| السادسة | 10.41 | 51 | تسهم التربية الإعلامية الرقمية في الوصول إلى وسائل الإعلام أو المطالبة بالوصول إليها، بهدف التلقي والإنتاج | 6 |
| السابعة | 2.44 | 12 | مساعدة الطلبة على المشاركة العملية في الإعلام عبر الحوار والتعبير عن الذات وإنتاج المضامين الإعلامية وبثها | 7 |
| - | 100% | 490 ^(2*) | | المجموع |

1- يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (490)، بينما حجم عينة البحث هي (200)، ويعود سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.

بينت نتائج تحليل الجدول (8) أن فئة (مساعدة الطلبة على فهم البيئة الإعلامية وتحليل المضامين والحكم عليها) جاءت في مقدمة أهداف إضافة مادة التربية الإعلامية الرقمية إلى المنهاج الدراسي للتربية والتعليم في العراق؛ حيث احتلت المرتبة الأولى بواقع (100) تكراراً وبنسبة بلغت (20.41%)، تلتها فئة (تسهم التربية الإعلامية في معرفة الطلبة بمصادر النصوص الإعلامية وأهدافها السياسية والاجتماعية والاقتصادية والدينية والثقافية والسياق الذي وردت فيه) في المرتبة الثانية بواقع (99) تكراراً وبنسبة (20.2%)، بينما جاءت فئة (تساعد الطلبة في فهم وتفسير الرسائل الإعلامية والقيم المقدمة من خلالها) في المرتبة الثالثة، وحصلت على (80) تكراراً وبنسبة بلغت (16.33%)، أما فئة (تساعد التربية الإعلامية الرقمية الطلبة في اختيار وسائل الإعلام المناسبة التي تمكنهم من توصيل رسائلهم الإعلامية والوصول الى الجمهور المستهدف) فقد حلت في المرتبة الرابعة بواقع (75) تكراراً وبنسبة (15.31%)، لتأتي فئة (تساعد الطلبة في التحليل وتكوين الآراء الانتقادية إزاء المواد الإعلامية) في المرتبة الخامسة وحصلت على (73) تكراراً وبنسبة (14.9%)، في حين جاءت فئة (تسهم التربية الإعلامية الرقمية في الوصول إلى وسائل الإعلام أو المطالبة بالوصول إليها بهدف التلقي والإنتاج) في المرتبة السادسة بواقع (51) تكراراً وبنسبة بلغت (10.41%)، بينما جاءت فئة (مساعدة الطلبة على المشاركة العملية في الإعلام عبر الحوار والتعبير عن الذات وإنتاج المضامين الإعلامية وبنها) فقد حلت في المرتبة السابعة والأخيرة بواقع (12) تكراراً وبنسبة (2.44%).

ويتبين من النتائج أن أهم أهداف إضافة مادة التربية الإعلامية الرقمية إلى المنهاج الدراسي للتربية والتعليم في العراق، والتي استأثرت باهتمام الباحثين، هي: مساعدة الطلبة على فهم البيئة الإعلامية، وتحليل المضامين، والحكم عليها؛ وإسهام التربية الإعلامية في تعريف الطلبة بمصادر النصوص الإعلامية

وأهدافها السياسية والاجتماعية والاقتصادية والدينية والثقافية، بالإضافة إلى السياق الذي وردت فيه؛ ومساعدة الطلبة في فهم وتفسير الرسائل الإعلامية والقيم المقدمة من خلالها. وهذا يعكس أن التربية الإعلامية الرقمية تهدف إلى مساعدة الطلبة على تحليل وفهم الرسالة الإعلامية وتفسيرها.

وهذا يؤشر إلى أن الاستخدام الواعي والأمن من قبل الطلبة لوسائل الإعلام، بما يشمل فهم وتفسير ونقد وتقييم المضامين الإعلامية بأشكالها المتنوعة، يسهم في تطوير إدراكهم وتعاونهم في إنتاج مضامين إعلامية مسؤولة وتخزينها، بالإضافة إلى الارتقاء باهتماماتهم. ويُعدّ ذلك رد فعل طبيعي للبيئة الإعلامية المعقدة والمستحدثات التكنولوجية التي تحيط بهم.

3. برأيك، ما أكثر المبررات أهمية لإدراج منهاج التربية الإعلامية في المدارس والجامعات؟

جدول (9) يبين أكثر المبررات أهمية لإدراج منهاج التربية الإعلامية في المدارس والجامعات .

| المرتبة | النسبة المئوية | التكرار | أكثر المبررات أهمية لإدراج منهاج التربية الإعلامية في المدارس والجامعات | ت |
|---------|----------------|---------|--|---------|
| الأولى | 22.48 | 116 | انتشار الثورة المعلوماتية والتكنولوجيا وتطبيقات الهاتف المحمول من أكثر مبررات أهمية لإدراج التربية الإعلامية كمناهج دراسية | 1 |
| الثانية | 20.93 | 108 | استخدام المجتمع للتكنولوجيا والإنترنت في حياته اليومية والتي أصبحت جزءاً لا يتجزأ منها | 2 |
| الثالثة | 17.25 | 89 | انتشار موضوعات الجريمة الإلكترونية والابتزاز والتنمر والسرقة والمخدرات الإلكترونية التي أثرت على البنى المعرفية للطلاب | 3 |
| الرابعة | 15.31 | 79 | تطور نظريات البحث العلمي والتربوي باستخدام أساليب حديثة لجمع المعرفة أسهم على دراسة التربية الإعلامية وانعكاساتها | 4 |
| الخامسة | 13.95 | 72 | تأثير الغزو الثقافي على المجتمع العراقي والهوية الثقافية وتصدير اتجاهاته غير المناسبة للمجتمع | 5 |
| السادسة | 10.08 | 52 | تعميق فكرة الديمقراطية وحرية الرأي والتعبير وقيم الخصوصية وحقوق الانسان | 6 |
| - | 100% | (3*)516 | | المجموع |

1- يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (516)، بينما حجم عينة البحث هي (200)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.

بينت نتائج تحليل الجدول (9) أن فئة (انتشار الثورة المعلوماتية والتكنولوجيا وتطبيقات الهاتف المحمول من أكثر المبررات أهمية لإدراج التربية الإعلامية كمنهاج دراسي) جاءت في مقدمة المبررات الأكثر أهمية لإدراج التربية الإعلامية كمنهاج دراسي في المدارس والجامعات؛ حيث احتلت المرتبة الأولى بواقع (116) تكراراً وبنسبة بلغت (22.48%). تلتها فئة (استخدام المجتمع للتكنولوجيا والإنترنت في حياته اليومية التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ منها) في المرتبة الثانية بواقع (108) تكراراً وبنسبة (20.93%)، بينما جاءت فئة (انتشار موضوعات الجريمة الإلكترونية والابتزاز والتنمر والسرقة والمخدرات الإلكترونية التي أثرت على البنى المعرفية للطلاب) في المرتبة الثالثة وحصلت على (89) تكراراً ونسبة بلغت (17.25%).

أما فئة (تطور نظريات البحث العلمي والتربوي باستخدام أساليب حديثة لجمع المعرفة أسهم على دراسة التربية الإعلامية وانعكاساتها) فقد حلت في المرتبة الرابعة بواقع (79) تكراراً ونسبة (15.31%)، لتأتي فئة (تأثير الغزو الثقافي على المجتمع العراقي والهوية الثقافية وتصدير اتجاهاته غير المناسبة للمجتمع) في المرتبة الخامسة وحصلت على (72) تكراراً ونسبة (13.95%)، في حين جاءت فئة (تعميق فكرة الديمقراطية وحرية الرأي والتعبير وقيم الخصوصية وحقوق الانسان) في المرتبة السادسة والأخيرة بواقع (52) تكراراً ونسبة بلغت (10.08%).

ويتبين من النتائج أن من أكثر المبررات أهمية لإدراج منهاج التربية الإعلامية في المدارس والجامعات، والتي استأثرت باهتمام الباحثين، هي: انتشار الثورة المعلوماتية والتكنولوجيا وتطبيقات الهاتف المحمول كأحد أهم المبررات لإدراج التربية الإعلامية كمنهاج دراسي، واستخدام المجتمع للتكنولوجيا والإنترنت في حياته اليومية، التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ منها، وانتشار موضوعات الجريمة الإلكترونية، والابتزاز، والتنمر، والسرقة، والمخدرات الإلكترونية التي أثرت على

البنى المعرفية للطلبة،

وهذا يشير إلى أن دور التربية الإعلامية الرقمية يتمثل في تعليم الطلبة الدور الفعال للثورة المعلوماتية في التدفق الهائل للمعلومات في مختلف مجالات المعرفة، وإتاحة المعلومة وتوفيرها من خلال الوصول إليها، وتبادلها، وحفظها، واسترجاعها بسهولة وسرعة، وتنوع أساليب الوصول إليها. كما يبرز دورها في حماية الطلبة من ظاهرة انتشار الجرائم الإلكترونية، والتجارة غير القانونية (كتجارة المخدرات). التي تزامنت مع تطور التقنيات والتكنولوجيا الرقمية.

4. ما المعايير الأكثر أهمية التي تتناولها التربية الإعلامية في مناهجها؟

جدول (10) يوضح المعايير الأكثر أهمية التي تتناولها التربية الإعلامية في مناهجها.

| ت | الاستجابات | التكرار | النسبة المئوية م | درجة الحرية | قيمة كا2 | | مستوى الدلالة |
|---------|---|---------|------------------|-------------|----------|----------|---------------|
| | | | | | المحسوبة | الجدولية | |
| 1 | المعايير الأخلاقية التي تحكم المضامين الإعلامية | 82 | 41 | 1 | 47.52 | 7.82 | 0.05 |
| 2 | المعايير العاطفية التي تتضمنها المضامين التي تؤثر على إدراك الأفراد | 20 | 10 | 4 | | | |
| 3 | المعايير الجمالية المختصة بالنواحي الفنية والشكلية للمضامين | 34 | 17 | 3 | | | |
| 4 | المعايير المعرفية والقدرة على فهم المعاني والرموز والدلالات والأساليب الإقناعية التي تحوّلها المضامين | 64 | 32 | 2 | | | |
| المجموع | | 200 | 100% | - | | | |

أظهرت بيانات جدول (10) أن (41%) من أفراد عينة الدراسة يرون أن المعايير الأكثر أهمية التي تتناولها التربية الإعلامية في مناهجها هي المعايير الأخلاقية التي

تحكم المضامين الإعلامية، بينما أشار (32%) من أفراد عينة الدراسة على أن المعايير الأكثر أهمية التي تتناولها التربية الإعلامية في مناهجها هي المعايير المعرفية والقدرة على فهم المعاني والرموز والدلالات والأساليب الإقناعية التي تحتويها المضامين، في حين أشار (17%) من أفراد عينة الدراسة يرون أن المعايير الأكثر أهمية التي تتناولها التربية الإعلامية في مناهجها هي المعايير الجمالية المختصة بالنواحي الفنية والشكلية للمضامين، أما ما نسبته (10%) من أفراد عينة الدراسة يرون أن المعايير الأكثر أهمية التي تتناولها التربية الإعلامية في مناهجها هي المعايير العاطفية التي تتضمنها المضامين التي تؤثر على إدراك الأفراد.

وبإجراء اختبار Chi-Square Tests تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية المعايير الأكثر أهمية التي تتناولها التربية الإعلامية في مناهجها، حيث بلغت قيمة كا2 المحسوبة (47.52)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (7.82) وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (3). ولصالح استجابة المعايير الأخلاقية التي تحكم المضامين الإعلامية، أي أن هناك اختلافات واضحة بين المبحوثين في رؤيتهم عن المعايير الأكثر أهمية التي تتناولها التربية الإعلامية في مناهجها. وهذه النتائج تشير إلى أن البيئة الإعلامية الإلكترونية بحاجة إلى صياغة منظومة جديدة من الحقوق والواجبات الأخلاقية لمساعدة الطلبة في أداء مهامهم الدراسية، على أن تتناسب هذه المنظومة مع التحديات التي فرضتها ثورة الاتصال والمعلومات، إذ شكلت تلك الثورة مناخاً إعلامياً جديداً يحتاج إلى معايير أخلاقية لضبط المضامين الإعلامية.

المحور الثالث: المقياس

اتجاهات النخبة إزاء إدراج مادة التربية الإعلامية الرقمية في الجامعات والمدارس العراقية يمكن تحديد اتجاهات النخبة إزاء إدراج مادة التربية الإعلامية الرقمية في الجامعات والمدارس العراقية باستخدام المتوسط الحسابي، حيث تكون بداية ونهاية فئات المقياس الخماسي: أوافق بشدة (خمسة درجات)، أوافق (أربعة درجات)، محايد (ثلاثة درجات) لا أوافق (درجتين) لا أوافق بشدة (درجة واحدة). تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ولتحديد طول خلايا المقياس الخماسي (الحدود الدنيا والعليا)، تم حساب المدى = أكبر قيمة - أقل قيمة (5 - 1 = 4)، ثم قُسم المدى على عدد خلايا المقياس للحصول على طول الخلية المصحح، فكانت النتيجة (4 / 5 = 0.8) بعد ذلك، أُضيفت هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس، أو بداية المقياس وهي الواحد الصحيح، لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وهكذا تم تحديد طول الخلايا بدقة وفقاً لهذه الخطوات¹:

جدول رقم (11) يوضح التقدير اللفظي لمستويات المتوسط المرجح.

| | |
|------------|--|
| قليلة جداً | إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد من 1 إلى أقل من 1.8 |
| قليلة | إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد من 1.8 إلى أقل من 2.60 |
| متوسطة | إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد من 2.60 إلى أقل من 3.40 |
| كبيرة | إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد من 3.40 إلى أقل من 4.20 |
| كبيرة جداً | إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة أو البعد من 4.20 إلى أقل من 5.00 |

¹ إسماعيل العيد وآخرون، الكفايات اللازمة لأعضاء هيئة التدريس لمادة الرسم الهندسي، ط1، (بغداد: فينوس للحاسبات والطباعة والترجمة، 2007)، 119.

1. ما مدى موافقتك على أكثر أنواع المحتوى الإعلامي خطورة والذي يحتاج إلى معالجة من قبل التربية الإعلامية وتوعية المجتمع منه.

جدول (12) يبين أكثر أنواع المحتوى الإعلامي خطورة ويحتاج إلى معالجة من قبل التربية الإعلامية وتوعية المجتمع منه. ن = (200)

| ت | العبارات | استجابات المبحوثين | | | | | الوسط المرجح | الانحراف المعياري | الوزن المنوي | المستوى | الترتيب |
|---|--|--------------------|------------|-------|-------|---------------|-----------------|----------------------|-----------------|-----------|---------|
| | | ك | أوافق بشدة | أوافق | محايد | لا أوافق بشدة | | | | | |
| 1 | المحتوى الإعلامي الزائف تم إنتاجه بهدف التضليل والحق الأذى بالطلبة | ك | 105 | 64 | 21 | 5 | 4.295 | .953 | 85.9 | كبيرة جدا | 1 |
| | | % | 52.5 | 32 | 10.5 | 2.5 | | | | | |
| 2 | المحتوى الإعلامي تم إنتاجه بهدف التلاعب بالمعلومات او الصور الأصلية لخداع الطلبة | ك | 58 | 81 | 42 | 5 | 3.865 | .643 | 77.3 | كبيرة | 8 |
| | | % | 29 | 40.5 | 21 | 2.5 | | | | | |
| 3 | المحتوى الاحتمالي يتم مشاركته مع المحتوى الحقيقي في ضوء سياق معلوماتي خاطئ | ك | 68 | 79 | 36 | 4 | 3.97 | .785 | 79.4 | كبيرة | 5 |
| | | % | 34 | 39.5 | 18 | 2 | | | | | |
| 4 | المحتوى الإعلامي المضلل يستخدم معلومات مضللة لتأطير قضية او فرد | ك | 78 | 71 | 30 | 6 | 4 | .821 | 80 | كبيرة | 4 |
| | | % | 39 | 35.5 | 15 | 3 | | | | | |
| 5 | التواصل الزائف يظهر عندما لا تدعم العناوين او الصور والشرح الموجود للمحتوى | ك | 65 | 80 | 38 | 7 | 3.93 | .793 | 78.6 | كبيرة | 7 |
| | | % | 32.5 | 40 | 19 | 3.5 | | | | | |
| 6 | التهكم او المحاكاة الساخرة يكون عندما لا توجد نية لإحداث ضرر أو حدوث حالات خداع | ك | 67 | 71 | 46 | 2 | 3.935 | .797 | 78.7 | كبيرة | 6 |
| | | % | 33.5 | 35.5 | 23 | 1 | | | | | |
| 7 | المحتوى الإعلامي العنيف يبث عدم الطمأنينة والرعب في نفوس الطلاب | ك | 82 | 75 | 31 | 7 | 4.1 | .873 | 82 | كبيرة | 3 |
| | | % | 41 | 37.5 | 15.5 | 3.5 | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|-------|------|------|-------|---|-----|------|------|------|---|--|---------|
| 2 | كبيرة | 83 | 668 | 4.15 | 6 | 7 | 29 | 67 | 91 | ك | محتوى تجهيل المجتمع يظهر من خلال معلومات تشوه تاريخه وعاداته وتقاليده الممتدة الى الالاف من السنين | 8 |
| | | | | | 3 | 3.5 | 14.5 | 33.5 | 45.5 | % | | |
| | كبيرة | 80.6 | 787. | 4.031 | | | | | | | | المجموع |

يتضح من بيانات الجدول (12) أن أكثر أنواع المحتوى الإعلامي خطورة، والتي تحتاج إلى معالجة من قبل التربية الإعلامية وتوعية المجتمع منها، تمثلت في جوانب متعددة. فقد جاء في الترتيب الأول (المحتوى الإعلامي الزائف الذي تم إنتاجه بهدف التضليل وإحاق الأذى بالطلبة) بوسط مرجح (4.295) ووزن مئوي بلغ (85.9%). أمّا في الترتيب الثاني، فقد ظهر (محتوى تجهيل المجتمع الذي يعرض معلومات تشوه تاريخه وعاداته وتقاليده الممتدة لآلاف السنين) بوسط مرجح (4.15) ووزن مئوي بلغ (83%). وفي الترتيب الثالث (المحتوى الإعلامي العنيف الذي يبث عدم الطمأنينة والرعب في نفوس الطلبة) بوسط مرجح (4.1) ووزن مئوي بلغ (82%)، وأخيراً، جاء في الترتيب الثامن (المحتوى الإعلامي تم إنتاجه بهدف التلاعب بالمعلومات أو الصور الأصلية لخداع الطلاب) بوسط مرجح (3.865) ووزن مئوي بلغ (77.3%).

تظهر نتائج الجدول السابق أن المتوسط العام لأكثر أنواع المحتوى الإعلامي خطورة والتي تحتاج إلى معالجة من قبل التربية الإعلامية وتوعية المجتمع منها بلغ (4.031)، ونسبة مئوية قدرها (80.6%) مما يشير إلى مستوى كبير من الأهمية. ويستدل من نتائج جدول (12) أن أكثر أنواع المحتوى الإعلامي خطورة والتي تحتاج إلى معالجة من قبل التربية الإعلامية وتوعية المجتمع منها، يتمثل بالمحتوى الإعلامي الزائف الذي تم إنتاجه بهدف التضليل وإحاق الأذى بالطلبة، وكذلك محتوى تجهيل المجتمع الذي يظهر من خلال معلومات تشوه تاريخه وعاداته وتقاليده الممتدة لآلاف السنين، بالإضافة إلى المحتوى الإعلامي العنيف الذي

يبث عدم الطمأنينة والرعب في نفوس الطلبة.

2. ما مدى موافقتك على فقرات توافر خريطة تربوية ومهارات للتربية الإعلامية يكتسبها الطلبة من وسائل الإعلام.

جدول (13) يبين رؤية المبحوثين عن فقرات توافر خريطة تربوية ومهارات للتربية الإعلامية يكتسبها الطلبة من وسائل الإعلام. ن = (200)

| الترتيب | المستوى | الوزن المنوي | الانحراف المعياري | الوسط المرجح | استجابات المبحوثين | | | | | العبارات | ت | |
|---------|-----------|--------------|-------------------|--------------|--------------------|----------|-------|-------|------------|----------|---|---|
| | | | | | لا أوافق بشدة | لا أوافق | محايد | أوافق | أوافق بشدة | | | |
| 1 | كبيرة جدا | 88.8 | .939 | 4.44 | 1 | 1 | 16 | 73 | 109 | ك | توفير التربية الإعلامية للطلاب مهارة اختيار المحتوى المناسب بما يتلاءم مع عاداتهم وتقاليدهم المجتمعية | 1 |
| | | | | | 0.5 | 0.5 | 8 | 36.5 | 54.5 | % | | |
| 3 | كبيرة | 83 | .772 | 4.15 | 2 | 1 | 28 | 103 | 66 | ك | الخريطة التربوية تمكن الطالب من التقييم والتقدم للرسالة الإعلامية | 2 |
| | | | | | 1 | 0.5 | 14 | 51.5 | 33 | % | | |
| 2 | كبيرة جدا | 84.1 | .623 | 4.205 | 1 | 2 | 28 | 91 | 78 | ك | اكتساب الطلبة لمهارات إنتاج الرسائل والمضامين الإعلامية تعبر عن ذاتهم وميولهم ليكونوا أطرافا مؤثرة في العملية الإعلامية | 3 |
| | | | | | 0.5 | 1 | 14 | 45.5 | 39 | % | | |
| 6 | كبيرة | 73.9 | .647 | 3.695 | 3 | 26 | 44 | 83 | 44 | ك | لا تتوافر خريطة تربوية يكتسب من خلالها الطالب على مهارات للتربية الإعلامية | 4 |
| | | | | | 1.5 | 13 | 22 | 41.5 | 22 | % | | |
| 4 | كبيرة | 82.9 | .655 | 4.145 | 2 | 4 | 27 | 97 | 70 | ك | الخريطة التربوية تمكن الطالب من التحليل والتفسير للرسائل الإعلامية بما يمكنه من معرفة أهدافها والتعامل معها بالرفض أو بالقبول | 5 |
| | | | | | 1 | 2 | 13.5 | 48.5 | 35 | % | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|-------|------|------|-------|---------|-----|------|------|------|---|--|---|
| 7 | كبيرة | 67.3 | .933 | 3.365 | 12 | 42 | 48 | 57 | 41 | ك | لا توجد ضرورة لتمكين الطالب من تقييم وسائل الإعلام | 6 |
| | | | | | 6 | 21 | 24 | 28.5 | 20.5 | % | | |
| 5 | كبيرة | 81.4 | .744 | 4.07 | 4 | 3 | 31 | 99 | 63 | ك | الخريطة التربوية تسهم في اكتساب الطالب لمهارة التواصل والمشاركة الفعالة مع وسائل الإعلام | 7 |
| | | | | | 2 | 1.5 | 15.5 | 49.5 | 31.5 | % | | |
| - | كبيرة | 80.2 | 759. | 4.01 | المجموع | | | | | | | |

يتضح من الجدول 13 أن رؤية المبحوثين عن فقرات توافر خريطة تربوية ومهارات للتربية الإعلامية يكتسبها الطلبة من وسائل الإعلام تمثلت في النقاط التالية: جاء في الترتيب الأول (توفير التربية الإعلامية للطلبة مهارة اختيار المحتوى الإعلامي المناسب بما يتلاءم مع عاداتهم وتقاليدهم المجتمعية) بوسط مرجح (4.44) ووزن مئوي بلغ (88.8%). وفي الترتيب الثاني (اكتساب الطلبة مهارات إنتاج رسائل ومضامين إعلامية تعبر عن ذاتهم وميولهم ليكونوا أطرافاً مؤثرة في العملية الإعلامية) بوسط مرجح (4.205) ووزن مئوي بلغ (84.1%). كما جاء في الترتيب الثالث (الخريطة التربوية تمكن الطالب من التقييم والنقد للرسالة الإعلامية) بوسط مرجح (4.15) ووزن مئوي بلغ (83%); وأخيراً جاء في الترتيب السابع (لا توجد ضرورة لتمكين الطالب من تقييم وسائل الإعلام) بوسط مرجح (3.365) ووزن مئوي بلغ (67.3%). كما تبين نتائج الجدول 13 أن المتوسط العام لرؤية المبحوثين حول فقرات توافر خريطة تربوية ومهارات للتربية الإعلامية يكتسبها الطلبة من وسائل الإعلام بلغ (4.01)، وبنسبة مئوية قدرها (80.2%) مما يعكس مستوى كبير من الأهمية.

يستدل من نتائج جدول (13) أن رؤية المبحوثين حول فقرات توافر خريطة تربوية ومهارات للتربية الإعلامية التي يكتسبها الطلبة من وسائل الإعلام تمثلت في توفير خريطة تربوية ومهارات للتربية الإعلامية الرقمية. حيث تركز هذه الخريطة على تمكين الطلبة من مهارة اختيار المحتوى الإعلامي المناسب بما يتناسب مع

عادات الطلبة وتقاليدهم المجتمعية، وكذلك اكتسابهم مهارات إنتاج الرسائل والمضامين الإعلامية التي تعبر عن ذاتهم وميولهم، ليكونوا أطرافاً مؤثرة في العملية الإعلامية. بالإضافة إلى ذلك، إسهام الخريطة التربوية في تمكين الطالب من التقييم والنقد الفعال للرسالة الإعلامية.

3. ما مدى موافقتك على المقترحات المدرجة إزاء ما يتضمنه منهج التربية الإعلامية في الجامعات والمدارس العراقية.

جدول (14) يبين رؤية المبحوثين عن المقترحات لتضمين منهج التربية الإعلامية في الجامعات والمدارس العراقية. ن= (200)

| الانحراف المعياري | الوسط المرجح | استجابات المبحوثين | | | | | | العبارة | ت |
|-------------------|--------------|--------------------|----------|-------|-------|------------|---|---|---|
| | | لا أوافق بشدة | لا أوافق | محايد | أوافق | أوافق بشدة | ك | | |
| 820. | 4.36 | 1 | 2 | 18 | 82 | 97 | ك | إدراج وحدات تعليمية حول كيفية التعامل مع المحتوى الرقمي | 1 |
| | | 0.5 | 1 | 9 | 41 | 48.5 | % | | |
| .739 | 4.255 | 1 | - | 30 | 85 | 84 | ك | تعليم الطلبة كيفية التعامل مع المضامين والمصادر الموثوقة وغير الموثوقة | 2 |
| | | 0.5 | - | 15 | 42.5 | 42 | % | | |
| .851 | 4.335 | - | 1 | 20 | 90 | 89 | ك | التركيز على الأخلاقيات الإعلامية والمواطنة الرقمية | 3 |
| | | - | 0.5 | 10 | 45 | 44.5 | % | | |
| .775 | 4.21 | 1 | - | 29 | 96 | 74 | ك | العمل على تطوير مهارات إنتاج المحتوى الرقمي لدى الطلبة | 4 |
| | | 0.5 | - | 14.5 | 48 | 37 | % | | |
| .690 | 4.225 | 1 | 3 | 26 | 90 | 80 | ك | فتح قنوات تعاون بين التربية الإعلامية الرقمية والمواد الأكاديمية الأخرى مثل اللغة والتاريخ وعلم النفس | 5 |
| | | 0.5 | 1.5 | 13 | 45 | 40 | % | | |
| .945 | 4.23 | 1 | 2 | 25 | 94 | 78 | ك | تشجيع الطلبة على تطبيق مهارات التربية الإعلامية في سياقات أكاديمية مختلفة | 6 |
| | | 0.5 | 1 | 12.5 | 47 | 39 | % | | |
| .746 | 4.16 | 3 | - | 28 | 100 | 69 | ك | تعليم الطلبة أساسيات التحرير الصحفي والتصميم الجرافيك | 7 |
| | | 1.5 | - | 14 | 50 | 34.5 | % | | |
| .810 | 4.18 | 1 | 5 | 24 | 97 | 73 | ك | تشجيع المشاريع التعاونية الطلابية لإنتاج محتوى إعلامي ذي جودة عالية | 8 |
| | | 0.5 | 2.5 | 12 | 48.5 | 36.5 | % | | |

| | | | | | | | | | |
|------|-------|-----|-----|------|------|------|---|---|----|
| .707 | 4.235 | 2 | 5 | 25 | 80 | 88 | ك | تعليم الطلبة أخلاقيات النشر والتعبير عن الرأي واحترام الفكر والعقيدة | 9 |
| | | 1 | 2.5 | 12.5 | 40 | 44 | % | | |
| .731 | 4.18 | 2 | 8 | 20 | 92 | 78 | ك | تعليم الطلبة آليات التحقق من الأخبار الكاذبة وكيفية مواجهة الإشاعة | 10 |
| | | 1 | 4 | 10 | 46 | 39 | % | | |
| .544 | 4.2 | 1 | 2 | 32 | 86 | 79 | ك | أهمية نشر الوعي المجتمعي والنقائي وتشكيل الرأي العام إزاء القضايا المحلية والدولية | 11 |
| | | 0.5 | 1 | 16 | 43 | 39.5 | % | | |
| .721 | 4.165 | 1 | 5 | 32 | 84 | 78 | ك | تعريف الطلبة بالتشريعات الإعلامية وضوابط التعبير عن الرأي | 12 |
| | | 0.5 | 2.5 | 16 | 42 | 39 | % | | |
| .781 | 4.21 | 2 | 2 | 26 | 92 | 78 | ك | تعريف الطلبة بمفهوم التربية الإعلامية وأهدافها وأهميتها | 13 |
| | | 1 | 1 | 13 | 46 | 39 | % | | |
| .748 | 4.255 | 1 | 2 | 25 | 89 | 83 | ك | تعريف الطلبة بالتطورات التكنولوجية في مجال الإعلام ولاسيما ما يتعلق بالذكاء الاصطناعي | 14 |
| | | 0.5 | 1 | 12.5 | 44.5 | 41.5 | % | | |
| .702 | 4.4 | - | - | 20 | 80 | 100 | ك | تحذير الطلبة من مخاطر المعلومات المضللة على المجتمع | 15 |

يتضح من الجدول 14 أن رؤية الباحثين حول المقترحات لتضمين منهج التربية الإعلامية في الجامعات والمدارس العراقية تمثلت في النقاط التالية: جاء في الترتيب الأول (تحذير الطلبة من مخاطر المعلومات المضللة على المجتمع) بوسط مرجح (4.4) ووزن مئوي بلغ (88%)، وجاء في الترتيب الثاني (إدراج وحدات تعليمية حول كيفية التعامل مع المحتوى الرقمي) بوسط مرجح (4.36) ووزن مئوي بلغ (87.2%). وفي الترتيب الثالث (التركيز على الأخلاقيات الإعلامية والمواطنة الرقمية) بوسط مرجح (4.335) ووزن مئوي بلغ (86.7%). وأخيراً، في الترتيب الثاني عشر (تعليم الطلبة أساسيات التحرير الصحفي والتصميم والجرافيك) بوسط مرجح (4.16) ووزن مئوي بلغ (83.2%).

وتبين نتائج الجدول 14 أن المتوسط العام لرؤية المبحوثين حول المقترحات لتضمين منهج التربية الإعلامية في الجامعات والمدارس العراقية بلغ (4.24)، ونسبة مئوية قدرها (84.8%) وهو مستوى كبير جدا.

يستدل من نتائج جدول (14) أن رؤية المبحوثين حول المقترحات لتضمين منهج التربية الإعلامية في الجامعات والمدارس العراقية، تمثلت بتحذير الطلبة من مخاطر المعلومات المضللة على المجتمع، وإدراج وحدات تعليمية حول كيفية التعامل مع المحتوى الرقمي، بالإضافة إلى التركيز على الأخلاقيات الإعلامية والمواطنة الرقمية.

4. ما مدى موافقتك على المقترحات المدرجة إزاء مقرر التربية الإعلامية الرقمية.

جدول (15) يبين رؤية المبحوثين عن مقترحات مقرر التربية الإعلامية الرقمية .

ن= (200)

| الترتيب | المستوى | الوزن المنوي | الانحراف المعياري | الوسط المرجح | استجابات المبحوثين | | | | | العبارات | ت | |
|---------|-----------|--------------|-------------------|--------------|--------------------|----------|-------|-------|------------|----------|---|---|
| | | | | | لا اوافق بشدة | لا اوافق | محايد | اوافق | أوافق بشدة | | | |
| 7 | كبيرة | 81.3 | .469 | 4.065 | 2 | 5 | 47 | 70 | 76 | ك | إدراج مادة التربية الإعلامية في المراحل الابتدائية والثانوية كمنهج مستقل | 1 |
| 6 | كبيرة | 83.6 | .737 | 4.18 | - | 2 | 36 | 86 | 76 | ك | إدراج مادة التربية الإعلامية في المراحل الجامعية لكافة التخصصات الإنسانية والعلمية | 2 |
| 2 | كبيرة جدا | 85.1 | .793 | 4.255 | 3 | 3 | 30 | 68 | 96 | ك | إدراج مادة التربية الإعلامية في مراحل كليات الإعلام جميعها ولا تقتصر على المرحلة الأولى فقط | 3 |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|-----------|------|------|-------|-----|-----|------|------|------|---|---|----|
| 1 | كبيرة جدا | 86 | .667 | 4.3 | 1 | 1 | 25 | 83 | 90 | ك | إقامة ورش وندوات وحلقات نقاشية دورية في الجامعات والمدارس للتعريف بأهمية التربية الإعلامية وكيفية التعامل مع وسائل الإعلام | 4 |
| | | | | | 0.5 | 0.5 | 12.5 | 41.5 | 45 | % | | |
| 5 | كبيرة | 83.7 | .663 | 4.185 | 1 | 3 | 33 | 84 | 79 | ك | عمل حملات توعوية من مؤسسات المجتمع المدني والمنظمات الخاصة توضح أهمية إدراج مادة التربية الإعلامية الرقمية في المراحل التعليمية المختلفة. | 5 |
| | | | | | 0.5 | 1.5 | 16.5 | 42 | 39.5 | % | | |
| 10 | كبيرة | 78.9 | .654 | 3.945 | 6 | 13 | 35 | 78 | 68 | ك | يفضل أن تكون مادة التربية الإعلامية عملاً نشاطياً في المدارس ولا حاجة بأن يكون منهجاً مستقلاً | 6 |
| | | | | | 3 | 6.5 | 17.5 | 39 | 34 | % | | |
| 4 | كبيرة | 83.8 | .888 | 4.19 | - | 4 | 30 | 90 | 76 | ك | وجود برامج تدريبية وتأهيلية دورية للنخبة من الأكاديميين والرتويين لمواكبة التطورات المتسارعة في مجال التربية الإعلامية | 7 |
| | | | | | - | 2 | 15 | 45 | 38 | % | | |
| 3 | كبيرة جدا | 84.6 | .833 | 4.23 | - | 3 | 32 | 81 | 84 | ك | يفضل أن يكون هناك اهتمام حقيقي من قبل كليات الإعلام بتطبيق مبادئ التربية الإعلامية | 8 |
| | | | | | - | 1.5 | 16 | 40.5 | 42 | % | | |
| 9 | كبيرة | 80 | .672 | 4 | 5 | 7 | 46 | 67 | 75 | ك | وجود اهتمام على مستوى عال من وزارة التربية العراقية حول إضافة مادة التربية الإعلامية في منهاج المدارس الابتدائية والثانوية | 9 |
| | | | | | 2.5 | 3.5 | 23 | 33.5 | 37.5 | % | | |
| 8 | كبيرة | 80.5 | .743 | 4.025 | - | 7 | 43 | 88 | 62 | ك | إدراج مادة التربية الإعلامية الرقمية بشكل إلزامي في المدارس والجامعات العراقية | 10 |
| | | | | | - | 3.5 | 21.5 | 44 | 31 | % | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|----|-------|------|------|-------|---------|---|-----|------|----|----|---|---|----|
| | | | | | | 4 | 17 | 49 | 68 | 62 | ك | إدماج مادة التربية الإعلامية بمحور في مواد أخرى في التربية والتعليم العالي بدلا من اعتبارها مادة مستقلة | 11 |
| 11 | كبيرة | 76.7 | .996 | 3.835 | | 2 | 8.5 | 24.5 | 34 | 31 | % | | |
| - | كبيرة | 82.2 | 738. | 4.11 | المجموع | | | | | | | | |

يتضح من الجدول 15 أن رؤية الباحثين حول مقترحات مقرر التربية الإعلامية الرقمية تمثلت بما يلي: جاء في الترتيب الأول (إقامة ورش وندوات وحلقات نقاشية دورية في الجامعات والمدارس للتعريف بأهمية التربية الإعلامية وكيفية التعامل مع وسائل الإعلام) بوسط مرجح (4.3) ووزن مئوي بلغ (86%). وجاء في الترتيب الثاني (إدراج مادة التربية الإعلامية في مراحل كليات الإعلام جميعها ولا تقتصر على المرحلة الأولى فقط) بوسط مرجح (4.255) ووزن مئوي بلغ (85.1%)، وفي الترتيب الثالث (يفضل أن يكون هناك اهتمام حقيقي من قبل كليات الإعلام لتطبيق مبادئ التربية الإعلامية) بوسط مرجح (4.23) ووزن مئوي بلغ (84.6%). وأخيراً في الترتيب الحادي عشر (دمج مادة التربية الإعلامية بمحور في مواد أخرى في التربية والتعليم العالي بدلا من اعتبارها مادة مستقلة) بوسط مرجح (3.835) ووزن مئوي بلغ (76.7%).

وتبين نتائج الجدول 15 أن المتوسط العام لرؤية الباحثين حول مقترحات مقرر التربية الإعلامية الرقمية بلغ (4.11)، ونسبة مئوية قدرها (82.2%) مما يشير إلى مستوى كبير.

يستدل من نتائج الجدول (15) أن رؤية الباحثين حول المقترحات لتطوير مقرر التربية الإعلامية الرقمية، تمثلت في: إقامة ورش عمل وندوات وحلقات نقاشية دورية في الجامعات والمدارس للتعريف بأهمية التربية الإعلامية وكيفية

التعامل مع وسائل الإعلام، بالإضافة إلى إدراج مادة التربية الإعلامية في مراحل كليات الإعلام جميعها وعدم اقتصرها على المرحلة الأولى فقط، وكذلك توجيه كليات الإعلام في العراق للاهتمام الحقيقي بتطبيق مبادئ التربية الإعلامية.

الاستنتاجات:

1. إن توظيف وسائل الإعلام بطريقة مثلى لتحقيق أهداف تربوية مرسومة ضمن إطار سياسة إعلامية/ تعليمية للدولة، يتطلب العمل على إتقان الطلبة لمهارات العمل الإعلامي وتعزيز المشاركة بين الإعلام والتربية، وذلك من خلال تزويد الطلبة بالمعارف والمفاهيم والمهارات اللازمة للتعامل مع الإعلام والاستفادة من المعارف المتوفرة فيه.
2. إن الاستخدام الواعي والأمن لوسائل الإعلام من قبل الطلبة، والذي يشمل فهم وتفسير ونقد وتقييم المضامين الإعلامية بأشكالها المتنوعة، يسهم في تطوير إدراكهم وتعزيز قدرتهم على التعاون في إنتاج مضامين إعلامية مسؤولة، وتخزينها، مما يسهم في ارتقاء اهتماماتهم. هذا يمثل رد فعل طبيعي للبيئة الإعلامية المعقدة، والتطورات التكنولوجية التي تحيط بهم.
3. إن دور التربية الإعلامية الرقمية يقتصر على تعليم الطلبة أهمية الثورة المعلوماتية في التدفق الهائل للمعلومات عبر مختلف مجالات المعرفة، بالإضافة إلى تمكينهم من الوصول إلى المعلومات، وتبادلها وحفظها، واسترجاعها بسهولة وسرعة، مع تنوع أساليب الوصول إليها. كما تشمل مسؤولياتها حماية الطلبة من انتشار الجرائم الإلكترونية، والتجارة غير القانونية مثل تجارة المخدرات، التي رافقت التطورات السريعة في التقنيات والتكنولوجيا الرقمية.
4. إن البيئة الإعلامية الرقمية بحاجة إلى صياغة منظومة جديدة من الحقوق

والواجبات الأخلاقية لمساعدة الطلبة في أداء مهامهم الدراسية، على أن تتناسب هذه المنظومة مع التحديات التي فرضتها الثورة الرقمية، إذ شكلت تلك الثورة مناخاً إعلامياً جديداً يحتاج إلى معايير أخلاقية لضبط المضامين الإعلامية.

5. إن أكثر أنواع المحتوى الإعلامي خطورة ويحتاج إلى معالجة من قبل التربية الإعلامية وتوعية المجتمع منه يتمثل في المحتوى الإعلامي الزائف الذي يتم إنتاجه بهدف التضليل وإلحاق الأذى بالطلبة، وكذلك محتوى تجهيل المجتمع الذي يظهر من خلال معلومات تشوه تاريخه وعاداته وتقاليده الممتدة لآلاف السنين، بالإضافة إلى المحتوى الإعلامي العنيف الذي يبث عدم الطمأنينة والرعب في نفوس الطلبة.

أن تتوافر خريطة تربوية ومهارات للتربية الإعلامية الرقمية يكتسبها الطلبة من وسائل الإعلام، تتمثل من خلال توفير التربية الإعلامية للطلبة مهارة اختيار المحتوى الإعلامي المناسب بما يتناسب مع عاداتهم وتقاليدهم المجتمعية، وكذلك اكتساب الطلبة لمهارات إنتاج الرسائل والمضامين الإعلامية التي تعبر عن ذاتهم وميولهم ليكونوا أطرافاً مؤثرة في العملية الإعلامية، بالإضافة إلى إسهام الخريطة التربوية في تمكين الطالب من التقييم والنقد للرسالة الإعلامية.

6. تحذير الطلبة من مخاطر المعلومات المضللة على المجتمع، وإدراج وحدات تعليمية حول كيفية التعامل مع المحتوى الرقمي، بالإضافة إلى التركيز على الأخلاقيات الإعلامية والمواطنة الرقمية.

7. إقامة ورش وندوات وحلقات نقاشية دورية في الجامعات والمدارس للتعريف بأهمية التربية الإعلامية وكيفية التعامل مع وسائل الإعلام، وإدراج مادة التربية الإعلامية في مراحل كليات الإعلام جميعها، ولا تقتصر على المرحلة الأولى فقط، بالإضافة إلى توجيه كليات الإعلام في العراق ليكون هناك

اهتمام حقيقي من قبلها لتطبيق مبادئ التربية الإعلامية

التوصيات

1. توظيف نتائج الدراسات والأبحاث العربية القائمة والمستقبلية حول التربية الإعلامية الرقمية.
2. تصميم مناهج للتربية الإعلامية الرقمية وفرضها للدراسة في الجامعات والمدارس الثانوية التابعة لوزارة التربية.
3. العمل على تشجيع مزيد من الدراسات والأبحاث العربية في التربية الإعلامية الرقمية لقلتها وأهميتها وشدة الحاجة لمهارتها في الحياة.
4. تشجيع تكوين جماعات ضغط عربية لتصنيف المنتجات الإعلامية الرقمية المختلفة ورفض وتصحيح كل ما هو متحيز وغير قائم على أساس صحي تقبله عقائدنا وتقاليدنا.
5. العمل على بلورة رؤية عربية حول التربية الإعلامية الرقمية ومهاراتها، تتناسب مع واقعنا العربي.

المصادر والمراجع:

اولاً: الكتب العربية

1. اسماعيل عبد الفتاح تحديات الإعلام التربوي العربي، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2011.
2. اندريا ال برس وبروس ايه ويليلمز، مقدمة الى بيئة الإعلام الجديدة، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2012.
3. بشرى حسين الحمداني، التربية الإعلامية والامية الرقمية، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2014.
4. حسن منصور، التربية الإعلامية الجديدة المداخل النظرية والاساليب التطبيقية، الرياض، مكتبة المتنبي، 2019.
5. سامي محمد ملحم، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2007).
6. سليمان الطعاني، الوجيز في التربية الإعلامية، عمان، دار الخليج للنشر والتوزيع، 2020.
7. عادل فهي، التربية الإعلامية تكوين المتلقي الناقد، الجيزة، وكالة الصحافة العربية، 2023.
8. عمرو محمد عبد الحميد، العداء لوسائل الإعلام .. التحديات المهنية واستعادة ثقة الجمهور، القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع، 2019.
9. محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، عمان دار اسامة للنشر والتوزيع، 2006.
10. محمد خالد أبو عزام، التربية الإعلامية، عمان دار زهدي للنشر والتوزيع، 2020.
11. محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، ط2، القاهرة: عالم الكتب، 1997.

12. وفاء السيد خضر، رؤية جديدة في الإعلام التربوي، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2018.

13. وهيب مجيد الكبيسي، القياس النفسي بين النظرية والتطبيق. بيروت: مؤسسة مصر مرتضى للكتاب العراقي، 2010.

ثانياً: البحوث المنشورة

14. احمد فالح الرشيد، واقع التربية الإعلامية في المدارس الحكومية بدولة الكويت، دراسة ميدانية من وجهة نظر عينة من المعلمين، مجلة البحث العلمي في التربية، العدد الثامن، سنة 2017م.

15. أريج محمد فخر الدين، دور التربية الإعلامية في الاستخدام الآمن للإعلام الرقمي رؤية مستقبلية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 80، المجلد 1، 2022م.

16. أسماء حسين وآخرون، أثر برنامج مقترح في التربية الإعلامية على تنمية مهارات انتاج الفيديو الرقمي لدى طلاب الثانوية، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا، 2022م.

17. ايهم زيد العتوم، اثر التربية الإعلامية على وسائل التواصل الاجتماعي في مكافحة الارهاب والتطرف من وجهة نظر الصحفيين، جامعة منوبة، قاف للدراسات الإعلامية، العدد الثاني، ديسمبر , 2023 م .

18. حارث محمد طارق الخيون، تأثير تدريس التربية الإعلامية في المدرسة، المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل , 2018 م.

19. خولة مرتضوي، التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية المفهوم والاهداف، دورية نماء لعلوم والوحي والدراسات الانسانية، العدد 9,8، 2020 .

20. دينا عزت الديب واخرون، التربية الإعلامية: موديوالات مطورة لتثقيف تلاميذ الصف الثاني الاعدادي اعلاميا، جامعة طنطا، مجلة المناهج المعاصرة وتكنولوجيا التعليم،

21. ريهام سامي، مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الجامعات: دراسة كيفية،
المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد (26) 2019 .
22. الزهرة بوجفجوف، التربية الإعلامية الرقمية قراءة في المفهوم والتحديات، مجلة
الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 7، العدد 1 2023 .
23. سحر خليفة سالم وراضي رشيد حسن، كفايات منهج التربية الإعلامية الرقمية من
وجهة نظر أساتذة الجامعات العراقيين، مجلة الباحث الإعلامية، عدد 40، 2018م.
24. عادل عبد الرزاق ضيف، رأي النخبة حول دور الإعلام في تحسين صورة العرب والمسلمين
في الخارج، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثامن لكلية الإعلام بعنوان « الإعلام وصورة
العرب والمسلمين» كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجزء الأول، مايو 2002.
25. عبدالله بن فلاح محمد الشهراني، سامي عبدالله لاحق الغامدي، معوقات التربية
الإعلامية في المدارس الثانوية بمحافظة المخواة، من وجهة نظر المعلمين وسبل التغلب
عليها، جامعة سوهاج، كلية التربية، مجلة شباب الباحثين، العدد يوليو، ج 2- (8)،
2021م .
26. عبيد فايز محمد، التربية الإعلامية والرقمية الابعاد والضوابط، مجلة البحوث
الاكاديمية، مجلد 28، بنغازي 2024م.
27. علاء محمد عبد العاطي، رؤية مستقبلية لتقليل دور اخصائي الإعلام التربوي في تطبيق
التربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الاعدادية، مجلة البحوث الإعلامية، القاهرة
2021م.
28. مجيب عبد الله الحميدي، استراتيجية مقترحة للتغلب على معوقات إدماج التربية
الإعلامية بالتعليم العام في الدول العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية علوم
التربية، جامعة محمد الخامس. المملكة المغربية 2022م.

29. محمد عبد الرحيم حسن الزهراني، متطلبات الإعلام التربوي بالمرحلة الثانوية بمدينة مكة في ضوء التحديات المعاصرة، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية التربية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 2015.

30. محمود منصور هيبه، رؤية حول التربية الإعلامية المفاهيم والمبادئ، مصر، مجلة البحوث التربوية والتنوعية، مؤسسة التربية الخاصة والتأهيل التربوي العدد (2)، 2020.

31. وفاء السيد خضر، فعالية برنامج مقترح باستخدام الصحف والمجلات في تنمية مهارات التربية الإعلامية لدى طلاب المدارس في مصر، جامعة طنطا، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد الثالث عشر.

ثالثاً: المقابلات

32. مقابلة اجراها الباحثون مع الدكتور اسامة فاضل البدراني مدرس الصحافة بكلية الإعلام بالجامعة العراقية، وأحد المشاركين في اكااديمية التربية الإعلامية والرقمية ببيروت عن عمل الاكاديمية، بتاريخ 2024 /7/3.

رابعاً: المواقع الالكترونية

1. الموقع الرسمي لجامعة بغداد، التربية الإعلامية والرقمية تدخل مناهج كليات واقسام الإعلام في الجامعات العراقية، متاح على الرابط. <https://uobaghdad.edu.iq/?p=4579>، بتاريخ 12/10/2015.

2. موقع واع، وزارة التربية: ندرس اضافة المادة الإعلامية الى المناهج الدراسية، متاح على الرابط <https://www.ina.iq/200061--.html>، بتاريخ 2023 /12/27.

الفصل الرابع

التربية والتوعية على وسائل الإعلام والاتصال في لبنان

أ.د. مي عبدالله

د. فادية حسين

د. تراز منصور

د. إيمان رزق

د. منى طوق

د. حوراء حوماني¹

د. حياة عون

Abstract

This research addresses the reciprocal relationship between media and public opinion, and the influence each has on the other. It highlights the importance of free media and democracy in shaping this relationship, as well as the role of media literacy in enhancing the ability to analyze and think critically when engaging with media content, particularly on digital platforms. The study begins with the role of civil society in Lebanon in raising awareness and educating on media and communication, and the challenges faced by non-governmental organizations in Lebanon in achieving effective impact in media literacy due to the lack of a clear vision and limited efforts. The research also examines

1 - كلية الإعلام الجامعة اللبنانية

the impact of media literacy on shaping critical thinking among students in private schools in Lebanon and the importance of integrating media literacy as an independent subject in the curriculum. It explores the differences in the application of media literacy between private and public schools, the significance of incorporating media literacy in the curricula of both public and private universities, and the organization of workshops and training courses to keep up with developments in digital media and social media platforms. The study concludes with the need to develop a comprehensive university policy on this concept, proposing the inclusion of specific details about it in as many curricula as possible, integrating it into mandatory and applied courses, and dedicating studies and research on the subject.

Keywords: Media literacy, media, civil society, schools, universities.

ملخص

يتناول هذا البحث العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والرأي العام، وكيف يؤثر كل منهما في الآخر. ويُبرز أهمية التربية الإعلامية في تعزيز التفكير النقدي والتحليل الواعي عند التعامل مع المحتوى الإعلامي، بخاصة في ظل الانتشار الواسع للمنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي التي تسهم بشكل كبير في تشكيل التصورات العامة.

ينطلق البحث من دراسة دور المجتمع المدني في لبنان في نشر الوعي الإعلامي وتعليم مهارات التفكير النقدي المتعلقة بوسائل الإعلام والاتصال، حيث يُلقى الضوء على التحديات التي تواجهها المنظمات غير الحكومية اللبنانية في هذا المجال. وتتمثل هذه التحديات في غياب رؤية واضحة واستراتيجيات محددة، بالإضافة إلى محدودية الجهود الموجهة لتحقيق التأثير الفعّال في التربية الإعلامية.

كما يتناول البحث تأثير التربية الإعلامية على تطوير الحس النقدي لدى طلاب المدارس الخاصة في لبنان. ويعرض أهمية إدخال التربية الإعلامية كمادة مستقلة في المناهج الدراسية لتزويد الطلاب بالمهارات اللازمة لتحليل المحتوى الإعلامي وتقييمه. ويكشف البحث عن الفروق بين طرق تطبيق التربية الإعلامية في المدارس الخاصة والرسمية، ويشير إلى أهمية دمجها في المناهج الدراسية في الجامعات الحكومية والخاصة.

ويشير البحث إلى أهمية تنظيم ورش عمل ودورات تدريبية لمواكبة التحديات المستمرة في الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي. ويختتم البحث بتوصية بتطوير سياسة تعليمية شاملة تأخذ التربية الإعلامية بعين الاعتبار على مستوى المناهج الدراسية، بالإضافة إلى تضمينها في المقررات الإلزامية والتطبيقية في الجامعات، مع تخصيص دراسات وأبحاث أكاديمية إضافية حول هذا الموضوع لتحقيق التطوير المستدام في هذا المجال.

الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية، وسائل الإعلام، المجتمع المدني، المدارس، الجامعات.

مقدمة

أظهرت البحوث الإعلامية في لبنان كيف يمكن أن تستمر وسائل الإعلام والاتصال، القديمة والجديدة، في إعادة إنتاج الانقسامات الاجتماعية والسياسية والنظام السياسي الطائفي الراسخ الذي ابتلي به البلد لمدة قرن تقريبًا. كما ألفت الدراسات الأحدث الضوء على الحالة السيئة للتعليم الإعلامي في المنطقة، وانخفاض مستوى الثقافة الإعلامية بين شبابها، وهي الشريحة التي تتمتع بأفضل الإمكانيات لإحداث التغيير إذا أتيحت لهم الفرصة للانخراط في ثقافة المشاركة المتنامية كمواطنين متمكّنين، وليس مجرد مستهلكين للإعلام

ومنتجين للوضع الراهن.

كما ألفت الضوء على نجاح علامة تجارية محلية في مجال الثقافة الرقمية والإعلامية في غرس مهارات التفكير النقدي بين طلبة الجامعات، وتمكينهم من أن يصبحوا منتجين نشطين ومشاركين كاملين في الثقافة المعاصرة، وتتبع المحاولات المستمرة لتطوير الثقافة الإعلامية ونشرها في الجامعات والمدارس ومجموعات المجتمع المدني اللبنانية

مشكلة الدراسة

تتمحور الدراسة حول العلاقة الجدلية بين وسائل الإعلام والرأي العام، ودور التربية الإعلامية في تكوين الحس النقدي لدى الأفراد وتمكينهم من تحليل المحتوى الإعلامي بوعي وموضوعية. خصوصاً في ظل التطور السريع في الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي، حيث تواجه المجتمعات الحديثة تحديات كبيرة نتيجة انتشار المعلومات المضللة والأخبار الكاذبة، مما يعزز الحاجة إلى تربية إعلامية قوية قادرة على تمكين الأفراد من التمييز بين الأخبار الحقيقية والمزيفة.

تنشأ مشكلة الدراسة من تساؤلات حول مدى فعالية التربية الإعلامية في تكوين هذا الحس النقدي، وكيف يمكن للمنظومات التعليمية أن تسهم في تعزيز هذه القدرة لدى الأفراد في المدارس والجامعات. كما تشمل المشكلة تأثير التفاوت في تطبيق التربية الإعلامية بين المؤسسات التعليمية المختلفة في لبنان، بخاصة بين المدارس الخاصة والعامية، ومدى التزام المناهج التعليمية بتعليم مهارات التفكير النقدي وتعزيز الوعي الإعلامي. بالإضافة إلى ما تواجهه منظمات المجتمع المدني من تحديات كبيرة في تعزيز التربية الإعلامية بسبب غياب الاستراتيجية الواضحة والنقص في التنسيق بين مختلف الجهات المعنية، مما يعيق تحقيق التأثير الفعال في هذا المجال.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى رصد واقع التربية الإعلامية في لبنان من خلال الاطلاع على الوضع الحالي للتربية الإعلامية في لبنان وتقييمه من خلال الاطلاع على الأنشطة والبرامج التي تنفذها منظمات المجتمع المدني، ومدى اهتمامها بالتربية الإعلامية ودورها في نشر المهارات الإعلامية وتطويرها لدى مختلف الفئات الاجتماعية.

كما تهدف الدراسة الى الاطلاع على المناهج التربوية المعتمدة في المدارس اللبنانية الرسمية والخاصة، وتحليل مدى تضمينها لمفاهيم التربية الإعلامية، وكيفية تطبيق هذه المفاهيم في الواقع التعليمي، وتقييم مدى قدرة هذه المناهج على تطوير الحس النقدي لدى الطلبة.

بالإضافة إلى تقييم فعالية تطبيق التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية المختلفة (المدارس والجامعات)، مع التركيز على كيفية دمج مهارات التفكير النقدي والتحليل الإعلامي في المناهج الدراسية، سواء في المدارس الخاصة أو الرسمية، وكذلك في الجامعات الخاصة والحكومية. يهدف ذلك إلى إلقاء الضوء على التحديات التي تواجه التربية الإعلامية في لبنان، بما في ذلك غياب رؤية واضحة من قبل الجهات المعنية، وقلة التنسيق بين المؤسسات الحكومية والمجتمع المدني، وصعوبة الوصول إلى كل الفئات المجتمعية في هذا المجال، مع تقديم توصيات بشأن كيفية تحسين التربية الإعلامية في لبنان، بما في ذلك اقتراح سياسات تعليمية وتطوير المناهج التي تضمن تعميق الوعي الإعلامي والنقدي لدى الطلبة على مختلف المستويات التعليمية.

أهمية الدراسة

تبرز أهمية الدراسة في كونها تلقي الضوء على دور المجتمع المدني في نشر الديمقراطية والتحفيز على حرية التعبير والمشاركة المجتمعية الفعالة من

خلال التوعية على كيفية استهلاك المعلومات الإعلامية وتحليلها بشكل نقدي. وكذلك على أهمية إدخال التربية الإعلامية في المناهج التربوية لتنمية الحس النقدي لدى الطلاب والقدرة على تحليل المحتوى الإعلامي واتخاذ موقف منه، ومواكبة تطورات الإعلام الرقمي إلى جانب تضمين التربية الإعلامية في مقررات الجامعات لزيادة الوعي لدى الطلاب، وتعزيز البحث الأكاديمي في مجال التربية الإعلامية بهدف تطوير آليات تعليمية وأساليب جديدة تواكب التطورات التقنية والإعلامية.

أسئلة الدراسة

تحاول الدراسة الإجابة عن الأسئلة المرتبطة بالمشكلة الأساس التي تتمحور حول:

1. الاطلاع على قدرة منظمات المجتمع المدني اللبنانية على إيلاء التربية الإعلامية الاهتمام اللازم، والإسهام في نشرها لتعزيز قدرة الأفراد على التفكير النقدي، بالإضافة إلى استكشاف فرص التعاون بينها وبين الجامعات لنشر التربية الإعلامية وزيادة الوعي في هذا المجال.
2. دور المناهج التعليمية، ومناهج التربية الوطنية والتنشئة المدنية في المدارس الخاصة والرسمية في تنمية الحس النقدي لدى الطلبة، وإلقاء الضوء على اختلاف استراتيجيات التربية الإعلامية بين المدارس الخاصة والمدارس الرسمية في لبنان.
3. الجهود التي تبذلها الجامعات الخاصة والحكومية لتنمية قدرة الطلبة على تحليل المحتوى الإعلامي والتفكير الناقد من خلال المقررات، والبرامج، والأنشطة التطبيقية، ومدى مواكبة هذه الجهود لتطورات الإعلام الرقمي.

منهج الدراسة

تعتمد الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تُرصد وتُحلّل تجارب مجتمع البحث المتعلقة بالتربية الإعلامية في لبنان، بهدف تقديم رؤية شاملة حول واقع التربية الإعلامية في لبنان. ويُستخدم هذا المنهج لتوثيق واقع التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية، بما في ذلك المدارس الرسمية والخاصة، وكذلك الجامعات، بالإضافة إلى استعراض تجارب منظمات المجتمع المدني في نشر الوعي الإعلامي.

سيتم إجراء المقابلات مع التربويين، ومسؤولي منظمات المجتمع المدني، وأساتذة الجامعات الخاصة والحكومية، بهدف الاطلاع على كيفية اعتماد التربية الإعلامية في المناهج التربوية، والأساليب المستخدمة لتنمية المهارات النقدية لدى الطلاب.

كما سيتم الاطلاع على المناهج التربوية والمواد التعليمية ذات الصلة بالتربية الإعلامية في المدارس والجامعات، بالإضافة إلى تقييم الأنشطة التطبيقية التي تُنظّم داخل المؤسسات التعليمية.

وسيتم اختيار عدد من المدارس الخاصة والعامة، بالإضافة إلى بعض الجامعات، لدراسة تطبيق التربية الإعلامية من خلال الأنشطة والمقررات. كذلك، سيتم فحص دور المجتمع المدني في تعزيز التربية الإعلامية عبر برامج ومبادرات محددة.

عينة الدراسة

شملت عينة الدراسة مجموعة متنوعة من الجهات المعنية بالتربية الإعلامية في لبنان، وذلك لضمان تغطية شاملة ومتعددة الأبعاد لموضوع البحث. تم اختيار العينة بناءً على تنوع المؤسسات المعنية بتطبيق التربية الإعلامية في لبنان، وضمت:

- منظمات المجتمع المدني:

تم اختيار عدد من منظمات المجتمع المدني التي تعمل في مجالات التربية

الإعلامية وحقوق الإنسان وحرية التعبير. تم التركيز على المنظمات التي تقدم برامج تدريبية وورش عمل حول التربية الإعلامية وتحليل المحتوى الإعلامي، حيث تم إجراء مقابلات مع المسؤولين عن هذه المنظمات لدراسة جهودهم في نشر الوعي الإعلامي.

- المدارس الرسمية والخاصة:

تم اختيار عدد من المدارس الرسمية والخاصة في مختلف المناطق اللبنانية، بما في ذلك المدارس التي تقدم مناهج تربوية مختلفة. وتمّ انتقاء مدارس تعكس تنوعاً في الانتماءات الاجتماعية والدينية، وذلك لضمان دراسة تأثير التربية الإعلامية على الطلبة في سياقات متنوعة. كما تم تضمين المدارس الخاصة التي تطبق مناهج دولية أو محلية في هذا السياق، بالإضافة إلى المدارس الرسمية التي تعتمد المنهج الوطني.

- الجامعات الحكومية والخاصة:

شملت العينة بعض الجامعات الحكومية والخاصة في لبنان التي تقدم برامج دراسات أكاديمية في الإعلام أو التربية، مع التركيز على الكليات التي تضم أقساماً متخصصة في الإعلام والدراسات الاجتماعية. وتم اختيار هذه الجامعات لتقييم دورها في تضمين التربية الإعلامية في المناهج الأكاديمية، وكذلك أثرها على تطوير مهارات التفكير النقدي لدى الطلبة.

مصطلحات الدراسة:

التربية الإعلامية: هي مجموعة من المهارات والمعارف التي تمكن الأفراد من التعامل مع وسائل الإعلام بشكل نقدي، وفهم محتوياتها وتحليلها، بما في ذلك القدرة على تقييم الأخبار والمعلومات المتداولة عبر المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي، والتفريق بين الأخبار المغلوطة والصحيحة. (فهيم، 2023).

المنهج التربوي: المنهج التربوي هو كل ما يحدث في المؤسسة التعليمية، وخارجها من عمليات تعلم وتعليم، بهدف تمكين المتعلم من مواجهة المواقف الجديدة، وتوليد الأفكار، وإنتاج المعرفة، ومساعدته على النمو الشامل للوصول الى أفضل ما تستطيعه قدراته. (المركز الوطني للبحوث والدراسات).

المقرر التعليمي (الدراسي): هو وحدة تدريس مؤلفة من سلسلة من الأنشطة التعليمية في ميدان محدد أو في مجموعة من مجالات التعليم المتصلة. ويمكن الإشارة إلى ذلك أيضاً بأنه «وحدة تعليم قياسية»، أو «وحدة دراسية» أو «موضوع». (موقع الإسكوا الإلكتروني)

وسائل الإعلام: هي ركن من أركان الإعلام، وهي تلك الوسائل التي تنقل المعلومات والحقائق إلى الجمهور، مثل الصحف والراديو والتلفزيون والسينما والكتب، وتؤدي وظائف أخرى مثل التسلية والإعلانات والتعليم والتوجيه والإرشاد. (أحمد، 2017)

وسائل التواصل الاجتماعي: هي التطبيقات والمواقع الإلكترونية التي تُستخدم للتواصل مع الآخرين، ونشر المعلومات عبر شبكة الإنترنت العالمية من خلال أجهزة الكمبيوتر أو الهواتف المحمولة. كما تُشير وسائل التواصل الاجتماعي أيضاً إلى أية أداة اتصال عبر الإنترنت تسمح للمستخدمين بمشاركة المحتوى ونشره عبر نطاق واسع. (يوسف، 2013)

الدراسات السابقة

دراسة طوق (2020-2021) بعنوان «التربية الإعلامية وتكوين الحس النقدي لدى تلامذة المدارس الخاصة في لبنان (دراسة تحليلية نقدية)»، اعتمد البحث المنهج العقلاني الذي يرفض الترميز المسبق في تصنيف المعلومات وتبويبها واستخدام تقنية تحليل المضمون من المنهج الوصفي لاستخراج الخصائص

الدالة. ارتكز البحث على ثلاث أدوات بحثية:

الأداة الأولى: محاور العالم لتحديد المحتوى الإعلامي في المناهج التعليمية.

الأداة الثانية: المقابلات المعمّقة لتوضيح الاستراتيجية التربوية في المدارس الخاصة ومدى ارتباطها بالمرجعية الروحية، مع الكشف عن الاهتمام الفعلي بهذه المحاور وطرح أسئلة منها في الامتحانات الرسمية.

الأداة الثالثة: الاختبار الذي يعدّ تجربة جديدة في مجال البحوث الإعلامية، والذي تمّ تطبيقه باختيار عينة قصدية من تلامذة السنة الثالثة الثانوية في مدارس العرفان، الكاثوليك، الأرثوذكس، المصطفى، المقاصد والإنجيلية لشرح إشكالية البحث: كيف تشكّل التربية العالمية الموحدّة الحس النقدي لدى تلامذة المدارس الخاصة ذات التعددية الثقافية والدينية؟

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع التربية الإعلامية في لبنان، من خلال مضمون محاور الإعلام في كتب التربية الوطنية والتنشئة المدنية الموحدّة منهجيًا (نسبة إلى المنهج)، وذلك كيفية تشكيل الحس النقدي لدى تلامذة المدارس الخاصة ذات الطابع الديني. أظهرت نتائج الدراسة أنّ التربية الإعلامية تشكّل الحسّ النقدي لدى التلامذة، وهو أمر لا يختلف باختلاف هوية المدارس الخاصة المتعدّدة في مجتمع تعدّدي مثل لبنان، بل يستند إلى مقوّمات وأسس علمية يكتسبها التلميذ من خلال التواصل المعرفي.

وتبين أيضًا أن تلامذة هذه المدارس، وهم تلامذة لبنان، يمتلكون ثقافة إعلامية ومؤهلات نقدية، تمكّنهم من تحليل ونقد نص الاختبار والمحتوى الإعلامي واتخاذ موقف منه. كما أسهمت النظرية البنائية في توضيح عملية بناء المعرفة. ويوصي البحث بإدخال «التربية الإعلامية» كمادة مستقلة في المناهج التربوية، مما يشير إلى أنّ المدارس تستطيع أن تشكّل رؤية وطنية متشابكة يستفيد المجتمع اللبناني

المتعدد دينياً من تطبيقها. وأوصى البحث بإدخال «التربية الإعلامية» كمادة مستقلة في المناهج التربوية، مما يؤشر الى أنّ المدارس تستطيع أن تشكل رؤية وطنية متشابكة يستفيد منها المجتمع اللبناني المتعدد دينياً.

دراسة (Jad Melki, 2013) كشفت دراسة ملكي عن قدرة لبنان الكبيرة على تطوير التربية الإعلامية ذات الطابع المحلي، والارتقاء بها في المنطقة، مشيراً إلى المحاولات المستمرة الرامية إلى تطوير التربية الإعلامية ونشرها في المدارس والجامعات. وركزت الدراسة على أنّ المجتمع اللبناني يستفيد بشكل كبير من التربية الإعلامية، وذلك نظراً إلى تنوع الثقافات والهويّات الدينية. ويعود الفضل جزئياً إلى الحرية التي يتمتع بها لبنان وخصائصه الثقافية المتميزة.

خلصت دراسة (Jad Melki, 2014) إلى أنّ في بلد معروف بالصراعات الأهلية المتكررة، والطائفية الدينية، والانقسامات السياسية والاجتماعية، وضعف الشعور بالمواطنة والهوية، يطرح سؤالاً حول ما الذي يمكن أن تقدمه الثقافة الرقمية والإعلامية للمساعدة في إصلاح وتوحيد التعبيرات الثقافية المتنوعة للغاية، والتي غالباً ما تكون مثيرة للانقسام؟ وأشارت الدراسة إلى ما أظهرته الدراسات منذ فترة طويلة كيف يمكن أن تستمر وسائل الإعلام اللبنانية - القديمة والجديدة - في إعادة إنتاج الانقسامات الاجتماعية والسياسية والنظام السياسي الطائفي الراسخ الذي ابتلي به البلد لمدة قرن تقريباً. كما ألفت الدراسات الأحداث الضوء على الحالة السيئة للتعليم الإعلامي في المنطقة، بالإضافة إلى انخفاض مستوى الثقافة الإعلامية بين شبابها، وهي الشريحة التي تمتلك أفضل الإمكانيات لإحداث التغيير، إذا أتاحت لهم الفرصة للانخراط في ثقافة المشاركة المتنامية كمواطنين متمكنين، وليس مجرد مستهلكين للإعلام ومنتجين للوضع الراهن.

وأُلقت الدراسة الضوء على نجاح علامة تجارية محلية في مجال الثقافة الرقمية والإعلامية في غرس مهارات التفكير النقدي بين طلبة الجامعات، وتمكينهم من أن يصبحوا منتجين نشطين ومشاركين كاملين في الثقافة المعاصرة. كما تتبعت المحاولات المستمرة لتطوير الثقافة الإعلامية ونشرها في الجامعات والمدارس ومجموعات المجتمع المدني اللبنانية، بالإضافة إلى ما تقدمه الثقافة الرقمية والإعلامية من دعم لإصلاح التعبيرات الثقافية المتنوعة وتوحيدها، والتي غالبًا ما تكون مثيرة للانقسام، في بلد معروف بالصراعات الأهلية المتكررة، والطائفية الدينية، والانقسامات السياسية والاجتماعية، وضعف الشعور بالمواطنة والهوية.

نتائج الدراسة

1. دور المجتمع المدني في لبنان في التوعية والتربية على وسائل الإعلام والاتصال يتمتع لبنان بمجتمع مدني حيوي، حيث تخطى العدد الرسمي للمنظمات غير الحكومية في لبنان 3500 منظمة في عام 2005، تعمل بشكل فعال وتمتع بالمشروعية. ومنذ عام 2011، شهدت منظمات المجتمع المدني في لبنان تناميًا في عملها، وزاد حراكها منذ عام 2015، حيث ظهر مصطلح «منظمات المجتمع المدني» بقوة عقب انطلاق التظاهرات والاحتجاجات على الوضع المعيشي والانهباء الاقتصادي في عام 2019. وقد أثبتت هذه المنظمات قدرتها على التأثير بالوضع المحلي في لبنان، بما يحمله من أزمات سياسية واقتصادية.

تتخذ هذه الجمعيات أشكالاً تنظيمية وهيكلية متعددة، وتؤدي أدوارًا مختلفة. فبعضها متخصص في حرية التعبير ونشر الديمقراطية، بينما يركّز البعض الآخر على الدفاع عن فئات اجتماعية معينة مثل حقوق المرأة أو حقوق الطفل، وهناك أيضًا منظمات ذات طابع عام. تقوم المنظمات الناشطة

بإعداد مشاريع قوانين أو تحديث القوانين القائمة، بالإضافة إلى تنفيذ حملات توعية، وإعداد دراسات وتقارير، وإطلاق حملات وطنية للترويج لقضاياها. تعدّ الجمعيات الأهلية عمومًا وسائل للتغيير الاجتماعي، وعلى الرغم من أهميتها في المجتمع اللبناني، إلا أنّها لا تزال تعاني من معوقات كبيرة تمنعها من تكوين إطار فعال لتحقيق التنمية والمشاركة والتكامل.

من خلال رصدنا لعمل منظمات المجتمع المدني اللبنانية، لاحظنا أنّها تولي موضوع التربية الإعلامية بعض الاهتمام، من خلال تنظيم تدريبات وندوات وورش عمل، وغالبًا ما تتمّ هذه الأنشطة بالشراكة مع جهات دولية تمويلها. ومع ذلك، فإنّ الجهود المبذولة في هذا المجال لا تكفي، خصوصًا إذا أخذنا بعين الاعتبار الواقع الثقافي والاجتماعي الجديد الذي فرضته وسائل الإعلام والاتصال والتقنيات الحديثة، والتي غيرت أساليب التربية ومحتوياتها.

كما لاحظنا أنّ المنظمات المدنية تفتقر إلى رؤية واضحة تحدّد المعايير والأخلاقيات والسلوكيات المناسبة عند تناول موضوع التربية الإعلامية، إذ تبقى الأنشطة محدودة وغالبًا ما تكون على الهامش مقارنة بالمواضيع الأخرى. ويظهر الجدول رقم 1 والجدول رقم 2 مؤسسات المجتمع المدني اللبنانية التي تُعنى بالتربية الإعلامية والمشاريع التي تعمل عليها في هذا الإطار.

| جدول 1 مؤسسات المجتمع المدني اللبنانية التي تعنى التربية الإعلامية | | |
|--|---|---|
| | حدد مؤسسات المجتمع المدني التي تعنى بـ «التربية الإعلامية» لديكم ومشاريعها؟ | |
| قضايا الإعلام والصحافة والديمقراطية والرعاية الاجتماعية | May Chidiac media institute | مشاريع «التربية الإعلامية» في مؤسسات المجتمع المدني |
| قضايا الإعلام وحرية الرأي والتعبير | منظمة مهارات | |
| رصد انتهاكات حقوق الصحفيين | منظمة سمير قصير | |
| قضايا العنف والاستغلال ضد المرأة والطفل | جمعية كفي | |
| قضايا الإعلام وحرية الرأي والتعبير | Afej جمعية الصحفيين الفرنكوفونيين | |
| دعم ومناصرة حقوق المرأة في لبنان | التجمع النسائي الديمقراطي اللبناني | |
| حماية الأسرة والطفولة | جمعية حماية | |
| قضايا العنف والاستغلال ضد المرأة | الهيئة اللبنانية لمناهضة العنف ضد المرأة | |

- مشاريع التربية الإعلامية في مؤسسات المجتمع المدني اللبنانية

هل يتم استخدام هذه الطرق لتعزيز «التربية الإعلامية» في مؤسسات المجتمع المدني اللبنانية؟

جدول 2 مشاريع التربية الإعلامية في مؤسسات المجتمع المدني اللبنانية

| اسم المنظمة المدنية | منظمة مهارات | May Chidiac media institute | التجمع النسائي الديمقراطي اللبناني | جمعية حماية | Afej جمعية الصحفيين الفرنكوفونيين | جمعية كفي | FE-MALE | الهيئة اللبنانية لمناهضة العنف ضد المرأة |
|--------------------------|---|--|--|-------------|-----------------------------------|------------------------------|--|---|
| برامج توعوية | تنمية الإعلام حرية التعبير | - أخلاقيات الإعلام - التنمّر على وسائل التواصل الاجتماعي | - التحرش الإلكتروني - التحرش الجنسي والابتزاز الإلكتروني | | | سياسة حماية الطفل في الإعلام | دعم قضايا النساء في الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي | إرشادات للحماية من التحرش الإلكتروني في لبنان |
| ورش عمل | - حول أسس ومبادئ التغطية الإعلامية لقطاع الأمن في لبنان - ورشة تدريبية حول الأخبار المضللة والمفلوطة | | | | | | ورشة عمل حول التحقيقات الصحافية الاستقصائية لقضايا العنف القائم على النوع الاجتماعي | |
| دورات تدريبية عامة | | | | | | | | |
| تدريب على المحتوى الناقد | - جلسة حول مساءلة منصات التواصل الاجتماعي - دليل توجيبي للصحافيين: كيفية التعامل مع اضطراب المعلومات عبر الإنترنت | معهد مي شدياق الإعلامي لإعداد صحافيين مسؤولين | ندوة معاً نحو إنترنت آمن - كتيب عن السلامة على الإنترنت | | | | | |
| مراسد إعلامية | منصة مهارات نيوز | | | | | | منصة إلكترونية لمساعدة الصحافيين في كتابة التقارير عن العنف القائم على النوع الاجتماعي | |

| | | | | | | | | |
|-----------------------------|---|---|-----------------|---------------------------------------|--|--|--|---|
| | | | لقاء تفاعلي | | -جلسات توعية حول التربية الوالدية والنحرش الإلكتروني -طاولة إعلامية حول النحرش الجنسي والإبزاز الإلكتروني | | لقاءات مع طلاب الإعلام والتواصل حول التربية الإعلامية والمعلوماتية الرقمية | لقاءات توعوية |
| | | | | | | | الموقع الإلكتروني للمجموعة | منصات رقمية لكشف المحتوى للزائف |
| | | | | | | -القوانين والتشريعات الخاصة بوسائل التواصل الاجتماعي - الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي | الأخبار الكاذبة والدعاية السياسية والعنف ضد المرأة عبر الإنترنت | محاربة الشائعات |
| | | | | تقارير مصورة | | حلقات مصورة مع الشباب حول الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وصحافة المواطن والتنمر الإلكتروني | | قياس مستوى التفاعل مع الجمهور |
| | تقارير مصورة تقارير مصورة عن الحماية من خطر الإنترنت | تقارير مصورة عن مخاطر مواقع التواصل الإلكتروني | | | | | حلقات توعوية تحمل اسم «شو الفكرة» حول الدعاية السياسية عبر الفيديو | استخدام وسائل سمعية بصرية |
| فيسبوك تويتر انستغرام | فيسبوك تويتر انستغرام يوتيوب لينكدين | فيسبوك تويتر يوتيوب | فيسبوك تويتر | فيسبوك تويتر يوتيوب انستغرام | فيسبوك تويتر يوتيوب انستغرام | فيسبوك تويتر يوتيوب انستغرام | فيسبوك تويتر يوتيوب | أشكال التواصل الرقمي |

2. محاور الإعلام في كتب التربية الوطنية والتنشئة المدنية

بموجب تعديل المناهج اللبنانية الصادر عام 1997، ووفقاً للتعميم رقم 10227/97 الصادر عن وزارة التربية الوطنية والشباب والرياضة (آنذاك) (الجريدة الرسمية، 1997). أُدرجت محاور الإعلام ضمن منهج مادة التربية الوطنية والتنشئة المدنية، بموجب التعميم رقم 36\م 97 الصادر بتاريخ 1 آب 1997. وقد بدأ تدريس هذه المحاور خلال العام الدراسي 1999-2000. (المركز التربوي للبحوث والإنماء)

تم إدراج هذه المحاور في السنة السادسة من المرحلة الابتدائية - التعليم الأساسي، والسنة السابعة من المرحلة المتوسطة - التعليم الأساسي، والسنة الثالثة الثانوية من المرحلة الثانوية بجميع فروعها. وقد تضمن التعميم رقم 36\م 97/ تفاصيل محتوى مادة التربية الوطنية والتنشئة المدنية، حيث تبين عدم إدراج محاور حول الإعلام خارج هذا النطاق، (وزارة التربية الوطنية والشباب والرياضة والمركز التربوي للبحوث والإنماء، 1997)، باستثناء بعض المواد مثل علم الاجتماع، والتكنولوجيا، والمعلوماتية، التي احتوت على دروس ذات صلة بالإعلام، على الرغم من أن الطابع التقني كان طابعاً علمياً (مثل تطور وسائل الإعلام من المطبعة إلى السينما، والإذاعة، والتلفزيون، وتقنية الصورة...).

(المركز التربوي للبحوث والإنماء).

تمّ اختيار هذه المحاور لمعرفة مدى تضمينها المقومات الأساسية التي تُسهم في بناء مهارات التلميذ الإعلامية، والثقافية، والمعرفية، والتربوية، والاجتماعية بهدف تشكيل الحس النقدي. وجاءت محاور الإعلام عند وضعها قيد التنفيذ على النحو الآتي:

أ. السنة السادسة من المرحلة الابتدائية (4 حصص): تشمل مواضيع مثل الاتصال والتواصل في المجتمع؛ وسائل الاتصال: بريد، هاتف، توكس، فاكس، صحنون لأقطة، شبكة المعلوماتية...؛ وسائل التواصل الإعلامي: صحافة، إذاعة، تلفزيون؛ التواصل الاجتماعي: زيارات، لقاءات، اجتماعات، مؤتمرات؛ التواصل لاتخاذ مبادرات في الشأن العام؛ الاتصال والتواصل في سبيل وحدة المجتمع.

ب. السنة السابعة من المرحلة المتوسطة (5 حصص): تتناول التربية الإعلامية: وسائل الإعلام وأدوارها ومسؤولياتها؛ الإعلام وتواصل الفئات الاجتماعية محلياً وقطاعياً؛ الخبر من خلال مصادره المتعددة: التحقق من صحة الخبر؛ التواصل العالمي من خلال تطور وسائل الإعلام؛ نشر التفاهم بين الشعوب: وحدة العالم.

ت. السنة الثالثة من المرحلة الثانوية (4 حصص): تركز على الإعلام والرأي العام: السلطة الرابعة: دورها في تشكيل الرأي العام، ودور المواطنين فيها؛ حرية الإعلام وشروطها؛ حق المواطن في الاطلاع؛ الإعلام والرقابة على أعمال المسؤولين؛ الخلقية الإعلامية: النزاهة والاستقلالية؛ واجب تقديم الخبر الصحيح؛ واجب الالتزام بالقيم الخلقية.

وبعد مرور خمسة عشر عامًا على تطبيق هذه المحاور، أُدخلت عليها بعض التعديلات، وتمّ تعليق عدد من الدروس، منها «القرية العالمية» في السنة السابعة من المرحلة المتوسطة و«الخلقية الإعلامية» في السنة الثالثة من التعليم الثانوي، وأصبحت المحاور على هذا الشكل التالي: (المركز التربوي للبحوث والإنماء)

أ. السنة السادسة (4 حصص): تشمل مواضيع الإنسان ووسائل الاتصال، أعيش مع وسائل الاتصال، أتواصل مع مجتمعي، التواصل يسهم في توحيد وطني.

ب. السنة السابعة (5 حصص): تتضمن وسائل الإعلام، الإعلام والمجتمع، كتابة الخبر، الأخلاق الإعلامية، القرية العالمية (عُلق التدريس بها).

ت. السنة الثالثة الثانوية (4 حصص): الإعلام ودوره في تكوين الرأي العام، الإعلام والحياة الديمقراطية، الخلقية الإعلامية (عُلق التدريس بها)، حرية الإعلام.

تمحورت مضامين المحاور بشكل عام حول تكوين المعرفة، الثقافة، النقاش، الحوار، التواصل والتفاعل. وقد اشتمل كل محور على سبعة أقسام محددة وواضحة، هي: الأهداف، المصطلحات والتعابير، طرح الموضوع، الملاحظة والتفكير، الأنشطة، التقييم والاستنتاج. كما تتضمن هذه الأقسام عناوين فرعية، تساعد الأستاذ على تنظيم تفاصيل المحتوى المتشعب.

مضمون محور الإعلام في السنة السادسة من المرحلة الابتدائية:

قدّم المضمون تعريفاً شاملاً عن أنواع وسائل الإعلام ووظائفها وأهميتها في حياة الإنسان والمجتمع والوطن. وبرزت مساهمة هذا المضمون في تقديم معرفة عامة عن وسائل الإعلام والاتصال، وأهميتها كوسائل وتقنيات تخدم الفرد والمجتمع والوطن. وعلى الرغم من أهمية التعريف بوسائل الإعلام والاتصال، يبقى الأجدى توجيه التلميذ إلى كيفية التحقق من صحة المعلومة وإكسابه القدرة على التمييز. لا سيما أن التلميذ، في هذه السنة، يبدأ للمرة الأولى بدراسة محور الإعلام ضمن المنهج، مما يتيح له اكتساب مقومات علمية تدريجياً تؤهله لفهم محتوى وسائل الإعلام والتفاعل معه من دون انبهار أو عفوية.

ويدلّ مضمون المحور على أهمية مختلف وسائل الإعلام والاتصال في تعزيز تواصل الفرد مع الآخرين وتفاعله معهم. يؤدي هذا التفاعل إلى تغيير نمط حياته، وبالتالي مواكبة التطور التقني الذي يُسهّل عملية الاتصال. كما يتيح له الاطلاع

على ما يجري في العالم وهو متواجد داخل غرفته بفضل أدوات التواصل، مثل الإنترنت. هكذا، يستطيع إثبات وجوده داخل مجتمعه وفي أنحاء العالم المخلفة من خلال المعلومات. كما يدرك أهمية هذا التواصل في تقريب المسافات بين المقيمين في البلد الواحد والمغتربين، ودور وسائل الإعلام في تعزيز الشعور الوطني. وبدا التركيز واضحًا على أهمية الاتصال والتواصل بين الإنسان - الفرد والمجتمع، بهدف الاطلاع على كل ما يرغب التحقق منه. في الخلاصة، يجدر الإشارة في هذا المحور إلى النشاط الذي يتمثل في تحديد برامج متلفزة وأسباب اختيارها، بالإضافة إلى النشاط الذي يتطلب الاستماع إلى أخبار مسجلة وتصنيفها. يُسهم هذان النشاطان إلى حدٍ كبير في تكوين الحس النقدي.

مضمون محور الإعلام في السنة السابعة من المرحلة المتوسطة:

جاء عنوان هذا المحور محددًا ودقيقًا، («التربية الإعلامية» ص 54)، إلا أن المعالجة لم تتوافق مع العنوان المطروح. فقد قدّمت الدروس تعريفًا لمفهوم الإعلام، وأنواع وسائل الإعلام ووظائفها (ص 57، 58) من دون الإشارة إلى مفهوم التربية الإعلامية ووظائفها ومقوماتها. (المركز التربوي للبحوث والإنماء)

وتضمّن هذا المحور بعض التكرارات في الدرس الثاني «الإعلام والمجتمع»، بما يتماشى مع ما ورد في الدرس الثالث في السنة السادسة «أتواصل مع مجتمعي». كما تكرر التعريف بمفهوم الإعلام وأنواع وسائل الإعلام وفئاتها ووظائفها في الدرس الأول. فالدرس الثالث المتعلق بكتابة الخبر ربما هو أكثر ما يحتاجه التلميذ في هذا المحور.

يُستنتج من ذلك، أن العنوان لا يتوافق مع مضمون الدروس التي تشكل هذا المحور، حيث جاءت أقرب إلى السرد التاريخي النظري، أكثر منها إلى الأعمال التطبيقية التي تعزّز التربية الإعلامية ومقوماتها ووظائفها ودورها في تكوين الوعي

الإعلامي والحس النقدي في اختيار المحتوى الإعلامي، وعدم الانهيار بما تقدمه وسائل الإعلام على اختلافها وتنوعها.

ويبقى التساؤل الأبرز: هل يمكن لتلميذ يبلغ من العمر ثلاثة عشر عامًا أن يدرك أهمية الأخلاق الإعلامية والأداب العامة؟ وهل يستطيع استيعاب النقاش حول هذا الموضوع الذي يُعدّ من المسائل المهمة في العمل الإعلامي؟ وهذا يشير إلى أن بعض المصطلحات الواردة قد لا تكون مفهومة أو قابلة للتقييم من قبل التلميذ، تبعًا لأهميتها.

تبين أن هذه النصوص تشرح عن وسائل الإعلام وماهية الإعلام والإعلامي. وجاء هذا المحور مثقلًا بالدروس الإعلامية. منها ما يُسهم في تعليم التلميذ كيفية كتابة الخبر والتحقق من صحته ومصادره (ص 64-67). ومنها ما لا يتوافق مع احتياجاته، مثل المسؤولية الإعلامية، وقواعد السلوك المهني، والأخلاق الإعلامية (ص 68-71). هذه عناوين مهمة، ينبغي أن يتقنها الإعلامي الذي يمارس مهنة الإعلام، إلا أن التلميذ البالغ من العمر اثني عشر عامًا في الصف السابع قد يجد صعوبة في فهمها، ولا يحتاج إليها إلا إذا أراد التمرس في العمل الإعلامي. (المركز التربوي للبحوث والإنماء)

بدأت أنشطة المحور متفاوتة من حيث الأهمية. وأكثر ما يفيد التلميذ ما يتعلّق بالتحدّث عن برنامج تربوي عُرض عبر التلفزيون، أو قضية أثارت اهتمام اللبنانيين، أو إعطاء رأي التلميذ في موضوع معين تعرّف إليه من خلال وسائل الإعلام، فهي تحاكي جزءًا من عنوان المحور «التربية الإعلامية» ويغلب عليها الطابع التقليدي.

في الخلاصة، ينبغي الإشارة إلى درس «كتابة الخبر» لما له من فائدة كبيرة على التلميذ في وقت أصبحت فيه صحافة المواطن هي الأبرز في وسائط الاتصال.

يهدف هذا المحور إلى تمكين التلميذ من اكتساب مفهوم الإعلام وأهمية الحرية الإعلامية، والتعرّف إلى أنواع وسائل الإعلام (كما ورد في السنة السادسة) ووظائفها وأهميتها في المجتمع. كما يهدف إلى إدراك دور هذه الوسائل في تعزيز التضامن بين أفراد المجتمع (مسترجع من السنة السادسة)، والوعي بأن وسائل الإعلام تمثل السلطة الرابعة في المجتمع. بالإضافة إلى ذلك، يسعى المحور إلى تعليم التلميذ كيفية كتابة الخبر والتحقق من صحته، والتعرّف إلى الوكالات التي تُستقى منها الأخبار.

مضمون محور الإعلام في السنة الثالثة من المرحلة الثانوية:

أبرز هذا المحور دور وسائل الإعلام في تكوين الرأي العام، وكشف الحقائق، وتعزيز التواصل بين المواطن والسلطة. كما تناول أهمية الالتزام بقول الحقيقة، واعتماد الموضوعية، والتعبير بحرية واستقلالية، مع الإشارة إلى سلبيات بعض الممارسات الإعلامية تشكل هذه النقاط مقومات العمل الإعلامي، الذي يهدف إلى تقديم الخبر من دون تدخل شخصي في صياغته، مما يبرز أهمية الحرية الإعلامية.

أشارت النصوص إلى موثيق الشرف الدولية والشرعات المتعلقة بحرية الإعلام في لبنان والعالم، والقوانين الراعية لها. كما بينت أهمية مسؤولية الإعلام في إبراز الأحداث. تحظى هذه الحرية بمكانة وأهمية كبيرة، إذ إن تمتع الإعلامي بها يُعدّ من مقومات العمل الإعلامي المستقل الذي ينقل الأحداث التي تهتم المجتمع من دون تأثير خارجي.

ركز هذا المحور على مصطلحات تفيد التلميذ في تكوين معارفه الاتصالية، بما في ذلك دور الإعلام في الكشف عن الحقائق، والضغط التي تُمارس على الإعلام والديمقراطية، وتكوين الرأي العام، وتعزيز التواصل بين المواطن والمسؤول.

كما تناول حرية الإعلام بمجالاتها المختلفة، وما تنطوي عليه من حق في التعبير وإبداء الرأي، ضمن سياق مقومات التربية الإعلامية.

في السنة الثالثة من المرحلة الثانوية، يكون التلميذ في مرحلة عمرية تمكّنه من التحليل، مما يُتيح إجراء مناقشات حول قضايا إعلامية والتداول بشأن أشكال التأثير على الرأي العام ونتائجها. وعند تعرّف التلميذ إلى كيفية عمل الصحافة وصنع الخبر، يصبح قادرًا على فحص ما يتلقاه والتحقق من صحته. كما يمكنه المقارنة بين الصحف بشأن الخبر نفسه، مما يبرز كيفية نشره بحسب وجهة نظر كل صحيفة. ومن المهم أن يكون قد اكتسب المهارات اللازمة للبحث عن الصدق والحقيقة والموضوعية في الخبر، مما يجعله مستعدًا لإبداء رأيه بشأن أي محتوى إعلامي والتّحقق من موضوعيته ومصداقيته.

يمتاز هذا المحور بأنشطة تتيح للتلميذ فرصة إبداء رأيه. ممّا يعني أنه يستطيع المناقشة والتحاور واتخاذ المواقف بناءً على وجهة نظره الشخصية، مستفيدًا من التكوين المعرفي الذي اكتسبه خلال سنوات دراسته. وبالتالي، يصبح مؤهلاً علمياً لتمييز الخبر الصحيح والموضوعي عن غيره.

من أبرز هذه الأنشطة: اختيار برنامج حوارى تلفزيوني وتحليل أهميته من الناحية الديمقراطية، كتابة مقال يعبر عن قضايا طلابية، إبداء رأي التلميذ في صحافة الفضائح والشائعات، بالإضافة إلى تسمية برنامج يعبر عن حرية الإعلام في لبنان. عمل المحور أيضًا على تعريف التلميذ بحق الفرد في التعبير وإبداء الرأي، وإطلاعه على ما نصت عليه المواثيق الدولية بشأن كيفية ممارسة حرية الإعلام في لبنان.

التدليل الدقيق للتربية الإعلامية

أما المفردات الأكثر دلالة على التربية الإعلامية التي تم استنتاجها من نصوص

المحاور، والتي تشكل جزءًا من الكل، فتسهم في تكوين الحس النقدي لدى التلميذ، وهي كما يبيّنهما الجدول رقم 3.

جدول 3: المفردات الأكثر دلالة على التربية الإعلامية في المناهج

- نقل المعلومات
- تبادل المعلومات
- الاستعلام
- التواصل مع الآخرين
- معرفة ما يجري في العالم
- التواصل
- تكوين الرأي
- حرية الرأي والتعبير
- نشر المعلومات بصدق وأمانة ومسؤولية
- تقديم المعلومات الجديدة والمعرفة والثقافة والترفيه
- نقل المعرفة والحوار الدائم
- النقاش
- تصنيف المعلومات
- المسؤولية الإعلامية
- اتخاذ الموقف المناسب
- خلق رأي عام واعٍ
- مراقبة كتابة الخبر

- الدقة
- الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية
- الصدق وعدم تحريف الحقائق
- الموضوعية في نشر الأخبار
- قوة التغيير
- الديمقراطية
- الشجاعة والنزاهة والأمانة
- اقرار الحقيقة والمعرفة
- حرية الرأي والتعبير
- الحق في الاختيار
- حق الوصول الى مصدر المعلومات
- حرية التعبير
- الأقلام الحرة
- الحرية المسؤولة
- الحرية مضمونة في القانون
- الدفاع عن حرية الرأي والتعبير
- مصادر الأخبار
- التأكد من صحة الخبر
- السبب في اختيار الأخبار
- تغيير أنماط الحياة

- التقارب بين الشعوب
- التواصل الاجتماعي
- التواصل في نقل التراث والقيم الوطنية
- تنمية الشعور بالانتماء إلى الوطن
- الوعي الاتصالي
- التحقق من صحة الخبر
- أهمية الأخلاق الإعلامية
- تكوين الرأي العام
- الكشف عن الحقيقة
- الكشف عن الضغوط
- ممارسة حرية الإعلام
- توعية المواطن وإثارة اهتمامه
- حق الفرد في التعبير وإبداء الرأي
- المسؤولية الإعلامية.
- التعرف إلى مصادر الخبر.
- الضغوط التي تُمارس على الإعلام.
- مناقشة قضايا مدرسية.
- تصنيف أخبار.
- إعطاء الرأي.
- التأكد من صحة الخبر.

- أهمية الحرية.

- تحليل الرأي حول موضوع معين.

يُستخلص من دراسة محتوى محاور الإعلام أنها تُنمي مهارات التلميذ وتفاعله مع محيطه، وتعزز وعيه بكل ما يرتبط بالحدثة والتطور. كما يتعرف التلميذ إلى مفهوم الإعلام ووظائف وسائل الإعلام ودورها وأهدافها.

وأظهرت محاور الإعلام أنها تتداخل أفقيًا مع أهداف مادة التربية الوطنية من خلال «تنمية المهارات والقدرات لدى المتعلم بشكل يتناسب مع عمره، لتأمين التكامل في شخصيته بأبعادها المختلفة» (وفقًا للتعميم رقم 36 المتعلق بتفاصيل منهج مادة التربية الوطنية). كما تتداخل عموديًا مع أهداف مناهج التعليم العام التي انطلقت عام 1997 ضمن إطار خطة النهوض التربوي، مع التأكيد على تكوين شخصية الفرد والتعامل مع الآخرين بروح المواطنة المسؤولة، لبناء مجتمع لبناني موحد ومتماسك ومنتج قادر على ممارسة دوره الحضاري. (المركز التربوي للبحوث والإنماء).

3. التربية على وسائل الإعلام والاتصال في المدارس

أ- في المدارس الخاصة

يشمل موضوعنا المدارس الخاصة التي تهتم بالتربية الإعلامية، والمناهج التعليمية التي تتضمنها، والنشاطات التي تشجع التلاميذ على التربية الإعلامية. كما نستفسر عن الأهمية المعطاة للتربية الإعلامية في عصر الذكاء الاصطناعي والعولمة، ومدى الاهتمام بالصحة النفسية والأخلاقية والتربوية من خلال المناهج المدرسية.

شملت الدراسة المدارس الخاصة التالية: مدرسة القديس جاورجيوس، مدرسة الحكمة التقنية العليا، مدرسة الحكمة - القديس يوسف، مدرسة

القديس جاورجيوس، المدرسة الوطنية المارونية، مدرسة الحكمة سان جان مارون، مدارس أبرشية طرابلس المارونية، مدرسة سانت ريتا، مدرسة الحكمة سانت إيلي أو مار الياس، مدرسة الحكمة، مدرسة الحكمة مار مارون، المدرسة المارونية الخاصة، مدرسة سان سوفور، مدرسة يسوع ومريم، ثانوية النبطية، مدرسة الإمام الصادق المريجة.

في مدرسة الحكمة التقنية العليا (بيروت-الأشرفية)، لا توجد أي نشاطات مخصصة للتربية الإعلامية، لكن هناك اختصاص فنون الإعلام ضمن المناهج المهنية. لا تتضمن هذه المناهج التربية الإعلامية بشكل صريح، حيث يتعلم الطلبة كيفية تصميم اللافتات وصنع الإعلانات، ولكن ليس بطريقة تتشابه مع مفهوم التربية الإعلامية.

في مدرسة الحكمة، القديس يوسف (بيروت-الأشرفية)، لا تُدرّس التربية الإعلامية ضمن أي منهج، لكن هناك مشروعاً يشمل التربية الأخلاقية والتربية المدنية، يتيح التواصل داخل الصفوف بين التلاميذ والأساتذة حول مواضيع مثل مواقع التواصل الاجتماعي، الجنس، والمخدرات

أما في مدرسة الحكمة سانت إيلي أو مار الياس (كليمنصو)، فلا يُعدّ التعليم الإعلامي مشروعاً منفصلاً في المناهج، حيث تكتفي المدرسة بكتاب التربية المدنية الذي تقدمه الدولة. أما في مدرسة الحكمة (جديدة المتن)، فتغيب هذه المادة عن المناهج، لكن المدرسة تدعم طلابها في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل سليم، وتساعدهم في اختيار المواقع ذات المصداقية لمشاريعهم وأبحاثهم. لا تعتمد المدارس الأخرى في برامجها على التربية الإعلامية، ولا حتى في النشاطات المدرسية. وأخيراً، لا تُدرّج المدرسة المارونية الخاصة (القبة) أي أنشطة تتعلق بالتربية الإعلامية في المناهج.

ننتقل إلى المدارس التي تُدخل بعض البرامج المتعلقة بالتربية الإعلامية، حتى في غياب هذه المادة في المناهج الرسمية. ففي مدرسة سان سوفور (بدارو)، لا تُقدّم مادة باسم التربية الإعلامية، لكن تُدمج بعض جوانبها ضمن دورها الإرشادي والتوعوي، حيث ترشد التلاميذ حول الاستخدام السليم لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال برنامج يسمى «Protect Aid».

بالنسبة إلى التلاميذ في الصف الثامن وما فوق، فقد نظمت المدرسة ناديًا للتواصل الاجتماعي وأدرجت لهم نافذة تطل على الخارج في مادتي الأدب العربي واللغة العربية، بالإضافة إلى تنظيم نشاطات تشمل تصوير الصور والفيديوهات ونشرها في مجلة الصف، حيث تُوثق جميع الأنشطة الخاصة بهم.

أدرجت مدرسة يسوع ومريم (المتن-الربوة) محورًا عن الإعلام في مناهج الصفوف بدءًا من الصف السابع. يتضمن هذا المحور وسائل الإعلام المسموعة والمقروءة، وأهمية الخبر، بالإضافة إلى تعليم كيفية كتابة الخبر.

وفي مدرسة مار يوسف (قرنة شهوان)، تُدرّج التربية الإعلامية في الأنشطة المدرسية، لكن لا يوجد برنامج محدد في المناهج. وعلى الرغم من غياب التربية الإعلامية عن مناهج ثانوية النبطية (النبطية)، تنظم هذه الثانوية أنشطة خاصة تتعلق بهذه المادة، بخاصة في فرع علوم الحياة والأرض.

تقتصر هذه الأنشطة على «الفعاليات» التي تُقام طوال العام الدراسي، حيث يقوم الطلبة بدور الصحفيين، إذ يعتنون بالتقاط الصور ونشرها على الفيسبوك المدرسي، بينما يكتب آخرون المحتوى بناءً على مهاراتهم. كما تولي المدرسة أهمية لتبرعات الطلاب، من دون أن تكون هناك صحيفة محددة من قبل المدرسة لقبول إسهاماتهم.

وأخيراً، تدرج مدرسة الإمام الصادق في المريحة (الجنوب) التربية الإعلامية ضمن مناهجها وأنشطتها، وضمن مادة التربية المدنية في الصفوف 10، 11، و12، بالإضافة إلى مادة الإعلام ودوره كسلطة رابعة لجميع الصفوف (الموقع الإلكتروني لجمعية المبرات الخيرية الإسلامية)

ومن أبرز النشاطات:

- المنبر الحر: في المناسبات، عند إلقاء النشيد الوطني، وخلال أي حدث أو قضية، وذلك كمكافأة للطلبة في التقييم الشهري والتربوي، مثل حفاظهم على النظافة واحترام الآخرين.
- الأنشطة اليومية: تتم عبر الواتساب أو الفيسبوك أو صفحة المدرسة، مثل عرض الفيديوهات، بالإضافة إلى مشاركة الطلبة في المجلة الورقية الخاصة بالمدرسة لتعزيز شخصيتهم وصولاً إلى الجامعة.
- (Public Speaking)
- الإعلام المقروء والمسموع ضمن المجلة الإلكترونية التي تحتوي على الخطابات والنصوص المكتوبة على مواقع التواصل الاجتماعي (Year book).
- كتابة المقالة.
- التوجيه التربوي الخاص: حول أمن هويتهم الإلكترونية ابتداء من الصف الرابع وما بعده.
- الإرشاد التربوي: يتناول كيفية تعامل التلاميذ مع الخبر للصفوف ما دون الرابع حيث يأتي الخبر في شكل قصة أو مسرحية دمي.
- إنتاج المحتوى الهادف: يشمل تصوير الطلبة فيديوهات تعود بالنفع عليهم وعلى المجتمع.

- المادة المعلوماتية: تشمل إعداد التصاميم ومادة تأثير الدعايات والإعلانات لتعليمهم دور النقابات ووزارة الإعلام ودور المعلمين عبر الورش التربوية وكيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها.
- والجدير بالذكر أن معظم المسؤولين قد اتفقوا وتوافقوا على هذا البرنامج، على الرغم من أن أغلبهم لم يُدخل هذه المادة في المناهج الدراسية. نعتقد أننا في هذه التجربة الاستقصائية قد فتحنا نافذة جديدة وأفقًا جديدًا هو «التربية الإعلامية».

ب- في المدارس الرسمية:

تلتزم المدارس الرسمية بتدريس محاور الإعلام الواردة في كتاب التربية الوطنية والتنشئة المدنية حتى تطبيق المنهج. وتبرز المفارقة في عدم قدرة المدرسة الرسمية في لبنان على تنفيذ أنشطة تطبيقية لتلامذتها، كما هو الحال في المدارس الخاصة، ضمن الأنشطة اللاصفية. لذا، يتم التركيز على تقديم ما تتضمنه محاور الإعلام في كتب التربية الوطنية والتنشئة المدنية التي تعتمد عليها المدارس، سواء كانت رسمية أم خاصة، مع الالتزام بما هو وارد في المنهج الرسمي. وبالتالي، فإن التربية الإعلامية في المدارس الرسمية تقتصر على ما ورد في محاور الإعلام في كتب التربية الوطنية والتنشئة المدنية في المنهاج التربوي اللبناني. ورد مصطلح التربية الإعلامية ضمن خطة النهوض التربوي في العام 1997 في التعميم الرقم 36\97¹

1 - الجريدة الرسمية، تعميم 36/م/98، تموز 1998 عن وزارة التربية الوطنية والشباب والرياضة في لبنان.

الذي يتعلق حصراً بمادة التربية الوطنية والتنشئة المدنية. وجاء في مضمون التعميم «تنمية الفكر النقدي للمتعلم وجعله قادراً على تحديد المواقف وتحليلها وتقييمها بوعي وموضوعية وتمكينه من اتقان مهارات محددة ومعينة في جمع المعلومات وبلورة المفاهيم وحسن استخدامها». (المركز التربوي البحوث والإنماء، وبحسب التعميم رقم 36، فإن الإنسان هو غاية كل تنشئة وطنية أو مدنية، كونه قيمة بحد ذاته وكائن اجتماعي في جوهره، ولا تتحقق شخصيته إلا ضمن إطار الجماعة. انطلاقاً من وثيقة الوفاق الوطني، تم وضع كتاب موحد على المستوى الوطني للتربية الوطنية والتنشئة المدنية، يتمتع بأبعاد معرفية ومدنية واجتماعية ووطنية وقومية وإنسانية.

تشير منطلقات كتاب التربية الوطنية والتنشئة المدنية المعتمد، سواء في المدرسة الرسمية أو الخاصة، إلى «الاهتمام بتربية الولد على المشاركة الكاملة في مجتمع حديث دائم التطور والتغيير، واكتسابه القيم والمهارات والمعارف، واكتساب مهارة التواصل مع أفراد المجتمع».

ودعت الأهداف العامة لمنهج مادة التربية الوطنية والتنشئة المدنية إلى تعزيز روح المسالمة، والانفتاح الثقافي والإنساني، ونبذ العنف، والمساواة، والعدالة الاجتماعية، والحرية، وقبول الآخر على الرغم من الاختلاف في الجنس واللون والدين واللغة والثقافة. كما أكدت على أهمية اكتساب مهارات النقد والنقاش، والإصغاء والحوار، وإرساء ثقافة احترام القانون والاحتكام إليه عند تعذر حل النزاعات والخلافات بالحوار، «يهدف التوعية على الحياة بمختلف عناوينها وجديدها في عالم طغت عليه الحداثة، وتحديداً في حقل الإعلام» (بدر، م، 2017).

لكل مرحلة تعليمية أهداف محددة تسهم مجتمعة في تنمية المعارف والمهارات والقدرات، مما يعزز الحس النقدي لدى التلميذ بشكل متتابع. وفيما يلي عرض للأهداف المتعلقة بهذا التكوين:

في المرحلة الابتدائية: يتم توفير الحد الأدنى من المعارف والمهارات اللازمة لاندماج الأطفال في مجتمع متمدن. يُعزز الطفل بمهارات الاتصال اللغوي الأساسية، كما تُعزز ثقته بنفسه واستقلالته، مع التركيز على ممارسة السلوك المتمدن والعمل التعاوني داخل المدرسة وخارجها.

في المرحلة المتوسطة: يهدف إلى تكوين مواطن لبناني مثقف ومتمدن، من خلال إكساب المتعلم معارف ومهارات وتدريبه على الالتزام بقيم المواطنة وما يرتبط بها من هوية وطنية وإنسانية وثقافة مدنية. يُعزز أيضاً ثقة المتعلم بنفسه باعتباره فرداً مستقلاً في تفكيره، مشجعاً على التعاون والانخراط الاجتماعي، مع مراعاة التوازن بين حريته ومسؤوليته.

في المرحلة الثانوية: يركز على فهم جوهر الأديان ودورها في تكامل شخصية الفرد روحياً وأخلاقياً وإنسانياً.

ترتبط أهداف كل مرحلة بأهداف مادة التربية، من خلال «إعداده لمواكبة التطور العلمي والانسجام مع روح العصر، وتربيته على النقد والنقاش وتقبل الآخر، وحل المشكلات مع نظرائه بروح المسالمة والعدالة والمساواة، وتعزيز مساهمته الثقافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية». كما تتوافق هذه الأهداف مع أهداف محاور الإعلام بشكل خاص.

4. التربية على وسائل الإعلام والاتصال في الجامعات:

أ- في الجامعات الخاصة:

تعتمد بعض الجامعات الخاصة في لبنان إلى تضمين مفهوم التربية الإعلامية ضمن أهدافها السنوية ومقرراتها التدريسية وندواتها وورش عملها الفصلية والدورية واضحةً نصب أعينها أهمية هذه المفهوم وتصدره المشهد الإعلامي العالمي خصوصاً في ظل انفتاح الطلبة على وسائل التواصل الاجتماعي وتطورات الذكاء الاصطناعي، وتأثير ذلك على الإعلام التقليدي.

وبعد التواصل مع مجموعة من هذه الجامعات، تم رصد أهم التجارب التي تتنوع من حيث الموضوعات التي تغطيها والأساليب التي تتبعها، لكنها تشترك في أولوية تضمين التربية الإعلامية ضمن مقرراتها وتنظيم دورات مجانية لتعزيز الجانب التطبيقي المرتبط بهذا المفهوم.

تعمل الجامعة اللبنانية الأميركية على تنظيم ندوات وورش عمل متخصصة بالتربية الإعلامية من خلال أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية MDLAB التي «توفّر التدريب اللازم والمناهج والمواد للمشاركين وتحفزهم على نقل معلومات وأفكار ووسائل عن أهمية التربية الإعلامية الرقمية في الإعلام المعاصر إلى مؤسساتهم ومجتمعاتهم». وقد عمدت إلى إدخال مفاهيم التربية الإعلامية والرقمية إلى أكثر من 50 جامعة ومدرسة في 12 دولة عربية، بهدف تعزيز مفاهيم العدالة الاجتماعية والحس النقدي البناء، إلى جانب بناء حركة مجتمع مدني فاعلة ونشر الوعي بأهمية الإعلام الرقمي في عالمنا.

تأسست الأكاديمية عام 2013 وتهدف إلى تعزيز وتمكين التربية الإعلامية والرقمية في المنطقة العربية من خلال تدريب جيل من الأكاديميين وطلاب الإعلام وبناء مناهج إعلام حديثة متجذرة في الواقع العربي وتحاكي مصالح مجتمعاته.

تستمر الأكاديمية لمدة أسبوعين في الصيف، حيث يتمكن الطلبة والأساتذة من التعلم من أكاديميين دوليين وعرب مرموقين، بالإضافة إلى تبادل المعرفة والتزود بالمهارات اللازمة التي تساعدهم على إدراك أهمية ومسؤولية التربية الإعلامية والرقمية في نهضة الإعلام العربي والتعليم الجامعي في المنطقة، وبالتالي الإسهام في نهضة المجتمعات العربية. (موقع أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية MDLAB الإلكتروني)

بعض المواضيع التي سيتم تغطيتها خلال الأكاديمية تشمل: التربية الإعلامية وحقوق الإنسان، دور تعليم التربية الإعلامية في المنطقة العربية، التغطية الإخبارية لانتهاكات حقوق الإنسان، قوة الصور، عناصر الدعاية (البروباغندا) في الأفلام والفيديو، تأثير قطاع الأعمال على الإعلام، أنماط وتوجهات ملكية الإعلام العربي، تصوير العرق والهوية الوطنية والدينية في وسائل الإعلام، الخطاب الطائفي، وخطاب الكراهية وحرية التعبير، الجندرة وصورة الجسد، وسائل الإعلام الاجتماعية والخصوصية، والعنف في ألعاب الفيديو. كما تتضمن الأكاديمية دروساً تطبيقية في مجالات التدوين، والبودكاست (البث)، وتحرير الصوت والفيديو والتلاعب بالصورة، وتحليل ومقارنة الأخبار، وتحليل وتصوير البيانات.

ويمول البرنامج من مكتب قسم الشؤون العامة في السفارة الأميركية في بيروت، بالإضافة إلى دعم الهيئة الألمانية للتبادل الأكاديمي.

في جامعة الروح القدس USEK، يتم تضمين «التربية الإعلامية» في المنهج التربوي العام الإلزامي لجميع الطلبة. وقد تم استحداث مقرر عابر للاختصاصات، إلزامي وغير مجاني، يستقبل جميع طلبة الجامعة من مختلف المجالات وهو: مقرر الإنسانيات الرقمية والهوية الرقمية «DIGITAL HUMANITIES AND NUMERICAL IDENTITY» الذي يتناول موضوع التربية الإعلامية بشكل عام،

ولا سيما المواضيع والمسائل الشائكة المرتبطة بالعالم الرقمي والمجال السيبراني. يستقبل هذا المقرر 100 طالب وطالبة من مختلف التخصصات، ويغطي موضوعات متنوعة، منها التربية الإعلامية والمعلوماتية، الحقوق والمسؤوليات في الفضاء السيبراني، الأخبار الزائفة والتضليل، التطوير الإعلامي و(الترندات) الرقمية، والهوية والتوعية الاجتماعية.

إلى جانب العمل على هذه المفاهيم ضمن المنهج التعليمي الخاص بقسم الصحافة من خلال مقرر «البيانات والمجتمع» DATA AND SOCIETY الذي يُلقي الضوء على البيانات المتاحة في المحتوى الرقمي وتحليلها بشكل نقدي في إطار الصحافة الاستقصائية، والتي تُعنى بمحاربة الشائعات وكشف الأخبار الزائفة. تجدر الإشارة إلى أن المواضيع المرتبطة بالتربية الإعلامية تُشكّل مادةً حاضرة في جميع مقرّرات برامج قسم الصحافة

كما يتم التركيز على التربية الإعلامية نظريًا وعمليًا من خلال ورشات العمل المنظّمة مع الجامعات التي تجمعها اتفاقية تبادل الطلبة والأساتذة والخبرات. كما يستضيف قسم الصحافة مختصين أجانب ضمن ورش عمل تدريبية سنوية تتناول مواضيع متنوعة في مجال التربية الإعلامية. على سبيل المثال، الورشة التدريبية الأخيرة مايو 2023 بعنوان: «Fact-Checking & Debunking: Les enjeux éditoriaux de la lutte contre la désinformation»، كانت مجانية وغير إلزامية، وضمت 15 طالبًا من اختصاص الصحافة. وقد تم تقييمها من خلال جلسة بحضور الطلبة ورئيسة القسم وبعض أساتذة الاختصاص. وكانت التغذية الراجعة مرضية مع بعض التوصيات.

بالإضافة إلى ذلك، يقوم فريق من الأساتذة بإجراء بحث غير ممّول حول التربية الإعلامية بعنوان:

«Education aux médias et à l'information dans un milieu scolaire francophone en crise: Pour un changement citoyen libanais. »

فضلاً عن رسالة ماجستير واحدة بعنوان:

«L'impact des médias numériques sur les jeunes: L'éducation aux médias devient-elle primordiale ?.»

من جهتها، تعمل جامعة المعارف على تدريب الطلبة في مجال التربية الإعلامية كجزء لا يتجزأ من المنهج، من خلال مقررات مثل: «مدخل إلى النظريات الإعلامية»، و«التحرير الصحفي والفوتوغرافي والسينماتوغرافي»، و«منهجية البحث»، بالإضافة إلى المقررات المتقدمة المتعلقة بمسارات الاختصاصات. تعرف هذه المقررات الطلبة على مفاهيم التربية الإعلامية بشكل نظري، بالتزامن مع المشاريع التعليمية التي تنظمها الجامعة ضمن مناهج العمل الميداني، والتي أطلقوا عليها اسم «البرامج الإنتاجية التعليمية» المفتوحة لجميع الطلبة، بالإضافة إلى مقرر «التدريب المؤسسي» (موقع جامعة المعارف الإلكتروني)

تتميز هذه الجامعة بتركيزها على تهيئة الطلبة ليصبحوا قادرين على تدريب تلامذة المدارس في لبنان على التربية الإعلامية من خلال دورات وورش عمل يقودها الطلبة خارج الحرم الجامعي. هذه الأنشطة غير دورية وتعتمد على تجاوب المدارس، ولكن بشكل عام، يتم تنظيم هذا النوع من التعاون سنويًا أو مرتين في العام. ويتم تمويلها من خلال الموازنة السنوية للجامعة، بالإضافة إلى مساهمة رمزية من المدارس.

كما تنظم جامعة المعارف حوالي 15 ورشة أو ندوة سنويًا ترتبط بشكل مباشر بالتربية الإعلامية، وتشمل مواضيع مثل النقد الفني، تطوير مهارات الإنتاج البصري، الأخبار الزائفة، وصحافة الموبايل. تتناول هذه الورش أيضًا معالجة

الأرشيف وغيرها من الموضوعات التي يتم تدريب الطلبة عليها بالتعاون مع عدد من المؤسسات أو الجمعيات، بالإضافة إلى العمل مع أساتذة من الكلية. كما تُنظم مؤتمرات وورش تطويرية لطلبة الجامعة من مختلف التخصصات، ويتم تقييم المشاركين بناءً على نسب المشاركة والمشاريع النهائية، خصوصاً أنها تعتمد على المشاريع التي يتم إنتاجها في نهاية هذه الورش. (Project-based).

أما بالنسبة إلى الأبحاث، فتقدم الجامعة مشاركات بحثية سنوية تحمل عناوين تتقارب مع التربية الإعلامية، مثل: التربية الإعلامية والذكاء الاصطناعي، التربية على مفاهيم الذكاء الاصطناعي، كيفية محو أمية طلبة المدارس في الذكاء الاصطناعي، وتوظيف الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي.

تتضمن مقررات جامعة القديس يوسف مفهوم التربية الإعلامية في سياق تنمية الوعي النقدي لدى الطلبة، ومن هذه المقررات: الذكاء الاصطناعي للصحافة والاتصال، التحقق والتدقيق في المعلومات، الصحافة الاستقصائية والأدوات الرقمية، وسائل الإعلام والرأي العام، التواصل من أجل التغيير الاجتماعي، الحملات الانتخابية، الأمن والإعلام، التقرير المصور، التسويق الرقمي: النظريات والتطبيقات، الإنتاج التلفزيوني، إعداد النشرات والأخبار الإذاعية، وغيرها.

تنظم الجامعة ورش عمل إلزامية ومجانية حول التحقق من المعلومات والتوعية باستخدامات الشبكات وغيرها، بمعدل دورتين في العام، تستقطب بين 10 و40 طالباً في كل فصل. تُعقد بعض هذه الدورات بالتعاون مع وكالة الأخبار الفرنسية، وأخرى مع اليونيسيف وغيرها من الجهات المحلية والدولية. بالإضافة إلى ذلك، تُنظم الجامعة دورات غير مجانية بمعدل ثلاث دورات خلال الفصل الدراسي، تغطي موضوعات مثل: التحقق من المعلومات، وأساليب التأثير على مواقع التواصل الاجتماعي بين التقليدي والحديث. (موقع جامعة القديس يوسف الإلكتروني)

تخصص الجامعة العربية في بيروت مقرر «تحليل ونقد المواد الإعلامية»، الذي يغطي جوانب متعددة من التربية الإعلامية. يتضمن الجزء النظري تعليم الطلبة معايير التحليل، تحليل الخطاب الإعلامي، والنقد العلمي، وكيفية قراءة صناعة الخبر والسياسات التحريرية، والتعرف إلى أيديولوجية المؤسسة الإعلامية وملكيتهما، وبالتالي اتجاهاتها. في الجانب التطبيقي، يتدرّب الطلبة على رصد الأخبار والصور المرفقة من مصادر متعددة لتبيان الحقيقة، وكذلك تحليل ونقد مقالات الرأي. كما يتعرفون إلى منصات لكشف الأخبار الزائفة مثل منصة «مسبار» و «منصة صواب»، وأهمية التريث في مشاركة ونشر أي معلومة. بالإضافة إلى ذلك، هناك مشروع دورات مجانية للطلبة قيد الدراسة.

تطرح الجامعة نماذج حول التربية الإعلامية على مختلف الصُّعد، حيث يتم تضمين هذا المفهوم في مجموعة من المقررات، منها: قوانين الإعلام وأخلاقياته، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، مدخل إلى دراسات الاتصال، النظريات، فن السينما، إنتاج الأخبار، علم نفس الإعلام، وسيكولوجية الإعلان. وبحسب طبيعة كل مقرر، يُطلب من الطلبة العمل على مهمات مثل متابعة وسائل الإعلام من حيث التغطية الإعلامية للأحداث من النواحي المهنية والأخلاقية، بالإضافة إلى البحث في مصادر المعلومات ومصادقيتها. كما تُنظم الجامعة لقاءات مع إعلاميين ومتخصصين في شؤون الإعلام وكشف الأخبار الكاذبة، بتمويل ذاتي أو عن طريق رعاة.

تؤكد الجامعة الأميركية في بيروت أنها تضمن مفهوم التفكير النقدي في جميع مقرراتها، من دون تسميته بالتربية الإعلامية. من بين هذه المقررات: مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، الإعلام والمجتمع، الإعلام والحرب، الإعلام والبيئة، مع غياب الدورات المتخصصة أو ورش العمل في هذا المجال. (موقع الجامعة الأميركية في بيروت الإلكتروني)

تُعدّ التربية الإعلامية جزءًا أساسيًا من أهداف كلية العلوم والآداب في جامعة رفيق الحريري، حيث تضمّنها في عدة مقررات، منها: التربية الإعلامية والرقمية، أخلاقيات الاتصال الجماهيري والرقمي، حملات واستراتيجيات وسائل التواصل الاجتماعي، التواصل من أجل السلام: الإعلام وحل النزاعات، الكتابة الإعلامية والعلاقات العامة. كما تُنظم الجامعة الدورات سنويًا، وتشمل من 20 إلى 120 طالبًا وأستاذًا، وهي مجانية وغير إلزامية.

تُصمم جميع مقررات قسم علوم الإعلام والاتصال في جامعة البلمند لتغطية مواضيع التربية الإعلامية، بهدف تنمية الوعي النقدي لدى الطلبة، وتموّل من الأقساط والموازنة السنوية. ومن ضمن هذه المقررات: التربية الإعلامية، الإعلام والمجتمع، نظريات إعلامية، ونظريات الاتصال الجماهيري. كما تشير المقررات الأخرى أيضًا إلى التربية الإعلامية. تشمل الموضوعات التي تُعالج: الجندر، الأطفال، والإعلام، الخطاب الإخباري، الأيديولوجيا والإعلام، وضع الأجندة والتأطير، مواقع التواصل الاجتماعي، العلاقات العامة والأزمات، ملكية وسائل الإعلام، والأخلاقيات والقانون. بالإضافة إلى مجموعة من الأبحاث الصادرة عن قسم علوم الإعلام والاتصال والتي تُعنى بموضوعات ذات صلة بالتربية الإعلامية.

تعمل جامعة الآداب والعلوم والتكنولوجيا (AUL) على نشر التربية الإعلامية من خلال مقررات مثل: الاتصال، فن التحرير، المبادئ الإعلامية، والأخلاق الإعلامية. كما تُنظم برنامج ندوات ضمن مادتي الاتصال والمبادئ الإعلامية، بالإضافة إلى ثلاث دورات فصلية إلزامية ومجانية لأساتذة القسم وطلابها، تغطي موضوعات مثل: كشف الأخبار الكاذبة، الموضوعية في صياغة الخبر، نقد المحتوى، وتبيان التضليل والزيّف في الأخبار. كما تُنظم ورشة عمل سنوية بعنوان «دور الإعلام الموضوعي في دحض الشائعات» تستهدف أساتذة القسم وطلّبه ومدعوين من خارج الجامعة من المتخصصين والإعلاميين. (موقع جامعة

الآداب والعلوم والتكنولوجيا الإلكتروني)

من جهتها تسعى جامعة العلوم والآداب اللبنانية إلى دمج مفهوم التربية الإعلامية في مقررات قسم الإعلام، ومنها: النظريات الإعلامية التي تقدم مقاربة مختلفة لعرض النظريات ونقدها وفق فهم الاستراتيجيات الإعلامية وكيفية صناعة المحتوى بحسب أجندة المؤسسة الإعلامية واتجاهات ممولها، مما يساعد الطلبة على كشف الفروقات في التغطية بين هذه الوسائل الإعلامية. كما يتناول مقرر سيميائية الصورة لتدريب الطلبة على تحليل الرسائل الضمنية والكامنة في الإعلام. بالإضافة إلى ذلك، تُنظم الجامعة ورشة عمل تدريبية سنوية إلزامية ومجانية تشمل 35 طالبًا حول تدقيق الأخبار، بالتعاون مع الشبكة العربية لمُدققي ومدققات المعلومات، بدعم من مبادرة أخبار غوغل.

وتتعاون جامعة سيدة اللويزة مع العديد من منظمات المجتمع المدني مثل مهارات، مؤسسة سمير قصير، مسبار وغيرها لتنظيم أنشطة لا صفية إلزامية ومجانية حول التربية الإعلامية. وتستقبل ما لا يقل عن دورتين فصليًا وورش عمل موجهة للطلبة (40 طالبًا في الفصل الواحد) تغطي موضوعات مثل: البروباغندا، الأخبار الزائفة، وتدقيق الأخبار. كما يتضمن مقرر الإعلام والمجتمع «Media and Society» جانبًا نظريًا وعمليًا حيث تقترن المحاضرات بأمثلة وحالات للنقاش والتحليل. وتتضمن بعض الطروحات في مستوى الماستر موضوعات حول التربية الإعلامية باللغة الإنكليزية، على الرغم من عدم وجود إحصاءات دقيقة، كما تسهم أبحاث الكادر التعليمي في هذا الهدف.

أما الجامعة الأميركية للعلوم والتكنولوجيا AUST فتطرح مفهوم التربية الإعلامية في مقررات متعددة، منها: مقرر «الاتصال الجماهيري» حيث يتم التعريف بكل وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، ويُدرّس الطلبة كيفية مقارنة المحتوى بين هذه الوسائل وأساليب التغطية لحدث ما وتأثيرها على الرأي العام

باستخدام وسائل سمعية وبصرية. ومن خلال هذه التجارب، يستنتج الطلبة كيف يمكن ضخ أخبار زائفة أو مضللة لخدمة الأجندة الخاصة بكل وسيلة. بالإضافة إلى مقرر «القوانين والأخلاقيات الإعلامية» الذي يتعرف فيه الطلبة على القوانين والأخلاقيات المتعلقة بحساسيات المعلومات وطبيعة الحدث والمجتمع بحسب كل بلد.

من خلال برنامج الماجستير ومقررات مثل «الإعلام والمجتمع»، يدرس الطلبة الجماهير المستهدفة وكيفية التعديل على الأخبار بصياغتها ومعالجتها بحسب الموقع الجغرافي. كما تنظم الجامعة ندوات وورش عمل يقدمها متخصصون في الإعلام أو صحافيون لديهم تجارب في مجالات مختلفة. وتعمل الجامعة على بحث يتناول صناعة المحتوى في العصر الرقمي وتأثيره على الجمهور باستخدام استراتيجيات (السرد القصصي) القص Story Telling. بالإضافة إلى ذلك، نظّمت الجامعة ندوات حول هذا الموضوع، كان آخرها ندوة بعنوان:

«Keeping you in the loop: The challenges of illuminating the truth: one story at a time»

في نيسان الماضي، التي استضافت شخصيات إعلامية بارزة من محطات تلفزيونية لبنانية. (موقع الجامعة الأميركية للعلوم والتكنولوجيا الإلكتروني)

في جامعة هايكازيان، تُعدّ التربية الإعلامية جزءاً لا يتجزأ من جميع المناهج الدراسية، سواء في المرحلة الجامعية أو الدراسات العليا. وعلى الرغم من عدم وجود مقرر مستقل عن التربية الإعلامية، إلا أنها مدمجة في كافة المقررات، مع التركيز على أهمية التوعية بالمنتج الإعلامي وكيفية التعامل معه. تتضمن العديد من الدورات التي تنظمها كلية العلوم الاجتماعية والسلوكية مثل التربية، وعلم الاجتماع، وعلم النفس، والعلوم السياسية جوانب متعلقةً بالتربية الإعلامية)

موقع جامعة هايكازيان الإلكتروني).

بالنسبة إلى الجامعة العالمية GU، فهي لا تخصص مقرراً مستقلاً للتربية الإعلامية، كما تفعل معظم الجامعات الخاصة في لبنان، لكنها تدمج هذا المفهوم في مقررات متنوعة، مثل: تكنولوجيا التعليم، أدب الأطفال، علم الاجتماع، وفنون اللغة. يتم ذلك من خلال توعية الطلبة بالمفاهيم الكامنة والرسائل الضمنية في أي مادة إعلامية يتلقونها، خصوصاً في عصر مواقع التواصل الاجتماعي عبر الفيديوهات أو النصوص الرائجة والمتداولة، حفاظاً على «القيم» التي يؤمنون بها.

وتُعزّز المحاضرات بوسائل بصرية ذات صلة بالموضوع لتقريب الفكرة، ومن خلال النقاشات الحيّة التي تقدّم أمثلة من الواقع اليومي ضمن سيناريوهات مبتكرة. كما تشمل ورش العمل التطبيقية المتعلقة بتكنولوجيا التعليم مفهوم التربية الإعلامية، وهي مجانية ومفتوحة لجميع الطلبة، بالإضافة إلى ورش عمل للطاقت التعليمية تركز على الذكاء الاصطناعي في التعليم. (موقع الجامعة العالمية الإلكتروني).

أما جامعة فينيسيا، فتشمل العديد من المقررات التي تتناول مفهوم التربية الإعلامية، مثل: محاربة الأخبار الزائفة والمضللة، الأخلاق الإعلامية، وقانون الإعلام المرئي والمسموع. بالإضافة إلى ذلك، تُنظم ورش عمل تفاعلية مع متخصصين في المجال الإعلامي، مثل ورشة بعنوان: «الأخبار الزائفة ومكافحتها» مع الناطق الإعلامي لمنظمة اليونيسكو في لبنان.

في طرابلس، يتعرف طلبة جامعة المدينة إلى مفهوم التربية الإعلامية من خلال مقرر «اتصال المؤسسات» في كلية إدارة الأعمال. كما تنظم الجامعة ندوة سنوية غير إلزامية تناقش موضوعات تتعلق بالتنوع حول استخدام مواقع التواصل

الاجتماعي بشكل آمن وفعّال، وتستهدف حوالي 100 طالب. (موقع جامعة فينسيا الإلكتروني).

أما الجامعة الإسلامية، فلا تملك أي مشروع أكاديمي في إطار التربية الإعلامية، ولا أي تمويل لهذا التوجه. ومع ذلك، تنتظر الجامعة من وزارة التربية والتعليم العالي الاعتراف بإنشاء قسمين أكاديميين جديدين، أحدهما في علوم التربية والآخر في الصحافة والإعلام، وهما سيتضمنان مقررات في التربية الإعلامية. (موقع الجامعة الإسلامية الإلكتروني).

وأخيراً، تضع الجامعة اللبنانية الألمانية LGU موضوع التربية الإعلامية على قائمة العمل للعام القادم، على الرغم من أنها تشير إلى هذا المفهوم في مقرر «التسويق الرقمي» من خلال المحاضرات النظرية. (موقع الجامعة اللبنانية الألمانية LGU الإلكتروني).

شاركت الجامعات التالية في سلسلة الدورات التدريبية التي نظمتها اللجنة الوطنية اللبنانية لليونسكو بالتعاون مع الجمعية الفرنكوفونية للصحافة تحت عنوان «التربية الإعلامية في زمن الأزمات»: جامعة بيروت العربية، جامعة الروح القدس - الكسليك، الجامعة الأنطونية، الجامعة اللبنانية الدولية، الجامعة الأميركية للعلوم والتكنولوجيا، جامعة الجنان، جامعة سيدة اللويزة، الجامعة الأميركية اللبنانية، وجامعة العلوم والآداب اللبنانية.

تندرج هذه الدورات التدريبية في إطار مشروع حظيت به اللجنة بدعم طارئ من منظمة اليونسكو بعد مأساة انفجار مرفأ بيروت 2020، الذي ترافق مع مشهد إعلامي فوضوي تضمن الكثير من العنف وخطاب الكراهية، بالإضافة إلى المعلومات المضللة وانتشار الأخبار الكاذبة. هذا الوضع فرض تحديات أخلاقية وتهديدات ليست فقط للسلم الأهلي، بل للمواطنة الحقيقية التي تعترف بضرورة

قبول الآخر المختلف في مجتمع متنوع ومتعدد الثقافات. يستهدف المشروع طلبية الإعلام في الجامعات، والأساتذة، وأندية الصحافة في المدارس والجامعات، والصحافيين العاملين في المجال.

يتضمن المشروع عشر دورات تدريبية نُفذت خلال العامين 2020 و2021، وتهدف إلى مواجهة خطاب الكراهية ومنع التطرف الذي يؤدي إلى العنف، من خلال تطوير التفكير النقدي والتعاطي مع المعلومات بموضوعية وحياد في زمن الأزمات، وتزويد المشاركين بالمهارات اللازمة وبناء قدراتهم في هذا المجال.

ملاحظة: الجامعات التي تعاونت ولكن اتضح أنها لا تعمل على التربية الإعلامية تشمل: جامعة الجنان، جامعة الحكمة، الجامعة اللبنانية الكندية، جامعة العائلة المقدسة USF، الجامعة العربية المفتوحة، جامعة طرابلس، وكلية الشريعة. أما الجامعات التي لم تتعاون رغم العديد من الاتصالات فهي: الجامعة الحديثة للثقافة والعلوم MUBS وجامعة الشرق الأوسط MU.

ب. التربية على وسائل الإعلام والاتصال في الجامعات الحكومية

يشمل مفهوم التربية الإعلامية القدرة على التحليل والتفكير الناقد عند التعامل مع المحتوى الإعلامي، بخاصة المحتويات التي تُنشر عبر المنصات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي. هذه المنصات تسهم بشكل كبير في نشر الأخبار المضللة والمفبركة من دون التأكد من صحتها. وبالتالي، تقع المسؤولية الأولى والأخيرة على متلقي المحتوى، الذي يعيد نشره بشكل عفوي دون الحد الأدنى من المسؤولية، بالإضافة إلى عدم معرفته بالشروط الصحيحة لاستخدام وسائل الإعلام والاتصال بالشكل المطلوب.

تتحمل المؤسسات التعليمية الرسمية، وبشكل خاص كليتا الإعلام والتربية، مسؤولية كبيرة في هذا المجال، حيث يجب دمج هذين المفهومين لوضع أسس

التربية الإعلامية بشكل فعّال.

الجامعة اللبنانية - كلية الإعلام

التربية الإعلامية هي مجموعة من المهارات التي تمكن الأفراد من التعامل مع وسائل الإعلام بفعالية، بما في ذلك الوصول إلى وسائل الإعلام، تحليل المحتوى، تقييم الرسائل، والقدرة على التعبير عن الذات والتواصل مع الآخرين. تشكل التربية الإعلامية جزءاً من المقررات الدراسية، حيث تقدم كلية الإعلام في الجامعة اللبنانية مجموعة متنوعة من التخصصات المرتبطة بوسائل الإعلام، مثل الصحافة المطبوعة، الإعلام الرقمي، الإعلام المرئي والمسموع، الإعلان والاتصال التسويقي، والعلاقات العامة واتصال المؤسسات، بالإضافة إلى إدارة المعلومات وعلم البيانات.

● عند الاطلاع على الطرق المستخدمة لتعزيز التربية الإعلامية في الجامعات الحكومية في لبنان، بخاصة في كلية الإعلام، وجدنا أن البرامج التعليمية في الكلية تركز على دراسة كيفية كتابة وتحليل المقالات الصحفية والتعامل مع وسائل الإعلام الرقمية (الصحافة المطبوعة والإعلام الرقمي)، كما تركز على الإنتاج السمعي والبصري، بما في ذلك الأفلام والبرامج التلفزيونية والإذاعية (الإعلام المرئي والمسموع)، بالإضافة إلى ذلك، تتناول كيفية جمع وتحليل المعلومات وإدارتها (إدارة المعلومات) وكيفية تحليل البيانات والاستفادة منها في مجال الإعلام (علم البيانات). وبالتالي، تضع التربية الإعلامية، بمفهومها كتعليم استخدام وسائل الإعلام، ضمن أولوياتها ومهامها التعليمية، وتسعى إلى تطويرها لتتماشى مع متطلبات العصر الرقمي والتكنولوجي.

● أما عن مشاريع التربية الإعلامية في مؤسسات التعليم الحكومية، فتضمّنت ورش العمل في كلية الإعلام بالجامعة اللبنانية عدداً من المؤتمرات تناولت

الإعلام التربوي، وأهمها:

- المؤتمر العلمي للصحافة المتخصصة بعنوان «الإعلام التربوي نموذجًا» الذي عُقد في كلية الإعلام والتوثيق الفرع الأول برعاية وحضور رئيس الجامعة الدكتور عدنان السيد حسين بتاريخ 27/2/2013. تناول هذا المؤتمر الدور التربوي للإعلام، والتشارك بين التربية والإعلام بهدف تعديل سلوك الفرد وتكييف نمط العيش عند المواطن وداخل المجتمع. كما ألقى الضوء على دور الإعلام في توجيه الرأي العام، واستعرض تجارب عملية لمجموعة من الإعلاميين العاملين في الصحافة التربوية.

وشملت ورش العمل لقاءات تدريبية حول التربية الإعلامية والمعلوماتية الرقمية للشبان والشابات منها:

- اللقاء التدريبي الذي نظّمته مؤسسة مهارات في إطار تعاونها المستمر مع كليات الإعلام في لبنان، عُقد في شهر تشرين الثاني من العام 2023، جاء ذلك ضمن سلسلة لقاءات مع طلبة الإعلام والتواصل حول التربية الإعلامية والمعلوماتية الرقمية، بناءً على نتائج الرصد والتحليل الذي تقوم به المؤسسة بشكل دوري للخطاب العام في الإعلام وعلى مواقع التواصل الاجتماعي.

تهدف هذه اللقاءات إلى تعزيز قدرات الطلبة وتطوير فكرهم النقدي والعلمي لتمكينهم من التعامل مع الأخبار والمعلومات المتداولة، بخاصة على مواقع التواصل الاجتماعي، والتحقق من صحتها، ورصد الدعاية السياسية. كما تسعى إلى فهم شبكات الملكية والمصالح والتمويل في وسائل الإعلام التقليدية والبديلة وأثرها على المحتوى.

عُقدت أربعة لقاءات، كان أولها في كلية الإعلام في الجامعة اللبنانية، الفرع الثاني في الجديدة بحضور 43 طالبًا وطالبة. شملت المحاور الخمسة كيفية

عمل وسائل الإعلام وواقع الإعلام اللبناني التقليدي والبدلي، وانتماءاتها، وكيفية عملها. كما تم عرض تاريخ انتشار مصطلح Fake News (المعلومات الكاذبة)، وأنواعها وأشكالها وأسباب استخدامها من قبل الإعلام. في المحور الثالث، تمت مشاركة خطوات التحقق من المعلومات المعتمدة من قبل مهارات نيوز في قسم FACT-O-METER، وهي عضو في الشبكة الدولية للتحقق من المعلومات. أما في المحور الرابع، شاهد الطلاب فيديو من إعداد مؤسسة مهارات ضمن سلسلة حلقات توعوية تحمل اسم «شو الفكرة» حول الدعاية السياسية، وأساليبها، وأركانها، واستراتيجيات الحد من انتشارها.

● المقررات التدريسية:

شملت بعض المقررات في كلية الإعلام النص الإعلامي بشكل عام، والإنتاج الصحافي المتعدد الوسائط، وأساليب النقد الأدبي والفني والسياسي، مع ربط الإعلام بالمعرفة. ومع ذلك، لا يتم تخصيص التفكير النقدي عند استخدام الوسائل الإعلامية بمقررات تدريسية، حيث تطرح التفكير النقدي من نواحٍ ترتبط بصحة المعلومات وكشف الأخبار المضلّة. وهذا يمكن طالب الإعلام من استخدام هذه الوسائل بالطريقة الأمثل للحصول على المعلومات، ويحمّله مسؤولية نشرها، خصوصًا في عصر الإعلام الإلكتروني.

من المقررات التدريسية التي ترتبط بجزء منها بالتربية الإعلامية، تشمل المقررات التالية:

- تحليل النص الإعلامي (الفصل السادس _ صحافة)
- الإنتاج الصحافي المتعدد الوسائط (الفصل السادس _ صحافة)
- النقد الأدبي والفني والسياسي (الفصل السادس _ صحافة)
- الإعلام والمعرفة (الماستر 1 _ صحافة)

- مراقبة المعلومات (مقرر تدريسي في الفصل السادس)

● التدريب على نقد المحتوى:

يتم التدريب على نقد المحتوى من خلال تدريب كاتب المحتوى على التعامل مع النقد بأنواعه المختلفة، ما يُتيح للطلبة التدرّب على كتابة المحتوى الإعلامي بأسلوب لا يعرضه للنقد، وبالتالي الكشف عن إمكانية احتوائه على معلومات مُضلّلة (النقد الأدبي والفني والسياسي- الفصل السادس، صحافة).

● مشاريع بحثية للماجستير والدكتوراة:

تناولت بعض المشاريع البحثية مواضيع ترتبط بشكل بالتربية الإعلامية، إلا أنها تبقى معدودة جدًّا بالنسبة إلى عدد المشاريع البحثية التي يتم العمل عليها، نذكر منها:

- دور التربية الرقمية في توعية الشباب الأردني في مواجهة تحديات المحتوى الرقمي (خوله الزغلوان-علوم الإعلام والاتصال).

- سلوك البحث عن المعلومات في المواقع الاخبارية اللبنانية وقابلية استخدامها (أمل قشور-علوم الإعلام والاتصال).

- The prospects and aspects of user-generated content interactivities (فيفيان أغوبيان - علوم الإعلام والاتصال).

- التربية الإعلامية وتكوين الحس النقدي لدى تلامذة المدارس الخاصة في لبنان (منى طوق- علوم الإعلام والاتصال).

- اتجاهات أولياء الأمور إزاء تعرض أبنائهم المراهقين لمظاهر العنف عبر مواقع التواصل الاجتماعي (حيدر هاشم- علوم الإعلام والاتصال).

يُعنى مركز الأبحاث في كلية الإعلام في الجامعة اللبنانية بإدراج البحث في صلب العملية التعليمية، ويسعى إلى تفعيل الإنتاج البحثي في الكلية استجابة للحاجات المعرفية والتطبيقية والمهنية والأكاديمية المتخصصة ومتداخلة التخصصات. وتُعدّ المختبرات بمثابة أطر تنظيمية تدعم عمل الباحثين وطلبة الدكتوراه والماجستير، حيث توفر لهم بيئة بحثية ملائمة تحفزهم على تبادل المعارف والخبرات، وتشجع لديهم الحس النقدي والانفتاح على معارف الآخرين وتجاربهم. يُعنى مختبر علوم الإعلام والاتصال بدراسة التحولات التي تطرأ على عالم الإعلام والاتصال في لبنان بفعل التطورات التكنولوجية والاتصالية المتسارعة. ويضم هذا المختبر مجموعة من الفرق البحثية، يتناول كل فريق محورًا معينًا يعمل عليه لمدة سنتين. يبحث فريق «دال» في التحولات الطارئة على المهنة الإعلامية، منطلقاً من إشكالية أساسية تتساءل عن «حجم التحولات التي أدخلتها منظومة الإعلام التفاعلي على واقع الإعلام التقليدي بأبعاده المعرفية والمهنية والأخلاقية، وتفاعله مع المجتمع».

كما يتناول مختبر علوم المعلومات دراسة توجهات وطرائق وسلوكيات المستخدمين في البحث عن المعلومات (الوعي المعلوماتي والعلاقة التفاعلية بين المعلومة والمجتمع).

وشمل المؤتمر الأول لمركز الأبحاث في كلية الإعلام في الجامعة اللبنانية الذي عُقد في 29-30 تشرين الثاني - نوفمبر و1 كانون الأول - ديسمبر 2017 موضوع «الاتصال الملتمز/ الملتمز في ضوء التطورات التكنولوجية والاتصالية الراهنة»، حيث تناول إشكالياته وأفاقه.

- منصات رقمية لكشف المحتوى الزائف:

تتيح هذه المنصات الرقمية إمكانية التأكد من صحة المحتوى الإعلامي ودقته والتحقق منه بهدف استخدامه بطريقة أخلاقية، حيث يتم تدريب الطلبة على كيفية استخدامها.

- محاربة الشائعات: يتم تطوير مهارات الطلبة في التحقق من المعلومات من خلال تطبيق التحليل النقدي والتحقق من المصادر، والتوعية بالمخاطر الرقمية عبر المقررات التعليمية.

- قياس مستوى التفاعل مع الجمهور:

يتم قياس مستوى التفاعل مع الجمهور من خلال بعض المقررات التي تتيح اكتساب المعارف الخاصة بمراقبة المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي، مما يساعد على فهم نسب تفاعل الجمهور أو المستخدمين مع بعض الصفحات الإلكترونية لأهداف ترويجية، وللكشف عن طبيعة الجمهور وخصائصه (مراقبة المعلومات، مقرر تدريسي في الفصل السادس).

- استخدام وسائل سمعية بصرية:

تتيح البرامج التعليمية التدريب على استخدام التقنيات السمعية والبصرية، ولكن من دون التطرق إلى كيفية الكشف عن المعلومات أو الوسائط المضللة وغير الصحيحة (الإنتاج الصحافي المتعدد الوسائط - الفصل السادس، صحافة).

- أشكال التواصل الرقمي:

يتم الاطلاع على أشكال التواصل الرقمي من خلال المقررات التي تتناول المنصات الإلكترونية.

الجامعة اللبنانية - كلية التربية

أما بالنسبة إلى كلية التربية في الجامعة اللبنانية فلم تشمل برامجها التعليمية تخصصات ترتبط بالتربية الإعلامية بمعنى التربية على استخدام وسائل الإعلام، ولكن ارتبطت بعض التخصصات في الماجستير المهني بتعليم تكنولوجيا المعلومات والاتصال بهدف تحديد مفهوم تكنولوجيا التعليم في العملية التعليمية والتعلمية. يتضمّن مقرر « تعليم تكنولوجيا المعلومات والاتصال » في تخصص تكنولوجيا التربية مراحل تطور تكنولوجيا التعليم وتصنيفها، ويستعرض نماذج من تكنولوجيا التعليم التقليدية وأجهزة العرض في العملية التعليمية. كما يتناول استخدام التلفزيون والفيديو في العملية التعليمية التعلمية.

أما بالنسبة إلى ورش العمل، حمل المؤتمر السنوي الذي نظّمه مركز الدراسات والأبحاث التربوية هذا العام عنوان: «تحوّلات التربية والتعليم في زمن الذكاء الاصطناعي: التحديات والفرص والآفاق» (الأربعاء 12 حزيران 2024). وخصّصت بعض المشاريع البحثية (ماجستير ودكتوراة) في كلية التربية لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على التنشئة الاجتماعية، مثل المشاريع التالية:

- اتجاهات أولياء الأمور إزاء تعرض أبنائهم المراهقين لمظاهر العنف عبر مواقع التواصل الاجتماعي (هاسميك حمية- علوم اجتماعية).
- التنشئة الاجتماعية وتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المراهقين: دراسة ميدانية في الحقلين المدني والريفي (نسرين القاسم- العلوم الاجتماعية).

التوصيات

توحيد تسمية مفهوم التربية الإعلامية لدى كل الجامعات في لبنان.

1. تنظيم المزيد من الدورات أو ورش العمل التطبيقية المجانية والإلزامية للطلبة لتحقيق أكبر قدر من الاستفادة.
2. تطوير سياسة جامعية شاملة لهذا المفهوم وتخصيص مقرر له، أو على الأقل اقتراح إدخال تفاصيل المفهوم في أكبر عدد من مناهج المقررات.
3. استخدام أساليب عملية وبصرية لجذب الطالب وضمان استيعابه للمفهوم ولأهميته في الحياة اليومية والإعلامية.

خاتمة

انطلق هذا البحث الجماعي من أهمية معالجة العلاقة الجدلية بين وسائل الإعلام والرأي العام، وتبيان مكونات هذه العلاقة. فالإعلام يتأثر ويؤثر في الرأي العام، والعكس صحيح، مما يُبرز أهمية الإعلام الحر والديمقراطية والاستقلالية.

اتفقت نتائج البحث مع دراسة منى طوق (2020-2021) بعنوان «التربية الإعلامية وتكوين الحس النقدي لدى تلامذة المدارس الخاصة في لبنان (دراسة تحليلية نقدية)»، التي هدفت إلى معرفة واقع التربية الإعلامية في لبنان، من خلال مضمون محاور الإعلام في كتب التربية الوطنية والتنشئة المدنية الموحدة منهجياً (نسبة إلى المنهج) وكيفية تشكيل الحس النقدي لدى تلامذة المدارس الخاصة ذات الطابع الديني.

أظهرت نتائج الدراسة أنّ التربية الإعلامية تشكّل الحسّ النقدي لدى التلامذة، الذي لا يختلف باختلاف هوية المدارس الخاصة المتعدّدة في مجتمع تَعُددي

مثل لبنان، وإتّما يستند إلى مقوّمات وأسس علمية يكتسبها التلميذ من خلال التواصل المعرفي. وتبين أن تلامذة هذه المدارس، وهم تلامذة لبنان، لديهم ثقافة إعلامية ومؤهلات نقدية، تخوّلهم تحليل ونقد نص الاختبار والمحتوى الإعلامي واتخاذ موقف منه. ويوصي البحث بإدخال «التربية الإعلامية» كمادة مستقلة في المناهج التربوية، مما يؤشر إلى أنّ المدارس تستطيع أن تشكّل رؤية وطنية متشابكة يستفيد منها المجتمع اللبناني المتعدد دينياً.

كما اتفقت مع دراسة أخرى (Jad Melki, 2013) التي بيّنت أن لبنان يتمتّع بقدرة كبيرة على تطوير التربية الإعلامية، ذات الطابع المحلي والارتقاء بها في المنطقة، مشيرة إلى المحاولات المستمرة الرامية إلى تطوير التربية الإعلامية ونشرها في المدارس والجامعات. وركّزت الدراسة على أنّ المجتمع اللبناني يستفيد كثيراً من التربية الإعلامية، نظراً إلى تنوّع الثقافات والهويّات الدينية الموجودة فيه، والتي غالباً ما تكون متصارعة. ويعود الفضل جزئياً إلى الحرية التي يتمتّع بها لبنان وخصائصه الثقافية المتميزة.

كما اتفقت مع دراسة (Jad Melki, 2014) التي أكدت على ما يمكن أن تقدمه الثقافة الرقمية والإعلامية من دعم لإصلاح التعبيرات الثقافية المتنوعة وتوحيدها، والتي غالباً ما تكون مثيرة للانقسام، في بلد معروف بالصراعات الأهلية المتكررة، والطائفية الدينية، والانقسامات السياسية والاجتماعية، وضعف الشعور بالمواطنة والهوية.

وعلى الرغم من أن تجارب بعض الجامعات الخاصة في لبنان تعدّ غنية لناحية الوعي لأهمية موضوع التربية الإعلامية ومحاولة تضمينه في المقررات الإلزامية نظرياً وتطبيقياً، وتنظيم ورش عمل ودورات تغطي عناوين تحاكي هذه التربية بالتعاون مع بعض المؤسسات أو الجهات المنظمة، وكذلك تخصيص بعض الدراسات أو الأبحاث حول الموضوع، إلا أن التجربة المثلى تتمثل في تعميم هذه

التجارب لتشمل بقية الجامعات. كما يجب تعزيز وجودها في الجامعات المذكورة أعلاه لتعميم الفائدة على الطلاب في كل المقررات، من الناحية التطبيقية التي تحاكي الواقع، وتزود الطلاب بأساليب لزيادة هذه التوعية لديهم. وتعمل بعض الجامعات على الإشارة إلى مضامين التربية الإعلامية من دون تسميتها؛ لذا، فمن المهم توحيد التسمية بين كل الجامعات.

المراجع

1. أبو فاضل، ماجدة، «الشباب اللبناني والإعلام: التأثير الاجتماعي والسياسي» مؤتمر «الحوار الإعلامي الألماني-العربي»، مؤتمر وزارة الخارجية الألمانية بالتعاون مع معهد العلاقات الثقافية الخارجية في برلين، بيروت 2004/11/29.
2. أحمد علي فؤاد (2017). وسائل الإعلام والمشاركة السياسية، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان.
3. الجريدة الرسمية، تعميم/36م/98، تموز 1998 عن وزارة التربية الوطنية والشباب والرياضة في لبنان.
4. سيد علي، إيمان، اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام في جامعة الأزهر، العدد 55، أكتوبر 2020.
5. طوق، منى (2021-2022)، «التربية الإعلامية وتكوين الحس النقدي لدى تلامذة المدارس الخاصة في لبنان (دراسة تحليلية نقدية)، أطروحة أعدت لنيل شهادة الدكتوراه، المعهد العالي للدكتوراه في الآداب والعلوم الانسانية والاجتماعية، الجامعة اللبنانية.
6. فهيم عادل (2023). التربية الإعلامية، تكوين المتلقي الناقد، وكالة الصحافة العربية.
7. يوسف غسان خالد (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل

الاجتماعي وابعادها، دار النفائس، عمان.

8. الموقع الإلكتروني للجامعة اللبنانية: <https://ul.edu.lb>
9. الموقع الإلكتروني لـ «مهارات» (2023). لقاءات تدريبية حول التربية الإعلامية والمعلوماتية الرقمية للشبان والشابات: https://maharatfoundation.org/MIL_Trainings
10. الموقع الإلكتروني للمركز التربوي للبحوث والإنماء [/https://www.crdp.org](https://www.crdp.org)
11. الموقع الإلكتروني للإسكوا www.unescwa.org
12. الموقع الإلكتروني لجمعية المبرات الخيرية الإسلامية <https://mabarrat.org.lb>
13. الموقع الإلكتروني لأكاديمية التربية الإعلامية والرقمية MDLAB <https://mdlab.lau.edu.lb>
14. الموقع الإلكتروني لجامعة المعارف [/https://www.mu.edu.lb](https://www.mu.edu.lb)
15. الموقع الإلكتروني لجامعة القديس يوسف [/https://www.usj.edu.lb](https://www.usj.edu.lb)
16. الموقع الإلكتروني للجامعة اللبنانية الألمانية [/https://www.lgu.edu.lb](https://www.lgu.edu.lb)
17. الموقع الإلكتروني للجامعة الإسلامية [/https://www.iul.edu.lb](https://www.iul.edu.lb)
18. الموقع الإلكتروني لجامعة فينسيا [/https://pu.edu.lb](https://pu.edu.lb)
19. الموقع الإلكتروني للجامعة العالمية [/https://www.gu.edu.lb](https://www.gu.edu.lb)
20. الموقع الإلكتروني لجامعة هايكازيان [/https://www.haigazian.edu.lb](https://www.haigazian.edu.lb)
21. الموقع الإلكتروني للجامعة الأميركية للعلوم والتكنولوجيا <https://www.aust.edu.lb>
22. الموقع الإلكتروني لجامعة الآداب والعلوم والتكنولوجيا [/https://aul.edu.lb](https://aul.edu.lb)

23. الموقع الإلكتروني للجامعة الأميركية في بيروت [/https://www.aub.edu.lb](https://www.aub.edu.lb)
24. Aranda, D., (2016). Ludoliteracy - The Unfinished Business of Media literacy, Universitat Oberta de Catalunya.
25. Bonvoisin, D., Culot, M. (2015), Éducation aux médias et jeux vidéo. Des ressorts ludiques à l'approche critique, Bruxelles, Média Animation.
26. Buckingham, D, (2003). Chapter Three of Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture, Institute of Education, University of London
27. Buckingham, D. and Burn, A. (2007). Game Literacy in Theory and Practice, in Journal of Educational Multimedia and Hypermedia, vol7.
28. Emilie Moreau, « François Heinderyckx, La Malinformation », Études de communication [En ligne], 26 | 2003, mis en ligne le 13 octobre 2008, consulté le 20 octobre 2024. URL : <http://journals.openedition.org/edc/138> ;DOI : <https://doi.org/10.4000/edc.138>
29. Jean-Claude Domenjoz, « Présentation », Education aux médias et à l'information, 10 janvier 2022
30. Melki, J. (2014). <https://mdlab2014.files.wordpress.com/2014/01/melki-english.pdf>. Retrieved from www.mdlab.wordpress.com
31. Melki, J. (2013). Sowing the seeds of digital and media literacy in Lebanon and the Arab World: The importance of a locally grown and sustainable curriculum. Retrieved from <https://mdlab2014.files.wordpress.com/2014/01/melki-english.pdf>.

32. Partington ,A. (2010) .Game Literacy, Gaming Cultures and Media Education. English Teaching: Practice and Critique, 9(1), 73-86 [archive].
33. Sauve, L ,.Renaud ,L ,.Gauvin ,M .(2007) „Une analyse des écrits sur les impacts du jeu dans l'apprentissage, Revue des Sciences de l'Education.
34. Zagal, J. P. (2010). Ludoliteracy: defining understanding and supporting games education. ETC Press.

الفصل الخامس

التربية الإعلامية في المدارس والجامعات المصرية: دراسة للواقع وأفاق التطوير

أ.د. هبة الله بهجت السمرى¹

أ.د. أمال حسن الغزاوي²

أ.د. أبو بكر الصالحي³

د. نسرين محمد عبد العزيز⁴

د. مها فتحي⁵

د. ياسمين على⁶

د. نهي عادل⁷

د. نعم محي الدين عبد الغفار⁸

د. انجي بهجت⁹

د. دنيا طارق¹⁰

د. هبة حمزة¹¹

د. ايه يحيي محمد¹²

-
- 1- كلية الإعلام واللغات التطبيقية بجامعة النهضة
 - 2- المعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الإعلام الحديث
 - 3- كلية الإعلام واللغات التطبيقية بجامعة النهضة
 - 4- المعهد الدولي العالي للإعلام بأكاديمية الشروق
 - 5- كلية الإعلام واللغات التطبيقية
 - 6- المعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الإعلام الحديث
 - 7- قسم الإذاعة والتلفزيون بجامعة المنوفية
 - 8- المعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الإعلام
 - 9- كلية الإعلام واللغات التطبيقية بجامعة النهضة
 - 10- المعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الإعلام الحديث
 - 11- دكتوراه في الإذاعة والتلفزيون ومذبةة بالتلفزيون المصري
 - 12- المعهد الدولي العالي للإعلام بأكاديمية الشروق

Abstract

This study addresses the topic of media literacy in Egyptian schools and universities, highlighting the current state and opportunities for future development. The research focuses on analyzing the role of media literacy in enhancing individuals' awareness within educational institutions while evaluating its current practices and identifying the challenges it faces. Integrating media literacy into curricula is considered a crucial step toward enabling students to critically and consciously engage with media content, especially in light of rapid technological advancements.

The study adopts a descriptive methodology, combining quantitative and qualitative analysis through electronic surveys directed at school and university educators, alongside interviews with officials from civil society organizations. The sample includes a variety of educational institutions, including public, private, and national universities, as well as schools from different governorates.

The results reveal notable efforts to promote media literacy, particularly in universities that have incorporated some media literacy courses into their curricula. However, the implementation remains limited in some institutions and suffers from a lack of resources and qualified personnel. Civil society organizations play a significant supportive role through workshops and awareness campaigns, but greater integration with educational institutions is needed to achieve a broader impact.

The study concludes that there is an urgent need to make media literacy a mandatory subject across all educational institutions while developing curricula to include the foundations of critical thinking and media content analysis skills. It recommends increased investment in training and qualifying educational staff and improving infrastructure to support digital media initiatives. Through its recommendations, the study aims to provide a comprehensive vision for strengthening the role of media literacy in Egyptian education, contributing to equipping future generations with the skills to navigate the evolving media landscape.

Keywords: Media Literacy, Digital literacy, Egyptian Education, Schools and Universities, Curriculum Development, Critical Thinking, Media Content Analysis, Educational Institutions, Media Literacy Culture.

ملخص

تناولت الدراسة موضوع التربية الإعلامية في المدارس والجامعات المصرية، مستعرضة الواقع الحالي وفرص التطوير المستقبلية. يركز البحث على تحليل دور التربية الإعلامية في تعزيز وعي الأفراد داخل المؤسسات التعليمية، مع تقييم ممارساتها الحالية وتحديد التحديات التي تواجهها. يعدّ إدماج التربية الإعلامية في المناهج الدراسية خطوة مهمة نحو تمكين الطلاب من التعامل النقدي والواعي مع المحتوى الإعلامي، لا سيما في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة.

تعتمد الدراسة على منهج وصفي يجمع بين التحليل الكمي والكمي، من خلال استبيانات إلكترونية موجهة إلى القيادات والمدرسين في المدارس والجامعات، بالإضافة إلى مقابلات مع مسؤولي مؤسسات المجتمع المدني. وقد شملت عينة

الدراسة مؤسسات تعليمية متنوعة، بما في ذلك الجامعات الحكومية والخاصة والأهلية، فضلاً عن مدارس من مختلف المحافظات.

أظهرت النتائج أن هناك جهودًا ملحوظة لنشر ثقافة التربية الإعلامية، بخاصة في الجامعات التي أدرجت بعض مقررات التربية الإعلامية ضمن مناهجها الدراسية. ومع ذلك، يظل تطبيق هذه الثقافة محدودًا في بعض المؤسسات، ويعاني من نقص في الموارد والكفاءات البشرية المؤهلة. كما تبين أن مؤسسات المجتمع المدني تقدم دعمًا مهمًا من خلال ورش العمل والحملات التوعوية، لكنها لا تزال بحاجة إلى تعزيز تكاملها مع المؤسسات التعليمية لتحقيق تأثير أوسع.

خلصت الدراسة إلى أن هناك حاجة ملحة لإدراج التربية الإعلامية كمقرر إلزامي في جميع المؤسسات التعليمية، مع تطوير المناهج لتشمل أسس التفكير النقدي ومهارات تحليل المحتوى الإعلامي. وأوصت بزيادة الاستثمار في تدريب الكوادر التعليمية وتأهيلها، بالإضافة إلى تحسين البنية التحتية لدعم المبادرات الإعلامية الرقمية. تسعى الدراسة من خلال توصياتها إلى تقديم رؤية شاملة لتعزيز دور التربية الإعلامية في التعليم المصري، بما يساهم في تمكين الأجيال القادمة من التعامل بوعي مع المشهد الإعلامي المتغير.

الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية، التربية الرقمية، التعليم المصري، المدارس والجامعات، تطوير المناهج، التفكير النقدي، تحليل المحتوى الإعلامي، المؤسسات التعليمية، ثقافة التربية الإعلامية.

مقدمة

تعدّ التربية الإعلامية من المجالات الحيوية التي تؤدي دورًا مهمًا في تشكيل وعي الأفراد والمجتمعات، خصوصًا في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة

والانتشار الواسع لوسائل الإعلام المتعددة. في مصر، تعكس التربية الإعلامية واقعاً مليئاً بالتحديات والفرص، حيث تواجه المنظومة التعليمية ضرورة ملحة لإدماج مفاهيم التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية، بهدف تمكين الأجيال الجديدة من فهم أعمق للتأثيرات الإعلامية، وكيفية التعامل مع المحتوى الإعلامي بشكل نقدي وواعٍ.

تأتي أهمية هذا الفصل من الحاجة إلى إلقاء الضوء على مدى تطبيق وإدراج التربية الإعلامية في مؤسسات التعليم المصرية - الكليات والمعاهد والمدارس - وكيفية تطبيقها داخل تلك المؤسسات محل التحليل. بالإضافة إلى رصد بعض التجارب المتميزة لمؤسسات المجتمع المدني في مجال نشر ثقافة التربية الإعلامية في مصر وتقديم توصيات من شأنها تعزيز التعليم الإعلامي، بما يتناسب مع التطورات الحديثة ومتطلبات العصر الرقمي.

مشكلة الدراسة

تعدّ التربية الإعلامية إحدى الركائز الأساسية في تعزيز الوعي النقدي والقدرة على التعامل مع المحتوى الإعلامي في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة والانتشار الواسع لوسائل الإعلام. في المؤسسات التعليمية المصرية، سواء المدارس أو الجامعات، تبرز الحاجة الملحة لدراسة واقع التربية الإعلامية، ومدى تكاملها في المناهج الدراسية، وأشكال تطبيقها داخل هذه المؤسسات. و تتمثل مشكلة الدراسة في وجود تفاوت في تطبيق التربية الإعلامية بين المؤسسات التعليمية المختلفة، وغياب بعض المناهج المتكاملة التي تضمن تعليم الطلاب كيفية التعامل النقدي والواعي مع المحتوى الإعلامي. بالإضافة إلى ذلك يعاني الواقع التعليمي من ضعف التنسيق بين المؤسسات التعليمية ومؤسسات المجتمع المدني في نشر ثقافة التربية الإعلامية بشكل فعّال.

أهداف الدراسة

1. توضيح دور المؤسسات التعليمية والمجتمع المدني في مجال نشر ثقافة التربية الإعلامية والنشاطات والمشاريع التي تم إنجازها.
2. توضيح مدى تدريس التربية الإعلامية في المدارس والجامعات والمعاهد المصرية.
3. تقييم الأكاديميين بالمعاهد والجامعات الخاصة والحكومية لممارسات التربية الإعلامية في المدارس والجامعات.
4. التعرف إلى التأهيل العلمي للقائمين على تدريس مقررات التربية الإعلامية ومدى اقتناعهم بأهمية تدريس التربية الإعلامية بالمدارس والجامعات.
5. توضيح بعض الأمثلة لأنشطة التربية الإعلامية داخل المدارس والجامعات والمعاهد الخاصة المصرية.
6. توضيح مدى اهتمام مؤسسات المجتمع المدني بنشر ثقافة التربية الإعلامية وأبرز الأنشطة في هذا المجال ومدى تكامل دورها مع المؤسسات التعليمية (المدارس والجامعات).

أهمية الدراسة

1. تعد التربية الإعلامية وسيلة مهمة لإعداد أفراد المجتمع وتمكينهم لفهم وسائل الإعلام والمحتوى الذي تقدمه.
2. أهمية التربية الإعلامية في نشر ثقافة الحوار بين المجتمعات وجعل الأفراد أكثر إيجابية وفعالية في تنمية المجتمع.
3. توصل العديد من الدراسات لأهمية التربية الإعلامية في تشكيل وعي الأفراد والمجتمعات بخاصة في ظل التطور التكنولوجي وانتشار الإعلام الرقمي

والمنصات الرقمية.

4. احتياج المنظومة التعليمية لإدراج مقررات التربية الإعلامية في المناهج الدراسية والحرص على تربية النشء على التفكير الناقد للمحتوى الإعلامي، للتحصين ضد ما يعرض لهم إعلاميًا بشكل سلبي.

تساؤلات الدراسة

1. ما مدى تطبيق ممارسات التربية الإعلامية داخل الكليات محل التحليل؟
2. ما هي الطرق التي يتم استخدامها داخل مؤسسات التعليم العالي لتعزيز التربية الإعلامية؟
3. ما مدى تطبيق هذه الممارسات الخاصة بالتربية الإعلامية داخل التخصصات المختلفة في مؤسسات التعليم العالي المصرية؟
4. ما هو تقييم الأكاديميين العاملين في المعاهد والجامعات الخاصة والحكومية لممارسات التربية الإعلامية لدى جميع الكليات في مؤسسات التعليم العالي؟
5. ما هي طبيعة النماذج المطبقة داخل هذه الجامعات والمعاهد الخاصة المصرية؟
6. ما مدى اهتمام المؤسسات التعليمية (المدارس) محل التحليل بنشر ثقافة التربية الإعلامية بين الطلبة؟
7. ما مظاهر اهتمام المدارس بنشر ثقافة التربية الإعلامية بين الطلبة؟
8. ما هي أساليب حرص المدارس على نشر ثقافة التربية الإعلامية بين الطلبة؟
9. ما مدى إجبارية مقرر التربية الإعلامية في المدارس، وما مدى وجود مقاييس لمعرفة مستوى إنجاز أهداف برامج التربية الإعلامية التي تتبناها؟

10. ما اعتقاد المدرسين بضرورة تدريس التربية الإعلامية بالمدارس والجامعات؟
11. ما هي أساليب حماية الطلبة من مخاطر التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية؟ وما مدى قيام المدرسين بتدريس مقرر التربية الإعلامية من قبل أو الإشراف على تدريس المقرر؟
12. ما مدة قيام المدرسين بتدريس مقرر التربية الإعلامية؟ وما مدى حصول المدرسين علي دورات تدريبية قبل تدريس المقرر؟
13. ما هي طرق ترشيح المدرسين لتدريس مقرر التربية الإعلامية؟ وهل يقوم المدرسون بنشاط بحثي في مجال التربية الإعلامية؟
14. ما مدى قيام المدرسين بنشر ثقافة التربية الإعلامية ضمن المواد التي يقوموا بتدريسها؟ وما هي طرق نشرهم ثقافة التربية الإعلامية خلال هذه المواد؟
15. ما هي الأساليب التي يعتمد عليها المدرسون عند تدريس التربية الإعلامية؟ وما المهارات التي يتعلمها الطالب من مقرر التربية الإعلامية من وجهة نظر المدرسين؟
16. ما هي مجالات تطبيق مهارات التربية الإعلامية من وجهة نظر المدرسين؟ وما مدى قيام المدرسين بزيارة دول خارج مصر أو حصولهم على منح دراسية تعرفوا من خلالها إلى طرق تدريس التربية الإعلامية؟
17. ما هي طرق تقييم المدرسين لمقرر التربية الإعلامية؟
18. ما مدى الاستفادة من تجارب الدول المختلفة في نشر ثقافة التربية الإعلامية من وجهة نظر المدرسين، وما هي الدول التي يمكن الاستفادة من تجاربها؟
19. ما درجة تقييم المدرسين لتدريس التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية وفقاً لنوع المدارس؟

20. ما هي خطط مؤسسات المجتمع المدني الاستراتيجية أو السنوية المعتمدة لـ «التربية الإعلامية» على مستوى البلد؟

الدراسات السابقة

المحور الأول: الدراسات التي تناولت تطبيقات التربية الإعلامية في الجامعات

أولاً: التربية الإعلامية وتطبيقاتها في الجامعات

جاءت دراسة (2023Quoc Hoa Tran-Duong)¹ حول تأثير التربية الإعلامية على مخرجات التعلم الإلكتروني. هدفت الدراسة إلى محاولة سد الفجوة في خلال استكشاف تأثير المكونات الأربعة الخاصة بمهارات التربية الرقمية four-factor model of new media literacy على مخرجات التعلم عبر الإنترنت. وطبقت الدراسة باستخدام أداة الاستبيان الذي طبق على عينة مكونة من 421 طالباً جامعياً مقسمة ما بين 165 ذكور و 256 من الإناث في 32 جامعة في فيتنام (خاصة وحكومية). وأظهرت النتائج لتوضح أن المكونات الثلاثة لنموذج التربية الإعلامية كان لها تأثير إيجابي في تعزيز مخرجات التعلم، باستثناء المكون الأول وهو «المكون الوظيفي». كما تبين أن معامل الارتباط بين الاستهلاك النقدي والنتائج المدركة للتعلم (المعرفي والحركي) كان ذا تأثير إيجابي ملحوظ، ولكنه لم يكن له تأثير إيجابي على النتائج المدركة للتعلم العاطفي.

1- Duong, Quoc Hoa Tran , (2023) , “The effect of media literacy on effective learning outcomes in online learning” paper publish at journal of Education and Information Technologies , vol 28:3605–3624 – Vietnam

<https://link.springer.com/article/10.1007/s10639-022-11313-z>

وجاءت دراسة (نهي عادل وآخرون, 2022)¹ حول التربية الإعلامية كآلية لتمكين طلبة الجامعات من مواجهه حروب الجيل الخامس وتحقيق الأمن الإنساني، والتي هدفت إلى قياس واقع ممارسة طلبة الجامعة لمهارات التربية الإعلامية في مواجهة الجيل الخامس، مع تقديم تصور مقترح لتمكين طلبة الجامعات من مهارات التربية الإعلامية لمواجهه هذا الخطر. واستخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة على طلبة جامعة القاهرة، وطبقت باستخدام الاستبيان والمقابلة.

أما فيما يخص العينة، فقد تم الاعتماد على عينة عمدية قوامها (578) من طلاب وطالبات الكليات التالية (التجارة والآداب والهندسة والحقوق) مقسمة بين 210 من الذكور و368 من الإناث. أظهرت النتائج أن الدور الجامعي في نشر مهارات التربية الإعلامية يُعدّ منخفضاً، وذلك يرجع إلى ضعف نشر ثقافة التربية الإعلامية عبر الندوات التعريفية. أما فيما يخص امتلاك الطلبة الجامعيين في العينة لمهارات التربية الإعلامية، فقد جاءت النسبة مرتفعة من حيث التمكن من التعامل مع الوسائل المختلفة والوعي بكيفية استخدامها، ولكن مهارة البحث والتقصي كانت أساسية بنسبة متوسطة. كما تبين أن الذكور هم الأكثر امتلاكاً لمهارات التربية الإعلامية من الإناث. كذلك، كان طلبة الكليات العملية أكثر امتلاكاً لمهارات التربية الإعلامية.

بينما جاءت دراسة (Hace Dolanbay , 2022)² حول تعلم مهارات التربية

1- عادل , نهي وآخرون , 2022 « التربية الإعلامية كآلية لتمكين طلاب الجامعات من مواجهه حروب الجيل الخامس وتحقيق الأمن الإنساني» بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الإعلام , عدد 80 يوليو/ سبتمبر -مصر-

http://search.shamaa.org/PDF/Articles/EGEjmr/EjmrNo80P2Y2022/ejmr_2022-n80-p2_1421-1494_authsub.pdf

2- (Dolanbay, H. (2022). The experience of media literacy education of university students and the awareness they have gained: An action research. International Online Journal of Education and Teaching (IOJET), 9(4). 1614-1631.

الإعلامية لدى الطلاب في الجامعات وطبقت الدراسة المنهج الشبة تجريبي من خلال تصميم دورة للتربية الإعلامية (بنظام التعليم الهجين) ومكونة من 8 أسابيع في الفصل الدراسي، وتم تطبيقها على عينة مكونة من 150 طالب جامعي في ثلاثة مدن في ترقية، وتم اختيار العينة بطريقة عمدية على الطلبة الذين لم يدرسوا مقرر التربية الإعلامية وتم قياس فاعلية الدورة التدريبية من خلال أداة المقابلة واستبيان حول الدورة التدريبية، وجاءت النتائج لتوضح أن هناك زيادة في مهارات التربية الإعلامية بعد الدورة والتي كانت ضعيفة لديهم في بداية التطبيق، كان الطلبة في كليات الإعلام هم الأكثر اكتساباً لمهارات التربية الإعلامية من الكليات الأخرى. كما اكتسب الطلبة عددًا من المهارات وهي: تحليل المضمون الإعلامي، والتفكير النقدي للمضمون الإعلامي، والتحقق من مصداقية المضمون الإعلامي، والوعي بالرسائل الضمنية للمحتوى الإعلامي.

وجاءت دراسة (إيمان سيد على 2020)¹ حول اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات، التي هدفت إلى التعرف إلى أهمية التربية الإعلامية في الجامعات، وتعدّ الدراسة من الدراسات الوصفية التي طبقت على عينة من النخب الأكاديمية المصرية في الجامعات، ومكونة من 200 مبحوث مقسمة 81 من الذكور و 118 من الإناث، وطبقت باستخدام إحدى الأدوات الكمية وهي الإستبيان. وجاءت النتائج لتوضح أن: 96% من العينة الخاصة بالنخب الأكاديمية تقوم بتدريس مادة التربية الإعلامية. وفيما يخص مدى تطبيق مفهوم التربية الإعلامية لدى الطلبة، بلغت نسبة النخب التي ترى أنها تطبق على طلبة الجامعات 71,9%. وأكدت النخب أن أفضل الطرق

1- على، إيمان، 2020 «اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طالب الجامعات» بحث منشور في مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، عدد 55، مجلد 6 – مصر-

https://jsb.journals.ekb.eg/article_132554_96303e0f9cca00d313b13628217b9be2.pdf

المستخدمة في شرح مهارات التربية الإعلامية هي ورش العمل بنسبة 87,5%، يليها أسلوب المناقشة والحوار بنسبة 55%. وعن أهم الأسباب التي يرى النخبة أنها ضرورة لنشر ثقافة التربية الإعلامية هي حماية الطلبة من الثقافات الوافدة.

وجاءت دراسة (ريهام سامي، 2019)¹ حول مهارات التربية الإعلامية والرقمية لدى طلاب الجامعات، وهي دراسة كيفية لقياس هذه المهارات لدى الشباب في مصر، ودور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المهارات لديهم؛ وذلك من خلال تطبيق مجموعات النقاش المركزة على 20 طالبًا وطالبة، وجاءت النتائج لترتب أهم المهارات عند الطلبة كالآتي: مهارات الوصول، Access، ومهارات التحليل والتقييم Analyze and evaluate، ومهارات خلق المحتوى Create، ومهارات تطبيق المسؤولية الاجتماعية Reflect، ومهارات المبادرة وخلق منصات رقمية Act.

بينما سَعَتْ دراسة (Botturi, Lucas, 2019)² إلى معرفة تأثير تطبيق نموذج (DML (Digital Media Literacy) على المدرسين، وقياس التأثير على المدى القصير من خلال استبيان قبلي طُبِّق على 18 مدرسًا، ثم استبيان بعدي طُبِّق على 11 مدرسًا، بالإضافة إلى بعض المقابلات المتعمقة؛ وأكدت النتائج اهتمام المعلمين واستجابتهم للمهارات التي قدمها نموذج (DML)، ولكن لم تكن هذه الدورة هي الدورة المثالية من حيث الوقت؛ حيث قدمت معلومات سطحية،

1- ريهام سامي، 2019، «مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الجامعات: دراسة كيفية»، بحث منشور في المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، عدد 26 (مصر).
https://jkom.journals.ekb.eg/article_107468_71fbb969ccacf951da8713124a749763.pdf?lang=en

2- Botturi luca, (2019), " Digital and media literacy in pre-service teacher education A case study from Switzerland.Paper published at ordic Journal of digital literacy, Vol 14 issue 3.(Switzerland)

https://repository.supsi.ch/11378/1/digital_and_media_literacy_in_pre-service_teacher_education.pdf

وكانت تحتاج إلى مزيد من الشرح المتعمق مع التطبيق الفعلي لتلك المهارات الرقمية للمعلمين في المستقبل.

كما جاءت دراسة (أحمد جمال حسن, 2018)¹، الذي يهدف إلى طرح رؤية منهجية مقترحة لتطبيق التربية الإعلامية على طلبة الجامعة المتخصصين، وأثرها على جودة إنتاجهم للرسائل الإعلامية، والكشف عن فاعليتها على الجانب المهاري والأدائي. وقد استخدم المنهج المختلط والمنهج الوصفي المسحي، وتكونت عينة الدراسة من 64 من طلاب الفرقة الرابعة لكلية الإعلام التربوي بجامعة المنيا باستخدام الأداة الشبه تجريبية. وجاءت النتائج لتوضح أن: أهداف التربية الإعلامية غير واضحة وغير محددة بين طلبة الجامعات محل التحليل، وأن هناك فروقاً دالة إحصائية بين متوسطي درجات مجموعة البحث في القياسين القبلي والبعدي للاختبار المعرفي لبنية مهارات التربية الإعلامية لصالح القياس البعدي. كما تبين وجود ضعف في القناعة بمدى ارتباط التربية الإعلامية بعملية الإنتاج للمضامين الإعلامية

ثانياً: التربية الرقمية وتطبيقاتها في الجامعات

جاءت دراسة (عبد الرحمن بسيوني، 2021)² التي هدفت إلى تحديد مهارات التربية الرقمية اللازمة للطلبة المعلمين بكلية التربية جامعة الأزهر، ووضع نموذج مقترح لتلك المهارات، وأجريت الدراسة من خلال تطبيق استبيان على عينة مكونة

1- محمد، احمد. 2018. « رؤية منهجية مقترحة لتطبيق التربية الإعلامية على طلبة الجامعة المتخصصين وأثرها على جودة إنتاجهم للرسائل الإعلامية » رسالة دكتوراه غير منشور، كلية التربية النوعية ، قسم الإعلام التربوي ، جامعة المنيا ، 2018 – مصر –

<http://search.mandumah.com/Record/1033617>

2- عبد الرحمن العطار بسيوني وآخرون (2021)، «نموذج مقترح لمهارات الثقافة الرقمية في ضوء احتياجات الطلاب المعلمين بكلية التربية جامعة الأزهر»، بحث منشور في مجلة التربية جامعة الأزهر، العدد 191، الجزء الثالث (مصر).

https://jsrep.journals.ekb.eg/article_200165_15f3f5679402a692dcac1fa3af1b16e.pdf

من 250 طالبًا، كما تم عرض النموذج المقترح على 19 محكّمًا (خبيرًا)، وتوصلت الدراسة إلى تحديد مهارات التربية الرقمية، وهي كالاتي: المهارات الأساسية (أنا أمتلك)، البحث والوصول الرقمي (أنا أقدر)، البحث والتقييم والتحليل (أنا أفكر)، الإنتاج والمشاركة الرقمية (أنا أستطيع).

وفي هذا السياق، جاءت دراسة (حياة بدر، 2020¹ حول قياس مهارات التربية الرقمية لطلبة كلية الإعلام بالجامعات المصرية ضمن تجربة التعليم من بُعد في ظل أزمة كورونا، وطُبقت على عيّنة عمدية متاحة مكونة من 650 من طلبة الجامعات الخاصة والحكومية باستخدام منهج المسح، وجاءت النتائج لتوضح أن هناك سهولة في تطبيق مهارات التربية الرقمية في الجامعات المصرية، كما أن الجامعات الخاصة أكثر إكسابًا لمهارات التربية الرقمية، ويعد المستوى الاقتصادي من العوامل المتحكّمة في اكتساب مهارات التربية الرقمية.

وجاءت دراسة (مرّوة ياسين، 2020)² حول أثر تعرض الشباب الجامعي لمضمون التربية الرقمية على مستويات التثقيف لديهم، وتعد الدراسة شبه تجريبية من خلال التطبيق على مواقع التواصل الاجتماعي، واعتمدت على الإطارين النظريين التاليين: (Hendrickx Model) حول الشبكات الرقمية، ونموذج (ESHET, 2004) حول التثقيف الرقمي. وجاءت النتائج لتوضح أن تعرض الشباب الجامعي لمضمون التثقيف الرقمي يؤدي إلى زيادة معنوية في مستوى التثقيف الرقمي لديهم هذا التأثير كان أقوى لدى الذكور من الإناث.

1- حياة بدر 2020، «قياس مهارات التربية الرقمية لطلاب كلية الإعلام بالجامعات المصرية ضمن تجربة التعليم عن بُعد في ظل أزمة كورونا»، بحث منشور في مجلة بحوث الإعلام، العدد 73 (مصر).
<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/305/16/2/201859>

2- مرّوة ياسين بسيوني 2020، «أثر تعرض الشباب الجامعي لمضمون التثقيف الرقمي على مستويات التثقيف لديهم: دراسة شبه تجريبية بالتطبيق على مواقع الشبكات الاجتماعية»، بحث منشور في مجلة بحوث العلاقات العامة، الشرق الأوسط، المجلد 8، العدد 30 (مصر)
https://jpr.epra.org.egVol_Issues_Research_ItemDetails?lang=ar&Id=2262

كما توصلت الدراسة إلى أن الشباب الجامعي الذي يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بشكل يومي يتمتع بمستوى أعلى من التثقيف الرقمي.

وطبقت دراسة (Hobbs R, 2018)¹ تدريبًا صيفيًا في الفصل الصيفي في جامعة رود آيلاند الأمريكية، والذي يندرج تحت برامج التدريب والتطوير المهني لأعضاء هيئة التدريس، وتعد تجربة تعليمية احترافية لمدة 42 ساعة حول التربية الرقمية. طبقت الدراسة على عينة من 26 معلمًا من مدرسة إعدادية في الولايات المتحدة الأمريكية، وقُسمت إلى مجموعتين؛ الأولى تلقت البرنامج التدريبي المصمم خصيصًا، والثانية تمثل المجموعة الضابطة، ولم يتم تدريبها. وتوصلت الدراسة إلى أن برنامج التدريب المصمم خصيصًا قد أسفر عن تحسين مهارات التربية الرقمية لدى المعلمين بشكل عام، وأن النجاح في تطبيق البرنامج التدريبي يعتمد على العوامل التالية: وضوح الأهداف والأنشطة التدريبية، التفاعل الفعال بين المدربين والمشاركين، ملاءمة المحتوى التدريبي لاحتياجات المشاركين، دعم المشاركين في تطبيق ما تعلموه في الفصول الدراسية.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت تطبيقات التربية الإعلامية في المدارس

جاءت دراسة (Temelkova & others, 2023)² للإشارة إلى مستوى الوعي لدى المعلمين والطلبة حول الاستخدام السليم لوسائل التواصل الاجتماعي والتربية الإعلامية، وكذلك معالجة ضرورة التغلب على نقص المعرفة بالتربية الإعلامية بين الشباب والسكان على نطاق أوسع. كما يركز على الإشارة إلى المخاطر التي تسببها وسائل التواصل الاجتماعي مع الشباب فاقد مهارات التربية الإعلامية.

1- Hobbs, R.& Coiro, J.2018.Design features of a professional development program in digital literacy. Journal of Adolescent and Adult Literacy.(USA)

<https://ila.onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/jaal.907>

2- Temelkova, Biljana ; Zlatevska, Julijana & Delova, Sashka. (2023). (IMPLEMENTING MEDIA Literacy IN THE CLASSROOM). Kairos Journal of Philosophy & Science 1(1):69

وتوصلت الدراسة إلى أن الطلبة الذين يتعرضون يوميا لكمية هائلة من المعلومات من مجموعة واسعة من المصادر سيصبحون مفكرين نقديين أفضل، مستهلكين أذكىاء يدركون وجهة النظر ويدركون هدف صانع الرسالة الإعلامية. وتوصي الدراسة أن يولي المعلمون مزيدا من الاهتمام لمدى استخدام طلبتهم لوسائل التواصل الاجتماعي وبأي طريقة، وأن يكون هناك اهتماما خاصا لتعليمهم كيفية توخي المزيد من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

«جاءت دراسة (Temelkova & others, 2023); «IMPLEMENTING Media LITERACY IN THE CLASSROOM», Kairos Journal of Philosophy & Science 1(1):69] للإشارة إلى مستوى الوعي لدى المعلمين والطلبة حول الاستخدام السليم لوسائل التواصل الاجتماعي والتربية الإعلامية، وكذلك معالجة ضرورة التغلب على نقص المعرفة بالتربية الإعلامية بين الشباب والسكان على نطاق أوسع. كما تركز الدراسة على المخاطر التي تسببها وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب فاقدى مهارات التربية الإعلامية. وتوصلت الدراسة إلى أن الطلبة الذين يتعرضون يوميا لكمية هائلة من المعلومات من مجموعة واسعة من المصادر سيصبحون مفكرين نقديين أفضل، ومستهلكين أذكىاء يدركون وجهة النظر ويفهمون هدف صانع الرسالة الإعلامية. وتوصي الدراسة أن يولي المعلمون مزيداً من الاهتمام لمدى استخدام طلبتهم لوسائل التواصل الاجتماعي وبأي طريقة، وأن يكون هناك اهتمام خاص بتعليمهم كيفية توخي الحذر في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.»

كما استهدفت دراسة¹ (Smailova & others , 2023) إلى إلقاء الضوء على مفهوم المراهقين لمعنى التربية الإعلامية، وكيف ينظرون إلى الخطاب المعاصر

1- Diana Smailova, Zhanar Sarsekeyeva, Assemgul Kalimova, Marzhan Kenenbaeva, Gulmira Aspanova. (2023). Educational Media International 60:1, pages 48-66.

حول أهمية التربية الإعلامية للمراهقين، والطريقة التي يواجهون بها المبادرات الملموسة للتربية الإعلامية في المدرسة. واستنادًا إلى مقابلات متعمقة مع 31 طالبًا في المدارس الثانوية، تتراوح أعمارهم بين 16 و18 عامًا، وتم التوصل إلى أن الخطاب أو الأسلوب الأكثر تأثيرًا في المراهقين هو خطاب المخاطر عند الحديث عن التربية الإعلامية. وبوضع هذه التصورات في سياقها، أصبح من الواضح أن كلا من الخطاب العام ومبادرات التربية الإعلامية مستمدة إلى حد كبير من المناهج القائمة على الحماية.

وهدفَت دراسة (علاء محمد عبد العاطي، 2021)¹ إلى التعرف إلى دور أخصائي الإعلام التربوي في نشر مفاهيم التربية الإعلامية لدى الطلبة في المدارس، وإبراز معوقات الأداء لدى أخصائي الإعلام التربوي؛ مما يفيد في تعزيز نقاط القوة والضعف، وتحديد رأي الخبراء في مفهوم التربية الإعلامية، وأهدافها، ومهاراتها، وأنشطتها، ومدى تطبيقها في مصر. وقد اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي للتعرف إلى الرؤية المستقبلية للممارسين والأكاديميين في مجال الإعلام التربوي لتفعيل دور أخصائي الإعلام التربوي في تطبيق مفهوم التربية الإعلامية.

تمثل مجتمع الدراسة في الممارسين من أخصائيي الإعلام التربوي، وموجهي الإعلام التربوي بالمدارس الإعدادية الحكومية والخاصة، والأكاديميين، وقد تم سحب عينة قوامها 150 مفردة. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج المهمة، منها ارتفاع نسبة من يؤكدون على أن من أهم أهداف التربية الإعلامية من وجهة نظر أفراد العينة حماية الناشئين والشباب من التأثيرات السلبية

1- عبد العاطي، علاء محمد 2021م (رؤية مستقبلية لتفعيل دور أخصائي الإعلام التربوي في تطبيق التربية الإعلامية لدى طالب المرحلة الإعدادية دراسة ميدانية على الممارسين والأكاديميين)، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، مصر، العدد الثامن والخمسون - الجزء الثاني- ذو القعدة 1442هـ - يوليو 2021 م

لوسائل الإعلام ومضامينها المختلفة بنسبة 83%. أما عن المعوقات التي تواجه أخصائيي الإعلام التربوي في أثناء عملية تطبيق التربية الإعلامية ونشرها، تتمثل في: القصور في فهم التربية الإعلامية من قبل بعض القائمين على المدرسة، والميزانية المخصصة لأنشطة التربية الإعلامية داخل المدرسة بنسبة 79%.

وجاءت دراسة (عبدالله بن فلاح الشهراني وسامي عبدالله الغامدي، 2021م)¹ هادفة إلى التعرف إلى واقع التربية الإعلامية في المدارس الثانوية بمحافظة المخوة، وتحديد معوقات التربية الإعلامية من وجهة نظر المعلمين، واقتراح سبل التغلب على تلك المعوقات، وتعرف مدى وجود فروق دالة إحصائية تعزى لمتغيرات (التخصص والخبرة)، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وطبقت استبانة على عينة مكونة من (313) معلما بالمدارس الثانوية بمحافظة المخوة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن واقع التربية الإعلامية لم يكن بالمستوى المطلوب، نظرا إلى وجود فجوة كبيرة بين ما هو واقع وبين ما هو مأمول، وأن هناك ضرورة حتمية لتطوير واقع التربية الإعلامية، وأن هناك معوقات عديدة مرتبطة بالمعلم، بالطالب، بالأنشطة، بالإدارة المدرسية. وجاءت معوقات التربية الإعلامية في الترتيب الأول من وجهة نظر العينة، مما يؤكد أن واقع التربية الإعلامية يواجه الكثير من المعوقات التي من شأنها التأثير سلبًا، سواء أكانت تلك المعوقات مرتبطة بالإدارة المدرسية أو الأنشطة أو الطالب أو المعلم، حيث يحتل مجال المعوقات المرتبطة بالمعلم الترتيب الأول، ويليه في الترتيب الثاني مجال المعوقات المرتبطة بالطالب (المتعلم)، ويليه في الترتيب الثالث المعوقات المرتبطة بالأنشطة، ثم يأتي في المرتبة الرابعة المعوقات المرتبطة بالإدارة المدرسية، وعدم وجود فرق ذات دلالة إحصائية بين استجابات المعلمين حول واقع التربية الإعلامية في المدارس الثانوية

1- الشهراني، عبدالله بن فلاح بن محمد و الغامدي، سامي عبدالله لاحق 2021 (معوقات التربية الإعلامية في المدارس الثانوية بمحافظة المخوة من وجهة نظر المعلمين وسبل التغلب عليها)، مجلة شباب الباحثين في العلوم التربوية، كلية التربية، جامعة سوهاج، العدد الثامن

بمحافظة المخوأة وفقا لمتغير التخصص والخبرة، للأداة ككل.

كما هدفت دراسة (ماهر أحمد حسن، 2021م)¹ إلى وضع تصور مقترح لتفعيل التربية الإعلامية في مدارس التعليم العام في ضوء خبرات وتجارب بعض الدول المتقدمة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وطبقت استبانة على عينة عشوائية طبقية عددها (641) من المعلمين والمعلمات في المدارس الابتدائية والمتوسطة والثانوية بمدينتي الدمام والخبر، وتوصلت الدراسة إلى: أن التربية الإعلامية تتحقق في مدارس التعليم العام بدرجة متوسطة. وأن هناك متطلبات إدارية وتنظيمية وبشرية ومادية يجب توافرها في المدارس لتفعيل التربية الإعلامية. وتوجد فروق دالة إحصائية بين المعلمين والمعلمات في محوري واقع التربية الإعلامية، ومتطلبات تفعيلها في مدارس التعليم العام لصالح المعلمين. ولا توجد أي فروق دالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة في محوري واقع التربية الإعلامية، ومتطلبات تفعيلها في مدارس التعليم العام ترجع إلى متغيري المرحلة التعليمية، وعدد سنوات الخبرة.

وهدف دراسة (Erol, Huseyein, 2021)² إلى تحديد مدى احتواء المناهج في عام 2018 على مهارات التربية الإعلامية والرقمية؛ وذلك باستخدام المنهج الكمي من خلال تحليل الوثائق لمقررات الدراسات الاجتماعية للصفوف: الرابع والخامس والسادس والسابع. واعتمدت الدراسة على نموذج تصنيف المهارات للقرن الحادي والعشرين، الذي تضمّن التربية والرقمية كأحدى المهارات الأساسية. وأكدت النتائج أن المقررات تتضمن مهارات تعلم أقلّ حول التربية

1- حسن، ماهر أحمد 2021م (تفعيل التربية الإعلامية في مدارس التعليم العام بالمنطقة الشرقية في ضوء خبرات وتجارب بعض الدول المتقدمة)، مجلة العلوم التربوية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، العدد الثامن والعشرين

2- Hüseyin Erol, (2021), " A Review of Social Studies Course Books Regarding Digital Literacy and Media Literacy " paper published at International Journal of Higher Education, vol 10, no 5 (USA). URL: <https://doi.org/10.5430/ijhe.v10n5p101>

الرقمية، ولكن وُجد أن هناك تدريبًا اختياريًا حول التربية الرقمية.

كما استكشفت دراسة¹ (Zhang & others, 2020) فوائد وأهمية تعليم التربية الإعلامية (MLE) في التعليم المدرسي. وأكدت الدراسة أن التربية الإعلامية تمتلك إمكانات كبيرة، وقد شهد تطبيقها في التعليم اهتمامًا بحثيًا واسعًا مؤخرًا. ومع ذلك، يوجد حاليًا القليل من العمل البحثي المنهجي حول كيفية تطبيق الباحثين أسس تعليم التربية الإعلامية (MLE) لأغراض التعليم التي تأخذ في الحسبان دمج التربية الإعلامية والمناهج الدراسية. ولتحقيق هذا الهدف، استهدفت الدراسة مراجعة الأدبيات على مدار ثلاث سنوات بشكل منهجي وتم التوصل إلى 222 مقالة، تم النظر في عينة فقط من 98 منها. أُجري تحليل سردي للدراسات ذات الصلة المتعلقة بدمج تعليم التربية الإعلامية (MLE) في المناهج الدراسية بناءً على الدول الأوروبية والدول غير الأوروبية. وخلصت الدراسة إلى وجود ثلاثة أبعاد رئيسية لأهداف تعليم التربية الإعلامية MLE هي: معرفة وسائل الإعلام، وإنشاء منتج إعلامي، وتطوير فهم وسائل الإعلام.

كما كشفت نتائج الدراسة عن وجود اختلافات في مرحلة دمج تعليم التربية الإعلامية MLE في مجال التعليم المدرسي، وذلك على مستوى تعدد المناهج الدراسية واختلاف طرق المعالجة وتطبيق أسس تعلم التربية الإعلامية بطريقة خاصة بحسب البلدان المختلفة.

وفيما يتعلق بعلاقة التربية الإعلامية بتقليل ظاهرة التنمر الإلكتروني، تناولت دراسة² (Kurniasih & others, 2020) صياغة دور التربية الإعلامية لدى الأطفال

1- Lei Zhang, Hui Zhang & Kai Wang. (2020). Media Literacy Education and Curriculum Integration: A Literature Review. International Journal of Contemporary Education Vol. 3, No. 1; April 2020. URL: <https://doi.org/10.11114/ijce.v3i1.4769>

2- Nuning Kurniasih, Engkus Kuswarno, Andri Yanto & Dadang Sugiana (2020). Media Literacy to Overcome Cyberbullying: Case Study in an Elementary School in Bandung Indonesia. Library Philosophy and Practice 2020:3564

في المدارس الابتدائية، وكيفية فهم الطلبة لمفهوم التنمر الإلكتروني، بالإضافة إلى جهود الطلبة والمدارس في التغلب على هذه الظاهرة لدى طلبة المدارس الابتدائية. واعتمدت الدراسة على طريقة بحث نوعي باستخدام نهج دراسة الحالة، وتركزت عينة الدراسة على طلبة الصف الخامس والمعلمين من مدرسة ابتدائية خاصة في باندونغ إندونيسيا.

وأظهرت نتائج الدراسة أن جميع أفراد عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت سواء عبر أجهزة الكمبيوتر أو الهواتف المحمولة في منازلهم، مما يشير إلى أهمية بدء التربية الإعلامية للتغلب على التسلسل عبر الإنترنت في المنزل. كما خلصت الدراسة إلى أن المدارس، وأولياء الأمور، والطلبة، واللوائح القانونية، والظروف البيئية تشكل عوامل رئيسية في تقليل التنمر الإلكتروني بين الأطفال.

وفيما يخص توظيف مهارات التربية الإعلامية سن المدرسة في إندونيسيا، تناولت دراسة (Zhong, 2020)¹ قضية انجذاب العديد من الطلبة إلى مواقع الشبكات الاجتماعية في السنوات الأخيرة. وقد أدى هذا الاتجاه إلى تزايد التقارير عن التسلسل عبر الإنترنت والتهديدات السيبرانية المحتملة. اعتمدت الدراسة على مجموعات النقاش المركزة كأداة لجمع البيانات، حيث شملت مجموعة من الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 9-12 سنة في مدرسة دولية في جاكرتا. كما تم استخدام أساليب التحليل الموضوعي، والملاحظات، ومراجعات الوثائق كأدوات مساعدة. وتمثل هدف الدراسة في البحث عن الآثار المترتبة على المدارس لوضع سياسات تعزز بيئة مدرسية بناءة وآمنة من خلال التربية الإعلامية ووسائل التواصل الاجتماعي. وخلصت الدراسة إلى أن المدارس بحاجة إلى دليل إرشادي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الطلبة. قد يكون المبدأ التوجيهي بمثابة التربية الإعلامية في وسائل التواصل الاجتماعي، ليتم تنفيذه

1- Meliana Zhong. 2020 (AN IMPLICATION STUDY OF SOCIAL MEDIA LITERACY AT SCHOOL). WACANA Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi 19(1):1

جنباً إلى جنب مع التربية الرقمية التي يتم تدريسها في المدارس.

في حين استكشف (حنان ممدوح العنزي، 2020م)¹ واقع التربية الإعلامية في مدارس التعليم الثانوي في مدينة الرياض، من وجهة نظر المعلمات. ولتحقيق أهداف البحث تم اتباع المنهج الوصفي، واستخدام الاستبانة كأداة للبحث. وقد وزعت على عينة عشوائية مكونة من 30 معلمة من معلمات المرحلة الثانوية في مدارس تحفيظ القرآن في مدينة الرياض للعام الدراسي 1440-1441هـ. وقد أظهرت نتائج البحث حصول واقع التربية الإعلامية في مدارس التعليم الثانوي في مدينة الرياض على متوسط كلي (2.77 من 3)، بدرجة (كبيرة)، وعلى مستوى المجالات، حصل مجال أهمية تدريس التربية الإعلامية على أعلى متوسط كلي بلغ (2.85)، يليه مجال معوقات تطبيق التربية الإعلامية بمتوسط 2.78، وأخيراً مجال مفهوم التربية الإعلامية بمتوسط (2.67)؛ وجميعها بدرجة (كبيرة)، واستناداً إلى النتائج، تم تقديم التوصيات والمقترحات لإزالة المعوقات، والتوعية بأهمية تدريس التربية الإعلامية، والتعريف بها وبفوائدها في مدينة الرياض وعموم المملكة.

كما استهدفت دراسة (عايدة محمد المر، 2020م)² التعرف إلى رؤية أساليب تطبيق التربية الإعلامية في مدارس التعليم العام من منظور أخصائي الإعلام التربوي، وذلك بالتطبيق على عينة عشوائية قوامها 300 مفردة من طلبة الفرقة الرابعة في كليات التربية النوعية، جامعتي عين شمس والمنصورة. كذلك تم التطبيق على عينة من المتخصصين في مجال الإعلام التربوي من أخصائي الإعلام

1- العنزي، حنان ممدوح (2020 م) واقع التربية الإعلامية في مدارس التعليم الثانوي لتحفيظ القرآن الكريم في مدينة الرياض، (مجلة العلوم التربوية والنفسية، المركز القومي للبحوث غزة، فلسطين، مجلد 4، العدد 33

2- المر، عايدة محمد عوض (2020 م) (أساليب تطبيق التربية الإعلامية في مدارس التعليم العام من منظور أخصائي الإعلام التربوي)، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد 28، سبتمبر 2020

<http://search.mandumah.com/Record/1093467>

التربوي في مدارس التعليم العام، ومجموعة من موجهي الصحافة المدرسية في الإدارات التعليمية بمحافظة القاهرة والدقهلية، وذلك باستخدام استمارتي استبيان. وكانت النتائج كما يأتي: ان هناك اتفاقاً حول الحاجة الماسة لوجود التربية الإعلامية وضرورة تفعيل دور المدرسة في تحقيق تربية إعلامية للطلبة؛ بهدف تنمية قدرتهم على التفكير الناقد والبحث والاستقصاء، والتصدي للغزو الثقافي الإعلامي.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه ليس هناك إجماع بين المختصين بالإعلام التربوي في المدارس على تعريف موحد للتربية الإعلامية، وأن عدم استقرارهم يعود إلى اختلاف الهدف الذي يريد تحقيقه من خلال تطبيق تلك المفاهيم في التدريس. وجاءت مقترحات عينة الدراسة بشأن تطبيق التربية الإعلامية في مدارس العام، حيث ترى العينة أن من أهم سبل تطبيق التربية الإعلامية في المدارس ضرورة الاهتمام بالدور التربوي لوسائل الإعلام، والتركيز على الإيجابيات والتحذير من السلبيات. حيث ترى عينة الدراسة أن وسائل الإعلام لابد أن تركز على النماذج المشرفة والقنوات الحسنة في عرض مضامينها، وعدم التركيز على السلبيات التي من شأنها الإضرار بالمجتمع.

وبخصوص توظيف الوسائل الإعلامية المختلفة لتنمية مهارات التربية الإعلامية جاءت دراسة (وفاء السيد خضر، 2018)¹ التعرف إلى فعالية برنامج مقترح باستخدام الصحف والمجلات في تنمية مهارات التربية الإعلامية لدى طلبة المدارس في مصر. عرضت الدراسة إطاراً مفاهيمياً تضمن أهم المصطلحات، فعالية، البرنامج التدريبي المقترح، طلبة المدارس، الصحف والمجلات، أنشطة الإعلام التربوي، مهارات التربية الإعلامية مهارات الاتصال الفعال، مهارات

1- خضر، وفاء السيد 2018 (فعالية برنامج مقترح باستخدام الصحف والمجلات في تنمية مهارات التربية الإعلامية لدى طلاب المدارس في مصر: دراسة شبه تجريبية على عينة من طلاب المرحلة الإعدادية)، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة - كلية الإعلام - قسم الصحافة، العدد الثالث عشر

اختيار المحتوى الإعلامي، مهارة تحليل الرسائل الإعلامية وتفسيرها، تقييم نقد الرسائل الإعلامية، المشاركة الفعالة مع وسائل الإعلام، مهارة إنتاج رسائل مضامين إعلامية، استخدام التفكير الناقد مع محتوى وسائل الإعلام.

اعتمدت الدراسة على المنهج شبه التجريبي، ومنهج المسح، والمقارن. جاءت العينة من طلبة المرحلة الإعدادية بمدينة طنطا، محافظة الغربية من الذكور والإناث، وعددهم (80) طالبًا وطالبة. وتم تقسيم العينة إلى (40) من مدرسة المودرن أكاديمي، (40) مفردة من مدرسة الجلاء الحكومية المتميزة للغات. تمثلت الأدوات في مقياس التربية الإعلامية، برنامج تدريبي مقترح باستخدام الصحف والمجلات، اختبار تطبيقي لمهارات التربية الإعلامية. وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات طلبة المجموعة التجريبية قبل وبعد، وأكدت التوصيات على الاهتمام بالجانب المهاري والابتكاري لدى الطلبة في جميع مراحل التعليم.

كما جاءت دراسة (McDougall & Zezulcova, 2018)¹ مستهدفة واضعي السياسات والممارسين والباحثين في مجالات التعليم المدرسي والإعلام والتربية الرقمية، كما تم في هذه الدراسة استعراض البحوث الأوروبية والدولية ذات الصلة لفهم أفضل لكيفية التدريس وكيف يمكن لممارسات التعلم أن تدعم التربية الإعلامية لدى الطلاب في التعليم الابتدائي والثانوي. كما أن الدراسة تهدف إلى فهم كيف يمكن لتعليم التربية الإعلامية في المدارس أن يساعد في مواجهة التحديات ذات الصلة بانتشار المعلومات المضللة و«الأخبار المزيفة». وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج الهامة، على رأسها أن الكفاءات الرئيسة لدعم التربية الإعلامية في التعليم يغطي المجالات التالية:

1- J. McDougall, M. Zezulcova. (2018). (Teaching media literacy in Europe: evidence of effective school practices in primary and secondary education, NESET II report).

أولاً: الوصول: القدرة على العثور على الوسائط واستخدامها بمهارة ومشاركة مناسبة مع الآخرين (بما في ذلك تصفح البيانات والبحث عنها وتصنيفها وإدارتها، المعلومات والمحتوى الرقمي).

ثانياً: التحليل والتقييم: القدرة على فهم الرسائل واستخدام التفكير النقدي وفهم تحليل جودتها وصحتها ومصداقيتها ووجهة نظرها، مع مراعاة آثارها أو عواقبها المحتملة.

ثالثاً: الإبداع: القدرة على إنشاء محتوى إعلامي والتعبير عن الذات بثقة من خلال الوعي بالغرض والجمهور.

رابعاً: التفكير: القدرة على تطبيق المسؤولية الاجتماعية والمبادئ الأخلاقية على الفرد، دعم الهوية والتواصل والسلوك، لتطوير الوعي وإدارة وسائل الإعلام.

بينما استعرضت دراسة (سحر أم الرتم، 2017م)¹ موضوع التربية الإعلامية ومدى أهميتها في الأنشطة المدرسية الموازية، ودور المدارس القرآنية في تكريس التربية الإعلامية على وجه التحديد، تم اختيار العينة العرضية أو عينة الصدفة التي لا يمكن تقدير مدى تمثيلها للمجتمع الأصلي، حيث يتم اختيار المفردات بالصدفة. أما بالنسبة إلى حجم العينة، فقد تم توزيع الاستمارة على 20 مفردة يتشكل منهم الأساتذة الذين يتكلفون برعاية الأطفال وفق منهج معين. وتم التوصل في نتائج الدراسة الميدانية إلى غياب الوعي الكافي لدى أساتذة المدارس القرآنية بمفهوم التربية الإعلامية، حيث تخضع تربية الطفل إعلامياً لمبادرات المعلم الفردية أكثر من كونها عملية مؤسسة تدخل ضمن أهداف المشروع البيداغوجي. كما توصلت الدراسة إلى أن غالبية الأساتذة يقومون بفتح

1- أم الرتم، سحر (2017م) (إدماج التربية الإعلامية في الأنشطة المدرسية الموازية: دراسة استطلاعية علي عينة من المدارس القرآنية بمدينة العلمة)، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المركز الجامعي أحمد زبانة غليزان - مخبر الدراسات الاجتماعية والنفسية والانثروبولوجية، الجزائر، العدد التاسع
<http://search.mandumah.com/Record/988706>

قنوات تواصل ونقاش مع التلاميذ حول المضامين الإعلامية، ويمكن تفسير ذلك بحرص الأستاذ على توجيه وتوعية التلميذ بإيجابيات وسلبيات المضامين الإعلامية. ويُفسر ذلك بأن التربية الإعلامية تخضع لمبادرات المعلم الفردية ورغبته في توجيه وتوعية التلاميذ إعلامياً، أكثر من كونها عملية تدخل ضمن البرنامج البيداغوجي المدرج في المناهج الدراسية.

كما جاءت دراسة (حسن محمد خليل، 2015)¹ التي استهدفت تحديد قائمة بمهارات التربية الإعلامية اللازمة للطلبة، وبناء مقياس لتعرف درجة ممارسة الطلبة لهذه المهارات، وتطبيق المقياس من خلال المقابلات على عينة الدراسة، والتوصل لتصور بأهم المقترحات لتفعيل ممارسة الطلبة لمهارات التربية الإعلامية التي تمكنهم من تعزيز التأثيرات الإيجابية ومواجهة التأثيرات السلبية لتعدد مصادرهم في الحصول على الثقافة الإعلامية. اعتمدت الدراسة على منهج المسح. وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها 400 مفردة من طلاب المدارس الثانوية بالتعليم العام السعودي. من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة التوصل لقائمة بمهارات التربية الإعلامية، قوامها 31 مهارة، شملت مهارات أساسية في التربية الإعلامية، ومهارات مكملية، تحددت في مهارات: الثقافة الإعلامية، والثقافة البصرية، والثقافة الإخبارية، والثقافة المعلوماتية، والثقافة الرقمية، ومهارات وسائل الإعلام الاجتماعية، جاءت درجة ممارسة الطلاب لمهارات التربية الإعلامية الأساسية والمكملية متوسطة، مما يعني أن الطلاب في حاجة إلى المزيد من التعليم والتنمية في القدرات، بالإضافة إلى التدريب على ممارسة مهارات التربية الإعلامية الأساسية والمكملية.

1- خليل، حسن محمد 2015م (تقويم واقع ممارسه الطلاب لمهارات التربية الإعلامية في ضوء تعدد مصادرهم للثقافة الإعلامية وتأثيراتها: دراسة مسحية على عينة من طلاب المدارس الثانوية بالتعليم العام السعودي)، مجلة دراسات الطفولة، جامعة عين شمس - كلية الدراسات العليا للطفولة، مصر، مجلد 18، العدد 66

المحور الثالث: دور مؤسسات المجتمع المدني في نشر ثقافة التربية الاعلامية

دراسة محمود أحمد لطفي (2023)¹ توظيف الجمعيات الأهلية ومؤسسات المجتمع المدني لوسائل الإعلام في تحقيق أهداف التنمية المستدامة للدولة المصرية؛ هدفت هذه الدراسة إلى رصد رؤية قيادات جمعيات تنمية المجتمع المحلي بشأن كيفية زيادة فاعلية دور الجمعيات الأهلية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة التي تتوافق مع برامج التربية الإعلامية. اعتمدت الدراسة على منهج المسح واستعانت بأداة المقابلة مع عينة من قيادات الجمعيات الأهلية ومؤسسات المجتمع المدني، مثل (جمعية الباقيات الصالحات، ومصر الخير، وصناع الحياة، وصناع الخير، ومؤسسة سقيا الماء) إلى جانب تحليل الوثائق والإحصاءات وعدد من الوثائق والبرامج وأدلة العمل بالجمعيات الأهلية الخاصة. توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: كشفت نتائج المقابلة مع المبحوثين عن تنوع رؤى المبحوثين حول المجالات التي تسهم فيها الجمعيات الأهلية لتحقيق التنمية المستدامة، حيث جاء في مقدمتها مكافحة الفقر، ثم مجال التعليم، ثم المجال الصحي.

دراسة Igor Kanižaj (2017)² التي هدفت إلى رصد وتحليل نتائج مشروعين بحثيين أوروبيين قاما بتحليل دور منظمات المجتمع المدني بشكل مفصل في السياق الأوروبي. يعد مشروع البحث العلمي ANR TRANSLIT أحد المشاريع

1- محمود احمد لطفي 2023، توظيف الجمعيات الأهلية ومؤسسات المجتمع المدني لوسائل الإعلام في تحقيق أهداف التنمية المستدامة للدولة المصرية، مجلة بحوث الإعلام وبحوث الاتصال، بحث منشور، مجلة بحوث الإعلام وعلوم الاتصال الصادرة عن معهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال، المجلد رقم (17)، العدد (17) يناير 2023.

2- Igor Kanizaj (2017). The role of civil society organisations in promoting media literacy, transliteracy and media and information literacy in EU. *Revista*. 2017, 19(2), 69-80. Retrieved from: [https://www.researchgate.net/publication/326668585_The_role_of_civil_society_organisations_in_promoting_media_literacy_transliteracy_and_media_and_information_literacy_in_EU]

التي تحلل دور منظمات المجتمع المدني في محو الأمية الإعلامية والمعلوماتية. أما المشروع الثاني، فيتمثل في رسم خرائط لممارسات وأنشطة محو الأمية الإعلامية في الاتحاد الأوروبي (المرصد الأوروبي، مجلس أوروبا). وقد ضم كلا المشروعين أكثر من 100 عالم وخبير أوروبي، حيث تم تحليل نطاق أنشطة منظمات المجتمع المدني، المعترف بها كأصحاب مصلحة رئيسيين في هذا المجال.

وقد أعد المرصد التقرير لصالح المفوضية الأوروبية من أجل تحديد «أهم مشاريع محو الأمية الإعلامية ذات التغطية الوطنية والإقليمية التي تم تنفيذها منذ يناير 2010». وكان الخبراء الوطنيون مسؤولين عن إعداد التقارير الوطنية، وتم جمع الردود في الفترة ما بين مايو وسبتمبر 2016. كما تم تقديم خمس فئات رئيسية من مهارات التعلم الآلي للمشاركين، وطلب منهم تحديد المهارات التي تناولتها أهم 20 مشروعًا للتعلم الآلي في بلادهم منذ عام 2010: الإبداع، والتفكير النقدي، والحوار بين الثقافات، واستخدام وسائل الإعلام، والمشاركة والتفاعل» عندما نقارن هذه النتائج، على سبيل المثال، بأنشطة جمعيات الصحفيين في تعزيز محو الأمية الإعلامية بأنشطة المجتمع المدني، نرى أن جمعيات الصحفيين ذات التقاليد والبنية التنظيمية الأكبر، وعدد الأعضاء والنفوذ الأكبر بشكل لا يقارن، لم تحقق أداءً جيدًا في أنشطة وبرامج محو الأمية الإعلامية في جميع أنحاء أوروبا. أي أنه في 15 حالة فقط من أصل 939 حالة تم تحديد جمعيات الصحفيين كأصحاب مصلحة في محو الأمية الإعلامية. إن مشروع رسم الخرائط هذا مهم لسبب آخر: فهو يُظهر أن 15/145 مشروعًا فقط تشير إلى المستوى الأوروبي، وأن العدد الأكبر من المشاريع يركز على المستوى الوطني. ويمكن اعتبار هذا أحد الفرص الضائعة العديدة، وتحديًا أكثر تعقيدًا حيث لا تمتلك مبادرات المجتمع المدني الشعبية القدرة على رفع الوعي على المستوى الدولي. ومن دون التعاون المشترك مع السلطات العامة/ الحكومية/ التنظيمية، ومن دون

خطة استراتيجية أوسع نطاقًا، لن يكون هذا ممكنًا. في أغلب الحالات، يتعلق الأمر بسياساتهم ودوافعهم ومسؤوليتهم الاجتماعية. وتوصلت الدراسة إلى أن السنوات الثلاثين الماضية تطور ثلاثة نماذج مختلفة، ولكنها متداخلة إلى حد ما: محو الأمية الإعلامية والمعلوماتية والترجمة.

دراسة (بسنت عطية، إيهاب حمدي) 2021 استهدفت هذه الدراسة تقييم نتائج أحد مشروعات التربية الإعلامية التابعة لمؤسسة Cairo Interviews وهي إحدى منظمات غير الحكومية الدولية وتخضع لرقابة وزارة التضامن الاجتماعي والخارجية المصرية وتقوم بمهام عديدة منها تزويد الجمهور بالأخبار والمعلومات وضمان تبادل المعلومات في جميع أنحاء العالم، من خلال منحة من الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية في مصر، نفذت شبكة إنترنيوز مشروعًا مدته 18 شهر بعنوان «الشباب والإعلام من أجل المشاركة المجتمعية»، بدأ المشروع في مايو 2008 ولكن تم تمديده لمدة 15 شهرًا بدءًا من نوفمبر 2010 إلى يناير 2012. كان الهدف العام للمشروع هو تعزيز محو الأمية الإعلامية في مصر من أجل بناء قدرات شباب الإعلاميين، وركزت أهداف المشروع على ثلاثة أهداف، وهي: تعزيز فهم ممارسات المواطنة والمشاركة في الجامعات المصرية، وتعزيز بناء القدرات لدى طالب الجامعات المستهدفة، تعزيز الممارسات الديمقراطية داخل هذه الجامعات، معالجة القضايا المجتمعية البارزة الرئيسة عبر وسائل الإعلام. وسعت الدراسة إلى تقديم توصيات متعددة لتحسين جودة البرنامج 2 Partner عن طريق استخدامها المنهج شبه التجريبي، تم تصميم تجربة عشوائية مكونة من مجموعتين من الطلبة لتقييم المعرفة بالمشاركة المدنية، وذلك باختيار طالب من جامعة الإسكندرية من الطلبة المشاركين في البرنامج، وطالب آخر لم يشارك في البرنامج. وتم اختيار الطلبة باستخدام الأسلوب العشوائي وبلغ عدد العينة 100 طالب خلال الفترة من يونيو- يوليو لمدة شهرين، وتم استخدام استبيان

إلكتروني لجمع البيانات.

وأظهرت نتائج هذا الاستبيان أن المشاركين وغير المشاركين لديهم عدم ثقة كبير تجاه أعضاء الحكومة الرسميين، ويثقون بهم في حل مشاكل الإسكندرية. وتوصلت الدراسة إلى نتائج من شأنها التأكيد على فعالية برامج المجتمع المدني المتمثلة في برنامج، 2 partner حيث أكدت النتائج أنّ هذا البرنامج كان وسيلة فعالة في تعزيز مشاركة المواطنين من الشباب كوكلاء التغيير الاجتماعي، وسجلت مؤشرات طويلة الأجل تعزز من الاستثمار الحقيقي في بناء قدرات شباب الجامعات، وأداء التعليم العالي وجودته في مصر معرضان للخطر حالياً بسبب النظام المركزي المفرط لتحسين النظام القديم بالفعل والمنهج الدراسية الجامدة وممارسات التدريس. وترغب منظمة إنترنيوز مصر في التفكير في بدء حملة لتشجيع المشاركين الحاليين على إخبار المزيد من أصدقائهم عن البرنامج من خلال استخدام موقع التواصل الاجتماعي والفيس بوك.¹

المحور الرابع: الدراسات التي تناولت واقع تطبيقات التربية الإعلامية في العصر الرقمي

تعد دراسة (فخر الدين، أريج، 2022)² من البحوث الاستشرافية التي اعتمدت على استقراء الواقع من خلال رصد مفهوم التربية الإعلامية الرقمية وأهميتها ومدى تطبيق برامجها في المجتمع المصري، بالإضافة إلى أهم التحديات التي تواجهها، ثم رسم رؤية مستقبلية لدورها في الاستخدام الآمن لوسائل الإعلام في عصر التحول الرقمي. واقتادت الدراسة على المنهج الكيفي عبر توظيف أداة مجموعة النقاش المركزة مع 28 خبيراً. وأكدت الدراسة على أهميتها نظراً إلى

-1 Bassant Atia & Ehab Hamdy (2021). Media literacy and Civic Engagement among University Students. Egyptian journal of Mass Communication research. V.2021,3 (4),77. PP: (1:32). Retrieved from [https://ejsc.journals.ekb.eg/article_226199.html]

-2 فخر الدين، أريج محمد، (2022)، دور التربية الإعلامية في الاستخدام الآمن للإعلام الرقمي: رؤية مستقبلية المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع249، 293.

التطورات التقنية المتلاحقة وغياب القواعد الرقابية في المشهد الإعلامي الرقمي. وأوضحت النتائج عدم وجود برامج تربية إعلامية رقمية بمناهج مستقلة محددة، وتتمثل أهم التحديات التي تواجهها في عدم وجود مفهوم محدد لها متفق عليه، وضعف البنية التحتية الرقمية وثقافة المجتمع المصري نفسه، بالإضافة إلى كيفية تقبله لها وضعف التمويل. كما أشارت النتائج إلى الدور المحدود الذي تقوم به وسائل الإعلام التقليدية في نشر معاييرها.

وتهدف دراسة (Yuek Li , Ker. et.als,2020)¹ إلى إلقاء الضوء على مفهوم التربية الإعلامية الرقمية من منظور أدبيات البحث العلمي، إذ يقوم مفهومها على خمس نقاط متعلقة بالكفاءة، وهي: كفاءة الوصول، التحليل والتقييم، الإنتاج، ورد الفعل والفعل. تهدف الدراسة إلى تقديم مادة إرشادية للدارسين لتحديد القضايا المتعلقة بالتربية الإعلامية الرقمية ومفهوم الكفاءة بين الطلبة الماليزيين من مستخدمي الإنترنت.

واعتمدت الدراسة على نظرية التربية الإعلامية كإطار نظري لها، حيث تم تحليل الدراسات السابقة التي أجريت حول هذا الموضوع، وشملت دراسات (Ferrari, et al. 2012; Goodwill, 2014; Buckingham, 2015; Potter, 2016; Gretter & Yadav, 2016) وكشف تحليل تلك الدراسة إلى أن هناك تغيرًا كبيرًا في بيئة وسائل الإعلام الرقمية، وأن الطلبة الجامعيين الماليزيين أصبح لهم سلوكيات مختلفة ونماذج تفضيل مختلفة لوسائل الإعلام الرقمية مقارنة بالأجيال السابقة. وعلى الرغم من تنوع الإطار الذي تناولته تلك الدراسات بخصوص التربية الإعلامية الرقمية، إلا أنها لم تحدد بوضوح كفاءة وسائل الإعلام الرقمية.

3- Yuek , Li Ker . et.als (2020), Understanding Digital Media Literacy in a Digital Age: A Review of Current Frameworks. April, p. 1010-1015 in: International Journal of Psychosocial Rehabilitation, 24(5)

وبتحليل نتائج تلك الدراسات، اتضح أن هناك عدم مساواة بين الأجيال فيما يتعلق بمفهوم الكفاءة وإدراك التربية الإعلامية الرقمية. كما تنوعت الدراسات في منظور التربية الرقمية التي تم مناقشتها ما بين التفكير بكفاءة على المستوى الثقافي والاجتماعي والإعلامي والرقمي. وعكست تلك الدراسة أن الكفاءة لم تعد المؤشر الوحيد لكون الفرد لديه تربية إعلامية أم لا، بل أصبحت المقياس الذي يجب إلقاء الضوء عليه عند الحديث عن تطور التكنولوجيا.

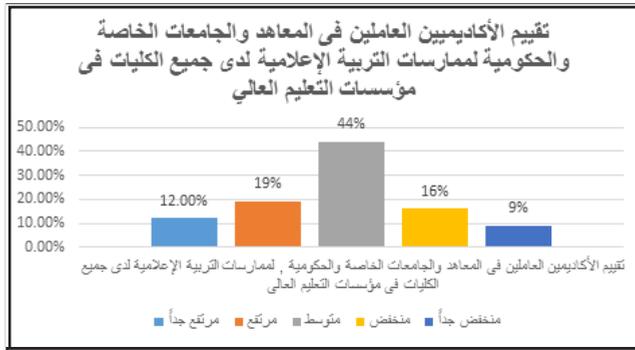
واهتمت (يسري، هالة السيد، 2019)¹ بالتعرف إلى مدى إسهام مهارات التربية الإعلامية في تكوين مفهوم المواطنة الصالحة وتعزيزها لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي «الفيديو»، حيث تم إجراء الدراسة الميدانية على عينة يبلغ قوامها 250 مفردة من مستخدمي الفيديو، وقد أسفرت عن العديد من النتائج، منها: أن المستخدمين يمتلكون مهارات التربية الإعلامية الثلاث، وهي مهارة التحليل، ومهارة البحث، ومهارة التأثير. كما تبين أن معظم مستخدمي الفيديو في عينة الدراسة على دراية بمفهوم المواطنة الرقمية وكيفية أن يكونوا مواطنين صالحين على موقع التواصل الاجتماعي، سواء من خلال المنشورات أو التعليقات والمشاركات، وذلك طبقاً للمبادئ والقيم الأخلاقية التي تحث على ذلك. كما أن مهارات التربية الإعلامية تسهم بشكل كبير في تعزيز مفهوم المواطنة الرقمية لدى عينة الدراسة، حيث أصبح المستخدمون قادرين على فهم الرسائل الإعلامية المقدمة إليهم، بل يمكنهم إنتاج رسائل مماثلة بطرق مختلفة. من جهة أخرى، أظهرت دراسة مجموعة النقاش المركزة التي أجريت على عينة مكونة من 10 أفراد من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، أن معظم مستخدمي الفيديو لا يطبقون مهارات التربية الإعلامية إلا في وقت متأخر، كما أنهم لم

1- يسري، هالة السيد، (2019). تقييم ممارسات مستخدمي «الفيديو» للتربية الإعلامية إزاء مضامين الإعلام الرقمي، وأثرها على تجسيد مفهوم المواطنة، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية،، ع24،، 212-234.

يلتزموا بالممارسات الأخلاقية والقيمية في تعليقاتهم على الأحداث.

وتهدف دراسة (Supratman, Lucy Pujasari & Wahyudin, Aep, 2017)¹ إلى خلق الوعي باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الطلبة الجامعيين بذكاء. وقد تم توظيف نموذج التعلم الجمعي للتربية الرقمية، مع استخدام المنهجي الكيفي ومنهج دراسة الحالة الوصفي. أُجريت الدراسة على عينة عمدية مكوّنة من 160 مشاركاً، وأظهرت النتائج أن 81 طالباً من أصل 160 لديهم أكثر من خمسة حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي. كما أظهر المبحوثون تقييماً نقدياً في أثناء تصفحهم للإنترنت، حيث عبروا عن تفكيرهم ملياً قبل النشر أو التعليق على صورة أو فيديو أو حالة منشورة. وكان نموذج التعلم الجمعي للتربية الرقمية أداة إرشادية ناجحة للطلبة، حيث وجهتهم ليصبحوا جيلاً رقمياً ذكياً. وفقاً لهذا النموذج، يصبح الطلبة قادرين على التعبير عن نقاشاتهم من دون خوف من النقد، أو الإساءة أو التنمر عليهم، إذ يكتسبون حرية الحوار والتعبير عن أنفسهم.

نوع الدراسة ومنهجها



1- Supratman, Aep , & Lucy Pujasari, Wahyudin (2017) Digital Media Literacy to Higher Students in Indonesia, International Journal of English Literature and Social Sciences (IJELS) Vol-2, Issue-5.

تنتهي هذه الدراسة الى البحوث الوصفية التي تهدف إلى رصد مدى نشر ثقافة التربية الإعلامية من خلال المدارس والجامعات، ومدى إسهام مؤسسات المجتمع المدني في تحقيق التكامل مع جهود المؤسسات التعليمية. وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح لعينة من المدارس والجامعات المصرية بمختلف أنواعها وأشكالها، بالإضافة إلى رصد تجارب مؤسسات المجتمع المدني في نشر ثقافة التربية والإعلامية عبر الأنشطة والفعاليات المختلفة. في هذا السياق، تم الاعتماد على إجراء التحليل الكمي و الكيفي معًا، حيث يتم الرصد الكمي لتجارب عينة من المدارس والجامعات المصرية، بينما يتناول التحليل الكيفي الأنشطة والفعاليات والحملات التي نظمتها مؤسسات المجتمع المدني ومدى تفاعل الجمهور المستهدف معها.

أدوات جمع البيانات

الاستبيان الإلكتروني: حيث تم تصميم صحيفة استبيان لجمع البيانات من القيادات والمدرسين بالمدارس والجامعات في إطار رصد تجاربهم في نشر التربية الإعلامية وتدريبها.

صحيفة المقابلة المتعمقة: تم إجراء مقابلات مع مجموعة من المسؤولين في ثلاث مؤسسات مجتمع مدني لرصد التجارب الناجحة لتلك المؤسسات في نشر ثقافة التربية الإعلامية والرقمية. وهذه المؤسسات هي:

1. مؤسسة ماعت للسلام. (مقابلة مع مسؤول الإعلام في المؤسسة)
2. مؤسسة سفراء للعمل التطوعي والتنمية المستدامة. (مقابلة مع رئيس مجلس إدارة المؤسسة)
3. جمعية وعي للثقافة والتنمية المستدامة. (مقابلة مع رئيس الجمعية)

عينة الدراسة

تم اختيار عينة عمدية ممثلة لمختلف المدارس والجامعات والمعاهد المصرية كما يلي:

عينة الجامعات: بلغ إجمالي عدد العينة 34 من مؤسسات التعليم العالي المصرية، شملت:

الجامعات الحكومية (12 كليات)

- كلية الآداب جامعة طنطا.
- كلية الآداب جامعة المنوفية.
- كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- كلية الآداب جامعة الإسكندرية.
- كلية الإعلام جامعة الأزهر.
- كلية الآداب جامعة السويس.
- كلية الآداب جامعة بنى سويف.
- كلية الآداب جامعة بنها.
- كلية الآداب جامعة الزقازيق.
- كلية الآداب جامعة كفر الشيخ.
- كلية البنات عين شمس.
- كليه تربية نوعية جامعة الزقازيق.

المعاهد الخاصة: (8 معاهد)

- المعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الإعلام الحديث.
- معهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال.
- معهد المدينة العالي للغات الدولية بشبر منت.
- المعهد العالي للإعلام - أكاديمية الشروق.
- معهد الإسكندرية للإعلام بسموحة.
- المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال.
- معهد البحوث والدراسات العربية.
- أكاديمية أخبار اليوم.
- الجامعات الخاصة: (12 جامعات خاصة)
- جامعة النهضة.
- الجامعة البريطانية.
- جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا.
- جامعة الأهرام الكندية.
- جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب.
- الأكاديمية الدولية للهندسة والإعلام.
- جامعة مصر الدولية.
- الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري، فرع شيراتون.
- جامعة سيناء قرع القنطرة.
- الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري فرع الإسكندرية.

- الجامعة الحديثة.
 - جامعة فاروس.
 - الجامعات الأهلية: (2 جامعة)
 - جامعة الجلالة.
 - جامعة حلوان الأهلية.
- عينة المدارس

جدول رقم 1 عينة المدارس

| المتغيرات | ك | % |
|-------------|----------|------|
| نوع المدارس | حكومي | 21.1 |
| | خاص | 21.1 |
| | لغات | 36.8 |
| | دولي | 21.1 |
| المحافظات | القاهرة | 36.8 |
| | بني سويف | 21.1 |
| | الشرقية | 21.1 |
| | المنيا | 21.1 |

وفيما يلي أسماء المدارس عينة الدراسة:

محافظة المنيا

الثانوية بنات حكومي

رجاك لغات

الراعي الصالح خاص

المدرسة البريطانية دولي

محافظة الشرقية

ملازم أول حماده فهيم الثانوية حكومية

مدرسة الزقازيق للغات - لغات

مدرسه القومية خاص

المدرسة الإنجليزية دولي

محافظة بني سويف

مدرسة صالح الدين فيوتشر- لغات

الأندلس خاص

سان جورج دولي

مدرسة السيدة عائشة الثانوية - بنات حكومية

محافظة القاهرة

مدرسة الرسالة – لغات

مدرسة الرواد الامريكية _ دولي

مدرسة الجمهورية _ لغات

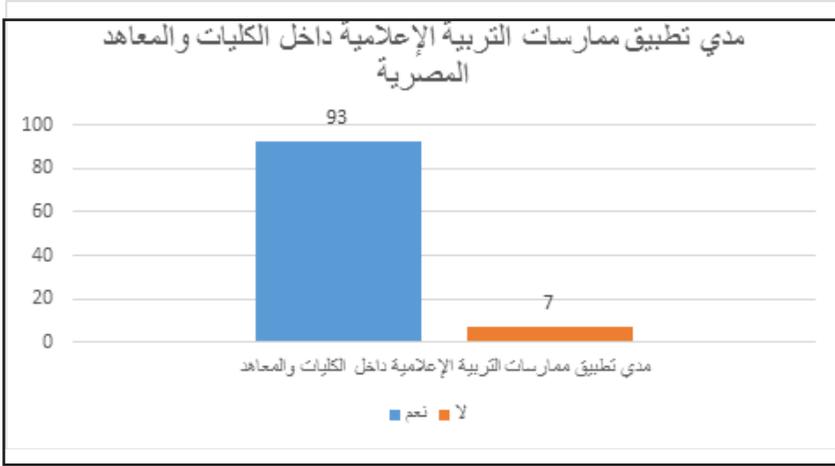
مدرسة روتس – دولية

مدرسة المصرية – لغات

نتائج الدراسة

أولاً. للجامعات والمعاهد

1. تطبيق ممارسات التربية الإعلامية داخل الكليات محل التحليل:



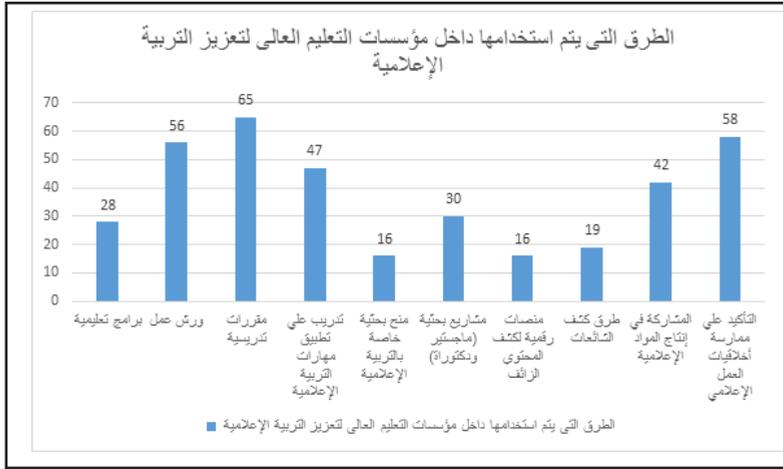
(شكل رقم 1) عينة المدارس

تشير النتائج في الشكل 1 إلى مدى تطبيق ممارسات التربية الإعلامية داخل الكليات والمعاهد محل التحليل، حيث بلغت النسبة عالية تصل إلى 93% ويرجع ذلك إلى وعي الكليات محل التحليل واهتمامها بضرورة إدراج ممارسات التربية الإعلامية ضمن لوائحها ومقرراتها الدراسية، في ضوء حرصها على تنمية قدرات الطلبة وتزويدهم بالمعارف اللازمة لمواجهة التحديات الإعلامية المتنامية في العصر الرقمي الحالي.

ومن ناحية أخرى، أظهرت النتائج أن هذه الممارسات لا تطبق سوى في عدد محدود من الكليات والمعاهد بنسبة 7%، وكان على رأسهم أكاديمية أخبار اليوم وكلية الآداب جامعة السويس، حيث لا توجد أي مقررات لديهم تتعلق

بالتربية الإعلامية. ومع ذلك، أشارت عينة الدراسة إلى أن هناك مجالاً للتحسين والتطوير، ويجب على القائمين على منظومة التعليم العالي دراسة أسباب ذلك والعمل على تعميم تطبيق ممارسات التربية الإعلامية على جميع الكليات، بما يضمن توفير بيئة تعليمية متكاملة تواكب متطلبات العصر.

2. الطرق التي يتم استخدامها داخل مؤسسات التعليم العالي لتعزيز التربية الإعلامية



(شكل رقم 2) تطبيق ممارسات التربية الإعلامية داخل الكليات والمعاهد المصرية

يتضح من بيانات الشكل 2 الطرق المختلفة التي تعتمد عليها الجامعات والمعاهد المصرية لتعزيز ممارسات التربية الإعلامية، حيث جاءت كل من المقررات التدريسية -التأكيد على ممارسة أخلاقيات العمل الإعلامي من خلال المضامين التعليمية - ورش العمل في المقدمة بنسب 65% - 58% - 56% على الترتيب. ويمكن تفسير ذلك بحرص الكليات والمعاهد محل التحليل على بناء كفاءات إعلامية مؤهلة لسوق العمل الإعلامي والإسهام في غرس القيم والمبادئ المهنية لدى الطلبة، مثل الموضوعية، والحيادية، وحماية الخصوصية، وتزويدهم بالمهارات اللازمة للتعامل مع التكنولوجيات الإعلامية الجديدة وتحليل المحتوى

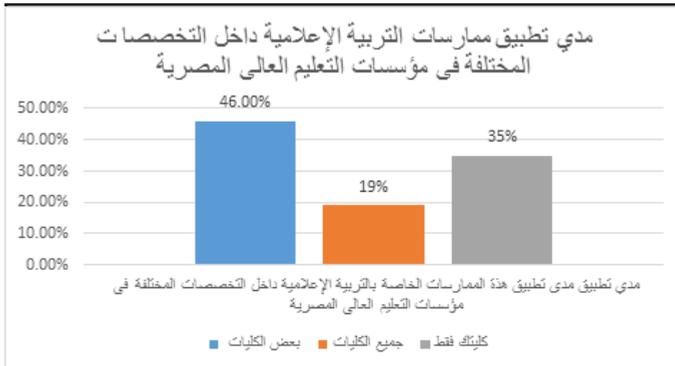
الإعلامي بشكل نقدي.

وعلى الرغم من أهمية التربية الإعلامية في مؤسسات التعليم العالي، إلا أن النتائج أظهرت عدم الاهتمام ببعض الجوانب المهمة في هذا المجال، مثل: طرق كشف الشائعات -استخدام منصات رقمية لكشف المحتوى الزائف - توفير منح بحثية خاصة بالتربية الإعلامية وذلك بنسب 19%-16%-16% على الترتيب. ويمكن تفسير ذلك بأن المؤسسات التعليمية قد تواجه قيودًا مالية تحد من قدرتها على توفير منح بحثية أو تطوير منصات رقمية لكشف المحتوى الزائف وافتقار المؤسسات إلى الكوادر البشرية المدربة على طرق كشف الشائعات والتعامل مع المحتوى الزائف واحتياج المؤسسات إلى استثمارات كبيرة في البنية التحتية التقنية لتطوير منصات رقمية متخصصة.

ومع ذلك، أشارت عينة الدراسة إلى أهمية وضع إطار وطني موحد لتطبيق التربية الإعلامية في مؤسسات التعليم العالي، مع توفير الدعم والتوجهات اللازمة لضمان التنفيذ الفعال، مما يعزز فاعلية تطبيق تلك الممارسات على نطاق أوسع.

3. مدى تطبيق هذه الممارسات الخاصة بالتربية الإعلامية داخل التخصصات المختلفة في مؤسسات التعليم العالي المصرية

(شكل رقم 3) الممارسات الخاصة بالتربية الإعلامية داخل التخصصات المختلفة

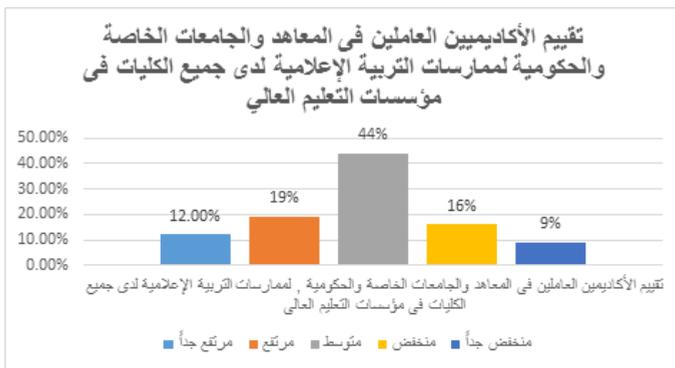


تشير نتائج الشكل 3 إلى أن الاهتمام بتطبيق ممارسات التربية الإعلامية لا يعمم على نطاق واسع ليشمل جميع الكليات داخل المؤسسة التعليمية الواحدة، بل يقتصر على بعض الكليات، وهو ما ظهر بنسبة 46%. ويمكن تفسير ذلك بغياب وعي بعض الكليات العملية بأهمية التربية الإعلامية ودورها، حيث لوحظ أن معظم هذه الممارسات تتركز في الكليات النظرية.

كما جاءت نسبة اقتصر الممارسات داخل الكليات والمعاهد التي تنتمي إليها عينة الدراسة 35% ويمكن تفسير ذلك بأن معظم عينة التحليل كانت من داخل الكليات النظرية، وبالأخص كلية الإعلام أو أقسام الإعلام في الكليات المختلفة، مما يجعل ممارسات التربية الإعلامية جزءاً من المقررات الدراسية ذات الصلة الوثيقة بتخصصاتهم.

أما نسبة تطبيق ممارسات التربية الإعلامية في جميع الكليات داخل بعض مؤسسات التعليم العالي، فقد بلغت 19%. ويمكن تفسير ذلك بالحاجة المستمرة إلى وضع خطة تدريسية موحدة تُدرج أبرز ممارسات التربية الإعلامية، وتُفعل داخل جميع الكليات والمعاهد التابعة لمؤسسات التعليم العالي.

4. تقييم الأكاديميين العاملين في المعاهد والجامعات الخاصة والحكومية لممارسات التربية الإعلامية لدى جميع الكليات في مؤسسات التعليم العالي:



(شكل رقم 4) تقييم الأكاديميين العاملين في المعاهد والجامعات الخاصة والحكومية

تشير نتائج الشكل 4 إلى أن تقييم الأكاديميين العاملين في الكليات والمعاهد محل التحليل جاء بدرجة متوسطة، بنسبة بلغت 44%. ويمكن تفسير ذلك بعوامل عديدة، أبرزها الافتقار إلى التخطيط والتنفيذ المنظم لورش العمل والتدريبات الخاصة بممارسات التربية الإعلامية، بالإضافة إلى ذلك، تُظهر النتائج أن البرامج والمقررات الدراسية الحالية لا تلبى احتياجات الطلاب في مجال التربية الإعلامية. مما يُبرز الحاجة إلى إعادة تصميم هذه البرامج وتطويرها لتكون أكثر فاعلية. كما أن عدم رضا الأكاديميين قد يكون ناتجاً عن عدم كفاية إعدادهم وتدريبهم على تدريس وتطبيق مفاهيم التربية الإعلامية ومقاومتهم لتطوير مهاراتهم التدريسية.

5. توضيح بعض الأمثلة والنماذج المطبقة داخل هذه الجامعات والمعاهد الخاصة المصرية:

أما فيما يتعلق ببعض الأمثلة والنماذج الناجحة لتطبيق ممارسات التربية الإعلامية داخل مؤسسات التعليم العالي المصرية، فقد جاءت كما يلي:

أ. تقديم ورش عمل ممولة من بعض الجامعات الدولية، وهدفت هذه الورش إلى تعزيز مهارات التربية الإعلامية لدى أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة في بعض الجامعات الخاصة، مثل المعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الإعلام الحديث.

ب. توفير فرص سفر إلى الخارج لحضور دورات تدريبية TOT حول التربية

الإعلامية والرقمية للطلبة وأعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة. على سبيل المثال، أرسلت أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة في جامعة الأهرام الكندية إلى أكاديمية التربية الإعلامية في الأردن، بهدف رفع وعي الأكاديميين بالتربية الإعلامية.

ت. عقد ندوات تستهدف تعزيز ممارسات التربية الإعلامية في عدد من الجامعات والمعاهد المصرية. على سبيل المثال، نظم قسم الإعلام بكلية الآداب بجامعة كفر الشيخ ندوة بعنوان «استخدام الشباب للإنترنت وتأثيراته على حياته اليومية له» بالتعاون مع المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية بالقاهرة. تناولت الندوة ثلاثة محاور رئيسة، هي: الاستخدام الآمن للإنترنت- تأثير صانع المحتوى الرقمي على الشباب- أهمية التربية الإعلامية لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية، وآليات ومنصات كشف الأخبار الزائفة والفيديوهات المفبركة.

ث. عقد مؤتمرات تتضمن محاور وورش عمل عن التربية الإعلامية سواء بصورة مباشرة أو بصورة غير مباشرة من خلال تناول العناصر الخاصة بها، مثل الأخبار الكاذبة Fake news ومهارات التفكير الناقد. على سبيل المثال، قام المعهد الكندي العالي لتكنولوجيا الإعلام الحديث بإدراج موضوعات وقضايا التربية الإعلامية والرقمية ضمن محاور مؤتمره عام 2023م، كما قام المعهد الدولي العالي للإعلام بأكاديمية الشروق بعقد المؤتمر العلمي السابع بعنوان «الإعلام والصراعات الإقليمية والدولية» عام 2024م ومن محاوره الأساسية المسؤولية الأخلاقية لتغطية الصراعات الإقليمية والدولية، وآليات التزييف المستخدمة في التلاعب بالمحتوى الإعلامي عن الصراعات، كما قامت جامعة الأهرام الكندية بإقامة مؤتمر كامل عن التربية الإعلامية عام 2023م.

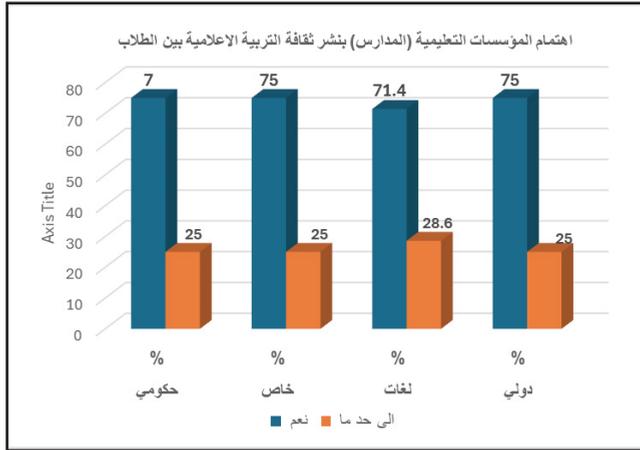
ج. وجود مقررات تدريبية في غالبية كليات الإعلام المصرية تستهدف تعزيز مهارات التربية الإعلامية لدي الطلبة، سواء من خلال مقرر أسامي مستقل

أو كجزء من المقررات الإعلامية الأساسية، مثل مقررات «أخلاقيات وتشريعات الإعلام- التفكير العلمي والأخلاقي - النقد الإعلامي» المتوفرين في غالبية اللوائح الجامعية الخاصة بكليات الإعلام.

ج. قيام بعض الجامعات والمعاهد بالمشاركة في المشروعات البحثية المشتركة بين الجامعات التي تستهدف كيفية تطوير ممارسات التربية الإعلامية، بالإضافة إلى بعض الجهود الفردية في تصميم بحوث حول الاتجاهات الحديثة في تطبيقات التربية الإعلامية والرقمية، مما يثري المكتبات المصرية.

ثانياً: المدارس باختلاف أنواعها

1. مدى اهتمام المؤسسات التعليمية (المدارس) بنشر ثقافة التربية الإعلامية بين الطلبة



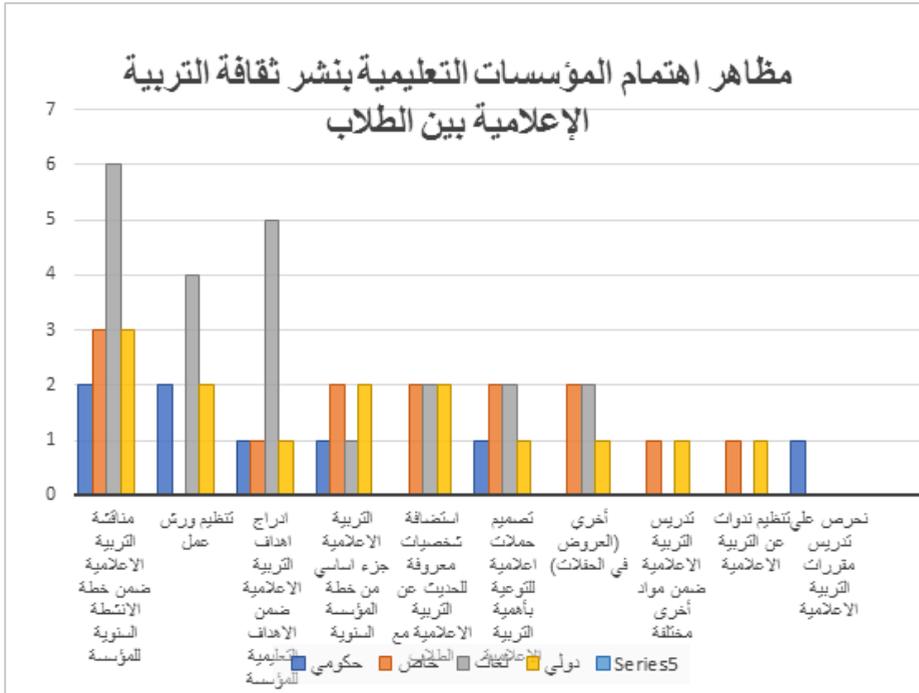
شكل رقم (5) اهتمام المؤسسات التعليمية بنشر ثقافة التربية الإعلامية

يتضح من الشكل (5) أن 73.7% من المدرسين يعتقدون أن المؤسسة تولى اهتمامًا بنشر ثقافة التربية الإعلامية بين الطلبة. يشير هذا إلى أن الغالبية العظمى من المدرسين يشعرون أن المؤسسة تبذل جهودًا واضحة وملحوظة

في تعزيز ثقافة التربية الإعلامية ونشرها بين الطلبة. قد يُعزى ذلك إلى تنفيذ المؤسسة برامج أو مبادرات تعليمية تهدف إلى تعزيز وعي الطلبة بالتربية الإعلامية. بالإضافة إلى توافر موارد كافية مثل المواد التعليمية، الدورات التدريبية، الورش، أو الأنشطة المدرسية التي تساعد في تعزيز هذه الثقافة.

في المقابل، يرى 26.3% من المدرسين أن الجهود المبذولة من قبل المؤسسة في نشر ثقافة التربية الإعلامية غير كافية. يمكن تفسير هذا الشعور بعوامل متعددة، مثل نقص في الموارد التعليمية، أو عدم كفاية البرامج التدريبية، أو عدم التركيز الكافي على هذا الجانب في المناهج الدراسية. ويمكن أن يشير أيضاً إلى وجود تحديات أو عقبات تواجهها المؤسسة في تنفيذ أو تعزيز برامج التربية الإعلامية.

2. مظاهرها اهتمام المؤسسة بنشر ثقافة التربية الإعلامية بين الطلبة



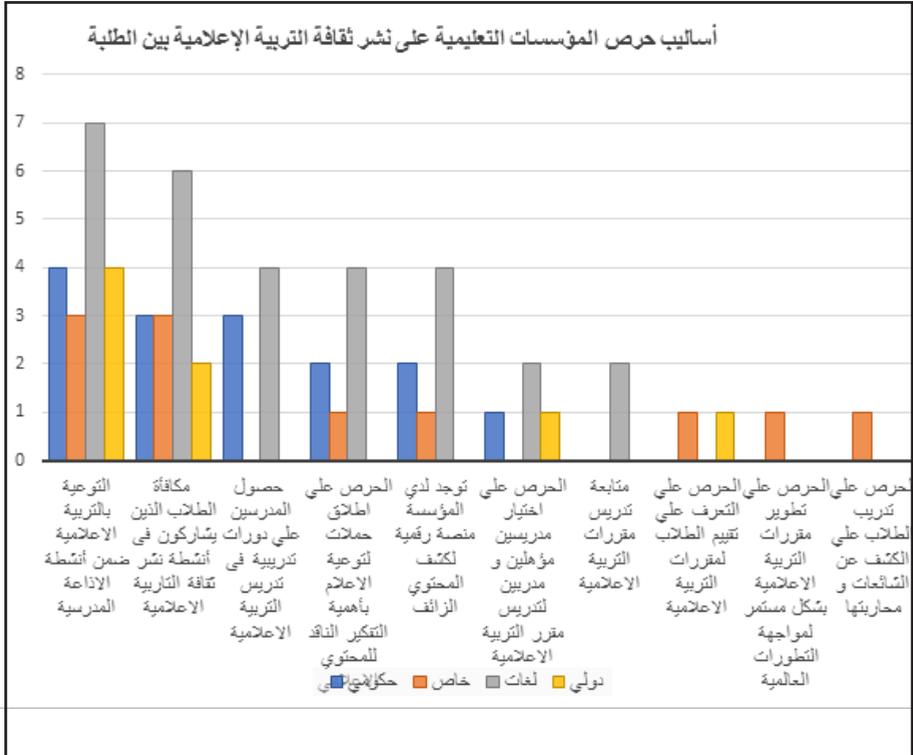
شكل رقم (6) اهتمام المؤسسات التعليمية بنشر ثقافة التربية الإعلامية بين الطلبة

يتضح من الشكل (6) أن مناقشة التربية الإعلامية ضمن خطة الأنشطة السنوية للمؤسسة جاءت في مقدمة مظاهر اهتمام المؤسسة بنشر ثقافة التربية الإعلامية بين الطلبة، بنسبة بلغت %73.7، تلتها (تنظيم ورش عمل لنشر ثقافة التربية الإعلامية) و(هناك حرص على إدراج أهداف التربية الإعلامية ضمن الأهداف التعليمية للمؤسسة). في المرتبة الثانية بنسبة بلغت %42.1، ثم جاءت (التربية الإعلامية جزء أساسي من خطة المؤسسة السنوية) و(استضافة شخصيات معروفة للحديث عن التربية الإعلامية مع الطلبة) و(تصميم حملات إعلامية للتوعية بأهمية التربية الإعلامية) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت %31.6، ثم جاءت أخرى (العروض في الحفلات) في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت %26.3، وأخيراً جاء (نحرص على تدريس مقررات التربية الإعلامية) بنسبة بلغت %5.3.

هذا يشير إلى أن المؤسسة تضع التربية الإعلامية كجزء أساسي من خطتها السنوية للأنشطة، مما يعكس التزامها بنشر هذه الثقافة بين الطلبة. ووجود ورش عمل مخصصة يعزز من فهم الطلبة والمشاركين لمفاهيم التربية الإعلامية. وإدراج أهداف التربية الإعلامية ضمن الأهداف التعليمية يعكس دمجها كجزء من المناهج الدراسية والسياسات التعليمية للمؤسسة.

وجعل التربية الإعلامية جزءاً أساسياً من خطة المؤسسة السنوية يظهر التزاماً مستداماً بالتوعية الإعلامية استضافة شخصيات معروفة يمكن أن يضفي قيمة مضافة ويجعل الموضوع أكثر إثارة. واهتماماً للطلبة. وتصميم حملات إعلامية يمكن أن يزيد من وعي الطلبة ويشجعهم على المشاركة والتفاعل مع موضوع التربية الإعلامية. وإدراج التربية الإعلامية في العروض والحفلات يمكن أن يكون وسيلة تفاعلية، وممتعة لنشر المعرفة وتعزيز الوعي بين الطلبة.

3. أساليب حرص المؤسسات التعليمية على نشر ثقافة التربية الإعلامية بين الطلبة بين الطلاب

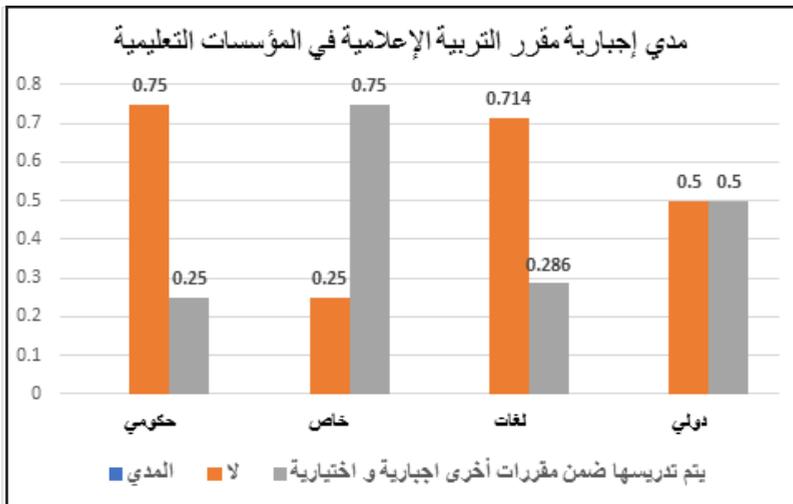


شكل رقم (7) أساليب حرص المؤسسات التعليمية على نشر ثقافة التربية الإعلامية بين الطلبة

تشير البيانات في الشكل (7) إلى أن التوعية بالتربية الإعلامية ضمن أنشطة الإذاعة المدرسية تُعد الأسلوب الأكثر تبنيًا من قبل المؤسسات لنشر ثقافة التربية الإعلامية بين الطلبة، حيث بلغت نسبته 94.7%. هذا يعكس تركيز المؤسسات على استخدام الإذاعة المدرسية كمنصة فعالة لنشر الوعي الإعلامي. في المرتبة الثانية، تأتي مكافأة الطلبة الذين يشاركون في أنشطة نشر الثقافة الإعلامية بنسبة 73.7%， مما يدل على تقدير المؤسسات للمشاركة الطلابية وتعزيزها من خلال تقديم المكافآت. ثم تأتي ثلاث استراتيجيات متساوية في المرتبة الثالثة،

وهي حصول المدرسين على دورات تدريبية في تدريس التربية الإعلامية، إطلاق حملات توعية بأهمية التفكير الناقد للمحتوى الإعلامي، وتوفير منصة رقمية لكشف المحتوى الزائف، بنسبة 36.8%، مما يشير إلى اهتمام مؤسسات التعليم بالتدريب والتوعية والتكنولوجيا لمواجهة التحديات الإعلامية. في المرتبة الرابعة، يأتي اختيار مدرّبين مؤهلين لتدريس مقرر التربية الإعلامية بنسبة 21.1%، مما يبرز أهمية التأهيل المهني للمدرسين. وأخيراً، بنسبة 5.3%، تُولي المؤسسات اهتماماً أقل لتطوير مقررات التربية الإعلامية بشكل مستمر وتدريب الطلبة على الكشف عن الشائعات ومحاربتها، مما يشير إلى الحاجة إلى مزيد من التركيز على تحديث المناهج وتدريب الطلبة. بشكل عام، تعكس هذه النتائج تركيزاً كبيراً على التوعية والتدريب والمشاركة الطلابية، مع حاجة واضحة لتحسين جوانب معينة في تحديث المناهج والتدريب المستمر.

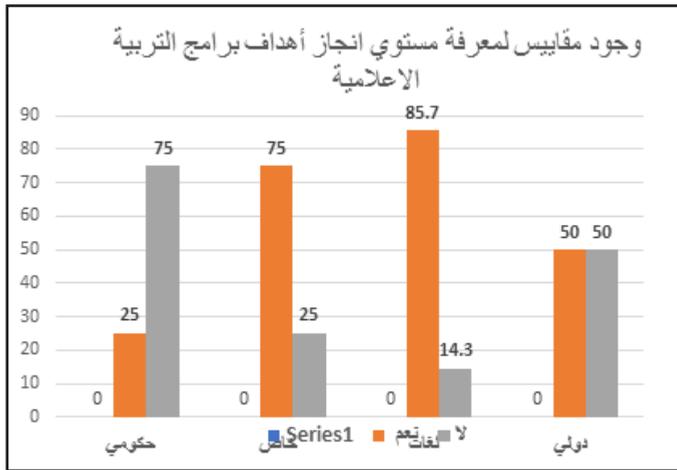
4. مدى إجبارية مقرر التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية:



شكل رقم (8) مدى إجبارية مقرر التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية

يتضح من الشكل (8) أن 57.9% من المدرسين لا يقرون بأن مقرر التربية الإعلامية في المؤسسة هو مقرر إجباري، بينما يقر 42.1% منهم يتم تدريسها ضمن مقررات أخرى إجبارية واختيارية. تعكس هذه النتائج عدم وجود اتفاق كامل بين المدرسين حول مدى إلزامية مقرر التربية الإعلامية، مما يشير إلى تفاوت في تطبيق هذا المقرر عبر المؤسسة. يمكن أن يكون السبب في ذلك هو التنوع في تنفيذ المناهج التعليمية أو اختلاف في السياسات التعليمية بين الأقسام أو الفصول المختلفة. لذا، قد يكون من الضروري تعزيز وتوحيد السياسات التعليمية لضمان إدراج مقرر التربية الإعلامية بشكل أكثر شمولية وانتظامًا.

5. وجود مقاييس لمعرفة مستوى إنجاز أهداف برامج التربية الإعلامية التي تتبناها المؤسسة



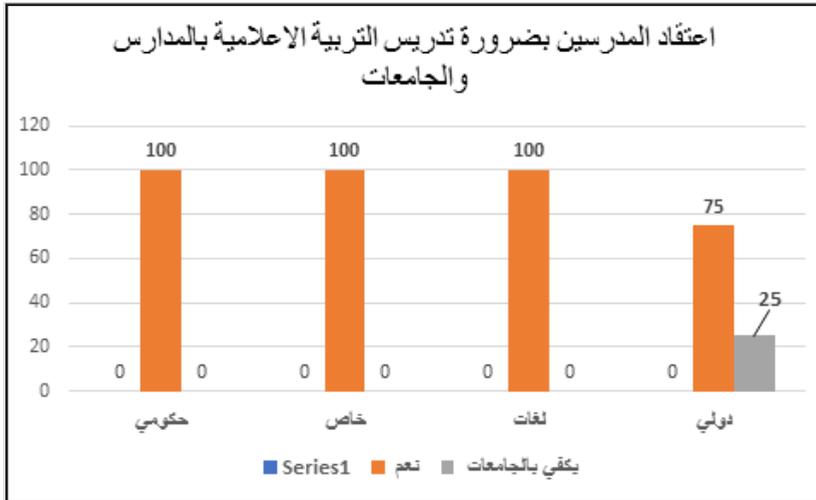
شكل رقم (9) وجود مقاييس لمعرفة مستوى إنجاز أهداف برامج التربية الإعلامية

التي تتبناها المؤسسة

يتضح من الشكل (9) أن 63.2% من المدرسين يعتقدون بوجود مقاييس محددة لمعرفة مستوى إنجاز أهداف برامج التربية الإعلامية تتبناها المؤسسة، بينما يعتقد 36.8% بغير ذلك. هذا التباين في الآراء يعكس وجود إدراك متفاوت

بين المدرسين حول فعالية وآليات التقييم المستخدمة في برامج التربية الإعلامية بالمؤسسة. النسبة الأكبر التي تؤمن بوجود مقاييس محددة تشير إلى أن هناك جهوداً واضحة وملموسة من قبل المؤسسة لقياس نجاح برامج التربية الإعلامية وتقييمها. ومع ذلك، فإن النسبة التي تعتقد بغياب هذه المقاييس تبرز الحاجة إلى توضيح وتعميم أدوات التقييم بشكل أكبر لضمان فهم واستفادة جميع المدرسين من هذه المقاييس، مما يمكن أن يساهم في تحسين فعالية البرامج وتعزيز ثقة المدرسين في سياسات المؤسسة التعليمية.

6. اعتقاد المدرسين بضرورة تدريس التربية الإعلامية في المدارس والجامعات

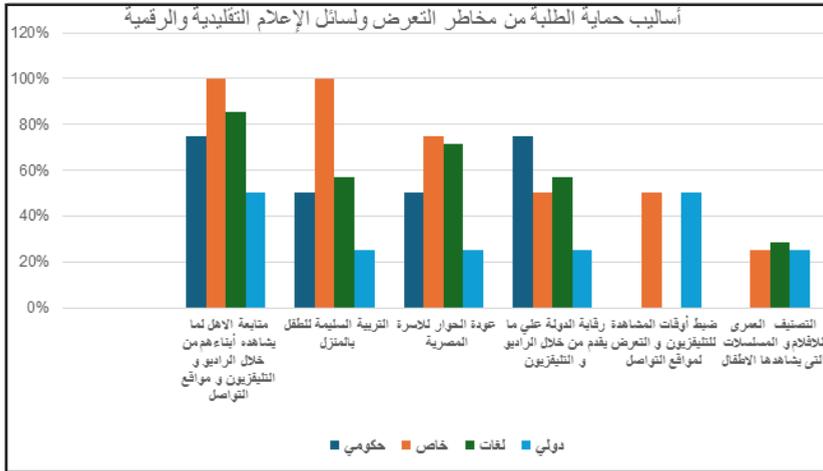


شكل رقم (10) اعتقاد المدرسين بضرورة تدريس التربية الإعلامية بالمدارس والجامعات

يتضح من الشكل (10) أن 94.7% من المدرسين يعتقدون بضرورة تدريس التربية الإعلامية في المدارس والجامعات، بينما 5.3% منهم يعتقدون بأنها تكفي في الجامعات. هذا التأييد الكبير لتدريس التربية الإعلامية في المدارس يعكس الوعي المتزايد بأهمية تزويد الطلبة بالمهارات الإعلامية والنقدية منذ مراحل مبكرة من التعليم، مما يساعدهم على فهم وتحليل المحتوى الإعلامي بفعالية.

الحاجة الماسة لهذه المهارات في مواجهة التحديات الإعلامية الحالية تعزز من موقف الأغلبية، بينما النسبة الصغيرة التي ترى أن التعليم الجامعي كافٍ قد تكون متأثرة باعتقاد أن المهارات الإعلامية تتطلب مستوى من النضج الأكاديمي لا يتوفر إلا في المراحل الجامعية. على كل حال، تعزيز الوعي وتكامل التربية الإعلامية في المناهج الدراسية يمكن أن يسهم بشكل كبير في تطوير قدرات الطلبة على التفكير النقدي والتفاعل الإيجابي مع وسائل الإعلام منذ صغرهم.

7. أساليب حماية الطلبة من مخاطر التعرض ولسائل الإعلام التقليدية والرقمية



شكل رقم (11) أساليب حماية الطلبة من مخاطر التعرض لوسائل

الإعلام التقليدية والرقمية

جاء أسلوب متابعة الأهل لما يشاهده أبناءهم من خلال الراديو والتليفزيون ومواقع التواصل في مقدمة أساليب حماية الطلاب من المخاطر التي يتعرضون لها من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية بنسبة بلغت 78.9 %، ثم جاءت التربية السليمة للطفل بالمنزل و(عودة الحوار للأسرة المصرية) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 57.9%، ثم جاءت (رقابة الدولة على ما يقدم من خلال الراديو

والتلفزيون) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت %52.6، وأخيراً جاء (ضبط أوقات المشاهدة للتلفزيون والتعرض لمواقع التواصل) و(التصنيف العمري للأفلام والمسلسلات التي يشاهدها الأطفال) بنسبة بلغت %21.1.

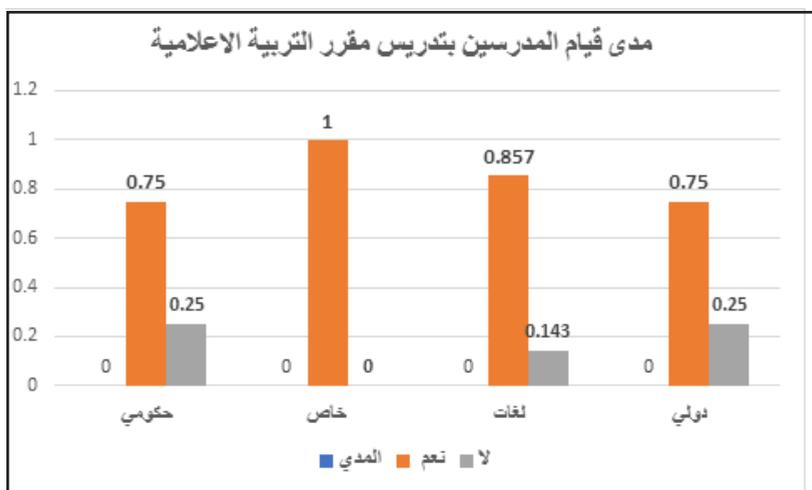
يتضح من الشكل 11 أن متابعة الأهل لما يشاهده أبنائهم عبر الراديو والتلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي تعدّ الطريقة الأكثر فعالية لحماية الطلاب من المخاطر التي قد يتعرضون لها من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، حيث وافق على ذلك %78.9 من المدرسين. هذا يعكس أهمية دور الأهل في مراقبة وتوجيه استهلاك الأطفال للمحتوى الإعلامي.

في المرتبة الثانية، بنسبة %57.9، جاءت التربية السليمة للطفل بالمنزل وعودة الحوار للأسرة المصرية، مما يشير إلى أهمية البيئة الأسرية والتواصل الفعال بين أفراد الأسرة في تعزيز قدرة الأطفال على التعامل مع المحتوى الإعلامي بشكل آمن وواعٍ.

ثم تلتها بنسبة %52.6 رقابة الدولة على ما يُقدم من خلال الراديو والتلفزيون، مما يعكس دور الدولة في وضع وتنفيذ سياسات وقوانين تحمي الأطفال من المحتوى الضار.

أخيراً، بنسبة %21.1، جاءت ضبط أوقات المشاهدة للتلفزيون والتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي والتصنيف العمري للأفلام والمسلسلات التي يشاهدها الأطفال، مما يبرز أهمية تحديد وتنظيم الأوقات المناسبة لاستهلاك الأطفال للمحتوى الإعلامي واختيار المحتوى المناسب لأعمارهم.

8. مدى قيام المدرسين بتدريس مقرر التربية الإعلامية من قبل أو الإشراف على تدريس المقرر

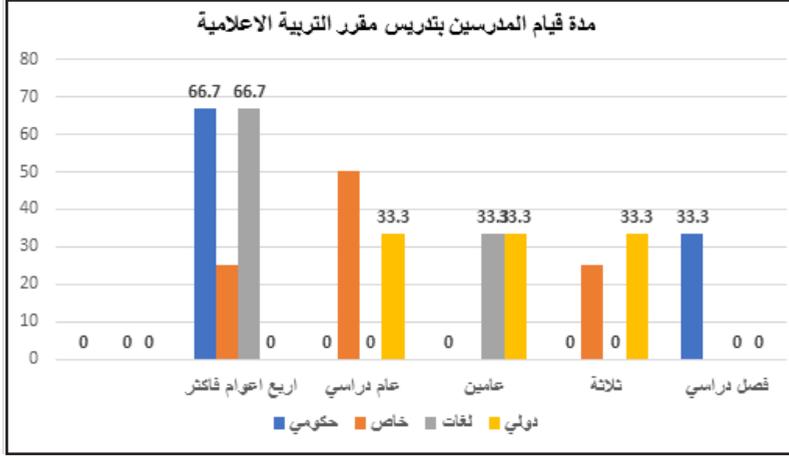


شكل رقم (12) مدى قيام المدرسين بتدريس مقرر التربية الإعلامية من قبل أو الإشراف

على تدريس المقرر

يشير الشكل (12) إلى أن 84.2% من المدرسين يقومون بتدريس مقرر التربية الإعلامية أو الإشراف على تدريسه، مما يدل على أن الغالبية العظمى من المدرسين لديهم دور فعال في تقديم هذا المقرر. في المقابل، لا يقوم 15.8% من المدرسين بتدريس مقرر التربية الإعلامية أو الإشراف عليه. هذه النسبة الصغيرة تعكس وجود بعض المدرسين الذين قد لا يكونون منخرطين بشكل مباشر في هذا المجال، ربما بسبب تخصصاتهم المختلفة أو عدم توفر المقرر في بعض المناهج الدراسية. بشكل عام، يمكن القول إن هناك اهتمامًا كبيرًا من قبل المدرسين بتدريس التربية الإعلامية، مما يعزز من فرص نشر الوعي الإعلامي بين الطلبة.

9. مدة قيام المدرسين بتدريس مقرر التربية الإعلامية

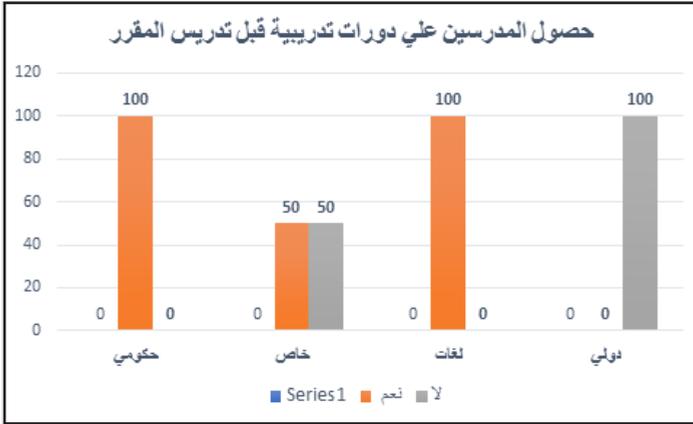


شكل رقم (13) مدة قيام المدرسين بتدريس مقرر التربية الإعلامية

تشير البيانات الموجودة بالشكل (13) أن غالبية المدرسين الذين يقومون بتدريس مقرر التربية الإعلامية لديهم خبرة طويلة في هذا المجال، حيث إن 43.8% منهم يقومون بتدريس هذا المقرر لمدة أربع سنوات أو أكثر. هذا يعكس وجود مجموعة كبيرة من المدرسين ذوي الخبرة الطويلة، مما يمكن أن يسهم بشكل إيجابي في جودة التدريس وتعميق فهم الطلبة للتربية الإعلامية. في المرتبة الثانية، بنسبة 18.8% لكل منهم، جاء المدرسون الذين يقومون بتدريس المقرر لمدة عام دراسي واحد أو عامين. هذا يشير إلى وجود نسبة معقولة من المدرسين الذين بدأوا في تدريس المقرر في السنوات الأخيرة، مما يضيف تنوعاً في مستوى الخبرة ويعكس جهوداً حديثة في تعزيز التربية الإعلامية. ثم جاءت نسبة المدرسين الذين يقومون بتدريس المقرر لمدة ثلاثة أعوام بنسبة 12.5%. وأخيراً، جاءت نسبة المدرسين الذين يقومون بتدريس المقرر لمدة فصل دراسي واحد فقط بنسبة 6.3%. هذه النسب تشير إلى أن هناك بعض المدرسين الذين لديهم تجربة تدريسية قصيرة نسبياً في هذا المجال، مما قد يتطلب دعماً إضافياً

وتدريبًا لتعزيز كفاءتهم في تدريس المقرر.

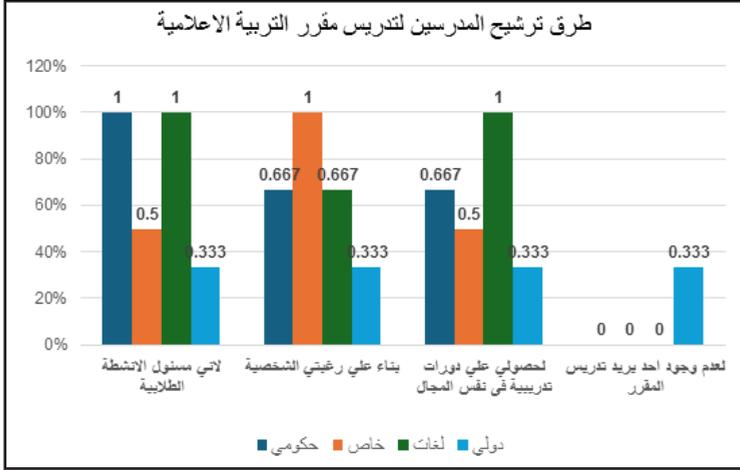
10. مدى حصول المدرسين على دورات تدريبية قبل تدريس المقرر



شكل رقم (14) حصول المدرسين على دورات تدريبية قبل تدريس المقرر

تشير البيانات الموضحة بالشكل (14) أن 68.8% من المدرسين يحصلون على دورات تدريبية قبل تدريس مقرر التربية الإعلامية، مما يدل على أن معظم المدرسين يتلقون تدريبًا متخصصًا يعزز من قدرتهم على تدريس المقرر بفعالية. هذا التدريب يمكن أن يتضمن تطوير المهارات التربوية والإعلامية التي تساهم في تقديم محتوى تعليمي متميز، مما يعزز من جودة تدريس التربية الإعلامية. في المقابل، لم يحصل 31.3% من المدرسين على دورات تدريبية قبل تدريس المقرر، مما قد يؤثر على قدرتهم على توصيل المعلومات بفعالية ويبرز الحاجة إلى توفير مزيد من الفرص التدريبية لضمان تزويد جميع المدرسين بالمهارات اللازمة. تعزيز التدريب لجميع المدرسين يمكن أن يساهم في تحسين جودة تدريس التربية الإعلامية وضمان تحقيق أهداف المقرر بشكل أفضل.

11. طرق ترشيح المدرسين لتدريس مقرر التربية الاعلامية



شكل رقم (15) طرق ترشيح المدرسين لتدريس مقرر التربية الاعلامية

يشير الشكل (15) إلى أن 75.0% من المدرسين يتم ترشيحهم لتدريس مقرر التربية الإعلامية بناءً على مسؤوليتهم عن الأنشطة الطلابية، مما يعكس اعتماد المؤسسة على المدرسين الذين يشغلون أدواراً نشطة في الأنشطة الطلابية لتدريس هذا المقرر. في المرتبة الثانية، بنسبة 68.8%، جاء ترشيح المدرسين بناءً على رغبتهم الشخصية أو حصولهم على دورات تدريبية في المجال نفسه، مما يدل على أهمية الاهتمام الشخصي والتدريب المتخصص في اختيار المدرسين المناسبين للمقرر. وأخيراً، بنسبة 6.3%، جاء ترشيح المدرسين لتدريس المقرر بسبب عدم وجود من يرغب في تدريس المقرر، مما يشير إلى أن هذا السبب يعد الأقل تفضيلاً وقد يشير إلى نقص في التقدير لأهمية المقرر أو عدم كفاية الاهتمام به. بشكل عام، تلقي هذه البيانات الضوء على أهمية الأدوار النشطة والتدريب والرغبة الشخصية في اختيار المدرسين، بينما توضح أيضاً الحاجة إلى تعزيز الاهتمام والتقدير لمقرر التربية الإعلامية.

12. مدى قيام المدرسين بنشاط بحثي في مجال التربية الإعلامية

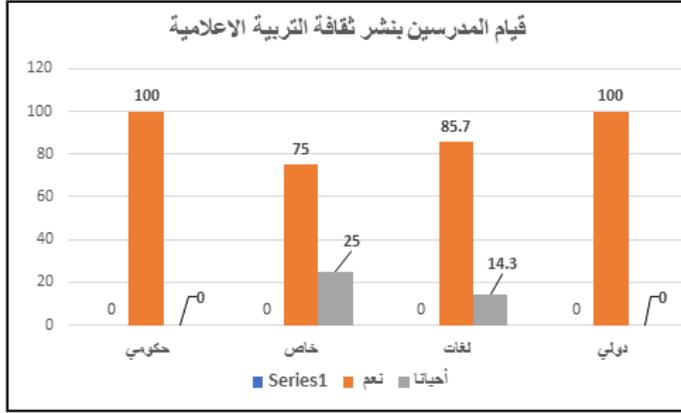
جدول رقم (2)

النشاط البحثي للمدرسين في مجال التربية الإعلامية

| الإجمالي | | دولي | | لغات | | خاص | | حكومي | | النوع |
|----------|----|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|----------|
| % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | المدى |
| 100.0 | 19 | 100.0 | 4 | 100.0 | 7 | 100.0 | 4 | 100.0 | 4 | لا |
| 100.0 | 19 | 100.0 | 4 | 100.0 | 7 | 100.0 | 4 | 100.0 | 4 | الإجمالي |

أجمع جميع المدرسين على عدم قيامهم بأي نشاط بحثي في مجال التربية الإعلامية. جدول رقم 2، هذا الإجماع يدل على غياب النشاط البحثي في هذا المجال بين المدرسين المشاركين، مما قد يشير إلى نقص في التفاعل الأكاديمي والتطوير البحثي المرتبط بالتربية الإعلامية. قد يكون لذلك تأثير إيجابي على تطوير وتحسين الممارسات التعليمية في هذا المجال، حيث يمكن أن يساعد البحث الأكاديمي في تعزيز الفهم النظري وتقديم استراتيجيات جديدة ومبتكرة. من الضروري تشجيع المدرسين على الانخراط في الأنشطة البحثية والمشاركة في الدراسات والبحوث التي يمكن أن تسهم في تحسين جودة تدريس التربية الإعلامية وتعزيز فعاليتها.

13. مدى قيام المدرسين بنشر ثقافة التربية الإعلامية ضمن المواد التي تقوم بتدريسها



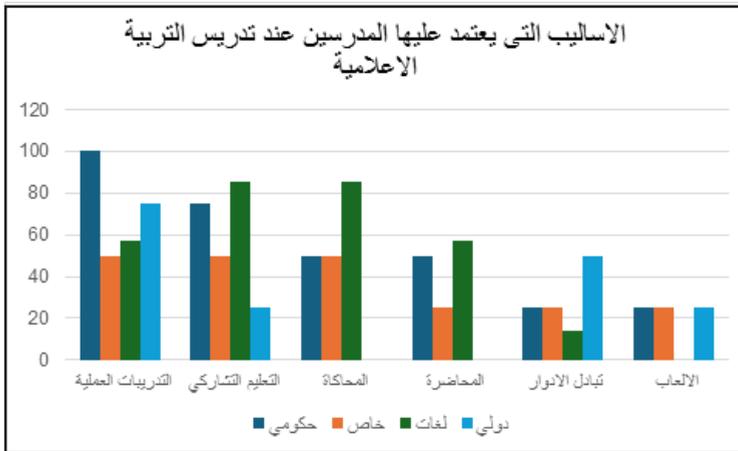
شكل رقم (16) مدى قيام المدرسين بنشر ثقافة التربية الإعلامية ضمن المواد التي تقوم بتدريسها

تشير بيانات الشكل (16) إلى أن 89.5% من المدرسين يدمجون نشر ثقافة التربية الإعلامية ضمن المواد التي يقومون بتدريسها بانتظام، مما يعكس التزامًا قويًا منهم بتعزيز الوعي الإعلامي في سياق التعليم. هذا يشير إلى أن التربية الإعلامية تُعدّ جزءًا أساسيًا من عملية التدريس ويُدمج بشكل فعال في المحتوى التعليمي. في المقابل، يقوم 10.5% من المدرسين بنشر ثقافة التربية الإعلامية أحيانًا فقط، مما قد يشير إلى تفاوت في مدى إدماج التربية الإعلامية في المواد الدراسية. يمكن أن يكون هذا التفاوت ناتجًا عن قلة التركيز على هذا الجانب في بعض المواد أو نقص في الموارد والتدريب. إن تعزيز تبني التربية الإعلامية بشكل أكثر انتظامًا بين جميع المدرسين قد يعزز من فعالية برامج التعليم الإعلامي ويزيد من تأكيد أهميته في كافة جوانب التعليم.

14. طرق نشر المدرسين ثقافة التربية الإعلامية خلال المواد التي يدرسونها

أظهرت آراء المبحوثين أن أبرز الأساليب التي يتبعها المدرسون لنشر ثقافة التربية الإعلامية بين الطلاب تتمثل في مجموعة طرق رئيسة. من بين هذه الطرق، تبرز الإذاعة المدرسية كوسيلة فعّالة لنقل المعلومات والوعي حول التربية الإعلامية. كذلك، يُعدّ تنظيم لقاءات دورية مع الطلاب، مثل الاجتماعات الشهرية من الاستراتيجيات المهمة التي تتيح تبادل الأفكار والنقاش حول قضايا الإعلام. بالإضافة إلى ذلك، تؤدي الصحيفة الورقية الحائطية دوراً مهماً في تقديم محتوى تعليمي وثقافي حول الإعلام. وأخيراً، تسهم اللوحات الإرشادية في تعزيز الوعي الإعلامي من خلال عرض المعلومات والنصائح المتعلقة بالإعلام على نحو مرئي وواضح. تُظهر هذه الأساليب التزام المدرسين بتوفير بيئة تعليمية تدعم تطوير فهم الطلاب لوسائل الإعلام وتأثيراتها.

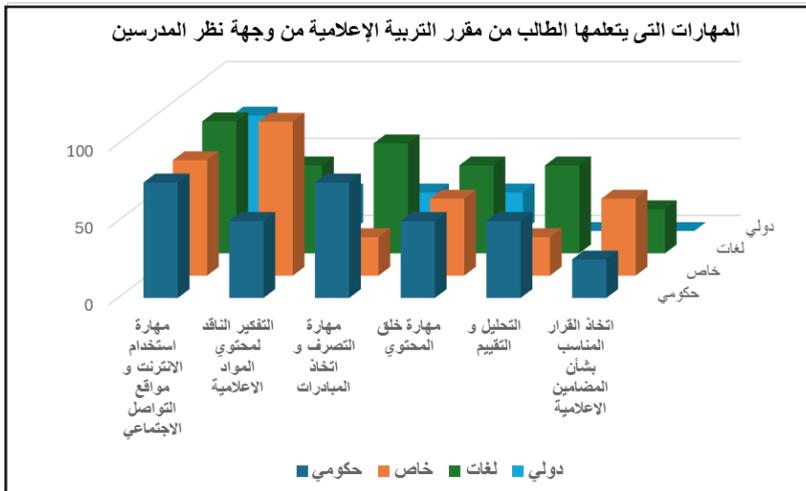
15. الأساليب التي يعتمد عليها المدرسون عند تدريس التربية الإعلامية



شكل رقم (17) الأساليب التي يعتمد عليها المدرسون عند تدريس التربية الإعلامية

يوضح الشكل (17) تنوع الأساليب التي اعتمدها المدرسون عند تدريس التربية الإعلامية. جاء في مقدمة هذه الأساليب أن المدرسين يعتمدون بشكل أساسي على التدريبات العملية في تدريس التربية الإعلامية، حيث بلغت نسبتها 68.4%، مما يعكس تفضيلهم لتطبيق المفاهيم الإعلامية في سياقات عملية تعزز التعلم الفعّال. في المرتبة الثانية، استخدام التعليم التشاركي بنسبة 63.2%، مما يدل على أهمية التفاعل والمشاركة بين الطلاب في تعزيز الفهم. تأتي المحاكاة في المرتبة الثالثة بنسبة 52.6%، مما يشير إلى استخدامها كأداة لتطبيق السيناريوهات الإعلامية العملية. بينما تُستخدم المحاضرة بنسبة 36.8% كوسيلة لتقديم المعلومات النظرية، وتأتي الألعاب في المرتبة الأخيرة بنسبة 15.8%، مما يعكس استخدامها بشكل أقل على الرغم من قدرتها على تقديم تعليم ممتع وجذاب. بشكل عام، تبرز تفضيلات المدرسين لأساليب التعليم التفاعلي والعملية لتعزيز فعالية تدريس التربية الإعلامية.

16. المهارات التي يتعلمها الطالب من مقر التربية الإعلامية من وجهة نظر المدرسين



شكل رقم (18) المهارات التي يتعلمها الطالب من مقر التربية الإعلامية

تشير بيانات الشكل 18 إلى أن مهارة استخدام الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي تعدّ المهارة الأساسية التي يتعلمها الطلبة من مقرر التربية الإعلامية، حيث بلغت نسبتها 78.9%. هذا يعكس الأهمية الكبيرة التي يُعطى لتعليم الطلبة كيفية التعامل مع هذه الوسائل الرقمية الحديثة. في المرتبة الثانية، تأتي مهارة التفكير الناقد لمحتوى المواد الإعلامية بنسبة 57.9%، مما يدل على التركيز على تطوير مهارات الطلبة في تحليل المحتوى الإعلامي وتقييمه بشكل نقدي. تليها مهارة التصرف واتخاذ المبادرات بنسبة 52.6%، مما يشير إلى أهمية تعليم الطلبة كيفية التصرف بشكل فعال في المواقف المختلفة. ثم تأتي مهارة خلق المحتوى في المرتبة الرابعة بنسبة 47.4%، مما يعكس الاهتمام بتدريب الطلبة على إنشاء محتوى إعلامي مبتكر. وأخيراً، تأتي اتخاذ القرار المناسب بشأن المضامين الإعلامية بنسبة 26.3%، مما يشير إلى أن هذه المهارة تُعدّ الأقل تركيزاً نسبياً، على الرغم من أهميتها في التعامل مع المعلومات الإعلامية. بشكل عام، تعكس هذه النتائج الأولويات في تعليم الطلبة المهارات الأساسية لتصفح المحتوى الإعلامي وتقييمه واستخدامه بفعالية.

17. مجالات تطبيق مهارات التربية الإعلامية من وجهة نظر المدرسين:



شكل رقم (19) مجالات تطبيق مهارات التربية الإعلامية

تشير بيانات الشكل 19 إلى أن الإعلام التقليدي يُعدّ المجال الرئيس لتطبيق مهارات التربية الإعلامية، حيث بلغت نسبته 84.2%. هذا يعكس التركيز الكبير على استخدام المهارات الإعلامية في التعامل مع وسائل الإعلام التقليدية مثل الراديو والتلفزيون والصحف. في المرتبة الثانية، يأتي الإعلام الرقمي بنسبة 73.7%، مما يدل على أهمية تطبيق المهارات الإعلامية أيضًا في الوسائط الرقمية مثل الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. وأخيراً، جاءت الفئة أخرى بنسبة 10.5%، مما يشير إلى أن هناك بعض التركيز على مجالات تطبيقية أخرى قد تشمل وسائل إعلام متخصصة أو سياقات غير تقليدية. بشكل عام، تعكس هذه البيانات أن هناك اهتمامًا ملحوظًا بتطبيق مهارات التربية الإعلامية في كلا المجالين التقليدي والرقمي، مع تركيز أكبر على الإعلام التقليدي.

18. مدى قيام المدرسين بزيارة دول خارج مصر أو حصولهم على منح دراسية تعرفوا من خلالها على طرق تدريس التربية الإعلامية:

جدول رقم (3)

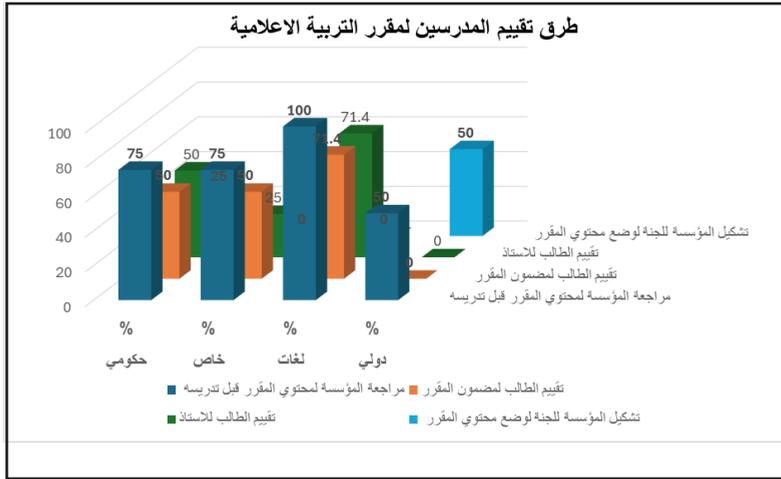
اهتمام المدرسين بالحصول على منح أو دروات للحصول على طرق تدريس التربية الإعلامية

| الإجمالي | | دولي | | لغات | | خاص | | حكومي | | النوع |
|----------|-------|------|-------|------|-------|-----|-------|-------|-------|----------|
| ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | المدى |
| 19 | 100.0 | 4 | 100.0 | 7 | 100.0 | 4 | 100.0 | 4 | 100.0 | لا |
| 19 | 100.0 | 4 | 100.0 | 7 | 100.0 | 4 | 100.0 | 4 | 100.0 | الإجمالي |

تشير بيانات جدول 3 إلى أن جميع المدرسين أجمعوا على أنهم لم يقوموا بزيارة دول خارج مصر أو الحصول على منح دراسية تتيح لهم التعرف إلى طرق تدريس التربية الإعلامية. هذا يشير إلى نقص في التجربة الدولية والتعرض لأساليب التدريس المتقدمة أو الممارسات التعليمية الجديدة في هذا المجال. قد يؤثر هذا النقص في التعرض إلى أفضل الممارسات العالمية على فعالية تدريس التربية

الإعلامية، حيث يمكن أن يحد من فرص المدرسين في اكتساب المعرفة والتقنيات الحديثة التي قد تعزز من جودة التعليم. تعزيز فرص التدريب الدولي والتبادل الأكاديمي يمكن أن يساهم في تطوير مهارات المدرسين وتحسين طرق تدريس التربية الإعلامية في مصر.

19. طرق تقييم المدرسين لمقرر التربية الاعلامية

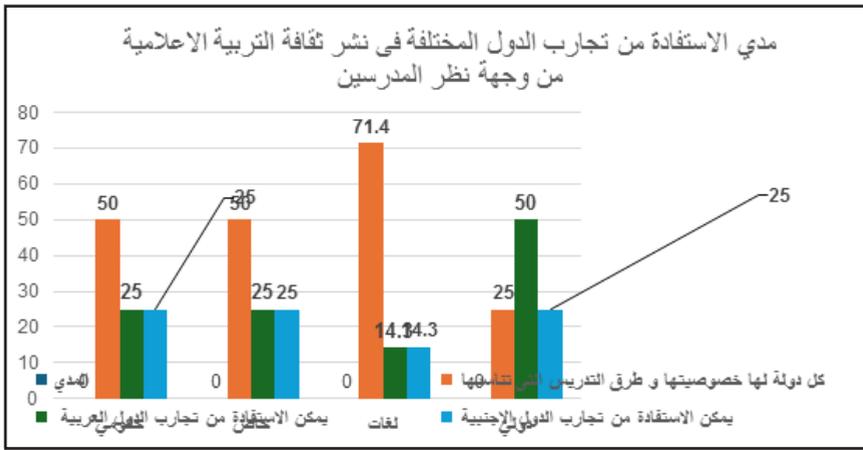


شكل رقم (20) طرق تقييم المدرسيين لمقرر التربية الاعلامية

تشير البيانات الموضحة بالشكل 20 إلى أن مراجعة المؤسسة لمحتوى المقرر قبل تدريسه تُعد الطريقة الأكثر اعتمادًا من قبل المدرسين لتقييم مقرر التربية الإعلامية، حيث بلغت نسبتها 78.9%. هذا يدل على أن المؤسسة تُولي اهتمامًا كبيرًا لضمان جودة المحتوى وتحديثه قبل تقديمه للطلاب. في المرتبة الثانية، يأتي تقييم الطلبة لمضمون المقرر بنسبة 47.4%， مما يعكس أهمية الحصول على تغذية راجعة من الطلاب حول محتوى المقرر. تليها تقييم الطلبة للأستاذ بنسبة 42.1%， مما يشير إلى دور تقييم الأداء التدريسي في تحسين فعالية تدريس المقرر. وأخيرًا، جاءت تشكيل المؤسسة للجنة لوضع محتوى المقرر بنسبة

15.8%، مما يشير إلى أن هذه الطريقة تُستخدم بشكل أقل مقارنة بالأساليب الأخرى. بشكل عام، تعكس هذه النتائج تركيزاً كبيراً على مراجعة المحتوى وتقييم الطلبة لتحسين مقرر التربية الإعلامية، بينما يُعطى اهتمام أقل لتشكيل اللجان المتخصصة في وضع المحتوى.

20. مدى الاستفادة من تجارب الدول المختلفة في نشر ثقافة التربية الإعلامية من وجهة نظر المدرسين.



شكل رقم (21) مدى الاستفادة من تجارب الدول المختلفة في نشر ثقافة التربية الإعلامية من وجهة نظر المدرسين

تشير بيانات الشكل 21 إلى أن كل دولة لها خصوصيتها وطرق التدريس التي تناسبها، وتُعد الأكثر أهمية من وجهة نظر المدرسين عند تقييم مدى الاستفادة من تجارب الدول المختلفة في نشر ثقافة التربية الإعلامية، حيث بلغت نسبتها 52.6%. هذا يشير إلى إدراك المدرسين لأهمية تخصيص استراتيجيات التعليم وفقاً لخصوصيات كل بلد وتكييف طرق التدريس لتلبية احتياجاته الفريدة. في المرتبة الثانية، تأتي الاستفادة من تجارب الدول العربية بنسبة 26.3%، مما يدل على اهتمام خاص بالاستفادة من التجارب المشابهة في السياقات الإقليمية.

وأخيراً، تأتي الاستفادة من تجارب الدول الأجنبية بنسبة %21.1، مما يشير إلى اهتمام أقل بالاستفادة من النماذج الدولية مقارنة بالتجارب الإقليمية والمحلية. بشكل عام، تعكس هذه النتائج التركيز على تكييف أساليب التربية الإعلامية لتناسب الخصوصيات المحلية والإقليمية مع الاعتراف بفوائد التجارب الدولية.

21. أسماء الدول التي يمكن الاستفادة من تجاربها

عند سؤال المبحوثين عن أسماء أهم الدول التي يمكن الاستفادة من تجاربها في تدريس مقرر التربية الإعلامية، جاءت الإجابات مشيرة إلى بعض الدول التي يُعتقد أنها رائدة في هذا المجال. فقد ذُكرت الولايات المتحدة الأمريكية ثلاث مرات كمصدر هام للتجارب الناجحة في تدريس التربية الإعلامية، مما يعكس الاعتراف بمكانتها المرموقة في هذا المجال. كما تم ذكر بريطانيا مرة واحدة، مما يشير إلى وجود بعض التجارب المتميزة التي يمكن الاستفادة منها. بالإضافة إلى ذلك، أشار أحد المبحوثين إلى الدول العربية بشكل عام، من دون تحديد دولة بعينها، مما يعكس الاهتمام بإمكانية وجود تجارب ناجحة في المنطقة العربية تستحق الدراسة والتطبيق.

22. درجة تقييم المدرسين لتدريس التربية الإعلامية في مؤسساتكم وفقاً

لنوع المدارس

جدول رقم (4) درجة تقييم المدرسين لتدريس التربية الإعلامية في مؤسساتكم وفقاً

لنوع المدارس

| النوع الدرجة | حكومي | | خاص | | لغات | | دولي | | الإجمالي | |
|-----------------|-------|-------|-----|-------|------|-------|------|-------|----------|-------|
| | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % |
| جيد | 2 | 50.0 | 1 | 25.0 | 5 | 71.4 | 0 | 0.0 | 8 | 42.1 |
| جيد جداً | 1 | 25.0 | 1 | 25.0 | 0 | 0.0 | 4 | 100.0 | 6 | 31.6 |
| ممتاز | 1 | 25.0 | 1 | 25.0 | 1 | 14.3 | 0 | 0.0 | 3 | 15.8 |
| مقبول | 0 | 0.0 | 1 | 25.0 | 1 | 14.3 | 0 | 0.0 | 2 | 10.5 |
| الإجمالي | 4 | 100.0 | 4 | 100.0 | 7 | 100.0 | 4 | 100.0 | 19 | 100.0 |

تشير البيانات الموضحة بالجدول 4 إلى أن تقييم المدرسين لتدريس التربية الإعلامية في مؤسساتهم يتوزع بشكل ملحوظ بين مستويات مختلفة من الجودة. جيد يأتي في المقدمة بنسبة %42.1، مما يعكس أن معظم المدرسين يحسبون جودة تدريس التربية الإعلامية مقبولة ولكن ليست مثالية. في المرتبة الثانية، تأتي جيد جداً بنسبة %31.6، مما يدل على أن نسبة كبيرة من المدرسين يرون أن جودة التدريس أعلى من المستوى الجيد، ولكنها قد تحتاج إلى تحسين إضافي. ممتاز يأتي في المرتبة الثالثة بنسبة %15.8، مما يشير إلى أن هناك مجموعة أصغر من المدرسين يعدون جودة التدريس على أعلى مستوى. أخيراً، مقبول يأتي بنسبة %10.5، مما يدل على أن نسبة أقل من المدرسين يحسبون جودة التدريس في حدها الأدنى المقبول. بشكل عام، تعكس هذه النتائج تفاوتاً في تقييم جودة تدريس التربية الإعلامية، مع ميل معظم المدرسين إلى تقييمها بين الجيد والجيد جداً، مما يشير إلى الحاجة إلى تحسينات مستمرة في هذا المجال.

ثالثاً: بالنسبة إلى دور مؤسسات المجتمع المدني في نشر ثقافة التربية الإعلامية

تم إجراء مقابلة مع كل من مارينا سامي المسؤول الإعلامي لمؤسسة ماعت للسلام بتاريخ 3 يونيو 2024 الساعة 8 مساءً، والسفير حاتم الروبي رئيس مجلس إدارة مؤسسة سفراء للعمل التطوعي والتنمية المستدامة بتاريخ 30 يوليو 2024 الساعة 2 مساءً، ودكتورة رباب البحيري رئيس جمعية وعي للثقافة والتنمية المستدامة بتاريخ 27 يونيو 2024 الساعة 5 مساءً. وخلصت المقابلات الثلاث للنتائج التالية:

هناك خطط استراتيجية أو سنوية معتمدة لـ «التربية الإعلامية» على مستوى البلد وبمقابلة المسؤول الإعلامي لمنظمة ماعت للسلام أكدت بأن هناك خطة معلنة لتفعيل برامج التربية الإعلامية بمنظمة ماعت للسلام ويتم تحديثها سنوياً، وتنص أهم بنودها على تطوير وتنفيذ أساليب مبتكرة وممارسات لتعزيز

الأنشطة الشاملة من خلال تعزيز الثقافة الإعلامية والمهارات والكفاءات الرقمية للشباب، ومن ضمن بنودها:

1. تحسين معرفة قدرات الشباب والعاملين في المجال الإعلامي لتعزيز الثقافة الإعلامية والمهارات الرقمية بين الشباب.

2. التعريف بصحافة المواطن ودورها كوسيلة للمشاركة المجتمعية والمشاركة الفعالة في الحياة الديمقراطية لمجتمعاتهم.

3. تعزيز التعاون المتبادل وتبادل أفضل الممارسات في مجال عمل الشباب في مكافحة الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة وكيفية التحقق من المعلومات.

4. دعم التطوير النوعي لعمل الشباب من خلال تطبيق المواد التدريبية للتفكير النقدي، ومحو الأمية الإعلامية، والمهارات الرقمية، والمهارات القيادية، والتفكير الذاتي، وتمكين وإشراك الشباب والصحفيين والإعلاميين.

أما عن عمل مؤسسة وعي للثقافة والتنمية المستدامة بمجال التربية الإعلامية، جمعية وعي للثقافة والتنمية المستدامة، جمعية من الجمعيات الأهلية غير الهادفة للربح ومشهرة برقم 2505 لسنة 2019 وتعمل من أجل تحقيق أهداف التنمية المستدامة بدأت العمل 2019 تحت مظلة وزارة التضامن الاجتماعي بمصر.

تتعاون مؤسسة وعي للثقافة والتنمية المستدامة مع جمعية مصر الخير، ومؤسسة حياة كريمة وجمعية الأورمان والجمهورية الجديدة مع العلم المؤسسة لا تتلقى أي تمويل خارجي.

وفيما يتعلق ببنود ومحاور استراتيجية المؤسسة في مجال التربية الإعلامية:

- التوعية بقضايا النساء والأطفال
- التوعية بقضايا النوع الاجتماعي

- محاربة التمييز العنصري حسب النوع الاجتماعي
 - محاربة قضايا التنمر الإلكتروني
 - رفع كفاءة الأفراد والتأهيل نحو القيادة
 - مكافحة الإدمان
 - المواطنة الرقمية
 - العمل على القضاء على الجوع والفقير
 - التوعية ورفع الوعي بأهمية التطوع وخدمة المجتمع المدني
- فيما يتعلق بمؤسسة سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة فلديها خطة معلنة محدثة ويصدر كتيب بأهداف التنمية المستدامة سنويا في يوليو من كل عام ويستمر العمل بها خلال العام، وتتضمن مجموعة من برامج التي تتفق مع أهداف التربية الإعلامية ومن أهم بنود الاستراتيجية الخاصة بتفعيل برامج التربية الإعلامية
- رفع الوعي بأهمية المشاركة السياسية لدى الشباب
 - تمكين الشباب للقيادة وممارسة العمل التطوعي
 - محاربة السلوكيات والفكر المتطرف ونبذ العنف وقبول الآخر
 - محاربة التنمر الإلكتروني
 - مكافحة العنف ضد النساء وتمكينهم للقيادة
 - تحقيق أهداف التنمية المستدامة من محاربة الفقر والجوع والاهتمام بالصحة النفسية ومكافحة الإدمان ورفع الوعي بقضايا البيئة وتمكين الشباب والنساء للقيادة

هناك العديد من الجهات المعنية بـ التربية الإعلامية. ومن ضمن مؤسسات المجتمع المدني، هناك أكثر من 50 مؤسسة مجتمع مدني في مصر. أُجريت مقابلة مع ثلاث من أبرز مؤسسات المجتمع المدني المعنية بتحقيق أهداف التنمية المستدامة، والتي تتفق مع أهداف برامج التربية الإعلامية، وهي:

- مؤسسة ماعت للسلام: منظمة غير هادفة للربح.

- مؤسسة وعي للثقافة والتنمية المستدامة مشهرة: برقم 2505 لسنة 2019 م، وتخضع لرقابة وزارة التضامن الاجتماعي.

- مؤسسة سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة: مؤسسة غير هادفة للربح تهدف إلى دعم المجتمع وتنمية الشباب. تأسست عام 2016، وتخضع لإشراف وزارة التضامن الاجتماعي في مصر.

جدير بالذكر أن هناك تجارب مهمة في مجال «التربية الإعلامية» حيث أكدت مارينا سامي، المسؤول الإعلامي لمؤسسة ماعت للسلام، أن مؤسسة ماعت تستهدف نشر الوعي بين الشباب والصحفيين والإعلاميين من خلال:

- عقد دورات تدريبية وورش عمل تهدف إلى التعريف بصحافة المواطن ونشر الثقافة الإعلامية.

- التحقق من المعلومات والسلامة الرقمية.

-تنظيم فعاليات وجلسات تناقش التضليل الإعلامي وتأثيره على المجتمعات.

أما من حيث تجربة تطبيق «التربية الإعلامية» وخلال مقابلة مع المسؤول الإعلامي لمنظمة ماعت للسلام، مارينا سامي، بتاريخ 3 يونيو 2024 الساعة 8 مساءً، أكدت أنّ منظمة ماعت للسلام بدأت منذ عام 2022 كإحدى مؤسسات المجتمع المدني الشريكة في مشروع أكاديمية صحافة المواطن للشباب (JOUR) " (YOU) هذا المشروع ممول من المفوضية الأوروبية ضمن برنامج إيراسموس+

استمر لمدة 24 شهرًا من عام 2022 إلى 2024. وكان المشروع يتكون من سبع منظمات شريكة، في سبع دول أوروبية وعربية، وهي (بلغاريا - اليونان - إيطاليا - ألبانيا - الأردن - مصر - تونس) وتم تنفيذ المشروع في 7 بلدان من البرامج والدول الشريكة.

أما عن جمعية وعي للثقافة والتنمية المستدامة، فهي إحدى الجمعيات الأهلية غير الهادفة للربح، ومشهرة برقم 2505 لسنة 2019. تعمل الجمعية من أجل تحقيق أهداف التنمية المستدامة، وبدأت نشاطها في عام 2019 تحت مظلة وزارة التضامن الاجتماعي في مصر. تتعاون جمعية وعي للثقافة والتنمية المستدامة مع عدد من المؤسسات والجمعيات المرموقة، منها: جمعية مصر الخير، ومؤسسة حياة كريمة وجمعية الأورمان والجمهورية الجديدة.

مع الإشارة إلى أن الجمعية لا تتلقى أي تمويل خارجي.

ومن ضمن أهم المشاريع التي تتبناها المؤسسة:

- دورات تدريبية وورش عمل للتوعية بالحقوق والواجبات ومبادئ المواطنة بين أفراد المجتمع.

- مشروع التمكين الاقتصادي للشباب وزيادة الأعمال بالتعاون مع وزارة القوى العاملة، والذي يهدف إلى توفير فرص تدريب وتوظيف ومنح.

- مبادرات مع شراكات مختلفة، تشمل جمعيات أهلية ومنظمات مجتمع مدني وجهات رسمية مثل وزارة التضامن الاجتماعي.

- دراسات حالة بالتعاون مع باحثين مختصين في البحث الاجتماعي، مما أسهم في تقديم مساعدات ودعم اجتماعي لـ 3000 أسرة.

- معسكرات تدريبية بالتعاون مع جامعة حلوان - كلية الخدمة الاجتماعية.

فيما يتعلق ببدء مؤسسة سفراء العمل التطوعي في تفعيل برامج التربية

الإعلامية ضمن خطتها لتحقيق أهداف التنمية المستدامة، أكد سعادة السفير حاتم الروبي، رئيس المؤسسة، خلال مقابلته بتاريخ 2024-7-30 الساعة 2 مساءً، أن العمل بدأ عام 2016. وأوضح أن التجهيز لإطلاق برامج التربية الإعلامية استغرق خمس سنوات قبل تأسيس المؤسسة وإشهارها عام 2011م. كما أشار إلى وجود تقارير ومؤشرات منجزة عن تلك الخطط.

من جهة أخرى، أكدت مارينا سامي، المسؤول الإعلامي لمؤسسة ماعت للسلام، أن المؤسسة تعقد ندوات وورش عمل ودورات تدريبية في مجال:

- التربية الإعلامية.
- محاربة الشائعات والتضليل الإعلامي.
- التصدي للمعلومات المضللة وخطاب الكراهية الإعلامية.

دعوة لحضور فعالية افتراضية بعنوان
"الكراهية الإعلامية أداة لإشعال الحروب والصراعات"

أ. محمد عوض
مدير تحرير صحيفة الأهرام المصرية
المتخصصة في الشؤون القانونية والحرية

أ. أسماء الحسيني
مؤسس ورئيسة مجلس إدارتي
مؤسسة ماعت للسلام

أ. محمد حسن كبوشية
مؤسس ورئيس مجلس إدارتي
مؤسسة ماعت للسلام

أ. وليد التميمي
مؤسس ورئيس مجلس إدارتي
مؤسسة ماعت للسلام

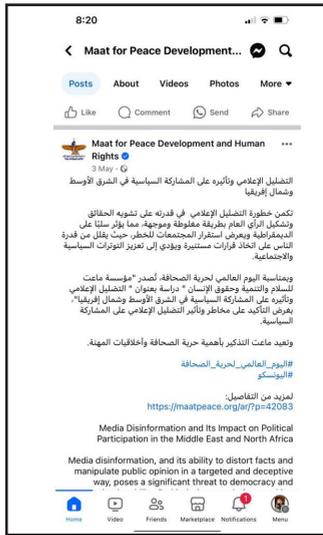
بسلت عصام الدين
مؤسس ورئيس مجلس إدارتي
مؤسسة ماعت للسلام

28 يوليو
2023
2:00 م
توقيت القاهرة
عبر منصة Zoom

على هامش اليوم الدولي لمكافحة خطاب الكراهية
دراسة حول
خطابات الكراهية والإعلام
الوضع القائم واستراتيجيات المكافحة

On Sidelines of International Day to Combat Hate Speech
Study about
Hate Speech & Media
Current Situation and Combat Strategies

يونيو - يونيو
2024





أما عن أنشطة مؤسسة سفراء للعمل التطوعي والتنمية المستدامة حرصت المؤسسة على عقد ندوات ومحاضرات توعوية في كافة المدارس والجامعات والأندية الرياضية بجميع المحافظات مع التركيز على محافظتي الفيوم وبني سويف. كما تتعاون المؤسسة مع دور العبادة، والأطباء، والمجلس القومي للسكان، ويترأس الوفد نائب رئيس المجلس القومي للسكان الدكتور عمرو حسن، تمتلك المؤسسة وحدة للعلاقات العامة تتولى التواصل مع الجمهور وإدارة الحملات والمبادرات، ويعمل بها فريق متخصص من خريجي كليات الإعلام. بالإضافة إلى ذلك، توجد وحدة للرصد الرقمي تُعنى بقياس فعالية الحملات التوعوية التي تنفذها المؤسسة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

أجرت المؤسسة ثلاث مبادرات عبر منصات التواصل الاجتماعي لرفع الوعي الرقمي لعدد من القضايا، منها: جرائم العنف ضد النساء، بخاصة بعد الأحداث الأخيرة التي شهدتها المجتمع المصري. ومبادرة اتحضر للأخضر. ثم مبادرة التشجير. وبطولة المجتمع المدني لعام 2024 وشاركت أكثر من 60 مؤسسة مجتمع مدني، تنظيم يوم بيئي للنظافة العامة وزارة 100 شجرة بالإسماعيلية في إطار مبادرة فخامة الرئيس عبد الفتاح السيسي « اتحضر للأخضر» ،

تقوم المؤسسة باستضافة عدد كبير من ذوي الخبرة والاستشارات في مجال العمل المجتمعي والخدمي والتوعوي. كما أن لديها شركات ومبادرات وبرتوكولات تعاون مع العديد من المؤسسات المتعاونة معنا 50 مؤسسة، من بينها وزارة الصحة والسكان، وزارة الشباب والرياضة، وزارة التضامن الاجتماعي، المجلس القومي للسكان، اليونيسف، الأمم المتحدة، الاتحاد الأوروبي، وزارة التخطيط، جامعة الدول العربية، الاتحاد العربي للعمل التطوعي، وزارة التعاون الدولي، المجلس العربي للمسؤولية المجتمعية، والمؤسسة العربية للخدمات المتكاملة.







فيما يتعلق بالأنشطة التي تقوم بها مؤسسة ماعت للسلام في مجال التربية الإعلامية تقوم بعقد مجموعة من التدريبات وورش العمل، بالإضافة إلى تنظيم فعاليات وجلسات نقاش بحضور صحفيين وإعلاميين وشباب. ومنذ عام 2022 كانت مؤسسة ماعت إحدى مؤسسات المجتمع المدني الشريكة في مشروع أكاديمية صحافة المواطن للشباب (JOUR-YOU) وهو مشروع ممول من المفوضية الأوروبية برنامج إيراسموس+، حيث استمر المشروع لمدة 24 شهرًا من 2022 إلى 2024.

يتكون المشروع من سبع منظمات شريكة في سبع دول أوروبية وعربية، وهي (بلغاريا - اليونان - إيطاليا - ألبانيا - الأردن - مصر - تونس). وقد تم تنفيذ المشروع في 7 بلدان من البرامج والدول الشريكة، من خلال مجموعة من أنشطة

بناء القدرات للوصول إلى الأهداف المحددة. تشمل هذه الأنشطة ندوات للشباب العاملين، ومواد تدريبية حول صحافة المواطن (دورات عبر الإنترنت، مجموعة أدوات تدريبية، ودليل أفضل الممارسات)، بالإضافة إلى أنشطة تدريبية دولية ومحلية حول صحافة المواطن والتربية الإعلامية للشباب في كل دولة.

وبالنسبة إلى مؤسسة سفراء العمل التطوعي للتنمية المستدامة، فهي تمتلك مرصداً رقمياً وإدارة للإعلام والعلاقات العامة، يعمل بها خريجي كليات الإعلام من الجامعات المصرية المختلفة، وهم مدربون ومؤهلون لرصد الأداء والتواصل بفاعلية مع الجمهور، بالإضافة إلى إطلاق الحملات التوعوية والمبادرات عبر منصات التواصل الاجتماعي. ومن أبرز الخطط التي تم إطلاقها مؤخراً ثلاث مبادرات عبر منصات التواصل الاجتماعي لرفع الوعي الرقمي حول عدد من القضايا، منها جرائم العنف ضد النساء، خصوصاً بعد الأحداث الأخيرة، وجرائم العنف ضد النساء في المجتمع المصري. كما تم إطلاق مبادرة «اتحضر للأخضر»، ومبادرة «التشجير» وبطولة المجتمع المدني لعام 2024 التي شاركت فيها أكثر من 60 مؤسسة مجتمع مدني.

أما جمعية «وعي للثقافة والتنمية المستدامة» فقد نجحت في إقامة معسكرات تدريبية بالتعاون مع جامعة حلوان - كلية الخدمة الاجتماعية.

الخاتمة

أشارت النتائج إلى أن نسبة كبيرة من المدرسين يعتقدون أن المؤسسة تهتم بنشر ثقافة التربية الإعلامية بين الطلبة، حيث يعكس هذا إدراكهم للجهود المبذولة في هذا المجال من خلال البرامج والمبادرات التعليمية المتنوعة. يتجلى هذا الاهتمام في كون التربية الإعلامية جزءاً أساسياً من خطة الأنشطة السنوية، وتنظيم ورش العمل، ودمج أهداف التربية الإعلامية ضمن الأهداف التعليمية. بالإضافة إلى ذلك، تُظهر النتائج أن الإذاعة المدرسية تُعد من أكثر الأساليب فعالية في نشر الوعي الإعلامي بين الطلبة، يليها تقديم مكافآت للطلبة المشاركين في الأنشطة الإعلامية، وتوفير دورات تدريبية للمدرسين.

كما تشير البيانات إلى أن غالبية المدرسين لديهم خبرة طويلة في تدريس مقرر التربية الإعلامية، مع حصول نسبة كبيرة منهم على دورات تدريبية متخصصة قبل التدريس، ويتم ترشيحهم لتدريس المقرر بناءً على مسؤوليتهم عن الأنشطة الطلابية أو رغبتهم الشخصية. ومع ذلك، هناك نقص في النشاط البحثي في مجال التربية الإعلامية بين المدرسين، مما يشير إلى حاجة لتعزيز البحث والتطوير في هذا المجال. كما أن هناك اتفاق عام بين المدرسين على أهمية تدريس التربية الإعلامية في المدارس والجامعات، مع تأكيد على دور الأهل في متابعة ما يشاهده الأطفال كوسيلة لحمايةهم من مخاطر وسائل الإعلام.

ويتضح أيضاً مما سبق أن ممارسات التربية الإعلامية متواجدة في معظم الجامعات والمعاهد الخاصة بمصر، ولكن لا يزال هناك جامعات ومعاهد لا تطبق هذه الممارسات بأشكالها المختلفة، كما أن تعزيز ممارسات التربية الإعلامية لا تتوقف على إدراج مقرر التربية الإعلامية ضمن البرنامج الدراسي فقط، ولكنها تشمل أوجه عديدة، مثل التأكيد على ممارسة أخلاقيات العمل الإعلامي، والمشاركة في إنتاج المواد الإعلامية التي تقدم التوعية بخصوصها وثقف الطلبة، وضع طرق لكشف الشائعات، والتشجيع على المشاريع البحثية، والمنح البحثية

الخاصة بالتربية الإعلامية. وعقد ورش عمل ودورات تدريبية مرتبطة بتطبيقها. أما بالنسبة إلى مؤسسات المجتمع المدني، فهناك أنشطة مختلفة ومتنوعة لنشر ثقافة التربية الإعلامية والرقمية، إلا أن هذه الأنشطة تعاني من نقص في التنسيق بين المؤسسات بعضها البعض، وكذلك التنسيق مع المدارس، بشكل خاص، لمساعدتهم على تحقيق أهدافهم فيما يخص نشر مهارات التربية الإعلامية بين الطلبة. ولتحقق الوعي الكامل بمفهوم التربية الإعلامية وتطبيق الممارسات على أوسع نطاق، نختتم هذا الفصل بمجموعة من التوصيات:

1. توعية أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة بممارسات التربية الإعلامية، وعقد ورش تدريبية لتنمية مهاراتهم في كيفية تطبيق مفاهيم التربية الإعلامية داخل الحرم الجامعي ومع الطلبة.
2. تقديم منح دراسية وبحثية خاصة بالتربية الإعلامية وأن تكون بشكل دوري.
3. وضع دليل إرشادي لكيفية تطبيق ممارسات التربية الإعلامية في الجامعات والمعاهد.
4. وضع برنامج دراسي لأبرز ممارسات التربية الإعلامية، وتفعيل هذا البرنامج وتطبيقه في الكليات والمعاهد.
5. وضع إطار وطني موحد لتطبيق التربية الإعلامية في مؤسسات التعليم العالي، مع توفير الدعم والتوجيهات اللازمة لضمان التنفيذ الفعال على نطاق أوسع، مما يعزز فعالية تطبيق تلك الممارسات.
6. الاهتمام بمسرحية المناهج، وإدراج ممارسات التربية الإعلامية كموضوع أساسي لهذه المسرحيات.
7. ابتكار وسائل جديدة دراسية تعتمد على الإبداع والتعليم غير المباشر لمفاهيم التربية الإعلامية، مثل تصميم الألعاب، أو برامج إلكترونية، أو

أغاني، أو اسكتشات درامية.

8. عقد حلقات نقاش بين أساتذة الجامعات والإعلاميين، للتوصل إلى كيفية تطبيق ممارسات التربية الإعلامية بأفضل شكل ممكن، وترسيخ القيم الإيجابية الأصيلة.

9. الاهتمام بإدراج مقررات النقد الإعلامي ضمن المقررات الدراسية لارتباطه الوثيق بممارسات التربية الإعلامية.

10. دعم وسائل الإعلام للمؤسسات التربوية والتأكيد في البرامج المقدمة بها على الهوية الثقافية وأهمية النقد الإيجابي وتوعية الجمهور بكيفية كشف الأخبار الزائفة والتصدي للشائعات.

11. الاستفادة من الطلبة الذين تم تدريبهم على ممارسات التربية الإعلامية لتدريب زملائهم والاستفادة بتبادل الخبرات بين الشباب، وما يمكن أن يكون له أثر جيد في توجيه السلوك.

12. الاهتمام بالثقيف الإعلامي الشامل لطلبة الجامعات والمعاهد، وتزويدهم بالمعلومات الدقيقة التي تشكل مرجعاً قوياً لهم في اكتشاف الممارسات الإعلامية المضللة.

13. اهتمام المؤسسات البحثية والعلمية بعقد المزيد من المؤتمرات والسيمنارات العلمية التي تلقي الضوء على أهمية التربية الإعلامية، ومناقشة المستجدات في المشهد الإعلامي.

14. التنسيق بين مؤسسات المجتمع المدني والمدارس والجامعات لتحقيق الأثر الإيجابي المستدام في نشر ثقافة التربية الإعلامية بين الأطفال والشباب، وضمان تكامل الأدوار لتحقيق أهداف التربية الإعلامية.

15. ضرورة ربط خطط أعمال مؤسسات المجتمع المدني بنتائج البحث العلمي.

16. ضرورة أن يكون العاملون في مؤسسات المجتمع المدني في وحدات الرصد وتقييم الأداء وقياس الرأي من دارسي الإعلام، وهو ما تم رصده من خلال المقابلات المتعمقة، حيث يتم تكليف خريجي الإعلام من الجامعات المصرية بمهام الرصد الرقمي، ومتابعة المبادرات التي تطلق عبر المنافذ الرقمية التابعة لمؤسسات المجتمع المدني.

17. ضرورة توجيه الاهتمام نحو النشء من الأطفال، وبخاصة طلبة المدارس، وتعاون مؤسسات المجتمع المدني مع المدارس، حيث لا يقتصر الأمر على شباب الجامعات فقط. ويمكن لمؤسسات المجتمع المدني في هذا السياق تقديم دعم إضافي للمدارس من خلال توفير موارد تعليمية متخصصة، واستضافة خبراء لتقديم محاضرات وندوات، والتعاون في تنفيذ مشاريع مشتركة تهدف إلى تعزيز وعي الطلبة بأهمية التربية الإعلامية.

18. ضرورة إدراج أنشطة وبرامج التربية الإعلامية ضمن جدول أعمال مؤسسات المجتمع المدني، حيث أفصح العديد من هذه المؤسسات عن رغبتهم في الاهتمام بمجال التربية الإعلامية.

19. تشجيع مؤسسات المجتمع المدني على إطلاق مبادرات في مجال التربية الإعلامية في المدارس والجامعات من خلال تخصيص أنشطة، مثل المحاضرات والندوات، بالإضافة إلى التدريب الميداني عبر خبراء في مجال الاتصال المؤسسي والإعلام الرقمي.

المراجع العربية والأجنبية

1. أم الرتم، سحر (2017) (إدماج التربية الإعلامية في الأنشطة المدرسية الموازية: دراسة استطلاعية على عينة من المدارس القرآنية بمدينة العلمة)، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والانسانية والإنسانية المركز الجامعي أحمد زبانة غليزان - مخبر الدراسات الاجتماعية والنفسية والأنثروبولوجيا، الجزائر، العدد التاسع/<http://search.mandumah.com/Record/988706>
2. الخزاعلة، أحمد، (2020)، «مستوى وعي طلبة الجامعات الأردنية بالتربية الإعلامية في ضوء بعض المتغيرات» بحث منشور في مجلة المنارة للبحوث والدراسات، مجلد 26 ، عدد 2. الأردن
3. الزغي، لؤي (2022) (علاقة جمهور وسائل الإعلام والاتصال الرقمي بمعايير وأبعاد التربية الإعلامية الرقمية: دراسة مسحية على طلاب المرحلة الثانوية في دمشق)، مجلة جامعة دمشق للآداب والعلوم الإنسانية، جامعة دمشق، مجلد 38، عدد (1). متاح على الرابط التالي:<http://search.mandumah.com/Record/1279479>
4. الشهراني، عبد الله بن فلاح بن محمد والغامدي، سامي عبد الله لاحق (2021) (معوقات التربية الإعلامية في المدارس الثانوية بمحافظة المخواة من وجهة نظر المعلمين وسبل التغلب عليها)، مجلة شباب الباحثين في العلوم التربوية، كلية التربية، جامعة سوهاج، العدد الثامن.
5. العززي، حنان ممدوح (2020) (واقع التربية الإعلامية في مدارس التعليم الثانوي لتحفيظ القرآن الكريم في مدينة الرياض)، مجلة العلوم التربوية والنفسية، المركز القومي للبحوث غزة، فلسطين، مجلد 4، العدد 33.
6. المر، عايدة محمد عوض (2020) (أساليب تطبيق التربية الإعلامية في مدارس التعليم العام من منظور أخصائي الإعلام التربوي)، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد 28، سبتمبر (2020).<http://search.mandumah.com/Record/1093467>
7. الهذلي، هدى مطر، (2017)، «التربية الإعلامية لدى طالبات جامعة الأمير سطام بن عبد العزيز من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس» بحث منشور في مجلة كلية التربية، جامعة طنطا، مجلد 68، عدد 4، -مصر. متاح على الرابط التالي:

- <http://search.mandumah.com/Record/924123>
8. حسن، ماهر أحمد (2021)، تفعيل التربية الإعلامية في مدارس التعليم العام بالمنطقة الشرقية في ضوء خبرات وتجارب بعض الدول المتقدمة، مجلة العلوم التربوية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، العدد الثامن والعشرين.
9. حياة بدر (2020)، «قياس مهارات التربية الرقمية لطلاب كلية الإعلام بالجامعات المصرية ضمن تجربة التعليم عن بُعد في ظل أزمة كورونا»، بحث منشور في مجلة بحوث الإعلام، العدد 73 (مصر). متاح على الرابط التالي:
<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/305/16/2/201859>
10. خضر، وفاء السيد (2018) (فعالية برنامج مقترح باستخدام الصحف والمجلات في تنمية مهارات التربية الإعلامية لدى طلاب المدارس في مصر: دراسة شبه تجريبية على عينة من طلاب المرحلة الإعدادية)، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة - كلية الإعلام - قسم الصحافة، العدد الثالث عشر.
11. خليل، حسن محمد (2015) (تقويم واقع ممارسه الطلاب لمهارات التربية الإعلامية في ضوء تعدد مصادرهم للثقافة الإعلامية وتأثيراتها: دراسة مسحية على عينة من طلاب المدارس الثانوية بالتعليم العام السعودي)، مجلة دراسات الطفولة، جامعة عين شمس - كلية الدراسات العليا للطفولة، مصر، مجلد 18، العدد 66. متاح على الرابط التالي:
<http://search.mandumah.com/Record/834424>
12. رشيد راضي وآخرون، (2018)، «كفايات منهج التربية الإعلامية والرقمية من وجهة نظر أساتذة الجامعات العراقيين» بحث منشور في مجلة الباحث العالمي، مجلد 10، عدد 40 - العراق - متاح على الرابط التالي:
https://www.researchgate.net/publication/334554258_kfayat_mnhj_altrbyt_alalamyt_alrqmyt_mn_wjht_nzr_asatdht_aljamat_alraqyyn_drast_mydanyt
13. ريهام سامي، (2019)، «مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الجامعات: دراسة كيفية»، بحث منشور في المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، عدد 26، (مصر). متاح على الرابط التالي:
https://jkom.journals.ekb.eg/article_107468_71fbb969ccacf951da8713124a749763.pdf?lang=en

14. سعادة، منار خالد (2021) (تصورات مديري المدارس في لواء قصبة المفرق نحو تدريس التربية الإعلامية في المدارس الحكومية)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، كلية العلوم التربوية، الأردن.
15. عادل، نهي وآخرون، (2022) «التربية الإعلامية كآلية لتمكين طلاب الجامعات من مواجهه حروب الجيل الخامس وتحقيق الأمن الإنساني» بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد 80 يوليو/ سبتمبر. -مصر- متاح على الرابط التالي
http://search.shamaa.org/PDF/Articles/EGEjmr/EjmrNo80P2Y2022/ejmr_2022-n80-p2_1421-1494_authsub.pdf.
16. عبد الرحمن العطار بسيوني وآخرون (2021)، «نموذج مقترح لمهارات الثقافة الرقمية في ضوء احتياجات الطلاب المعلمين بكلية التربية جامعة الأزهر»، بحث منشور في مجلة التربية جامعة الأزهر، العدد 191، الجزء الثالث (مصر).
https://jsrep.journals.ekb.eg/article_200165_15f3f5679402a692dcacf1fa3af1b16e.pdf.
17. عبد العاطي، علاء محمد (2021) (رؤية مستقبلية لتفعيل دور أخصائي الإعلام التربوي في تطبيق التربية الإعلامية لدى طالب المرحلة الإعدادية دراسة ميدانية على الممارسين والأكاديميين)، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، مصر، العدد الثامن والخمسون - الجزء الثاني- ذو القعدة 1442هـ- يوليو 2021 م.
18. على، إيمان، (2020) «اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طالب الجامعات» بحث منشور في مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، عدد 55، مجلد 6 - مصر -
https://jsb.journals.ekb.eg/article_132554_96303e0f9cca00d313b13628217b9be2.pdf
19. فخر الدين، أريج محمد، (2022) دور التربية الإعلامية في الاستخدام الأمن للإعلام الرقمي: رؤية مستقبلية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع80، 249- 293.
20. محمد، احمد، (2018)، « رؤية منهجية مقترحة لتطبيق التربية الإعلامية على طلاب الجامعة المتخصصين وأثرها على جودة انتاجهم للرسائل الإعلامية » رسالة دكتوراه غير منشور، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، جامعة المنيا، 2018 - مصر

– متاح على الرابط التالي:

<http://search.mandumah.com/Record/1033617> 21.

22. محمود احمد لطفي (2023)، توظيف الجمعيات الأهلية ومؤسسات المجتمع المدني لوسائل الإعلام في تحقيق أهداف التنمية المستدامة للدولة المصرية، مجلة بحوث الإعلام وبحوث الاتصال، بحث منشور، مجلة بحوث الإعلام وعلوم الاتصال الصادرة عن معهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال، المجلد رقم (17)، العدد (17) يناير 2023.

23. مروة ياسين بسيوني (2020)، «أثر تعرض الشباب الجامعي لمضمون التثقيف الرقمي على مستويات التثقيف لديهم: دراسة شبه تجريبية بالتطبيق على مواقع الشبكات الاجتماعية»، بحث منشور في مجلة بحوث العلاقات العامة، الشرق الأوسط، المجلد 8، العدد 30 (مصر)، متاح على الرابط التالي: https://jpr.era.org.eg/Vol_Issues_Research_ItemDetails?lang=ar&id=2262.

24. يسري، هالة السيد، (2019)، تقييم ممارسات مستخدمي «الفيس بوك» للتربية الإعلامية إزاء مضامين الإعلام الرقمي، وأثرها على تجسيد مفهوم المواطنة، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، ع24، 212-234.

1. Bassant Atia& Ehab Hamdy (2021). Media literacy and Civic Engagement among University Students. Egyptian journal of Mass Communication research. V.2021,3 (4),77. PP: (1:32). Retrieved from [https://ejsc.journals.ekb.eg/article_226199.html].
2. Buttori luca, (2019), "Digital and media literacy in pre-service teacher education A case study from Switzerland.Paper published at ordic Journal of digital literacy, Vol 14 issue 3.(Switzerland). Retrieved from:[https://repository.supsi.ch/11378/1/digital_and_media_literacy_in_pre-service_teacher_education.pdf].
3. Diana Smailova, Zhanar Sarsekeyeva, Assemgul Kalimova, Marzhan Kenenbaeva, Gulmira Aspanova. (2023). Educational Media International 60:1, pages 48-66.

4. Dolanbay, H. (2022). The experience of media literacy education of university students and the awareness they have gained: Action research. *International Online Journal of Education and Teaching (IOJET)*, 9(4). 1614-1631. Retrieved from : [https://www.researchgate.net/publication/365669483_THE_Experience-Of-Media-Literacy-Education-Of-University-Students-And-The-Awareness-They-Have-Gained-An-Action-Research-The-Experience-Of-Media-Literacy-Education-Of-University-Students-And-The-Awaren].
5. Duong, Quoc Hoa Tran, (2023) , “The effect of media literacy on effective learning outcomes in online learning” paper publish at *Journal of Education and Information Technologies*, vol28:3605–3624–Vietnam. Retrieved from: [<https://link.springer.com/article/10.1007/s10639-022-11313-z>].
6. Hobbs, R.& Coiro, J.(2018).Design features of a professional development program in digital literacy. *Journal of Adolescent and Adult Literacy*. (USA) <https://ila.onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/jaal.907>.
7. Hüseyin Erol, (2021), “A Review of Social Studies Course Books Regarding Digital.
8. Igor Kanizaj (2017). The role of civil society organizations in promoting media literacy, transliteracy and media and information literacy in EU. *Revista* . 2017, 19(2), 69-80. Retrieved from: [https://www.researchgate.net/publication/326668585_The_role_of_civil_society_organisations_in_promoting_media_literacy_transliteracy_and_media_and_information_literacy_in_EU].
9. Lei Zhang, Hui Zhang & Kai Wang. (2020). Media Literacy Education and Curriculum Integration: A Literature Review. *International Journal of Contemporary Education* Vol. 3, No. 1; April 2020.
10. Literacy and Media Literacy “paper published at *International Journal of Higher Education*, vol 10, no 5 (USA). URL: <https://doi.org/10.5430/ijhe>.

v10n5p101.

11. McDougall, M. Zezulkova. (2018). (Teaching media literacy in Europe: evidence of effective school practices in primary and secondary education, NESET II report).
12. Meliana Zhong. (2020) (An Implication Study OF Social Media Literacy AT School). *Wacana Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 19(1):1.
13. Nuning Kurniasih, Engkus Kuswarno, Andri Yanto & Dadang Sugiana (2020). Media Literacy to Overcome Cyberbullying: Case Study in an Elementary School in Bandung Indonesia. *Library Philosophy and Practice* 2020:3564.
14. Ranieria, Maria Isabella Brunib, Anne-Claire Orban (2017), Teachers' Professional Development on Digital and Media Literacy. Findings and recommendations from a European project, paper published at journal of *Research on Education and Media*, Vol 10, n 2 (Italy). Retrieved from: [<https://sciendo.com/article/10.1515/rem-2017-0009>].
15. Supratman, Aep , & Lucy Pujasari, Wahyudin (2017) Digital Media Literacy to Higher Students in Indonesia, *International Journal of English Literature and Social Sciences (IJELS)* Vol-2, Issue-5.
16. Temelkova, Biljana; Zlatevska, Julijana & Delova, Sashka. (2023). (Implementing Media Literacy IN The Classroom). *Kairos Journal of Philosophy & Science* 1(1):69. URL: [<https://doi.org/10.11114/ijce.v3i1.4769>].
17. Yuek , Li Ker . et. als (2020), Understanding Digital Media Literacy in a Digital Age: A Review of Current Frameworks. April, p. 1010-1015 in: *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(5)

الفصل السادس

التربية الإعلامية في المغرب: اتجاهات وتطورات وتحديات

أ.د محمد عبد الوهاب العلامي¹

خديجة بوفوس²

Abstract

This article on media literacy in Morocco, within the framework of a research project of the Arab League for Scientific Research and Communication Studies, aims to provide a focused overview of the origins of interest in media and information literacy in Morocco, its areas of focus, and the distinctiveness of the Moroccan experience in this field.

The study seeks to examine the trends in the development of media literacy in Morocco, as well as the opportunities and challenges it faces in the Moroccan context. The study consists of two sections: A theoretical section that discusses media literacy definitions, focusing on those provided by UNESCO, and an empirical section that relies on a series of in-depth interviews with teachers, instructors, journalists, and stakeholders interested in media and information literacy.

The study's objective is to shed light on important media literacy trends in the Kingdom of Morocco by examining and monitoring the efforts of various

1- المعهد العالي للإعلام والاتصال بالرباط، المغرب.

2- باحثة في سلك الدكتوراه المعهد العالي للإعلام والاتصال، الرباط، المغرب.

actors in this field and the contribution of media outlets and public and private institutions.

Keywords: Media and Information Literacy, Communication and Media Sciences, Media, Education.

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تقديم صورة مركزة حول بداية الاهتمام بالتربية الإعلامية في المغرب ومجالات الاهتمام بها وكذا خصوصية التجربة المغربية في هذا المجال. وهي جزء من مشروع البحث الذي تقوم به الرابطة العربية للبحث العلمي وعلوم الاتصال. وتسعى الدراسة إلى معالجة اتجاهات تطور التربية الإعلامية في المغرب والفرص والتحديات التي تواجهها في ظل السياق المغربي. تقوم هذه الدراسة على شقين: شق نظري يتناول التعاريف المقدمة للتربية الإعلامية، مع التركيز على التعاريف التي قدمتها منظمة اليونسكو. أما الشق التطبيقي، فقد اعتمدت الدراسة على مجموعة من المقابلات المعمقة مع عدد من رجال التعليم، الأساتذة، الصحفيين، والفاعلين المهتمين بالتربية الإعلامية. وهدفت الدراسة إلى الوقوف عند الاتجاهات الهامة للاهتمام بالتربية الإعلامية في المملكة المغربية من خلال معاينة ورصد جهود الفاعلين في المجال، وجوانب الاهتمام التي توليها وسائل الإعلام والمؤسسات العمومية والخاصة.

الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية، علوم الإعلام والتواصل، إعلام، تربية.

مقدمة

منذ عقد الخمسينات، تطور الاهتمام بقضايا التربية ووسائل الإعلام، بخاصة مع تطور وسائل الإعلام الجماهيري والانتشار الواسع لهذه الوسائل، سواء منها المكتوبة مثل الصحف والمجلات، أو المسموعة مثل الإذاعات، وأيضا التلفزيون. وقد طغى على الاهتمام خلال المناقشات التي سادت بين أوساط الباحثين

والعلماء المهتمين بقضايا التربية والتكوين، وكذلك الباحثين في علوم الإعلام والاتصال، بالإضافة إلى الصحفيين، نقاش حول القيمة المضافة لوسائل الإعلام في نشر الثقافة والمعرفة.

وقد انقسم المهتمون من مختلف الاتجاهات إلى معسكرين اثنين، الأول يعدّ أن وسائل الإعلام الجماهيري تشكل خطراً حقيقياً على الأجيال الصاعدة، باحتسابها أوعية لنشر الثقافة الجماهيرية والترفيه، مما يحد من تأثير المدرسة والعائلة والمؤسسة الدينية، وما يمكن وصفه بالثقافة العالمية في التأثير على التلاميذ والمراهقين والشباب. في حين اعتمد الطرف الثاني على أطروحة مفادها أن وسائل الإعلام الجماهيري تشكل فرصاً جديدة لنشر التربية والمعرفة، ودمقرطتها على نحو لم يسبق له مثيل.

وقد استمر هذا الوضع مع الهيمنة الواسعة لوسائل الإعلام الجماهيري في مختلف الدول المتقدمة وباقي أنحاء العالم حتى تسعينيات القرن الماضي، التي شهدت تغيرات نوعية بالانتقال إلى ما اصطلح عليه حينها «مجتمع المعلومات والمعرفة»، وفق معايير وعناصر مختلفة عن تلك التي برزت بقوة في مجتمع وسائل الإعلام الجماهيري.

لقد ساعد الانتشار الواسع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات بين مختلف أوساط المجتمعات، على نحو لم يسبق له مثيل، مع الاستخدام الواسع من قبل الأطفال والمراهقين والشباب، وباقي أفراد المجتمع لجميع أصناف هذه التكنولوجيا، وسط انتشار اجتماعي غير مسبوق. وقد تميزت هذه المرحلة بتداول واسع للمعلومات والأخبار، واستخدام المنصات الرقمية التي ظهرت لاحقاً بعد اختراع الفيسبوك سنة 2004 على يد مارك زوكربيرغ.

وقد خلق هذا الوضع الجديد تحديات كبيرة أمام التربويين والإعلاميين، بخاصة مع التحول الجذري الذي شهدته المجتمعات، حيث انتقل جميع أفراد

المجتمع إلى نشطاء يقومون بممارسة شب صحفية قريبة من تلك التي يقوم بها الصحفيون المهنيون.

وفي هذا السياق، شكل الانتشار الواسع للأخبار الكاذبة والمضللة والصور النمطية وعدم احترام الحياة الخاصة قضايا جديدة أمام المجتمعات. وقد عدّ العديد من الباحثين، بما فيهم خبراء منظمة اليونسكو، أن مفهومًا جديدًا للتربية الإعلامية والمعلوماتية يمكن أن يشكل جوابا على هذه التحديات السلبية الناتجة عن الاستخدام الواسع للإعلام والاتصال والمعلومات من قبل الأطفال وباقي فئات المجتمع.

المحددات المنهجية

تركز هذه الدراسة على محاولة رصد اتجاهات تطور التربية الإعلامية في المغرب، والفرص والتحديات التي تواجهها في ظل السياق المغربي. وتهدف إلى الوقوف عند هذه الاتجاهات عبر معاينة ورصد جهود الفاعلين وآرائهم وتصوراتهم حول الموضوع، وكذلك جوانب الاهتمام من لدن المؤسسات العمومية والخاصة، ومؤسسات المجتمع المدني، ووسائل الإعلام.

تقوم هذه الدراسة على شقين: الشق النظري الذي نستعرض فيه تعاريف التربية الإعلامية، بخاصة التي قدمتها منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو)، إلى جانب مساهمات بعض الباحثين. أما الشق التطبيقي، فيلخص نتائج المقابلات المعمقة التي أجريناها مع عدد من الأساتذة في مجال التربية والتعليم، ومفكرين وباحثين، وصحفيين وإعلاميين.

مصاعب الدراسة

من المصاعب التي واجهتنا خلال العمل على هذه الدراسة تردد عدد من الفاعلين في إجراء مقابلات حول الموضوع، وتأخر البعض في الإجابات. كما كان هناك اختلاف في وجهات النظر بحسب القطاعات التي يعمل بها مختلف

الفاعلين، بالإضافة إلى عدم وجود مؤشرات محددة تخص التربية الإعلامية يمكن إقرارها على نحو واسع، ومعاينة مستويات توفرها في مختلف المؤسسات، علاوة على ذلك، كان من أبرز التحديات غياب معطيات وأرقام دقيقة حول التربية الإعلامية في المغرب.

الدراسات السابقة حول التربية الإعلامية بالمغرب

يوجد عدد محدود من الدراسات التي اهتمت بالتربية الإعلامية من قبل باحثين مغاربة، منشورة بثلاث لغات: العربية، الفرنسية، والانجليزية. وهي في غالبيتها دراسات منشورة في المجالات ومشاركات علمية في المؤتمرات حول التربية الإعلامية.

الدراسة الأولى: عبد اللطيف بن صفية، التربية الإعلامية. سياقات ورهانات من أجل نموذج مجتمعي منفتح ومتجدد، القرويين للنشر والتوزيع، القنيطرة، المغرب، الطبعة الأولى، 2023.

عالجت هذه الدراسة إشكالية العلاقات والتفاعلات المحتملة ما بين الأفراد وبين هؤلاء والفاعلين، ثم بين هاتين الفئتين ووسائل الإعلام في إطار التربية الإعلامية، وتطرح فرضية أساسية مفادها أن التطور المطرد لمنظومة الإعلام، وتوسيع قاعدة استعمالاته، وتنامي العديد من سلبياته، يؤدي إلى ارتفاع سقف الاهتمام بالتربية الإعلامية، مما يفرض واقعًا تواصلًا جديدًا بين الفئات التي تعالجها الإشكالية.

وفق منهجية تشخيص وضعية التربية الإعلامية بالمغرب وعرض سبل تطويرها ومأسستها، قدمت هذه الدراسة مقترح مخطط لاعتماد التربية الإعلامية بغية الإقرار بقدرة التربية الإعلامية المؤسسة على توفير شروط ترسيخ نموذج مجتمعي حضاري يدعم الرقي المجتمعي والحاجة إلى إجراءات وآليات تنفيذ ومقتضيات مواكبة تلخص في ضمان الحق في التربية الإعلامية مدى الحياة، وجعل التربية

الإعلامية خدمة عمومية شاملة ومندمجة، ووضع قاعدة معرفية وإجرائية للتربية الإعلامية.

الدراسة الثانية: وليد اتباتو، دور التربية الإعلامية في تنمية الكفايات الإعلامية لدى المراهق المتمدرس، مجلة باحثون، العدد الثامن، 2019، ص. 151 - 160. تطرق هذا البحث دور التربية الإعلامية في تنمية الكفايات الإعلامية لدى المراهقين المتمدرسين وحاول استكشاف اتجاهات أساتذة الثانوي الإعدادي والثانوي التأهيلي حول مفهوم التربية الإعلامية وتنمية كفايات المراهق المتمدرس في هذا الإطار.

وعبر استقصاء آراء الأساتذة، خلصت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات، أهمها: أن التلميذ المغربي غير قادر على تحليل ونقد المضامين الإعلامية من تلقاء ذاته، وأن المدرسة المغربية، من خلال المقررات الدراسية والأنشطة الموازية، لا تسهم في الرفع من مستوى الوعي الإعلامي لدى المراهق المتمدرس، ثم أن تلقين مبادئ التربية الإعلامية، من شأنه أن يسهم في الرفع من مستوى الوعي الإعلامي لدى المراهق المتمدرس ويجعله قادرا على التعامل بالشكل الأنسب مع المحتوى الإعلامي.

الدراسة الثالثة: أيت حتاني هناء، التوعية الإعلامية في صفوف اللغة الإنجليزية كلغة أجنبية، المجلة الدولية للتربية الإعلامية والمعلوماتية، دار النشر الأكاديمية «ريسشر»، روسيا، 2016.¹ ناقش هذا المقال الدور الذي تؤديه التربية الإعلامية في التعليم وفقا لأساتذة مادة اللغة الإنجليزية، وكيف تتجلى التربية الإعلامية داخل فصول اللغة الإنجليزية كلغة أجنبية.

اعتمد البحث على منهجية نوعية ميدانية، حيث أُجريت مقابلات مع مدرسي مادة اللغة الإنجليزية في إحدى المدارس الثانوية. وتوصلت الباحثة من خلال هذا

1- Ait Hattani Hanae, Media Literacy in English as a Foreign Language Classroom, International Journal of Media and Information Literacy, Academic Publishing House Researcher, Russia, 2016.

البحث الميداني، إلى أن أساتذة مادة اللغة الإنجليزية يقرون بأن التربية الإعلامية لا يعترف بها كمادة رسمية وأساسية ضمن المنهج الدراسي الوطني. بالإضافة إلى ذلك، يظهر عجز النظام التعليمي المغربي عن توفير المتطلبات الأساسية من موارد رقمية وتدريبات ميدانية. كما يعدّون أن التربية الإعلامية مادة أساسية حيث إنّها تنظم توظيف التلاميذ للوسائل الإعلامية وتمكّنهم من تطوير الحس النقدي.

هذه الورقة البحثية مصطلح التربية الإعلامية كمفهوم جديد في الحقل التربوي والإعلامي وبيّنت اختلافه عن العديد من المفاهيم الأخرى التي يحدث الخلط بينها وبين هذا المفهوم، كالإعلام التربوي والإعلام المدرسي.

وعبر منهج وصفي واستقرائي، توصلت الدراسة إلى أن مفهوم التربية الإعلامية يراد به نوع من التربية فرضته التطورات الإعلامية من أجل الحماية والتحرير وتمكين المتعلمين من التعلم المستمر وتأهيلهم للحياة الاجتماعية والسياسية. وتوصل هذا البحث إلى أن التربية الإعلامية منهج تربوي يهدف إلى تنمية التفكير النقدي وتحسين المتعلمين وتنمية مهاراتهم في التعليم الذاتي والتواصل قصد تهيئهم للمشاركة السياسية الفاعلة ومواجهة مستجدات العصر.

الدراسة السادسة: العلامى سلمان طارق، التربية الإعلامية والمعلوماتية فى المغرب دراسة ميدانية، التربية الإعلامية والمعلوماتية فى شرق المتوسط وشمال إفريقيا الواقع والمستقبل، أكاديمية دويتشه فىله الألمانية، 2019، ص. 137-154. ناقشت هذه الدراسة وضع التربية الإعلامية داخل المنظومة التعليمية بالمغرب ومستويات التفاعل مع متطلبات التوجه الجديد، بالإضافة إلى دراسة وعى الفاعلين المعنيين والمستهدفين بالتربية الإعلامية والمعلوماتية. علاوة على ذلك، درست هذه الورقة درجة التزام كل طرف بنشر التربية الإعلامية مع البحث فى نظرة مخلف الأطراف لآثار وسائل التواصل الاجتماعى.

توصلت هذه الدراسة عبر منهج مسحي إحصائي وكيفي بالإضافة إلى الملاحظة والتجربة الميدانية، إلى أن مستوى معرفة ماهية التربية الإعلامية متوسط إلى ضعيف لدى الفئات المعنية بهذا الموضوع، كما توصلت أيضاً إلى وجود الوعي بأهمية هذه التربية والرغبة في ضمها إلى برامج التمكين التي تشهد نقصاً كبيراً. بالإضافة إلى ذلك، صاغت الدراسة توصية بضرورة بلورة رؤية جديدة تضمن دمج مختلف الفاعلين بمقاربة تصاعدية وتشاركية مع دعم القدرات لتكوين خبرة متخصصة في المجال، بالإضافة إلى تعزيز جهود التعاون الدولي لضمان الاستفادة من الممارسات الفضلى.

خلاصة تركييبية:

تتميز هذه العينة من الدراسات حول موضوع التربية الإعلامية بتنوع واختلاف المقاربات. وتجمع البحوث العلمية المتوفرة حول التربية الإعلامية في المغرب على أهمية وضرورة تدريس التربية الإعلامية كمادة من شأنه الإسهام في محو الأمية الإعلامية عند طلاب المدارس وجعلهم ليس فقط مجرد مستهلكين للخطاب الإعلامي الذي يبث على شاشات التلفزيون عبر مواد مختلفة، وأن مشاهدين ذوي حس وموقف نقدي حيال الرسائل الإعلامية التي تصلهم. بالإضافة إلى ما سبق، من شأن مؤسسة التربية الإعلامية يمكن أن يحقق تقدماً ملموساً لإدماج التربية الإعلامية والمعلوماتية في عديد من المؤسسات.

علاوة على ذلك، فإن مؤسسة التربية الإعلامية تُعد خطوة أساسية يمكن أن تحقق تقدماً ملموساً في إدماجها ضمن المنظومة التعليمية، مما يفتح المجال لتعزيز مهارات التفكير النقدي لدى الطلاب وتمكينهم من التعامل الفعال مع المحتوى الإعلامي.

1. مفهوم التربية الإعلامية وفق تصور منظمة اليونسكو

شكلت مرحلة الاهتمام بقضية التربية والإعلام وعلاقة التربويين والإعلاميين ملامح مرحلة مميزة لاهتمام منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو) بموضوع التعاريف الخاصة للتربية الإعلامية، انطلاقاً من الدورة

السادسة والثلاثين للمؤتمر الدولي للتربية سنة 1977، توفر إطار نظري وعملي لمواجهة القضايا الجديدة التي تطرحها علاقة وسائل الإعلام بالتربية ووسائل الإعلام. ومن بين هذه التعاريف:

- تشكل التربية الإعلامية أو التربية على الإعلام والمعلوماتية بحسب اليونسكو، مجموعة مركبة من المعارف والمهارات والمواقف والكفايات والممارسات التي تسمح بالنفاذ الفعال إلى المعلومات والمحتوى الإعلامي وتحليلها وتقييمها بشكل نقدي وتفسيرها واستخدامها وإنتاجها ونشرها.¹

- وتوفر التربية الإعلامية، بحسب اليونسكو، مجموعة من المهارات الأساسية لمواجهة تحديات القرن الحادي والعشرين، بما في ذلك انتشار المعلومات المضللة والزائفة وخطاب الكراهية، وتراجع الثقة في وسائل الإعلام والابتكارات الرقمية ولا سيما الذكاء الاصطناعي.

- «لا تقتصر التربية الإعلامية على القراءة أو الكتابة فحسب، بل تتعلق بأساليب التواصل في المجتمع، والممارسات والعلاقات الاجتماعية، والمعرفة واللغة والثقافة.»²

وتُعرف أبحاث أخرى التربية الإعلامية أو التربية على الإعلام والمعلومة بأنها المهارات والكفايات الضرورية للتعامل بالشكل الأنسب مع الرسائل الإعلامية وتعتبر التربية الإعلامية «عملية تنمية الاستيعاب مع التمحيص والمشاركة النشطة وتمكين الأفراد كمستعملين لوسائل الإعلام من التفسير وإصدار أحكام

1- Media and Information Literacy, UNESCO Institute, <https://iite.unesco.org/mil/>, viewed on June 30, 2024.

2- UNESCO, Statement for the United Nations Literacy Decade, 2003 – 2012, Media and Information Literacy: Challenges and Opportunities for the World of Education, UNESCO and the Canadian Commission for UNESCO, file:///Users/khadija/Downloads/MediaAndInformationLiteracy.pdf, P. 2, viewed on June 30, 2024.

مدروسة، كما تمكّنهم من أن يصبحوا منتجين للمضامين الإعلامية.¹ ويرى باحثون آخرون أن التربية الإعلامية تتجلى في القدرة على أن نفسر بوعي كامل وانتباه المعاني والتأثيرات الإيجابية والسلبية لرسائل وسائل الإعلام التي تواجهنا.²

كما يرى البعض أن التربية الإعلامية منهج تربوي اجتماعي لتنمية الفكر النقدي والتحسين وتنمية مهارات التعلم الذاتي والتواصل والتحضير لمواجهة مستجدات العصر فضلا عن تعزيز المشاركة السياسية والاجتماعية الفاعلة.³ يظهر من هذه التعريفات النزعة التطورية، من حيث مواكبتها للقضايا الجديدة التي أصبح يطرحها انتشار الأخبار الكاذبة والأخبار المضللة، والقدرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المجال التربوي والأكاديمي للتربية على استخدام وسائل الإعلام وتكنولوجيا المعلومات والاتصال والاستفادة منها بأهداف عملية لصالح المجتمعات. يتبين من خلال ملاحظة وتأمل التعريفات السابقة أن منها ما يركز على المعارف والمهارات والممارسات التي تسهم في النفاذ إلى المحتوى الإعلامي واستهلاكه بشكل إيجابي، في حين تشير بعض التعريفات أيضا إلى أساليب وتقنيات التواصل والعلاقات الاجتماعية، وتقنيات التقاط وتفسير المعاني وفهم التفاعلات. وركزت تعريفات أخرى على إنتاج المضامين الإعلامية أيضا، ما يعني استباق التأثيرات والمشاركة في صناعة الإعلام وتشكيل الآراء.⁴

1- دافينا فراو مايفر، التربية الإعلامية، دليل للمدرسين والطلبة والوالدين والمحترفين، ترجمة أمرو، اليونيسكو، أضواء مطبعة الحجازي، 2006، ص 20.

2- عبد الرحيم درويش، قضايا التربية الإعلامية واتجاهاتها الحديثة، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر العلمي الثامن لكلية التربية النوعية بجامعة المنصورة، 2007، ص 753 - 783.

3- غلاب مجيب (2018). علاقة التربية الإعلامية بالمصطلحات المتداخلة معها في الحقلين التربوي والإعلامي ضبط الإطار المفاهيمي، المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية، عدد 3 نونبر 2018، منشورات المركز الديمقراطي العربي ألمانيا برلين، ص. 289.

4- User-Generated Content.

مما سبق، يتضح تعدد المفاهيم والتسميات المرتبطة بالتربية الإعلامية، مع وجود اختلافات جوهرية بينها. فقد شاع استخدام مفهوم «التربية الإعلامية» للدلالة على هذا المفهوم ضمن علاقة التربية بالإعلام، في حين اتجهت اليونسكو إلى تسمية «التربية على وسائل الإعلام والمعلوماتية»، بالإضافة إلى وجود تسميات أخرى للدلالة على المفهوم ذاته. هذا ما سنلمسه من المستجوبين خلال هذا البحث من يخلط بين التربية الإعلامية و«الإعلاميات» و«علوم الحاسوب» و«الإعلام التربوي»، وهي مفاهيم مختلفة قد تضم التربية الإعلامية شيئا من هذين التخصصين، غير أن مفهوم التربية الإعلامية أشمل وأعم. وسنوظف في التالي من هذه الدراسة تسمية «التربية الإعلامية والمعلوماتية» لكونها الأكثر تعبيرا عن السياق الحالي وكذلك لمعناها الواضح.

2. الاهتمام بالتربية الإعلامية والمعلوماتية في المغرب

يتميز المغرب بتنوع لغوي وثقافي متميز، بالإضافة إلى تحولات سياسية واقتصادية واجتماعية وبيئية وثقافية مهمة. وعقب مسلسل الإصلاح الذي شمل العديد من المجالات في المغرب، يبقى إصلاح قطاع التربية والتعليم أحد أهم التحديات أمام إصرار البلد لتحقيق تنمية مستدامة شاملة.

شرع المغرب في الاهتمام بتقنيات الإعلام والاتصال بالتزامن مع الميثاق الوطني للتربية والتكوين سنة 1999 الذي رافقه بروز توجهات البلد في توظيف التكنولوجيا في قطاع التعليم والتربية، على الرغم من عدم تضمين أبعاد التربية الإعلامية في المناهج التربوية.

وشكلت جهود المغرب تجربة خاصة مميزة في الاهتمام بالبنيات التحتية وتوفير الأوعية وتكوين الأساتذة في إطار برنامج تعميم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التعليم في المغرب GENIE كجزء من مشروع المغرب الرقمي 2009-2013، المتزامن مع المخطط الاستعجالي ما بين 2007 و2011 الذي أسس لتمكين المواطنين من استخدام الإنترنت وتوظيف تكنولوجيا الإعلام والاتصال، تم

تجهيز بعض المؤسسات التعليمية بشكل يتيح للطلبة والمدرسين من استخدام هذه التكنولوجيا.¹

أبانت دراسة² حول التربية الإعلامية والمعلوماتية في المغرب عن قصور البرنامج في ارتباطه بالتأخر في تكوين الموارد البشرية، ما رافقته اختلالات في تنسيق وتنزيل البرنامج أدت إلى فشل تحقيق الأهداف المسطرة.

وفي خضم مرحلة الرؤية الاستراتيجية التي جاء بها المجلس الأعلى للتربية والتكوين والبحث العلمي 2015-2030 في مجال استثمار تكنولوجيا الإعلام والاتصال بشكل نقدي، بدأت تتبلور نظرة جديدة حول وسائل الإعلام والمعلومات في المجال التربوي من أجل تحقيق الإدماج السوسيوثقافي وإدراج تكنولوجيا الإعلام والتواصل والثقافة الرقمية كمادة أساسية مع اعتبارها مؤهلاً أساسياً للتدريس.³

بالإضافة إلى هذه المبادرات، يزخر السياق المغربي كذلك بمبادرات مدنية وأخرى صادرة عن فروع المؤسسات والمنظمات الدولية في المغرب، كاليونسكو والإيسيسكو ودوتشه فيله، وجمعيات المجتمع المدني، بالإضافة إلى بعض المبادرات الموسمية في الجامعات والمدارس والمعهد العالي للإعلام والاتصال، والهيئة العليا للاتصال السمعي البصري، والرابطة المحمدية للعلماء.⁴

1- العلامي سلمان طارق، التربية الإعلامية والمعلوماتية في المغرب دراسة ميدانية، التربية الإعلامية والمعلوماتية في شرق المتوسط وشمال إفريقيا الواقع والمستقبل، أكاديمية دويتشه فيله الألمانية، 2019، ص. 142.

2- العلامي سلمان طارق، التربية الإعلامية والمعلوماتية في المغرب دراسة ميدانية، التربية الإعلامية والمعلوماتية في شرق المتوسط وشمال إفريقيا الواقع والمستقبل، مرجع سابق، ص. 142.

3- رؤية استراتيجية للإصلاح 2015-2030، المجلس الأعلى للتربية والتكوين والبحث العلمي، ص. 58، https://www.csefrs.ma/wp-content/uploads/2017/09/Vision_VF_Ar.pdf، تم التصحيح بتاريخ 30

شتنبر 2024.

4- العلامي سلمان طارق، التربية الإعلامية والمعلوماتية في المغرب دراسة ميدانية، التربية الإعلامية والمعلوماتية في شرق المتوسط وشمال إفريقيا الواقع والمستقبل، مرجع سابق، ص. 143.

وبالتوازي مع هذه المبادرات، تعد استراتيجيات المغرب الرقمي 2030 من أهم الاستراتيجيات التي ستحدد مسار التربية الإعلامية في المغرب. تستند هذه الاستراتيجية، التي تهدف إلى جعل المغرب قطبا رقميا لتسريع التنمية الاجتماعية والاقتصادية للمملكة على محورين أساسيين أولهما، بث دينامية قوية في الاقتصاد الرقمي، وثانيهما يركز على رقمنة الخدمات العمومية. كما تعتمد هذه الاستراتيجية على ثلاثة محفزات رئيسة، هي: دعم المواهب الرقمية، والخدمات السحابية، ومجال الاتصالات.¹

من جانب آخر، أسهم دعم تواصل الإدارات العمومية وانفتاحها على وسائل الإعلام، ثم الاهتمام باللغات واللهجات، وتحديث مجال التكوين الإعلامي والتواصل عن طريق تحديث نظم التكوين في المعهد العالي للإعلام والاتصال وتشجيع إحداث مؤسسات وشعب أخرى للتكوين الإعلامي²، في تعزيز الاهتمام بالتربية الإعلامية والمعلوماتية في المغرب.

ومع ظهور شبكات ومنصات التواصل الاجتماعي، اتسعت أهمية هذه الأخيرة في التواصل المباشر ونقل الأخبار والمستجدات، في تجاوز للوسائط التقليدية. لقد ألغت الوسائط الجديدة مفهوم الحدود والحواجز الجغرافية، بالإضافة إلى فتحها المجال لنقاش عمومي أوسع تشارك فيه «النشطاء» من كل الفئات بغض النظر عن مستواها الثقافي والدراسي. ففي حين استهدفت الوسائط التقليدية في بداياتها النخبة المثقفة من المجتمع، ركزت هذه الوسائط الجديدة على استهداف جميع الفئات دونما تمييز وبخاصة من الشباب.

1- الاستراتيجية الوطنية «المغرب الرقمي 2030»، <https://www.mmsp.gov.ma/ar/ActualitesAr/>

strategieDigitalMorocco2030، تم التصفح بتاريخ 20 نونبر 2024.

2- بن صافية عبد اللطيف. (2023) التربية الإعلامية. سياقات ورهانات من أجل نموذج مجتمعي منفتح ومتجدد، القرويين للنشر والتوزيع، القنيطرة، المغرب، الطبعة الأولى، ص. 172.

أسهمت هذه الوسائط الرقمية الجديدة في بروز جيل فاعل «رقمياً» و«مؤثراً» و «نشطاً» منتجاً للمحتوى وموزعاً له. إذ تمكن هذه الوسائط الجديدة إشراك المستخدمين في إنتاج المحتوى الإعلامي، بل وتحصيل الأموال من هذا النشاط إذا كان منتظماً وتؤطره المعايير التي تفرضها هذه المنصات، مع ضمان المجانية نسبياً لجميع رواد هذه المنصات. كما أسهمت في إزالة الحدود عن المعلومات وتعزيز النشر الاستباقي وإزالة الحصار على الآراء والتصورات، كما كانت مهد ظهور ما يسمى بـ«صحافة المواطن» وجيل «النشطاء» و «المؤثرين» من صناع المحتوى المشهورين. غير أن هذه التحولات، والتي عرفت تسارعاً مبهراً خلال أزمة كورونا والحجر الصحي حين صار المجال الرقمي السبيل الوحيد أمام الأفراد للإبقاء على التواصل والارتباط بالمجتمع، فأسهمت في ارتفاع وتيرة استخدام هذه الوسائط وتوظيفها لأغراض مختلفة، مما أسس لممارسات وانحرافات أصبحت تؤثر لمرحلة مجتمع المعلومات والجهالات بدل مجتمع المعلومات والمعرفة الذي علقت عليه آمالاً كبيرة منذ بضعة عقود.

نشرت منصة Data Reportal بداية عام (2024)، ضمن جهودها في إحصاء مستخدمي الإنترنت في مختلف البلدان ورصد عاداتهم وتوجهاتهم المتعلقة بالمجال الرقمي، معطيات تشير إلى أن المغرب يضم 34,47 مليون مستخدم للإنترنت، بنسبة نفاذ قدرها 90.7 في المائة، منهم 21.20 مليون مستخدم لمواقع ومنصات التواصل الاجتماعي. بالإضافة إلى هذه المعطيات، رصدت منصة Data Reportal ما مجموعه 51.36 مليون اتصال خلوي في المغرب خلال الفترة ذاتها، ما يعادل 135.1 في المئة من إجمالي ساكنة المملكة.¹

في ظل هذا الاستعمال المكثف للإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي أساساً، زادت حدة الانحرافات والمخاطر التي قد تنتج عن هذا الاستعمال، في ظل ضعف

1-DataReportal,Morocco,<https://datareportal.com/reports/digital-2024-morocco#:~:text=There%20were%2034.47%20million%20internet,percent%20of%20the%20total%20population.> Viewed on October 21, 2024.

الجانب التشريعي المنظم لاستعمال هذه المنصات، وتبني مقاربات تقنن حرية الرأي والتعبير وحرية الإعلام. بدل الاعتماد على مقاربات تولي الأهمية التربوي والثقيف والتوعية بأهمية التعامل الواعي مع الإعلام والوسائط الجديدة واستيعاب خطورة الاستعمال غير المعلن وتبعاته على حياة الأفراد وحررياتهم، وضرورة تبني التربية الإعلامية والمعلوماتية كعامل معزز للحرريات والنقاش العمومي وحافظ للقيم والأخلاقيات.

3. التربية الإعلامية ومنظومة التربية والتكوين

عمدت الدولة المغربية في العشرية الأولى من الألفية إلى اهتمام كبير لنشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مختلف المؤسسات التعليمية على كافة المستويات. تميزت بذلك من خلال الإقدام على مجموعة من البرامج الخاصة بتمكين الطلبة والأساتذة من الحصول على الأوعية الرقمية (حواسب، وهواتف ذكية، وأجهزة لوحية) بأثمان منخفضة مدعومة من طرف الدولة، بالإضافة إلى تسهيل وتخفيض اشتراكات الطلبة ورجال التعليم للحصول على صبيب رقمي، وشكلت هذه العملية الاجتماعية الواسعة فرصة هامة لتعليم ونشر الأوعية الرقمية في قطاع التربية والتكوين للتلاميذ والطلبة والأساتذة من مختلف الأصناف.

إلى جانب ذلك، قامت الجهات الوصية للتعليم ببرامج متعددة لتجهيز المؤسسات التعليمية بالحواسب وتزويدها بالاشتراكات في صبيب الإنترنت، كما أشرفت العديد من الجهات على تنظيم مجموعة من البرامج التدريبية للموارد البشرية من الأساتذة والمعلمين حول الاستخدام الأمثل للتكنولوجيا الجديدة في مجال التعليم.

وقد شملت هذه الجهود بنية تحتية أساسية لقيام النموذج المغربي للتربية الإعلامية والمعلوماتية في منظومة التربية والتكوين المغربية، محاور استراتيجية أولها إعداد البنية التحتية بالمدارس والجامعات وبيئات عمل رقمية وتطوير

الخدمات والموارد الرقمية، والأعمال والتجارة الإلكترونية، ثم الإدارة والحكومة الإلكترونية، وتشجيع البحث العلمي والتكنولوجي، ثم تعزيز الإطار المؤسسي والقانوني (القوانين - التشريعات)، والاستخدام الواسع النطاق لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التعليم والتدريب والتكوين وتطوير الجانب البيداغوجي¹ خلال نهاية العشرية الأولى من الألفية، خصوصًا ما بين 2009 و2013، شرع قطاع التعليم في تنفيذ برامج طموحة تهدف إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على نطاق واسع، مع الحرص على إدماجها في نظام التعليم والتدريب.² وهو البرنامج الذي لم يتطور وفق ما خطط له.

ويتميز السياق المغربي بتعدد الجهات الفاعلة التي تسهم في تغيير إنتاج المؤشرات المتعلقة بالتكنولوجيات الجديدة للمعلومات والاتصالات والتي تعدّ أساسية لتقييم مستوى التربية الإعلامية والمعلوماتية. فتعدد المبادرات والمشاريع في هذا السياق يبين عن أهمية التعاون وتبني رؤية يشترك بها أكثر من قطاع، ونذكر على سبيل المثال لا الحصر، شبكة مروان وهي الشبكة المغربية للبحث والتعليم التي تم إنشاؤها عام 1998 وتربط جميع شبكات مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي في المغرب عبر الإنترنت. بالإضافة إلى مبادرات أخرى كمشروع أبوجي Apogée والحرم الجامعي الافتراضي المغربي، ومشروع ماك غريد MacGrid، وبرنامج جيني Génie الذي عرف انطلاقته سنة 2005 كسياسة وطنية واسعة نفذتها وزارة التربية الوطنية والتكوين المهني والتعليم العالي والبحث العلمي بهدف دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحسين الوصول إلى التعليم وجودته في المدارس الابتدائية والثانوية.

1- Mohamed Abdelwahab Allai, Les statistiques et leurs l'utilisation des TIC dans l'enseignement et la recherche scientifique, présentation à l'Atelier régional africain sur les statistiques des Technologies de l'Information et de la Communication en Education (TIC), organisé par l'ISU : 10-12 Septembre 2013, Dakar, Sénégal. Document publié sur le site de l'UNESCO 2013.

2- Mohamed Abdelwahab Allai, opcit.

والجدير بالذكر أن الأهمية المتزايدة للتربية الإعلامية التي فرضت نفسها في ظل الثورة الرقمية والتسارع الحاصل في هذا المجال دفعت المعهد العالي للإعلام والاتصال، إلى إدماج هذه المادة ضمن برامج التكوين الأساسي الموجه للطلبة الصحفيين والإعلاميين ابتداء من سنة 2024.

يوفر السياق المغربي فرصاً سانحة من أجل تطوير وإدماج التربية الإعلامية ضمن مختلف القطاعات نظراً إلى توفر بنية تحتية حديثة نسبياً للاتصالات بالإضافة إلى الوعي الوطني بقضايا تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الوطنية، ثم سياسات التحرير (قطاعي الاتصالات والسمعي البصري) باعتبار الإمكانيات التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على المستوى الوطني للنمو الثقافي والاقتصادي.

4. التربية الإعلامية ووسائل الإعلام

ملاحظة المشهد الإعلامي المغربي تبين أن عددًا هامًا من الشبكة البرمجية للإذاعات والقنوات التلفزيونية المغربية تخصص جزءًا من برامجها بحسب ما تسمح به دفاتر التحملات للاهتمام بالقضايا التربوية.

ويمثل اهتمام الهيئة العليا للسمعي البصري بقضايا التربية الإعلامية ظاهرة فريدة، حيث أدرجت هذه الهيئة منذ 2014 ضمن اهتماماتها قضايا التربية الإعلامية والاهتمام بالأطفال والقاصرين باعتبارها هيئة للتكوين، فقد وضعت كثيرًا من المعايير الخاصة لرصد البرامج الموجهة للأطفال والياافعين. وتهتم بشكل خاص بتعزيز التربية الإعلامية كجزء من مسؤولياتها تجاه المجتمع. من خلال الحرص على تحسين وعي المواطنين بحقوقهم الإعلامية وتطوير مهاراتهم في التعامل مع وسائل الإعلام. وتعليم الأفراد كيفية تحليل المحتوى الإعلامي والتعامل مع الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة. والإسهام في نشر الثقافة الإعلامية وتعليم مهارات التحليل النقدي للمحتوى الإعلامي.

5. تحديات التربية الإعلامية في المغرب

تتعدد التحديات التي تواجه التربية الإعلامية في المغرب لتشمل تحدي اللحاق بجدول 2030 للتنمية وتبني رؤية استراتيجية لإدماج التربية الإعلامية والمعلوماتية في المجتمعات وتطوير البنى التحتية للتكنولوجيا الإعلامية وتوسيع الحريات، ومنها حرية التعبير، بالإضافة إلى إعادة تحديد دور الصحفي والنشطاء والنخب وتعزيز احترام الأخلاقيات والقيم والقضاء على الفقر المعنوي والأميات. وتشمل هذه التحديات أيضاً التفاعل مع الهويات الوطنية والذاتيات الثقافية، وتقليص الهجرة الرقمية، ثم تحدي إنتاج المحتويات الرقمية والمناهج. بالإضافة إلى التدريب والتكوين المستمر وتوفير الموارد البشرية لمؤسسات التعليم، وتغيير النظام التعليمي بإدخال التربية الإعلامية والمعلوماتية على نحو مميز، ثم التحديات التي يطرحها سن تشريعات تساعد على إشاعة التواصل والحريات، وتحدي الأخبار الزائفة، والظواهر السلبية للأمن المعلوماتي. ثم تحدي تيسير الحصول على الأوعية المعلوماتية لكافة فئات المجتمع، بالإضافة إلى كون دعم التكنولوجيات من حواسيب وألواح والنفوذ إلى خدمات الأنترنت غير كاف في غياب التكوين المستمر للأطر، ومختلف الفئات، وجميع الفئات. (مرجع أسفله محمد عبدالوهاب العلامي محاضرة بعنوان «تحديات التربية الإعلامية في البلدان العربية»، (وثيقة) في المؤتمر السنوي للرابطة العربية الأمريكية لأساتذة الاتصال الكويت 28 30 أكتوبر 2023 .

تسهيل الحصول على الأوعية المعلوماتية لكافة فئات المجتمع، بالإضافة إلى كون دعم التكنولوجيات من حواسيب وألواح ونفاذ إلى خدمات الإنترنت غير كافٍ في غياب التكوين المستمر للأطر والمختلف الفئات.

نتائج الدراسة

1. الاتجاهات العامة للاهتمام بالتربية الإعلامية بالمغرب

يعالج هذا الجزء من الدراسة اتجاهات تطور التربية الإعلامية في المغرب، والفرص والتحديات التي تواجهها في ظل السياق المغربي. يتم ذلك عبر معاينة ورصد جهود الفاعلين في المجال، وجوانب الاهتمام من قبل وسائل الإعلام والمؤسسات العمومية والخاصة.

وتعتمد هذه الدراسة على منهج نوعي كفي وتحليلي لدراسة وتحليل تصورات مختلف الفاعلين، ورصد الجهود المبذولة في المجال، من خلال مقارنة منهجية اعتمدت على إجراء مقابلات معمقة مع عينة من المبحوثين بلغ عددها 25 مبحوثاً، توزعت على الشكل التالي: الأساتذة من مجال التربية والتعليم (10)، ومفكرين وباحثين (8)، وصحفيين وإعلاميين (7).

أنجز هذا البحث الميداني خلال أشهر أبريل، وماي، ويونيو 2024، وشمل مقابلات معمقة مع الفئات الثلاث من الفاعلين في مجال التربية الإعلامية. كما تم تفرغ هذه المقابلات وتحليلها، وتصنيف المعطيات والمعلومات المجمعة في جداول خاصة، ثم إعادة العمل عليها وتحليلها والوصول إلى استنتاجات وخلصات.

تبين المعلومات المرصودة حول مسار التربية الإعلامية في المغرب وجود اتجاهات غير واضحة المعالم، والتأرجحات في استيعاب الأهمية القصوى للتربية الإعلامية وتحويلها إلى مشروع استراتيجي مؤسسي يهتم قطاع التعليم بمستوياته المختلفة، ووسائل الإعلام والمؤسسات الأخرى العمومية والخاصة والحاجة إلى رؤية وطنية لمواكبة هذا الورش الهام.

وتوضح إجابات المستجوبين عناصر إيجابية من بينها تعدد التعاريف والرؤى والتصورات وأخرى سلبية أبرزها التردد في الإجابات وغياب معرفة واضحة بمفهوم التربية الإعلامية وتوجهاته في العصر الحالي، مع وجود خلط واضح بين مفهوم

التربية الإعلامية ومفاهيم أخرى كالإعلام التربوي. وكما تعبر عن وجود مبادرات جزئية لا ترقى إلى سياسة وطنية تعتمد على التربية الإعلامية والمعلوماتية.

أ. إدراك التربية الإعلامية لدى المستجوبين:

يرى مجمل الباحثين والمفكرين والأساتذة الذين تم استجوابهم في إطار إنجاز هذا البحث أن التربية الإعلامية ليست مصطلحاً جديداً، بل يعود إلى السبعينيات من القرن الماضي عندما استخدمته منظمة اليونسكو لرصد التطورات الحاصلة في المنظومة التربوية بصفة عامة. في نظر هؤلاء، تعد التربية الإعلامية تنشئة على التواصل والتفاعل. وهذا موضوع يفرض نفسه بقوة في عهد الإعلام بحضور المحتويات السمعية البصرية المختلفة بشكل يومي في الحياة الاجتماعية.

البعض الآخر يرى أن التربية الإعلامية متعددة التعريفات. ويمكن القول إنها تمثل الجهود والأنشطة الإعلامية التي تساعد في عملية بناء الإنسان وإعداده من جميع النواحي ليتمكن من أداء رسالته نحو مجتمعه. إن التربية الإعلامية، بحسب هؤلاء، تتم من خلال بث القيم التربوية والأخلاقية في محتوى الرسالة الإعلامية بحيث يكون تأثيرها في المتلقي متدرجا وغير مباشر.

يؤمن المستجوبون الذين تم استجوابهم أن التربية الإعلامية تتجاوز المجال التعليمي إلى التكوينات المستمرة داخل الإدارات العمومية لإتقان فن التواصل. إنها تلك التربية التي تدرب الفرد على كيفية التعامل الواعي مع وسائل الإعلام. تعد هذه التربية إطاراً مهماً يضم مهارات القدرة إلى الوصول إلى الرسائل الإعلامية، وتحليلها، وتقويمها، وإنتاجها في كافة أشكالها المطبوعة، والمرئية، والمسموعة. وبحسب ما جاد به هؤلاء، فالتربية الإعلامية هي كل ما يتصل بتطوير ثقافة الإعلام.

ويتضح من خلال المقابلات مع الصحفيين والإعلاميين أن غالبيتهم ليست على دراية كاملة ببرامج التربية الإعلامية. البعض يرى أنها تعنى بجوانب التوعية

بالمضامين والمحتويات الإعلامية التقليدية والرقمية، والبعض الآخر يرى أنها ترتبط بتوعية المهنيين بطبيعة الأفكار والتوجهات المرتبطة بطبيعة البرامج. فيما يربطها آخرون بالأنشطة الهادفة إلى تطوير مهارات التعامل مع وسائل الإعلام، ومنها القدرة على الوصول إلى المضامين والوسائل الإعلامية، وتحسين قدرات التقييم النقدي لها من طرف الجمهور، وكذلك مهارات استغلال تكنولوجيا الإعلام وتوظيفها لفائدة الجمهور.

كما تشترك هذه الفئات في عدم التمييز بين التربية الإعلامية والتربية الإعلامية والمعلوماتية على نحو واضح، وفي السياق ذاته، يجمع المستجوبون على أن التربية الإعلامية ضرورية لبناء المعرفة الإعلامية النقدية لدى النشء في مجتمع تسيطر عليه وسائل الإعلام، ويتفوقون على أن هذه التربية تمنح التلاميذ المهارات اللازمة للبحث عن المعلومات من المصادر والوسائل الإعلامية المختلفة. غير أن مبادرات وسائل الإعلام في نشر التربية الإعلامية، بحسب المستجوبين، قليلة وضعيفة في المجمل، إلا بعض البرامج على مستوى القنوات العمومية وصفحات في الصحف الورقية.

ب. الصعوبات التي تواجه إدراج التربية الإعلامية في المناهج التعليمية المغربية

يعتقد المستجوبون أن التعليم في المغرب يحتاج إلى مراجعة كاملة، إذ لا يمكن الحديث عن إدراج برامج التربية الإعلامية والمعلوماتية في المنظومة التعليمية المغربية من دون الحديث عن تطور المنهاج التعليمي بشكل عام، نظراً إلى وجود حاجات اجتماعية تفرضها المرحلة. المنهاج المغربي ينتبه إلى هذا النوع من التربية وإلى الكفايات المطلوب تطويرها، غير أن فكرة الإعلام محتشمة. إذ يرى البعض أن هناك غياب للإشارة للتربية الإعلامية كعدد كبير من أنواع التربية التي لا موقع لها في البرامج الوطنية المغربية كالتربية الجنسية.

يكاد يجمع المستجوبون على ضعف مكانة برامج التربية الإعلامية ودورها ضمن المقررات الدراسية خلال مراحل التعليم الأساسي والإعدادي والثانوي، سواء العام أو الخاص، وأن هناك اقتصارًا على توظيف تكنولوجيا الإعلام والمعلومات في العملية التعليمية كوسائط تساعد التلاميذ في فهم الدروس وليس كموضوع قائم بذاته. إلى جانب المواد الأخرى، يمكن أن يساعد التلاميذ والطلبة على رؤية نقدية وفهم للعالم الذي يعيشون فيه. وبالإضافة إلى ذلك، يرى البعض أن هناك بعض المحاولات لتعليم التلاميذ كيفية كتابة المقالة مع التركيز على الكتابة اللغوية وإغفال التحليل والنقد الذي من شأنه تحصين الشباب من المعلومات الواردة عليهم من جراء الانفتاح التكنولوجي وتربيتهم إعلامياً على قدرة التمييز بين الأخبار الحقيقية والمغالطات.

وفي نظر البعض الآخر، لا يتعلق الأمر بالصعوبات بقدر ما يتعلق بالإرادة والوعي التام بضرورة تمكين المتدربين من أدوات ومهارات تحميمهم، ويرون أن تكوين الموارد البشرية شيء مهم من أجل تحقيق هذا الأمر.

ج. المبادرات الوطنية في إطار التربية الإعلامية

تتعدد الجهود في هذا الصدد، بالنسبة إلى المستجوبين، هناك عمل منظم بين المجلس الأعلى والمديرية العامة بالهيئة العليا للاتصال السمعي البصري، وبلجن تشتغل وتصدر تقاريرها. غير أن أغلبهم يسجل غياب مسالك أو شعب ووحدات دراسية أو حتى مداخل للحديث عن التربية الإعلامية. فيقتصر وجود التربية الإعلامية على بعض الأنشطة التحسيسية مع الطلبة. في المجمل، يرى المستجوبون إن هذه المبادرات موجودة، لكنها قليلة، وليست بقدر التطلعات وغير مدعومة من طرف الدولة، وتقتصر على بعض الورشات التدريبية للاستئناس فحسب. كما بدأت دراسات وبحوث حول الموضوع بالجامعات، ومراكز البحث غير أنها ضئيلة أيضاً.

ومن جانب آخر، يجمع المبحوثون على وجود ارتباط وثيق بين التربية الإعلامية والمعلوماتية من جهة، وأهداف المنظومة التعليمية والإعلامية من جهة ثانية، في أفق خلق فرص دقيقة وعملية للتعاون المؤسساتي المنتج والمنظم في إطار شركات لمواجهة التحديات. إذ إنّ التربية الإعلامية تقدم خدمة مزدوجة لفائدة المنظومتين. وأورد البعض أنه، وفي الميثاق الوطني للتربية والتكوين، وردت إشارات في باب تطوير الكفايات التواصلية، حيث يظهر الاهتمام بتطوير الكفايات اللسانية واللغوية من دون ورود إشارة إلى الكفايات الإعلامية، ويؤكدون أن تدريس التربية الإعلامية يستوجب متخصصين مهنيين يسهمون في إنتاج هندسة لتكوين خاص بها.

ويرى البعض أنّ مجتمعات اليوم تشهد تنافسًا مكشوفًا أو مستترًا بين النظام التربوي والإعلامي. إذ يقوم النظام التربوي على قيم النظام المتمثلة في المحتوى الدراسي المنضبط، وعلى قيم التنافس في التحصيل والإنجاز والتعلم الذاتي، بينما يستند النظام الإعلامي إلى الاتصال الجماهيري الذي يهتم بالمستجد من دون تأمين محتواه.

في السياق ذاته، يرى المبحوثون أن التربية الإعلامية مجال متداخل بين قطاعات متعددة تخص التربية والإعلان والثقافة والشباب والمجتمع المدني وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث إن الثقافة هي محور كل هذه القطاعات والتنمية الثقافية هي الفضاء الرحب للعمل التنموي في مجالات أخرى، وأن التربية الإعلامية والمعلوماتية هي ملتقى طرق المتدخلين في مجال التنشئة الاجتماعية والتربوية، وبالتالي، فإن كلا من هذه القطاعات من المفروض أن تتوافر لديه رؤية واضحة حول التربية الإعلامية و المعلوماتية عبر التنصيص عليها في البرامج والمناهج والمقررات. واعتبر بعض من المستجوبين أن المقاربة الأفقية والتنسيق بين هذه القطاعات أمر أساسي من أجل تحقيق الأهداف التربوية المرجوة.

وعبّر المبحوثون من الإعلاميين والصحفيين عن عدم معرفتهم بمنظمات وجمعيات غير ربحية تهتم بالتربية الإعلامية في المغرب، مع التركيز على وجود دورات تكوينية وورشات إعلامية محتشمة تعرف بمفهوم الخطاب الإعلامي وبعض المبادرات البحثية.

وبخصوص برامج تدريب الصحفيين والإعلاميين حول التربية الإعلامية والمعلوماتية، يرى بعض ممن شملهم الاستجواب أن برامج التدريب على التربية الإعلامية آخر ما يمكن أن تفكر فيه المؤسسات الإعلامية، فيما صرح البعض على أن هناك مبادرات قصيرة الأمد، فيما صرح البعض الآخر على أن الشركة الوطنية للإذاعة والتلفزة توفر بعض التكوينات في هذا المجال وصرح بعض آخر أنه لم يسبق له أن استفاد من برامج خاصة بالتربية على الإعلام.

اتفق أغلب المبحوثين على قلة البحوث النقدية وندرتها، والتي تمنح الجمهور العام القدرة على فحص المضامين الإعلامية وتحليلها غير أنها تحتاج إلى تسويق، في حين صرح البعض الآخر على عدم علمهم بأية دراسات تعالج الموضوع أو تتطرق له.

وجوابا على سؤالنا حول وجود الهيئات والمنظمات والجمعيات غير الربحية التي تهتم بالتربية الإعلامية بالمغرب، عبر أغلب المستجوبين عن عدم معرفتهم بمدى وجودها، مؤكدين على وجود بعض مراكز الأبحاث وفروع المنظمات الدولية كاليونيسكو والإيسيسكو.

ولاحظ الإعلاميون أن المجتمع المدني لا يولي اهتمامًا كبيرًا لمسألة التربية الإعلامية، لكنه بين الحين والآخر، تبرز بعض الأنشطة التي تقوم بها بعض الجمعيات تخصص للتأسيس بأهمية التربية الإعلامية والمعلوماتية واستخدام التكنولوجيات الرقمية الجديدة لأهداف عملية وإيجابية من لدن المستخدمين.

وصف أغلب المستجوبين عمل المجتمع المدني في مجال التربية الإعلامية بأنه نادر، موسمي، وغير مستدام. وأكد ذلك أن الغالبية من المستجوبين لم يتمكنوا من ذكر اسم جمعية أو منظمة مجتمع مدني تعنى بالتربية الإعلامية في المغرب أو تخصص جزءاً من نشاطها لهذا المجال.

وانطلاقاً من إجراء مسح لأنشطة بعض الجمعيات في المغرب، تبين أن بعض الجمعيات تركز جزءاً من تمويلها وجهودها لدعم التربية الإعلامية، ولكن بشكل غير مستدام ومستمر. على سبيل المثال، قامت جمعية سمس-مشاركة مواطنة، التي تهدف إلى استخدام وسائل التكنولوجيا والاتصال من أجل تعزيز مشاركة المواطنين والمواطنات في تدبير الشأن العام ودعم المؤسسات العمومية لتلبية هذا الحق، والتي تشتغل في مجالات المشاركة المواطنة، والشفافية والولوج إلى المعلومة، ومجال الديمقراطية وحقوق الإنسان، ثم مجال استخدامات التكنولوجيا في المجتمع المدني، بتنفيذ مشروع «سلام@» الهادف إلى تعزيز المهارات الرقمية وتطوير قدرات الشباب والمراهقين على الاستخدام الآمن والمسؤول لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات. بالإضافة إلى هذا، نفذت الجمعية أيضاً مشروع الابتكار من أجل التغيير الذي تمحورت فكرته حول إيجاد حلول مبتكرة، باستخدام التكنولوجيا وغيرها، لتمكين الجمعيات والصحفيين والمدافعين عن حقوق الإنسان من أداء عملهم في الدول التي يتقلص فيها حيز التنفيذ بسبب ممارسات أو قوانين تحد من حرية الأشخاص أو حرية هذه المنظمات في أداء عملها، ونظمت الجمعية في هذا الصدد ورشات جهوية حول الأمن والسلامة الرقمية بالإضافة إلى تطبيقات ومنصات رقمية لهذا الغرض.

د. التربية الإعلامية والمنظومة الإعلامية الوطنية

يكاد يجمع المستجوبون من الإعلاميين والصحفيين على ارتباط التربية الإعلامية والمعلوماتية بشكل مركزي بأهداف المنظومة الإعلامية الوطنية بكافة مستوياتها إذ إنه من المفروض حضورها في كل توجهات الخطاب الإعلامي، وأن

يشمل ذلك كل المتعهدين بالبحث في ظل سياسة تعليمية تتبنى منظور التربية الإعلامية والمعلوماتية.

ويؤكد المستجوبون على ضرورة إدراج التربية الإعلامية ضمن نظام البرمجة للإعلام السمعي البصري، إذ يجب أن تتضمن دفاتر تحملات القنوات الإعلامية الوطنية برامج التربية الإعلامية والمعلوماتية باللغتين العربية والأمازيغية مع تخصيص مدة زمنية كافية لعرض هذه البرامج في أوقات الذروة.

ويرى الصحفيون والإعلاميون أن التربية الإعلامية في شموليتها تمنح التلاميذ وسائل الإدراك والتمييز والتعبير، بالإضافة إلى مختلف الكفايات اللازمة لفهم الخطابات الإعلامية. واعتبروا أن هذا الجزء لا يتجزأ من تكوين شخصية الإنسان، خصوصاً فيما يتعلق بتكوين النشء. وعندما يكون الطفل ملماً بهذه المفاهيم، يصبح لديه الآليات الأساسية لضبطها. فيما يقترح آخرون ضرورة إجراء دراسات للمحتوى وتحليل الوضعيات من أجل تأكيد هذا الأمر.

في نظر المستجوبين، يمكن لوسائل الإعلام نشر التربية الإعلامية وضمان سلامة البيئة الإعلامية عبر التوظيف السلس لهذه الوسائل في نشر التوعية بأهمية السلامة واعتماد خطاب بسيط محدد لا يحتمل التعقيد ضمن برامج مبتكرة حول هذا الموضوع. كما يمكن للمؤسسات المعنية، كالمجلس الوطني للصحافة والمؤسسات الإعلامية نفسها، والمجتمع المدني، وهيئات الحكامة الإعلامية، ووزارة التربية الوطنية أن تسهم في خلق مبادرات مهمتها إيجاد نوع من التجانس في العمل من أجل تعزيز التربية الإعلامية والمعلوماتية.

من جانب آخر، يسجل الصحفيون المستجوبون في إطار هذا البحث غياب برامج مبتكرة لمضامين إعلامية جديدة تمنح الجمهور القدرة على فحص المضامين الإعلامية وتحليلها، بغض النظر عن بعض المبادرات في مجال فحص الأخبار والتحقق منها في سبيل مكافحة الأخبار الزائفة وخطاب الكراهية.

هـ. التربية الإعلامية والقدرة على التعبير والتربية على القيم

اعتبر المبحوثون من الباحثين والتربويين أن التعليم بصفة عامة يعدّ فضاءً منتجًا يركز على الأفراد والمجموعات، وتعزيز مهارات التعبير عن النفس من خلال رسائل إعلامية باستخدام مهارات فنية متنوعة تكتسب ضمن منظومة منتجة وفاعلة ومنظمة. وأكدوا أن برامج التربية الإعلامية توفر للتلاميذ فرصًا سانحة لتطوير قدرات التعبير والتواصل مع الآخرين، من خلال تحسين إمكاناتهم اللغوية والتعبيرية، بالإضافة إلى تزويدهم بإمكانات تقنية لتسريع التواصل وتجويده.

ويعتقد المستجوبون أن الانتشار الواسع اليوم لشبكات التواصل الاجتماعي أسهم في بروز جيل جديد من التلاميذ المنتجين للمحتوى الإعلامي بكثرة، حيث أتاحت هذه الشبكات إمكانات إنتاج مضامين إعلامية للتعبير عن الآراء والمشاكل والتصورات والمواقف، مما أسهم في تطور ما وصفه المستجوبون بـ «الإعلام الاجتماعي» وهيمنة النموذج القصير للمحتويات والرسائل الإعلامية. وعدّ المبحوثون أن هذه المهارات الجديدة لها دور كبير في جعل التلاميذ على دراية بحقيقة الوسائل الإعلامية من حيث الخصائص والمميزات والعيوب وكيفية استخدامها، والاستفادة منها كما تلقنهم دوافع استخدامها والأشباع التي تحققها، ولكن بشرط تطوير التربية الإعلامية والمعلوماتية لروح الإبداع والحس النقدي، في حين شكك بعض من المستجوبين في حسنات المنصات التي ستحتضن المضامين ومدى فعاليتها.

يرى المستجوبون أن المؤسسات التعليمية والإعلامية بمختلف مستوياتها يمكن أن تسهم في نشر التربية الإعلامية والثقافية، وضمان بيئة تعليمية سليمة عبر خلق برامج خاصة داخل المؤسسات المشار إليها، أو عبر إدراجها في وحدات دراسية ومقررات بعينها، أو عبر الاشتغال على مشاريع تربوية مناسبة أو على مدار الفصول الدراسية وتطوير إمكانات المتعلمين، مؤكدين على أن هذه

المشاريع التربوية تتيح إمكانية تتبع مستوى تطور المتعلمين في تنمية قدراتهم ومهاراتهم التعبيرية والتواصلية مع المجتمع. وأكد المبحوثون أنه على المؤسسات التعليمية أن تفتح على هذه التقنيات من خلال توظيفها في العملية التعليمية من جهة، ومن خلال التربية على استعمال هذه التقنيات من طرف المتعلمين على الوجه الصحيح.

أوضح البعض من المستجوبين فيما يتعلق بهذه النقطة أن المؤسسات التعليمية والإعلامية والثقافية تسهم في نشر التربية الإعلامية، وضمان سلامة البيئة الإعلامية عبر مساعدة الأفراد على حسن اختيار الوسيلة المناسبة وعلى اختيار الشكل التواصلية المناسب، ثم على مستوى تعديل وتصحيح الصور الذهنية، واختيار الوسائل الإعلامية التي تتناسب مع السن، النوع، والهدف من الاستخدام، ثم عبر استخدام الوسائل الإعلامية التي تحقق التوازن النفسي والوجداني والمعرفي والسلوكي، بالإضافة إلى تحقيق التكامل في استخدام وسائل الإعلام قصد الاستفادة من وظائفها وإمكاناتها.

ويرى بعض التربويين أيضاً أن هذه المساهمة تتحقق حين تقوم كل المؤسسات بالأدوار المنتظرة منها بتكامل وتعاون مستمرين، في حين اعتقد آخرون أن هذا الأمر يتطلب الجهد لتنزيل برامج شراكة بين كل هذه الأطراف، كل من موقعه. في حين اعتقدت هذه الفئة من المستجوبين أن العلاقة بين التربية الإعلامية والمعلوماتية، وتعليم القيم، واستخدام التكنولوجيا بنية متكاملة «إن أهملنا عنصراً فيها سيقع الخلل» وأن الفضاء الثقافي هو الفضاء الرحب لتدبير هذه المجالات وتخصيص برامج لتدقيقها والبحث في سبل تدبيرها، وصرح بعض المستجوبين بأن القيم تندرج بالضرورة ضمن منظومة التنشئة الاجتماعية، وبالتالي، حين نتحدث عن التربية الإعلامية نكون في إطار منظومة لنقل القيم السائدة وترسيخها في المجتمعات والشعوب. مما يعني أن هناك علاقة ترابط أساسية.

كما عدّوا أن التربية الإعلامية أنسب وسيلة لتنسيق التعاون والتكامل بين تعليم القيم التواصلية والتعامل النقدي والوعي مع المضامين الإعلامية، وأن عناصر التداخل تكمن أساسا في كون التربية الإعلامية والمعلوماتية تحتاج في الأساس إلى مجموعة من القيم والأخلاقيات الواصلية تنبني عليها وتنطلق منها لتربي من يتلقاها، في حين عدّ البعض من المستجوبين أن التداخلات بين هذه المفاهيم عميقة ومربكة ويصعب الحسم بشأنها.

وفي نظر الصحفيين، يعد تعليم القيم والقيم الإعلامية كجزء من التربية الإعلامية والتكنولوجيا وسيلة لتشكيل تربية إعلامية جد متطورة قادرة على محاربة التضليل، وبالتالي خلق قناعة لدى المتلقي للتمييز بين الأخبار الحقيقية والأخبار الكاذبة. ويؤكدون على أن هذا المجال يشمل أبعادًا متعددة، بعد أخلاقي بالدرجة الأولى، وبعد تقني بالدرجة الثانية، وبعد تواصل بالدرجة الثالثة.

ويؤكد المستجوبون على أن برامج التربية الإعلامية والمعلوماتية تركز على تطوير مهارات التعامل مع وسائل الإعلام وعلى تحصين الفئات الناشئة من مخاطر البيئة الإعلامية، وهو ما يتضمن عناصر خبرات استخدام التكنولوجيا وتمحيص المضامين.

و. التربية الإعلامية والمعلوماتية والتنوع الثقافي ودعم الديمقراطية

كما اعتقد أغلب المستجوبين من التربويين والباحثين في إطار إنجاز هذا البحث أن التنوع الثقافي بلهجاته ولغاته عاملا أساسيا للتطور، وأن الاختلاف في حد ذاته عامل قوي لصناعة التغيير بثقافة متعددة ومنتجة، وأن هذا التنوع أيضًا هو فرصة سانحة لتطوير الكفايات والقدرات على التواصل والتفاعل، وعامل إيجابي يبني التربية الإعلامية المنفتحة على الآخر وعلى ثقافته ولغاته. ومن جهة ثانية، يرى المبحوثون أن التربية الإعلامية تسهم بشكل فعال في التربية والاعتراف بالتعدد والتنوع الثقافي وعلى تعزيز هذا الأخير. لكن بعضا من المستجوبين يعتقدون أن البيئة الثقافية الغنية تساعد على التفاعل والمشاركة والانفتاح

لكنها قد تعزل وتهتمش بعض الشرائح.

وفي منظور هؤلاء، يساعد تبني التربية الإعلامية على المشاركة والمواطنة ودعم الديمقراطية إذا كانت التربية على الإعلام موضوع برنامج منظم وفاعل، إذ إن هذه التربية مدخل لتطوير وتعزيز الديمقراطية لدى الشعوب، ومقاربة متطورة تتيح فهم المحتويات التواصلية والخطابات السياسية والاجتماعية قصد تعزيز المشاركة في الشأن الاجتماعي والسياسي. ويرى المبحوثون أن التربية الإعلامية تساعد في تحقيق مجتمع ديمقراطي إن تم إعطاء الأولوية للوعي بالديمقراطية والانفتاح. حيث إن نسبة ضئيلة من المستجوبين يعتقدون أن التربية على الإعلام لا تساعد بالضرورة على دعم الديمقراطية، ما يمكن تفسيره بالأجندات التي تدعم برامج التربية الإعلامية والأهداف التي ترومها هذه البرامج.

وأجمع الصحفيون والإعلاميون على أن التعددية والتنوع الثقافي وأشكال التعبير عنصران رئيسان في سبيل تطوير التربية الإعلامية. ويرى البعض هذه التعددية فرصة لتنمية الحس النقدي لتمحيص ما يتعرض له المرء، بخاصة الناشئة، من أخبار صحيحة وزائفة ومضللة، وأنها واقع يجعل التربية الإعلامية أكثر أهمية من أي وقت مضى.

2. مناقشة النتائج

برزت أهمية التربية الإعلامية في المغرب بعد التطور والتسارع التكنولوجي الذي نشهد مراحلہ وتبعاته أيضا. وأبرزت المؤشرات وجود اتجاهات غير واضحة فيما يتصل بالتربية الإعلامية في المغرب، وإلى وجود مكتسبات هامة خلال العشرية الأولى من الألفية لم تستثمر على النحو الأفضل لتطوير رؤية استراتيجية للتربية الإعلامية والمعلوماتية بالمغرب أمام ضبابية وتأرجحات في استيعاب أهمية هذه التربية الإعلامية وترجمتها إلى مشروع مؤسساتي استراتيجي يهتم كل المؤسسات والقطاعات مثل التربية والتعليم والإعلام والاتصال والثقافة والفنون والشباب والطفولة والمواصلات وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

من خلال نتائج البحث الميداني، يتضح أن مصطلح التربية الإعلامية ليس بالمصطلح الجديد. وانطلاقاً من استكشاف إدراك المبحوثين لهذا المفهوم، تبين أن أغلبهم يربطه بالتنشئة على التواصل والتفاعل، في حين أشار البعض إلى أن هذا المفهوم يضم تعريفات ومعاني مختلفة. حيث تتجاوز هذه التربية المجال التعليمي إلى التكوينات المستمرة داخل المؤسسات والإدارات العمومية.

وفي سياق استكشاف الصعوبات التي تواجه إدراج التربية الإعلامية في المناهج التعليمية، أجمع المستجوبون على أن التعليم في المغرب يحتاج إلى مراجعة وتحديث المناهج، وأقروا أن المنهاج المغربي ينتبه إلى هذا النوع من التربية وإلى الكفايات المطلوبة، غير أن هذه الفكرة مازالت محتشمة.

بالإضافة إلى ضعف المناهج، تعدّ برامج التربية الإعلامية غائبة عن المقررات الدراسية خلال مراحل التعليم الأساسي والثانوي، العام والخاص، مع الاقتصار على توظيف تكنولوجيا الإعلام والمعلومات في غياب لتنمية التحليل والحس النقدي. وتلتقي هذه المؤشرات مع عنصري الإرادة والوعي بأهمية التربية الإعلامية في تنمية كفايات الأجيال.

في محاولة لرصد مبادرات هياكل البحث الأكاديمي في هذا المجال، سجل المستجوبون غياب المسالك والوحدات المتخصصة، في اقتصار على الأنشطة التحسيسية النادرة للاستئناس على الرغم من ارتباط التربية الإعلامية بأهداف المنظومة التعليمية والإعلامية. أن خلق هذا الارتباط يفرض خلق فرص للتعاون المؤسساتي المنتج والمنظم في إطار شراكات دائمة. كما أن تدريس التربية الإعلامية خطوة تستجوب متخصصين مهنيين في الموضوع وتشعباته وعلى دراية بالمشهد الإعلامي وتطوراته.

اتضح من خلال هذه المحاولة البحثية في استكشاف اتجاهات التربية الإعلامية في المغرب أن هذه التربية مجال تتقاطع فيه تخصصات متعددة وهي ملتقى طرق

المتدخلين في مجالات التنشئة والتربية وغيرها، ما يفرض على هذه القطاعات اتضاح الرؤية حول هذه التيمة واعتماد التنسيق بين القطاعات ومختلف الفاعلين.

وتتجلى أهمية إدماج التربية الإعلامية في المناهج الدراسية في توفير فرص التطوير والتواصل والتكوين المستمر للأساتذة، وتجويد إمكانات التلاميذ لغويا وتعبيريا، بخاصة في ظل بروز جيل جديد من التلاميذ المنتجين للمحتوى وظهور الإعلام الاجتماعي، أو ما يعرف بصحافة المواطن. لذلك، من المهم دعم كفايات الناشئة وإغناء معارفها بخصائص وسائل الإعلام ومميزاتها وعيوبها وكيفية استخدامها بشكل ينمي الحس النقدي المبدع لدى هؤلاء.

تكشف لنا المؤشرات أن النهوض بالتربية الإعلامية مسؤولية مختلف الفاعلين ومنهم المؤسسات التعليمية والإعلامية عن طريق خلق برامج ومشاريع تربية دائمة ومستدامة. ويمكن أن يتحقق هذا الأمر عبر التعاون والتكامل، خصوصا في ظل ندرة الإحصائيات والأبحاث النقدية حول التربية الإعلامية في المغرب والتي تمكن الجمهور من اختيار وفحص وتدقيق المضامين.

يعرف المغرب أيضا ندرة في الهيئات والمنظمات الغير ربحية المهتمة بالتربية الإعلامية، باستثناء بعض الجمعيات أو بعض الفروع في بعض المنظمات الدولية التي تسخر بعضا من مواردها لهذه التيمة بشكل موسمي وغير مستدام.

وتوجد تقاطعات كثيرة بين التربية الإعلامية والقيم والأخلاقيات الإعلامية واستخدامات التكنولوجيا، باعتبار الفضاء الثقافي مجال رحب يحتضن كل هذه المجالات، بخاصة باعتبار القيم تندرج تحت لواء منظومة التنشئة الاجتماعية. تُعدّ التربية الإعلامية الوسيلة الأمثل لتنسيق الجهود وتحقيق التكامل بين تعليم القيم وبناء التفكير النقدي تجاه المضامين الإعلامية كحامل لثقافات ومرجعيات مختلفة. وتختلف الآراء حول مدى قدرة التربية الإعلامية على الإسهام في الاعتراف

بالتعدد والتنوع الثقافي، وتساعد على التفاعل والمشاركة والانفتاح، أم تعزل وتهمش بعض الشرائح. ومع ذلك، تشير كل المؤشرات إلى أن التربية الإعلامية يمكن أن تدعم الديمقراطية وتعزز المشاركة المواطنة، على الرغم من المخاوف المطروحة في هذا السياق.

أما فيما يتصل بالتربية الإعلامية في علاقتها مع الإعلام، يظهر اهتمام هذا الأخير بهذه التيمة وبالقضايا التربوية عامة، لكن بشكل محدثم وضئيل. بالإضافة إلى ذلك، يعدّ إدراك الصحفيين لموضوع التربية الإعلامية ضعيفا وغير ملم بكل الجوانب والتشعبات، كما يفتقر إلى التحديثات والمستجدات.

تعد التربية الإعلامية حقا خصبا لم تنفتح عليه وسائل الإعلام بشكل كامل. إذ يمكن لهذه الوسائل نشر التربية الإعلامية وضمان سلامة البيئة الإعلامية عبر إدماج مقارنة تأخذ هذه التوجه التربوي بعين الاعتبار، في تنسيق مع المؤسسات الأخرى ومختلف الفاعلين ذوي العلاقة المباشرة وغير المباشرة بهذه التيمة، وباعتماد برامج للتكوين المستمر للصحفيين والإعلاميين المتخصصين.

وتتعدد التحديات التي تواجه إدماج التربية الإعلامية والمعلوماتية وتعزيز أعمالها على مختلف الأصعدة في السياق المغربي لتشمل تطوير البنى التحتية للتكنولوجيا الإعلامية وتوسيع مجال الحريات، بالإضافة إلى إعادة تحديد أدوار صناعات المحتوى من صحفيين ونشطاء ونخب وتعزيز احترام الأخلاقيات والقيم والقضاء على مختلف مستويات الفقر. وتضم هذه التحديات كذلك ما هو قانوني، وأخلاقي، وهوياتي، وثقافي، بالإضافة إلى الجانب المتعلق بالموارد المادية والبشرية.

3. خلاصات

قصد معالجة الإشكالات المطروحة في مجال التربية الإعلامية نستنتج وجود تصورين مختلفين يمكن أن نستشرف معهما مستقبل التربية الإعلامية والمعلوماتية في المغرب.

تصور أول يعتمد على مقارنة تدرجية اختزالية تركز على جوانب تطويرية جزئية في مجال التطوير والرقمنة وتحسينات بطيئة لمختلف الحلقات المكونة لمفهوم التربية الإعلامية (بنى تحتية - موارد بيداوجية - موارد بشرية - برامج تدريبية وبرامج تدريبية) لا تتوازي والتطور السريع الذي يعرفه العالم في مجال تكنولوجيا الإعلام والمعلومات واستخداماتها في المجال التعليمي والتربوي والاجتماعي على نحو عام.

تصور ثان تجديدي يقوم على قلب الوضع القائم على نحو شامل يتطلب إدماج التربية الإعلامية في مؤسسات مختلفة داخل المجتمع. القاعدة الأساسية في هذا التصور الثاني هي اعتماد التربية الإعلامية والمعلوماتية لتغيير النظام التعليمي وإلغاء النظام التعليمي القائم على الورقي على نحو يبرز مفهوما جديدا للمدرسة ونظام التعليم القائم على الرقمنة القادر على إدماج الناس في الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية الوطنية والدولية على نحو سلس وجعلهم قادرين على الإسهام في كل التبادلات كمنتجين ومستهلكين للمعلومات والقيم والأفكار.

تثبت التجربة المغربية أن تعزيز حضور التربية الإعلامية في المجتمع المغربي رهين بالخروج من النزعة الاختزالية لاعتبار التربية الإعلامية ترتبط بالمجال التربوي والتعليمي، مع انفتاح أوسع على فاعلين من القطاعات الأخرى كالثقافة، والفنون، والشباب، والاقتصاد، والخدمات، وغيرها من القطاعات، باعتبار أننا ندخل جزئيا عصر مجتمع المعلومات والمعرفة.

فضمن مسار التصور الإصلاحي يتطلب ذلك الانفتاح على نشر التربية الإعلامية والنقدية، عبر استهلاك وإنتاج المواد الإعلامية والقراءة النقدية لها

من لدن المستخدمين سواء في وسائل التعليم التقليدية أو في الفضاء الرقمي، وإدراج برامج التربية الإعلامية في المؤسسات الثقافية ومؤسسات رعاية الشباب كدور الثقافة ودور الشباب، بالإضافة إلى رقمنة هذه المؤسسات وتغيير أساليب عملها، وتأهيل العاملين بالإدارات العمومية والمؤسسات التجارية والاقتصادية في مجال التعامل مع وسائل الإعلام والرقميات باعتبار التطور الحاصل في المجتمع لكنه يبقى غير كاف.

خاتمة

أبانت التطورات التكنولوجية والتحولات التي شهدها المشهد الإعلامي المغربي، إلى جانب التفاعلات المجتمعية والثقافية، عن أهمية التربية الإعلامية كمشروع مجتمعي ومؤسساتي مهم يجب استثماره خدمة للناشئة وللأجيال القادمة، خاصة في ظل وجود اتجاهات ضبابية وتأرجحات في فهم أهمية التربية الإعلامية كمشروع مؤسساتي استراتيجي مهم كل القطاعات.

تعد التربية الإعلامية عاملا للتنمية وتؤدي دورًا محوريًا في تعزيز القيم المجتمعية والثقافية، حيث لها القدرة في توجيه المحتويات الإعلامية لتكون أداة لبناء هذه القيم بدل تدميرها. غير أن مواجهة التحديات الناتجة عن الذكاء الاصطناعي الذي فرض نفسه في الآونة الأخيرة في مجال التربية كما في مجال الإعلام، تتطلب استراتيجيات مبتكرة لتعزيز الفكر النقدي *critical thinking* وانتقاء وتحليل المضامين الإعلامية، عبر برامج لتوعية الأفراد بأهمية التمييز بين الصالح والظالم، علاوة على فهم آليات عمل خوارزميات الذكاء الاصطناعي وعيوبها وتأثيراتها على المحتوى الإعلامي ومنه على المتلقي، ما يمكن أن يكون موضوع أبحاث ودراسات مستقبلية أكثر تعمقا.

إن رؤيتنا لتغيير جذري فيما يتعلق بإدراج فلسفة التربية الإعلامية في النظام التعليمي المغربي تفترض رؤية جريئة لقلب هذا النظام ونقله من مستوى الاعتماد على الأساليب التقليدية للتلقين الورقي إلى رقمنة كاملة للتلقين في المؤسسات التعليمية بكافة مستوياتها وإنهاء استخدام الورق والسطوح التقليدية. لكن هذا التصور يفترض بذل جهود استثنائية لسن استراتيجية جديدة وفق ما هو مذكور أعلاه ويتطلب تعبئة موارد مالية هامة لنظام تعليمي تقليدي لا يزال يشكو من ضعف وهزال الموارد المالية المخصصة له.

المراجع

- Ait Hattani Hanae. (2016). Media Literacy in English as a Foreign Language Classroom, International Journal of Media and Information Literacy. Academic Publishing House Researcher. Russia.
- Ait Hattani Hanae. (2018). Media Literacy Education in Secondary School: Teachers' Attitudes, Journal of Media Research, Vol. 12 Issue 1(33), pp. 5-26.
- Abdelwahab Allai Mohamed, Les statistiques et leurs l'utilisation des TIC dans l'enseignement et la recherche scientifique, présentation à l'Atelier régional africain sur les statistiques des Technologies de l'Information et de la Communication en Education (TIC), organisé par l'ISU : 10-12 Septembre 2013, Dakar, Sénégal.
- Haddouche Nabia, «La formation genre outil de promotion des valeurs égalitaires : expérience de l'Association Démocratique des Femmes du Maroc ADFM au Maroc », Intervention dans le colloque international « Genre et développement : quels enjeux pour la formation ? », Février 2006.
- Rapport mondial de suivi de l'Éducation Pour Tous (EPT) 2003/2004.
- Rapport de la COSEF, Réforme du système d'Éducation et de Formation 1999-2004, Bilan d'étape et conditions d'une relance, COSEF, Juin 2005.
- Rapport du cinquantenaire de l'indépendance du Maroc, rapport thématique, « Systèmes éducatifs, Savoir, Technologies et Innovation », rapporteur Ahmed Lamrini, 2006.
- Rapport sur le développement de la Région MENA, résumé analytique, « Un parcours non encore achevé : La réforme de l'éducation au Moyen-Orient et en Afrique du Nord », Banque Mondiale, 2007.
- UNESCO Institute. Media and Information Literacy, <https://iite.unesco.org/mil/>, viewed on June 30, 2024.

- UNESCO. Statement for the United Nations Literacy Decade, 2003 – 2012, Media and Information Literacy: Challenges and Opportunities for the World of Education, UNESCO and the Canadian Commission for UNESCO, file:///Users/khadija/Downloads/MediaAndInformationLiteracy.pdf, P. 2, viewed on June 30, 2024.
- اتباتو وليد. (2019). دور التربية الإعلامية في تنمية الكفايات الإعلامية لدى المراهق المتمدرس، مجلة باحثون، العدد الثامن. ص. 151 - 160.
- الاستراتيجية الوطنية "المغرب الرقمي 2030"، [https://www.mmsp.gov.ma/ar/Actu-](https://www.mmsp.gov.ma/ar/Actu-alitesAr/strategieDigitalMorocco2030)، تم التصفح بتاريخ 20 نونبر 2024.
- العلامي سلمان طارق، التربية الإعلامية والمعلوماتية في المغرب دراسة ميدانية، التربية الإعلامية والمعلوماتية في شرق المتوسط وشمال إفريقيا الواقع والمستقبل، أكاديمية دويتشه فيله الألمانية، 2019، ص. 137-154.
- بن صفية عبد اللطيف. (2023) التربية الإعلامية..سياقات ورهانات من أجل نموذج مجتمعي منفتح ومتجدد، القرويين للنشر والتوزيع، القنيطرة، المغرب، الطبعة الأولى.
- دافينا فراو مايفر. (2006). التربية الإعلامية، دليل للمدرسين والطلبة والوالدين والمحترفين، ترجمة أحمر، اليونسكو، أضواء مطبعة الحجازي. ص 20.
- درويش عبد الرحيم. (2007). قضايا التربية الإعلامية واتجاهاتها الحديثة، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر العلمي الثامن لكلية التربية النوعية بجامعة المنصورة، ص 753 - 783.
- غلاب مجيب. (2018). علاقة التربية الإعلامية بالمصطلحات المتداخلة معها في الحقلين التربوي والإعلامي ضبط الإطار المفاهيمي، المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية، عدد 3 نونبر 2018، منشورات المركز الديمقراطي العربي ألمانيا برلين، ص. 289-300.

الفصل السابع

اتجاهات الأكاديميين والتربويين نحو إدراج التربية الإعلامية ضمن المقررات الدراسية في الجمهورية اليمنية

د. نوال عبدالله حزورة¹

د. سحر محمد أحمد علي²

Abstract

This exploratory survey aimed to identify the attitudes of academicians and educators toward integrating media literacy into educational curricula in Yemeni schools and universities. To achieve this objective, the researchers relied on a purposive sample of 90 curriculum developers in education and Yemeni universities, using an electronic questionnaire to measure the opinions of the study sample. The results of the study revealed that approximately half of the sample of educators and academicians have a good understanding of the concept of media literacy. In contrast, another part of the study sample still confuses media literacy with professional practice and educational media. In addition, the results confirmed that most educators and academicians have an interest and belief in the importance of qualifying and training teachers in the field of media literacy. Moreover, they preferred integrating media literacy into related courses rather than allocating a separate curriculum for it. Additionally,

1- كلية الإعلام – جامعة صنعاء

2- كلية الإعلام – جامعة عدن

curriculum developers from academicians and educators provided suggestions on what could be included in a media literacy curriculum, such as awareness and education using media and communication means and its importance in society.

Keywords: Academics and Educators – Media Literacy - Courses – Yemen

ملخص

هدفت هذه الدراسة المسحية- الاستكشافية إلى التعرف إلى اتجاهات الأكاديميين والتربويين نحو دمج محو الأمية الإعلامية في المناهج التعليمية في المدارس والجامعات اليمنية. لتحقيق هذا الهدف، اعتمد الباحثون على عينة عمدية من 90 مطورا للمناهج في التعليم والجامعات اليمنية، باستخدام استبيان إلكتروني لقياس آراء عينة الدراسة. كشفت نتائج الدراسة أن ما يقرب من نصف عينة المعلمين والأكاديميين لديهم فهم جيد لمفهوم محو الأمية الإعلامية. في المقابل، لا يزال جزء آخر من عينة الدراسة يخلط بين محو الأمية الإعلامية والممارسة المهنية والوسائط التعليمية. بالإضافة إلى ذلك، أكدت النتائج أن معظم التربويين والأكاديميين لديهم اهتمام وإيمان بأهمية تأهيل وتدريب المعلمين في مجال محو الأمية الإعلامية. علاوة على ذلك، فضلوا دمج محو الأمية الإعلامية في الدورات ذات الصلة بدلا من تخصيص منهج منفصل له. بالإضافة إلى ذلك، قدم واضعو المناهج الدراسية من الأكاديميين والمعلمين اقتراحات حول ما يمكن تضمينه في منهج محو الأمية الإعلامية، مثل التوعية والتثقيف باستخدام وسائل الإعلام والاتصال وأهميته في المجتمع.

الكلمات_المفتاحية: أكاديميون ومعلمون، محو الأمية الإعلامية، دورات، اليمن.

مقدمة

يؤدي الإعلام دورًا مهمًا لا يقل أهمية عن دور المدرسة والأسرة في التنشئة الاجتماعية، بل يمكن القول إنه يحتل مرتبة متقدمة عليها بما يتوفر له من عناصر الإثارة والتشويق، وهذا ما جعل أهمية التنسيق والتعاون بين هذه الوسائط التربوية من الأهداف السامية التي يسعى إليها المجتمع لتحقيق التكامل في التربية للشباب والنشء، من أجل تحقيق انطلاقة قوية لتحقيق التنمية المستدامة والشاملة للمجتمعات الإسلامية والعربية، وتحقيق التعايش الإيجابي مع المجتمع الدولي مع الحفاظ على الهوية والثوابت التي تحكم المجتمع الإسلامي والعربي.¹

وفي ظل التطورات المتسارعة لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وآثارها الجلية على مختلف أوجه الحياة الانسانية وانعكاساتها- بخاصة السلبية - على الحياة الاجتماعية، أصبح من الضروري أن تتحمل المؤسسات التربوية والإعلامية مسؤوليتها في محو الأمية التقنية والإعلامية، والقيام بدورها في تربية الجماهير على التعامل الواعي، والناقد لمحتوى وسائل الإعلام، واستخدام تلك الوسائل بحكمة ومسئولية.²

لذلك، ظهر مصطلح التربية الإعلامية أو الدراية الإعلامية وهو علم فرضته التطورات الإعلامية للتحصين، والتحرير وتمكين المتعلم من التعلم المستمر من خلال التعامل المتواصل مع مصادر المعلومات المتدفقة، وتأهيله للحياة الاجتماعية والسياسية.

ومنذ الستينيات اهتمت منظمة اليونسكو بدراسة دور وسائل الإعلام في التطور الاجتماعي وإيجاد استراتيجية للتعامل مع وسائل الإعلام، وفي نهاية الستينات

1- امال سعد المتولي 2004: الصحافة والاذاعة المدرسية، دار مكتبة الاسراء مصر، المنصورة.

2- عبد العزيز صالح جابر واخرون (2021) واقع تدريس التربية الإعلامية في المدارس الثانوية في الجمهورية اليمنية، مجلة جامعة المدينة العالمية للعلوم التربوية والنفسية، العدد 3 مايو ص 292

ركز الخبراء على إمكانية استخدام وسائل الاتصال والإعلام كوسائل تعليمية لتحقيق المنافع التربوية الملموسة على الواقع. وبدأت الدعوة تروج لأهمية تدريس الإعلام ليس في الجامعات فقط بل وفي المدارس، وفي العام 1963 في تقرير (The New Som Report) الصادر عن المجلس الاستشاري المركزي للتعليم في لندن. ظهر مصطلح التربية الإعلامية وأهمية تعليمها في المدارس (كمشروع عام) لحماية الأطفال من أضرار ومساوئ الإعلام.

وقد تبنت منظمة اليونسكو حملة لنشر ثقافة التربية الإعلامية كمنهجية تربوية اجتماعية لتنمية التفكير النقدي وتحسين الطلبة في المؤسسات التعليمية كونهم أكثر الفئات استخداماً للتكنولوجيا الحديثة، والمنصات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي، ويمتد المفهوم لتزويد الطلبة بمهارات التعليم الذاتي والمهارات التواصلية للتعبير عن الذات، وإعداد الطلبة لمواجهة مستجدات العصر والمشاركة الاجتماعية الفاعلة في عصر الإعلام وتطورات المتجددة التي تحاصر حياتنا.¹

لذا، أصبح للتربية الإعلامية أثر ملموس في إحداث التغييرات التي نتطلع إليها في المفاهيم والرؤى في قطاع التربية والتعليم والحياة المدرسية، بما يساهم ويساعد على ضبط تأثيرات ثورة تكنولوجيا الاتصال وسيطرة وسائل التواصل الاجتماعي على حياة الناس، ويعمل على ترشيدها وبلورتها بما يخدم الأهداف التعليمية والتربوية التي ينشدها أرباب التربية والتعليم.²

مشكلة الدراسة

يعيش العالم اليوم ثورة غير مسبوقة في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، فأحدثت تأثيرات في مختلف أوجه الحياة الإنسانية على الصعد الاجتماعية

1- مجيب عبدالله الحميدي (2019): علاقة التربية الإعلامية بالمصطلحات المتداخلة معها، المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية، العدد 3، نوفمبر، المركز الديمقراطي العربي، ألمانيا برلين، ص 298

2- عبد العزيز صالح جابر واخرون (2021) مرجع سابق ص 289

والثقافية والفكرية المختلفة. وقد جعلت الثورة التكنولوجية المتسارعة موضوع التربية الإعلامية أكثر إلحاحًا، لاسيما بعد أن فقدت الدول السيطرة الكاملة على البث المباشر للبرامج التلفزيونية. وفقدت قدرتها على التصدي للبث الإعلامي الخارجي والاكنتساح الثقافي الأجنبي، وبعد أن ساعدت شبكة الإنترنت على الغزو الثقافي، وتهديد كثير من الثقافات الوطنية التي أثرت على الفئات العمرية والاجتماعية المختلفة. حيث تشير العديد من الدراسات منها دراسة منال الوليد¹ أن محتوى الوسائط الرقمية الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي أثر بشكل سلبي واضح على منظومة القيم لدى الشباب في المجتمع اليمني.

لذا، أصبح من الضروري أن يقوم التربويون والإعلاميون بجهود من أجل تعزيز التربية الإعلامية وإدماجها في المناهج الدراسية، لما تؤديه من دور مهم في إكساب الطلبة القيم الثقافية والاجتماعية التي تتناسب مع ثوابت المجتمع، وتسهم في تقوية وامتلاك الشباب والناشئة لمهارات النقد والتقويم والتحليل وحل المشكلات والتفكير الإبداعي. وهذا يتطلب من دون شك من وجهة التعاون البناء، بين رجال الإعلام والتربية، لتقديم المادة الإعلامية التثقيفية الممتازة للشباب، كما يتطلب من جهة أخرى الاهتمام بتوجيههم إلى كيفية توظيف هذه الوسائل والاستفادة منها بالشكل المطلوب.² وفي المجتمع اليمني، وكما تشير العديد من الدراسات، فإن هناك قصورًا في الاهتمام بالتربية الإعلامية سواء على مستوى المناهج أو الأنشطة.

ومن هنا، تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف إلى اتجاهات الأكاديميين والتربويين نحو دمج التربية الإعلامية ضمن المقررات التعليمية في المدارس والجامعات

1- انظر إلى دراسة منال الوليد، «دوافع استخدام المرأة اليمنية للمسلسلات المدبلجة في القنوات الفضائية العربية والقيم المدركة منها كدراسة مسحية» رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة صنعاء، 2022م.

2- محمد بن شحات لخطيب: دور المدرسة في التربية الإعلامية، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية بالمملكة العربية السعودية، الرياض (2007).

اليمنية بخاصة العاملين في حقل تطوير المناهج الدراسية في وزارة التربية والتعليم أو في الجامعات اليمنية بتخصصاتها المختلفة.

أهمية الدراسة

تتمثل أهمية إجراء الدراسة الحالية بالآتي:

1. ندرة الدراسات المتعلقة بمفهوم التربية الإعلام -بحسب علم الباحثان- في المكتبة الإعلامية اليمنية، وقلة الدراسات التي تناولت الموضوع ذاته في المكتبة التربوية.
2. تكتسب الدراسة أهميتها من كونها تستهدف المسؤولين على تطوير المناهج في مؤسسات التربية والتعليم والجامعات اليمنية.
3. تأتي هذه الدراسة في الوقت الذي يزداد فيه الاهتمام بنشر ثقافة التربية والدراسة الإعلامية والمعلوماتية في اليمن، تماشياً مع الاهتمام العالمي بها.

أهداف الدراسة وتساؤلاتها

تسعى هذه الدراسة الاستشراكية إلى هدف رئيس يتلخص في وضع رؤية تفيد مخططي المناهج في المدارس والجامعات حول مقرر التربية الإعلامية والأساليب المثلى لتحقيق توعية سليمة للشباب والنشء اليمني في التعامل مع وسائل الإعلام التقليدية والرقمية من خلال دراسة اتجاهاتهم نحو دمج التربية الإعلامية ضمن المقررات الدراسية في المدارس والجامعات اليمنية. ويتحقق ذلك من خلال محاولة الاجابة عن التساؤلات التالية:

1. ما مدى وعي الأكاديميين والتربويين اليمنيين بمصطلح التربية الإعلامية؟
2. ما أهمية مقرر التربية الإعلامية في المدارس والجامعات اليمنية من وجهة نظر الأكاديميين والتربويين؟
3. ما أوجه أهمية مقرر التربية الإعلامية لدى الشباب والنشء اليمني؟

4. هل من المناسب لتحقيق نشر ثقافة التربية الإعلامية في صفوف الشباب والنشء اعتماد مقرر التربية الإعلامية في المدارس أم في الجامعات أم في كليهما؟
5. ما المراحل الدراسية التي يمكن أن تبدأ بتدريس مقرر التربية الإعلامية من وجهة في نظر التربويين والأكاديميين اليمنيين؟
6. هل الأنسب أن تكون مادة التربية الإعلامية مقرراً قائماً بذاته أم يتم إدراجه ضمن المقررات الأقرب إليه؟
7. ما الجوانب التي يفترض أن يتضمنها مقرر التربية الإعلامية من وجهة نظر التربويين والأكاديميين؟

الدراسات السابقة

قامت الباحثتان بعمل مسح لما أتيح من دراسات وبحوث وأنشطة أجريت في البيئة اليمنية، حيث لوحظ قلة الباحثين اليمنيين المهتمين بإجراء دراسات حول التربية الإعلامية في الحقلين التربوي والإعلامي، وهذا يرجع لحدائثة مصطلح التربية الإعلامية على النطاق الإقليمي وحتى العالمي. كما لوحظ أن معظم الدراسات التي أجريت في الجمهورية اليمنية كانت من عاملين في المجال التربوي أكثر من المجال الإعلامي، ويمكن استعراض الدراسات المتاحة من خلال العرض التالي:

دراسة عبد الملك الدناني & سمير عمر بني ياسين (2023):¹ سعت الدراسة إلى التعرف إلى أهمية التربية الإعلامية في سياق التوسع في مجال الوسائط الرقمية، وأهمية تعزيز المعرفة الرقمية والتفكير النقدي. حاولت الدراسة اكتشاف العلاقة الجدلية بين التربية الإعلامية والإعلام الرقمي بخاصة في العالم العربي

1- Abdul Malek Al Danani & Sameer O. A Bani Yassen, "Media Education and Digital Media: Nurturing Digital Literacy and Critical Thinking", Journal of Namibian Studies, 35 S1(2023): 604-635.

كجزء من النظام العالمي، وقد كشفت الدراسة عن نتائج عديدة، أهمها: أن الجهود العربية في مجال التربية الإعلامية لا تزال ضعيفة ومحدودة بخاصة في جوانب الإعلام الرقمي، مما يستلزم المزيد من التأسيس المفاهيمي في المؤسسات التعليمية، ونشر الوعي به قبل الدخول إلى مرحلة التنفيذ. وأن هناك خلطاً بين مفهومي الإعلام التربوي والتربية الإعلامية في البحوث والدراسات العربية التي أجريت. وتشير النتائج إلى أنّ ما تم تطبيقه من خلال اقتراح نماذج للتربية الإعلامية وتطبيقها على بعض فئات الجماهير أثبتت فعاليتها وهو ما يعد مؤشراً إيجابياً لاستعداد الجماهير لتقبل المفهوم وممارسته على أرض الواقع. وكشفت النتائج ضعف البحوث العلمية في مجال التربية الإعلامية التي تربط بينها وبين الإعلام الرقمي. وقصور الاستثمار في مجال التربية الإعلامية أو التربية على وسائل الإعلام، وهذا ما يبرر قلة البحوث العلمية العربية في مجالي التربية الإعلامية والإعلام الرقمي.

دراسة حسن منصور (2023):¹ سعت الدراسة إلى التعرف إلى تجربة مناهج التربية الإعلامية في الجامعة العربية في ضوء المفهوم الذي طرحته منظمة اليونسكو. حيث قام الباحث بتحليل مناهج (21) كلية إعلامية ومعهد في (10) دول عربية. واعتمد خلالها على تحليل المحتوى في ثلاثة مستويات لتقييم التعليم الإعلامي في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، تحديداً أهداف التعلم لإدارة التنوع والتعددية والحقوق والحريات، وقد خلص الباحث إلى جملة من النتائج، أهمها: أن 33.2% من إجمالي أهداف التعلم في المناهج الدراسية كانت خاصة بإدارة التنوع بين خمسة مجالات رئيسة تعزز حقوق الإنسان، والمساواة، والتعددية، وثقافة الحوار، والالتزام بالأخلاقيات؛ حيث كان الالتزام بالأخلاقيات الأكثر وضوحاً في جميع الخطط الأكاديمية العربية، تليها بشكل أقل ثقافة الحوار

1- Hasan M. H. Mansoor, Diversity and pluralism in Arab media education curricula: an analytical study in light of UNESCO standards, Humanities and Social Sciences Communications (2023) <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01598-x>

والسلام والتفاهم، وتلها تعزيز حقوق الانسان.

دراسة مجيب عبد الله الحميدي (2022):¹ هدفت الدراسة إلى بناء استراتيجية مناصرة مقترحة للتغلب على معوقات إدماج التربية الإعلامية في التعليم العام بالدول العربية. حيث حاولت الدراسة استكشاف ماهية التربية الإعلامية وأساسياتها ومصطلحاتها وأسسها النظرية والتاريخية في تجارب العالم والدول العربية مع تقديم قراءة نقدية للاضطراب المفاهيمي للتسمية والترجمة في الدراسات العربية. وباستخدام المقابلات المتعمقة والاستبيان والتحليل للوثائق وتحليل المحتوى في واقع التربية الإعلامية في سبع دول عربية، هي (الأردن وتونس والجزائر ولبنان ومصر والمغرب واليمن) في أطرها المرجعية ومناهجها ومحتواها والمبادرات المجتمعية والاستجابات الحكومية والتعرف إلى المعوقات التي تحول دون إدماج التربية الإعلامية في التعليم العام العربي.

وخلص الباحث إلى جملة من النتائج، أهمها أنه تبين وجود اضطراب مفاهيمي في المجال العلمي للألفبائية الإعلامية سواء على المستوى العالمي أو العربي، بخاصة في ما يتعلق بالتسمية، والترجمة، والتعريف. وهو أمر عزاه الباحث إلى حداثة هذا المجال، بالإضافة إلى اختلاف الحقول المعرفية للباحثين المهتمين به، وتباين اختلاف طبيعة الأنظمة التربوية وفلسفاتها، إلى جانب الفروقات في الممارسات التعليمية بين الدول، بالإضافة إلى تسارع التطور التكنولوجي في مجال الإعلام والاتصال. وحول واقع التربية الإعلامية في التعليم العام بالدول العربية، والتي تم دراستها ميدانياً خلص الباحث إلى اختلاف الإطار المرجعي في الدول العربية الذي يمكن الاعتماد عليه لإدماج التربية الإعلامية في التعليم العام من دولة إلى أخرى حيث يمكن تصنيف هذه التجارب إلى ثلاث مجموعات:

1- مجيب عبد الله الحميدي (2022): استراتيجية مقترحة للتغلب على معوقات إدماج التربية الإعلامية بالتعليم العام في الدول العربية، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية علوم التربية، جامعة محمد الخامس . المملكة المغربية .

1. دول يتضمن إطارها المرجعي في القوانين والخطط والاستراتيجيات إشارات واضحة لإدماج التربية الإعلامية في التعليم ومنها؛ الأردن الذي جعلها ضمن أولويات الحكومة ومشروع التربية في تونس.

2. دول يتضمن إطارها المرجعي إشارات ضمنية لكفايات التربية الإعلامية من دون الإشارة المباشرة للتربية الإعلامية كمجال تعليمي ومعرفي جديد مثل المغرب والجزائر.

3. دول يتضمن إطارها المرجعي مبادئ وأسس تربوية عامة يمكن الاستئناس بها والاعتماد عليها في إدماج التربية الإعلامية، مثل مصر ولبنان واليمن.

وقد أوضحت نتائج الدراسة أيضًا أنه لا يوجد دولة عربية لديها منهج رسمي خاص أو مادة مستقلة للتربية الإعلامية. إما من خلال تحليل المناهج تبين للباحث أن هناك بعض المواضيع والمفاهيم المحدودة والمدرجة في المناهج التي تتعلق بكفايات التربية الإعلامية بصورة مباشرة أو ضمنية. حيث تنصدر كل من المغرب ولبنان قائمة الدول العربية التي أدرجت المفاهيم تحت مسمى التربية الإعلامية. في المغرب، تم تضمينها بمادة القيم المغربية في وحدة التربية التواصلية والإعلامية. وفي لبنان، تم تضمينها في كتاب التربية الوطنية والتنشئة المدنية للصف السابع الأساسي في لبنان. أما الأردن والمغرب فتصدران قائمة الدول الأكثر تضمينًا لمفاهيم متعلقة بالتربية الإعلامية في الكتب المدرسية الرسمية، وباستثناء الأردن لا يوجد حاليًا أي مؤشرات في بقية الدول العربية تكشف عن توجهات جادة لتعزيز مفاهيم ومواضيع التربية الإعلامية في الكتب والأنشطة الحرة.

وقد أظهرت الدراسة أن أهم المعوقات التي تحول دون اندماج التربية الإعلامية في التعليم العام بالدول العربية تتركز في المعوقات الإدارية والمؤسسية، ثم تأتي معوقات تتعلق بضعف البنية التحتية التقنية بمدارس التعليم العام. بالإضافة

إلى حداثة مفهوم التربية الإعلامية في الوطن العربي. وقد أوصت الدراسة بضرورة الاعتماد على أساليب وأطر الضغط من أجل التغلب على هذه المعوقات بخاصة المعوقات الإدارية والمؤسسية وبيروقراطية النظم الإدارية. بالإضافة إلى تدعيم دور منظمات المجتمع المدني للمدافعة والمناصرة. كما أكدت الدراسة أن الفاعلين الأكثر تأثيراً في قرار إدماج التربية الإعلامية في التعليم العام العربي كانت الجهات السيادية، ووزراء التربية والتعليم. كما أن وسائل الإعلام كانت في صدارة الفاعلين الأكثر تأثيراً، والتي لا بد أن تستهدف من قبل جماعات التوعية والضغط لإرساء أسس التربية الإعلامية ضمن التعليم النظامي العام.

فيما يتعلق بالنتائج الخاصة باليمن، أشارت الدراسة إلى أن اليمن يحتل المستوى الأخير في مبادرات المجتمع المدني واستجابات الحكومة، حيث يلاحظ غياب الوعي الكافي من قبل القيادة التربوية بمفهوم التربية الإعلامية، بالإضافة إلى غياب أي دور فاعل للمجتمع المدني في المطالبة بإدماج التربية الإعلامية في التعليم العام في اليمن. حيث أظهرت النتائج أن غالبية قيادات التربية غير مطلعة على وجود موجهات أو أسس نظرية أو مضامين تطبيقية في الاستراتيجية الوطنية للحكومة أو وزارة التربية والتعليم تدعم إدماج التربية الإعلامية ضمن المقررات الدراسية. وعلى الرغم من أن الباحث يؤكد بوجود مؤشرات ضمنية ضمن المرجعيات في قوانين التعليم اليمني تفيد بإمكانية الإدماج.

وأكدت القيادات التربوية التي شملها البحث عدم وجود مضامين التربية الإعلامية في المناهج الدراسية، على الرغم من وجود موضوعات محدودة في بعض المقررات مثل مقرر اللغة العربية والتربية الاجتماعية وكتاب القراءة ومقرر المجتمع للصف الأول الثانوي، وهي إجمالاً لا تتجاوز الموضوعات الخمسة. أما فيما يتعلق بالأنشطة والمبادرات المجتمعية والاستجابة الحكومية أشارت الدراسة بوجود بعض الأنشطة والفعاليات المحدودة التي سعت إلى التوعية بالثقافة الإعلامية لطلاب التعليم العام في العام (2010) التي تمت في إطار

مشاركتها في مكتب التربية العربي لدول الخليج العربي الذي تشارك اليمن في عضويته.

وخلالها تم عمل ورشة عمل مع مجموعة من الخبراء والمختصين. وعلى الرغم من دعم اليونسكو لمشروع إدماج التربية الإعلامية في العالم إلا أنه لم تكن لها أي مبادرات في اليمن باستثناء. أما مبادرات منظمات المجتمع المدني والمدارس فهي محدودة ولا تعد عن كونها أنشطة تهتم بصحافة الأطفال وبرنامج الصحفي الصغير ولا ترتبط بأهداف وكفايات التربية الإعلامية الأساسية.

دراسة عبد العزيز صالح جابر وآخرون (2021) ¹سعت الدراسة إلى التعرف إلى واقع تدريس التربية الإعلامية في المدارس الثانوية في اليمن، وتحديدًا في محافظة حضرموت، من وجهة نظر المعلمين والطلبة، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي معتمدة استمارة تم توزيعها على (450) مبحوثًا من الطلبة والمعلمين والمديرين، ووكلاء المدارس. وأظهرت النتائج أن الاهتمام بالتربية الإعلامية يأتي من كونها خط الدفاع الأول لمواجهة عصر تكنولوجيا المعلومات وثورة الاتصالات والعولمة. كما أكدت نتائج البحث أن التربية الإعلامية لم تساعد الطلبة على حسن اختيار الرسائل الإعلامية التي يستقبلونها، أو على اختيار وسائل التواصل الاجتماعي التي يتعاملون معها، كما أكدت النتائج عدم اهتمام المناهج والمواد الدراسية الحالية بالتربية الإعلامية.

وأكدت الدراسة أهمية دور المدرسة في إرساء وتعزيز الوازع الأخلاقي والديني لدى الطلبة والمعلمين بما يساهم في التصدي للتأثيرات السلبية للإعلام. كما أوضحت الدراسة أن واقع التدريس المدرسي لا يساعد منسبها بالقيام بوظائف التربية الإعلامية حيث لا تقوم المدرسة بتقديم أي مساندة للطلاب تعينهم في تكوين اتجاهات ايجابية نحو التربية الإعلامية والتعامل مع وسائل الإعلام

1- عبد العزيز صالح جابر، صفية ناجي الدعيس، رقية ناجي الدعيس « واقع تدريس التربية الإعلامية في المدارس الثانوية في الجمهورية اليمنية من وجهة نظر مديري المدارس والوكلاء والمعلمين والطلاب »، مجلة جامعة المدينة العالمية للعلوم التربوية والنفسية (MIJEPS) العدد الثالث، مايو 2021.

المختلفة. واتضح أن الإدارة التربوية لم تقم بأي دورات تدريبية للمعلمين ومديري المدارس والوكلاء في مجالات التربية الإعلامية. كما أوضحت النتائج أن هناك قصورا في الوقت المتاح للطلبة لممارسة الأنشطة الإعلامية المدرسية في أثناء الدوام الدراسي.

دراسة محمد ناجي الدعيس وأحمد الشاطبي (2021):¹ سعت إلى التعرف إلى دور الإدارة التربوية في التربية الإعلامية في ظل التحولات الإقليمية المعاصرة. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي بأسلوب الاستبانة على عينة عشوائية طبقية بلغت (569) معلما ومعلمة مثلت نسبة 5% من إجمالي مجتمع العينة. وخلصت الدراسة لجملة من النتائج أبرزها: أن هناك إدراكاً لدى معلمي الثانوية العامة في أمانة العاصمة بأهمية الإدارة التربوية في إرساء أسس التربية الإعلامية من خلال تفعيل وسائط الإعلام التربوي في المدارس كأنشطة الصحافة المدرسية والإذاعة المدرسية التي يمكن أن تسهم في تعزيز ثقافة التربية الإعلامية لدى الطلبة. وعلى الرغم من أن التربية الإعلامية لم توظف بعد في مناهج التعليم، وقلة أنشطتها والفعاليات الخاصة بها، إلا أن هناك إدراكاً لدى الإدارة التربوية بأهميته إدراجها ضمن الرسالة التربوية للمدرسة. وأوصت الدراسة بضرورة أن تتبنى الإدارة التربوية توظيف التربية الإعلامية ضمن مناهج التعليم بالمدارس الثانوية وإعطاء حرية مناسبة لمديري المدارس والمعلمين في نشر ثقافتها بين الطلبة. كما أكدت الدراسة على أهمية تعاون قيادات الإدارة التربوية والإدارة الإعلامية في هذا الجانب.

دراسة مجيب الحميدي (2018):² سعت الدراسة إلى التعرف إلى علاقة التربية الإعلامية بالمصطلحات المتداخلة معها في الحقلين التربوي والإعلامي، وذلك لكون

1- محمد ناجي الدعيس وأحمد الشاطبي (2021) « دور الإدارة التربوية في التربية الإعلامية في ظل التحولات المعاصرة من وجهة نظر معلمي المرحلة الثانوية بمدارس امانة العاصمة – صنعاء »، مجلة الاندلس للعلوم الانسانية والاجتماعية، العدد (42) المجلد (8) ابريل – يونيو 2021م

2- مجيب عبدالله الحميدي (2018) مرجع سابق .

مصطلح التربية الإعلامية من المصطلحات الحديثة نسبيا، ويهدف ضبط الإطار المفاهيمي للمصطلح منعا لأي التباس أو تداخل مع مصطلحات في مجالي الإعلام والتربية، وقد توصلت الدراسة إلى أن التربية الإعلامية ليست نسخة مطورة عن الإعلام التربوي ولا تفرعا منه، ولا بديلا عنه كما أنها ليست مرادفا للإعلام المدرسي أو التعليمي ولكنها تربية جديدة فرضتها التطورات الإعلامية بهدف عمل مقاومة لدى الجماهير والطلبة تحديدا ضد الانعكاسات السلبية التي أحدثتها في مختلف مجالات الحياة الإنسانية. كما توصلت الدراسة إلى أن التربية الإعلامية ليست علما إعلاميا محضا، وإنما تسعى إلى بناء مهارات التفكير النقدي لتحسين الطلبة وتنمية مهارات التعلم الذاتي لديهم ومهارات التواصل والتعبير عن الذات.

دراسة مجيب عبد الله الحميدي (2013):¹ سعت الدراسة إلى محاولة وضع تصور لكيفية الاستفادة من مقرر التربية الإعلامية لمرحلة التعليم الأساسي في الجمهورية اليمنية. وخلصت الدراسة إلى التأكيد بأن التربية الإعلامية ليست نسخة مطورة عن الإعلام التربوي ولا تفرعا منه ولا بديلا عنه ولكنها تربية جديدة فرضتها التطورات الإعلامية والتربوية. وخرج الباحث في مقترحه بأن المدخل الاندماجي التكاملية هو أفضل المداخل لاعتماد التربية الإعلامية في اليمن، حيث اقترح الباحث إمكانية دمج مقرر التربية الإعلامية في ثلاثة مقررات دراسية، وهي التربية الإسلامية، والتربية الوطنية، واللغة العربية. وأكدت على أن المدخل الاندماجي أفضل من جعل التربية الإعلامية منهجا مستقلا أو مجرد أنشطة مدرسية عامة، حيث يمكن أن يشمل محتوى التربية الإعلامية في التعليم الأساسي جميع الصفوف مع مراعاة المراحل العمرية للطلبة والتوافق مع متطلبات النمو. وأكدت الدراسة في توصياتها: بضرورة إعداد استراتيجية وطنية لإدماج التربية الإعلامية في التعليم الأساسي في اليمن.

1- مجيب عبد الله غلاب (2013) تصور مقترح للتربية الإعلامية بمرحلة التعليم الأساسي في الجمهورية اليمنية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة صنعاء.

منهج الدراسة

تعد هذه الدراسة من الدراسات المسحية الاستشرافية، كونها تهتم بوصف اتجاهات مطوري المناهج الدراسية من التربويين والأكاديميين نحو اعتماد منهج التربية الإعلامية في المقررات الدراسية في المدارس والجامعات اليمنية.

مجتمع الدراسة وعينته

يتمثل مجتمع الدراسة من مطوري المناهج الدراسية في التربية والتعليم والجامعات اليمنية، إذ بلغ قوام العينة (90) مبحوثاً وبأسلوب العينة العمدية القصدية.

أداة جمع البيانات

اعتمدت الدراسة الحالية على استمارة الاستبيان الإلكترونية، كأداة لقياس رأي مطوري المناهج في التربية والتعليم والجامعات في عدد من المحافظات اليمنية، وقد تم تحكيم استمارة الاستبيان قبل تطبيقها على عينة الدارسة¹.

الفعاليات الخاصة بالتربية والدراسة الإعلامية والمعلوماتية

قدم أستاذ الاتصال والإعلام الدكتور عبدالله الزلب في عام 2005م مسودة مشروع الإعلام للجميع «التعليم على وسائل الإعلام»، بهدف تقديم تجربة تعليمية/إعلامية متميزة وجديدة في اليمن والمنطقة العربية والإسهام الفاعل والعملية لتطوير قدرات الإنسان في الحصول على المعلومات والاستفادة منها

1- تفضل بتحكيم استمارة الاستبيان:

- | | |
|--------------------|---|
| أ.د.حسن منصور | أستاذ الإعلام والاتصال كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة الملك سعود. |
| أ.د.حسن دجرة | أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الفنون الجميلة جامعة الحديدة. |
| أ.د.علي الحأوري | أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الفنون الجميلة جامعة الحديدة. |
| أ.م.د.مجيب الشميري | أستاذ الإذاعة والتلفزيون المشارك بكلية الإعلام جامعة صنعاء. |
| أ.م.د.هزاع شرف | أستاذ العلاقات العامة المشارك بكلية الاعلام جامعة صنعاء. |
| د.بلقيس علوان | أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد بكلية الاعلام جامعة الملك عبدالعزيز . |
| د.مجيب الحميدي | خبير في التربية الإعلامية ومدير البحوث في الإدارة العامة للبحوث والتنمية بمحافظة تعز. |

وتوظيفها التوظيف الإيجابي البناء والمبدع، ولكن لم يكتمل المشروع بعد تقديمه إلى رئاسة الوزراء اليمنية، واليونسكو لعدم اهتمام الدولة بالمشروع ولظروف أخرى.

وفيما يتعلق بالأنشطة والفعاليات التي نفذت حول التربية والدراية الإعلامية والمعلوماتية، فقد تبين أن مؤسسات الدولة ومنظمات المجتمع المدني العاملة في مجال الاتصال والإعلام نفذت العديد من الأنشطة في مجال التربية والدراية الإعلامية والمعلوماتية كدورات وورش عمل وندوات، ولكن تحت مسميات مختلفة، لعدم معرفتها بالمصطلح محل الدراسة، ومن ذلك ما سيتم ذكره في الفعاليات أدناه:

1. ندوة بعنوان «التربية الإعلامية والمعلوماتية في اليمن.. الواقع والاحتياج والتحديات»: نظمت من قبل المنظمة الوطنية للإعلاميين اليمنيين «صدى»، بالتعاون مع اللجنة الوطنية اليمنية للتربية والثقافة والعلوم، أقيمت الندوة في محافظة مأرب بتاريخ 31 أكتوبر 2022م، أكدت على ضرورة دعم مشروع إضافة مادة التربية الإعلامية للمراحل الدراسية المختلفة.¹

2. بعدها بعام وتحديداً في الأول من أكتوبر 2023، أعلنت المنظمة ذاتها -صدى- عن فرص تعاقدية لمدرّبين في التربية الإعلامية والمعلوماتية للشباب في محافظة حضرموت، وهو ضمن مشروع التربية الإعلامية والمعلوماتية للشباب الذي يستهدف مدينتي سيئون وتريم بمحافظة حضرموت.²

3. مشروع الألفبائية الإعلامية والمعلوماتية (MIL) في اليمن: هو مشروع تدريب لفئة الشباب تنفذه بعض المنظمات المحلية في أربع محافظات يمنية تعز، عدن، حضرموت، وصنعاء بالشراكة مع الأكاديمية الألمانية دويتشه

1- ندوة في مأرب بمناسبة الأسبوع العالمي للتربية الإعلامية والمعلوماتية، خبر منشور على موقع سبأ نت، منشور بتاريخ 31 أكتوبر 2022.

2- فرص تعاقدية لمدرّبين في التربية الإعلامية والمعلوماتية للشباب في حضرموت، خبر منشور على موقع المنظمة الوطنية للإعلاميين اليمنيين (صدى)، بتاريخ الأول من أكتوبر 2023م.

4. نظمت منصة صحیح اليمن¹ وهي (منصة على الفيسبوك متخصصة في تدقيق المحتوى الرقمي) بالشراكة مع مؤسسة الصحافة الإنسانية ومنظمة (YODET) ورشة تدريبية عن بعد بعنوان «السلامة الرقمية للصحفيين: الخطوات الأولى لحماية أنفسكم» بهدف نشر ثقافة التربية الإعلامية والحماية الرقمية للصحفيين ومدقي المعلومات والجمهور بشكل عام. بتاريخ 25 يناير 2024م.

5. قدم د. مجيب الحميدي في 18 يناير 2024م محاضرة علمية بعنوان «حاجة الطفل اليمني للكفايات الثقافية في مجال الألفبائية الإعلامية»، أقيمت المحاضرة في جامعة إقليم سبأ م/مأرب، ضمن ختام فعاليات «الملتقى الثقافي للفن التشكيلي للطفل»².

6. قدمت الباحثة ابتسام الحيدري مداخلة في الندوة الدولية حول «التربية الإعلامية: آفاق وتطلعات»، الرياض، 22-21 فبراير 2024م، بعنوان «أهمية المواطنة الرقمية في تحقيق أهداف التربية الإعلامية»، وأشارت إلى أهمية التوأمة بين التربية الإعلامية والمواطنة الرقمية، كما تقدمت بتوصيات عديدة، من أهمها: إدراج المواطنة الرقمية كمقرر أساسي في المناهج الدراسية، وتطوير برامج وأنشطة التربية الإعلامية باستمرار بما يتناسب مع التطورات المتسارعة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتوفير الموارد اللازمة لتدريس المواطنة الرقمية، التعاون بين المؤسسات التعليمية والإعلامية والمجتمع المدني لنشر ثقافة المواطنة الرقمية وتعزيزها في المجتمع، القيام بحملات توعية تستهدف المجتمع بكل فئاته لشرح أهمية المواطنة الرقمية وتوضيح أهمية إدراجها ضمن المناهج الدراسية.

1- رابط منصة صحیح اليمن <https://www.facebook.com/yemensaaheeh>

2- ورقة علمية تؤكد تنامي الأمية الإعلامية وغياب الدور الحكومي، الموقع الإلكتروني لمركز يمنيون، منشور بتاريخ 18/1/2024م، <https://alyemenyoon.com>.

7. الأنشطة المدرسية الخاصة بالإعلام الرقمي في العاصمة المؤقتة عدن:

أ. أقام القسم الثقافي والعلمي في إدارة الأنشطة المدرسية التابع لمكتب التربية والتعليم م/عدن بالشراكة مع معهد عدن للإعلام التطبيقي (معهد خاص) دورة تدريبية سميت (الإعلامي الصغير)، عام 2017م، هدفت إلى تمكين طلبة مدارس محافظة عدن الأساسية والثانوية الحكومية والأهلية (تم اختيار مدرستين أهليتين من كل مديرية) من نقل أخبار وأنشطة المدارس عبر مواقع التواصل الاجتماعي، استمرت الدورة لمدة ثلاثة أشهر متواصلة تدرب من خلالها الطلبة على صياغة وإذاعة الخبر، والتصوير، والمونتاج، وتم تطبيق ما تم دراسته من خلال إنشاء مجموعات (Groups) على تطبيقي واتس أب وفيسبوك لنقل أنشطة المدارس.¹

ب. نفذت مدراس النورس الخاصة في محافظة عدن محاضرة توعوية حول الإعلام الرقمي تحت عنوان «الإعلام الرقمي قوة الوصول والتأثير»، تطرقت محاور الدورة حول الفروق بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي، وأنواع ووسائل الإعلام الرقمي، وصناعة المحتوى الرقمي.²

ت. نفذت إدارة الأنشطة في وزارة التربية والتعليم في العاصمة صنعاء حملات توعوية حول الحرب وسباقات الحرب الناعمة، تضمنت مواضيع حول التربية والدراية الإعلامية والمعلوماتية.³

8. مشاركة الدكتورة صباح الخيشني الأستاذ المساعد في كلية الإعلام جامعة صنعاء في البرنامج التدريبي الثاني لمحو الأمية الإعلامية- بيروت – 2014.

1- أخذت المعلومات من سامي الحربي- مدير إدارة الأنشطة في مكتب التربية والتعليم م/ عدن، عبر محادثة بتطبيق الواتس إب، بتاريخ 29/3/2024م.

2- أخذت المعلومات من مدير إدارة الأنشطة في مدارس النورس الخاصة م/ عدن، عبر محادثة بتطبيق الواتس إب، بتاريخ 13/2/2024م.

3- أخذت المعلومات من إدارة الأنشطة في مكتب التربية والتعليم م/ أمانة العاصمة، بتاريخ 15/3/2024م.

تكنولوجيا المعلومات في اليمن

تعد وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات الجهة الحكومية المنظمة لقطاع الاتصالات في اليمن بقطاعاته المختلفة من الهاتف الثابت والمحمول والإنترنت. وقد بدأ استخدام خدمة الإنترنت في اليمن في سبتمبر 1996م بواسطة الشركة اليمنية الدولية للاتصالات الدولية تيليمن (Tele Yemen) التي تقدم أيضا خدمة الثريا للاتصالات عبر الأقمار الصناعية، استمرت الشركة بالتفرد في تقديم خدمة الإنترنت إلى أن تم إنشاء مزود خدمة الإنترنت يمن نت (Yemen Net) التابع للمؤسسة العامة للاتصالات السلكية واللاسلكية عام 2001م.¹ وفي العام ذاته، بدأت الاستثمارات الكبيرة من قبل القطاع الخاص والمؤسسات الحكومية في قطاع الاتصالات، حيث أنشئت، وركبت شبكات الاتصالات العامة في معظم المدن والقرى اليمنية، بالإضافة إلى انتشار الهواتف النقالة والإنترنت، إذ أبرمت الحكومة اليمنية مع بعض المشغلين اتفاقية حصرية لفترات تصل إلى أربع سنوات، أما ما قبل 2001م كانت خدمة الهاتف النقال تقدم من خلال الشبكة التناظرية لمشغل الهاتف النقال الوحيد آنذاك المملوك للدولة وهي شركة تيليمن.²

ويمكن حصر الشركات العاملة في قطاع الاتصالات في الجمهورية اليمنية بالآتي³:

1- موقع يمن نت على شبكة الإنترنت، <https://yemen.net.ye/about-yemennet>، تاريخ الدخول 5مايو 2020م.

2- آثار الصراع على قطاع الاتصالات في اليمن - مركز صنعاء للدراسات الإستراتيجية <https://sanaacenter.org/ar/publications-all/main-publications-ar/12723>

3- المعلومات في الجدول رقم (1) مأخوذة من تقرير مراحل تطور البنية التحتية لقطاع الاتصالات في الجمهورية اليمنية والتهيئة لمشروع الحكومات الالكترونية، المؤسسة العامة للاتصالات اليمنية، 1مارس 2003م، والمركز الوطني للمعلومات، <https://yemen-nic.info/sectors/information/index>، وموقع شركات الاتصال المذكورة في الجدول. <http://www.yemen-nic.info/sectors/information/index.php?print=Y>

جدول رقم (1) يوضح الشركات العاملة في قطاع الاتصالات في الجمهورية اليمنية

| م | الشركة | نشاط الشركة | الملكية | سنة التأسيس |
|---|--|--|----------|--|
| | يمن نت، تابع للمؤسسة العامة للاتصالات (الاتصالات اليمنية) | الإنترنت | حكومية | 2001 |
| | (تيليمن)، تابعة للشركة اليمنية للاتصالات الدولية | الاتصالات الدولية والهاتف النقل التماثلي ETAC والإنترنت | حكومية | 1996، بدأت تقديم خدمة الإنترنت |
| | عدن نت | 4G | حكومية | 2018 |
| | سبأ فون | 4G /GSM | قطاع خاص | 2001 |
| | YOU/ MTN | 4G / GSM | قطاع خاص | 2001 وتحولت إلى شركة YOU عام 2022م |
| | يمن موبايل | 4G /CDMA | حكومية | 2004 |
| | شركة هيتس يونيتل Y (واي) | 4G /GSM | قطاع خاص | 2007 |

الجدير بالذكر أن في عام 2002م، تم إطلاق مبادرة مشروع رئيس الجمهورية لتعميم الحاسوب، بهدف محو أمية الحاسوب، والإسهام في ردم الفجوة الرقمية مع المجتمعات المعلوماتية، إذ تم توزيع الحواسيب على الموظفين والطلبة والمواطنين، وبخاصة شريحة الشباب بأسعار ميسرة على شكل أقساط شهرية، وتم من خلال المرحلة الأولى من المشروع 2003-2005م توزيع 22 ألف و572 جهاز حاسوب.¹ وتشير بيانات الكتاب السنوي للجهاز المركزي اليمني للإحصاء للعام

1- محمد جمال عوض، الصحافة الإخبارية الإلكترونية اليمنية من 2003 إلى 2017م – دراسة مونوغرافية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2021م، ص84.

2017 أن عدد مشتركي خدمة الإنترنت في اليمن تناقص إلى 427,699 مشترك بعد أن كانت 998,856 في عام 2014م، في حين ارتفع عدد مستخدمي خدمة الإنترنت من 3,236,679 مستخدم عام 2014م إلى 5,132,388 مستخدم عام 2017م.¹ ووصل إلى 7,031,784 في ديسمبر 2018م أي ما نسبته 23.8% من عدد السكان.² وعلى الرغم من ارتفاع عدد مستخدمي الإنترنت في اليمن إلا أنها تظل نسبة غير مرتفعة، فالخدمة لم تغطّ سوى 23% من عدد سكان يصل إلى 28 مليون شخص، منها 15,927 مليون شخص من الفئة العمرية 15-64 سنة عام 2017م.³ وهي الفئة لأكثر استخداماً للخدمة، وتعد سرعة الإنترنت في اليمن من أدنى السرعات في العالم فقد احتلت المرتبة 173 من أصل 176 دولة في سرعة الإنترنت بـ 4.01 ميغابايت في الثانية.⁴ كما أن خدمة إنترنت الهاتف النقال تعد من أعلى الدول على مستوى العالم، والدول العربية وفقاً لموقع "كابل" الذي رصد فروقات أسعار خدمة الإنترنت بين دول العالم في 2023م، إذ جاءت اليمن في المركز 232 من أصل 237 في التكلفة الأقل لخدمة الإنترنت بين دول العالم بحوالي 15,68 دولارًا للجيجابايت الواحد.⁵

ويعد احتكار شركة «يمن نت» تقديم خدمة الإنترنت في اليمن أحد أهم أسباب ارتفاع أسعارها، ولكسر الاحتكار، وتحسين الخدمة في مناطق يمنية مختلفة، بالإضافة إلى الصراع السياسي القائم في اليمن واتهامات التجسس من قبل جماعة أنصار الله «الحوثيين» التي تسيطر على العاصمة صنعاء مقر شركة يمن نت، أنشئت شركة عدن نت بقرار من مجلس الوزراء التابع للحكومة

1- الجهاز المركزي للإحصاء، كتاب الإحصاء السنوي للأعوام 2014 و2017، متاح على الرابط <http://www.cso-yemen.com/content.php?lng=arabic&cid=131>، تاريخ الدخول 4 مايو 2020م.

2- <https://www.internetworldstats.com/middle.htm#ye> .Internet world stats.com. تاريخ الدخول 5 مايو 2020م.

3- الجهاز المركزي للإحصاء، المرجع السابق نفسه.

4- <https://www.speedtest.net/global-index/yemen#fixed> .www.speedtest.net

5- موقع Cable.co.uk، تكلفة 1 جيجابايت من بيانات الهاتف المحمول في 237 دولة، <https://www.cable.co.uk/mobiles/worldwide-data-pricing/#regions>

المعترف بها دولياً، وبدأت عملها في الأول من سبتمبر عام 2018م من العاصمة المؤقتة عدن، وهي شركة اتصالات حكومية تعمل على التزويد بخدمة الإنترنت بتقنية الجيل الرابع، وتقدم الشركة خدمة الإنترنت في مدن محدودة من المناطق اليمينية التي تسيطر عليها الحكومة المعترف بها دولياً كمحافظات عدن وأبين ولحج وحضرموت وشبوة. وعن أعداد المشتركين في خدمة الهاتف المحمول، فقد بلغ عددهم عام 2016م إلى 16 مليون عام 2016م، بمعدل انتشار يقدر بـ 56.9% من السكان البالغ عددهم حوالي 28 مليون نسمة، ومع ذلك، فإن معدل انتشار الهاتف النقال يعدّ أحد أدنى المعدلات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، التي يتجاوز متوسطها 100%¹.

ويواجه قطاع الاتصالات والمعلومات في اليمن الكثير من التحديات بخاصة بعد اندلاع الحرب في مارس 2015م، ففي الجانب التقني، تضررت الخدمات المقدمة نتيجة تدمير البنى التحتية الخاصة بالكابلات، وتعطيل المنافذ بسبب انقسام السياسات والمؤسسات بين طرفي الصراع، وطبقاً لإحدى التقديرات الصادرة عن وزارة الاتصالات، وتقنية المعلومات في العاصمة صنعاء الواقعة تحت سيطرة جماعة أنصار الله، بلغ إجمالي كلفة الأضرار والخسائر المادية التي تكبدها قطاع الاتصالات والبريد خلال فترة الحرب في اليمن حتى نهاية 2022م بلغت أكثر من عشرة مليارات و925 مليون دولار، تمثلت في تدمير البنى التحتية للقطاع من الأبراج والمنشآت ومحطات الاتصال وسنترالات الهواتف وغير ذلك من الخدمات التي يقدمها القطاع.²

كما عانت الشركات العاملة في قطاع الاتصالات من خسائر مالية كبيرة من جراء الانقسام المؤسسي وازدواج السياسات والتسييس، إذ أصبحت شركات

1- قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في اليمن (مذكرة سياسة اليمن رقم 4) بشأن تقديم الخدمات (الشاملة)، مجموعة البنك الدولي، 13 فبراير 2017م، ص 1.

2- وزارة الاتصالات تكشف عن خسائر قطاع وشركات الاتصالات والبريد في ثمانية أعوام، منشور في 25 مارس 2023م، موقع وكالة سبأ للأخبار، <https://www.saba.ye/ar/news3230889.htm>

الاتصالات ينظر إليها على أنها متعاونة مع طرف ضد الآخر¹ الأمر الذي أدى إلى وقف خدمات بعض الشركات من مناطق معينة كما حدث مع شركة YOU أو حصر خدماتها المقدمة بين مشتركها فقط كما في شركة سبأ فون، ومع ماسبق ذكره، زاد من خسارة شركات الاتصالات التي فقدت مشتركها نتيجة لما سبق ذكره، ذلك بدوره ساعد في خسارة شركات الاتصالات مالياً، علاوة على تكلفة النفقات التشغيلية خاصة في ظل أزمة الكهرباء والمشتقات النفطية.

استفاد قطاع الإعلام في اليمن من خدمة الإنترنت، ففي السابع من نوفمبر 1996م ظهرت النسخة الإلكترونية لصحيفة 26 سبتمبر -الرسمية-، تلتها صحيفتا الأيام الأهلية في 21 سبتمبر ويمن تايمز الناطقة باللغة الإنجليزية في 30 نوفمبر 1997م.² وقد توزعت ملكية الصحف الإلكترونية اليمنية بين الصحف الإلكترونية الرسمية والحزبية والأهلية التي إما تعد امتداداً للصحف الورقية أو صحف إلكترونية أنشئت خصيصاً على شبكة الإنترنت، ولا توجد لها طبعات ورقية، كما أنشأت الإذاعات والقنوات الفضائية اليمنية بمختلف انتماءاتها مواقع إلكترونية لها. كما أجبرت منصات التواصل الاجتماعي وسائل الإعلام اليمنية من إنشاء حسابات لها لتضمن الوصول إلى متابعيها، بخاصة في ظل تأكيد العديد من الدراسات اليمنية³ على تفضيل المواطن اليمني لمنصات

1- آثار الصراع على قطاع الاتصالات في اليمن، مرجع سابق.

2- عبد الملك ردمان الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2003، ص196-205.

3- أنظر دراسة:

- سحر محمد أحمد، أطر معالجة الصحافة اليمنية المطبوعة والإلكترونية لل قضايا الاجتماعية واتجاهات الجمهور نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2023م.

- محمود محمد اليمني، دور القنوات الإخبارية العربية في تشكيل معارف واتجاهات الشباب الجامعي اليمني نحو الأحداث السياسية اليمنية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام، 2020م.

محمد يحيى محمد موسى، دور الإعلام البديل في تشكيل مجال عام لحرية التعبير في اليمن، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2020م.

- يحيى محمد علي العزب، قضايا الارهاب كما تعكسها البرامج السياسية في الفضائيات اليمنية واتجاهات

التواصل الاجتماعي كوسيلة لنقل المعلومات وإشباع حاجاته المعرفية.
إن كل ما سبق ذكره يؤكد أهمية التعريف بالتربية والدراية الإعلامية
والمعلوماتية والمساعدة في تحقيق أهدافها.

نتائج الدراسة

المحور الأول: الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة:

1. توزيع الجمهور (عينة الدراسة) طبقا للنوع الاجتماعي:

جدول رقم (2) يبين توزيع الجمهور (عينة الدراسة) طبقا للنوع

| ت | التكرار والنسبة النوع | التكرار | النسبة |
|---|--------------------------|---------|--------|
| 1 | ذكر | 58 | 64.4 |
| 2 | أنثى | 32 | 35.6 |
| | الإجمالي | 90 | 100 |

يتضح من خلال الجدول السابق رقم (2) أن الذكور شكلوا حوالي ثلثي العينة،
بينما الإناث ما يقارب الثلث، وهذا نتيجة أن العاملين في مجال تطوير المناهج
غالبيتهم من الذكور أسوة بما هو موجود في معظم قطاعات الدولة الرسمية.

النخبة نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2018م.
- أمة الخالق محمد الأشموري، دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور اليمني بالمعلومات أوقات
الأزمات، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2020م.

2. توزيع الجمهور (عينة الدراسة) طبقاً للفئة العمرية:

جدول رقم (3) يبين توزيع الجمهور (عينة الدراسة) طبقاً للمستوى العمري

| م | التكرار والنسبة المستوى العمري | التكرار | النسبة |
|---|-----------------------------------|---------|--------|
| 1 | من 25 . أقل من 35 عاماً | 6 | 6.7 |
| 2 | من 35 . أقل من 45 عاماً | 21 | 23.3 |
| 3 | من 45 . أقل من 55 عاماً | 45 | 50 |
| 4 | 55 عام فأكثر | 18 | 20 |
| | الإجمالي | 90 | 100 |

من الملاحظ أن فئة العمر الثالثة (من 45- لأقل من 55) شكلت نصف العينة (50%)، وهو أمر متوقع كون العاملين في قطاع تطوير المناهج يكونون من ذوي الخبرة والتجربة، إذ يرتقي التربوي أو الأكاديمي للعمل في مجال تطوير المناهج أو البرامج الأكاديمية بعد سنوات عمل طويلة.

توزيع الجمهور (عينة الدراسة) طبقاً لسنوات الخبرة:

جدول رقم (4) يوضح توزيع الجمهور (عينة الدراسة) طبقاً لسنوات الخبرة

| م | التكرار والنسبة سنوات الخبرة | التكرار | النسبة |
|---|---------------------------------|---------|--------|
| 1 | من سنة إلى 10 سنوات | 14 | 15.6 |
| 2 | من 11 سنة إلى 20 سنة | 34 | 37.8 |
| 3 | من 21 سنة إلى 30 سنة | 27 | 30 |
| 4 | 31 سنة فأكثر | 15 | 16.6 |
| | الإجمالي | 90 | 100 |

يظهر من الجدول السابق رقم (4)، أن المشاركين الذين يمتلكون خبرة تتراوح بين 21-30 عاماً شكلوا 37.8% من إجمالي العينة، وهذا ما يؤكد نتيجة الجدول

السابق رقم (3) الذي يشير إلى أن العاملين في قطاع تطوير المناهج في الجامعات أو المدارس اليمنية غالباً ما يكونون من ذوي الخبرة والسنوات الطويلة في العمل التعليمي مما يعزز تجربتهم في مجال إعداد المناهج التعليمية.

3. توزيع الجمهور (عينة الدراسة) طبقاً لمكان العمل:

جدول رقم (5) يوضح توزيع الجمهور (عينة الدراسة) طبقاً لمكان العمل

| ت | التكرار والنسبة مكان العمل | التكرار | النسبة |
|---|-------------------------------|---------|--------|
| 1 | أكاديميين | 38 | 42.2 |
| 2 | تربويين | 52 | 57.8 |
| | الإجمالي | 90 | 100 |

في الجدول السابق رقم (5)، شكل المشاركون من التربويين 57.8 من العينة مقارنة بـ 42.2%، وهذا يرجع لاتساع حجم مجتمع التربويين في الواقع الفعلي في الجمهورية اليمنية سواء على مستوى المعلمين أو على مستوى الطلبة، بالإضافة لأنهم كانوا أيسر في التواصل من خلال قطاع إعداد المناهج في وزارة التربية والتعليم في محافظات متعددة.

4. توزيع الجمهور (عينة الدراسة) طبقاً للمحافظة:

جدول رقم (6) يبين توزيع الجمهور (عينة الدراسة) طبقاً للمحافظة

| م | التكرار والنسبة المحافظة | التكرار | النسبة |
|---|--------------------------|---------|--------|
| 1 | صنعاء | 54 | 60 |
| 2 | عدن | 18 | 20 |
| 3 | الحديدة | 1 | 1.1 |
| 4 | تعز | 5 | 5.6 |
| 5 | إب | 4 | 4.4 |
| 6 | ذمار | 3 | 3.3 |
| 7 | عمران | 2 | 2.2 |
| 8 | مأرب | 2 | 2.2 |
| 9 | حضر موت الساحل | 1 | 1.1 |
| | الإجمالي | 90 | 100 |

حاولت الباحثتان - على الرغم من الظروف اليمينية المتأزمة - أن يكون هناك تنوعاً في توزيع الاستمارة في أكبر عدد من محافظات الجمهورية، حيث شملت الدراسة تسع محافظات يمنية، وكما هو موضح في الجدول (6) احتلت العاصمة صنعاء المرتبة الأولى بنسبة 60% من المشاركين، ثم تأتي مدينة عدن بنسبة 20%، ثم جاءت مدينة تعز في المرتبة الثالثة بنسبة 5.6% من العينة، ويمكن القول إن هذا التوزيع ينسجم نسبياً مع التغييرات السياسية التي طرأت مع حرب 2015م، إذ تعد صنعاء العاصمة اليمينية منذ إعلان الوحدة اليمينية عام 1990م، وأعلنت مدينة عدن عاصمة مؤقتة عام 2015م، مما أدى إلى استحداث وزارات تتبع القطاعات الحكومية كافة ومن ضمنها وزارة التربية والتعليم ووزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

المحور الثاني: نتائج الدراسة الميدانية

أشارت مقابلة المختصين في قطاع إعداد المناهج وما أكدت عليه الدراسات السابقة التي طبقت على المجتمع اليمني، عدم اعتماد منهج التربية الإعلامية بشكل رسمي ضمن المقررات الدراسية في المدارس والجامعات اليمنية كون موضوع التربية الإعلامية لا يزال موضوعاً حديثاً على الساحة التربوية ولا يحظى بوعي فعلي. لذا، سعت الدراسة الحالية - باعتبارها من الدراسات الاستشرافية - إلى التعرف إلى اتجاهات مطوري المناهج الدراسية من التربويين والأكاديميين نحو اعتماد منهج التربية الإعلامية في المقررات الدراسية في المدارس والجامعات اليمنية، وباستخدام المنهج المسحي على عينة بلغ قوامها (90) مبحوثاً وبأسلوب العينة العمدية القصدية، وقد تم الوصول إلى العينة من خلال الاستبيان الإلكتروني، وتوصلت الدراسة لجملة من النتائج نستعرضها في الآتي:

أولاً: مفهوم مصطلح التربية الإعلامية لدى التربويين والإعلاميين من مطوري المناهج التعليمية

جدول رقم (7) يبين توزيع الجمهور (عينة الدراسة) طبقاً لمدى معرفته بمفهوم التربية

الإعلامية

| م | التكرار والنسبة | التكرار | النسبة |
|----|---|---------|--------|
| 1 | الوعي بأهمية دور الإعلام ودوره في التنوير و تغيير السلوك | 4 | 4.4 |
| 2 | اختيار المادة الإعلامية المناسبة التي تنعي الإدراك والمعرفة | 4 | 4.4 |
| 3 | إعداد الأجيال للتعامل الإيجابي مع وسائل الإعلام | 11 | 12.2 |
| 4 | مجموعة المبادئ والأحكام والمعلومات التي يكتسبها الفرد من وسائل الإعلام عن طريق تحصين الطلبة | 3 | 3.3 |
| 5 | إكسابهم مهارات اتصالية معينة وفقاً للمستوى التعليمي. | 1 | 1.1 |
| 6 | رفع مهارات الطلبة على تعلم مهارات القراءة الفعالة وتنمية مهارات التفكير لكل ما يشاهدونه ويسمعونه في وسائل الإعلام | 26 | 28.9 |
| 7 | أخلاقيات في مهنة الإعلام بمعنى فهم للقيم والمبادئ الإعلامية من قبل القائمين على وسائل الإعلام | 6 | 6.7 |
| 8 | الإعلام الصادق والهادف لإنشاء جيل يجاري التطور العلمي والإعلامي وفق الأخلاق الإسلامية | 2 | 2.2 |
| 9 | التربية الإعلامية بمعنى تزويد الطلبة والتربويين والاداريين في التربية بالكفاءات الأساسية والمهنية بوسائل الاتصال | 6 | 6.7 |
| 10 | القدرة على جمع المعلومات عن حدث ما ثم صياغته صياغة خبرية | 8 | 8.9 |
| 11 | توظيف وسائل الاتصال بطريقة مثل بغرض تحقيق أهداف تربوية مرسومة في إطار سياسية إعلامية تعليمية للدولة | 7 | 7.8 |
| 12 | دمج الإعلام بالتربية | 6 | 6.7 |
| 13 | الخطابة - إتقان اللغة العربية املاء وتعبير - تعزيز القدرات الإعلامية للطلبة وبناء شخصية متميزة للمتعلم | 2 | 2.2 |
| 14 | يقصد بها توجيه الإعلام بما يحقق أهداف التربية. | 1 | 1.1 |
| 15 | لا أعرف | 3 | 3.3 |
| | الإجمالي | 90 | 100 |

خلال سؤال مفتوح تم استفسار الأكاديميين والتربويين حول مفهومهم لمصطلح التربية الإعلامية، حيث عرضت العديد من الإجابات، والتي تنطبق معظمها على مصطلح التربية الإعلامية، ويتضح من إجابات الجدول أعلاه رقم (7) أن التربويين والأكاديميين ركزوا بدرجة أساسية على أن التربية الإعلامية تعني (رفع مهارات الطلبة على تعلم مهارات القراءة الفعالة وتنمية مهارات التفكير لكل ما يشاهدونه ويسمعونه في وسائل الإعلام) وذلك بنسبة 28.9%، أتت بعد ذلك التفسير بعبارة (إعداد الأجيال للتعامل الإيجابي مع وسائل الإعلام) وذلك بنسبة 12.2%، ويتضح أن حوالي 7% من العينة لديها مفهوم خاطئ لمصطلح التربية الإعلامية حيث تم تفسيرها بمفهوم أقرب للإعلام التربوي وبأنها (توظيف وسائل الاتصال بطريقة مثلى بغرض تحقيق أهداف تربوية مرسومة في إطار سياسة إعلامية تعليمية للدولة). إذ، ركزت العبارة على أن الأساس في التربية الإعلامية هو تحقيق أهداف تعليمية تربوية، وبالالتجاه نفسه يأتي 6.7% من العينة والذين رأوا (أنها دمج الإعلام بالتربية، وأنها مجرد أخلاقيات في مهنة الإعلام بمعنى فهم للقيم والمبادئ الإعلامية من قبل القائمين على وسائل الإعلام)، وهذا يعني ابتعاد المفهوم لدى 13% من أفراد العينة عن المفهوم السليم للتربية الإعلامية.

بينما يوجد لدى البعض فهم غير كامل للمصطلح، إذ رأوا بأن التربية الإعلامية تعني (تزويد الطلبة والتربويين والإداريين في التربية بالكفاءات الأساسية والمهنية بوسائل الاتصال) حيث لم يتضح من خلال المفهوم ما نوع الكفاءات الأساسية والمهنية التي يعنىها المبحوثون. وبالاستعراض الإجمالي للإجابات السابقة، يتضح أن نصف العينة تمتلك فهما جيدا لمفهوم التربية الإعلامية بينما البعض لا يزال يختلط عليه أمرها بين مسؤوليات الإعلام المهنية والإعلام التربوي. وهذا يؤكد على أهمية توجيه الاهتمام بتوعية التربويين والأكاديميين بالمفهوم السليم لمصطلح التربية الإعلامية وأهدافه التي تتركز على ترشيد استخدام الطلبة في المدارس والجامعات لوسائل الاتصال سواء التقليدية أو الحديثة.

ثانياً: معارف مطوري المناهج من الأكاديميين والتربويين حول منهج التربية الإعلامية

جدول رقم (8) يوضح آراء (عينة الدراسة) طبقاً للعبارات التي تنطبق على مصطلح التربية الإعلامية

| م | التكرار والنسبة التقييم | التكرار | النسبة |
|----|--|---------|--------|
| 1 | منهج جديد للتربية الإعلامية فرضته متغيرات عصر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات | 42 | 7.8 |
| 2 | هي محتوى تعليمي يهدف لرفع مهارات استخدام الطلبة لوسائل الإعلام لأغراض تربوية | 57 | 10.6 |
| 3 | أنشطة علمية مدروسة لتعزيز مناعة الأجيال الجديدة من مخاطر الإعلام في الفضاء المفتوح | 46 | 8.6 |
| 4 | هو محتوى تعليمي يهدف إلى تعليم الطلبة أدوات قراءة وتحليل الرسائل الإعلامية | 43 | 8.11 |
| 5 | هو محتوى تعليمي يهدف إلى تنمية مهارات التفكير النقدي لدى الطلبة لما يتعرضون له من رسائل إعلامية | 44 | 8.2 |
| 6 | مادة وأنشطة تهدف إلى تمكين الطلبة من التحكم الواعي لما يشاهدونه ويسمعونه في وسائل الإعلام | 44 | 8.2 |
| 7 | هو مادة تهدف لرفع مهارات الطلبة في إنتاج المواد الإعلامية والتعبير عن أنفسهم بأشكال إعلامية متعددة | 38 | 7.1 |
| 8 | محتوى تعليمي تربوي يهتم بتحرير الوعي من حالة التلقي السلبي للرسائل الإعلامية | 40 | 7.5 |
| 9 | محتوى تعليمي تربوي يهتم بتنمية تفاعل الطلبة الواعي والناقد للمحتوى الإعلامي | 34 | 6.3 |
| 10 | مادة وأنشطة تهتم بتمكين الطلبة من أدوات التعلم المستمر عبر وسائط المعلومات والاتصالات | 26 | 4.9 |
| 11 | مادة تسعى إلى ترشيد استخدام الطلبة لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة | 42 | 7.8 |
| 12 | مادة تسهم في رفع إدراك الطلبة الناقد بقضاياهم المعاصرة، وتحفزهم للتدخل الإيجابي في مجريات واقعهم | 37 | 6.9 |
| 13 | مادة تساعد الطلبة على التعاطي الإيجابي مع رسائل وسائل الإعلام والإفادة الواعية منها | 43 | 8.11 |
| | الإجمالي | 536 | 100 |

من خلال الجدول رقم (8) ظهر أن أغلبية المبحوثين بنسبة %10.6 يرون بأن التربية الإعلامية (هي محتوى تعليمي يهدف لرفع مهارات استخدام الطلبة لوسائل الإعلام لأغراض تربوية)، وهذا يقترب من الإعلام التربوي الذي يركز على الأهداف التربوية من استخدام وسائل الإعلام، وفي المرتبة الثانية اقترب المبحوثون بنسبة %8.2 من هدف التربية الإعلامية وجوهرها الذي يركز على أنها (أنشطة علمية مدروسة لتعزيز مناعة الأجيال الجديدة من مخاطر الإعلام في الفضاء المفتوح) وكذلك (محتوى تعليمي يهدف إلى تنمية مهارات التفكير النقدي لدى الطلبة لما يتعرضون له من رسائل إعلامية، وأنها مادة وأنشطة تهدف إلى تمكين الطلبة من التحكم الواعي لما يشاهدونه ويسمعونه في وسائل الإعلام). حيث أكدت تركيز المبحوثون على هذه العبارات بوعي سليم بالرسالة التي يسعى إليها منهج التربية الإعلامية في تعزيز مناعة الطلبة ضد الأضرار التي تلحق بالشباب والنشء نتيجة الاستخدام غير الواعي للوسائل بخاصة الحديثة منها، والتي أصبحت في متناول الجميع من خلال الهواتف الذكية المزودة بخدمات شبكة الإنترنت، بكل ما تحمله من فوائد وأضرار. وركزت %8.11 من الإجابات على الإجراءات الفعلية التي تسعى إليها التربية الإعلامية فهي -أي التربية الإعلامية- تسعى إلى (تعليم الطلبة أدوات قراءة وتحليل الرسائل الإعلامية وإكسابهم التعاطي الإيجابي مع رسائل وسائل الإعلام والإفادة الواعية منها). وإجمالاً تؤكد نتيجة الجدول أن غالبية الأكاديميين والتربويين يمتلكون فهماً جيداً للتربية الإعلامية كمنهج أو محتوى تعليمي يمكن أن يدرس للطلبة في المدارس والجامعات كي يكسبهم الوعي بالاستخدام الرشيد لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة.

ثالثاً: آراء مطوري المناهج من التربويين والأكاديميين حول أهمية التربية الإعلامية وأهدافها

جدول رقم (9) يوضح توزيع الجمهور طبقاً لدرجة موافقتهم على عبارات حول التربية الإعلامية

| التقدير اللفظي | الترتيب | الوزن المنوي | الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | معارض | | لا رأي لي | | أوافق | | درجة الموافقة الأسباب التكرار | |
|----------------|---------|--------------|-------------------|-----------------|--------|---------|-----------|---------|--------|---------|-------------------------------|--|
| | | | | | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | | |
| معارض | 12 | 51.5 | 0.876 | 1.54 | 71.1 | 64 | 3.3 | 3 | 25.6 | 23 | 1 | التربية الإعلامية والتوعية بكيفية استخدام وسائل الاتصال هي مسئولية الأسرة والوالدين ولا حاجة لعمل مقرر دراسي لها |
| محايد | 8 | 64.4 | 0.958 | 1.93 | 48.9 | 44 | 8.9 | 8 | 42.2 | 38 | 2 | لا حاجة لمنهج مستقل للتربية الإعلامية يمكن دمجها ضمن المقررات الدراسية الأخرى |
| محايد | 10 | 58.1 | 0.943 | 1.74 | 60 | 54 | 5.6 | 5 | 34.4 | 31 | 3 | لا ضرورة لعمل التربية الإعلامية كمقرر دراسي يمكن الاكتفاء بأنشطة توعوية تجرى في المؤسسات التعليمية |
| موافق | 4 | 86.3 | 0.763 | 2.59 | 16.6 | 15 | 7.8 | 7 | 75.6 | 68 | 4 | من المهم إدراج التربية الإعلامية كمقرر في المدارس |
| موافق | 3 | 87 | 0.714 | 2.61 | 13.4 | 12 | 12.2 | 11 | 74.4 | 67 | 5 | لا بد من إدراج التربية الإعلامية كمقرر متطلب في الجامعات اليمنية في مختلف التخصصات |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|-------|----|------|-------|------|------------------------------|----|------|----|------|----|--|
| 6 | محايد | 6 | 75.2 | 0.894 | 2.26 | 30 | 27 | 14.4 | 13 | 55.6 | 50 | من الضروري البدء بتدريس مقرر التربية الإعلامية من مرحلة التعليم المدرسي الأساسي |
| 7 | محايد | 11 | 56.3 | 0.830 | 1.69 | 54.5 | 49 | 22.2 | 20 | 23.3 | 21 | ضرورة تركيز مقررات التربية الإعلامية على الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام الحديثة فقط (الانترنت - المنصات الرقمية - مواقع التواصل...) |
| 8 | محايد | 5 | 77.8 | 0.874 | 2.33 | 26.7 | 24 | 13.3 | 12 | 60 | 54 | لا بد أن يكون مقرر التربية الإعلامية مقرر متسلسل يدرسه الطلاب في مختلف المراحل الدراسية الأساسية |
| 9 | محايد | 9 | 62.6 | 0.897 | 1.88 | 46.7 | 42 | 18.9 | 17 | 34.4 | 31 | من الأفضل يدرس مقرر التربية الإعلامية مرة واحدة في المرحلة الثانوية |
| 10 | موافق | 1 | 95.2 | 0.439 | 2.86 | 3.3 | 3 | 7.8 | 7 | 88.9 | 80 | لا بد من إعداد منهج لتأهيل وتدريب المعلمين في مجال التربية الإعلامية |
| 11 | موافق | 2 | 93 | 0.571 | 2.79 | 7.8 | 7 | 5.5 | 5 | 86.7 | 78 | لا بد من أن تترافق المقررات الدراسية للتربية الإعلامية لندوات ومؤتمرات وحملات توعوية وأنشطة اتصالية حولها |
| 12 | محايد | 7 | 66.3 | 0.855 | 1.99 | 36.7 | 33 | 27.8 | 25 | 35.5 | 32 | في مؤسستي التعليمية هناك اهتمام بموضوع التربية الإعلامية للطلبة من خلال إقامة بعض الأنشطة والمحاضرات |
| | محايد | | 72.8 | 0.803 | 2.18 | المتوسط العام لجميع العبارات | | | | | | |

من خلال الجدول السابق رقم (9)، نلاحظ بعض آراء الأكاديميين والتربويين حول إدماج التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية. حيث يرى المبحوثون بدرجة أساسية أنه (لابد من إعداد منهج لتأهيل وتدريب المعلمين في مجال التربية الإعلامية)، وذلك بمتوسط حسابي (2.86%). وفي المرتبة الثانية، وبمتوسط حسابي (2.79) جاءت عبارة (لابد من أن ترافق المقررات الدراسية للتربية الإعلامية ندوات ومؤتمرات وحملات توعية وأنشطة اتصالية حولها)، ويتضح أن هناك قصورًا في الوعي نسبيًا بالهدف من مقرر التربية الإعلامية على مستوى التربويين والأكاديميين وحتى الجمهور العام، وهذا ما يفسر عدم اعتمادها في المدارس والجامعات اليمنية حتى الآن؛ وعلى الرغم من أهميتها والحاجة الملحة لها مع كل ما فرضته تكنولوجيا الاتصال - ولا تزال - من واقع تسبب في كثير من الانعكاسات السلبية والضارة على مختلف مجالات الحياة. وهذا ما يجعلنا بحاجة لحملات توعية بأهمية هذا المحتوى التعليمي.

كما يؤيد مطورو المناهج من الأكاديميين والتربويين اليمنيين أهمية أن تدرج التربية الإعلامية ضمن المقررات الدراسية، حيث أنتت في المرتبتين الثالثة والرابعة عبارتي (من المهم إدراج التربية الإعلامية كمقرر في المدارس (لابد من إدراج التربية الإعلامية كمقرر متطلب في الجامعات اليمنية في التخصصات المختلفة) وذلك بمتوسطين حسابيين (2.61) و(2.59) على التوالي. وفي المرتبة الخامسة وبمتوسط حسابي (2.33) يرى المبحوثون أنه (لابد أن يكون مقرر التربية الإعلامية مقرر متسلسل يدرسه الطلاب في المراحل الدراسية الأساسية المختلفة). ويظهر أن مطوري المناهج من التربويين والأكاديميين لم تتضح الصور لديهم فيما يخص المستوى الدراسي الأنسب لاعتماد مقرر التربية الإعلامية، حيث يغلب الحياد في هذه النقطة والذي ظهر مع عبارة (من الضروري البدء بتدريس مقرر التربية

الإعلامية من مرحلة التعليم المدرسي الأساسي) وذلك بمتوسط حسابي (2.26) وهي مسألة تحتاج منهم إلى دراسة ومناقشة علمية لاختيار المستوى الدراسي في المدارس أو الجامعات.

كما يلاحظ معارضة أغلبية المبحوثين لأن تتخلى المدارس والجامعات عن دورها في تنمية مهارات الطلاب في التربية الإعلامية وأن تسند المسؤولية للأسرة، حيث عارض الأغلبية عبارة (التربية الإعلامية والتوعية بكيفية استخدام وسائل الاتصال هي مسؤولية الأسرة والوالدين ولا حاجة لعمل مقرر دراسي لها) وبأقل متوسط حسابي بلغ (1.54).

رابعاً: مقترحات مطوري المناهج من الأكاديميين والتربويين حول منهج التربية الإعلامية

جدول رقم (10) يوضح توزيع الجمهور (عينة الدراسة) طبقاً لمقترحاتهم حول مقرر التربية الإعلامية

| ت | المقترحات | التكرار والنسبة | التكرار | النسبة |
|----|--|-----------------|---------|--------|
| 1 | أن يشمل التدريب المعلمين والمتعلمين وأولياء الأمور | 3 | 3 | 3.3 |
| 2 | هناك اهتمام حقيقي على مستوى عال من الدولة حتى يتم تطبيق استراتيجية حقيقية لتوعية الشباب في استخدام وسائل الإعلام | 4 | 4 | 4.4 |
| 3 | أن تدمج كمواضيع في مقررات التربية الوطنية أو المقررات ذات العلاقة وليس كمنهج مستقل | 19 | 19 | 21.1 |
| 4 | إدماج مقرر التربية الإعلامية لطلاب السنة الأولى من المرحلة الثانوية | 2 | 2 | 2.1 |
| 5 | إدماجه كمتطلب إلزامي في كل الجامعات والمعاهد الأكاديمية هو غير ملائم للمدارس | 2 | 2 | 2.2 |
| 6 | تكون أهداف المشروع متناسبة مع الفكر التربوي وفلسفة التربية | 1 | 1 | 1.1 |
| 7 | يدرج مساق التربية الإعلامية ضمن برنامج التعليم الثانوي بمرحلة الثلاث في مادة مستقلة | 3 | 3 | 3.1 |
| 8 | أن يدمج في التعليم الأساسي من الصف الرابع الابتدائي | 1 | 1 | 1.1 |
| 9 | عملها كأنشطة مدرسية في كتيب مقرر لا حاجة أن يكون مقرراً منهجياً | 6 | 6 | 6.7 |
| 10 | أن تبدأ من الصف الثامن الأساسي | 1 | 1 | 1.1 |
| 11 | أن يكون مقرراً اختيارياً | 1 | 1 | 1.1 |
| 12 | التركيز على مسألة المواطنة الصحيحة والانتماء للوطن والإسلام في مشروع التربية الإعلامية كمحددات لبناء شخصية المتعلم | 2 | 2 | 2.2 |
| 13 | عمل حملات توعية للمجتمع بأهمية منهج التربية الإعلامية | 2 | 2 | 2.2 |
| 14 | يضمن في المراحل الابتدائية في المقررات الدراسية وفي المرحلة الثانوية كمنهج مستقبل. | 2 | 2 | 2.2 |
| 15 | لا توجد مقترحات | 41 | 41 | 45.6 |
| | الإجمالي | 90 | 90 | 100 |

فيما يخص مقترحات المبحوثين بشأن مقرر التربية الإعلامية ومنهجها، والموضح في الجدول رقم (10)، يرى حوالي 21% منهم أن الأنسب لهذا المقرر (أن يدمج كمواضيع في مقررات التربية الوطنية أو المقررات ذات العلاقة وليس كمنهج مستقل) وهذا يتوافق مع ما طرحه مجيب الحميدي في دراسته (2013)¹ في

1- مجيب الحميدي (2013) مرجع سابق .

الاستراتيجية التي طرحها لإدماج منهج التربية الإعلامية ضمن المقررات الدراسية القريبة منها، فيما أطلق عليه المنهج الاندماجي، الذي يراه الأنسب لتطبيقه في المنهج اليميني وفق استعراضه للتجارب العربية والأجنبية في هذا الخصوص.

أما نسبة 6% ممن شاركوا في طرح المقترحات، فقد رأوا أن دمج منهج التربية الإعلامية ضمن الأنشطة المدرسية هو الطريقة الأنسب للاستفادة منها. وترى الباحثتان في هذا الخصوص أن السبب قد يعود إلى خلط هؤلاء المبحوثين بين مصطلحي «التربية الإعلامية» و«الإعلام المدرسي»، الذي يركز على أنشطة مدرسية مثل أنشطة المجالات والإذاعة المدرسية وغيرها.

هذا يؤكد على ضرورة إقامة ورش عمل وحملات توعية في المدارس والجامعات توضح للأكاديميين والتربويين المفهوم السليم للتربية الإعلامية والأهداف التي تسعى إليها. وما يدعم هذه النتيجة هو تأكيد بعض أفراد العينة على ضرورة أن تشمل التوعية الشباب أيضاً، حيث جاءت عبارة (لا بد من اهتمام حقيقي على مستوى عال من الدولة حتى يتم تطبيق استراتيجية حقيقية لتوعية الشباب في استخدام وسائل الإعلام) في المرتبة الثالثة بنسبة 4.4%. الملفت أن حوالي نصف العينة لم تهتم بطرح أي مقترحات في هذا الخصوص وبنسبة 45%، ويمكن أن يعزى ذلك لعدم وضوح الرؤية لدى الكثير منهم بما يخص منهج التربية الإعلامية وأهميته.

خامساً: مقترحات مطوري المناهج من الأكاديميين والتربويين حول ما يتضمنه منهج التربية الإعلامية

جدول رقم (11) يبين توزيع الجمهور (عينة الدراسة) طبقاً لمقترحاتهم حول ما يمكن أن يتضمنه منهج التربية الإعلامية

| ت | التكرار والنسبة المقترحات | التكرار | النسبة |
|----|---|---------|--------|
| 1 | التوعية بنوع البرامج التي تعمل تشويش فكر الطالب ومهارات التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة وحماية أنفسهم من المواد الإعلامية الهابطة | 20 | 14.7 |
| 2 | أخلاقيات التعبير عن الرأي واحترام الفكر والعقيدة وضوابط استخدام وسائل الإعلام الرقمية والتقليدية | 13 | 9.6 |
| 3 | قواعد الكتابة (استخدام لغة سليمة) وقواعد النشر | 4 | 2.9 |
| 4 | نشأة وسائل الإعلام وأنواع الاتصال والتطورات في ميدان الاتصال والذكاء الاصطناعي | 16 | 11.8 |
| 5 | أهمية الإعلام في نشر الوعي المجتمعي والثقافي وتشكيل الرأي العام بالقضايا المحلية والقومية ونشر ثقافة المواطنة وتعديل السلوك | 22 | 16.2 |
| 6 | الإعلام وعلاقته بالأسرة والطفل والشباب | 3 | 2.2 |
| 7 | مخاطر الانفلات الإعلامي على الأمن القومي | 2 | 1.5 |
| 8 | آليات التحقق من الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية | 4 | 2.9 |
| 9 | الكفايات الخمس للتربية الإعلامية (كفاية الفهم وكفاية الوصول وكفاية التحليل وكفاية الحماية وكفاية التمكين) | 11 | 8.1 |
| 10 | التشريعات الإعلامية، ضوابط التعبير عن الرأي والرأي الآخر | 1 | 0.7 |
| 11 | الإشاعة ومخاطرها على المجتمع والإعلانات المضللة وغير ذلك | 3 | 2.2 |
| 12 | الإقناع ووسائله | 2 | 1.5 |
| 13 | الوسائل الإعلامية في القرآن الكريم، ووسائل الإعلام في السنة النبوية | 1 | 0.7 |
| 14 | تفعيل الإذاعة المدرسية (الإعلامي الصغير) | 2 | 1.5 |
| 15 | تنمية وعي الطلبة بكيفية استخدام وسائل الإعلام المختلفة | 13 | 9.6 |
| 16 | إعداد المحتوى الإعلامي وكيفية صياغة الأخبار (معايير الإعلامي الناجح والمؤثر) | 3 | 2.2 |
| 17 | تعريف التربية الإعلامية، أهميتها، أهدافها | 9 | 6.6 |
| 18 | علم النفس المرتبط بالجانب الإعلامي | 1 | 0.7 |
| 19 | لا يعرف | 6 | 4.4 |
| | الإجمالي | 136 | 100 |

في سؤال مفتوح حول ما الذي يمكن أن يطرحه مطورو المناهج من أكاديميين وتربويين، ترتبت الإجابات في الجدول رقم (11) كالتالي:

1. أهمية الإعلام في نشر الوعي المجتمعي والثقافي، وتشكيل الرأي العام بالقضايا المحلية والقومية، ونشر ثقافة المواطنة، وتعديل السلوك بنسبة 16.2%.
2. التوعية بنوع البرامج التي تعمل على تشويش فكر الطالب، ومهارات التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة، وحماية أنفسهم من المواد الإعلامية الهابطة بنسبة 14.7%.
3. نشأة وسائل الإعلام وأنواع الاتصال، والتطورات في ميدان الاتصال والذكاء الاصطناعي بنسبة 11.8%.
4. أخلاقيات التعبير عن الرأي، واحترام الفكر والعقيدة، وضوابط استخدام وسائل الإعلام الرقمية والتقليدية، وتنمية وعي الطلبة بكيفية استخدام وسائل الإعلام المختلفة بنسبة 9.6% لكل منهما.
5. الكفايات الخمس للتربية الإعلامية (كفاية الفهم، وكفاية الوصول، وكفاية التحليل، وكفاية الحماية، وكفاية التمكين) بنسبة 8.1%.
6. تعريف التربية الإعلامية، أهميتها، أهدافها بنسبة 6.6%.
7. قواعد الكتابة، استخدام لغة سليمة، وقواعد النشر بنسبة 2.9%.
8. الإعلام وعلاقته بالأسرة، والطفل، والشباب، والإشاعة ومخاطرها على المجتمع، والإعلانات المضللة، وإعداد المحتوى الإعلامي، وكيفية صياغة الأخبار، ومعايير الإعلامي الناجح والمؤثر، وذلك بنسبة 2.2% لكل منها.
9. مخاطر الانفلات الإعلامي على الأمن القومي، والإقناع ووسائله، وتفعيل

الإذاعة المدرسية (الإعلامي الصغير)، وذلك بنسبة 1.5% لكل منها.

10. التشريعات الإعلامية، ضوابط التعبير عن الرأي والرأي الآخر، والوسائل الإعلامية في القرآن الكريم، ووسائل الإعلام في السنة النبوية، وعلم النفس المرتبط بالجانب الإعلامي 0.7% لكل منها.

النتائج العامة

حاولت هذه الدراسة الاستشرافية الكشف عن اتجاهات مطوري المناهج الدراسية من التربويين والأكاديميين نحو اعتماد منهج التربية الإعلامية في المقررات الدراسية في المدارس والجامعات اليمنية. وقد خلصت هذه الدراسة إلى أن ما يقارب من نصف عينة الدراسة من التربويين والأكاديميين لديهم فهم جيد لمفهوم التربية الإعلامية، بينما لا يزال هناك جزء آخر من عينة الدراسة يختلط لديهم الأمر بين التربية الإعلامية والممارسة المهنية والإعلام التربوي. كما أكدت النتائج أن أغلبية التربويين والأكاديميين لديهم فهم جيد لمفهوم التربية الإعلامية بوصفه منهجاً أو محتوى تعليمياً يمكن تدريسه للطلبة في المدارس والجامعات، وهي نتيجة تتفق مع دراسة محمد ناجي الدعيس وأحمد الشاطبي (2021)¹ التي أكدت على أن هناك إدراكاً لدى معلمي الثانوية العامة في أمانة العاصمة على أهمية التربية الإعلامية وإرساء أسسها.

كما كشفت الدراسة الحالية عن اهتمام وقناعة أغلب مطوري المناهج من التربويين والأكاديميين بأهمية تأهيل وتدريب المعلمين في مجال التربية الإعلامية، وتفضيلهم بالدرجة الأولى إدماج موضوع التربية الإعلامية في مقررات التربية الوطنية أو المقررات ذات العلاقة وعدم تخصيص منهج مستقل لها، وهذا

1- محمد ناجي الدعيس، وأحمد الشاطبي (2021) « دور الإدارة التربوية في التربية الإعلامية في ظل التحولات المعاصرة من وجهة نظر معلمي المرحلة الثانوية بمدارس أمانة العاصمة - صنعاء»، مجلة الاندلس للعلوم الانسانية والاجتماعية، العدد (42) المجلد (8) ابريل - يونيو 2021م

يتوافق مع ما طرحه مجيب الحميدي في دراسته (2013م).

وأخيرًا، تنوعت المقترحات المقدمة من مطوري المناهج من الأكاديميين والتربويين مقترحات حول ما يمكن تضمينه في منهج التربية الإعلامية بين التوعية والتثقيف باستخدام وسائل الإعلام والاتصال وأهميته في المجتمع.

التوصيات

فيما يخص مؤسسات التربية والتعليم العالي، تؤكد هذه الدراسة على أهمية الاهتمام بتوعية التربويين والأكاديميين بمفهوم التربية الإعلامية، من خلال إقامة ورش وحملات توعية في المدارس والجامعات والمعاهد توضح للأكاديميين والتربويين المفهوم السليم للتربية الإعلامية والأهداف التي تسعى إليها.

وفيما يتعلق بالباحثين في مجال الإعلام والاتصال، تؤكد هذه الدراسة على أهمية التركيز على الموضوعات البحثية المتعلقة بمفهوم التربية والدراية الإعلامية والمعلوماتية.

كما يجب على منظمات المجتمع المدني تفعيل دورها المجتمعي، من خلال تقديم الدورات وورش العمل والحملات التوعوية والتثقيفية بالشراكة مع المنظمات العاملة في مجال التربية والدراية الإعلامية والمعلوماتية.

المصادر والمراجع:

الدراسات العلمية العربية والأجنبية:

- AbdulMalek Al Danani & Sameer O. A Bani Yassen, "Media Education and Digital Media: Nurturing Digital Literacy and Critical Thinking", Journal of Namibian Studies, 35 S1(2023): 604-635.
- Hasan M. H. Mansoor, Diversity and pluralism in Arab media education curricula: an analytical study in light of UNESCO standards, Humanities and Social Sciences Communications (2023)
- أمة الخالق محمد الأشموري، دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور اليمني بالمعلومات أوقات الأزمات، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوان، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2020.
- سحر محمد أحمد، أطر معالجة الصحافة اليمنية المطبوعة والإلكترونية للقضايا الاجتماعية واتجاهات الجمهور نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2023.
- عبد العزيز صالح جابر، صفية ناجي الدعيس، رقية ناجي الدعيس، «واقع تدريس التربية الإعلامية في المدارس الثانوية في الجمهورية اليمنية»، مجلة جامعة المدينة العالمية للعلوم التربوية والنفسية، العدد 3 مايو، 2021م، ص 287-330.
- مجيب عبد الله الحميدي، «استراتيجية مقترحة للتغلب على معوقات إدماج التربية الإعلامية بالتعليم العام في الدل العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية علوم التربية، جامعة محمد الخامس، 2022.
- محمود محمد اليمني، دور القنوات الإخبارية العربية في تشكيل معارف واتجاهات

- الشباب الجامعي اليمني نحو الاحداث السياسية اليمنية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام، 2020.
- محمد يحيى محمد موسى، دور الإعلام البديل في تشكيل مجال عام لحرية التعبير في اليمن، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2020.
- منال الوليد، «دوافع استخدام المرأة اليمنية للسلسلات المبدلجة في القنوات الفضائية العربية والقيم المدركة منها كدراسة مسحية» رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة صنعاء، 2022.
- محمد جمال عوض، «الصحافة الإخبارية الإلكترونية اليمنية من 2003 إلى 2017م – دراسة مونوغرافية»، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2021.
- محمد ناجي الدعيس و احمد الشاطبي 2021، «دور الإدارة التربوية في التربية الإعلامية في ظل التحولات المعاصرة من وجهة نظر معلمي المرحلة الثانوية بمدارس امانة العاصمة – صنعاء»، مجلة الاندلس للعلوم الانسانية والاجتماعية، العدد (42) المجلد (8) ابريل – يونيو 2021م، ص174-143.
- مجيب عبد الله الحميدي، «تصور مقترح للتربية الإعلامية بمرحلة التعليم الأساسي في الجمهورية اليمنية»، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة صنعاء، 2013.
- مجيب عبدالله الحميدي، «علاقة التربية الإعلامية بالمصطلحات المتداخلة معها»، المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية، العدد 3، نوفمبر 2019، المركز الديمقراطي العربي، ص 289-300.
- يحيى محمد علي العزب، قضايا الارهاب كما تعكسها البرامج السياسية في الفضائيات اليمنية واتجاهات النخبة نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2018م.

• اوراق عمل وتقارير:

- محمد بن شحات لخطيب، «دور المدرسة في التربية الإعلامية»، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية بالمملكة العربية السعودية، الرياض، 2007.
- تقرير قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في اليمن (مذكرة سياسة اليمن رقم (4) بشأن تقديم الخدمات الشاملة)، مجموعة البنك الدولي، 13 فبراير 2017م.
- تقرير مراحل تطور البنية التحتية لقطاع الاتصالات في الجمهورية اليمنية والتهيئة لمشروع الحكومة الالكترونية، المؤسسة العامة للاتصالات اليمنية، 1 مارس 2003م.

• الكتب:

- آمال سعد المتولي (2004): الصحافة والإذاعة المدرسية، القاهرة: دار مكتبة الاسراء، 2003م.
- عبدالملك ردمان الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2003.

• المواقع الإلكترونية:

- ندوة في مأرب بمناسبة الأسبوع العالمي للتربية الإعلامية المعلوماتية، خبر منشور على موقع سبأ نت، منشور بتاريخ 31 أكتوبر 2022،
- https://marib-gov.com/news_details.php?sid=4227
- فرص تعاقدية لمدرسين في التربية الإعلامية والمعلوماتية للشباب في حضرموت، خبر منشور على موقع المنظمة الوطنية للإعلاميين اليمنيين (صدى)، بتاريخ الأول من أكتوبر
- <https://sada-ye.org/%D9%81%D8%B1%D8%B5-%D8%AA%D8%B9%D8%A7%D9%82%D8%AF%D9%8A%D8%A>، 2023

- [.https://yemen.net.ye/about-yemennet](https://yemen.net.ye/about-yemennet)، موقع يمن نت على شبكة الإنترنت،
- آثار الصراع على قطاع الاتصالات في اليمن - مركز صنعاء للدراسات الإستراتيجية
- <https://sanaacenter.org/ar/publications-all/main-publications-ar/12723>
- موقع المركز الوطني للمعلومات،
- <https://yemen-nic.info/sectors/information/index.php?print=Y>
- الجهاز المركزي للإحصاء، كتاب الإحصاء السنوي للأعوام 2014 و2017، متاح على
الرباط <http://www.cso-yemen.com/content.php?lng=arabic&cid=131>
- [Internet world stats.com. https://www.internetworldstats.com/middle.htm#ye](https://www.internetworldstats.com/middle.htm#ye) [www.speedtest.net .https://www.speedtest.net/global-index/yemen#fixed](https://www.speedtest.net/global-index/yemen#fixed) [Cable.co.uk , https://www.cable.co.uk/mobiles/worldwide-data-pricing/#regions](https://www.cable.co.uk/mobiles/worldwide-data-pricing/#regions)
- وزارة الاتصالات تكشف عن خسائر قطاع وشركات الاتصالات والبريد في ثمانية أعوام،
منشور في 25 مارس 2023م، موقع وكالة سبأ للأخبار،
- <https://www.saba.ye/ar/news3230889.htm>
- بالشراكة مع DW..منظمة صدى تدشن الدورة التدريبية الأولى في في التربية
الإعلامية والمعلوماتية للشباب بمدينة سيئون/ م.حضر موت، خبر منشور على موقع
المنظمة الطنية للإعلاميين اليمنيين (صدى)، بتاريخ 25/2/2024م،
- <https://sada-ye.org/%D9%85%D9%86%D8%B8%D9%85%D8%A9-%D8%B5%D8%AF%D9%89->
- ورقة علمية تؤكد تنامي الأمية الإعلامية وغياب الدور الحكومي، الموقع الإلكتروني لمركز

يمنیون، منشور بتاریخ 18/2024/1م،

- <https://alyemenyoon.com/%D9%88%D8%B1%D9%82%D8%A9-%D8%B9%D9%84%D9%85%D9%8A%D8%A9->

الخاتمة

أصبحت التربية والتوعية على الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام والاتصال، تمثل مطلباً أساسياً، وحاجة ملحة لتنمية المواطنة الواعية والفاعلة، المسؤولة في الأنشطة الشاملة في صنع الحياة، وبناء المجتمع، وتعزيز الانتماء الوطني لأنها تشمل مجموعة مهارات مثل: التفكير الناقد والإبداعي، والعلم الذي يُمكن المتلقي من بناء أحكام مستقلة عن المضامين الإعلامية وإنتاجها. كما أن للتربية والتوعية على الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام والاتصال دوراً كبيراً في تنشئة الشباب على حب الوطن، والحفاظ على النظام، والتعاون وتعزيز القيم والأخلاق. ضمن إطار سلوكيات المسؤولية الاجتماعية لحماية المجتمعات في العالم العربي من المعلومات المضللة والشائعات، واستخداماتها في تزييف الوعي.

تكمن أهمية نشر ثقافة التربية والتوعية الإعلامية لأنها تعد جزءاً من حق كل مواطن لضمان حرية التعبير، والوصول الى المعلومات وإرساء قواعد الديمقراطية. بالإضافة إلى أنها تُمكن الجمهور من اختيار الوسائل الإعلامية المناسبة مع إمكانية تكوين آراء نقدية حول المضامين الإعلامية. ولأن وسائل الإعلام تعد من أهم العوامل المؤثرة في تشكيل القيم الاجتماعية وضبط السلوك الاجتماعي، والحفاظ على الهوية الوطنية. أما الأهمية التطبيقية للدراسة فتتلخص في بيان السياسات الحكومية الأردنية الخاصة بالتربية الإعلامية، ومستوى المنجز من هذه السياسات على المستوى الوطني.

إن التربية والتوعية الإعلامية تمثل حصانة فكرية لأفراد المجتمع ضد الأفكار المنحرفة، وخطاب العنف والكرهية، وتدعم السلم والأمن المجتمعي، وتساعد في مواجهة التطرف والغلو والعنف. كما أن تطبيق مناهج التربية الإعلامية في المراحل الدراسية الجامعية والمدارس في العالم العربي من شأنه الإسهام في نشر ثقافة التسامح، ونبذ خطاب التفرقة والعنصرية، والإسهام في استقرار المجتمعات وتقدمها، وترسيخ المفاهيم الرئيسة لأهمية توظيف وسائل الإعلام في التنمية المستدامة، وبناء جيل مثقف واع، ومتسامح وملتزم بأخلاقيات النشر الإعلامي.

وينبغي ألا تقتصر أساليب التربية الإعلامية في العالم العربي على مفهوم المعلومات ودرجة موثوقيتها وتحيزها، بل يتطلب أن تشمل التربية والتوعية على الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام والاتصال بأبعادها الفكرية والاجتماعية لجميع الرسائل الإعلامية. كما ينبغي أن تتطور أساليب التربية الإعلامية باستمرار وأن تعتمد أكثر على المشاركة والتفاعل مع الأخذ بعين الاعتبار أهمية العناية بمشكلة الفجوة الرقمية بين المجتمعات.

إن تطبيق التربية والتوعية الإعلامية في العالم العربي يحتاج إلى تفعيل شراكات حقيقية بين المؤسسات التربوية والإعلامية، للارتقاء بالواقع المأمول، وإرساء مقومات نجاح التربية الإعلامية التي تتطلب وضع المناهج المخصصة للتربية بالتعاون بين وزارات التربية، ووزارات التعليم لعالي والمؤسسات الإعلامية. وإعداد البرامج وتنظيم الدورات على المستوى العربي لتدريب أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات، والمعلمين في المدارس على كيفية تدريس مناهج التربية الإعلامية.

اتفقت جميع الدراسات في هذا الكتاب على أهمية التربية والتوعية الإعلامية في مختلف الدول العربية التي تبنتها، وأوصت بضرورة توظيفها في مجالات الحياة المختلفة، وليس في مجال علوم الإعلام والاتصال فحسب، إنما في المجالات الأكاديمية، والثقافية، والتربوية، بالإضافة إلى توظيفها برسم السياسة الإعلامية والاتصالية للدول، إذ أكدت بعض الدراسات على ضرورة إعطاء أهمية مضاعفة للتربية الإعلامية، لجميع شرائح المجتمع، ومنها الشباب والطلبة، ابتداءً من مرحلة الابتدائي، وصولاً إلى المرحلة الجامعية؛ كونها مادة مؤثرة على سلوكياتهم، وتعمق دائرة التحليل والنقد، والإسهام الفعّال في صنع الحضور الوطني؛ لأنها تحتوي على مجموعات من المهارات اللازمة لمواجهة الرسائل الاتصالية التي لا تتلاءم ومعتقداتهم وأفكارهم، في ظل التدفق الإعلامي والاتصالي الهائل الذي يعيشه العالم.

وأكدت نتائج الدراسات العربية في هذا الكتاب على أهمية بذل الحكومات العربية المزيد من الاهتمام بالتربية والتوعية الإعلامية، في مفاصل المجتمع كافة، وضرورة تدريس مادة التربية الإعلامية في التعليم الجامعي وفي المدارس، وأن تخصص مادة مستقلة للتربية والتوعية الإعلامية. كما أكدت النتائج أهمية العلاقة بين التربية والتعليم والإعلام، وأوضحت أن التربية والتوعية الإعلامية تمثل مظهراً من مظاهر التكامل بين التربية والتعليم والإعلام، وأن الإعلام أصبح محوراً من محاور العملية التعليمية، وأن الثورة الرقمية جعلت التربية والتوعية الإعلامية أكثر إلحاحاً لا سيما بعد أن ساعدت تطبيقات الذكاء الاصطناعي في نشر الكثير من المعلومات المضللة والتزييف العميق، وتهديد الكثير من الثقافات الوطنية، مما زاد من تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل السلوكيات السلبية لدى المراهقين والطلبة والشباب، والتأثير على

كثير من المفاهيم والقيم والعادات والتقاليد.

تخلص الدراسات إلى ضرورة العمل على بلورة رؤية عربية حول التربية والتوعية الإعلامية ومهاراتها، تتناسب مع واقعنا العربي. إذ من المفيد وضع إطار عربي موحد لتطبيق التربية والتوعية الإعلامية في مؤسسات التربية والتعليم العالي، مع توفير الدعم والتوجيهات اللازمة لضمان التنفيذ الفعال بما يعزز فاعلية تطبيق تلك الممارسات على نطاق أوسع. كذلك تعزيز المبادرات الحكومية على المستوى العربي الرامية إلى الانتقال من النظرة السائدة حول التربية الإعلامية كونها أداة للحماية والدفاع إلى فهم أعمق وأشمل، بوصفها أداة للتمكين والمشاركة والابتكار. ذلك بالإضافة إلى أهمية زيادة التنسيق بين مؤسسات المجتمع المدني والمدارس والجامعات الحكومية والخاصة لتحقيق الأثر الإيجابي المستدام في نشر ثقافة التربية والتوعية الإعلامية بين الشباب وأفراد المجتمع كافة، وضمان تكامل الأدوار لتحقيق أهداف التربية الإعلامية. وتشجيع مؤسسات المجتمع المدني لإطلاق المبادرات بمجال التربية والتوعية الإعلامية في المدارس والجامعات من خلال تخصيص أنشطة كمحاضرات وندوات وتدريب ميداني من خلال خبراء بمجال الاتصال المؤسسي والإعلام الرقمي.

في ختام هذا الكتاب، الذي استعرضنا من خلاله تجارب وممارسات التربية الإعلامية في سبع دول عربية، نجد أن هذا المجال يحمل آفاقاً واعدة لمواجهة تحديات العصر الرقمي. التربية الإعلامية ليست فقط أداة تعليمية، بل هي منهجية ضرورية لتعزيز التفكير النقدي، ومقاومة التضليل، والاستفادة المثلى من الموارد الإعلامية المتاحة.

ومن خلال الفصول التي كونت مضمون المؤلف، رأينا أن تنوع السياقات الثقافية والاجتماعية بين الأردن، عُمان، العراق، لبنان، مصر، المغرب، واليمن، رأينا كيف أثرت هذه السياقات في بلورة سياسات التربية الإعلامية وتطبيقها. ورغم هذا التنوع، برزت قواسم مشتركة عديدة، أهمها الحاجة الملحة إلى تطوير المناهج الدراسية، وتأهيل الكوادر التربوية، وتعزيز الشراكة بين القطاعات التعليمية والإعلامية.

لقد أظهرت الدراسات والتجارب الواردة في هذا الكتاب أن إدراج التربية الإعلامية ضمن المناهج التعليمية ليس رفاهية، بل ضرورة تُحتّمها التحولات التكنولوجية والاجتماعية. وتُظهر النجاحات الجزئية والتحديات المستمرة أهمية تضافر الجهود لإحداث نقلة نوعية في هذا المجال.

إن التربية الإعلامية تمثل فرصة لتمكين الأجيال القادمة من فهم الإعلام واستخدامه بوعي ومسؤولية، مما يُسهم في بناء مواطنين فاعلين ومجتمعات أكثر وعياً. ومن هنا، ندعو المؤسسات التعليمية، الأكاديمية، والإعلامية إلى تعزيز التعاون والعمل المشترك لإرساء أسس قوية للتربية الإعلامية في العالم العربي.

ختاماً، هذا الكتاب هو خطوة على طريق طويل، ونتمنى أن يكون مصدر إلهام للباحثين والمربين وصناع القرار لتطوير هذا المجال الحيوي، وجعله محوراً أساسياً في بناء مستقبل أكثر إشراقاً ووعياً.

هيئة التحرير