



LARBI TEBESSI – TEBESSA UNIVERSITY

UNIVERSITE LARBI TEBESSI – TEBESSA-

جامعة العربي التبسي - تبسة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال

الميدان: علوم إنسانية واجتماعية

الشعبة: إعلام واتصال

التخصص: سمعي بصري

العنوان: تأثير التربية الإعلامية على الوعي الإعلامي للطلاب الجامعي

دراسة ميدانية: على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة العربي التبسي-تبسة-

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر " ل.م.د "

دفعة: 2020

إشراف الأستاذة: د. راضية قراد

إعداد الطالبة: منال غرايبي

جامعة العربي التبسي - تبسة
Universite Larbi Tebessi - Tebessa
لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
د/ هارون منصر	أستاذ محاضر -أ-	رئيسا
د/ راضية قراد	أستاذ محاضر -أ-	مشرفا ومقررا
د/ لدمية عابدي	أستاذ محاضر -أ-	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية: 2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿ الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ

هَدَاهُمُ اللَّهُ وَأُولَئِكَ هُمْ أُولُوا الْأَبَابِ ﴾

الزمر: [18]

شكر وتقدير

أشكر الله عز وجل الذي أنعم عليّ بنعمة العلم ووفقتني لإنجاز هذا العمل

المتواضع.

كل الشكر والتقدير لأستاذتي الدكتورة: قرّاد راضية على توجيهاتها ودعمها

المعنوي الكبير

كما لا يفوتني أن أتقدم بجزيل الشكر والعرفان لكل من علّمني حرفاً طيلة مساري

الدراسي... أستاذتي الأفاضل

وإلى كلّ من صاحبتهم وعرفتهم، وإلى كل الذين ساهموا من قريب أو بعيد في

إنجاز هذا العمل ولو بكلمة طيبة

وشكري الخاص لشموع العائلة؛ إخوتي محمد وإيمان على كل الدّعم المعنوي

والمادي

الإهداء:

إلى أبي وأمي

وإلى الظروف التي نحتتني

" لأصبح على ما أنا عليه اليوم "

ممنونة جدًا...

فهرس المحتويات

مقدمة.....أب

الفصل الأول: إشكالية الدراسة، مدخلها النظري ومنهجيتها

أولا/ إشكالية الدراسة.....02

- 1) تحديد المشكلة.....02
- 2) أسباب اختيار الموضوع.....04
- 3) أهداف الدراسة.....05
- 4) أهمية الدراسة.....05
- 5) الدراسات السابقة والمثابفة.....06
- 6) تحديد مفاهيم الدراسة.....15

ثانيا/ المدخل النظري للدراسة.....23

نظرية التماس المعلومات ومعالجتها.....23

ثالثا/ الاجراءات المنهجية للدراسة.....25

- 1) مجالي الدراسة.....25
- 2) مجتمع البحث والعينة.....27
- 3) منهج الدراسة.....29
- 4) أدوات جمع البيانات.....29

رابعا/ صعوبات الدراسة.....31

الفصل الثاني: علاقة التربية الإعلامية بالوعي الإعلامي، من خلال مهارة التفكير الناقد

أولا/ ماهية التربية الإعلامية.....34

- 1) نشأة وتطور التربية الإعلامية في العالم.....34
- 2) أهمية التربية الإعلامية.....37
- 3) خصائص التربية الإعلامية.....39
- 4) أهداف التربية الإعلامية.....40
- 5) وظائف التربية الإعلامية.....41

42.....المعايير التي تقوم عليها التربية الإعلامية..... (6)

44.....مستويات التربية الإعلامية..... (7)

46.....ثانيا/ ماهية الوعي الإعلامي.....

46..... (1) أسباب ظهور ما يسمّى بالوعي الإعلامي.....

49..... (2) أهمية الوعي الإعلامي.....

51..... (3) خصائص الوعي الإعلامي.....

51..... (4) وظائف الوعي الإعلامي.....

52..... (5) أبعاد الوعي الإعلامي.....

54..... (6) مهارات الوعي الإعلامي.....

60..... (7) آليات تحقيق الوعي الإعلامي.....

61.....ثالثا/ تأثير التربية الإعلامية على الوعي الإعلامي للطلاب من خلال مهارة التفكير الناقد.....

61..... (1) التطور التاريخي لمفهوم التفكير الناقد.....

63..... (2) أهمية التفكير الناقد كمهارة من مهارات التربية الإعلامية في التأثير على الوعي الإعلامي.....

65..... (3) خصائص التفكير الناقد والمفكر الناقد.....

68..... (4) وظائف التربية الإعلامية في رفع الوعي الإعلامي من خلال مهارة التفكير الناقد.....

70..... (5) مكونات التفكير الناقد.....

71..... (6) مراحل التفكير الناقد كإحدى مهارات التربية الإعلامية لتقييم المضامين الإعلامية.....

73..... (7) معايير التفكير الناقد.....

74..... (8) مهارات التفكير الناقد.....

76..... (9) اتجاهات التفكير الناقد.....

الفصل الثالث: تحليل البيانات الميدانية

79.....أولا/ تفرغ وتحليل البيانات الميدانية:.....

79..... (1) المحور الأول: البيانات الشخصية.....

82..... (2) المحور الثاني: أهمية التربية الإعلامية للطلاب الجامعي في تخصص الإعلام والاتصال بجامعة تبسة.....

83..... (3) المحور الثالث: الوعي الإعلامي ومظاهره لدى طالب الإعلام في جامعة تبسة.....

84..... (4) المحور الرابع: تأثير التربية الإعلامية على الوعي الإعلامي لطالب علوم الإعلام والاتصال من خلال مهارة التفكير

102..... الناقد

112.....ثانيا/ نتائج الدراسة.....

112.....	(1) النتائج الجزئية للدراسة.....
113.....	(2) النتائج العامة للدراسة.....
116.....	خاتمة.....
118.....	قائمة المراجع.....

الملاحق

124.....	(1) الملحق رقم (1) استمارة الاستبيان.....
130.....	(2) الملحق رقم (2) جدول حوصلي لعدد الطلبة للسنة الجامعية 2020/2019.....

الملخصات

132.....	(1) الملخص باللغة العربية.....
132.....	(2) الملخص باللغة الإنجليزية.....

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
80	توزيع المبحوثين حسب السن	1
81	المبحوثين حسب الجنس	2
82	عدد الساعات التي يقضيها الطالب أمام وسائل الإعلام	3
83	وسائل الإعلام المفضلة للمتابعة من طرف المبحوثين	4
85	وسائل التربية الإعلامية بالنسبة للعينة المدروسة	5
86	أهداف التربية الإعلامية من وجهة نظر المبحوثين	6
88	أسباب استحداث التربية الإعلامية حسب رأي المبحوثين	7
90	أهم مهارات التربية الإعلامية من وجهة نظر أفراد العينة	8
92	أساليب تفعيل التربية الإعلامية حسب رأي المبحوثين	9
94	المقصود بالوعي الإعلامي من وجهة نظر العينة المدروسة	10
95	أغراض المبحوثين من التعرض لوسائل الإعلام	11
97	أهم وظائف الوعي الإعلامي حسب رأي المبحوثين	12
98	كيفية تفاعل العينة المدروسة مع وسائل الإعلام	13
100	نظرة المبحوثين لإمكانية تحقيق الوعي الإعلامي	14
102	مفهوم التفكير الناقد من وجهة نظر المبحوثين	15
104	مصادر التأثير على قرارات المبحوثين	16
106	وظائف التفكير الناقد حسب رأي المبحوثين	17
107	كيفية تفاعل المبحوثين أثناء المحاضرة	18
108	أنسب الطرق لتعليم التفكير الناقد من وجهة نظر أفراد العينة	19
110	تأثير التربية الإعلامية على الوعي الإعلامي للطلاب الجامعي من خلال مهارة التفكير الناقد	20

فهرس الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
1	توزيع المبحوثين حسب السن	80
2	توزيع المبحوثين حسب الجنس	81
3	عدد الساعات التي يقضيها الطالب أمام وسائل الإعلام	82
4	وسائل الإعلام المفضلة للمتابعة من طرف المبحوثين	84
5	وسائل التربية الإعلامية بالنسبة للعينة المدروسة	85
6	أهداف التربية الإعلامية من وجهة نظر المبحوثين	87
7	أسباب استحداث التربية الإعلامية حسب رأي المبحوثين	89
8	أهم مهارات التربية الإعلامية من وجهة نظر أفراد العينة	91
9	أساليب تفعيل التربية الإعلامية حسب رأي المبحوثين	92
10	المقصود بالوعي الإعلامي من وجهة نظر العينة المدروسة	94
11	أغراض المبحوثين من التعرض لوسائل الإعلام	96
12	أهم وظائف الوعي الإعلامي حسب رأي المبحوثين	97
13	كيفية تفاعل العينة المدروسة مع وسائل الإعلام	99
14	نظرة المبحوثين لإمكانية تحقيق الوعي الإعلامي	101
15	مفهوم التفكير الناقد من وجهة نظر المبحوثين	103
16	مصادر التأثير على قرارات المبحوثين	104
17	وظائف التفكير الناقد حسب رأي المبحوثين	106
18	كيفية تفاعل المبحوثين أثناء المحاضرة	107
19	أنسب الطرق لتعليم التفكير الناقد من وجهة نظر أفراد العينة	109
20	تأثير التربية الإعلامية على الوعي الإعلامي للطلاب الجامعي من خلال مهارة التفكير الناقد	111

مقدمة

مقدمة:

تسعى وسائل الإعلام على اختلافها إلى زيادة أعداد جماهيرها وتوسيع انتشارها، وتعول في ذلك على التقدم التكنولوجي لتلبية احتياجات الجمهور، والوصول إليه بشتى الوسائل؛ فالوسيلة الإعلامية الفاعلة هي تلك التي تحقق أعلى نسب الانتشار والتأثير في المجتمع.

وصناعة الإعلام اليوم تقتضي تبني عدد من المضامين والرسائل المتنوعة، والمضي قدما في إنتاج وترويج وصياغة هذه المضامين، في قوالب محدّدة بحيث تشمل شرائح المجتمع بكافة اهتماماتهم، وفي الوقت الذي يراد فيه ببعض هذه المضامين البناء والإصلاح في المجتمع، قد تعمل بعضها على سلخ الأفراد من بيئاتهم، وإبعادهم عن موروثاتهم الحسنة.

إنّ هذه المعطيات أثبتت ضرورة التفكير في حلّ للتصدي لهذا المدّ الإعلامي، وتقادي تأثيراته السلبية على الفرد والمجتمع، من خلال استحداث أسلوب جديد للتعامل الواعي مع الإعلام.

فظهرت التربية الإعلامية كاتجاه عالمي جديد للتعامل مع الإعلام، هذه التربية الإعلامية اهتمت بها منظمة اليونسكو منذ سبعينات القرن الماضي، ودعت في عديد المؤتمرات إلى تفعيلها وتدريبها في المدارس والجامعات. ونظرا لانتشار الأخبار الزائفة والخطيرة وعلى مختلف الأصعدة، زادت الحاجة إلى الاهتمام بالتربية الإعلامية لتمكين المواطن للتعامل الواعي مع الإعلام، من خلال القراءة النقدية لمضامينه. فمن خلال عملية البحث المجازف والتماس المعلومات من مختلف المصادر ومعالجتها، يتمكّن الفرد من فهم حقيقة الممارسة الإعلامية، وبالتالي تبني الموقف الصحيح تجاهها.

ولهذا سنحاول في هذه الدراسة معرفة تأثير التربية الإعلامية على الوعي الإعلامي للطالب الجامعي من خلال مهارة التفكير الناقد، وذلك على مستوى قسم علوم الإعلام والاتصال، بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة تبسة، كميدان للدراسة، بحيث نركز فيها على أهمية التربية الإعلامية كاتجاه جديد للتعامل الواعي مع الإعلام، ومظاهر الوعي الإعلامي في الوسط الجامعي.

في إطار هذه الأبعاد تتبلور مشكلة الدراسة وأهدافها، والتي جاءت في ثلاثة فصول، يعرض الفصل الأول منها: إشكالية الدراسة، مدخلها النظري ومنهجيتها، بدءا بتحديد المشكلة وعرض أسباب اختيار

الموضوع، أهداف الدراسة، أهميتها، الدراسات السابقة والمثابفة، مروراً بتحديد المفاهيم لنعرِّج بعد ذلك إلى المدخل النَّظري للدراسة والذي تمثل في نظرية التماس المعلومات ومعالجتها، ثم نتناول في نقطة أخرى الإجراءات المنهجية للدراسة بدءاً بمجالى الدراسة فمجتمع البحث والعينة، وأخيراً المنهج والأدوات المعتمدة، ويتناول الفصل الثاني علاقة التربية الإعلامية بالوعي الإعلامي من خلال مهارة التفكير الناقد، والذي تعرضنا في المبحث الأول منه إلى ماهية التربية الإعلامية (نشأتها، أهميتها، خصائصها، أهدافها، وظائفها ومستوياتها) وفي المبحث الثاني تناولنا الوعي الإعلامي (أسباب ظهوره، أهميته، خصائصه، وظائفه، أبعاده، مهاراته وآليات تحقيقه) وأخيراً ربطنا العلاقة بينهما من خلال مهارة التفكير الناقد حيث عرفنا به في المبحث الثالث من خلال (تطوره التاريخي، أهميته، خصائصه، وظائفه، مكوناته، مراحل، معايير، مهاراته واتجاهات تعليمه)، ويعرض الفصل الثالث والأخير، تحليل البيانات الميدانية، بدءاً بتفريغ البيانات ووصولاً إلى النتائج العامة للدراسة، حيث شمل هذا الفصل أربعة محاور تمثل الأول منها في البيانات الشخصية للعينة المدروسة، أما الثاني فتطرق إلى أهمية التربية الإعلامية للطلاب الجامعي في تخصص الإعلام والاتصال في جامعة تبسة، فالثالث والذي تم من خلاله قياس الوعي الإعلامي ومظاهره لدى طالب الإعلام في جامعة تبسة، وأخيراً تناولنا تأثير التربية الإعلامية على الوعي الإعلامي لطالب علوم الإعلام والاتصال من خلال مهارة التفكير الناقد، وذلك من خلال المحور الرابع، لتكون آخر مرحلة خاتمة دراستنا.

الفصل الأول

إشكالية الدراسة، مدخلها النظري ومنهجيتها

أولاً/ إشكالية الدراسة

- 1) تحديد المشكلة
- 2) أسباب اختيار الموضوع
- 3) أهداف الدراسة
- 4) أهمية الدراسة
- 5) الدراسات السابقة والمثابفة
- 6) تحديد مفاهيم الدراسة

ثانياً/ المدخل النظري للدراسة

نظرية التماس المعلومات ومعالجتها

ثالثاً/ الاجراءات المنهجية للدراسة

- 1) مجال الدراسة
- 2) مجتمع البحث والعينة
- 3) منهج الدراسة
- 4) أدوات جمع البيانات

رابعاً/ صعوبات الدراسة

أولاً/ إشكالية الدراسة

1) تحديد المشكلة:

من أبرز الإشكاليات المعاصرة للتربية، هي الإشكالية المتمثلة في تفاعل الطلبة مع وسائل الإعلام المعاصرة،¹ ذات التأثير الكبير على حياة الناس في عالم صار الولوج فيه إلى المعلومة مرهون بنقرة زرّ، هذا الإشكال بات يورق القائمين على أمر التربية خاصة في ظلّ خفوت دور الأسرة والمدرسة والمسجد في التأثير وتوجيه الأجيال الجديدة.

ومن هنا ظهرت التربية الإعلامية كاتجاه عالمي جديد للتعامل مع الإعلام في الستينيات من القرن الماضي، كمحاولة لاستغلال وسائل الإعلام في العملية التعليمية، وما فتئ أن تحوّل هذا المفهوم مع مطلع السبعينات إلى مشروع دفاع يهدف إلى حماية المتلقّي من المخاطر التي استحدثتها وسائل الإعلام، عبر كشف الرسائل المزيفة والتشجيع على رفضها، وبهذا انتقل المفهوم من التربية بالإعلام إلى التربية على الإعلام، غير أنّ التربية الإعلامية أخذت تتحى منحى آخر من خلال تمكين الشباب لفهم الممارسة الإعلامية فهما صحيحا وحسن التعامل معها.

وعلى هذا الأساس تحوّل هدف التربية الإعلامية من مجرد الاستهلاك السلبي للرسائل الإعلامية إلى عملية نقدية متواصلة، تهدف إلى المساعدة على فهم الصناعة الإعلامية وزيادة الوعي حول طبيعة هذه المضامين ودورها في تشكيل الواقع الذي يعيشه الافراد.

فقبل أربعين عاما لم تكن هناك مشكلة ملحة في التعامل مع الإعلام، لأنّه كان إعلاما محلياً محدود التأثير، باستثناء بعض الإذاعات العالمية، أمّا اليوم في عصر ثورة الإعلام والمعلومات والاتصالات فإنّ

¹ طلال بن عقيل بن عطاس الخيري: تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية، أطروحة دكتوراه في الأصول الإسلامية للتربية، قسم التربية الإسلامية والمقارنة، كلية التربية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 1430/1429هـ، ص3

الأمر مختلف، لأننا مستهدفون من وسائل الإعلام، فصناعة الإعلام في العالم ليست عملية عبثية لا هدف لها، وليست ممارسة عديمة لا طائل من ورائها، بل هي صناعة مقننة ذات أهداف محدّدة وواضحة، تستهدف التأثير على المتلقّي بالدرجة الأولى، فأصبح الإعلام يستهلك جزءا كبيرا من حياة الناس ويكاد أن يكون المصدر الأساسي والمباشر في استيقاظ معلومات الفرد والمجتمع¹. من هنا أصبحت الحاجة إلى الوعي الإعلامي شيئا ملحا أكثر من أيّ وقت مضى، لأنه ببساطة دليل المتلقّي في فكّ شفرات الرسالة الإعلامية وفهم حقيقة الإعلام وأهدافه ومراميّه، وبالتالي تبني الموقف الصحيح تجاهه.

ولا يتحقّق هذا الإدراك لعملية الصناعة الإعلامية إلاّ من خلال مهارة التفكير الناقد كإحدى مهارات التربية الإعلامية للتعامل الواعي مع الإعلام، فالكثير من الناس يتبعون ما يعتقدون أنّهم أعرف بالأمر منهم، حيث يتعودون على أخذ كلّ شيء من الأهل دون تفكير ثمّ المسؤولون في العمل ووسائل الإعلام. ويفتقرون إلى الفضول والمهارات اللازمة للتحقق المستقلّ من المعلومات. والتفكير الناقد هو الطريقة الفعّالة التي تتيح لنا السيطرة على عقولنا، ولا تسمح للآخرين بالتحكم بنا أو توجيه أفكارنا² بما في ذلك وسائل الإعلام، فيمكن للتفكير الناقد أن يقطع الطريق أمام التكتيكات والأساليب الإعلامية المختلفة لتزييف الوعي، وذلك من خلال التحقق من صدق المعلومات ومصادرها، ممّا يزيد إمكانية التمييز بين الرّأي والحقيقة وتفسير الرّسائل الإعلامية والقيم المقدّمة وتكوين آراء انتقادية حول هذه المواد.

ويفترض على الطالب الجامعي عموما وطالب الإعلام على وجه التحديد أن يكون مؤهّلا لفهم الصناعة الإعلامية أكثر من غيره، لذلك استهدفت هذه الدراسة طلبة الإعلام والاتّصال في تخصّص السّمي البصري بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة تبسة، لبحث قدراتهم ومؤهلاتهم في التعامل الواعي مع الإعلام، وقبل ذلك رصد مفاهيمهم ونظرتهم للتربية الإعلامية وتأثيرها على الوعي الإعلامي لديهم.

¹ فهد بن عبد الرحمن الشميري: التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام، ط1، مكتبة فهد الوطنية، الرياض، 1431هـ،

² سائدة أحمد فارس: لا تجعل رأسك حاوية نفايات، ط1، جدارا للكتاب العالمي، الأردن، 2015، ص42

وعلى هذا الأساس نطرح الإشكال الآتي:

كيف تؤثر التربية الإعلامية على الوعي الإعلامي لطالب علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة؟

وللإجابة على هذا التساؤل اخترنا الأسئلة الفرعية الآتية:

- فيما تتمثل أهمية التربية الإعلامية للطالب الجامعي في تخصص الإعلام والاتصال بجامعة تبسة؟
- ما هو الوعي الإعلامي، وما هي مظاهره لدى طالب الإعلام بجامعة تبسة؟
- كيف تؤثر التربية الإعلامية على الوعي الإعلامي لطالب علوم الإعلام والاتصال من خلال مهارة

التفكير الناقد؟

(2) أسباب اختيار الموضوع:

➤ أسباب ذاتية:

- ميل الباحثة إلى المواضيع ذات البعد التربوي، لما لها من انعكاسات إيجابية على الفرد والمجتمع.

- الرغبة في التحسيس بالوعي الإعلامي، وبث التفكير الناقد لدى طلبة تخصص علوم الإعلام والاتصال من خلال دراسة مثل هذه المواضيع.

➤ أسباب موضوعية:

- ندرة الدراسات في هذا الموضوع بالرغم من أهميته في الوقت الراهن، مما يستدعي ضرورة التطرق إليه.

- تسليط الضوء على موضوع التربية الإعلامية، كاتجاه عالمي جديد يهدف إلى تعليم الأفراد كيفية التعامل مع الإعلام خاصة في ظل التنوع الهائل لمضامينه ووسائله.

- تناول الوعي الإعلامي كمصطلح ومفهوم جديد، يحتاج إلى الدراسة والاهتمام باعتباره ضرورة ملحة لتمكين الشباب للتعامل مع وسائل الاعلام.

- الحاجة لمعرفة مستوى التفكير الناقد لدى الطلبة الجامعيين، مما يمكن مستقبلا من تطوير المناهج وطرائق التدريس لتنمية هذا النوع من التفكير.

(3) أهداف الدراسة:

- التأكيد على أهمية التربية الإعلامية للطلاب الجامعي في تخصص الإعلام والاتصال بجامعة تبسة.
- الوقوف عند مفهوم الوعي الإعلامي ومظاهره لدى طالب الإعلام بجامعة تبسة.
- إبراز مهارة التفكير الناقد كإحدى آليات التربية الإعلامية للتأثير على الوعي الإعلامي لطالب علوم الإعلام والاتصال.

(4) أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في أهمية التربية الإعلامية في حد ذاتها، باعتبارها وفق المفهوم المعاصر أحد التدخلات للتعامل مع الواقع الإعلامي الجديد، الذي أصبحت فيه المعلومة متاحة على مدار الساعة بفعل تنوع وانتشار وسائل الإعلام وتطور تكنولوجيا الاتصال، فأضحت المعلومة في متناول الجميع على اختلاف أعمارهم، تحمل قيم و اتجاهات باعثها، وتحقق أهدافه وغاياته، مما صعب عملية التحكم فيها والسيطرة عليها، فظهرت الحاجة في العالم عموما، وفي العالم العربي والإسلامي خصوصا، إلى استحداث أساليب جديدة للتعامل مع الإعلام، هذا من جهة، ومن جهة أخرى تنبثق أهمية هذه الدراسة من أهمية الوعي الإعلامي وعلاقته بالتربية الإعلامية، فالوعي الإعلامي اليوم يمثل محور اهتمام الباحثين والدارسين، ففقد الفرد على فهم وإدراك ما يدور حوله من أحداث يعتمد بالدرجة الأولى على مستوى وعيه. وفي ظل ما تشهده الساحة الإعلامية العالمية والعربية وحتى الوطنية من تنوع هائل في مضامين ووسائل الإعلام، أصبحت الحاجة للوعي الإعلامي ضرورة ملحة ولا بديل لها، لتكوين مواطن مستنير يتصدى بوعيه لأي اختراق ثقافي

يفرضه الإعلام الغربي، وحتى لا يقع في فخ التضليل الإعلامي مثلما حدث أو أريد حدوثه للجزائر مؤخرًا، وما صاحب الحراك الشعبي من تسابق لوسائل الإعلام الرسمية وغير الرسمية، المحلية والعالمية، لقولبة أفكار الجزائريين عامة وفئة الشباب وجمهور الطلبة خاصة وتوجيهها وفق أجنداتهم المختلفة.

5) الدراسات السابقة والمشابهة:

أ- أطروحات الدكتوراه:

❖ الدراسة الأولى:

وهي دراسة بعنوان "تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية"، ل: طلال بن عقيل بن عطاس الخيري من جامعة أم القرى بالسعودية، لنيل شهادة الدكتوراه في الأصول الإسلامية للتربية.

وتتبع إشكالية هذه الدراسة من إشكالية تفاعل الطلبة مع وسائل الإعلام المعاصرة، في ظل غياب التوجيه ومنهجية التعامل الواعي معها، وكيفية تجنب تأثيراتها السلبية على حياة الأجيال الجديدة.

وعلى هذا الأساس صاغ الباحث إشكاليته في التساولين التاليين:

- ما التربية الإعلامية؟
- ما درجة أهمية تفعيلها في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية؟

وقد تفرعت عنهما تساؤلات فرعية جاءت كالتالي:

الجانب النظري:

- ما مفهوم التربية وما طبيعتها في المرحلة الجامعية؟

- ما مفهوم الإعلام وما تحدياته المعاصرة؟
- ما العلاقة بين التربية والإعلام؟
- ما مفهوم التربية الإعلامية؟
- ما أساليب تفعيل التربية الإعلامية؟

الجانب الميداني:

- ما درجة تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية في ضوء محاور الدراسة الحالية (الدواعي، المحتوى، الأساليب).
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة أهمية تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية في ضوء محاور الدراسة الحالية (الدواعي، المحتوى، الأساليب) تعزى إلى التخصص (التربية: الإعلام)؟
- هل توجد فروق دالة إحصائية في درجة أهمية تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية في ضوء محاور الدراسة الحالية (الدواعي، المحتوى، الأساليب) تعزى إلى الدرجة العلمية؟
- هل توجد فروق دالة إحصائية في درجة أهمية التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية في ضوء محاور الدراسة الحالية (الدواعي، الأساليب، المحتوى) تعزى إلى متغير مدة الخبرة؟¹

وتكمن أهمية هذه الدراسة في أهمية التربية الإعلامية في حد ذاتها وما تحققه من فوائد تعود على الفرد

والمجتمع، وتهدف إلى:

¹ طلال بن عقيل بن عطاس الخيري: مرجع سبق ذكره، ص 10

- إبراز العلاقة بين التربية والإعلام في الأدبيات التربوية وفي ضوء مفاهيم التربية الإسلامية.
- توضيح مفهوم التربية الإعلامية في ضوء الأدبيات التربوية.
- التعرف على أهمية تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية.
- التعرف على الفروق ذات الدلالة الإحصائية التي تعزى إلى متغير التخصص (تربية، إعلام) في درجة تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية.
- التعرف على الفروق ذات الدلالة الإحصائية التي تعزى إلى متغير الدرجة العلمية لعضو هيئة التدريس في درجة تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية.
- التعرف على الفروق ذات الدلالة الإحصائية التي تعزى إلى متغير مدة الخبرة في درجة تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية.¹

وقد استعان الباحث بالمنهج الوصفي (الوثائقي في النظري) و (المسحي في الميداني). واستهدفت عينة قصدية شملت أساتذة التربية والإعلام في الجامعات السعودية التي يتواجد بها تخصصا التربية والإعلام هي جامعة أمّ القرى بمكة المكرمة، جامعة الملك عبد العزيز بجدة، جامعة الملك سعود بالرياض، جامعة طيبة بالمدينة المنورة)، ومن أجل جمع البيانات تم الاعتماد على استمارة الاستبيان.

ومن أبرز ما توصلت إليه هذه الدراسة:

- ضرورة إعداد الطلاب للتعامل مع التحدي الإعلامي المعاصر، وذلك يتطلب مراجعة السياسات والمناهج التربوية وتطويرها.

¹ طلال بن عقيل بن عطاس الخيري: المرجع السابق: ص 9

• التّربية الإعلامية تقوم على فلسفة التّفكير النّاقّد للمضامين الإعلامية وهو اتّجاه يتكامل مع الاتّجاه الوقائي وليس بديلا عنه، وهي بهذا المفهوم تعليم موضوعه الإعلام وليست استخدام الإعلام كوسيلة.

• أظهرت نتائج الدّراسة الميدانية أنّ درجة أهميّة تفعيل التّربية الإعلامية في المرحلة الجامعية في ضوء المحاور المحدّدة، مهمة جدّا من وجهة نظر عيّنة الدّراسة.

• ترى عيّنة الدّراسة أنّ تفعيل التّربية الإعلامية كموضوعات ضمن الأنشطة العامّة في الجامعة أعلى درجة في الأهمية من تفعيلها لمقرّر مستقلّ أو جزء من المقرّرات الدّراسية الجامعية.¹

وهذه الدراسة هي الأقرب لدراستنا لاهتمامها بموضوع التربية الإعلامية في المحيط الجامعي وبحث سبل تفعيلها كما هو الحال في الدراسة الحالية.

كما تتشابه الإجراءات المنهجية لهذه الدراسة مع دراستنا، حيث يندرج كليهما ضمن الدراسات الوصفية، وقد استخدمنا للوصول إلى النتائج استمارة الاستبيان.

وبغض النظر عن الاختلافات فقد أفادتنا هذه الدراسة كثيرا في الإحاطة بالموضوع المدروس سواء من الناحية المنهجية أو النظرية.

ب-الورقات البحثية:

• الدراسة الأولى:

وهي دراسة بعنوان "بين التّربية بالإعلام والتّربية على الإعلام -برامج الأطفال الإذاعية نموذجا-":

"سحر أم الرّثم" من جامعة محمد لمين دباغين -سطيف2- وهي عبارة عن مقال في مجلّة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية، المجلد10، العدد2، ديسمبر2019.

¹ طلال بن عقيل بن عطاس الخيري: المرجع السابق: ص213

وتدور إشكالية هذه الدراسة حول العلاقة بين التربية ووسائل الإعلام، ومظاهر التكامل بينهما بفعل التطور التكنولوجي، وتبيان الفرق بين التربية على الإعلام والتربية بالإعلام، وكذا لإظهار تفاوت العمل الإعلامي الإذاعي الموجه للطفل، بين نشر ثقافة التربية الإعلامية والإعلام التربوي.

وعلى ضوء ما سبق صاغت الباحثة إشكالياتها في التساؤل الآتي:

هل تقدم برامج الأطفال الإذاعية إعلام تربوي أم تربية إعلامية؟¹

ولهذه الدراسة أهمية كبيرة من حيث محاولتها إزالة اللبس بين مفهومي؛ التربية بالإعلام وتعني الإعلام التربوي، والتربية على الإعلام ويعني التربية الإعلامية، وإسقاط ذلك على العمل الإعلامي الإذاعي الموجه للطفل.

وقد استعانت الباحثة في دراستها بالمنهج الوصفي الذي طبقته في دراسة مجموع البرامج الإذاعية لموسم

2018 وهي برامج نُبثت مرة كل أسبوع، وتتمثل في: ترويات، اطفالنا مستقبلاً، راديو FM، إذاعة سطيف.

وقد استهدفت هذه الدراسة عينة قصدية قوامها 12 حصة من كل برنامج ولجمع البيانات استعانت

الباحثة باستمارة تحليل المضمون.

توصلت هذه الدراسة إلى أنّ البرامج الإذاعية لا تركز على نشر ثقافة التربية الإعلامية بالشكل

المطلوب، حيث تكتفي بالتركيز على خلق وتعزيز القيم الإيجابية التي تضمن استمرار الحياة الاجتماعية

وتهمل خطورة وسائل الإعلام على الجمهور، التي جعلت من التربية الإعلامية والرقمية ضرورة ملحة

للتعامل مع هذا الواقع الجديد. كذلك أهملت موضوع التفكير النقدي الذي يعتبر الركيزة الأساسية في بناء

ثقافة إعلامية واعية لدى الأطفال.

¹ سحر أم الرّتم: بين التربية بالإعلام والتربية على الإعلام -برامج الأطفال الإذاعية نموذجاً وحدة البحث في تنمية الموارد

البشرية، المجلد 10، العدد 2، ديسمبر 2019، ص 25

وتعتبر هذه الدراسة فرعاً من دراستنا كونها تتضمن متغيّر التربية الإعلامية وهو متغيّر رئيسي في الدراسة الحالية. كذلك أشارت إلى التفكير النقدي وهو محور دراستنا في التعرف على تأثير التربية الإعلامية على الوعي الإعلامي للطالب الجامعي.

كما تتشابه الإجراءات المنهجية لهذه الدراسة مع دراستنا فيما يخص المنهج الوصفي والعينة القصدية.

وبغض النظر عن الاختلافات فقد أفادتنا هذه الدراسة في الوصول إلى مرجع تم الاعتماد عليه في الجانب النظري، إضافة إلى اعتباره هو الآخر دراسة سابقة وهو معنون بـ: تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية، إعداد الطالب طلال بن عقيل بن عطاس الخيري، بحث مكمل لدرجة الدكتوراه في الأصول الإسلامية للتربية.

❖ الدراسة الثانية:

وهي مقال لمجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، معدّ من طرف عبيدة صبطي وفريدة فلاك، تحت عنوان "واقع التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية الجزائرية - دراسة ميدانية على عينة من أساتذة الطّور المتوسّط بمدينة بسكرة -2- " والتي أنجزت في جوان 2017.

وعلى العموم عالجت هذه الدراسة إشكالية التنشئة الاجتماعية للأطفال والشباب في ظل إعلام العولمة، ودور التربية الإعلامية في التصدي لذلك من خلال المدرسة كإحدى مؤسسات التنشئة الاجتماعية.

ولتحليل الإشكالية تم صياغة التساؤل الآتي: إلى أي مدى تساهم المؤسسات التربوية في التربية

الإعلامية؟

وقد تفرعت عن التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية جاءت كما يأتي:

- ما المقصود بالتربية الإعلامية؟

- ما هو واقع التربية الإعلامية في المؤسسات الجزائرية؟
- ما مدى حضور التربية الإعلامية في المنهاج التربوي الجزائري؟
- ماهي معوقات التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية الجزائرية؟
- ماهي الحلول المقترحة لتفعيل التربية الإعلامية في المؤسسات الجزائرية؟¹

وتضطلع هذه الدراسة بمهمة التعرف على واقع التربية الإعلامية في المؤسسات التربوية الجزائرية،

ومدى حضورها في المنهاج الدراسي، والمساهمة بمقترحات لبحث سبل تفعيلها وتهدف هذه الدراسة إلى:

- إلقاء الضوء على التربية الإعلامية والمؤسسات المساهمة فيها.
- معرفة الوظيفة التي تؤديها المدرسة في التربية الإعلامية.
- بيان مدى حضور التربية الإعلامية في المنهاج الدراسي الجزائري.
- معرفة مدى اهتمام المؤسسة التربوية الجزائرية بتدريس التلميذ وتربيته إعلاميا للتعامل مع مضامين وسائل الإعلام.
- وضع مقترحات حول إدراج التربية الإعلامية في المنهاج الدراسي.²

وقد تم الاستعانة بالمنهج الوصفي في الدراسة والعينة العشوائية المكونة من 62 أستاذا موزعا على كل

المؤسسات التربوية التعليمية للطور المتوسط بمدينة بسكرة، ومن أجل جمع البيانات استعانت الباحثان بأداة

استمارة الاستبيان.

وقد كشفت هذه الدراسة ضرورة التربية الإعلامية في الوقت الراهن في المؤسسات التعليمية نظرا لما

تتطلبه المرحلة، وأن ما تتضمنه المقررات الدراسية غير كاف لتربية التلاميذ إعلاميا.

¹ عبيدة صبطي، فريدة فلاك: واقع التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية الجزائرية - دراسة ميدانية على عينة من أساتذة

الطور المتوسط بمدينة بسكرة 2، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 2، العدد 2، جوان 2017، ص 166

² المرجع نفسه: ص 167

وتتشابه هذه الدراسة مع دراستنا كونها تهتم بموضوع التربية الإعلامية من خلال المؤسسات التربوية والمناهج الدراسية، بينما تركز دراستنا الحالية على مؤسسات التعليم العالي ومدى مساهمتها في التربية الإعلامية للطالب الجامعي.

وقد أفادتني هذه الدراسة في الجانب المنهجي، من خلال الاستعانة بها في تحديد بعض الأهداف، وكذا تحديد المنهج الوصفي واستمارة الاستبيان لجمع البيانات، رغم الاختلافات الموجودة بين الدّاستين لبحثنا.

❖ الدّراسة الثالثة:

وهي مقال في مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية بعنوان: " واقع التربية الاعلامية في الأسرة الجزائرية - دراسة ميدانية على عينة من الأسر بولاية سطيف" والمنجز من طرف وليدة حدادي وأعراب فطيمة، في مارس 2017.

وتتبع إشكالية الدّراسة من دور الأسرة كمؤسسة من مؤسسات التنشئة الاجتماعية في حماية الطّفل من الوقوع في مخاطر العولمة الإعلامية، عبر التّعرف على واقع التّربية الإعلامية في الأسرة الجزائرية من خلال دراسة ميدانية على عينة من الأسر بولاية سطيف.

لتحليل هذه الإشكالية صيغت التساؤلات التالية:

- ما مدى وعي الأولياء في الأسر الجزائرية بأهمية التّربية الإعلامية
- كيف يساهم الأولياء في الأسر الجزائرية في التّربية الإعلامية للأبناء في التّعامل مع التلفزيون؟
- كيف يساهم الأولياء في الأسرة الجزائرية في التّربية الإعلامية للأبناء في التّعامل مع الانترنت؟
- ما هي التّحديات والصّعوبات التي تواجه التربية الإعلامية في الأسرة الجزائرية؟

- ما التّوصيات والمقترحات لتفعيل التّربية الإعلامية المطلوبة في الأسرة الجزائرية؟¹

وتتبع أهمية الدراسة من أهمية الأسرة في حد ذاتها كأول مؤسسة من مؤسسات التنشئة الاجتماعية مسؤولة عن إعداد الطّفّل وتنشئته تنشئة سليمة في ظلّ الخطر الذي يحيط به من وسائل الإعلام ومن أهمية التربية الإعلامية في تحقيق ذلك. حيث تهدف هذه الدراسة إلى:

- التّعرف على مدى وعي الأولياء في الأسرة الجزائرية بأهمية التربية الإعلامية.
- التّعرف على مساهمة الأولياء في الأسرة الجزائرية في التّربية الإعلامية للأبناء.
- الكشف عن التّحديات والصّعوبات التي تواجه التّربية الإعلامية في الأسرة الجزائرية.
- وضع بعض التّوصيات والمقترحات لتفعيل التّربية الإعلامية المطلوبة في الأسرة الجزائرية.²

وللإجابة على هذه التساؤلات اختارت الباحثتان عينة قصدية ممثلة في 50 مفردة من مجموع الأولياء المقيمين بولاية سطيف من الآباء والأمهات الذين لديهم ويملكون أجهزة تلفزيون وشبكة انترنت في المنزل، وقد استعانت الباحثتان بالمنهج الوصفي واستمارة الاستبيان لجمع البيانات.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى أنّ الأسرة هي الموجه الأساسي في تعليم الأبناء كيفية التّعامل مع وسائل الإعلام وأنّ وسائل الإعلام تلعب دور المكمّل للأسرة في مجال التّربية الإعلامية.

ومما تشترك فيه هذه الدراسة بالدراسة الحالية تناولها التربية الإعلامية كمتغير مستقل واعتمادها المنهج الوصفي والعينة القصدية واستمارة الاستبيان في الحصول على المعلومات.

ورغم اختلاف ميدان الدراسة وأهداف إجرائها ونتائجها، إلا أنّه تم الاستعانة بها في اختيار الإجراءات المنهجية المناسبة.

¹ وليلة حدادي، أعراب فطيمة: واقع التربية الاعلامية في الأسرة الجزائرية - دراسة ميدانية على عينة من الأسر بولاية سطيف، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 22، العدد 1، مارس 2017، ص 170

² المرجع نفسه، ص 171

6) تحديد مفاهيم الدراسة:

• الإعلام:

لغةً: الإعلام في اللغة مصدرٌ رباعيٌّ للفعل "أَعْلَمَ" وأصله من "عَلِمَ"، هذا الأصل يدلّ على إدراك الشيء على حقيقته، كما يدلّ هذا الأصل على أثر الشيء بالشيء، يتميّز به عن غيره.¹

والإعلام بهذا الأصل اللغويّ هو: إحاطة الغير علماً بشيء ليذكر حقيقته، مطابقاً لمفهوم الإعلام في العصر الحاضر، وقد شاع تعريف الإعلام بالإخبار، غير أنّ هناك فرقاً بينهما؛ فالإخبار لا يتجاوز تبليغ خبر معيّن في الوقت الذي يتجاوز الإعلام ذلك، ويُضاف إلى معنى الإعلام معنى الإخبار ايضاً.² اصطلاحاً: يُعرّفه الأستاذ إبراهيم إمام بقوله: "هو نشرٌ للحقائق والأخبار والأفكار والآراء بوسائل الإعلام المختلفة".³

إجرائياً: هو نقل المعلومات والأخبار والآراء من مرسل إلى مستقبل عبر وسيلة إعلامية بغرض التأثير.

• التربيّة:

لغةً: يدور معنى التربيّة في اللغة العربيّة على عدّة معانٍ لخصّها "البانيّ" كالتّالي:

- المحافظة على فطرة النّاشئ ورعايتها.
- تنمية مواهبه واستعداداته.
- توجيه الفطرة نحو كمالها اللّائق بها.

¹ أحمد بن فارس: معجم مقاييس اللغة، د ط، دار الفكر، بيروت، 1415هـ، ص 664

² الشنقيطي سيد محمد ساداتي: وظيفة الإخبار في سورة الأنعام، ط2، دار عالم الكتب، الرياض، 1408هـ، ص29

³ نزار نبيل أبو منشار: شبكة الألوكة، <https://www.alukah.net/culture/0/72322/>، 2020/02/11، 14:11

- التدرج في هذه العملية.¹

اصطلاحاً:

- عرّفها "الإبراشي" وهو من التربيين العرب بأنها: إعداد المرء ليحيا حياةً كاملة ويعيش سعيداً محباً لوطنه، قوياً في جسمه كاملاً في خلقه منظماً في تفكيره، رقيقاً في شعوره، ماهراً في عمله، متعاوناً مع غيره، يحسن التعبير بقلمه ولسانه، ويجيد العمل بيده.
- وفي معجم "لغة التربويين"، تُعرّف التربيّة بأنها: "كلّ نشاط منظّم قُصد به تهذيب سلوك الإنسان وتزويده بالقيم والمعارف وإنماء مهارات التفكير لديه، بما يجعله قادراً على التكيف مع بيئته قادراً على التعلّم ذاتياً.²

إجرائياً: هي عملية منظّمة تستهدف سلوك الإنسان بالتّعديل والتّقويم، لتجعله نافعا لنفسه وصالحا في مجتمعه.

• التربيّة الإعلامية:

تُعرّف التربيّة الإعلامية بأنها اتّجاه عالمي جديد، يختصّ بتعليم أفراد الجمهور مهارة التّعامل مع الإعلام، وذلك لأنّ الإعلام ووسائل الاتّصال الحديثة أصبحت هي الموجّه الأكبر والسّلطة المؤثّرة على القيم والمعتقدات والتوجّهات والممارسات في مختلف الجوانب اقتصادياً، ثقافياً واجتماعياً.³

وقد ساهمت فعاليات ومؤسّسات دولية في تعريف التربيّة الإعلامية، وقد عرّفها مؤتمر فيينا 1999 بأنها: "التّعامل مع جميع وسائل الإعلام الاتّصاليّ من صور متحرّكة وثابته وكلمات ورسوم تقدّمها تقنيّات

¹ طلال بن عقيل بن عطاس الخيري: مرجع سبق ذكره: ص 29

² المرجع نفسه: ص 31

³ هند بنت حسين محمد حريري: تصور مقترح لتضمين التربية الإعلامية في مراحل التعليم العام في المملكة العربية السعودية، دراسات في علوم التربية، المجلد الأول، العدد الرابع، جوان 2018، ص 253

المعلومات والاتصالات المختلفة، وتمكين الأفراد من فهم الرسائل الإعلامية وإنتاجها واختيار الوسائل المناسبة للتعبير عن رسائلهم المناسبة".¹

ويعرفها مؤتمر التربية الإعلامية للشباب 2002 بأنها: "التعرف على مصادر المحتوى الإعلامي وأهدافه السياسية والاجتماعية والتجارية والثقافية والسياق الذي يرد فيه، ويشمل ذلك، التحليل النقدي للمواد الإعلامية وإنتاج هذه المواد وتفسير الرسائل الإعلامية والقيم التي تحتويها".²

وعرفها معجم المصطلحات التربوية للتربية الإعلامية بأنها: "إعطاء الطالب قدرا من المعارف والمفاهيم التربوية الخاصة بالتعامل مع الإعلام وكيفية الاستفادة من المعارف المتوفرة فيه".³

إجرائياً: التربية الإعلامية هي بداية نظرية لنهاية عملية، تنطلق من عمليات تعلم و تعليم تشارك فيها جميع المؤسسات الاجتماعية (أسرة، مسجد، مدرسة وإعلام) لتنمية مهارات التفكير الناقد لدى الأفراد و تمكينهم من فهم الممارسة الإعلامية في مجتمعاتهم، لتصبح فيما بعد مهارة ذاتية في التعامل الواعي مع الإعلام، من خلال القدرة على نقد و تقييم و تقويم الرسائل الإعلامية انطلاقاً مما يتفق مع قيمهم و مبادئهم.

• الوعي:

لغةً: كما جاء في "لسان العرب" يأتي تحت مادة الوعي: والوعي حَفِظَ القلب الشَّيءَ، وعى الشَّيءَ والحديث يعيه وعياً وأوعاه: حفظه وفهمه وقَبِلَهُ فهو واعٍ.⁴

وعى الأمر وأدركه على حقيقته، كما يأتي بمعنى الحفظ والتقدير، وأيضا بمعنى الفهم وسلامة الإدراك.

¹ البدراني فاضل محمد: التربية الإعلامية والرقمية وتحقيق المجتمع المعرفي، دار المنظومة الرواد في قواعد المعلومات العربية، المجلد 39، العدد 452، أكتوبر 2016، ص 135

² هند بنت حسين محمد حريري: مرجع سبق ذكره، ص 253

³ فهد بن عبد الرحمان الشميمري: مرجع سبق ذكره، ص 13

⁴ ابن المنظور: معجم لسان العرب، المجلد 6، الجزء 54، د س، ص 4876

اصطلاحاً: ويشير إبراهيم مذكور إلى أنّ الوعي هو: "إدراك الفرد لنفسه وبيئته المحيطة به وهو على درجات من الوضوح والتّعقيد، والوعي بهذا المعنى يتضمّن إدراك الفرد لنفسه ولوظائفه العقلية والجسميّة وإدراكه لخصائص العالم الخارجي، وأخيراً إدراكه لنفسه باعتباره عضواً في الجماعة".

أمّا اسماعيل عبد الله فيشير إلى الوعي بأنه: "إدراك المواطن في حرية، بحقيقة قضايا المجتمع الذي يعيش فيه، واشتراكه في البحث عن حلول لها، وإبداء الرأي فيما يقترح من قرارات بشأنها".¹

إجرائياً: هو إدراك الفرد لذاته وفهمه لمحيطه، وما يدور حوله من أحداث.

• الوعي الاعلامي:

هو إدراك الفرد وفهمه ومعرفته في كيفية التعامل مع وسائل الاتصال الجماهيريّ بنوع من الإيجابية من: "صحافة وإذاعة وتلفاز ومذياع وإنترنت" و كذلك معرفة القنوات وأعدادها والمحطات والصحف ومواقع الإنترنت والمذياع، ومصادر المجتمع الأخرى التي يحصل من خلالها الفرد على المعلومات التي يرغب الحصول عليها، والتي تحقّق له الفائدة ولأفراد أسرته ومجتمعه، بحيث يتعامل مع المؤسسات الإعلامية بقدر من الوعي والانتباه واليقظة في عمليات الحصول على المعلومات من حيث أهميتها وخطورتها ومضارها، وكذلك خطورة الخدمات والوظائف التي تؤدّيها هذه الوسائل و الغاية منها.²

ويُعرّف على أنّه: "عمليات من المعرفة والتّفكير والإدراك تتيح للمتلقّي القدرة على فهم الممارسة الإعلامية فهماً صحيحاً، والإحاطة بخلفيات الرّسالة الإعلامية وأهدافها ومن ثمّ تبني موقف صحيح إزاءها كما يُقصد به أيضاً مستوى معرفة الفرد ب:

• الجهة الإعلامية المسوّقة (المرسل)

¹ حسن أحمد القرّة غولي، جبار وادي العكيلي: سيكولوجية الوعي الذاتي والافتناع الاجتماعي، ط1، مكتبة المجتمع العربي

للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص21

² المرجع نفسه: ص37

- المضمون الإعلامي (الرسالة)

- الجهة التي تُبثُّ إليها تلك الرسالة (المستقبل)¹

والوعي الإعلامي يتضمّن مهارة حسن الاختيار والتّواصل والمشاركة في صياغة الرّسائل الإعلامية والتأثير فيها، وأيضا إنتاج المحتوى الإعلامي، فهو لا يقتصر على جانب التلقّي والنقد فقط، بل يجب أن يتعدّى ذلك إلى المشاركة الواعية والهادفة لإنتاج المحتوى الاعلامي.²

إجرائيا: هو إدراك الفرد لحقيقة الصّناعة الاعلاميّة، لتبني الموقف الصّحيح إزاءها.

- التّفكير:

لغة: أورد بن المنصور بأنّ التّفكر اسم للتّفكير، والتّفكير بمعنى التأمّل والفكر؛ إعمال الخاطر في شيء.³

اصطلاحا: يُعرّف التّفكير في أبسط صورة بأنه: "سلسلة من النّشاطات العقليّة التي يقوم بها الدّماغ، عند تعرّضه لمثيرٍ استقبله عن طريق واحدة أو أكثر من الحواس الخمس، أمّا المعنى الواسع للتّفكير فهو عمليّة بحث عن معنى في الموقف أو الخبرة.⁴

إجرائيا: التّفكير عمليّة ملازمة للإنسان للبحث عن حلول مناسبة لما يحيط به من مشاكل.

- النقد:

¹ صوالحية غنية: دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترسيخ الوعي الإعلامي لدى الشباب الفايسبوك أنموذجا، المنتدى العالمي: التربية الإعلامية في ظلّ عالم متغير، رهانات الواقع وتطلّعات المستقبل، مخبر الدراسات الإنسانية والأدبية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي تبسة، 10/09 أبريل 2018، ص 880

² المرجع نفسه، ص 881

³ ابن المنصور: مرجع سبق ذكره: المجلد 5، الجزء 38، ص 3451

⁴ نادية حسين العفون، منتهى مطشر عبد الصاحب: التفكير أنماطه ونظرياته وأساليب تعليمه وتعلّمه، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 20

لغةً: نقد الدّراهم وغيرها ينقدّها وتنتقاد وميّزها ونظرها ليعرف جيّدها من رديئها، ومن انتقاد الكلام لإظهار ما

به من العيب. وورد الفعل "نَقَدَ" في لسان العرب بمعنى ميّز الدّراهم وأخرج الزّيف منها.¹

اصطلاحاً: "الأزمة والتّشنج و"الفصل والتّفريق" ومنها جاء معنى "التّمييز والحكم". وهي كلمة أخذت مكانها في المصطلحات القانونية وكذا الفلسفية، حيث تعني كلمة diakrisis حرية الفكر التي تفرّق بين ما هو مختلف ومتعارض أو متناقض.²

تعني كلمة krités الحَكَمَ بصفته فاعلاً للأزمة، وتعني كلمة krima القرار بكونه منطوقاً للحكم. وكلمة krisis تعني النّشاط في معناه المحصور، ففي اللّغة الإغريقيّة يُميّز بين الكلمات المحايدة التي تحتوي على ma التي تعني ظروفًا، والكلمات المؤنّثة التي تنتهي باللاحقة sis التي تعني تصرفًا وتنفيذًا.³ إجرائياً: هو عمليّة إخضاع المعلومات للفحص والفرز، من خلال التّحليل والتّفسير والاستدلال والاستنتاج، للوقوف على مدى صدقها وصحّتها.

• التّفكير الناقد:

لغةً: هو إعمال الفكر لتمييز عمليّة التّفكير الصّحيحة من المزيّفة أو من غيرها.⁴

اصطلاحاً: اختلف الباحثون في تحديد مفهوم التّفكير الناقد، ويرجع ذلك إلى اختلاف مناحيهم واهتماماتهم العلميّة من جهة، وإلى تعدّد جوانب هذه الظّاهرة وتعدّدها من جهة أخرى، وعلى الرّغم من تعدّد التّعريفات للتّفكير الناقد ولكن يمكن أن ننظّمها في صيغتين:

¹ ابن المنظور: مرجع سبق ذكره، المجلد6، الجزء50، ص4517

² هند عزوز: محاضرات في النقد الإعلامي، محاضرات مقدمة لطلبة السنة الثالثة ل م د في الإعلام والاتصال تخصص صحافة مكتوبة، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل، 2016/2015، ص5

³ المرجع نفسه، ص6

⁴ ابراهيم بن أحمد الحارثي: أنواع التفكير، ط2، دار المقاصد للنشر والتوزيع، الروابط العالمية للنشر والتوزيع، 2009،

الأولى: توصف بالشخصية والذاتية، وهي تركّز على الهدف الشخصي من وراء التفكير الناقد كما جاء في تعريف ENNIS، حيث هو: "تفكير تأملي معقول يركّز على اتخاذ القرار فيما يفكر فيه الفرد أو يؤدّيه من أجل تطوير تفكيره والسيطرة عليه، إنّه تفكير الفرد في الطريقة التي يفكر فيه حتّى يجعل تفكيره أكثر صحّة ووضوحًا ومدافعًا عنه".¹

والثانية: تركّز على الجانب الاجتماعي من وراء التفكير الناقد، إذ هو عملية ذهنية يؤدّيه الفرد عندما يُطلب إليه الحكم على قضية، أو مناقشة موضوع أو إجراء تقييم، إنه الحكم على صحّة رأي أو اعتقاد وفعاليتّه عن طريق تحليل المعلومات وفرزها واختبارها بهدف التمييز بين الأفكار الإيجابية والسلبية.²

ويمكن تعريف التفكير الناقد بأنه: "التفكير الذي يعمل على تقييم مصداقية الظواهر والوصول إلى أحكام منطقية من خلال معايير وقواعد محدّدة، محاولا تصويب الذات وإبراز درجة من الحساسية نحو الموقف والسياق الذي يرد فيه، وصولا الى حلّ مشكلة ما، أو فحص وتقييم الحلول المطروحة أمام الفرد".³

ويُعرّف أيضا: "بأنّه القدرة والميل لتحسين تفكير الفرد بشكل نظامي من الذاتية إلى تقييم الشخص لنفسه بشكل موضوعي".⁴

ويرى جون ديوي بأنه: " التريث في إعطاء الأحكام لحين التحقّق من أمرها".⁵

إجرائيا: هو تقييم مصداقية الأحداث والتريث في الحكم عليها حتّى التحقّق منها.

• الجامعة:

¹ نادية حسين العفون، منتهى مطشر عبد الصاحب: مرجع سبق ذكره: ص 61

² المرجع نفسه، ص 61

³ عدنان يوسف العنوم وآخرون: تنمية مهارات التفكير نماذج نظرية وتطبيقات عملية، ط 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2007، ص 29

⁴ نادية حسين العفون، منتهى مطشر عبد الصاحب: مرجع سبق ذكره، ص 61

⁵ سعيد عبد العزيز: تعليم التفكير الناقد ومهاراته، ط 1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 108

لغة: جَمَع، جَوَامِع، جامعات؛ معهدٌ للتَّعليمِ العالِيّ والاختصاص، يضمُّ عددا من المعاهد والكليات / طوق أو قيد من حديد يشد اليدين إلى العنق/ والجامعة هي مؤسّسة التَّعليمِ العالِيّ، أين يمكن الدِّراسة بغية الحصول على رتبة علميّة أو درجات عليا في البحث العلميّ.

اصطلاحاً:

- يعرفها بارسوتر بأنّها: " ليست فقط مكاناً للتدريس أو الذي يطلق عليه بالتَّعليمِ العالِيّ، ولكن بها أيضا مجموعة متنوّعة من الوظائف القيّمة، وعلاوة على ذلك لها وظائف أخرى مثل وظيفة البحث أو ما يسمّى بتطوير وتقديم المعرفة."
- ابراهام فلكسندر: "هي أساسا مركزا للتَّعليمِ، ومُكرّسة للحفاظ على المعرفة وزيادة المعرفة الشاملة، وتدريب الطّلاب الذين فوق مستوى المرحلة التّأنيوية".
- رابح تركي: "جماعة من النّاس يبذلون جهداً مشتركاً في البحث عن الحقيقة والسّعي لاكتساب الحياة الفاضلة للأفراد والمجتمعات".
- مراد بن اشنهو: "مؤسّسة تكوينيّة لا ترسم أهدافها بمعزل عن البيئة الاجتماعيّة والاقتصاديّة التي تنبثق عنها، بل بالعكس من ذلك هي تستلهم من المجتمع إطاراتها وتختار قيمها وأهدافها، وباختصار فالمجتمع هو الذي يمنح الجامعة شهادة الميلاد والغاية"¹.

إجرائياً: هي مؤسّسة علميّة رسميّة، تختصّ بنشر العلم والمعرفة وإعداد البحوث العلميّة من طرف أساتذة وباحثين، وتزويد المجتمع بالكوادر اللّازمة في مختلف القطاعات.

• الطّالب الجامعيّ:

¹ ححوف فتيحة: معوقات البحث الاجتماعي في الجامعة الجزائرية من وجهة نظر الأساتذة الجامعيين دراسة ميدانية في جامعات سطيف، قسنطينة، مسيلة، مذكرة ماجستير تخصص ادارة وتنمية الموارد البشرية، قسم علم الاجتماع والديموغرافيا، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2008/2007، ص ص 23-24

لغة: الطالب لغةً من الطالب أي السعي وراء الشيء للحصول عليه.¹

اصطلاحاً: هو المتلقّي أو المرسل إليه الذي يسعى كلُّ من الأستاذ وواضع المنهاج إلى مخاطبته، والتأثير

فيه باتجاه معيّن، وفي زمن محدّد وبكيفية مرسومة، بغية تحقيق أهداف مقصودة.²

إجرائياً: هو الشخص الذي يزاول دراسته في تخصص من التخصصات الموجودة في مؤسسات التعليم

العالي.

ثانياً/ المدخل النظري للدراسة

يحدد المدخل النظري اتجاه الدراسة، ليسهم بدوره في تحديد إطار البيانات المطلوبة وكذا النتائج أو

الحقائق المستهدفة، لذا سنحاول في هذا العنصر عرض التّصور النظري الذي ستعتمد عليه هذه الدراسة في

تفسير العلاقة بين التربية الإعلامية والوعي الإعلامي.

➤ نظرية التماس المعلومات ومعالجتها:

• تعريف النظرية:

تقوم هذه النظرية على دراسة سلوك الفرد في بحثه عن المعلومات من مصادر متنوّعة، وهي تستهدف

متلقّي الاتصال بدلا من القائم بالاتصال، وبهذا تدخل هذه النظرية تحت نظريات المعرفة من وسائل

الاتصال، وهي مازالت تحت التجربة للتّحقق من صحتها في أنحاء عديدة من العالم، وتُبنى هذه النظرية على

وجود محفّزات ومنبّهات تدفع الفرد إلى البحث عن المعلومات لمواجهة مشكلة ما، أو تعزيز معلومات سابقة

بهدف القدرة على التّعامل مع الموقف الجديد. وهناك عناصر أخرى ترتبط بالمواقف التي تؤثر على بحث

الفرد عن المعلومات مثل: قيود الوقت ومحدوديته، ومدى توافر معلومات سابقة عن الموضوع.

¹ ابن المنصور: مرجع سبق ذكره، المجلد4، الجزء30، ص2685

² فلوح أحمد: الواقع الدراسي للطالب الجامعي دراسة ميدانية، المجلة العربية لعلم النفس، العدد5، 2018، ص82

وتسعى هذه النظرية إلى اختبار فرضية مؤداها: «أنّ التّعرض الانتقائي للأفراد يجعلهم يختارون المعلومات التي تؤيّد اتّجاهاتهم الرّاهنة».

• المؤثرات على نظرية التماس المعلومات ومعالجتها:

- ✓ ينبة المجتمع في كيفية استخدام الفرد لوسائل الاتصال من أجل المعلومات ومثال ذلك شخص في أوروبا الغربية لا يمكن أن يبحث عن معلومات بطريقة شخص آخر في غرب إفريقيا أو وسط آسيا.
- ✓ كيفية اختيار الأفراد لوسائل الاتصال من أجل الحصول على المعلومات، ومثال ذلك من يفضّل الإذاعة أو التلفزيون وهناك آخر يفضّل الصّحف أو محرّكات البحث، ولذا سوف تختلف النتائج عند كلا الطرفين.¹

• كيفية تطبيق النظرية:

يقوم الفرد بالبحث المجازف عن المعلومات من مصدر أو عدّة مصادر، ثمّ يقوم بجمعها وتصنيفها ثمّ تحليلها وربطها بالخبرة السّابقة، كذلك يحدّد أنواع المصادر الرّسمية الممكنة مثل الكتب والخبراء في المجال أو غير الرّسمية مثل الأقران والجماعات المرجعية، وتأتي بعد هذه المراحل مرحلة تحديد نقطة التّوقف وهي التي يقرّر فيها الفرد دائرة السّعي في طلب المعلومات، ويتخذ قرار المراجعة للمعلومات الجديدة من أجل الثّبات أو التّغير.²

حيث يسعى الفرد في إطار محاولته فهم ما يحيط به من أحداث إلى البحث عن المعلومة في كل المصادر المتاحة الممثلة في الأسرة والأصدقاء والأسّاذ في القسم، والإمام في المسجد كأولى مؤسّسات التّنشئة الاجتماعية، والمسؤولة عن إعداد الفرد وتكوين شخصيته، ثم الأقران والمسؤولون في العمل، ووسائل الإعلام مؤخرًا، الرّسمية منها وغير الرّسمية، والذي أصبحت وسيلة من وسائل التّربية بعد أن كانت ممثلة في

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيّد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، 1998، ص ص

338-337

² المرجع نفسه، ص339

الأسرة والمسجد والمدرسة، وبعد أن أحكم الإعلام سيطرته على العالم بفعل سرعة انتشاره وقوة تأثيره، جعل التربية بوسائلها المحدودة تفقد سيطرتها على أرضيتها، فظهرت التربية الإعلامية كأسلوب جديد للتعامل مع الإعلام، ومن هذا المنطلق تفسر نظرية التماس المعلومات ومعالجتها العلاقة بين التربية الإعلامية والوعي الإعلامي من خلال مهارة التفكير الناقد؛ فالمتلقي يتعرض للرسالة الإعلامية التي يكون بصدد نقدها، إذ يكون في بداية الأمر محاطا بمجموعة من الدوافع النفسية التي حفزته للتعرض، ثم يفكر ويدرك مضمون هذه الرسالة، وهنا يتحقق الوعي الإعلامي من خلال عمليات الفهم والمعرفة والإدراك، حيث يمارس المتلقي مجموعة من العمليات العقلية المعقدة بهدف الوقوف على خلفيات الرسالة الإعلامية وربطها بالمتغيرات السوسيوثقافية ليصل إلى المستوى النهائي من الوعي والتمثل في المستوى السلوكي، مع إمكانية التراجع عن النتيجة المتوصل إليها والموقف المتخذ في حال ظهور معلومة جديدة تناقض المعلومات السابقة، وأخيرا يصل المفكر الناقد إلى مرحلة التكامل؛ أي تكامل النظرية الشخصية مع القاعدة المعرفية، وعندها يتوقف عن البحث عن المعلومات لوصوله إلى حالة الارتياح المعرفي.

وبالتالي يساهم التفكير الناقد كمهارة من مهارات التربية الإعلامية، في زيادة الفهم وتعميق الوعي بكل ما يحيط بالمتلقي، بما في ذلك حقيقة الممارسة الإعلامية لوسائل الإعلام التي تعمل في مجتمعه.

ثالثا/ الإجراءات المنهجية للدراسة

1) مجالي الدراسة:

➤ المجال المكاني للدراسة:

أجريت الدراسة بجامعة العربي التبسي على مستوى قسم علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. وقد تأسست هذه الجامعة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 08-09 الصادر في 04 جويلية 2009، وجاء الإعلان عن ترقية المؤسسة إلى مصف جامعة تنويفا للمجهودات الجبارة التي بذلتها الأسرة الجامعية بكل أطيافها على مدار سنوات متواصلة، كانت بدايتها سنة 1985؛

سنة تأسيس المعاهد الوطنية للتعليم العالي في تخصصات علوم الأرض، الهندسة المعمارية والمناجم. وفي حفل الافتتاح الرسمي للسنة الجامعية 2009/2008 من جامعة تلمسان، أعلن رئيس الجمهورية السابق عن ترقية المركز الجامعي تبسة إلى مصفّ جامعة، وهذا التاريخ يعتبر نقطة تحوّل هامة من أجل تحقيق الأهداف المسطرة. حيث عرفت جامعة تبسة اليوم تغييرات كبرى على مستوى الهيكل التنظيمي والعلمي بما يسمح لها بإبراز كفاءاتها العلمية وإمكانياتها المادية التي تتيح لها الفرصة لمنافسة الجامعات الكبرى ورفع مستوى التكوين والتأطير في مختلف التخصصات والفروع الموجودة. وتضم الجامعة 6 كليات تنفرع منها عدة أقسام يدرسها 20052 طالبا وطالبة خلال الموسم الدراسي الحالي 2020/2019 كالآتي:

- كلية العلوم والتكنولوجيا: تحوي قسم العلوم والتكنولوجيا، قسم الهندسة الميكانيكية، قسم الهندسة المعمارية، قسم المناجم، قسم الهندسة المدنية وقسم الهندسة الكهربائية.
 - كلية العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة: تضم قسم علوم الأرض والكون، قسم علوم المادة، قسم الرياضيات والإعلام الآلي وقسم علوم الطبيعة والحياة.
 - كلية الآداب واللغات: تنقسم إلى قسمين؛ قسم اللغة والأدب العربي، وقسم الآداب واللغات الأجنبية.
 - كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية: تضم دورها قسمين رئيسيين؛ قسم العلوم الاجتماعية وقسم العلوم الإنسانية، يتفرعان بدورهما إلى مجموعة أقسام فرعية.
 - كلية العلوم الاقتصادية العلوم التجارية وعلوم التسيير: يضم قسم الجذع المشترك علوم اقتصادية علوم تجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية وقسم علوم التسيير.
 - كلية الحقوق والعلوم السياسية: فيها قسمين؛ قسم الحقوق وقسم العلوم السياسية.
- المجال الزمني للدراسة:

• المجال الزمني للدراسة الاستطلاعية: انطلقت الدراسة الاستطلاعية منذ الأيام الأولى للسنة الحالية فوراً بعد الموافقة على موضوع الدراسة من قبل اللجنة المختصة، كون الباحثة تنتمي إلى مجتمع البحث وعينة الدراسة.

• المجال الزمني للدراسة النظرية: امتدت تقريباً طوال الموسم الدراسي 2020/2019 لقلّة الأبحاث والدراسات التي تناولت هذا الموضوع.

• المجال الزمني للدراسة الميدانية: انطلقت الدراسة الميدانية عبر أداة استمارة الاستبيان مع أواخر شهر فيفري 2020، وامتدت إلى غاية أواخر شهر ماي من نفس السنة صياغة وتوزيعاً، تفرغاً، تحليلاً وتعليقاً. هذا التأخر في إعداد الجانب الميداني راجع لأزمة كورونا وما صاحبها من تعطيلات مسّت معظم الدراسات الميدانية بما فيها هذه الدراسة، والتي تحوّل جزؤها الميداني إلى افتراضي والاكتفاء بتوزيع استمارة إلكترونية مع الحفاظ على نفس عينة الدراسة المختارة منذ البداية.

(2) مجتمع البحث والعينة:

• مجتمع البحث: إنّ القصد بمجتمع البحث كما عرّفه الباحثون: "مجموع محدود أو غير محدود من المفردات المحدد مسبقاً، حيث تنصبّ الملاحظات"، أي أنّ تعريف مجتمع البحث حسب باحثين آخرين هو: "جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث".¹

ولما كانت دراستنا تهدف إلى التعرف على أهمية التربية الإعلامية ومظاهر الوعي الإعلامي لدى أهل الاختصاص بالدّرجة الأولى، فقد تمثّل مجتمع البحث في هذه الدراسة في كلّ طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة تبسة والمقدّر عددهم بـ: 1120 طالباً وطالبة موزعون على 4 تخصّصات ممتدة على 4 مستويات في طوري الليسانس والماستر كالتالي:

✓ السّنة الثانية ليسانس: إعلام واتصال يدرسها 205 طالب وطالبة

¹ أحمد بن مرسلّي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007،

✓ السّنة الثالثة ليسانس: إعلام يدرسه 24 طالبا وطالبة

اتصال يدرسه 317 طالبا وطالبة

✓ السّنة الأولى ماستر: اتصال تنظيمي يدرسه 238 طالبا وطالبة

سمعي بصري يدرسه 27 طالبا وطالبة

✓ السّنة الثانية ماستر: اتصال تنظيمي يدرسه 265 طالبا وطالبة

سمعي بصري يدرسه 44 طالبا وطالبة

يتولّى تدريس هذه التّخصصات 21 أستاذا بين أستاذ محاضر ومطبّق.¹

• عيّنة الدّراسة: هي اختيار جزء صغير من وحدات مجتمع البحث اختيارا عشوائيا أو منتظما بأسلوب

العدّ العشوائي، أو تحكيما قصديا، ليشكّل هذا الجزء من وحدات مجتمع البحث مادّة أساسية للدّراسة.

والعيّنة كلمة مشتقة من الفعل "عَيَّنَ"، الذي يفيد في اللّغة العربيّة معنى خيار الشيء، وبذلك فإنّ

العيّنة هو ما تمّ اختياره من هذا الشّيء، وفي البحث العلمي فإنّ العيّنة تعني الجزء الذي يختاره الباحث وفق

طرق محددة، ليمثّل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما.²

وقد تم اعتماد العينة القصدية في هذا البحث بناء على تقديراتنا الشخصية من خلال معرفتنا الكاملة

لما يحتويه هذا المجتمع من مفردات، ولطبيعة هذه الأخيرة من حيث ما تتضمنه من معلومات وبيانات، حيث

وقع الاختيار على طلبة السنة الثانية ماستر تخصص سمعي بصري بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية

بجامعة تبسة والمقدر عددهم ب:44 طالبا وطالبة، نظرا لكونهم أكثر صلة بالبحث دون غيرهم من المستويات

والتخصصات.

¹ بدر الدين مسعودي: رئيس قسم علوم الاعلام والاتصال، مقابلة في إطار إعداد مذكرة تخرج، 2020/03/01، 15:06

² أحمد بن مرسلي: مرجع سبق ذكره، ص ص169-170

(3) منهج الدراسة:

عند القيام بأي دراسة علمية لابد من اتباع خطوات فكرية منظمة للوصول إلى نتائج سليمة، وذلك باتباع منهج يتناسب وطبيعة الدراسة التي سننجزها.

وقد عرّف المنهج في البحث العلمي بأنه: "الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم، بواسطة طائفة من القواعد العامّة التي تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته، حتى يصل إلى نتيجة معلومة".¹

وبما أن دراستنا تتمحور حول علاقة التربية الإعلامية بالوعي الإعلامي لطالب الإعلام والاتصال في الجامعة فإنها تنتمي إلى الدراسات الوصفية الشائعة في علوم الإعلام والاتصال، والتي تقوم على توصيف وتفسير الوضع القائم للظاهرة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها ومؤثراتها، بهدف الوصول إلى وصف عملي دقيق لها، وقد استدعت الدراسة المنهج الوصفي الذي يهتم بالتّعرف على معالم الظّاهرة أو المشكلة وتحديد أسباب وجودها وتشخيصها والوصول إلى كيفية تغييرها.²

(4) أدوات جمع البيانات:

• الملاحظة:

تعني الملاحظة في البحث العلمي: مشاهدة الظّاهرة محلّ الدّراسة عن كثب في إطارها المتميّز ووفق ظروفها الطبيعية، حيث يتمكّن الباحث من مراقبة تصرفات وتفاعلات المبحوثين، ومن ثمّ التّعرف على أنماط وطرق معيشتهم ومشاكلهم اليومية.

تبعاً لما ذكر تعتبر الملاحظة من أهم أدوات البحث العلمي لكونها تتيح للباحث تفحص الجوانب المبحوثة في هذه الظاهرة عن قرب، في إطار ظروفها الطبيعيّة العادية غير المصنّعة، بفعل أنّ عملية

¹ مكي مصطفى: البحث العلمي آدابه وقواعده ومناهجه، ط1، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص81

² خالد حامد: منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط1، دار جسر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص44

المشاهدة تجري في بعض الحالات دون أن يعلم المبحوثون أنهم محلّ فحص، وأنّ تصرفاتهم موضوع مراقبة.¹

وبما أنّ الملاحظة أساس كلّ بحث، فقد استلهمت الباحثة موضوع هذه الدّراسة من خلال مشاهداتها ومعايشتها لعيّنة البحث بصفقتها جزءاً منها، وقد أفادتنا في الاطلاع على بعض المعلومات التي لا يمكن الحصول عليها عن طريق الأدوات الأخرى، كالمعلومات المتعلقة بتفاعل الطّلبة مع ما تقدّمه وسائل الإعلام، ومستوى تفكيرهم، ومدى وعيهم بالأحداث التي تحيط بهم.

• الاستبيان:

الاستبيان في البحث العلمي هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضّرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطّة الموضوعية، لتقدّم إلى المبحوث، من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة. ويعتبر الاستبيان من أدوات البحث الأساسية شائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية، خاصة في علوم الإعلام والاتصال.²

وقد تمّت الاستعانة باستمارة الاستبيان للحصول على بعض المعلومات التي لا يمكن ملاحظتها كونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل قبل غيره على البوح بها، ولقد ربطنا الاستمارة بإشكالية وتساؤلات الدراسة، واعتمدنا على طرح الأسئلة المغلقة والتصنيفية المفتوحة وسؤال وحيد مفتوح لمنح الفرصة للمبحوث بالتعبير عن نظرتة لعلاقة التربية الإعلامية بالوعي الإعلامي من خلال مهارة التفكير الناقد.

وقد انتظمت هذه الأسئلة في 4 محاور تجيب عن تساؤلات الدراسة كالتالي:

¹ أحمد بن مرسلّي: مرجع سبق ذكره، ص 203

² المرجع نفسه: ص 220

- المحور الأول: ويتضمن بيانات شخصية للمبحوثين وهي: السن والجنس
- المحور الثاني: ويكشف عن أهمية التربية الإعلامية للطالب الجامعي في تخصص الإعلام والاتصال بجامعة تبسة
- المحور الثالث: ويعرف بالوعي الإعلامي ومظاهره لدى طالب الإعلام بجامعة تبسة
- المحور الرابع: يشتمل على أسئلة خاصة بتأثير التربية الإعلامية على الوعي الإعلامي لطالب علوم الإعلام والاتصال من خلال مهارة التفكير الناقد.

وقد تم توزيع هذه الاستمارة إلكترونياً لطلبة السنة الثانية ماستر تخصص سمعي بصري من خلال موقع

فايسبوك.

رابعاً/ صعوبات الدراسة:

وأما عن الصعوبات التي واجهتنا أثناء إجراء هذه الدراسة؛ شخّ المراجع خاصّة فيما تعلق بموضوع الوعي الإعلامي، فضلاً عن أزمة كورونا والتي أثّرت على مجريات الفصل التطبيقي، حيث تم الاستغناء عن أداة المقابلة لجمع المعلومات من أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال، والتي كان من شأنها تدعيم إجابات الطلبة للوصول إلى أفضل النتائج في الموضوع المدروس.

الفصل الثاني

علاقة التربية الإعلامية بالوعي الإعلامي، من خلال مهارة التفكير الناقد

أولاً/ ماهية التربية الإعلامية

- 1) نشأة وتطور التربية الإعلامية في العالم
- 2) أهمية التربية الإعلامية
- 3) خصائص التربية الإعلامية
- 4) أهداف التربية الإعلامية
- 5) وظائف التربية الإعلامية
- 6) المعايير التي تقوم عليها التربية الإعلامية
- 7) مستويات التربية الإعلامية

ثانياً/ ماهية الوعي الإعلامي

- 1) أسباب ظهور ما يسمّى بالوعي الإعلامي
- 2) أهمية الوعي الإعلامي
- 3) خصائص الوعي الإعلامي
- 4) وظائف الوعي الإعلامي
- 5) أبعاد الوعي الإعلامي
- 6) مهارات الوعي الإعلامي
- 7) آليات تحقيق الوعي الإعلامي

ثالثاً/ تأثير التربية الإعلامية على الوعي الإعلامي للطلاب من خلال مهارة التفكير الناقد

- 1) التطور التاريخي لمفهوم التفكير الناقد
- 2) أهمية التفكير الناقد كمهارة من مهارات التربية الإعلامية في التأثير على الوعي الإعلامي
- 3) خصائص التفكير الناقد والمفكر الناقد
- 4) وظائف التربية الإعلامية في رفع الوعي الإعلامي من خلال مهارة التفكير الناقد
- 5) مكونات التفكير الناقد
- 6) مراحل التفكير الناقد كإحدى مهارات التربية الإعلامية لتقييم المضامين الإعلامية
- 7) معايير التفكير الناقد
- 8) مهارات التفكير الناقد
- 9) اتجاهات التفكير الناقد

تعتبر التربية الإعلامية الاستراتيجية الجديدة للتعامل مع الإعلام؛ فبعد عجز مؤسسات التنشئة الاجتماعية عن القيام بدورها في تحصين الأجيال الجديدة ضدّ خطر المدّ الإعلامي، أصبح الحديث عن الوعي الإعلامي ضرورة ملحة أكثر من أيّ وقت مضى، وفي هذا الفصل سنوضّح علاقة التربية الإعلامية بالوعي الإعلامي من خلال مهارة التفكير الناقد.

أولاً/ ماهية التربية الإعلامية

1) نشأة وتطور التربية الإعلامية في العالم:

➤ ظهور مفهوم التربية الإعلامية وتطوره:

إنّ الاهتمام بمفهوم التربية الإعلامية ليس وليد العصر وإنما يعود إلى السّنين من القرن الماضي، وهذا راجع إلى التّطورات التي عرفتها المجتمعات البشرية في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، خاصّة بعد ظهور الانترنت وما أفرزته من واقع إعلامي معاصر، حيث مرّ هذا المفهوم بعدّة مراحل أساسية نوجزها فيما يلي:

- ظهر مفهوم التربية الإعلامية في العالم في أواخر السّنين من القرن الماضي، حيث ركّز الخبراء على إمكانية استخدام أدوات الاتّصال ووسائل الإعلام لتحقيق منافع تربية ملموسة حيث استخدمت هذه الفترة كوسيلة تعليمية.¹

هنا تقاطع مفهوم التربية الإعلامية مع الإعلام التربوي الذي يكرّس وسائل الإعلام لتقديم خدمات تعليمية وتربوية بصفة مباشرة للجمهور.

¹ بلال بوفينزة، معاش علي: دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية في التربية الإعلامية بالجزائر، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد الأول، العدد الثاني: مارس 2017، ص 81-82

- بحلول السبعينات من القرن نفسه بدأ النظر إلى التربية الإعلامية على أنها تعليم بشأن الإعلام، وأنها مشروع دفاع يتمثل هدفه في حماية الأطفال والشباب من المخاطر التي استحدثتها وسائل الإعلام، وانصبّ التركيز على كشف الرسائل المزيّفة والقيم غير الملائمة وتشجيع الطلاب على رفضها وتجاوزها.¹

في هذه المرحلة انتقل المفهوم من التربية بالإعلام إلى التربية على الإعلام، لحماية المواطنين من الآثار السلبية للرسائل الإعلامية.

- في السنوات الأخيرة تطوّر مفهوم التربية الإعلامية بحيث لم يعد مشروع دفاع فحسب، بل مشروع تمكين يهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم، وحسن الانتقاء والتعامل معها، والمشاركة فيها بصورة فعّالة ومؤثّرة.²

من هذا المنظور تحول هدف التربية الإعلامية من مجرد الاستهلاك السلبي للمضامين الإعلامية إلى عملية نقدية متواصلة، تهدف إلى المساعدة على فهم الصنّاعة الإعلامية وزيادة الوعي حول طبيعة هذه المضامين ودورها في تشكيل الواقع الذي يعيشه الأفراد.

➤ منظمة اليونسكو والتربية الإعلامية:

- تعدّ منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) الداعم الأكبر عالمياً للتربية الإعلامية.
- تقرّ مؤتمرات اليونسكو أهمية التربية الإعلامية بعبارة مهمّة: "يجب أن نعدّ النشء للعيش في عالم سلطة الصورة والصوت والكلمة " وهي بذلك تشير إلى أنّ الإعلام يملك سلطة مؤثّرة على القيم والمعتقدات والتوجّهات والممارسات في مختلف الجوانب اقتصادياً وثقافياً واجتماعياً.

¹ بلال بوفينزة، معاش علي: المرجع السابق: ص82

² المرجع نفسه: ص83

- من خلال أنشطة اليونسكو المتعدّدة في هذا المجال، فإنّها تعدّ التربية الإعلامية جزءاً من الحقوق الأساسية لكلّ مواطن في كلّ بلد من بلدان العالم، وتوصي بضرورة إدخال التربية الإعلامية حيثما أمكن ضمن المناهج التربوية الوطنية وكذلك إدخالها ضمن أنظمة التعليم غير الرسمية، والتّعلم مدى الحياة.¹

من خلال ما تقرّه منظمة اليونسكو حول موضوع التربية الإعلامية وطرق تفعيلها، تتضح خطورة الإعلام من جهة، وأهمية التربية الإعلامية للتّعامل معه من جهة أخرى في عصر المعلومة.

➤ التربية الإعلامية في دول العالم:

تختلف دول العالم في تعاطيها مع التربية الإعلامية حسب الآتي:

- دول متقدّمة في هذا المجال فيها رسوخ ونظامية في التربية الإعلامية، حيث وضعت أسس التربية الإعلامية وموجّهاتها العامّة ومناهجها، وأعدّت المعلّمين ودرّبتهم ووفّرت المصادر التربوية لتعليم التربية الإعلامية، مثل كندا وأغلب دول أوروبا.
- دول فيها تربية إعلامية مدرسية، لكنّها غير منتظمة وغير مكتملة مثل إيطاليا وإيرلندا.
- دول ما تزال التربية الإعلامية بها في مرتبة التّعليم غير المدرسي، حيث تقدّم في برامج الشّباب والجماعات النسائية ودور العبادة مثل الولايات المتّحدة الأمريكية ودول العالم الثّالث.
- إنّ فكرة التربية الإعلامية والرّقمية انطلقت في الوطن العربي خلال العقد الأوّل من الألفية الثّالثة، وجاءت كضرورة ملحة وهدف لزيادة المعارف في الجوانب التحليلية والنقدية للنّص الإعلامي سواء الذي يقدّمه الإعلام العربي أو الأجنبي، وتعتبر الجامعة الأمريكية في بيروت

¹ الخيون، حارث محمد طارق: تأثير تدريس التربية الإعلامية، دار المنظومة، المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، مصر، العدد الأوّل، يناير/ جمادى الأولى، 2018، ص 11

نقطة الانطلاق العربية الأولى عندما بدأت أول ورشة علمية عقدت عام 2006، بهدف التعرف بمفهوم جديد للإعلام في ظلّ عولمة الإعلام ودخول عصر تقنيات الاتصال والمعلومات وتأثيرها في تبدّل الكثير من المفاهيم الاجتماعية والفكرية لدى المواطن والمجتمع.¹

• وكذلك في العراق دخل في منهاج الدّراسات العليا، وفي سوريا دخلت إلى الأجواء الجامعية، وكذلك في الجامعات المصرية والفلسطينية والأردنية ولاسيّما في معهد الإعلام للدّراسات العليا، وحتىّ في سلطنة عمان واليمن والسّعودية.

وجرت محاولات عربيّة في السّنوات الأخيرة قامت بها مؤسّسات إعلامية وأكاديمية وشخصيات وناشطون لتعميق هذا المفهوم الجديد للإعلام وتطبيقاته وإنضاج فكرة إدخاله ضمن المناهج الدّراسية، وطرحت فعلا المقالات والأبحاث العلمية حتى أصبحت وزارات التّربية والتّعليم العالي في الوطن العربي على دراية تامّة بأهمية الإعلام والرّقمنة، بغية إلزام مؤسّساتها بتطبيقه ضمن مناهجها التّربوية والتّعليمية.²

وكان للجزائر نصيب من الاهتمام بموضوع التّربية الإعلامية مؤخرا من خلال الملتقيات والمنتديات والأبحاث، من بينها المنتدى العالمي الذي احتضنته جامعة العربي التّبسي بتبسة عام 2018 تحت عنوان: التّربية الإعلامية في ظلّ عالم متغيّر؛ رهانات الواقع وتطلّعات المستقبل، كمبادرة قامت بها كليّة العلوم الإنسانيّة والاجتماعية لإثراء هذا الموضوع وبحث سبل تطبيقه.

(2) أهمية التّربية الإعلامية:

تتمثل أهمية التّربية الإعلامية في:

¹ فاضل محمد البدراني: مرجع سبق ذكره، ص 134

² المرجع نفسه: ص 135-136

- العناية بالوعي الإعلامي، مما تؤكد التربية الإعلامية على التفكير النقدي التأملي، إذ أننا نعيش في بيئة مشبعة بالمواد الإعلامية، وينبغي لنا أن نعي أن وسائل الإعلام لا تقدم مجرد عرض بسيط للواقع الخارجي، بل هي تعرض تراكيب مصاغة بعناية تعبّر عن طائفة من القرارات والمصالح المختلفة، والوعي الإعلامي يساعدنا على تفكيك عملية تصنيع المواد الإعلامية وعلى فهم المنتجات الإعلامية، ومن ثمّ فهم كيفية استخدامها.
- العناية بالوعي الإعلامي جزء من تكوين المواطن المستنير، إذ يؤكد الخبراء أنّ الشباب وخاصة الذي لم يصب حظاً كافياً من التعليم إذا كان واعياً ببيئته وملماً بأحداث الساعة من خلال اطلاعه على الوسائل الإعلامية، وقادراً على استخدام أدوات الاتصال في التعبير عن ذاته، سيصبح مواطناً أفضل تكويناً وأكثر التزاماً.
- العناية بالوعي الإعلامي يشجّع على المشاركة الفعّالة في المجتمع، فالتربية الإعلامية تمكّن الناس من تفسير المواد الإعلامية ومن تكوين آراء واعية عنها بوصفهم مستهلكين لها، وأن يصبحوا منتجين للمضامين الإعلامية، فالغاية التي تتوخّاها التربية الإعلامية هي تطوير الملكة النقدية والإبداعية لدى الطلاب.
- بثّ وسائل الإعلام مضامين غير هادفة لها إيديولوجيات خاصّة لا تخدم مصالح النشء والشباب قد يؤثر سلباً على معتقداتهم وخلفياتهم المعرفية والثقافية، مما يستلزم وجود التربية الإعلامية.
- في ظلّ التطور الهائل والزخم الإعلامي لكلّ وسائل الإعلام بأنواعها المتباينة وأيضاً لوسائل تكنولوجيا الاتصال والوسائط التّقنية في المجتمع المعلوماتي، أصبحت الحاجة ضرورة ملحة لوجود درع واقٍ يحمي الأطفال والنشء والشباب من التلوّث الإعلامي المقدم ألا وهو (التربية الإعلامية).¹

¹ محمد النذير عبد الله ثاني: الإعلام التربوي والتربية الإعلامية - مقارنة نسقية مفاهيمية - مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد السابع، ماي 2019، ص 40

- أيضا في ظلّ التّراكم القويّ والمؤثّر للمضامين الإعلامية وكلّ الرسائل المقدّمة، أصبح من الضّروري وجود التّربية الإعلامية للتّخلص من تلك الشّوائب الضّارة الهدّامة.
 - التّربية الإعلامية وسيلة هادفة لتحقيق الاتّصال الفعّال بين كلّ الأطراف (الشّباب، الوسائل المضامين) لتحقيق الفهم الواعي والإدراك السّليم.
 - التّربية الإعلامية كالمؤسّسات التّربوية تعلّم لنقرأ وتعلّم لنراقب، وتعلّم لنستمع بحرص وحذر.
 - نحتاج للتّربية الإعلامية لأنّها تتمي لدى النّشء والشّباب التّفكير الناقد والإبداع للتّعرف على شخصياتهم المختلفة واستكشاف ما بداخلها.¹
- فالتربية الإعلامية تؤكد على ضرورة التحلي بالوعي الإعلامي وتشجّع على تنمية الفكر النقدي لدى الأفراد في التعامل مع المعلومة مهما كان مصدرها، وبالتالي تكوين مواطن مستتير له القدرة على فهم الممارسة الإعلامية فهما جيّدا وحسن التّعامل معها.

3) خصائص التربية الإعلامية:

أوجز "الشّميمري" خصائصها فيما يلي:

- واقعية هذا المجال والحاجة إليه: إن التّعامل مع الإعلام يستغرق جزءا كبيرا من حياة الإنسان في العالم المعاصر ويرافقه طوال حياته، وهذا ما يثير لدى المتعلّم الشّعور بأهميّة امتلاكه لمهارة التّعامل مع الإعلام من خلال التّربية الإعلامية.
- وضوح نتائج التّعلم: أنّ وضوح النّتائج بشكل بارز على شخصية المتعلّم في الحياة اليومية تزيد دافعية وبذل الجهد، لأنّ الوعي الإعلامي يمكن بسهولة أن يلاحظ على شخصية الإنسان في الحياة اليومية بخلاف قدرته على حلّ أعقد مسائل الرياضيات مثلا.

¹ محمد النذير عبد الله ثاني: المرجع السابق، ص 41

- تعزيز الثقة بالنفس والروح الإيجابية: إنّ التربية الإعلامية تقدّم للمتعلّم صورة شاملة عن البيئة الإعلامية، تكشف له الكثير من أسرار صناعة الإعلام وتساعد المتعلّم في استخدام أدوات ومهارات التّعامل مع الإعلام، وهذا بدوره يؤدي إلى تعزيز ثقة المتعلّم وامتلاكه الرّوح الإيجابية للقيام بسلوك إيجابي.

- التّعلم الذاتي والتّعلم مدى الحياة.¹

وفضلاً عمّا تدرّه التربية الإعلامية على الفرد من فوائد كتعزيز ثقته بنفسه في الحكم على المضامين الإعلامية وإكسابه مهارة التّعامل الواعي مع الإعلام، تتميز التربية الإعلامية بواقعيّتها وبساطتها، فلا تحتاج التربية الإعلامية إلى مؤسسة رسمية لتعليمها بالضرورة، بل يمكن اكتسابها وتنميتها ذاتياً من خلال التّعامل مع الواقع المعاش بشيء من الانتباه والتّحليل.

(4) أهداف التربية الإعلامية:

بداية يجب التّويه إلى قضية مفادها، أنه حتى الآن لم تصل آليات التربية الإعلامية إلى عمليّات مستمرة ومتدفّقة لتحقيق الأهداف، لأنّ الأهداف مرهونة بالدرجة الأولى بالنّظام الإعلامي ومخرجاته في المجتمع الذي يختلف من مجتمع لآخر، ومن هنا نرى بأنّ التربية الإعلامية تتسم بالمرونة بما يتفق مع خصائص النّظام الإعلامي ومخرجاته المتغيّرة، والبيئة والسّياق الذي تعمل فيه التربية الإعلامية.²

أمّا عن الأهداف فيمكن تقسيمها إلى قسمين؛ أهداف قريبة وأخرى بعيدة كالتالي:

¹ سامية عواج، أمّ الرّتم سحر: التربية الإعلامية والرقمية ضمن متطلبات التنشئة الاجتماعية، مجلّة الآداب والعلوم الاجتماعية، العدد1، المجلد16، 2019، ص95

² قوعيش جمال الدين، التربية الإعلامية والإعلام الرقمي، مبحث في التحديات والاستراتيجيات، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد الأول، العدد الثالث، جوان 2017، ص270

- الأهداف القريبة: تتمثل في تمكين الفرد من حقوقه الاتصالية على وسائل الإعلام وخصوصاً الحق في الوصول إلى المعلومات، والحق في التعبير، ودعم المشاركة في إنتاج النسخة الخاصة لهؤلاء الأفراد، عندما لا تعكس التجربة الإعلامية تجارب الفرد وطموحاته.
- أما الأهداف البعيدة: فهي تنعكس على المجتمع والنظام الاجتماعي فيما لو تحققت الأهداف القريبة وتمكّن الفرد من وسائل الإعلام ومنتجاتها، من خلال الأدوار والوظائف التي تقوم بها التربية الإعلامية في تنمية معارف ومهارات اختيار الوسائل والتحليل النقدي للرسائل، ثم المشاركة الإبداعية في إنتاج الرموز والمعاني، وحين يتم ذلك فإنّ الإنسان يضمن إلى حدّ بعيد تحقيق الهدف البعيد المتمثل في بناء المواطن المثالي الذي يساهم في نموّ المجتمع، وثبات النظام الاجتماعي واستقراره، ودعم المعايير الثقافية والأخلاقية والمشاركة الديمقراطية.
- ويقترح صاحب المؤلف بعض الأهداف الرئيسية للتربية الإعلامية، تتمثل على وجه الخصوص في حماية الأطفال، كلّ حسب تكوينه وتربيته من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام ومحتواها في المجالات المتعدّدة وبالأشكال المختلفة، سواء كانت هذه التأثيرات مقصودة أو غير مقصودة، فضلاً عن حماية المواطنين من تأثيرات "الاختراق الإعلامي" والهيمنة الثقافية المقصودة في ظلّ مبادئ العولمة الثقافية والإعلام الرقمي، وبالتالي المحافظة على الهوية الثقافية ودعم مقومات الثقافة الوطنية والمحليّة، وذلك لا يمنع من ملاحقة التطوّرات السريعة والمتلاحقة في تكنولوجيا الاتصال وبناء الشبكات والمجتمعات الافتراضية، والاستفادة منها بشكل جيّد بالنسبة لكلّ من الفرد والمجتمع.¹

¹ قوعيش جمال الدين: المرجع السابق، ص 271

فالوصول إلى مجتمع واعٍ مرهون بتكوين مواطن مستنير، يدرك ما يحيط به ويتفاعل معه بالقدر الذي يحقق له المنفعة، وبالتالي يتجنب الوقوع في مصيدة العولمة الثقافية، بل على النقيض من ذلك يسهم في تعزيز قيمه ومقوماته المحلية والوطنية والقومية.

(5) وظائف التربية الإعلامية:

- تضمن تعلّم أفراد المجتمع مصادر النصوص الإعلامية وأهدافها السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، والسياق الذي وردت فيه، لأنّ المتلقّي لا يشاهد أو يسمع ما تمّ رفضه من صور أو كلمات أثناء بناء الرسالة الإعلامية وإنّما يسمع أو يشاهد ما تمّ قبوله.
- تكوين آراء انتقادية حول الموادّ الإعلامية، حيث يناقش المتلقّي المعنى في الرسالة الإعلامية طبقاً للعوامل الفردية والخلفية الثقافية التي تواجه سلوكه، وهذا يعني أن أفراداً مختلفين يتكوّن لديهم انطباعات مختلفة من الرسالة الإعلامية الواحدة.
- تفسير الرسائل والقيم التي تقدّم، حيث تحتوي الرسائل الإعلامية على مضامين تجارية وثقافية واجتماعية وسياسية، وتحمل قيماً ورسائل إيديولوجية.
- الوصول إلى الإعلام بهدف الإنتاج.
- تشجّع على التأمل بالقيم الشخصية، وتتضمّن دمج التقنيات الحديثة في التعلّم، كما تشجّع الحوار في قاعات الدّراسة والعمل والذي بدوره يشجّع الحوار خارجها أي في الحياة.
- تشجّع على تنشئة المواطنة المسؤولة، والعمل الجماعي، وربط المنهج الدّراسي بالحياة الواقعية، وهي منسّقة مع التّوجه لتنمية مهارات التفكير العليا (النّقد).¹

¹ آيت عيسر فريدة: التربية الإعلامية والثقافة التشاركية، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد6، العدد22، د س،

إذن التربية الإعلامية لا تقتصر فقط على تمكين الطلاب للتعامل السليم مع النصوص الإعلامية وتنمية ملكة النقد لديهم، بل تتعدى في ذلك حجرة الصف إلى الحياة الواقعية عبر سحب المنهج الدراسي على منهج الحياة، من خلال تعزيز القيم الشخصية وتشجيع المواطنة المسؤولة.

6) المعايير التي تقوم عليها التربية الإعلامية:

تختلف معايير وأسس التربية الإعلامية من باحث لآخر، وقد حدّد "جيمس بوتز" خمسة معايير أساسية للتربية الإعلامية تتمثل فيما يلي:

- التربية الإعلامية سلسلة متصلة وليست فئة.
- التربية الإعلامية تحتاج إلى تطوير مستمر.
- التربية الإعلامية عملية متعدّدة الأبعاد.
- التربية الإعلامية تهدف إلى إعطائنا سيطرة أكبر على تفسيراتنا.
- التربية الإعلامية تتطلّب بناء أبنية معرفية قويّة.

كما حدّدت الندوة التي عقدت في اسبانيا عام 2002 عددا من المعايير العامّة للتربية الإعلامية:

- إنّ التربية الإعلامية تختص بالتعامل مع كلّ وسائل الإعلام سواء المقروءة أو السّمعية أو البصرية.
- إنّ التربية الإعلامية تكسب أفراد المجتمع المهارات التي تمكّنهم من التعامل النقدي مع وسائل الإعلام.¹

- أنّ التربية الإعلامية تساعد الجمهور على التّعرف على مصادر المضامين الإعلامية وأهدافها السياسية والاجتماعية والتجارية والثقافية.

¹ سامية عواج، أمّ الرّثم سحر: مرجع سبق ذكره، ص95

- إنّ التربية الإعلامية تمكّن الشباب والأطفال الصغار من انتقاء الوسائل الإعلامية المناسبة التي تفيدهم.
 - إنّ التربية الإعلامية تعتبر جزءاً من الحقوق الأساسية لكلّ مواطن في كلّ بلد من بلدان العالم من أجل حرية التعبير وحقّ الوصول إلى المعلومات، كما أنّها تعتبر أداة أساسية لبناء ديموقراطية حقيقية.
 - إنّ التربية الإعلامية ليست عملية تعليمية عن طريق وسائل الإعلام، بل إنّها عملية مرتبطة بتعلّم مهارات التعامل النّقدية مع وسائل الإعلام.
 - يجب دعم التربية الإعلامية بواسطة الأنظمة التربوية الرّسمية وغير الرّسمية.¹
- ولا تزال التربية الإعلامية غير واضحة المعالم، فشتان بين بساطة تبنيها ذاتياً شرط توفر الاستعداد والنظرة التحليلية للأمور لدى الفرد، وبين صعوبة تطبيقها رسمياً بسبب تعدّد أبعادها ومتطلباتها.

7) مستويات التربية الإعلامية:

يمكن تصنيفها في مستويين هما:

➤ المستوى الأوّل: التّعليم الرّسمي

أ- وزارة التربية والتّعليم: عملية التّخطيط الاستراتيجي التي ينبغي تصميمها وتنفيذها من قبل وزارة وإدارات التّعليم التابعة لها لتحقيق أهداف الإصلاح التربوي في ضوء حاجات المجتمع من جهة، والتّحولات في التّقنية والنموذج التربوي من جهة أخرى، وينبغي أن تتضمّن تلك الجهود دمج مهارات التربية الإعلامية في المنهج الدّراسي كجزء من عملية الإصلاح التربوي الشّامل، وتدريب المعلمين والمعلّّمتات أثناء الخدمة في المجال التربية الإعلامية.

¹ سامية عواج، أمّ الرّتم سحر: المرجع السابق، ص 95

ومن المعروف أنّ الخطة الاستراتيجية للوزارة تشمل العديد من المكونات والعمليات والمهام والإجراءات، من بينها المكونات والعمليات والمهام الخاصة بدمج تقنية المعلومات في التعليم، وتهدف تلك الخطة إلى تحقيق العديد من الأهداف التي يمكن إجمالها بتحسين فاعلية النظام التعليمي، وكفاءته الداخلية والخارجية المتمثلة بمتعلمين قادرين على المساهمة الإيجابية في نهضة وطنهم الأم وأمتهم العربية والإسلامية ومحيطهم العالمي.¹

ب-وزارة التعليم العالي: العمليات والمهام التي ينبغي تنفيذها من قبل كليات التربية والمعلمين لدعم جهود الإصلاح التربوي في مجال دمج تقنية المعلومات في التعليم بما في ذلك تدريب المعلمين والمعلمّات في مجال التربية الإعلامية من خلال مقرّرات نظامية.

➤ المستوى الثاني: التعليم غير الرسمي:

يشمل هذا المستوى منظومتين رئيسيتين في المجتمع هما: الأسرة والمؤسسات الإعلامية المحلية خصوصاً الرسمية منها، وكلّ منهما يمكن أن يؤدي دوراً مهماً في التوعية الإعلامية وتدريب الناشئة واليا فعيين في مجال التربية الإعلامية، وبرغم بعض المحاذير، يمكن للمؤسسات المحلية المشاركة في :

- تقديم الدّعم المالي لنشاطات التربية الإعلامية.
- توفير المصادر الإعلامية المطلوبة.
- تفعيل مفهوم المتلقّي النّشط.
- دمج تقنية المعلومات في التعليم.

تتطلب عملية دمج تقنية المعلومات في التعليم توفير ما يأتي:

¹ بشرى حسين الحمداني: التربية الإعلام ومحو الأمية الرقمية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص107

- البنية التقنية التحتية والربط الشبكي والأجهزة والبرامج التي تيسر وصول المتعلمين للإنترنت وأدواتها وتطبيقاتها المختلفة.
- الدعم الفني للمعلمين والطلاب والبيئة التقنية.
- برامج تدريب وتطوير مهني على رأس العمل تقليدياً وإلكترونياً.
- مناهج دراسية تحتوي نشاطات تعلم يعتمد تنفيذها على مصادر إلكترونية، من بينها مواقف مدمجة في المنهج ترتبط بالتربية الإعلامية.
- مصادر معلوماتية إلكترونية ترتبط بمحتوى المناهج ونشاطات التعلم ومن بينها التربية الإعلامية.
- تبني أو تكييف معايير تقنية لتوجيه جهود دمج التقنية في التعليم وقياس مستويات هذا الدمج.¹

ويمكن أن نجمل القول فيما يخص تفعيل التربية الإعلامية في أسلوبيين اثنين؛ أحدهما تقوم به المؤسسات التربوية ومؤسسات التعليم العالي ذات الطابع الرسمي، بدمج مهارات التربية الإعلامية ضمن المقررات الدراسية، وتدعيمها بتقنيات المعلومات الضرورية التي تسمح للمعلمين وللمتعلمين بالوصول إلى الإنترنت تطبيقاتها المختلفة، والآخر يتمثل في تفعيل دور الأسرة والإعلام المحلي ذو الطابع الرسمي والنزعة التثموية لتعميق الوعي حول أهمية التربية الإعلامية وتشجيع مختلف نشاطاتها.

ثانياً/ ماهية الوعي الإعلامي

(1) أسباب ظهور ما يسمى بالوعي الإعلامي:

لم يعد الإعلام اليوم ذلك الوعاء الناقل للأحداث والقضايا ومعالجتها بما توافق عليه من مبادئ المهنية و الاحترافية والموضوعية، التي يحترم عبرها عقل المشاهد أو القارئ أو حتى المستخدم عبر ما يسمى بالإعلام الجديد أو الإلكتروني بجميع وسائطه، بل أصبح اليوم وفي غالبه صناعاً، فلا مندوحة من القول أن

¹ بشرى حسين الحمداني: المرجع السابق، ص ص 108-109

الصناعة الإعلامية التي أصبحت منطلقاتها قنوات تعتمد أجندات سياسية أو حتى طائفية أو مذهبية أضحت تحاول جذب الجمهور والتأثير فيه بوسائل وبرامج مختلفة، خصوصا وأنّ للإعلام راهنا سلطة وسطوة كبيرة، إذ يكاد يكون المصدر الأساسي والمباشر في استيفاء معلومات الفرد والمجتمع، في ظلّ خفوت تأثير الوسائل الأخرى، كالأسرة والمدرسة والمسجد والكتّاب، وهذا نظرا للمدّ التكنولوجي الإعلامي والاتصالي وتوفّره وسهولة تدفّقه واستخدامه .

وهنا يبرز الحديث عن الوعي الإعلامي كضرورة معاصرة بل وملحة، للوقوف حيال هذا الإعلام الذي أصبح بديلا ماهرا ومتحايلا على الجمهور بغية توجيهه وتقويضه بمختلف الطّرق لتبني أفكار وطروحات يسعى إليها.¹

والوعي الإعلامي يعني في مفهومه القريب، فهم المتلقّي الممارسة الإعلامية والإحاطة بخلفيات الرّسالة وأهدافها لتبني الموقف الصّحيح تجاهها.

وتتنوع الأساليب والتكتيكات الإعلامية السياسية في تزييف الوعي وفيما يأتي إشارة إلى أهمّها:

- أسلوب التكتّم التّام: وكان مثل هذا الأسلوب كثير الاستخدام ونابعا قبل ثورة الاتّصالات والمعلومات، وكان بالإمكان التكتّم على أحداث كبيرة كزيارات الشخصيات المهمّة أو كبعض الحوادث المهمّة، أو حتى التكتّم على خلافات حادّة وصراعات تعصف بالمؤسّسات الرّسمية وغيرها من خلال منع طباعة الصّحف، أو منع توزيعها أو من خلال الاتصال بمصالح تحرير الأخبار في الإذاعات والتلفزيونات وتحذيرهم من نشر الأخبار.²

¹ سكيّنة العابد: بين الإعلام والوعي الإعلامي، أصوات الشمال، مجلة عربية ثقافية اجتماعية شاملة، <http://aswat->

15:52، 2020/02/26، elchamal.com/ar/index.php?p=98&c=2&a=54350

² عزّام أبو الحمام: الإعلام والمجتمع، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص127

• أسلوب التكتّم الجزئي: يضطرّ السياسيون أحيانا لنشر بعض الجوانب أو العناصر الجزئية لوقائع أكبر أو أكثر شمولاً في الحالات التي يتضمّن فيها الخبر أو الواقعة جوانب إيجابية من وجهة نظر سياسي أو إعلامي، فإنّ هذه العناصر أو الجوانب تأخذ طريقها إلى النّشر وربّما الإشادة والتّضخيم. يجري هذا التكتّيك في حالات كثيرة منها نشر معاهدات واتفاقيات سياسية أو غيرها في حين يجري التكتّم على ملاحق وبروتوكولات تصنّف بـ "السريّة" لتجنّب ردود الأفعال والتّداعيات السلبية للخبر.

• الأسلوب الانتقائي "فرض الأجندة": يقضي هذا الأسلوب بانتقاء منظومة الأخبار والتحليلات السياسية التي توافق الاتجاه الرّئيسي للجهات الإعلامية السياسية المنفّذة، ووجه المخادعة يتمثّل في أنّ الوسيلة الإعلامية تنشر موادّ إعلامية حقيقية أو موثوقة كالتقارير الميدانية مثلا، لكنّها تغفل عن نقل أخبار وموادّ أخرى أكثر أهميّة، ففي عمليّات الانتخابات مثلا في بعض دول العالم الثالث، يمكن صناعة تقارير حقيقية عن جماهير غفيرة تحنقل بفوز أحد المرشّحين، ويمكن تعزيز التّقرير بتحليلات محلّلين كبار أو تصريحات لشخصيات سياسية وإعلامية كبيرة بالقدر نفسه الذي يمكن فيه أيضا التكتّم على الاحتجاجات الشعبيّة أو الحزبية الواسعة التي أثّرت حول الموضوع، أو من خلال التقليل من أهميّتها بأساليب أيضا عديدة، وبذلك فإنّ الأسلوب الانتقائي يتيح للوسيلة الإعلامية فرض ترتيبها الخاصّ للموادّ الإعلامية، وكثيرا ما تكمن الأهمية في تلك الموادّ التي تتحاشى وسائل الإعلام نقلها.¹

• أسلوب التّهويل والتّضليل: الخداع والتّضليل قد لا يأتي في نطاق سرد وقائع أو معطيات الحدث نظرا لمعرفة الجماهير بها في الواقع، كالأزمات البرلمانية أو السياسية أو الحروب أو المعارك أو الحوادث الكبرى، أو نظرا لقيام وسائل إعلام خارجية بنشر الخبر أو حتى توقع أن تقوم وسائل نشر أخرى بنشرها، ولكنّه قد يتخلّل التّحليل والتّعليق بحيث يجري أحيانا كثيرة إقناع نسبة كبيرة من

¹ عزّام أبو الحمام: المرجع السابق، ص ص128-129

المتلقين بالتحليل المقدم، لأن الكثير من المتلقين إما أنهم غير معنيين بالتلقيب والمتابعة أو أنهم غير قادرين عليها، مما يعني أن الرواية المقدمة هي الرواية الرئيسية، في حين أن الروايات الأخرى قد يجرى تصنيفها في نطاق الروايات المعارضة أو المشككة أو الثانوية.¹

- أسلوب الإغراق بالمعلومات: على النقيض من الأسلوب الأول الذي ساد في الدول الشمولية و الأنظمة الديكتاتورية والدول النامية والسلطات الاحتلالية الاستعمارية، فإن هذا التكتيك يقضي بتشتيت الجمهور وإرباكه من خلال دفق المعلومات والصّور والبيانات، مما يفقد الجمهور القدرة على الاختيار والتّمييز والتّبات، فكثرة الخيارات تؤدّي إلى الحيرة بحيث يتمنى فرض خيارات معيّنة أو تعزيز فرصتها في الاختيار على حساب غيرها من الخيارات الأخرى، ومن النّاحية الواقعية فإنّ السّياسيين باتوا يعلمون أنّ الكثير من الأحداث والأخبار من الصّعب إخفاؤها طوال الوقت، و إن تمكّنت من إخفائها عن البعض، فإنّ بعضاً آخر سوف يعلم بها وينشرها بطريقته الخاصّة أو يقدّم روايته، ولذلك من الأخرى أن يقدّم السّياسيون روايتهم الكاملة، بما يمنحهم الفرصة أيضاً لتعديلها وتزيينها أو تشويهها ما داموا هم أصحاب الرواية.

- التّحليلات والمقالات الموجهة: تخصّص معظم وسائل الإعلام صفحات ومساحات واسعة للمقالات والتّحليلات في مختلف الشّؤون التي تتعامل معها من شؤون سياسية إلى اجتماعية إلى اقتصادية إلى ثقافية إلى صحّيّة أو تربية. وفي كلّ الأحوال، تنطلق معظم تلك الرّسائل الإعلامية من رؤى أيديولوجية ومن وجهات نظر تتحاز لهذا الطّرف أو ذلك الرّأي أو تلك الفلسفة، رغم كلّ ما يمكن أن تقوله الوسيلة الإعلامية عن "حياديتها" أو عن "أنّ المقال أو التّحليل لا يعبر عن وجهة نظر الصّحيفة" الخ من هذه المقولات.²

¹ عزام أبو الحمام: المرجع السابق: ص130

² المرجع نفسه: ص131

ويمكن إجمال القول في أنّ الأساليب الإعلامية سالفة الذكر والرامية كلّها إلى تزييف الحقيقة، هي

السبب والداعي إلى ظهور الوعي الإعلامي كمفهوم جديد وحلّ وحيد لمجابهتها.

(2) أهمية الوعي الإعلامي:

- قبل أربعين عاما لم تكن هناك مشكلة ملحّة في التّعامل مع الإعلام، لأنّه كان إعلاما محليًا محدود التأثير باستثناء بعض الإذاعات العالمية، أمّا اليوم في عصر ثورة الإعلام والمعلومات والاتّصالات فإنّ الأمر مختلف، وأصبحت الحاجة إلى الوعي الإعلامي شيئا مهمًا وعاجلا وملحًا وضروريًا...
- بدون الوعي الإعلامي سينشأ كثير من أبنائنا وهم معصوبي الأعين، في عالم تتجاذبه الصّراعات والأهواء والمصالح، ولا يرحم الضّعفاء.
- إنّ الوعي الإعلامي مهارة ترافق أبنائنا طوال حياتهم، وليست مادّة دراسية ينساها الطّالب بمجرد انتهاء الامتحان، أو عندما يختار تخصصًا علميا في مجال بعيد عنها.
- هناك أشياء كثيرة لا يضر الجهل بها ... والوعي الإعلامي ليس واحدا منها.
- نحن نستخدم وسائل الإعلام لأغراض عديدة ومتنوعة، تختلف من شخص إلى آخر، وكثير من هذه الأغراض تحدث أحيانا بدون وعي من الشّخص، أي أنّه يتابع وسائل الإعلام ولا يعرف على وجه التّحديد لماذا يتابعها، من هذه الأغراض: الحصول على المعلومات، توجيه الفهم، توجيه السلوك اليومي، فهم الذات، تسهيل التّفاعل الاجتماعي، بديل التّفاعل الاجتماعي، التّحرر العاطفي والتسلية والترفيه.¹
- إنّ وسائل الإعلام في عالمنا المعاصر تتميّز بقدرة عالية على التأثير القويّ والفعّال من خلال: التنوع، الجاذبية، التّفاعلية، الوفرة، سهولة التّواصل، الخصوصية، الاختراق وعدم الالتزام.

¹ فهد بن عبد الرحمن الشميمري: مرجع سبق ذكره، ص ص 25-28

• نحن نقضي وقتنا طويلا من أعمارنا أمام وسائل الإعلام، فمع تطورها في السنوات الأخيرة وتعددها وتنوعها، أصبحت تستهلك جزءا كبيرا من حياة الناس وأوقاتهم وأعمارهم من الصغار والكبار والشباب والفتيات والنساء والرجال.

• لأننا مستهدفون من وسائل الإعلام، فصناعة الإعلام في العالم ليست عملية عبثية لا هدف لها، وليست ممارسة عديمة لا طائل من ورائها، بل هي صناعة مقننة، ذات أهداف محددة وواضحة، تستهدف التأثير على المتلقي بالدرجة الأولى.

• الإعلام غير محايد ومنتمي، إما لثقافة أو وطن أو مصلحة تجارية أو وجهة شخصية أو مجموعة من الانتماءات، وهناك بالطبع من يتحكم فيه ويقوم بتوجيهه.¹

ومنه فإن الوعي الإعلامي يستمد أهميته من الواقع الذي فرضه الإعلام بوسائله ومضامينه ووفرتة من جهة، وأهدافه ومراميه وخطورته من جهة أخرى.

(3) خصائص الوعي الاعلامي:

• يرتبط بالسباق الاجتماعي والثقافي والسياسي الذي يعيش فيه الفرد وتعمل في نطاقه وسائل الإعلام.

• يرتبط بطبيعة الفرد في حد ذاته أي أنه يختلف من فرد إلى آخر.

• هو مهارة ترافق الفرد طيلة حياته.

• دائم التغيير ويتصف بعدم الثبات أي أن للوعي الإعلامي خاصية التطور والنمو والتغيير.

• مرن يعزز القيم المحلية من جهة وينفتح على العالم لتبني كل ما هو إيجابي من جهة أخرى.

(4) وظائف الوعي الاعلامي:

¹ فهد بن عبد الرحمن الشميمري: المرجع السابق، ص ص 29-43

- وسائل الإعلام تقدّم مضامين مركّبة ومصاغة بعناية تعبّر عن طائفة من القرارات والمصالح المختلفة، والوعي الإعلامي يساعد على تفكيك عملية صناعة الإعلام وفهم طبيعة المنتجات الإعلامية وفهم كيفية استخدامها والتعامل معها بكلّ وعي وبقظة.
- الوعي الإعلامي يؤدّي إلى تكوين متلقّي مستنير.
- الوعي الإعلامي يشجّع المتلقّي على المشاركة الفعّالة في المجتمع¹ بما يلائم القيم السائدة فيه² وبالتالي الانتقال من مجرّد متلقّي سلبي يستهلك المعلومات إلى متلقّي نشط منتجاً لها.
- الوعي الإعلامي يخرج المتلقّي من دائرة النّقة الكليّة للمحتوى الإعلامي، ليكتسب توحّي الحيطة والحذر.
- التّصدي لأيّ اختراق ثقافي يفرضه الإعلام الغربي، بغرض السّيطرة وطمس الثقافة والهوية في الدّول العربية الإسلامية.
- تمكين أفراد المجتمع من انتقاء رسائلهم وتوجيهها وفق مصالحهم الخاصّة.
- يحقّق الاستخدام الأمثل لأدوات ووسائل الإعلام لنشر ثقافة الحوار والنّقاش، والتّعامل بإيجابية تجاه المواقف والقضايا المطروحة، والوصول إلى نتائج ومضامين إعلامية تعبّر عن ثقافة وحضارة الأفراد.

¹ جاب الله حكيمة، شلوش نورة: التربية الإعلامية: التلقّي النقدي، المنتدى العالمي التربية الإعلامية في ظل عالم متغير، رهانات الواقع وتطلعات المستقبل، مخبر الدراسات الإنسانية والأدبية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي

التبسي، تبسة، 10/9 أبريل 2018، ص 259

² حداد صونية: مرجع سبق ذكره، ص 901

• مساعدة الشباب على التفاعل الإيجابي مع العولمة، من خلال المواجهة بدلا من الخوف

والاستسلام، أو الانعزال والرفض.¹

وباختصار فإنّ الوعي الإعلامي يساهم في بناء مواطن مستنير مؤهل لفهم الصناعة الإعلامية، فيتبنى

ما يناسبه وقيمه واتجاهاته وينبذ ما دون ذلك، وبالتالي يحفظ هويته وثقافته ضدّ أي اختراق.

(5) أبعاد الوعي الإعلامي:

هناك عدد من الأبعاد الواضحة التي يتمّ من خلالها قياس مستوى الوعي الإعلامي لدى الأفراد، وفيما

يلي سنعرض أهمّها:

• البعد الإدراكي: ويتمثل في القدرة على استشعار النّقد والتّحليل والفهم الجيّد للرّسالة الإعلامية فهو

يتعلق بقدرة المتلقّي على المعالجة الفكرية للمعلومات التي يتلقّاها من وسائل الإعلام، وهذا مرتبط

بتفسيرات المتلقّي لمعنى الكلمات المطبوعة على صحيفة ما، أو فهم أنّ الشّخصية الظاهرة على

شاشة التّفاز من طبقة غنيّة جدّا بسبب مظهره المتألّق. كما يتضمّن أيضا المهارة المطلوبة للوصول

للمادّة الإعلامية، كالمهارة في استخدام الكمبيوتر لتنزيل لعبة مثلا، أو المهارة المطلوبة في البحث

عن كتاب ما من المكتبة العامّة، أو المهارة المطلوبة في استخدام الانترنت للوصول إلى الفايبيوك.

• البعد العاطفي: وهو يتعلّق بالمشاعر التي تسبّبها الرّسائل الإعلامية، أحيانا تكون المشاعر غامرة

مثل البكاء على مشهد عاطفي، أو الضّحك المفرط على أحد المشاهد الطّريفة والكوميديّة، فالأفراد

يقضون الكثير من الوقت مع الأغاني والأفلام والكتب وتصفّح مواقع التّواصل الاجتماعي وغيرها من

الوسائل الإعلامية، لسبب محدّد يتمثّل في الحصول على إشباع عاطفي معيّن يريدونه.

¹ عماري سارة: دور الإعلام في دعم مفهوم التربية الإعلامية وترشيد استخدام وسائله، المنتدى العالمي: التربية الإعلامية في

ظل عالم متغير، رهنات الواقع وتطلعات المستقبل، مخبر الدراسات الإنسانية والأدبية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

جامعة العربي التبسي - تبسة - 9 أبريل 2018، ص 565

- البعد الجمالي: إنّ البعد الجمالي للمادّة الإعلامية مرتبط برأي المستهلك في تفسير محتوى الرّسالة الإعلامية، المقدّمة من وسائل الإعلام من وجهة نظر فنيّة أو نقدية، ما هو مدى جودة الميديا المعروضة وما هي خبرة واحترافية الكوادر التي شاركت في تصنيع المادّة الإعلامية، وكيف يتم مقارنة المادّة الإعلامية بالنّسبة للموادّ الأخرى، وكلّما ازداد الوعي والمعرفة العامّة للأفراد في المجتمع أدّى إلى اجتيازهم للسّطحية في تقييم جمالية المحتوى الإعلامي، كتقييم الجمهور للمواهب المختبرة في برنامج "أراب أيدول" ومنح تصويتهم للمرشّحين على أساس من هو صاحب الصّوت الأفضل، وليس على أساس البلد الذي ينتمي إليه.¹
- البعد الأخلاقي: وهو تقييم المستهلك للقيم الأخلاقية للوسيط المسؤول عن نقل الرّسالة أو محتوى الرّسالة بحدّ ذاتها، على سبيل المثال في الفيلم الكوميدي " بلبل حيران " تكون الرّسالة الأساسيّة أنّ أكبر المشاكل يمكن أن تحلّ بكلمة خفيفة الظلّ في وقت قصير جدّا، أمّا في برنامج "حكم العدالة " على أحد قنوات الرّاديو السوريّة، تكون القيمة الأساسيّة للبرنامج هو أنّ السّلطة سوف تمسك بأيّ مجرم مهما كانت جريمته، وقد يقيّم المستهلك الرّسالة عن طريق الوسيط النّاقل للرّسالة، فمثلا قد يرفض المستهلك الأخبار التي تعرض على قناة إخبارية ما، بسبب انحياز تلك القناة لوجهة نظر سياسية ما، وهو على خلاف معها.
- البعد السلوكي: يكون الفرد في هذا المستوى قادرا على المشاركة والقيام بدوره بفعالية في المجتمع، وتتضمّن هذه الممارسة عمليتين، أولهما: المشاركة بالقول؛ وهي مجموعة من التّعابير اللفظية التي تنتقل الإدراك من مستوى الفهم إلى مستوى التّعامل مع الموقف دون التّأثير فيه، ثانيهما: الممارسة والمشاركة الفعلية؛ وهي تعكس إيجابية الفرد وفاعليته في تعامله مع المواقف المختلفة والتّأثير فيها.²

¹ صوالحية غنية: مرجع سبق ذكره، ص 881

² المرجع نفسه، ص ص 881-882

وقد تجتمع هذه الأبعاد كلّها أو بعضها في الشّخص واحد، وتظهر بنسب متفاوتة بين مختلف الأفراد في الموقف الواحد، هذا راجع إلى الفروقات الفردية التي تميّز كلّ شخص عن الآخر في النّظر والتّعامل مع الأمور، كذلك يجب الإشارة إلى إمكانية تغيّر هذه الأبعاد؛ تراجع البعض وطغيان البعض الآخر داخل الشّخص الواحد، بفعل الزمن والتجارب الحياتية المختلفة.

(6) مهارات الوعي الإعلامي:

هناك أربع مهارات تمثل السلوك الواعي إعلامياً وهي على النّحو التّالي:

• مهارة حسن الاختيار:

✓ من المتلقّ عليه أنّه لا أحد يجبر أحداً على متابعة وسيلة إعلامية بعينها، مقروءة أو مسموعة أو مرئية.

✓ إنّ المتلقّي هو الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية، وليست الوسيلة هي التي تستخدم المتلقّي.

✓ إنّ المتلقّي هو الذي يختار ماذا يقرأ؟ وماذا يشاهد؟ وماذا يسمع؟

✓ إنّ الوعي الإعلامي بجوانبه المختلفة، وأدبياته المتعدّدة، يبني لدى المتلقّي مهارة حسن الاختيار ويساعده على اتّخاذ قرار التّعرض الانتقائي النّاجح للمضمون الإعلامي الذي يناسبه، وللوسيلة الإعلامية التي يتابعها ويتأثر بها ويتفاعل معها.

• مهارة التّواصل ورجع الصّدّي:

✓ رجع الصّدّي والتّغذية الرّاجعة هي أحد عناصر عملية الاتّصال، وهي المعلومات التي تعود من

المتلقّي إلى المرسل.¹

✓ قد يكون رجع الصّدّي إيجابياً، ويشجّع المرسل على الاستمرار في تقديم رسائل مشابهة ويقوي

¹ فهد بن عبد الرحمن الشميمري: مرجع سبق ذكره، ص 124

ویدعم سلوك المرسل بشكل مطرد، وقد يكون رجع الصدى سلبيا، وهو لا يشجع المرسل على توجيه رسائل مشابهة، ويتطلب منه بل ويفرض عليه تعديل شكل أو محتوى الرسائل التالية التي يقوم بإرسالها.

✓ من هذا المنطلق تأتي أهمية رجع الصدى في عملية الاتصال، والدور الكبير المنوط بالمتلقي لتعزيز الرسالة الإعلامية ودعمها، أو كبحها وإيقافها. " عبر عن رأيك... " هكذا بكل اختصار يكون تجسيد سلوك المتلقي الواعي إعلاميا، لكي تجعل القائمين على وسائل الإعلام والمعلنين أيضا، يعرفون مشاعرك حول الرسائل الإعلامية، والمضمون والمحتوى الذين يقومون بإنتاجه وتوزيعه وبثه.¹

✓ تواصل مع ملاك الوسائل الإعلامية وقياديينها، عبر اتصال هاتفي أو رسالة إلكترونية، أو رسالة جوال، أو رسالة عبر الفاكس، أو رسالة بريدية ... إن رسالة واحدة أو اتصالا هاتفيا واحدا يمكن أن يغير الوضع إلى الأفضل.

✓ عندما لا يدعم محتوى الإعلام والإعلانات القيم التي تؤمن بها، عبر عن صوتك بامتناعك عن اقتناء السلع والخدمات المعلن عنها، وأخبر الملاك والشركات لماذا تفعل ذلك.²

• مهارة المشاركة التفاعلية في الحوار:

✓ إن عامل المنافسة والتطور المتسارع لوسائل الإعلام، يتيح أنماطا مختلفة من تشجيع الحوار والمشاركة بالرأي بين وسائل الإعلام والجمهور.

✓ من وسائل المشاركة بالرأي والحوار:

أ- التعقيب على ما ينشر في الصحف والمجلات من مقالات ومواد تحريرية بإرسال مادة تحريرية للصحيفة أو المجلة؛ تعقيب بالموافقة أو المخالفة حول ما نشر فيها لكي ينشر في الصحيفة ذاتها.

¹ فهد بن عبد الرحمن الشميمري: المرجع السابق، ص 165

² المرجع نفسه: ص 166

ب- المداخلة الصوتية عبر الهاتف أو المداخلة المكتوبة عبر وسائل الاتصال، في البرامج التلفزيونية أو الإذاعية مباشرة.

ت- السؤال عبر الهاتف أو وسائل الاتصال المخصصة للبرامج التلفزيونية أو الإذاعية.

ث- التعليق المكتوب على الأخبار والمقالات والمحتوى في وسائل الإعلام الجديد، وهو من أوسع أنواع المشاركة، وأكثرها انتشاراً.

✓ إنَّ المشاركة بالرأي والسؤال والحوار والتعليق، والتعقيب والمداخلة، دليل على الوعي الإعلامي المتقدم، خصوصاً في القضايا التي تمثّل أهمية بالنسبة إليك.

✓ من وسائل نجاح المشاركة التفاعلية: الالتزام بالموضوع نفسه، التخلي عن المقدمات، تحديد الهدف، وضوح الفكرة، بساطة التعبير، والإيجاز والاختصار.¹

• مهارة إنتاج المضامين الإعلامية:

بفضل وسائل الإعلام المتقدمة، أصبح بإمكان أي شخص أن ينتج رسائل إعلامية وأن يوصلها إلى العالم أجمع في وقت قصير، وبتكلفة بسيطة إن لم تكن منعدمة، كما أنّ هذه الرسائل المنتجة لها خصوصية فريدة، وذلك بسبب الامتزاج بين الصوت والصورة والفيديو في آن واحد، والذي تميّزت به الوسائل الإعلامية الجديدة بالمقارنة بالقديمية، فيمكن أن نلمس حالة جديدة لإنتاج مضمون من قبل المتلقّي.²

من خلال بعض التوجيهات التي قدّمها (ستيفن فرانكلين) من المركز الدولي للصحفيين كدليل مختصر للمدوّنين والصحفيين الإلكترونيين، نختار منها ما يأتي:

✓ لدينا جميعاً أخبار وقصص لنرويها، والانترنت يتيح لنا الفرصة أن نروي قصصنا للعالم.

✓ انا مدوّن، لا يريد جميع الناس أن يصبحوا صحفيين شعبيين، ولكن البعض يريد ذلك.

¹ فهد بن عبد الرحمن الشميمري: المرجع السابق، ص 167

² حداد صونية: مرجع سبق ذكره، ص 906

- ✓ فكر أنك صوت لمجتمعك، واجعل ما هو هامّ بالنسبة لك هامًا بالنسبة للآخرين أيضا.
- ✓ اجعل الأخبار التي تريد كتابتها واضحة، وشرح سبب أهميتها.
- ✓ يجب تقديم أكثر ما تستطيع من التفاصيل، وإن أمكن أضف صورا، وفيديو لإظهار الحقيقة في تقريرك.
- ✓ إذا استطعت قم بنسخ الوثائق ثم تحميلها لتأكيد دقة ما تقول، وإن أمكن تحميل تسجيلات صوتية رقمية، قم بذلك، فكلما رأينا وسمعنا نصدّق أكثر.
- ✓ قد يكون لك وجهة نظر أو أي رأي، ولكن إذا أردت أن يلتفت إليك الناس فيجب أن تعطيم فرصتهم لاتخاذ وجهة نظر خاصة بهم.
- ✓ يمكنك تقديم المعلومات التي ترى أنها هامة، ثم اشرح وجهة نظرك، فعندما يشعر الناس بمصداقيتك سيعاودون الدخول على موقعك.
- ✓ تعلم كيفية استخدام الكاميرا بشكل جيد حيث تلتقط صورا تعبر عن الحدث، ونفس الشيء إذا استطعت تسجيل الأصوات على المسجل الرقمي، أو على كاميرات الهواتف المحمولة أيضا لدعم قصتك.
- ✓ إذا استخدمت الكلمات لتصوير مشهد أو وصف الأشخاص الذين تتحدث عنهم، ستجعلها أكثر تشويقا، وتقرّب الناس أكثر من الأحداث التي شاهدتها.
- ✓ اعتمد على الكلمات القويّة لجذب الناس ولكن لا تبالغ في الوقائع.
- ✓ إذا كنت تورد قصة استخدم الدراما والتشويق.
- ✓ أخبر القراء في البداية ما أردتهم أن يعرفوه، فإذا كانوا غير مهتمين بالأمر يمكنهم الذهاب إلى مكان آخر في ثوان.¹

¹ فهد بن عبد الرحمن الشميمري: مرجع سبق ذكره، ص ص 168-169

- ✓ استخدم القوائم والعناوين الفرعية لإبقائهم مهتمين، واستخدم وصلات التي تؤدي إلى أماكن بها المزيد من المعلومات.
- ✓ استخدم العديد من أساليب الكتابة مثل أسلوب السؤال والجواب، أو تحرير الأخبار بأسلوب الصفحة الأولى بالجريدة، أو الكتابة بصيغة المتكلم المستخدمة في كتابة اليوميات، أو أن تبدأ بمشهد أو قصة شخصية ثم تنتقل إلى القصة الأكبر.
- ✓ ابن قصتك كالبناى مستخدماً مجموعة متنوعة من العناصر: قصص، أسئلة وأجوبة، الصور، الفيديو، التسجيلات الصوتية، فكلما استخدمت أشكالاً مختلفة من وسائل الإعلام لرواية قصة صحفية، أو معلومة أو رأي، ستكون أقوى.
- ✓ عندما يشعر آخرون أنك تقدم الصورة الكاملة، سيعتمدون عليك كمصدر للمعلومات.
- ✓ كن صريحاً وعادلاً، وقدم وجهة نظر الآخرين، ووضح أن هناك عدم اتفاق فيما تكتبه.
- ✓ لا تقل أكثر مما تعرفه، واعترف بأن لديك هذا القدر فقط من المعلومات، واستعن بالآخرين عندما يكون هناك معلومات لا تستطيع الوصول إليها.
- ✓ في المقابلات ابحث عن معلومات في خلفية الموضوع، واطرح الأسئلة التي ستقدم التفاصيل والتحليل واستعملها كحجارة للبناء، ولكن اجعل عقلك منفتحاً ومرناً لتغيير البناء الذي تبنيه.
- ✓ احذر أن تسيء لنفسك بين زملائك بنشر معلومات غير دقيقة، ولا تقل أشياء يمكن أن يكون لها تأثير قوي على الآخرين، إلا وأنت على ثقة أن هذه المعلومات صحيحة، انتظر وفكر فيما تكتبه قبل أن ترسله.¹

¹ فهد بن عبد الرحمن الشميمري: المرجع السابق، ص 170

✓ يمكنك الاعتماد على الآخرين لمساعدتك، وعندما يأتونك بالمعلومات استخدم كلماتهم وعدد المصادر التي ذكروها، وتأكد منها ثم عليك أن تحرر وتجمع الكلمات والصور والتسجيلات الصوتية، التي قدّموها إليك.¹

✓ إعطاء الآخرين دورا في عملك مهمّ جدّا، فهذا يشجّعهم وينقل لهم اهتمامك، كما أنّه يفتح الباب أمام آراء مختلفة وأصوات مختلفة، وطرق مختلفة للكلام، فمن الجيد السعي وراء خلق محادثات حقيقية مستنيرة.

✓ في النهاية ضع خاتمة معتمدة على ما تعتقد أنّه حقيقي، فهذا يؤكّد للقراء أنّك تريد أن يصنعوا قرارهم بأنفسهم.

✓ لماذا تحتاج إلى صوتك؛ عندما نعيش في صمت نعاني في صمت، وعندما نعيش بمفردنا نعاني بمفردنا، ولكن عندما نتكلم نكسر حاجز الصمت ولا نصبح بمفردنا، هذا هو عملك.²

ومتلما كان الحال بالنسبة لأبعاد الوعي الإعلامي، فإنّ مهاراته أيضا قابلة لأن تجتمع كلّها أو بعضها في شخص واحد، لكن هنا يشترط التدرج في اكتسابها والانتقال من مهارة إلى أخرى؛ فلا يمكن لمهارة المشاركة التفاعلية في الحوار أن تسبق مهارة اختيار الوسيلة مثلا.

(7) آليات تحقيق الوعي الإعلامي:

قد يقول قائل أنّ الوعي الإعلامي مطلب استحالة تحقّقه في مجتمعات اليوم التي أصبحت مجتمعات رقمية، تتلقّى الرّسائل من كلّ حذب وصوب، ويتدفّق سريع وقافز قد يمنع طرق الحصانة والدّفاع من تحقيق أهدافها، خصوصا وأننا إذا ما دقّقنا في مفهومه نجده في حقيقته عبارة عن عمليات تحليلية معقّدة لمجموع الأفكار والخبرات والمعطيات والثّقافة والمعلومات... وغربلتها بشكل موضوعي ومحايّد للخروج برأي صائب،

¹ فهد بن عبد الرحمن الشميمري: المرجع السابق، ص 170

² المرجع نفسه: ص 171

وموقف رزين تجاه ما نواجهه من أخبار وأحداث وتقارير وافدة، بل ومفروضة على عقولنا والتي على كثرتها وزخمها قد لا تترك فرصاً لتحقيق هذا، أمام ما أصبحنا نراه من برامج عمدتها المناقشات الصاخبة، والمهارات والندوات الصارخة، والتي قد لا تخرج عن سياق التعيق والعراك لمن يسمون (بالخبراء والمتخصصين في مختلف الشؤون) مما يترك المشاهد في حيرة من أمره، بل وإدخاله في متاهات لا نهاية لها، مما يعوقه والحكم واتخاذ القرار، وتحليل ما يراه ويسمعه بوعي ومنطق وجديّة.

وعليه، فإنّ هذا الوعي لا يبلغ أن يتوصّل إليه إلا في حضور شيئين رئيسيين: الأول ويتمثل في الرفع من مستوى الرسائل الإعلامية واحترام عقول الجماهير بانتهاج المهنية، والثاني: هو مدى ارتباط المجتمعات بمرجعيتها المعرفية والحضارية، لمواجهة هذا الخطر الإعلامي المستهلك عبر الوسائط الإعلامية، والتي أصبح من الصعوبة بمكان مجابته في غياب بناء متراص للوعي الإعلامي، الذي لا بد أن تتبناه كلّ المؤسسات الاجتماعية والتعليمية لترشيد الفرد والمجتمع نحو هذا المجال ... وإلا فنحن سنشهد في السنوات القادمة ذوباناً للعقول، وتسمماً للأفكار، إذا لم نتوجّ بمضادات فكرية وأخلاقية ومهارات واعية للتمييز بين الغثّ والسمين، فيما تطرحه وسائل الإعلام.¹

وبالنظر إلى حال وسائل الإعلام اليوم التي أصبحت وسائل دعائية بامتياز للجهات التي تقف ورائها، يصعب التعميل عليها كسند لتحقيق الوعي الإعلامي، لينصبّ كلّ التركيز على المتلقّي لتحقيق هذا المطلب، من خلال إعادة الاعتبار لمؤسسات التنشئة الاجتماعية ودورها في التوجيه، والتوعية، والترشيد.

ثالثاً/ تأثير التربية الإعلامية على الوعي الإعلامي للطالب من خلال مهارة التفكير الناقد

(1) التطور التاريخي لمفهوم التفكير الناقد:

¹ سكيّنة العابد: موقع سبق ذكره، 2020/02/26، 15:55

إذا رجعنا إلى الكلمة الإنجليزية Critical نجد أنها مشتقة من الأصل اللاتيني Criticus أو اليوناني Kriticos، والذي يعني ببساطة القدرة على التمييز أو إصدار الأحكام، وقد يفسر هذا المدلول اللغوي للكلمة اليونانية النظرة التقليدية القديمة للتفكير التي أرسى قواعدها الفلاسفة الثلاثة؛ سقراط وأفلاطون وأرسطو، و تتلخص تلك النظرة في أنّ مهارات التحليل والحكم والمجادلة كافية للوصول إلى الحقيقة، كما قد يكون مفهوم التفكير الناقد في الأدب التربوي المعاصر متأثراً بهذه النظرة التقليدية للتفكير.

إنّ جذور التفكير الناقد موعلة في القدم ويمكن إرجاعها إلى الممارسات التدريسية للفيلسوف اليوناني سقراط قبل نحو 2500 سنة، عندما كان يوجّه سلسلة من الأسئلة لمحاوريه تجعلهم عاجزين عن تبرير ثقتهم المنطقية فيما يعرفونه، وقد سميت طريفته في توجيه الأسئلة بمنهج سقراط في التساؤل، أو الطريقة الحوارية، أو منهج توليد الأفكار، وهي تعدّ أفضل استراتيجيات في التدريس، وقد سلط سقراط في طريفته الضوء على الحاجة عند التفكير إلى التوافق بين الوضوح والمنطق، وحدد جدول عمل للتفكير الناقد التقليدي تبدأ بالشك التأملي في المعتقدات العامة المألوفة والتفسيرات، ثم فرز تلك الأدلة المعقولة والمنطقية من تلك التي تخضع لمصالحنا الذاتية الفطرية.¹

وبعد ذلك قام أفلاطون بتدوين أفكار سقراط والشكوكيين اليونانيين، الذين أكدوا أنّ الأشياء كثيراً ما تختلف عما عليه في الظاهر، وأنّ العقل المدرب فقط الذي يمكننا من الوصول إلى الحقائق، ومن هذا التقليد اليوناني القديم انبعت الحاجة لدى كلّ فرد يسعى إلى فهم الحقائق العميقة إلى التفكير بشكل متناسق لتتبع المدلولات، ولاحقاً تأثر الفيلسوف "ديكارت" بهذا المنحى، إذ بنى فلسفته على الشك المنهجي ويعتبر الشك نوع من التفكير، ومن هنا قال عبارته المشهورة: "أنا أفكر إذن أنا موجود."

ولقد بدأت حركة التفكير الناقد بمفهومها الحديث مع الفيلسوف وعالم النفس والتربوي الأمريكي Dewey في الفترة الواقعة ما بين عامي (1910-1939) عندما سمّاه "التفكير التأملي" في كتابه "كيف نفكر"، ويعدّ

¹ شاكري كهينة، سرداوي نزيه: التفكير الناقد في التراث التربوي، مجلة مجتمع تربية عمل، العدد5، جوان2018، ص120

أبا لتعليم التفكير الناقد حيث دعا إلى التحرر من الجمود الذهني في التفكير، وخاصة في كتابه "الديمقراطية والتربية"، ثم جاء Edward Glasser في الفترة الواقعة ما بين (1940-1961) فأعطى مصطلح التفكير الناقد معنى أوسع حيث قام بتحديد مهاراته المتمثلة في كل من مهارة التفسير، التعرف على الافتراضات، الاستنباط، الاستنتاج وأخيرا تقويم الحجج. ولقد تأثر "جلاسير" كثيرا بأفكار Dewey الذي رأى أن التفكير العلمي نموذجا للتفكير التأملي.

ثم جاء Roberr Ennis وزملاؤه وذلك في المدّة بين عامي (1961-1979) ليستثنوا التفكير بأسلوب حلّ المشكلات والأسلوب العلمي، ولاحقا اتّسع معنى التفكير الناقد ليشمل التفكير بأسلوب حلّ المشكلات بفضل جهود Ennis وذلك في المدّة ما بين (1980-1992).¹

وفي السنوات الأخيرة اهتم مجموعة من الباحثين بالتفكير الناقد وأطلق عليهم "حركة التفكير الناقد" ومن أهدافها تأسيس منهج التفكير، واضعة التفكير في قلب العملية التعليمية، كما تمّ إنشاء مركز التفكير الناقد والتفكير الخلفي في أمريكا.²

من خلال هذا العرض يتّضح أنّ الاهتمام بموضوع التفكير عموما والتفكير الناقد على وجه التّحديد ليس بالجديد، بل هو موعّل في المجتمعات البشرية منذ القدم، لأنّ الإنسان بطبعه مفكّر؛ يبحث في الموجودات علّه يصل إلى إشباع حاجته ومعرفة وفهم ما يحيط به، وهذا ما يكرّس دور العقل في فهم وتفسير الواقع، وما تطوّر التفكير الناقد ووصوله إلى ما وصل إليه اليوم، إلا حصيلة لتراكمات أبحاث وجهود علماء على مرّ الزمن.

(2) أهمية التفكير الناقد كمهارة من مهارات التربية الإعلامية في التأثير على الوعي الإعلامي:

¹ شاكري كهيبة، صرداوي نزيه: المرجع السابق: ص ص121-122

² سلاف مشري: التفكير الناقد وأهميته للمتعلّم في إطار التعليم الإلكتروني، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد16،

سبتمبر2014، ص146

- في ظلّ الانفجار المعرفي وثورة المعلومات، أصبحت المعلومات التي نواجهها يوميا بازياد كبير، وهذه المعلومات فيها المهمّ والمفيد، وفيها عديم الجدوى والضارّ، بل إنّ المعلومات عديمة الجدوى والغثائية هي الأغلب، فنجد أخبار الفن والرياضة والأبراج والفضائح تملأ وسائل الإعلام، وما يحتاجه الإنسان في هذا العصر الذي يمكنه الوصول إلى أيّ معلومة في العالم بنقرة زرّ ليس حفظ المعلومات، بل اختيار المناسب منها وتقييمه والتأكد من جدواه وهنا تبرر الحاجة إلى التفكير الناقد.¹
- كثير من الناس يتبعون من يعتقدون أنهم أعرف بالأمر منهم، حيث يتعودون على أخذ كلّ شيء من الأهل دون تفكير، ثمّ المسؤولين في العمل، ووسائل الإعلام، وخاصة وسائل الإعلام الرسمية، ويفتقرون إلى الفضول والمهارات اللازمة للتحقق المستقلّ من المعلومات.
- الأشخاص وخاصة الصغار الذين يتعودون على التفكير الناقد، لا يقعون ضحية ضغط الأقران وخاصة التي تدفعهم لتصرفات سيئة مثل التدخين والمخدرات وغير ذلك.
- التفكير الناقد هو الطريقة الفعالة التي تتيح لنا السيطرة على عقولنا، ولا تسمح للآخرين بالتحكم بنا أو توجيه تفكيرنا، حيث أنّ معظم وسائل الإعلام هذه الأيام لكلّ منها هدف يريد تحقيقه، فقد يبيث لك موادّا رائعة بنسبة 95% ولكن تتضمن هذه الموادّ أفكارا يسعون لتسريبها إلى ذهنك، ولو كانت بنسبة 5% أو أقلّ، وهذا بالنسبة لهم كافي لتحقيق أهدافهم.
- المناهج المدرسية الحديثة تتطلب القيام بأنشطة تفكير ناقد لكثير من محتويات المنهاج وليس مجرد حفظ المعلومات، فمن خلال التفكير الناقد يتمكّن الطلاب من التفكير في الحقائق من أجل فهمها وليس حفظها فقط، وليكونوا قادرين على مقارنة وتقييم الأفكار والمعلومات وليس مجرد معرفة الحقائق، وبالتالي تحسين مهارات التفكير لديهم وإعدادهم على نحو أفضل للنجاح في العالم.

¹ سائدة أحمد فارس: مرجع سبق ذكره، ص42

- المفكر الناقد يكون أكثر صدقا مع نفسه، ويعترف بالخطأ ويتراجع عنه، ويميز بين الرأى والحقيقة، ويكون قادرا على التعلم من أخطائه ولا يكون شخصا متسلطا يفرض إرادته على الآخرين.
- التفكير الناقد يساعدنا على تطوير القدرة على وضع أنفسنا مكان الآخرين، وفهم وجهات نظرهم والقدرة على الاستماع بعقل مفتوح والصبر على التفكير قبل التصرف.¹

وهذا ما يتوافق مع المدخل النظري للدراسة المتمثل في نظرية التماس المعلومات ومعالجتها، والتي تقوم على دراسة سلوك الفرد في بحثه عن المعلومات من مختلف المصادر (سواء الرسمية المتمثلة في الكتب والخبراء في المجال أو غير الرسمية مثل الأقران والجماعات المرجعية) وجمعها وفرزها وتحليلها وتفسيرها وربطها بالخبرة السابقة، ثم تحديد نقطة التوقف عن التماس المعلومات عند الوصول إلى فهم الموضوع محلّ البحث وتبني موقف تجاهه، مع إمكانية التراجع عنه في حال ثبوت العكس.

3) خصائص التفكير الناقد والمفكر الناقد:

- خصائص التفكير الناقد:

من الدراسات التي حدّدت خصائص التفكير الناقد ما جاء في دراسة " د.أنجلو " الذي حدّد مجموعة من الخصائص اعتبرها أساسية لتنمية القدرة على التفكير الناقد وهي:

✓ التفكير الناقد نشاط إيجابي ومبدع: يتميز أسلوب المفكر الناقد بالحيوية والديناميكية والنشاط الدائم والاهتمام بكلّ جوانب الحياة، كما يميل إلى كلّ الأعمال الإبداعية والابتكارية، كما يعطي انطبعا بأنّ الحياة مملوءة بالاحتمالات والاختيارات المتعدّدة، ويميل إلى النفاؤل ويعبّر على درجة كبيرة من النّقة في الذات والقدرة على تغيير واقعه الشّخصي وواقع جماعته، ويرى صاحب الدّراسة "أنجلو" بأنّ هؤلاء الأشخاص يتميّزون بالسّخرية وانتقاد الآخرين إلى درجة تعطي انطبعا بأنّهم غير

¹ سائدة أحمد فارس: المرجع السابق، ص ص43-44

اجتماعيين، لكن التفسير الموضوعي لهذه الخاصية يكمن في أنّ هؤلاء الأفراد يدركون بدقة الفرق بين القيم المعيارية والسلوك الفعلي، كما يدركون الهوية الموجودة بين واقع الأفراد والمعايير التي يحملونها.¹

✓ التفكير الناقد نشاط انفعالي وعقلاني: يذهب البعض إلى الاعتقاد بأنّ التفكير الناقد من حيث هو عملية عقلية معرفية لا يتأثر بالجانب الانفعالي لكن العكس هو الصحيح؛ إذ يعتبر المكون الانفعالي جزءاً مهماً من عملية التفكير الناقد، إذ أنّ الشعور بالمشكلة والتأثر بها وبانعكاساتها تدفع الفرد للبدأ في التفكير فيها، كما يقول "مالك بن نبي": "التفكير ضرب من القلق"، هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإنّ خوفنا من نتائج البدائل المقترحة هو الذي يدفعنا إلى التدقيق في تلك البدائل والبحث عن الحلول التي نشعرنا كذلك بالراحة والطمأنينة وتخفف من شعورنا بالقلق.

إنّ شعور الإنسان بالراحة والهدوء الدائم واعتبار كلّ شيء على ما يرام قد يخلق نوعاً من الرتابة قد تجعل التفكير الناقد غير ذا أهمية، لذلك فإنّ الانفعال والقلق يصبح مهمّاً لإعادة إثارة تفكير الإنسان وبعث حيويته وديناميكيته من جديد.

✓ طبيعة الأحداث والتفكير الناقد: يبدو واضحاً أثر الأحداث السلبية في إثارة التفكير، حيث أنّ مواجهة الإنسان للعراقيل والصعوبات والعقبات، يدفعه باستمرار للتفكير في أساليب تجاوزها، لكن هذا لا يعني بأنّ الأحداث الإيجابية لا تثير تفكير الإنسان، فالنجاح وتحقيق الإنجازات وبناء علاقات اجتماعية ناجحة وقوية، يدفع الإنسان بعد تقييمها إلى إعادة النظر في المسلمات التي تقوم عليها حياته، كما يبدأ في إعادة بناء تصوّر وفلسفة حياة جديدة.

✓ مظاهر التفكير الناقد: لا يظهر التفكير الناقد إلاّ من داخل سياق محدّد، ولا يعبر عنه إلاّ من خلال مظاهره الخارجية كالمناقشات والكتابات ومختلف أساليب التعبير، كما تعبّر مواقف الإنسان من

¹ رضا حيرش: علاقة القيم التقليدية للأسرة الجزائرية بالتفكير الناقد، المجلة الجزائرية للطفولة والتربية، المجلد 2، العدد 3،

حركية وديناميكية على طرق تفكيره إضافة إلى ممارسات الفرد اليومية ومختلف التغيرات التي يحدثها على نفسه ومحيطه المادي (شكل بيته، مكتبه) أو المعنوي (قيمه، آرائه).

✓ التفكير الناقد كسيرورة: لا نصل من خلال التفكير الناقد إلى نتيجة محددة وواضحة تؤدي إلى الحد من عملية التفكير الناقد بل هي سيرورة دائمة، فنتائج التفكير الناقد ليست نهائية ولا مطلقة بل تحتاج دائما إلى تعديل وتغيير مستمرين.¹

ويتضح جليا مرة أخرى علاقة التفكير الناقد بنظرية التماس المعلومات ومعالجتها، والتي تقوم على وجود محفزات ومنبهات، تدفع الفرد إلى البحث عن المعلومات لحل مشكلة ما، أو تعزيز مواقف سابقة أو تعديلها وتغييرها.

• خصائص المفكر الناقد:

من خلال الخصائص السابقة حدّد "أنجلو" مجموعة من الخصائص يتمييز بها المفكر الناقد هي:

✓ القدرة على الشك.

✓ المرونة.

✓ حب الاستطلاع.

✓ الامانة، الدافعية.²

ويمكن استخلاص الخصائص والسلوكيات المميّزة للشخص الذي يفكر تفكيرا ناقدا كما أوردها باحثون

(جروان، 1999)، (زيتون، 2003)، (Elder 2006) في مجال التفكير الناقد وهي كما يلي:

✓ يفرّق بين الرأْي والحقيقة.

✓ يتأثّر في إصدار الأحكام.

¹ رضا حيرش: المرجع السابق، ص 34-35

² المرجع نفسه: ص 35

- ✓ منفتح على الأفكار الجديدة.
- ✓ مرن ولديه حبّ استطلاع.
- ✓ يبحث عن الأسباب والأدلة والبدائل.
- ✓ موضوعي يبعد غالباً عن العوامل الذاتية.
- ✓ يتعامل مع مكونات الموقف المعقد بطريقة منظمة.
- ✓ يتساءل عن أيّ شيء غير مفهوم أو غير مقبول.
- ✓ يأخذ جميع جوانب الموقف بنفس القدر من الأهمية.
- ✓ يعرف متى يحتاج إلى معلومات جديدة حول شيء ما.
- ✓ لديه القدرة على اتخاذ قرارات صائبة في حياته.
- ✓ يجادل في أمر لا يعرف شيئاً عنه.¹

بالنظر لخصائص المفكر الناقد سالفة الذكر، نلاحظ أنّ جوانب كثيرة منها قابلة للاكتساب والنمو، من

خلال التدريب الذاتي، أو الممنهج والموجه لخدمة مهارات التفكير الناقد.

4) وظائف التربية الإعلامية في رفع الوعي الإعلامي من خلال مهارة التفكير الناقد:

- يساعد على طرد كل الأفكار الخاطئة والعادات والتقاليد والأوهام والأساطير والخرافات غير الصحيحة من جهة، ومن جهة أخرى يسهم في التقليل من التطرف والتعصب وإصدار الأحكام الذاتية.
- يكشف عن استعدادات الأفراد وتطوير قدراتهم المختلفة، من أجل التكيف مع المواقف الجديدة والمتباينة والتي تخلق عند الفرد القدرة على المواجهة والتّحدي والميل للمعالجة.

¹ عمر بن سليمان بن شلاش الشلاش: أثر استخدام بعض استراتيجيات التفكير ما وراء المعرفي في مستوى التفكير الناقد والثقة بالنفس لدى طلاب جامعة شقراء، مجلة البحوث التربوية والتعليمية، المجلد6، العدد12، دس، صص 23-24

- يعمل على التّحقق من صدق المعلومات ومصادرها ممّا يزيد من إمكانية التّمييز بين الرّأي والحقيقة.
- يعلمنا التّفكير النّاقّد مناقشة البديهيّات والمسلمات بل وتحديّها ومجابهتها، من أجل تغيير طرق تفكيرنا وإنتاج معارف جديدة أكثر أهمية وفاعلية، كما ذهب إلى ذلك الفيلسوف الفرنسي Gaston Bachelard.
- يساعد التّفكير النّاقّد في إصدار الأحكام الموضوعية الصّحيحة، واتّخاذ القرارات المناسبة وذلك نتيجة فهم عميق للمشكلات التي يعيشها الفرد، ممّا يساهم في تراكم خبرته وربطها ببعضها.
- يرتبط التّفكير النّاقّد بكلّ ما يحدث حولنا من أحداث وعلاقات في مختلف مجالات الحياة الاجتماعيّة والثقافية والاقتصاديّة، ويعطيها المعنى والمفهوم الحقيقي.
- إثراء حياة الإنسان ومساعدته على التّغيير المستمرّ لوضعيته نحو الأفضل.
- يقلّل التّفكير النّاقّد من انتشار الخطاب الشّمولي الذي يسهم في هيمنة الأنظمة السّياسية الديكتاتورية من جهة، ومن جهة أخرى يؤهّل المواطن للمشاركة السّياسية والاجتماعية بفعالية.
- يمكن للتّفكير النّاقّد أن يقطع الطّريق أمام انتشار التّعليم التّقيني والإلقائي ويخفّف من التّعسف في استعمال السّلطة التّربوية وبالمقابل يزيد من إيجابية المتعلّم وتحفيزه وتنمية قدراته المعرفية.¹

ويمكن رصد مزايا التّفكير الناقد لدى المتعلم بأنّه:

- ✓ يزيد من استعداد الطلبة على ممارسته.
- ✓ يزيد من أهميّة المعلمين وفعاليتهم في حجرة الصّف.
- ✓ يجعل من الطّالب خبيراً.
- ✓ يثري خبرات الطّلاب ويحبّبهم بالجو الصّفّي.
- ✓ يساعد الطّلبة على تنظيم خبراتهم.

¹ رضا حيرش: مرجع سبق ذكره، ص ص 35-36

✓ يساعد الطلبة على تطبيق أفكارهم ونقلها إلى المواقف الحياتية.

✓ يسهم في إعداد الطلبة للحياة.¹

والتفكير الناقد باختصار يمنح العقل حقّ السيادة على الفرد، ويحرّر أفكاره من قيود العادات والتقاليد والخرافات البالية، ممّا يجنبه الوقوع في فخّ الذاتية في الحكم على الأمور، ويزوّده بالحكمة في حلّ مشاكله، ويؤهله للمشاركة الفعّالة في بناء وإصلاح مجتمعه.

(5) مكونات التفكير الناقد:

يتوجّب على الذين يمارسون التفكير الناقد التعرف على مكوناته الرئيسية وهي: المعرفة والمهارة والاتجاه، وسنتطرق لها من خلال التفصيل الآتي:

• المعرفة: وتتمثّل في:

✓ معرفة مصادر المعلومات المنتمة للمجال المعرفي الذي يمارس فيه التفكير الناقد.

✓ معرفة الإجراءات والخطوات والعمليات المستخدمة في تنفيذ المهارة والمعايير المساعدة على تحديدها.

✓ معرفة قواعد تطبيق المهارة.²

• المهارة: وتشير إلى عدم التركيز على الحقائق وحفظها واستظهارها، وتشير إلى تلك العمليات التي تساعد على تركيب المعلومات وتنظيمها وتقويمها.³

• الاتجاه: هو مجموعة الاتجاهات والقيم التي يركز عليها التفكير الناقد، منها حبّ الاستطلاع للاستزادة في المعرفة، و التشكك فيما يقدّم إليه من معلومات والصبر عندما يظهر الغموض فيما

¹ سعيد عبد العزيز: مرجع سبق ذكره، صص 112-113

² محمود محمد غانم: مقدمة في تدريس التفكير، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2009، صص 180

³ المرجع نفسه: صص 181

يفكر، حيث يشير بعض الباحثين إلى أن التفكير الناقد يتضمّن عناصر من القيم والعواطف والأحكام الشخصية لأنّه من الصّعب الفصل بين العوامل الموضوعية والشخصية في أيّ عمل يستهدف المعرفة، وأنّ القوّة الدافعة التي تنثير التفكير الناقد وتبقي عليه هي غالباً متجدّرة في القيم والاستعدادات والمكونات الشخصية للفرد من ميول واتّجاهات ودافعية، ويعبر "ماير 1999" عن هذا الاتّجاه بتأكيدّه أنّ التفكير ينطوي على بعدين مهمّين هما:

أ- بعد معرفي يستدعي وجود منظور أو إطار تحليل للقضايا والموادّ المرتبطة بميدان من ميادين المعرفة.

ب- بعد انفعالي يضمّ العناصر التّالية:

✓ الاتّجاهات العامّة المرتبطة بإثارة الأسئلة.

✓ التعلّيق المؤقت لإصدار الأحكام الشخصية.

✓ الاستمتاع بمعالجة المسائل الغامضة والمتشابكة.¹

وتتم عملية معالجة المسائل والمواقف المختلفة من خلال تكامل المكونات سائلة الذّكر؛ بداية بمعرفة مصادر المعلومات الضّرورية وكيفية المعالجة، ثم توفّر المهارات اللّازمة للتعامل مع المعلومات، للوصول إلى الهدف المرجو وتحقيق الإشباع من وراء القيام بهذه العملية.

6) مراحل التفكير الناقد كإحدى مهارات التربية الإعلامية لتقييم المضامين الإعلامية:

إنّ مراحل التفكير الناقد لا تتمّ في الواقع بصورة خطيّة، بل قد تتزامن جميعها أو مجتمعة في الحدوث

ويمكن تلخيصها كالتّالي:

- البحث عن المعلومة؛ وتتضمن:

¹ محمود محمد غانم: المرجع السابق، ص 182

✓ الانتباه أو الملاحظة.

✓ معرفة المفاهيم.

✓ تحديد التناقض.

✓ تنظيم المعرفة.

✓ معرفة المصادر.

● ربط المعلومات؛ وتتضمن:

✓ عمل الصّلات.

✓ تحديد النماذج.

✓ التفكير التقاربي.

✓ الاستنتاج المنطقي.

✓ طرح الأسئلة.

✓ تطبيق المعرفة.

✓ التفكير التباعدي.

● التقييم: ويتم فيه:

✓ الحلّ المؤقت للتناقض.

✓ تقييم النتائج.

✓ تقييم العملية.¹

● التعبير: وللوصول إلى هذه الخطوة فإنّ حلّ التناقض يكون بصفة مؤقتة أو أولية، وهو معرّض

للتغذية الراجعة التي تتمّ لدى الفرد في تعامله مع المشكلة ومع المعلومات المتاحة، وقد تؤدي

¹نادية حسين العفون، منتهى مطشر عبد الصاحب: مرجع سبق ذكره، ص ص 70-71

معلومة جديدة إلى عودة المفكر الناقد إلى خطوة مبكرة من عمليات التفكير الخاصة بحلّ التناقض المطروح.

- التّكامل: ويقصد بها تكامل النّظرية الشّخصية مع القاعدة المعرفية، وهي تحدث في نهاية النّشاط والتي يعبر عنها المفكر بقوله (لقد فهمت) أو (هكذا أفضل)، إذ يحسّ بحالة من الارتياح المعرفي.¹
- ويمكن اختصار هذه المراحل كالتّالي:

- الملاحظة: يتم فيها جمع المعلومات اللّازمة عن موضوع البحث.
- العرض: من خلال استعراض ومناقشة الآراء المختلفة المتّصلة بالموضوع.
- الاستدلال: الوصول إلى الحجج والبراهين اللّازمة لربط مكوّنات المشكلة.
- التّحليل: من خلال ربط الصّلات وتمييز نواحي القوّة والضعف في الآراء المتعارضة.
- التّفسير: بتوضيح طبيعة المشكلة وأسبابها لفهمها فهما صحيحا.
- الاستنتاج: الوصول إلى نتائج المشكلة.

(7) معايير التّفكير الناقد:

يتفق الباحثون على عدد من المعايير والمواصفات الواجب توفّرها في التّفكير الناقد عند معالجة ظاهرة أو موقف معيّن، تتمثل في:

- الوضوح: يجب أن تتوفّر مهارات التّفكير الناقد بدرجة عالية من الوضوح وقابلية الفهم الدّقيق من الآخرين من خلال التّفصيل والتوضيح وطرح الاسئلة.
- الصّحة: يجب أن تتميز العبارات التي يستخدمها الفرد على درجة عالية من الصّحة والموثوقية من خلال الأدلّة والبراهين والأرقام المدعّمة.

¹ نادية حسين العفون، منتهى مطشر عبد الصاحب: المرجع السابق، ص72

- الدقة: ويقصد بذلك إعطاء موضوع التفكير حقه من المعالجة والجهد والتعبير عنه بدرجة عالية من الدقة والتحديد والتفصيل.
 - الربط: أن تتميز عناصر المشكلة أو الموقف بدرجة عالية من وضوح الترابط بين العناصر أو بين المعطيات والمشكلة.¹
 - العمق: يجب أن تتميز معالجة المشكلة بدرجة عالية من العمق في التفكير والتحليل والتنبؤ لنخرج الظاهرة من المستوى السطحي من المعالجة.
 - الاتساع: يجب أن تؤخذ جميع جوانب المشكلة أو الموقف بشكل شمولي وواسع الاطلاع على وجهات نظر الآخرين، وطرقهم في التعامل مع المشكلة.
 - المنطق: يجب أن يكون التفكير الناقد منطقياً من خلال تنظيم الأفكار وترابطها بطريقة تؤدي إلى معاني واضحة ومحددة.
 - الدلالة والأهمية: وذلك من خلال التعرف على أهمية المشكلة أو الموقف مقارنة بالمشكلات والمواقف الأخرى التي تعترض الفرد.²
- وتوفّر هذه المعايير كلّها أو معظمها أثناء معالجة القضية أو المسألة المطروحة، يزيد من نسبة الوصول إلى التحليلات والتفسيرات والاستنتاجات الأقرب والأنسب لذلك الموضوع.

(8) مهارات التفكير الناقد:

يتضمّن التفكير الناقد عدّة مهارات يمكن اكتسابها وتنميتها لدى جميع المتعلّمين في كافة المراحل

التعليمية من خلال التدريب، وهذه المهارات تتنوّع وفقاً لآراء الباحثين.³

¹ عدنان يوسف العنوم وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص 76

² المرجع نفسه: ص 77

³ عمر بن سليمان بن شلاش الشلاش: مرجع سبق ذكره، ص 22

إلا أنّ التّصنيف الذي قدّمه Watson et Glaser يعتبر من أكثر التّصنيفات المعتمدة لمهارات

التّفكير الناقد، وقد يكون ذلك راجعا لاعتبارهما رائدين في مجال البحث في مفهوم التّفكير الناقد، ومن بين أهمّ العلماء الذين قدّموا أداة موضوعية لقياسه، تتمثّل مهارات التفكير الناقد في:

- مهارة التنبؤ بالافتراضات: وهي قدرة تتعلّق بتفحص الحوادث أو الوقائع أو البيانات التي يتضمّننها موضوع ما، ويحكم عليها في ضوء البيانات أو الأدلّة المتوفّرة.
- مهارة التفسير: وتتمثّل في القدرة على إعطاء مسوغات أو استخلاص نتائج معيّنة من حقائق أو وقائع أو حوادث مشاهدة يقبلها العقل الإنساني.
- مهارة تقويم الحجج: وهي القدرة على إدراك الجوانب المهمّة التي تتصل اتّصالا مباشرا بموضوع معيّن، والتّمييز بين مواطن القوّة والضعف في الحجج على قضيّة في ضوء الأدلّة الواضحة.
- مهارة الاستنباط: وتشير إلى قدرة الفرد على تحديد بعض النّتائج المترتّبة على مقدّمات أو معلومات سابقة لها، بالاعتماد على مجموعة من الإجراءات الذهنية التي تنتقل من العامّ إلى الخاصّ، و بمعنى آخر، القدرة على تحديد العلاقات بين الموقف ومواقف أخرى والاستفادة من المعرفة السّابقة بتلك المواقف في التّعامل مع الموقف الجديد.
- مهارة تقويم الاستنتاجات: وتتمثّل في القدرة على التّمييز بين درجات احتمال صحّة أو خطأ نتيجة ما تبعا لدرجة ارتباطها بوقائع معيّنة معطاة.¹

والمهارة باختصار هي القدرة على تنفيذ مراحل التّفكير الناقد سالفة الذكر بشيء من الإتقان والإبداع، ولا يصل الفرد إلى هذا المستوى من المعالجة، إلّا بعد تدريبات متواصلة في التّعامل مع المواقف والقضايا المختلفة.

¹ سلاف مشري: مرجع سبق ذكره، ص 147

(9) اتجاهات التفكير الناقد:

لقد حصل اتفاق واسع بين الباحثين الذين تعرّضوا في كتاباتهم لموضوع التفكير الناقد، على أنّ تعليم مهاراته وتهيئة الفرص المثيرة له أمران في غاية الأهمية، وأنّ تعليم هذه المهارات ينبغي أن يكون هدفا رئيسيا لمؤسسات التربية، على اعتبار أنّها تتحسن بالتدريب، وليس هناك سند قوي للافتراض بأنّها سوف تنطلق بصورة آلية على أساس النضج أو التطور الطبيعي، وعلى هذا الأساس بدأ الاهتمام بإعداد البرامج المختلفة من أجل تنمية مهارات التفكير الناقد، حيث ظهرت ثلاث اتجاهات حول تعليمه: اتجاه ركّز أصحابه على تعليمه من خلال محتوى الموادّ الدراسية من خلال المحاضرات والامتحانات والواجبات البيتية والبحوث، وآخر نادى بتعليمه كمهارة مستقلة بذاتها، أمّا الثالث فأصحابه ركّزوا على الجمع بين الاتجاهين؛ حيث يتمّ تدريس التفكير الناقد كمادّة مستقلة لها مدرّسوها وحصصها واختباراتها، وفي الوقت نفسه تضمين مهاراته في المحتوى الدراسي.¹

كما يمكن تنمية التفكير الناقد ذاتيا من خلال:

- ✓ احترام النقد العلمي كأسلوب للحكم وعدم الانقياد للأراء الشائعة المتداولة.
- ✓ عدم التعصب.
- ✓ عدم الأخذ بوجهات النظر المتطرّفة.
- ✓ عدم القفز إلى النتائج.
- ✓ عدم الانقياد للعواطف.

¹ محمد بن يخلف، خلايفية محمد: تعليم مهارات التفكير الناقد في المناهج الدراسية، مجلة البحوث التربوية والتعليمية،

من خلال ما تم التفصيل فيه حول ماهية التربية الإعلامية تتضح أهميتها في تنمية الوعي الإعلامي لدى المتلقي من خلال القراءة النقدية للمضامين الإعلامية، فمن خلال عملية البحث المجازف والتماس المعلومات من مختلف المصادر ومعالجتها، يتمكن الفرد من فهم حقيقة الممارسة الإعلامية، وبالتالي تبني الموقف الصحيح تجاهها. وتبقى درجة فعالية التربية الإعلامية في تنمية الوعي الإعلامي للطالب الجامعي، مرهونة بأساليب تفعيلها، ومدى تطبيقها داخل أسوار الجامعة وخارجها.

الفصل الثالث

تحليل البيانات الميدانية

أولاً/ تفرغ وتحليل البيانات الميدانية

- 1) المحور الأول: البيانات الشخصية
- 2) المحور الثاني: أهمية التربية الإعلامية للطالب الجامعي في تخصص الإعلام والاتصال بجامعة تبسة
- 3) المحور الثالث: الوعي الإعلامي ومظاهره لدى طالب الإعلام في جامعة تبسة
- 4) المحور الرابع: تأثير التربية الإعلامية على الوعي الإعلامي لطالب علوم الإعلام والاتصال من خلال مهارة التفكير الناقد

ثانياً/ نتائج الدراسة

- 1) النتائج الجزئية للدراسة
- 2) النتائج العامة للدراسة

بعدها تم التطرق في الفصل السابق إلى موضوع التربية الإعلامية، وعلاقته بالوعي الإعلامي من خلال مهارة التفكير الناقد، سنحاول في هذا الفصل تقصي تأثير التربية الإعلامية على الوعي الإعلامي لطالب علوم الإعلام والاتصال في جامعة تبسة كميدان للدراسة، وذلك من خلال التعرف على أهمية التربية الإعلامية في نظره ومظاهر الوعي الإعلامي لديه.

أولاً/ تفرغ وتحليل البيانات الميدانية:

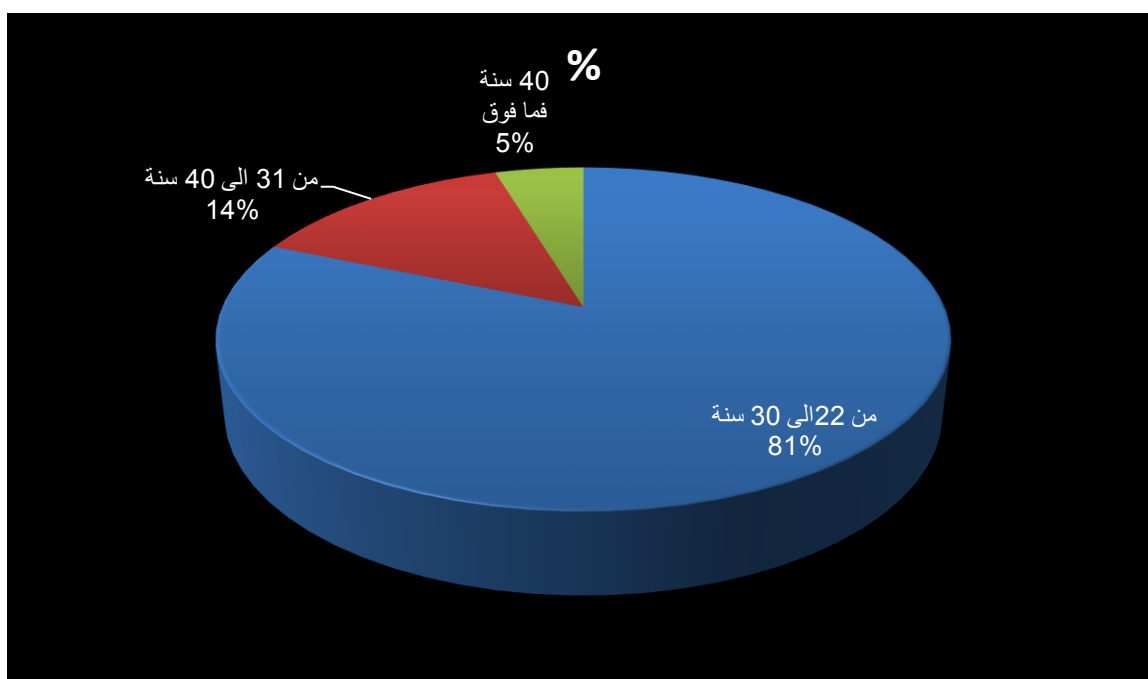
• المحور الأول: البيانات الشخصية

تساعد البيانات الشخصية الباحث في التعرف على ملامح وخصائص المبحوثين وخلفياتهم، وكثيرا ما يعتمد عليها كمؤشرات في تحليل البيانات والمعطيات الميدانية، حسب ما تقتضيه متغيرات الدراسة وأهدافها.

ومن هذا المنطلق اشتملت استمارة هذه الدراسة على محور خاص بالبيانات الشخصية، ضم سؤالين يتعلقان بالسن والجنس، دون التطرق إلى عنصر التخصص لأنه معروف مسبقا أن هذه الاستمارة موجّهة لبحث طلبة السنة ثانياة ماستر، في تخصص السمعي البصري، ممثلين في 44 طالبا، وباستثناء الباحثة من العملية البحثية يصبح المجموع الكلي 43 طالبا.

جدول رقم (1) يمثل توزيع المبحوثين حسب السن

النسبة المئوية %	التكرار	السن
81.4	35	من 22 الى 30 سنة
14	6	من 31 الى 40 سنة
4.7	2	40 سنة فما فوق
100	43	المجموع



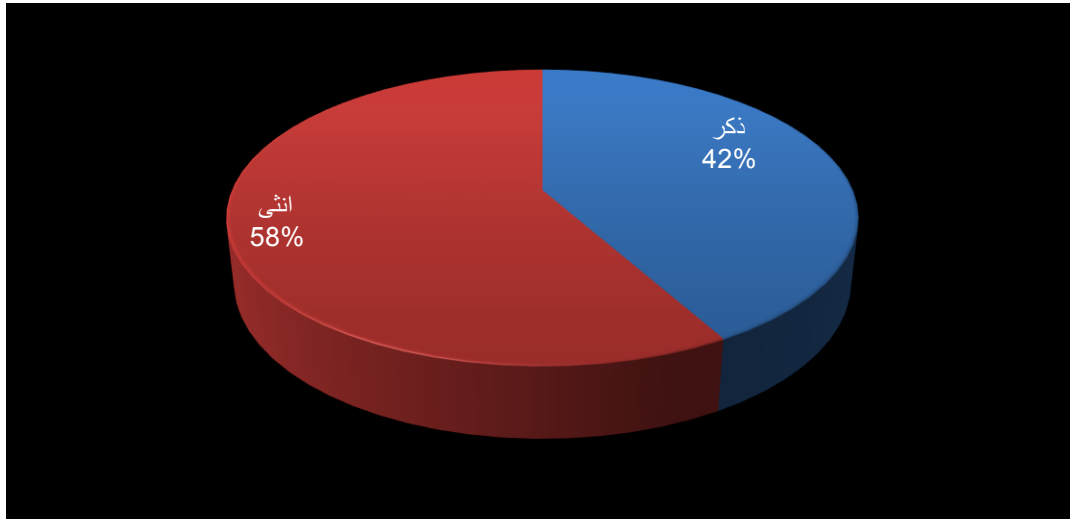
دائرة نسبية توضح توزيع المبحوثين حسب السن

يعد تحديد السن من أهم محددات خصائص العينة المدروسة، وذلك راجع إلى أن كل مرحلة عمرية لها اهتمامات وتفكير معين، وانطلاقاً من هذا الجدول نلاحظ أن الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 22-30 سنة يحتلون أكبر نسبة، والمقدرة بـ 81.4%، ويمكن تفسير ذلك أن هذه هي المرحلة العمرية الطبيعية للدراسة في الجامعة، بينما يأتي في المرتبة الثانية الفئة ما بين 31 و 40 سنة وذلك بنسبة 14% وفي المرتبة الثالثة

الأفراد الذين يبلغون 40 سنة فما فوق بنسبة 4.7%، وتفسير ذلك ربما اكتشاف حاجتهم للشهادة الجامعية في الحياة العملية.

جدول رقم (2) يمثل توزيع المبحوثين حسب الجنس

النسبة المئوية %	التكرار	الجنس
41.86	18	ذكر
58.14	25	انثى
100	43	المجموع



دائرة نسبية توضح توزيع المبحوثين حسب الجنس

يبين هذا الجدول توزيع المبحوثين حسب الجنس، حيث بلغت نسبة الإناث منهم 58.14% فيما قدرت نسبة الذكور بـ 41.86%، وبالتالي يتجاوز عدد الإناث عدد الذكور هذا راجع إلى اكتساح المرأة في الجزائر جميع المجالات وأولها الدراسة، إضافة إلى كون العمل الإعلامي من الوظائف التي تحبها المرأة، ناهيك عن عزوف الذكور عن مواصلة الدراسات العليا والاتجاه إلى ميدان الشغل.

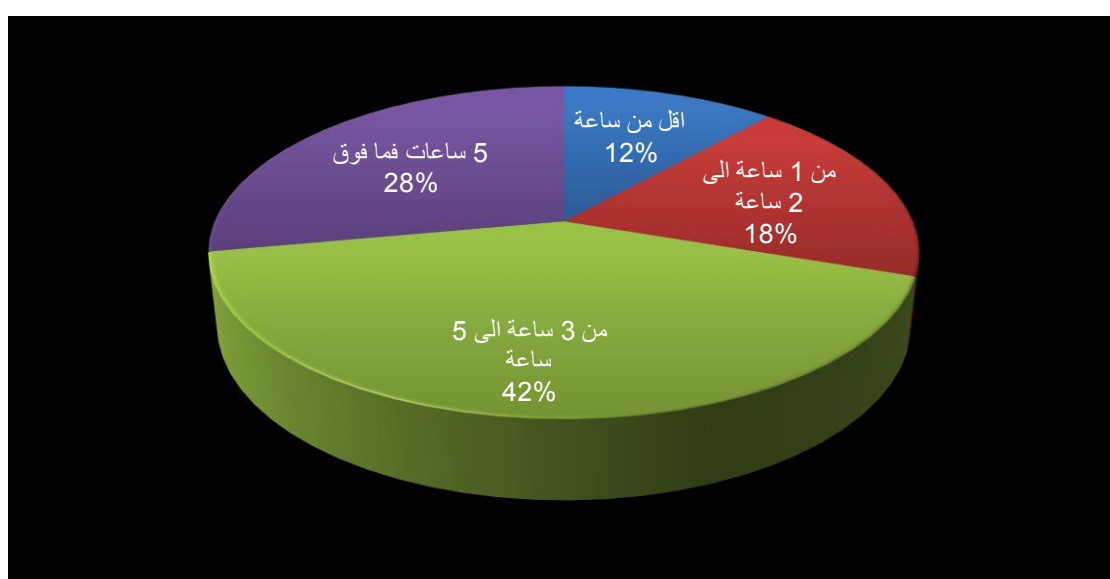
• المحور الثاني: أهمية التربية الإعلامية للطلاب الجامعي في تخصص الإعلام والاتصال

بجامعة تبسة

وسنقوم هنا بالتعرف على أهمية التربية الإعلامية في حياة الطالب الجامعي في تخصص الإعلام من خلال 7 أسئلة تتعلق بـ: عدد الساعات المقضية أمام وسائل الإعلام وأكثرها تفضيلا للمتابعة، ونظرتة التربية الإعلامية؛ وسائلها، أهدافها، أسباب استحداثها، أهم مهاراتها وأنسب الطرق لتفعيلها.

جدول رقم (3) يمثل عدد الساعات التي يقضيها الطالب أمام وسائل الإعلام

النسبة المئوية%	التكرار	عدد الساعات المقضية امام وسائل الاعلام
11.6	5	اقل من ساعة
18.6	8	من 1 ساعة الى 2 ساعة
42.9	18	من 3 ساعة الى 5 ساعة
27.9	12	5 ساعات فما فوق
100	43	المجموع



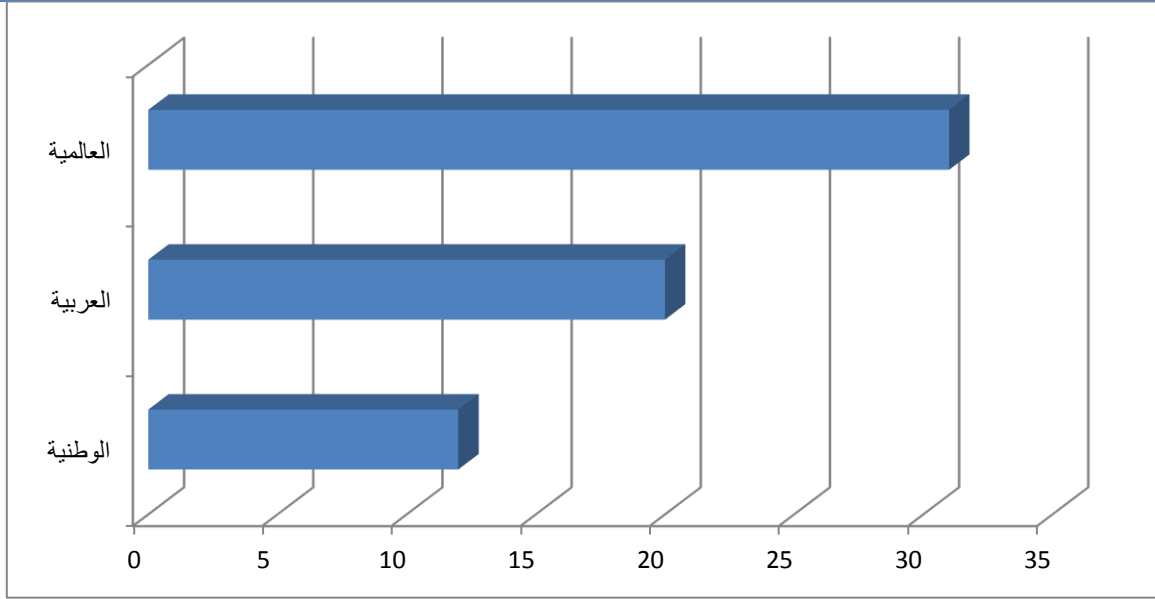
دائرة نسبية توضح عدد الساعات التي يقضيها الطالب أمام وسائل الإعلام

من خلال قراءة الأرقام المسجلة في الجدول، يتبين أنّ الأغلبية تستعمل وسائل الإعلام في الفترة من 3 إلى 5 ساعات يوميا بنسبة مقدرة بـ 42.9% وهي أعلى نسبة في الجدول، ويرجع ذلك إلى طبيعة التخصص التي تتطلب الاطلاع على وسائل الإعلام لمواكبة كل المستجدات، كما يلاحظ أن نسبة 27.9% تتابع وسائل الإعلام لأكثر من 5 ساعات يوميا وهي فترة طويلة نوعا ما، ربما لشغف هذه الفئة بميدان الإعلام لدرجة إدمان وسائله، أما المراتب الأخيرة في أوقات المتابعة لوسائل الإعلام فتقدر بـ 18.6% للفترة الممتدة من 1 إلى 2 ساعة يوميا تليها نسبة 11.6% لأقل من ساعة متابعة، يعود ذلك ربما لانشغال هذه الفئة طوال اليوم مما أثر على درجة متابعتها لوسائل الإعلام.

جدول رقم (4) يمثل وسائل الإعلام المفضلة للمتابعة من طرف المبحوثين (+)¹

المجموع		لا		نعم		وسائل الاعلام المفضلة للمتابعة
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	
100	43	72.09	31	27.9	12	الوطنية
100	43	53.48	23	46.5	20	العربية
100	43	27.9	12	72.1	31	العالمية

¹ تمت تكملة الجدول بالخيار الباقي المكمل لكل إجابة من أجل الحصول على جدول % 100 وذلك لحل مشكل كون التكرارات أكبر من عدد المفردات، ونفس الشيء بالنسبة لكل جدول يرفق بعلامة (+) خلال الدراسة (أنظر فضيل، دليو، أسس البحث وتقنياته في العلوم الاجتماعية)



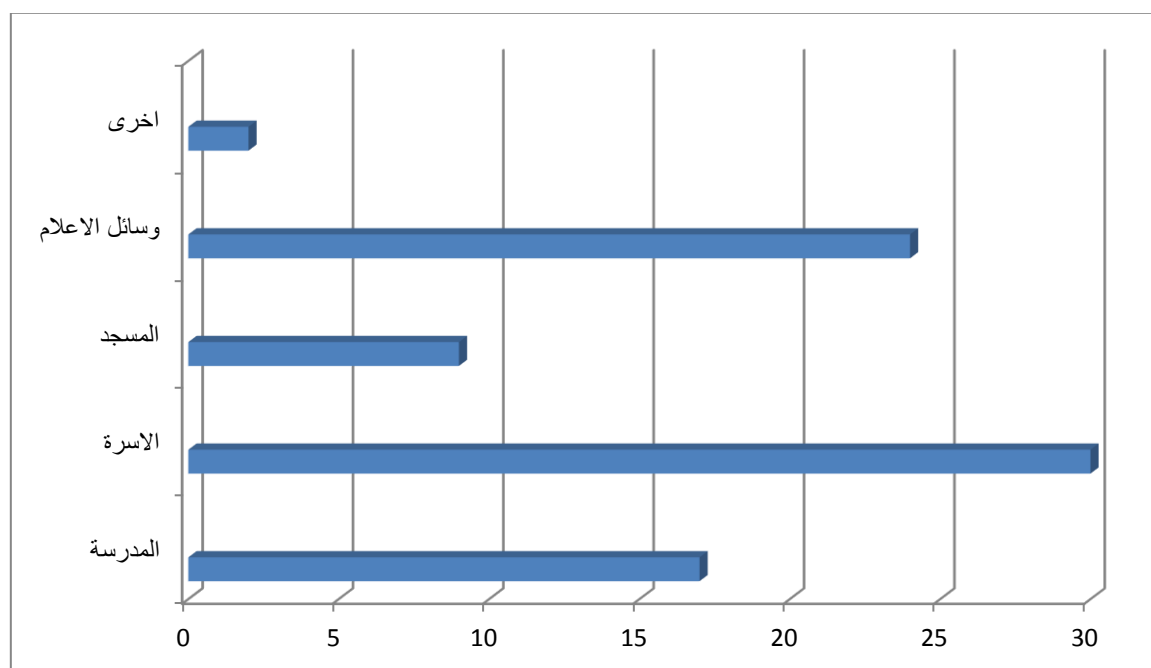
مخطط أعمدة يوضح وسائل الإعلام المفضلة للمتابعة من طرف المبحوثين

المعطيات الواردة في الجدول أعلاه تظهر تباينا في متابعة وسائل الإعلام؛ فالبعض منها يتابعها معظم أفراد العينة مع تفضيل متابعة وسائل الإعلام العالمية على العربية والوطنية بنسبة مقدرة بـ 72.1%، تلتها وسائل الإعلام العربية بنسبة 46.5%، أما وسائل الإعلام الوطنية فقد تذيلت الترتيب بنسبة 27.9%، وهذا ما ينطبق مع نظرية التماس المعلومات ومعالجتها، والتي ترى أنّ التعرض الانتقائي للأفراد يجعلهم يختارون المعلومات التي تؤيد اتجاهاتهم¹، ويتجسد ذلك في رغبة الأجيال الجديدة في الانفتاح على العالم الخارجي من خلال متابعة وسائل الإعلام العالمية أو ما يعرف بإعلام العولمة المنفتح على كل الثقافات، أو لأن وسائل الإعلام العربية وخاصة الوطنية لا تلبي احتياجات هذه الفئة الشابة من الطلبة ولا ترقى إلى مستوى اهتماماتهم.

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: مرجع سبق ذكره، ص 337

جدول رقم (5) يمثل وسائل التربية الإعلامية بالنسبة للعينة المدروسة (+)

المجموع		لا		نعم		وسائل التربية الإعلامية
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	
100	43	60.46	26	39.5	17	المدرسة
100	43	30.23	13	69.8	30	الاسرة
100	43	79.06	34	20.9	9	المسجد
100	43	44.18	19	55.8	24	وسائل الاعلام
100	43	95.34	41	4.6	2	أخرى



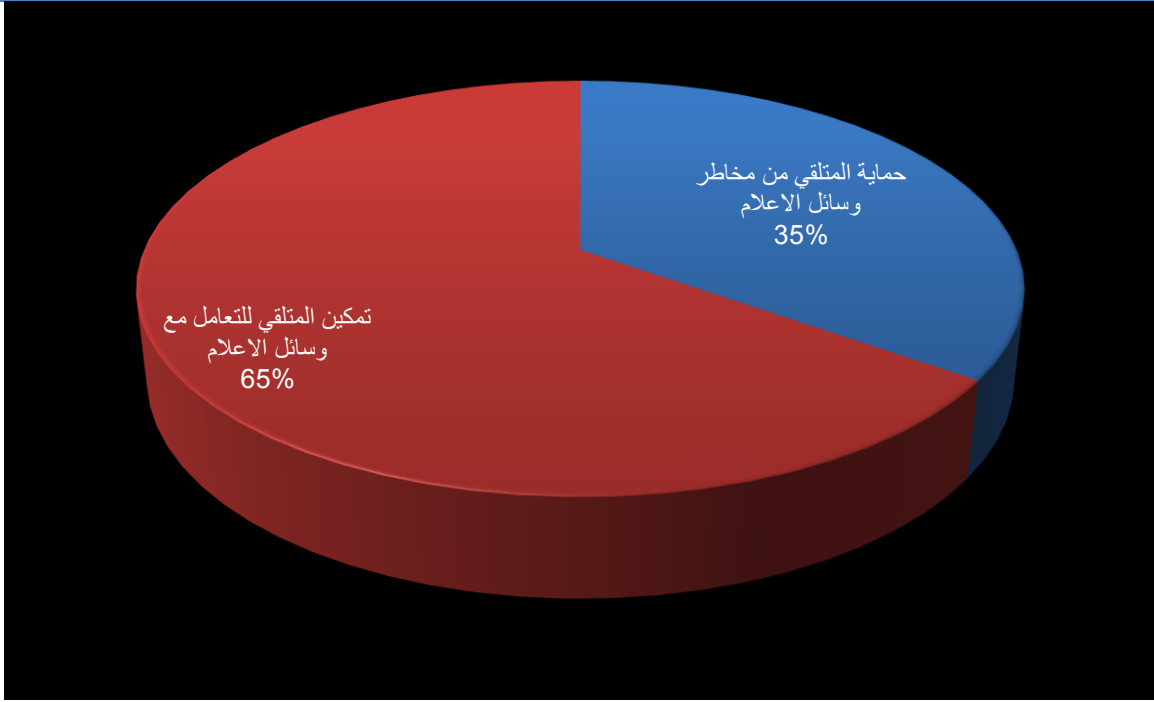
مخطط أعمدة يوضح وسائل التربية الإعلامية بالنسبة للعينة المدروسة

المعطيات الواردة في هذا الجدول، تظهر تفوق الأسرة في التربية الإعلامية لطالب الإعلام بنسبة 69.8% تليها مباشرة وسائل الإعلام بنسبة 55.8% ثم المدرسة والمسجد بنسبة 39.5% و 20.9% على التوالي فيما رأت فئة من المبحوثين والمقدرة بنسبة 4.6% أن الانترنت والشارع أيضا من وسائل التربية الإعلامية بالنسبة لهم، تفسير ذلك أنّ الأسرة لازالت تلعب دورها في عملية التربية رغم تراجع المدرسة والمسجد في ذلك، هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإنّ وسائل الإعلام اليوم تستهلك جزءا كبيرا من حياة الناس وأوقاتهم وأعمارهم،¹ وتستحوذ اهتمام كل فئات المجتمع ومن مختلف الأعمار، الأمر الذي جعلها تحتل أدوارا متقدمة في عملية التربية متجاوزة في ذلك مؤسّسات التنشئة الاجتماعية التقليدية الممثلة في المدرسة والمسجد.

جدول رقم (6) يمثل أهداف التربية الإعلامية من وجهة نظر المبحوثين

النسبة المنوية %	التكرار	أهداف التربية الإعلامية
34.9	15	حماية المتلقي من مخاطر وسائل الاعلام
65.1	28	تمكين المتلقي للتعامل مع وسائل الاعلام
100	43	المجموع

¹ فهد بن عبد الرحمن الشميري: مرجع سبق ذكره، ص 39



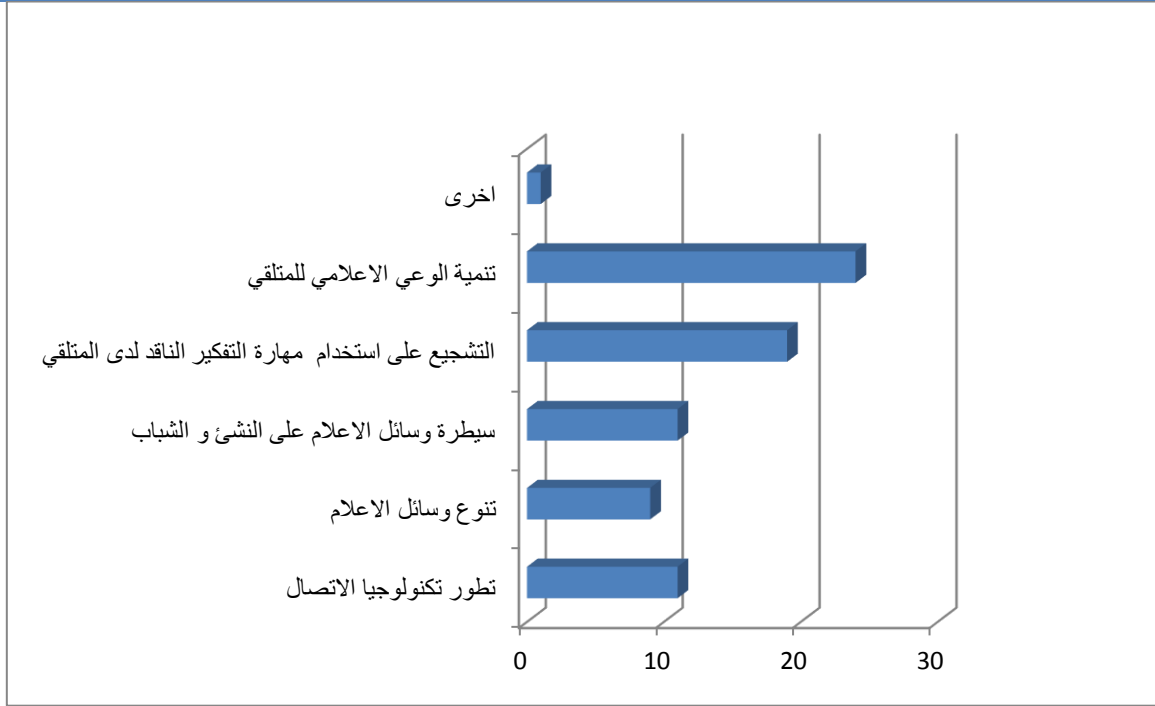
دائرة نسبية توضح أهداف التربية الإعلامية من وجهة نظر المبحوثين

من خلال الجدول الموضح أعلاه يتضح أن ما يعادل ثلثي أفراد العينة ينظرون إلى التربية الإعلامية كأداة لتمكين المتلقي للتعامل مع وسائل الإعلام بنسبة بلغت 65.1% أما البقية والذين قدرت نسبتهم بـ 34.9% فنظرتهم للتربية الإعلامية لا تتجاوز إطار حماية المتلقي من مخاطر وسائل الإعلام، تفسير هذا التباين أنّ طالب الإعلام في تخصص السمعى البصرى يعى المفهوم الحديث للتربية الإعلامية في ظل عالم متغير، والذي تحول من خلاله مجرد الاستهلاك السلبي للرسائل الإعلامية إلى عملية نقدية نشطة لمساعدة الأفراد على تكوين الوعي حول طبيعة تلك الرسائل، وفهم دورها في بناء وجهات النظر حول الواقع الذي يعيشون فيه¹، هذه الإحاطة بموضوع التربية الإعلامية من طرف الطالب كانت من خلال ما تمّ تلقيه في المقرر الدراسى لهذه السنة.

¹ الطاهر بن احمد، وهيبه بشريف: مرجع سبق ذكره، ص 22

جدول رقم (7) يمثل أسباب استحداث التربية الإعلامية حسب رأي المبحوثين (+)

المجموع		لا		نعم		أسباب استحداث التربية الإعلامية
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	
100	43	74.41	32	25.6	11	تطور تكنولوجيا الاتصال
100	43	79.06	34	20.9	9	تنوع وسائل الاعلام
100	43	74.41	32	25.6	11	سيطرة وسائل الاعلام على النشئ والشباب
100	43	55.81	24	44.2	19	التشجيع على استخدام مهارة التفكير الناقد لدى المتلقي
100	43	44.18	19	55.8	24	تنمية الوعي الاعلامي للمتلقي
100	43	97.67	42	2.3	1	أخرى



مخطط أعمدة يوضح أسباب استحداث التربية الإعلامية حسب رأي الباحثين

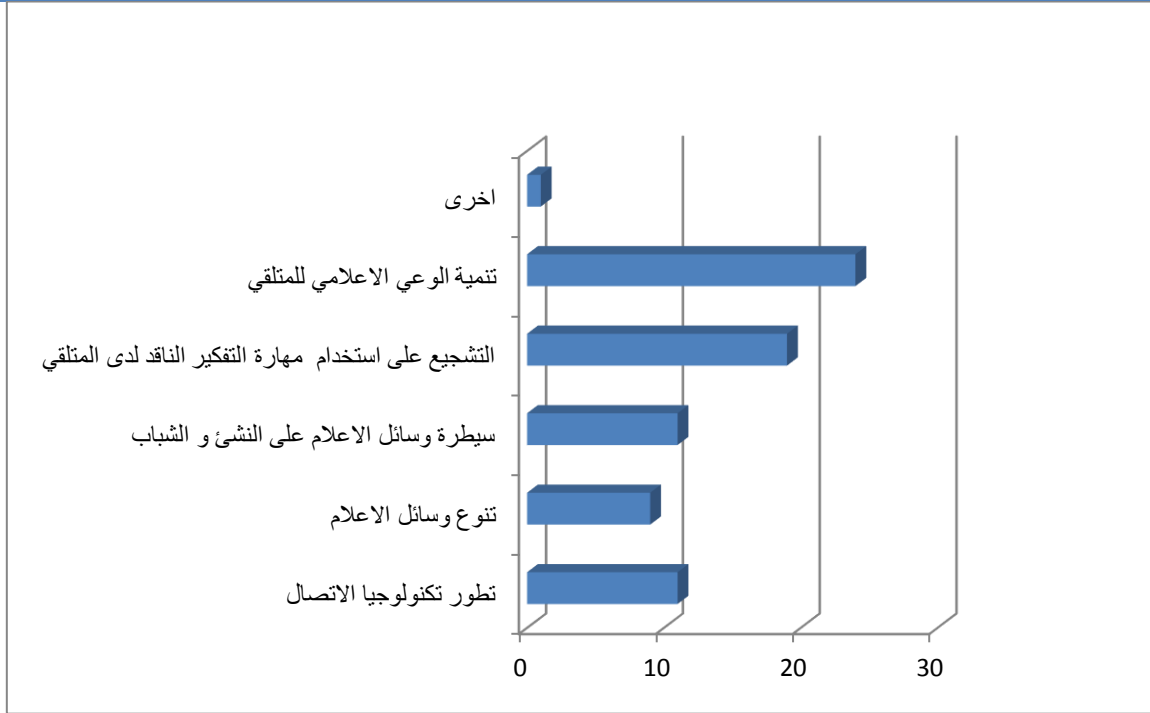
من خلال تفحص المعلومات الواردة في هذا الجدول ، يتضح أن عينة الدراسة تتقارب رؤيتها لسبب استحداث التربية الإعلامية، حيث ترى نسبة 55.8 % منهم أن التربية الإعلامية استحدثت لتنمية الوعي الإعلامي لدى المتلقي، وهي نسبة مقاربة للفئة التي اختارت التشجيع على استخدام مهارة التفكير الناقد لدى المتلقي كسبب لظهور التربية الإعلامية بنسبة 44.2%، تفسير ذلك أن طالب الإعلام يؤكد مرة أخرى وعيه بالدور المنوط للتربية الإعلامية في ظل عالم متغير، وأن مسؤولية التصدي لمخاطر وسائل الإعلام تقع على عاتق المتلقي بالدرجة الأولى من خلال التمكّن من فهم الممارسة الإعلامية التي تعمل في مجتمعه بتفعيل النظرة النقدية للمضامين الإعلامية هذا من جهة ومن جهة أخرى طالب الإعلام أعلم الناس بأسرار الصناعة الإعلامية وصعوبة مواجهتها إلا من خلال الوعي الإعلامي، إذ أننا نعيش في بيئة مشبعة بالمواد الإعلامية، وينبغي لنا أن نعي أن وسائل الإعلام لا تقدم مجرد عرض بسيط للواقع الخارجي بل هي تعرض تراكيب مصاغة بعناية تعبر عن طائفة من القرارات والمصالح المختلفة، والوعي الإعلامي يساعدنا على

تفكيك عملية تصنيع المواد الإعلامية وعلى فهم المنتجات الإعلامية، ومن ثم فهم كيفية استخدامها¹. فيما تساوت سيطرة وسائل الإعلام على النشئ والشباب وكذا تطور تكنولوجيا الاتصال كدواعي لاستحداث التربية الإعلامية بنسبة 25.6%، تليها نسبة 20.9% ترى أن تنوع وسائل الإعلام هو السبب في ذلك، كما أفادنا 2.3% من المبحوثين بوجود أسباب أخرى لاستحداث التربية الإعلامية تمثلت حسبهم في محاربة سياسة القطيع. ومن هنا يمكن القول أن المفهوم السابق للتربية الإعلامية المتمثل في حماية المتلقي من مخاطر وسائل الإعلام لازال ساري المفعول في مجتمعات اليوم لمواجهة المد الإعلامي وتفادي وتأثيراته السلبية.

جدول رقم (8) يمثل أهم مهارات التربية الإعلامية من وجهة نظر أفراد العينة (+)

المجموع		لا		نعم		أهم مهارات التربية الإعلامية
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	
100	43	37.20	16	62.8	27	مهارة التفكير الناقد
100	43	65.11	28	34.9	15	مهارة التفكير الابداعي
100	43	81.39	35	18.6	8	مهارة اتخاذ القرار
100	43	81.39	35	18.6	8	مهارة حل المشكلات
100	43	83.72	36	16.3	7	تعزيز الثقة بالنفس و الروح الإيجابية
100	43	76.74	33	23.3	10	التعلم الذاتي و التعلم مدى الحياة

¹ فاضل محمد البدراني: مرجع سبق ذكره، ص134



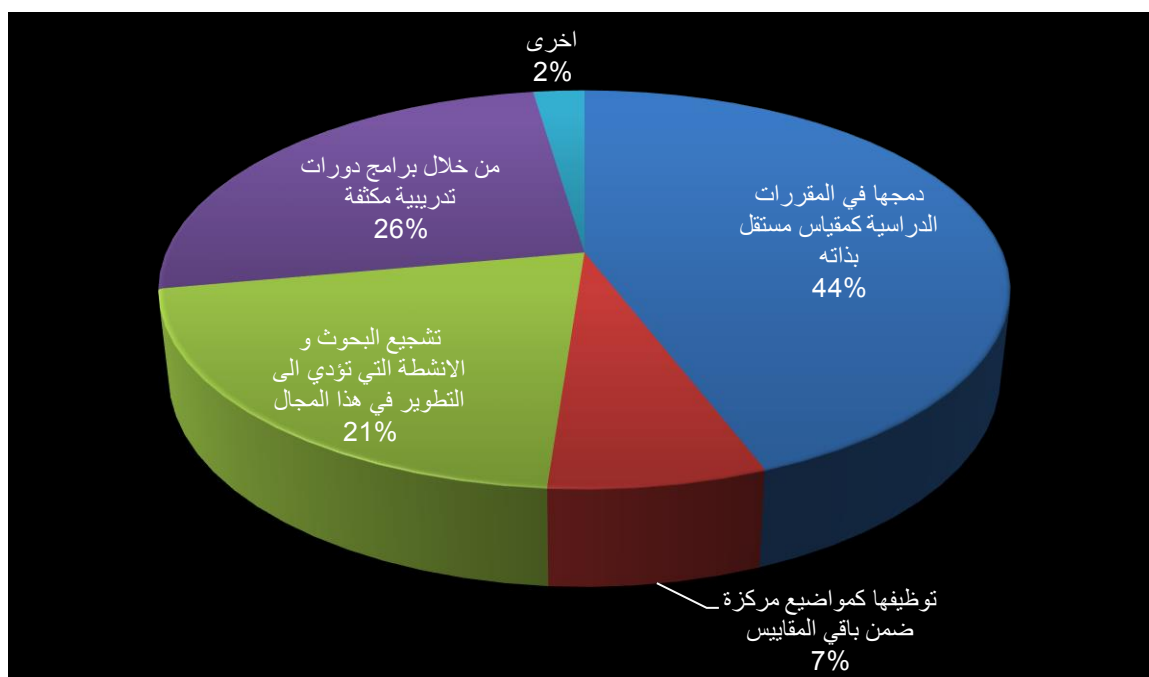
مخطط أعمدة يوضح أهم مهارات التربية الإعلامية من وجهة نظر أفراد العينة

من خلال المعطيات الواردة في هذا الجدول يتضح أن مهارة التفكير الناقد هي أهم مهارات التربية الإعلامية بنسبة 62.8%، تليها مهارة التفكير الإبداعي بنسبة 34.9% ثم مهارة التعلم الذاتي والتعلم مدى الحياة بنسبة 23.3%، لتتساوى مهارتي حل المشكلات واتخاذ القرار بنسبة 18.6% لكليهما، فيما تذيلت مهارة تعزيز الثقة بالنفس والروح الإيجابية ترتيب مهارات التربية الإعلامية بنسبة 7%، تفسير هذا أن التفكير الناقد هو سبيل طالب الإعلام لفهم المضامين الإعلامية والجهات المسوقة لها وكشف أهدافها ودوافعها هذا من جهة، ومن جهة أخرى التربية الإعلامية تنمي لدى النشئ والشباب التفكير الناقد والإبداع للتعرف على شخصياتهم المختلفة واستكشاف ما بداخلها¹.

¹ محمد النذير عبد الله الثاني: مرجع سبق ذكره، ص 41

جدول رقم (9) يمثل أساليب تفعيل التربية الإعلامية حسب رأي المبحوثين

النسبة المئوية %	التكرار	تفعيل التربية الإعلامية
44.2	19	دمجها في المقررات الدراسية كمقياس مستقل بذاته
7	3	توظيفها كمواضيع مركزة ضمن باقي المقاييس
20.9	9	تشجيع البحوث والأنشطة التي تؤدي الى التطوير في هذا المجال
25.6	11	من خلال برامج دورات تدريبية مكثفة
2.3	1	أخرى
100	43	المجموع



دائرة نسبية توضح أساليب تفعيل التربية الإعلامية حسب رأي المبحوثين

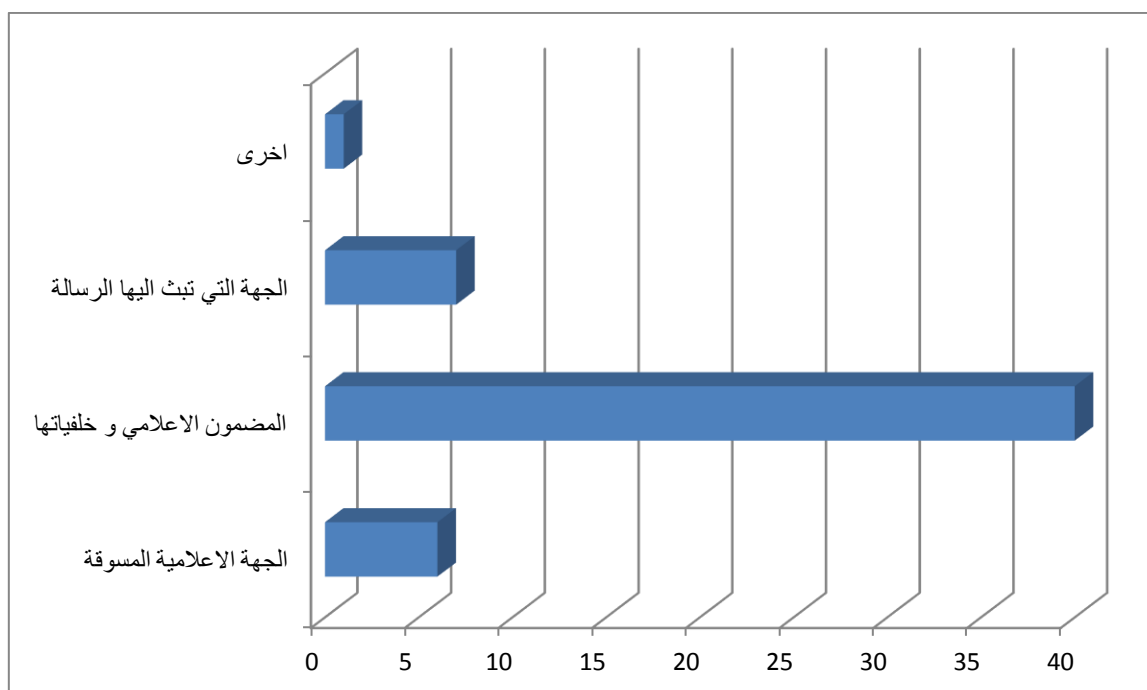
الأرقام المحصل عليها من خلال هذا الجدول تبين أن أغلبية الطلبة المبحوثين يطالبون بتفعيل التربية الإعلامية كمقياس مستقل بذاته وكانت نسبتهم 44.2%، تفسيرنا لهذا أن المقاييس الدراسية الحالية غير كافية لتربية الطالب إعلامياً. فيما رأت نسبة 25.6% منهم إمكانية تفعيلها من خلال برامج دورات تدريبية مكثفة، ولم تبعد هذه النسبة عن نسبة أولئك الذين دعوا إلى تشجيع البحوث والأنشطة التي تؤدي إلى التطوير في هذا المجال والتي قدرت بـ 20.9%، أما أسلوب توظيفها ضمن باقي المقاييس فكان رأي 7% من العينة المبحوثة، كما رأت نسبة 2.3% من المبحوثين وجود أساليب أخرى أكثر نجاعة تمثلت في المطالعة؛ ربما ترى هذه الفئة أنّ التربية الإعلامية تكتسب ذاتياً، ولا فائدة منها إلا إذا توفرت الرغبة الشخصية والاستعداد النفسي لاكتسابها.

• المحور الثالث: الوعي الإعلامي ومظاهره لدى طالب الإعلام في جامعة تبسة

من خلال إجابات المبحوثين على أسئلة هذا المحور يمكننا قياس الوعي الإعلامي لطالب الإعلام، من خلال التعرف على نظرتهم للوعي الإعلامي باعتباره مفهوماً حديث النشأة، وكذا الكشف عن مظاهر التحلي به لدى طلبة الإعلام والاتصال في تخصص السمعى البصري بجامعة تبسة.

جدول رقم (10) يمثل المقصود بالوعي الإعلامي من وجهة نظر العينة المدروسة (+)

المجموع		لا		نعم		المقصود بالوعي الاعلامي
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	
100	43	86.04	37	14	6	الجهة الإعلامية المسوقة
100	43	6.97	3	93	40	المضمون الإعلامي وخلفياتها
100	43	83.72	36	16.3	7	الجهة التي تبث إليها الرسالة
100	43	97.67	42	2.3	1	أخرى

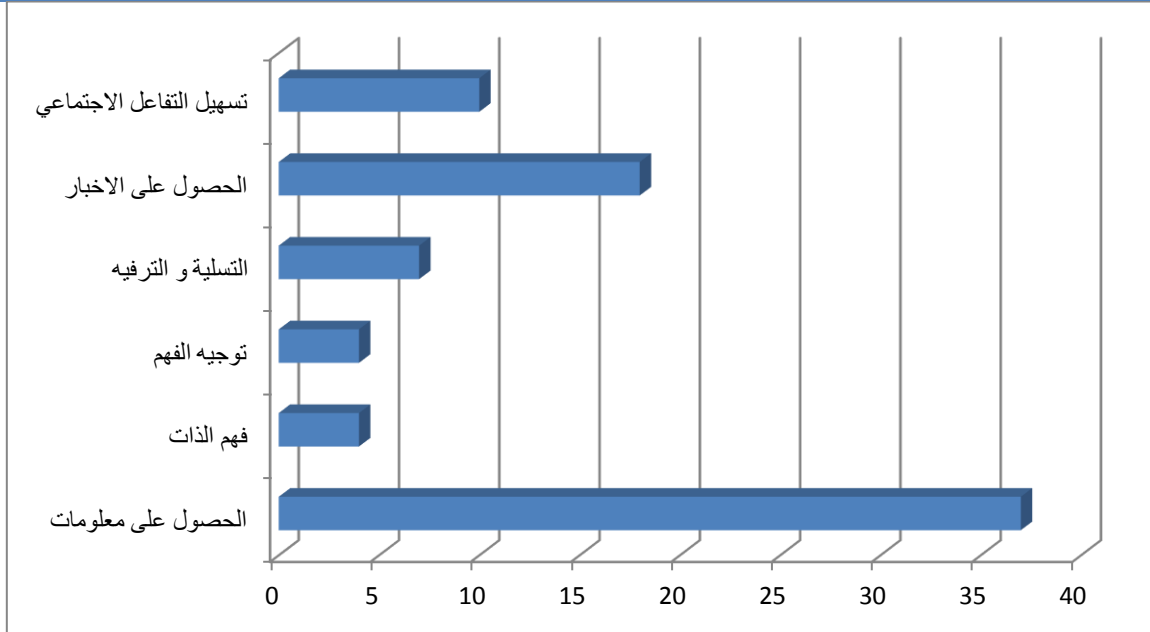


مخطط أعمدة يوضح المقصود بالوعي الإعلامي من وجهة نظر العينة المدروسة

من خلال هذا الجدول يتضح أنّ الوعي الإعلامي يعني إدراك الفرد للمضمون الإعلامي وخلفياته حسب 93% من العينة المدروسة، فيما تقاربت نظرتهم للوعي الإعلامي بين معرفة الجهة التي تبث إليها الرسالة بنسبة 16.3% وبين الجهة الإعلامية المسوقة بنسبة 14%، وأضافت نسبة 2.3% توضيحا آخر للوعي الإعلامي كونه معرفة الفرد كيف ينتقي المضامين الإعلامية، ونفسر هذا أن الطالب يركز بالدرجة الأولى على المضمون الإعلامي الذي يشاهده أو يسمعه كمرحلة أولى من مراحل الوعي بعملية الصناعة الإعلامية ويتجه إلى البحث عن باعث هذا المحتوى ومعرفة أهدافه الخفية وجمهوره المستهدف لتمرير رسالته في مراحل متقدمة من العملية النقدية عند الشك في مضمون الرسالة.

جدول رقم (11) يمثل أغراض المبحوثين من التعرض لوسائل الإعلام (+)

المجموع		لا		نعم		الغرض من التعرض لوسائل الإعلام
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	
100	43	13.95	6	86	37	الحصول على معلومات
100	43	90.69	39	9.3	4	فهم الذات
100	43	90.69	39	9.3	4	توجيه الفهم
100	43	83.72	36	16.3	7	التسلية والترفيه
100	43	58.13	25	41.9	18	الحصول على الاخبار
100	43	76.74	33	23.3	10	تسهيل التفاعل الاجتماعي

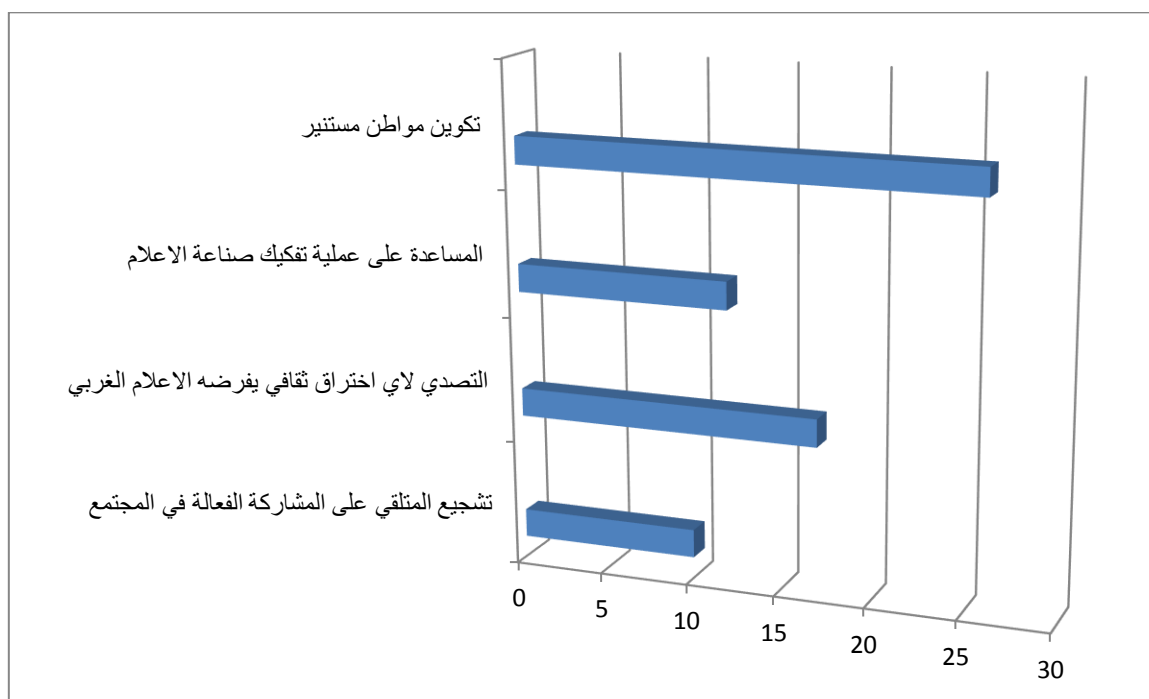


مخطط أعمدة يوضح أغراض المبحوثين من التعرض لوسائل الإعلام

من تفحص معطيات هذا الجدول يتضح أن طالب الإعلام يستعمل وسائل الإعلام للحصول على المعلومات والتزود بالأخبار بالدرجة الأولى، بنسبة 86% و 41.9% على التوالي، ثم لتسهيل التفاعل الاجتماعي بنسبة 23.3% وكذلك لغرض التسلية والترفيه بنسبة 16.3% وأخيرا لفهم الذات وتوجيه الفهم بنسبة 9.3% لكل منهما، تفسير طغيان الوظيفة الإخبارية من التعرض لوسائل الإعلام راجع إلى طبيعة التخصص التي تفرض على طالب الإعلام مواكبة المستجدات من جهة، ومن جهة أخرى رغبته الشخصية في إشباع فضوله من خلال معرفة كل جديد أولا بأول، وهذا ما تؤكد نظرية التماس المعلومات: أنّ هناك عوامل عديدة يمكن أن تؤثر على اختيار الفرد للرسائل الاتصالية التي يتعرض لها، ومن هذه العوامل إمكانية توظيف المعلومات لخدمة أهداف محددة، أو إشباع حاجات أساسية في موضوع معين، أو البحث عنها لمجرد الترفيه والتسلية، أو بسبب الحاجة للتتبع، أو بسبب سمات الشخصية، وكما هو معروف فالفضول من أساسيات العمل الصحفي في الوصول إلى المعلومة.

جدول رقم (12) يمثل أهم وظائف الوعي الإعلامي حسب رأي المبحوثين (+)

مجموع		لا		نعم		أهم وظائف الوعي الإعلامي
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	
100	43	76.74	33	23.3	10	تشجيع المتلقي على المشاركة الفعالة في المجتمع
100	43	60.46	26	39.5	17	التصدي لأي اختراق ثقافي يفرضه الإعلام الغربي
100	43	72.09	31	27.9	12	المساعدة على عملية تفكيك صناعة الإعلام
100	43	39.53	17	60.5	26	تكوين مواطن مستنير



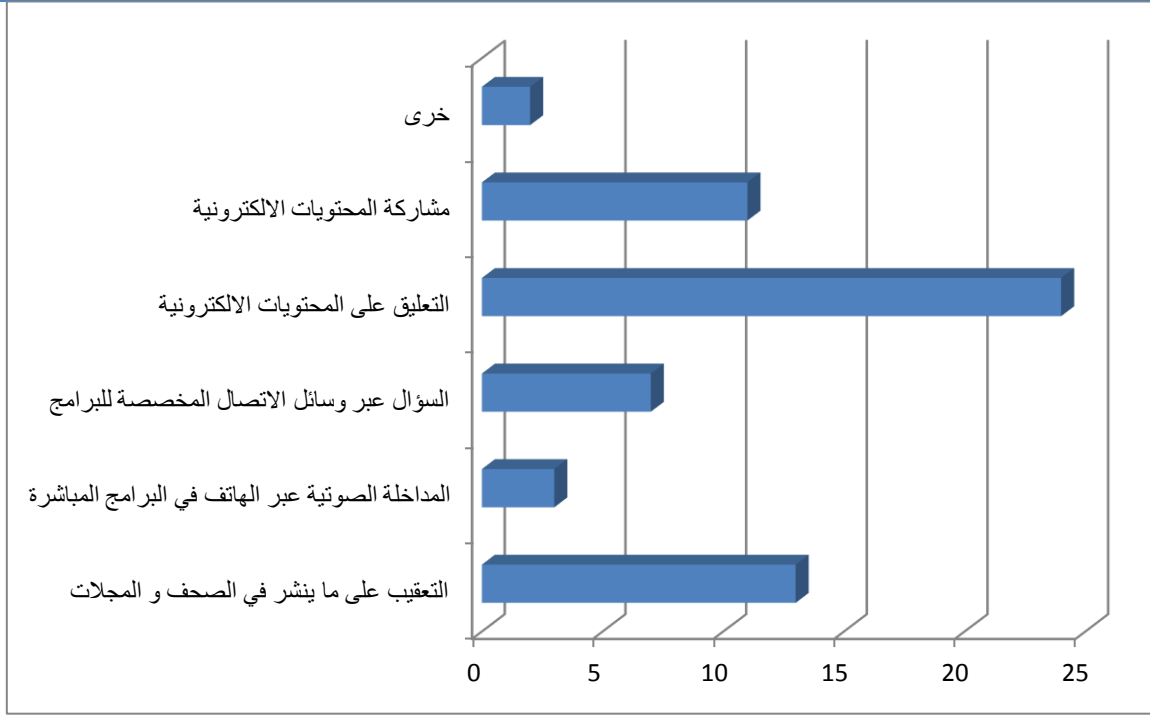
مخطط أعمدة يوضح أهم وظائف الوعي الإعلامي حسب رأي المبحوثين

إنّ بيانات هذا الجدول تبين أن أهم وظيفة للوعي الإعلامي تتمثل في تكوين مواطن مستنير بنسبة 60.5% من إجابات المبحوثين، تلتها نسبة 39.5% لوظيفة التصدي لأي اختراق ثقافي يفرضه الإعلام الغربي، فيما تقاربت نسب المساعدة على عملية تفكيك صناعة الإعلام وتشجيع المتلقي على المشاركة الفعالة في المجتمع بـ 27.9% و 23.3% على التوالي، وهذا راجع إلى وعي الطالب بالخصائص والشروط الواجب توفرها في الفرد حتى يصبح مواطناً مستنيراً وأن بقية الوظائف ما هي إلا تحصيل حاصل للوصول إلى هذه الدرجة من الوعي. إذ يؤكد الخبراء أنّ الشباب وخاصةً الذي لم يصب حظاً كافياً من التعليم إذا كان واعياً ببيئته وملماً بأحداث الساعة من خلال اطلاعه على الوسائل الإعلامية، وقادراً على استخدام أدوات الاتصال في التعبير عن ذاته، سيصبح مواطناً أفضل تكويناً وأكثر التزاماً.¹

جدول رقم (13) يمثل كيفية تفاعل العينة المدروسة مع وسائل الإعلام (+)

المجموع		لا		نعم		كيفية التعامل مع ما تقدمه وسائل الإعلام
%	ت	%	ت	%	ت	
100	43	69.76	30	30.2	13	التعقيب على ما ينشر في الصحف والمجلات
100	43	93.02	40	7	3	المدخلة الصوتية عبر الهاتف في البرامج المباشرة
100	43	83.72	36	16.3	7	السؤال عبر وسائل الاتصال المخصصة للبرامج
100	43	44.18	19	55.8	24	التعليق على المحتويات الالكترونية
100	43	74.41	32	35.6	11	مشاركة المحتويات الالكترونية
100	43	95.34	41	4.7	2	أخرى

¹ محمد النذير عبد الله ثاني: المرجع السابق، ص 40



مخطط أعمدة يوضح كيفية تفاعل العينة المدروسة مع وسائل الإعلام

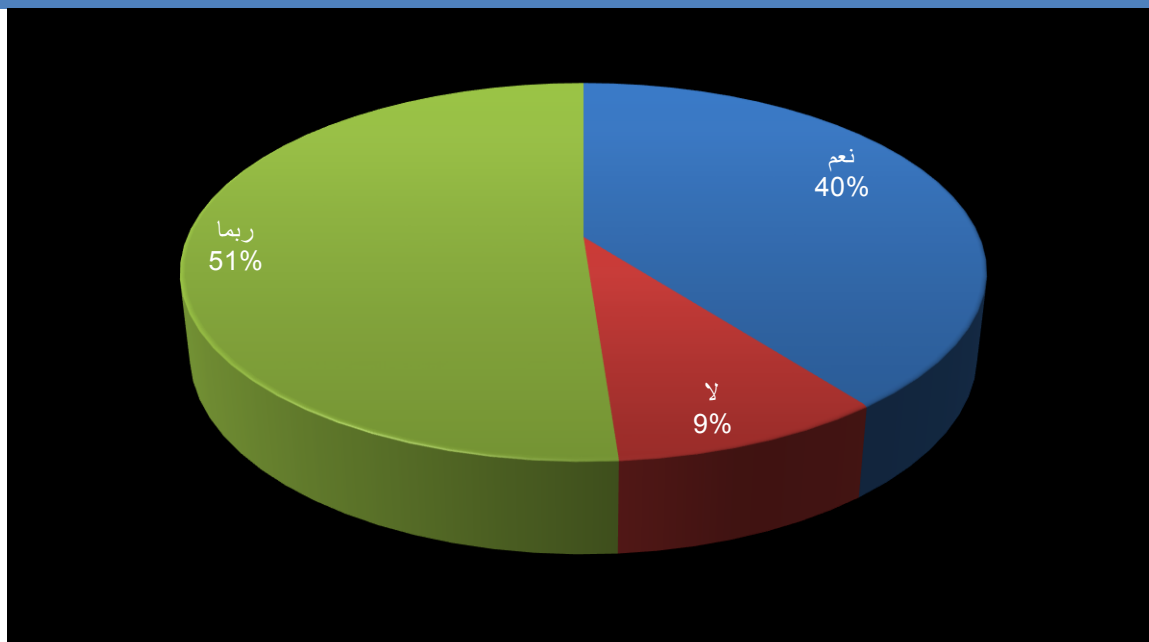
يتبين من خلال هذا الجدول أنّ 55.8% من المبحوثين يتفاعلون مع وسائل الإعلام المختلفة من خلال التعليق على المحتويات الإلكترونية، كما تتقارب نسبة تفاعل نفس العينة من خلال مشاركة المحتويات الإلكترونية وكذا التعقيب على ما ينشر في الصحف والمجلات بنسبة 35.6% و 30.2% على التوالي، وتسجيل نسبة 16.3% من إجابات المبحوثين للسؤال عبر وسائل الاتصال المخصصة للبرامج كأسلوب للتفاعل مع ما تقدمه وسائل الإعلام، في حين اكتفى أسلوب التفاعل عن طريق المدخلة الصوتية عبر الهاتف في البرامج المباشرة فقط بنسبة 7% من إجابات الطلبة، كما أضاف 4.7% من المبحوثين أنّ البعض منهم يقوم بالتأكد من مصدر الخبر أولاً ثم التفاعل معه، والبعض الآخر صرح بعدم التفاعل كلياً وفي كل الأحوال، يعود تفسير هذا التباين في أساليب التفاعل مع وسائل الإعلام إلى أنّ وسائل الإعلام والاتصال الحديثة برغم تفوقها في جذب الجمهور لمتابعتها والتفاعل من خلالها إلا أنّها لم تقضي على تلك التقليدية من صحافة مكتوبة وراديو وتلفزيون من جهة، ومن جهة أخرى يعود سبب طغيان التفاعل على المنصات الإلكترونية راجع إلى كثرة متابعتها مقارنة بالتقليدية وهذا بفعل تأثير بنية المجتمع بشكل واضح

على استخدام الأفراد لوسائل الاتصال من أجل التماس المعلومات، حيث يؤثر نوع الوسائل المستخدمة في مجتمع ما على تفضيل الأفراد لوسيلة (وسائل) معينة كمصدر للمعلومات، ولاحظ بعض الباحثين أن بنية المجتمع تشكل عنصراً رئيسياً في السيطرة على المعلومات. فمن خلال تحديد ظروف وسائل الإعلام، تميل بنية المجتمع إلى تشكيل طريقة استخدام الأفراد لوسائل معينة، وتفضيلاتهم النسبية لبعض الوسائل على غيرها، وبالتالي يكون نمط المعلومات المستخدمة والمتوفرة للأفراد في مجتمع ما يختلف بشدة من مجتمع لآخر.¹

جدول رقم (14) يمثل نظرة المبحوثين لإمكانية تحقيق الوعي الإعلامي

النسبة المئوية %	التكرار	إمكانية تحقيق الوعي الإعلامي
39.5	17	نعم
9.3	4	لا
51.2	22	ربما
100	43	المجموع

¹ حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد: مرجع سبق ذكره، ص 338



دائرة نسبية توضح نظرة المبحوثين لإمكانية تحقيق الوعي الإعلامي

من خلال تفحص بيانات هذا الجدول نلاحظ أن أكثر من نصف العينة تقريبا تتحفظ في الحكم على إمكانية تحقيق الوعي الإعلامي من عدمه في مجتمعات اليوم وذلك بنسبة 51.2%، أما النصف الآخر فانقسم إلى مؤيد بالأغلبية ومعارض بنسبة 39.5% و 9.3% على التوالي، تفسير هذا التحفظ راجع إلى أن الطالب يدرك إلى حد بعيد واقع الحال الذي فرضته وسائل الإعلام في ظل تطور وسائل الاتصال هذا من جهة، ومن جهة أخرى إلى صعوبة تحقيق ذلك في مجتمعات رقمية تتلقى الرسائل من كل حدب وصوب ويتدفق سريع وقافر قد يمنع طرق الحصانة من تحقيق أهدافها وأن الوعي الإعلامي لا يبلغ أن يتوصل إليه إلا في حضور شئنين أساسيين؛ الأول يتمثل في الرفع من مستوى الرسائل الإعلامية واحترام عقول الجماهير بانتهاج المهنية، والثاني هو مدى ارتباط المجتمعات بمرجعيتها المعرفية والحضارية لمواجهة هذا الخطر الإعلامي المستهلك عبر الوسائط الإعلامية،¹ أما تفسير النظرة التفاؤلية وكذا التشاؤمية لإمكانية تحقيق الوعي الإعلامي اليوم يعود إلى التباين في أعمار الطلبة وخبرتهم في الحياة، حيث تشكل فئة الشباب أغلبية

¹ سكينه العابد: موقع سبق ذكره، 2020/02/26، 15:55

العينة المدروسة حسب معطيات الجدول رقم (1) وكما هو معروف نظرة الشباب التفاؤلية للمستقبل بالمقارنة مع غيرهم من الكهول نظرا لتجاربهم الحياتية.

• المحور الرابع: تأثير التربية الإعلامية على الوعي الإعلامي لطالب علوم الإعلام

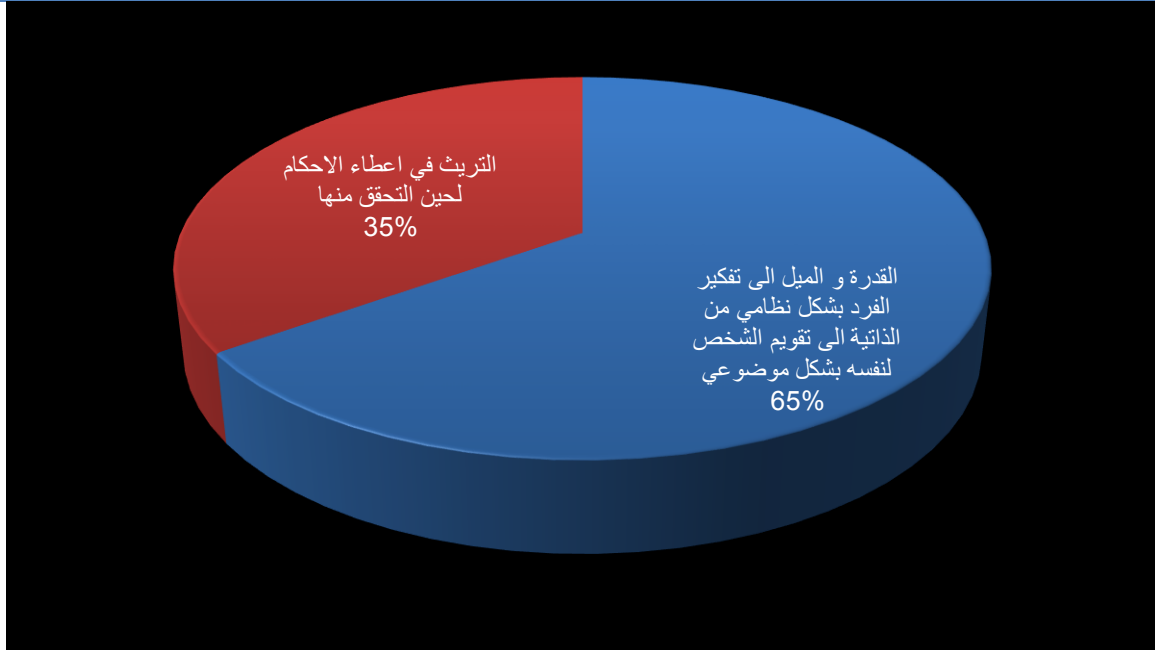
والاتصال من خلال مهارة التفكير الناقد

سنقوم هنا بقياس مستوى التفكير الناقد لدى الطالب الجامعي، والتعرف على مساهمة التربية الإعلامية

في تنمية الوعي الإعلامي لطالب علوم الإعلام والاتصال من خلال مهارة التفكير الناقد.

جدول رقم (15) يمثل مفهوم التفكير الناقد من وجهة نظر المبحوثين

النسبة المئوية %	التكرار	مفهوم التفكير الناقد
65.1	28	القدرة والميل الى تفكير الفرد بشكل نظامي من الذاتية الى تقويم الشخص لنفسه بشكل موضوعي
34.9	15	التريث في اعطاء الاحكام لحين التحقق منها
100	43	المجموع



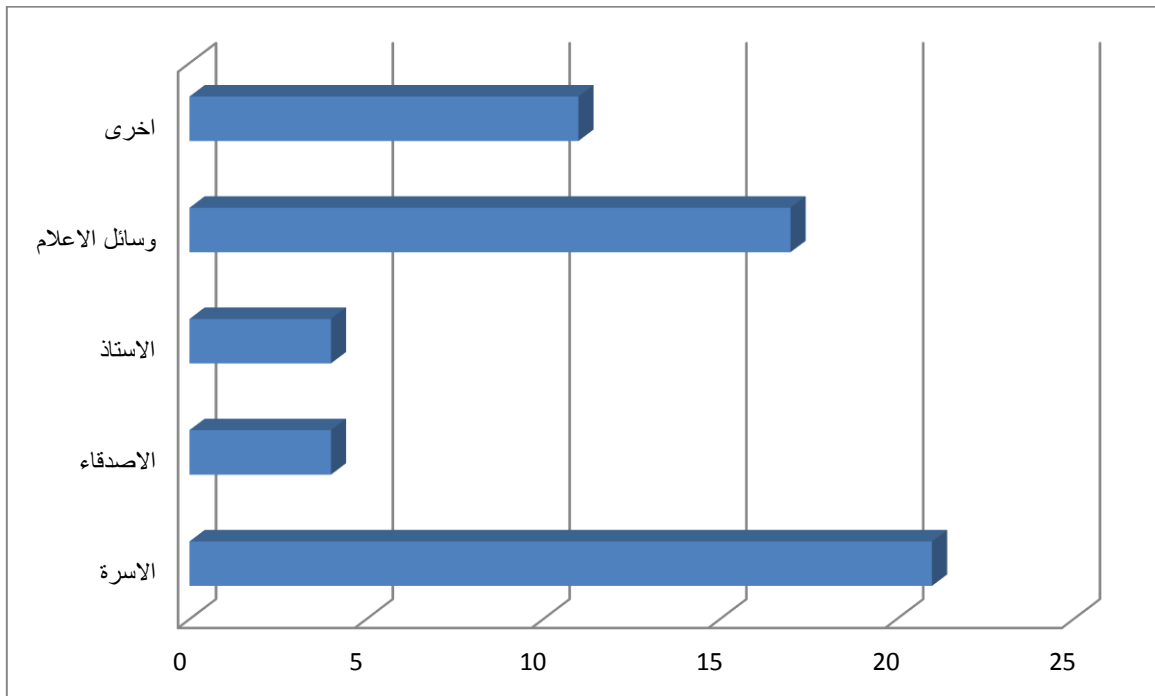
دائرة نسبية توضح مفهوم التفكير الناقد من وجهة نظر المبحوثين

حسب معطيات هذا الجدول يتفق ثلثي المبحوثين تقريبا على أن التفكير الناقد يعني القدرة والميل إلى تحسين تفكير الفرد بشكل نظامي من الذاتية إلى تقويم الشخص لنفسه بشكل موضوعي بنسبة بلغت 65.1%، فيما ترى بقية أفراد العينة والمقدرة بـ 34.9% أن التفكير الناقد يعني التريث في إعطاء الأحكام لحين التحقق منها، تفسير هذا أن أغلبية الطلبة يركزون على الهدف الشخصي من وراء التفكير الناقد من أجل تطوير تفكيرهم والسيطرة عليه، أما البقية فيركزون على الجانب الاجتماعي من وراء التفكير الناقد كعملية ذهنية يؤديها الفرد عندما يطلب إليه الحكم على قضية أو مناقشة موضوع أو إجراء تقويم، إنه الحكم على صحة رأي أو اعتقاد وفعاليتته عن طريق تحليل المعلومات وفرزها واختبارها بهدف التمييز بين الأفكار الإيجابية والسلبية.¹

¹ عدنان يوسف العتوم وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص 29

جدول رقم (16) يمثل مصادر التأثير على قرارات المبحوثين (+)

المجموع		لا		نعم		مصدر التأثير على القرارات
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	
100	43	51.16	22	48.8	21	الأسرة
100	43	90.69	39	9.3	4	الأصدقاء
100	43	90.69	39	9.3	4	الأستاذ
100	43	60.46	26	39.5	17	وسائل الاعلام
100	43	74.41	32	25.5	11	أخرى



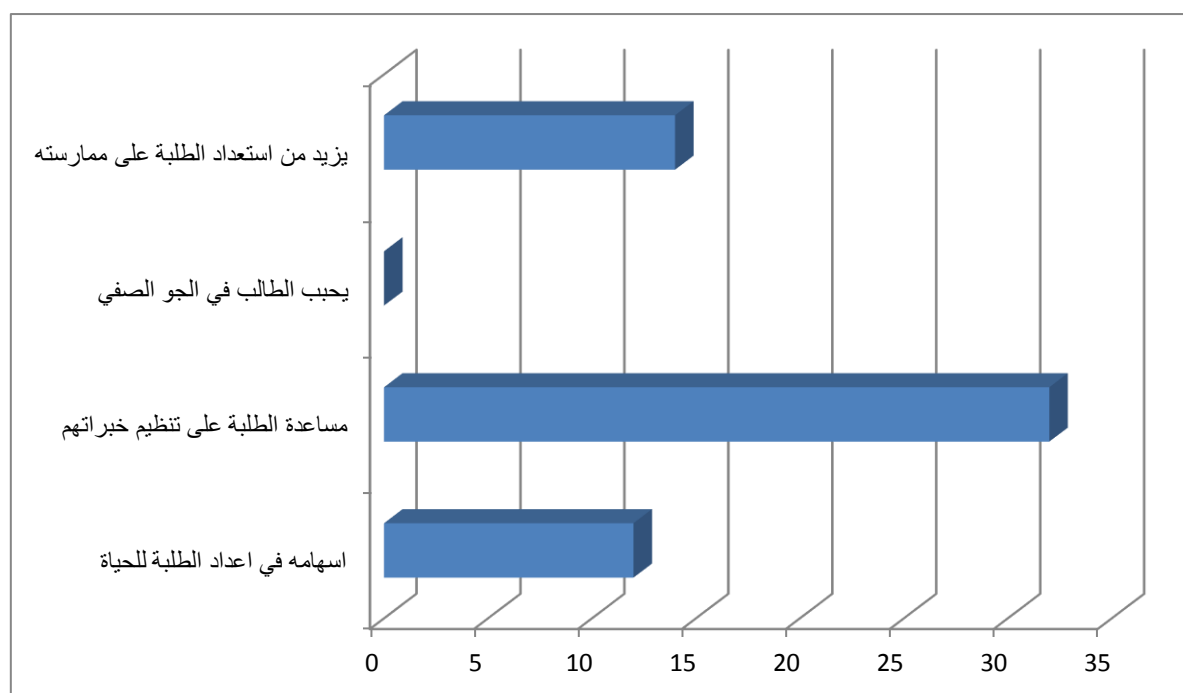
مخطط أعمدة يوضح مصادر التأثير على قرارات المبحوثين

من خلال التدقيق في معطيات هذا الجدول ومقارنتها بالجدول رقم 5 يتأكد دور الأسرة مجدداً في التأثير على قرارات الفرد المجسّد في الطالب الجامعي في هذه الدراسة بنسبة 48.8%، تليها وسائل الإعلام في نفس المرتبة التي احتلتها في نفس الجدول السابق المذكور (الجدول رقم 5) بنسبة 39.5%، وأفادتنا نسبة 25.5% أن العقل والتجربة هما سيّداً صاحبه كمصدران آخزان للتأثير على قرارات الفرد، فيما تساوى الأستاذ في القسم والأصدقاء في نسبة التأثير على قرارات وأراء أفراد العينة بنسبة 9.3% لكليهما، من خلال ما سبق يتضح أنّ الطالب يعتمد على عديد المصادر أثناء عملية بحثه عن المعلومات، وهذا ما تؤكده نظرية التماس المعلومات من خلال استراتيجية البحث المجازف التي تعتمد على مصدر معين أو عدة مصادر رسمية مثل الكتب والخبراء، وغير رسمية مثل الأقران والجماعات المرجعية¹، وأنّ الأسرة رفقة وسائل الإعلام من أقوى المؤثرات على طالب الإعلام، ومن أكثر المصادر المستخدمة للحصول على المعلومات من طرفه، وأنّ درجة ارتباط الطالب بالأسرة تفوق درجة ارتباطه بالإعلام رغم إحكام هذا الأخير سيطرته على العالم. كذلك يصنّف العقل والتجربة من بين أقوى المؤثرات على الفرد حسب إضافات نسبة معتبرة من المبحوثين، وهذا ما تؤكده مجدداً النظرية من خلال قدرة الفرد على تصنيف المعلومات المحصل عليها وتحليلها وربطها بالخبرة السابقة لديه.

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيّد: مرجع سبق ذكره، ص 338

جدول رقم (17) يبين وظائف التفكير الناقد حسب رأي المبحوثين (+)

المجموع		لا		نعم		وظائف التفكير الناقد
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	
100	43	72.09	31	27.9	12	إسهامه في اعداد الطلبة للحياة
100	43	25.58	11	74.4	32	مساعدة الطلبة على تنظيم خبراتهم
100	43	100	43	0	0	يحبب الطالب في الجو الصفي
100	43	67.44	29	32.6	14	يزيد من استعداد الطلبة على ممارسته



مخطط أعمدة يوضح وظائف التفكير الناقد حسب رأي المبحوثين

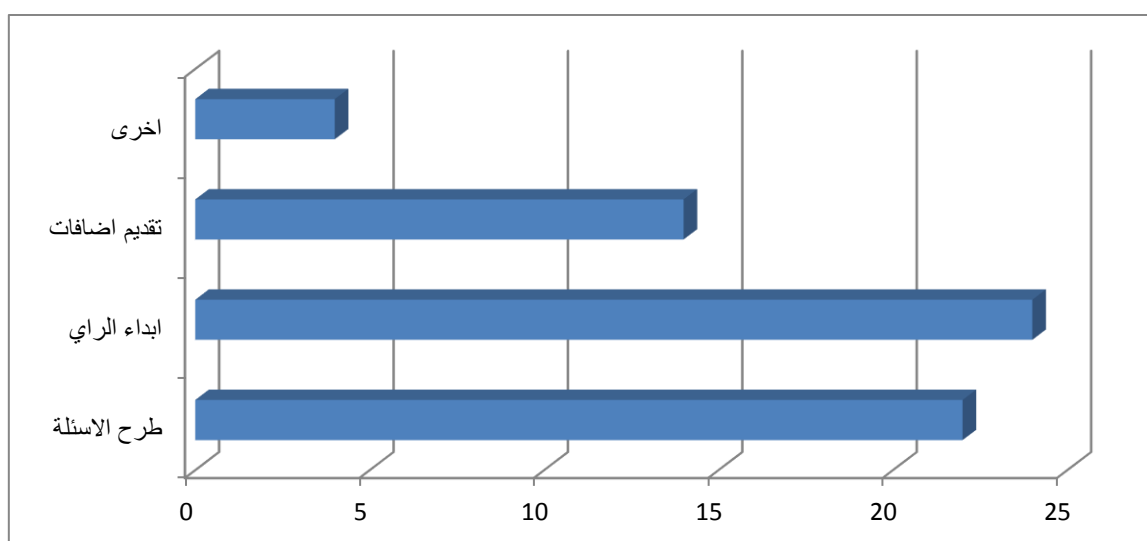
يبرز هذا الجدول تباينا في مدى استفاة الطلبة من التفكير الناقد داخل القسم وخارجه، حيث انعدمت

نسبة استفادته منه داخل حجرة الصف، فيما ساهم التفكير الناقد على مساعدتهم على تنظيم خبراتهم بنسبة

74.4%، وكذا زيادة استعدادهم على ممارسته بنسبة 32.6%، وأخيرا إسهامه في إعداد الطلبة للحياة بنسبة 27.9%، تفسير هذا أنّ الطالب لا يجد غايته من التفكير الناقد داخل حجرة الصف، وأن الطالب يستعمل هذه المهارة في تنظيم معظم شؤون حياته ما عدا الدراسة.

جدول رقم (18) يمثل كيفية تفاعل المبحوثين أثناء المحاضرة (+)

المجموع		لا		نعم		كيفية التفاعل مع الأستاذ
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	
100	43	48.83	21	51.2	22	طرح الأسئلة
100	43	44.18	19	55.8	24	إبداء الرأي
100	43	67.44	29	32.6	14	تقديم إضافات
100	43	90.69	39	9.4	4	أخرى

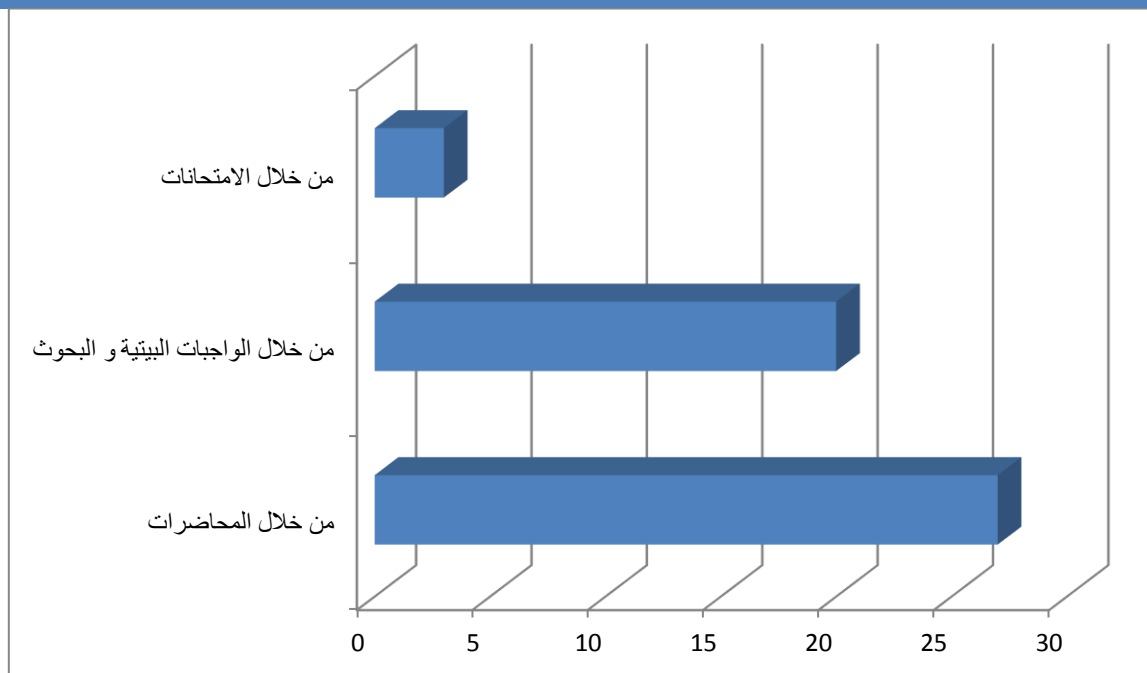


مخطط أعمدة يوضح كيفية تفاعل المبحوثين أثناء المحاضرة

من خلال هذا الجدول تقاربت إجابات المبحوثين وتكررت للإجابة الواحدة في كيفية تفاعلهم مع الأستاذ داخل القسم، بين إبداء الرأي بنسبة 55.8% وطرح الأسئلة بنسبة 51.2% وتقديم الإضافات بنسبة 32.6%، فيما أضافت نسبة 9.4% من المبحوثين أنها لا تتفاعل وتفضل الاستماع فقط، تفسير هذه النسب المرتفعة في التفاعل الإيجابي مع الأستاذ، أنّ الطالب يجد المناخ الملائم داخل حجرة الصّف لمشاركة أستاذه وزملائه عملية تقديم الدّروس، هذا من جهة، ومن جهة أخرى الطالب مؤهل للمشاركة الفعالة في المجتمع من خلال ما أبداه من تفاعل في القسم.

جدول رقم (19) يمثل أنسب الطرق لتعليم التفكير الناقد من وجهة نظر أفراد العينة (+)

المجموع		لا		نعم		طرق تعليم التفكير الناقد
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	
100	43	37.20	16	62.8	27	من خلال المحاضرات
100	43	53.48	23	46.5	20	من خلال الواجبات البيتية والبحوث
100	43	93	40	7	3	من خلال الامتحانات



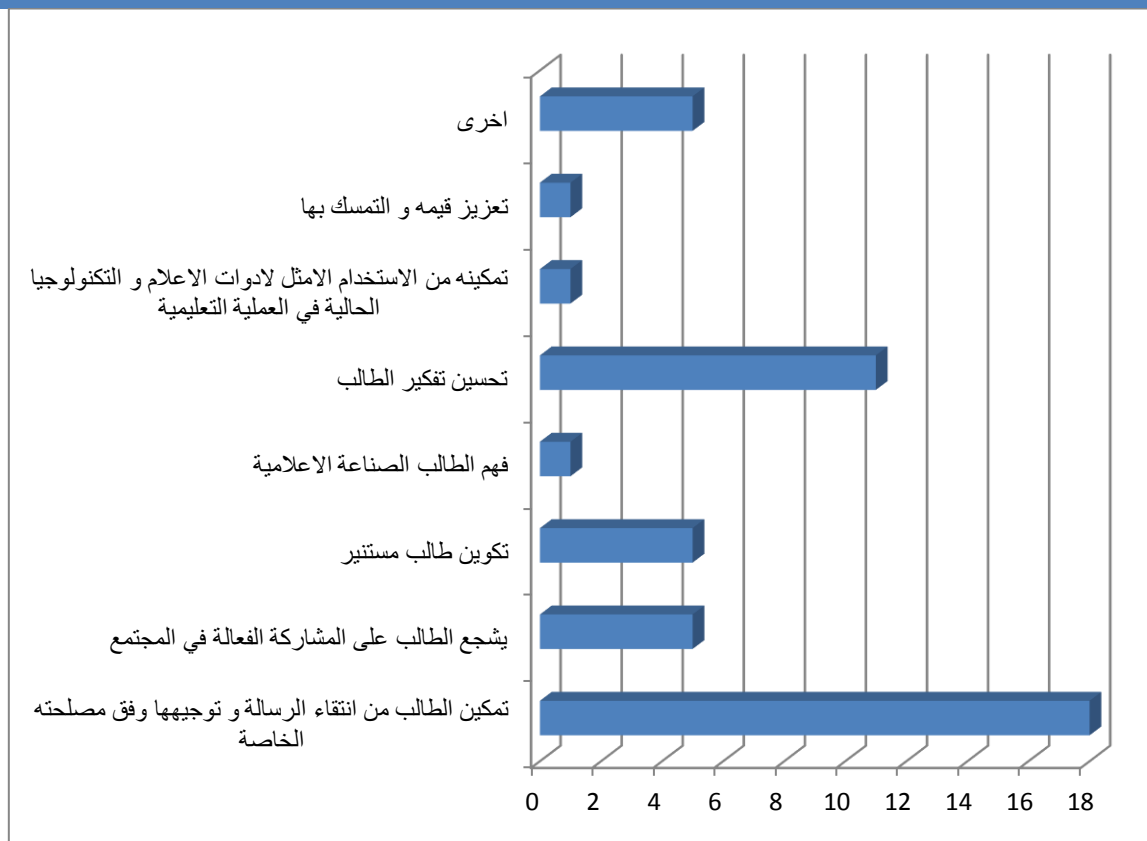
مخطط أعمدة يوضح أنسب الطرق لتعليم التفكير الناقد من وجهة نظر أفراد العينة

يبين هذا الجدول أن الطالب يرى أنجع طريقة لتعليم التفكير الناقد تكون من خلال المحاضرات بنسبة 62.8%، وكذلك من خلال الواجبات البيتية والبحوث بنسبة 46.5%، وأخيراً من خلال الامتحانات بنسبة 7% من إجابات المبحوثين، ذلك أن طالب الإعلام يعتبر توجيه الأستاذ ضروري في عملية تعليم التفكير الناقد ويفضل أسلوب المناقشة والحوار أثناء المحاضرة لاستثارة تفكيره ومحاكمة المادة المقدمة له بطريقة منطقية وعقلانية بعيداً عن أساليب التلقين التقليدية، كذلك تعتبر الواجبات البيتية والبحوث وسيلة فعالة وفرصة جيدة لتنمية بعض مهارات التفسير والاستدلال والمحاكمات المنطقية وتعد الكتابة من الطرق الهامة التي تجبر الطلبة على إعادة النظر بأفكارهم أو مراجعة الدراسات السابقة ومحاكمتها¹ هذا من جهة، ومن جهة أخرى يحتاج الطالب متسعاً من الوقت لمناقشة أفكاره بهدوء وبعيداً عن أي ضغط.

¹ عدنان يوسف العتوم وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص 84

جدول رقم (20) يمثل تأثير التربية الإعلامية على الوعي الإعلامي للطلاب الجامعي من خلال مهارة التفكير الناقد (+)

المجموع		لا		نعم		تأثير التربية الإعلامية على الوعي الإعلامي للطلاب الجامعي من خلال مهارة التفكير الناقد
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	
100	43	58.13	25	41.86	18	تمكين الطالب من انتقاء الرسالة وتوجيهها وفق مصلحته الخاصة
100	43	88.37	38	11.62	5	يشجع الطالب على المشاركة الفعالة في المجتمع
100	43	88.37	38	11.62	5	تكوين طالب مستنير
100	43	97.67	42	2.32	1	فهم الطالب الصناعة الإعلامية
100	43	74.41	32	25.58	11	تحسين تفكير الطالب
100	43	97.67	42	2.32	1	تمكينه من الاستخدام الأمثل لأدوات الإعلام والتكنولوجيا الحالية في العملية التعليمية
100	43	97.67	42	2.32	1	تعزيز قيمه والتمسك بها
100	43	88.37	38	11.62	5	أخرى



مخطط أعمدة يوضح تأثير التربية الإعلامية على الوعي الإعلامي للطلاب الجامعي من خلال مهارة التفكير الناقد

الجدول الأخير عبارة عن سؤال مفتوح تركت فيه الحرية للمبحوثين للتعبير عن علاقة التربية الإعلامية بالوعي الإعلامي من خلال مهارة التفكير الناقد كل حسب نظرتهم، حيث تم تقيئة الإجابات حسب ما تطرق إليه كل طالب، ومن خلال تمحيص بيانات الجدول اتضح أنّ أغلبية الإجابات تتمحور حول تمكين الطالب من انتقاء الرسالة وتوجيهها وفق مصلحته الخاصة بنسبة 41.86%، ثم تحسين تفكير الطالب بنسبة 25.58%، فيما تساوت نظرتهم للتربية الإعلامية وأهميتها في رفع الوعي الإعلامي لطالب الإعلام من خلال تشجيعها الطالب على المشاركة الفعالة في المجتمع وكذا تكوين طالب مستنير بنسبة 11.62% لكليهما، وقدرت نسبة 2.32% من إجابات المبحوثين تفضي أن تأثير التربية الإعلامية على الوعي الإعلامي لطالب الإعلام يظهر من خلال تمسكه بقيمه وتعزيزها، فيما انصرف بقية المبحوثين عن الإجابة على هذا السؤال. تفسير كل هذا يتجسد في نظرية التماس المعلومات ومعالجتها؛ فلا يمكن الانتقاء والتعامل مع المضامين الإعلامية على النحو السليم، ولا تمكين الطالب من فهم الصناعة الإعلامية ولا تحسين

تفكيره، ولا تعزيز قيمه واتجاهاته، إلا من خلال التحفيز على البحث عن المعلومات من مصادر عديدة، وكذا تنمية التفكير السليم الذي يقوم على التحليل والتفسير وربط المعلومات بعضها ببعض، واستعمالها في تدعيم اتجاهات المتلقي، وذلك من أجل الوصول إلى القرار المناسب والحكم السليم على الأمور.

ثانياً/ نتائج الدراسة

لقد كشفت الدراسة التي قمنا بها، والتي تدور حول تأثير التربية الإعلامية على الوعي الإعلامي للطالب الجامعي من خلال مهارة التفكير الناقد، على مجموعة من النتائج، ساهمت في الإجابة على التساؤلات المقترحة في الإشكالية، ويمكن تقسيمها إلى جزئية وعامة كالتالي:

1) النتائج الجزئية للدراسة:

- ✓ وسائل الإعلام تستهلك الكثير من وقت طالب الإعلام والاتصال في تخصص السمعى البصري.
- ✓ وسائل الإعلام الوطنية وحتى العربية تفشل في استقطاب اهتمام الطلبة الجامعيين، ووسائل الإعلام العالمية سبيل طالب الإعلام للتفاعل مع مجريات العولمة.
- ✓ نجاح محتويات المقاييس الدراسية الموجهة لطلبة الإعلام والاتصال في تخصص السمعى البصري إلى حد ما في التعريف بالتربية الإعلامية كمفهوم جديد للتعامل مع الإعلام.
- ✓ الحاجة إلى تفعيل التربية الإعلامية كمقياس مستقل لتحقيق أفضل النتائج في هذا المجال.
- ✓ طالب الإعلام والاتصال في تخصص السمعى البصري بجامعة تبسة، يعي جيدا أسباب استخدامه لوسائل الإعلام وغايته منها، وتطغى في ذلك الحاجة للحصول على المعلومات والتزود بالأخبار كأولى اهتماماته للتعامل مع الإعلام.
- ✓ الوصول إلى المواطن المستنير هو غاية التربية الإعلامية وقمة الوعي الإعلامي.

- ✓ الوعي الإعلامي مطلب يمكن تحقيقه في مجتمعات اليوم.
- ✓ التفكير الناقد هو القدرة والميل إلى تحسين تفكير الفرد بشكل نظامي من الذاتية إلى تقويم الشخص لنفسه بشكل موضوعي.
- ✓ الأسرة كمؤسسة من مؤسسات التنشئة الاجتماعية، لازالت تلعب دورها في تربية الطالب إعلامياً رغم تراجع المدرسة والمسجد في ذلك، ووسائل الإعلام في مرحلة متقدمة من السباق للظفر بهذا الدور، على حساب مؤسسات التنشئة الاجتماعية التقليدية.
- ✓ يساعد التفكير الناقد الطلبة على تنظيم خبراتهم، وتطبيق أفكارهم وإعدادهم للحياة.
- ✓ يتفاعل الطالب الجامعي إيجابياً مع الأستاذ ويساعده في عملية تقديم الدروس، مما يؤهله مستقبلاً للمشاركة الفعالة في المجتمع.
- ✓ أنجع طريقة لتعليم التفكير الناقد في الجامعة، تكون من خلال المحاضرات والواجبات البيتية والبحوث.

(2) النتائج العامة للدراسة:

- ✓ على ضوء التساؤل المركزي للدراسة، توصلنا إلى أنّ التربية الإعلامية تعمل على رفع الوعي الإعلامي للطالب الجامعي، من خلال تنمية الحس النقدي للمتلقي في تعامله مع المعلومة مهما كان مصدرها.
- ✓ على ضوء التساؤل الفرعي الأول، فإنّ أهمية التربية الإعلامية للطالب الجامعي في تخصص الإعلام والاتصال بجامعة تبسة، تتمثل في تمكينه من فهم الممارسة الإعلامية التي تعمل على الأقل في مجتمعه.

✓ على ضوء التساؤل الفرعي الثاني، توصلنا إلى أن الوعي الإعلامي يعني إحاطة المتلقي بالمضمون الإعلامي وخلفياته بالدرجة الأولى، وذلك من منظور طالب الإعلام في جامعة تبسة، وأن مظاهر

الوعي الإعلامي لديه، تتجلى في التفاعل مع المحتويات الإلكترونية ووسائل الإعلام التقليدية.

✓ على ضوء التساؤل الفرعي الثالث، فإن تأثير التربية الإعلامية على الوعي الإعلامي للطلاب

الجامعي من خلال مهارة التفكير الناقد، يتجلى في تمكين الطالب من انتقاء المضامين الإعلامية

وتوجيهها وفق مصلحته الخاصة.

فالمتلقي يتعرض للرسالة الإعلامية التي يكون بصدد نقدها، إذ يكون في بداية الأمر محاطا بمجموعة

من الدوافع النفسية التي حفزته للتعرض، ثم يفكر ويدرك مضمون هذه الرسالة، وهنا يتحقق الوعي الإعلامي

من خلال عمليات الفهم والمعرفة والإدراك، حيث يمارس المتلقي مجموعة من العمليات العقلية المعقدة بهدف

الوقوف على خلفيات الرسالة الإعلامية وربطها بالمتغيرات السوسيوثقافية، ليصل إلى المستوى النهائي من

الوعي والمتمثل في المستوى السلوكي.

ولا يمكن الانتقاء والتعامل مع المضامين الإعلامية على النحو السليم، ولا تمكين الطالب من فهم

الصناعة الإعلامية ولا تحسين تفكيره، ولا تعزيز قيمه واتجاهاته، إلا من خلال التحفيز على البحث عن

المعلومات من مصادر عديدة، وكذا تنمية التفكير السليم الذي يقوم على التحليل والتفسير وربط المعلومات

بعضها ببعض، واستعمالها في تدعيم اتجاهات المتلقي، وهذا ما تؤكد نظرية التماس المعلومات ومعالجتها.

خاتمة

خاتمة:

ونشير في الختام إلى أنّ مواجهة الخطر الإعلامي المحلي أو الأجنبي، لا يكون بالانعزال واعتزال وسائل الإعلام وتجاهل الزحف التكنولوجي، من منظور أنها شر كلّه، بل من خلال التفاعل الإيجابي والوعي الإعلامي والتفكير النقدي الذي تؤكدّه التربية الإعلامية.

لكن السؤال المطروح هنا؛ هو كيف يتم تحقيق هذا المستوى من الوعي لدى المتلقي للتعامل مع الإعلام؟ وكيف يتم الوصول إلى تربية إعلامية شاملة تستهدف ليس فقط؛ المتعلمين والشباب في المدارس، بل وكل فئات المجتمع من مختلف الأعمار؟ فإذا افترضنا أنّ التربية الإعلامية سهل تفعيلها في المؤسسات الرسمية كالجامعة والمدرسة وربما المسجد، وبالتالي احتواء جزء ولو بسيط من المجتمع، ماذا عن البقية؟ وهي الأغلبية الساحقة التي تغزو الشارع والمستهدفة أصلاً من القصف الإعلامي، أي وسيلة نقصد حتى نصل إليهم؟ إذا كانوا منصرفين أصلاً عن المدرسة والجامعة والمسجد، ولا يهتمون لأمر الدورات التدريبية في هذا المجال ولا يسمعون عنها أصلاً، هل الحل سيكون في وسائل الإعلام، ونعود إلى نقطة الصفر مجدداً؟ وهل تستعمل المشكلة في حلّ المشكلة؟! أم أنّ وسائل الإعلام ستنشّق على نفسها في مواجهة نفسها؟ وإذا حدث ذلك، فبأي قوّة حدث؟ وهل ما ستقدمه وسائل الإعلام حينها، سيكون تربية إعلامية أم إعلاماً تربوياً؟؟؟

قائمة

المصادر والمراجع

أولاً/ المصادر والمراجع باللغة العربية

(1) القواميس والمعاجم:

1. ابن المنظور: معجم لسان العرب، د س، المجلد5، الجزء38 / المجلد6، الجزء50 / المجلد6،
الجزء54

2. أحمد بن فارس: معجم مقاييس اللغة، دار الفكر، بيروت، 1415هـ.

(2) الكتب:

3. ابراهيم بن أحمد الحارثي: أنواع التفكير، ط2، دار المقاصد للنشر والتوزيع، الروابط العالمية
للنشر والتوزيع، 2009

4. أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط3، ديوان المطبوعات
الجامعية، الجزائر، 2007

5. بشرى حسين الحمداني: التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع،
عمان، 2015

6. حسن أحمد القرة غولي، جبار وادي العكيلي: سيكولوجية الوعي الذاتي والافئاع الاجتماعي، ط1،
مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2014

7. حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية
اللبنانية، 1998

8. خالد حامد: منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط1، دار جسور للنشر والتوزيع،
الجزائر، 2008

9. سائدة أحمد فارس: لا تجعل رأسك حاوية نفايات، ط1، جدارا للكتاب العالمي، الأردن، 2015

10. سعيد عبد العزيز: تعليم التفكير الناقد ومهاراته، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان،
2007

11. سيد محمد ساداتي الشنقيطي: وظيفة الإخبار في سورة الأنعام، ط2، دار عالم الكتب،
الرياض، 1408هـ.

12. عدنان يوسف العتوم وآخرون: تنمية مهارات التفكير نماذج نظرية وتطبيقات عملية، ط1،
دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2007

13. عزام أبو الحمام: الإعلام والمجتمع، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011
14. فهد بن عبد الرحمن الشميمري: التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام، ط1، مكتبة فهد الوطنية، الرياض، 1431هـ
15. محمود محمد غانم: مقدمة في تدريس التفكير، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2009
16. مكي مصطفى: البحث العلمي آدابه وقواعده ومناهجه، ط1، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2013
17. نادية حسين العفون، منتهى مطشر عبد الصاحب: التفكير أنماطه ونظرياته وأساليبه تعليمه وتعلمه، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2012
- (3) الرسائل الجامعية:**
18. طلال بن عقيل بن عطاس الخيري: تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية، أطروحة دكتوراه في الأصول الإسلامية للتربية، قسم التربية الإسلامية والمقارنة، كلية التربية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 1430/1429هـ
19. فتيحة حفحوف: معوقات البحث الاجتماعي في الجامعة الجزائرية من وجهة نظر الأساتذة الجامعيين دراسة ميدانية في جامعات سطيف، قسنطينة، مسيلة، مذكرة ماجستير تخصص ادارة وتنمية الموارد البشرية، قسم علم الاجتماع والديموغرافيا، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2008/2007
- (4) المطبوعات:**
20. هند عزوز: محاضرات في النقد الإعلامي، محاضرات مقدمة لطلبة السنة الثالثة ل م د في الإعلام والاتصال تخصص صحافة مكتوبة، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل، 2016/2015
- (5) المجلّات والدوريات:**
21. أحمد فلوح: الواقع الدّراسي للطلّاب الجامعي دراسة ميدانية، المجلة العربية لعلم النفس، العدد5، 2018

22. أم الرّتم سحر: بين التّربية بالإعلام والتّربية على الإعلام -برامج الأطفال الإذاعية نموذجا وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية، المجلد10، العدد2، ديسمبر2019
23. آيت عيسر فريدة: التربية الإعلامية والثقافة التشاركية، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد6، العدد22، د س
24. بلال بوفينيزة، علي معاش: دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية في التربية الإعلامية بالجزائر، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد الأول، العدد الثاني: مارس2017
25. الخيون، حارث محمد طارق: تأثير تدريس التربية الإعلامية في المدرسة، دار المنظومة، المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، مصر، العدد الأول، يناير/ جمادى الأولى، 2018
26. رضا حيرش: علاقة القيم التقليدية للأسرة الجزائرية بالتفكير الناقد، المجلة الجزائرية للطفولة والتربية، المجلد2، العدد3، د س
27. سامية عواج، أم الرتم سحر: التربية الإعلامية والرقمية ضمن متطلبات التنشئة الاجتماعية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، العدد1، المجلد16، 2019
28. سلاف مشري: التفكير الناقد وأهميته للمتعلم في إطار التعليم الإلكتروني، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد16، سبتمبر2014
29. شاكري كهينة، سرداوي نزييم: التفكير الناقد في التراث التربوي، مجلة مجتمع تربية عمل، العدد5، جوان2018
30. عبيدة صبطي، فريدة فلاك: واقع التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية الجزائرية - دراسة ميدانية على عينة من أساتذة الطّور المتوسّط بمدينة بسكرة 2، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد2، العدد2، جوان2017
31. عمر بن سليمان بن شلاش الشلاش: أثر استخدام بعض استراتيجيات التفكير ما وراء المعرفي في مستوى التفكير الناقد والثقة بالنفس لدى طلاب جامعة شقراء، مجلة البحوث التربوية والتعليمية، المجلد6، العدد12، د س
32. فاضل محمد البدراني: التربية الإعلامية والرقمية وتحقيق المجتمع المعرفي، دار المنظومة الرواد في قواعد المعلومات العربية، المجلد39، العدد452، أكتوبر2016

33. قوعيش جمال الدين: التربية الإعلامية والإعلام الرقمي، مبحث في التحديات والاستراتيجيات، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد الأول، العدد الثالث، جوان 2017

34. محمد النذير عبد الله ثاني: الإعلام التربوي والتربية الإعلامية- مقارنة نسقية مفاهيمية- مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد السابع، ماي 2019

35. محمد بن يخلف، خلايفية محمد: تعليم مهارات التفكير الناقد في المناهج الدراسية، مجلة البحوث التربوية والتعليمية، المجلد 6، العدد 12، د س

36. هند بنت حسين محمد حريزي: تصور مقترح لتضمين التربية الإعلامية في مراحل التعليم العام في المملكة العربية السعودية، دراسات في علوم التربية، المجلد الأول، العدد الرابع، جوان 2018

37. وليدة حدادي، فطيمة أعراب: واقع التربية الإعلامية في الأسرة الجزائرية - دراسة ميدانية على عينة من الأسر بولاية سطيف، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 22، العدد 1، مارس 2017

(6) الملتقيات والمنتديات العلمية:

38. جاب الله حكيمة، شلوش نورة: التربية الإعلامية: التلقي النقدي، المنتدى العالمي للتربية الإعلامية في ظل عالم متغير، رهانات الواقع وتطلعات المستقبل، مخبر الدراسات الإنسانية والأدبية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي، تبسة، 10/9 أبريل 2018

39. صوالحية غنية: دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترسيخ الوعي الإعلامي لدى الشباب الفايبيوك أنموذجا، المنتدى العالمي: التربية الإعلامية في ظل عالم متغير، رهانات الواقع وتطلعات المستقبل، مخبر الدراسات الإنسانية والأدبية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي تبسة، 10/09 أبريل 2018

40. عماري سارة: دور الإعلام في دعم مفهوم التربية الإعلامية وترشيد استخدام وسائله، المنتدى العالمي: التربية الإعلامية في ظل عالم متغير، رهانات الواقع وتطلعات المستقبل، مخبر الدراسات الإنسانية والأدبية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة العربي التبسي-تبسة- 9 أبريل 2018

(7) المقابلات:

41. بدر الدين مسعودي: رئيس قسم علوم الإعلام والاتصال، مقابلة في إطار إعداد مذكرة تخرج، 2020/03/01، 15:06

(8) المواقع الإلكترونية:

42. سكيينة العابد: بين الإعلام والوعي الإعلامي، أصوات الشمال، مجلة عربية ثقافية

[http://aswat-](http://aswat-اجتماعيةشاملة،أصوات،الشمال)

elchamal.com/ar/index.php?p=98&c=2&a=54350

43. نزار نبيل أبو منشار: شبكة الألوكة، <https://www.alukah.net/culture/0/72322/>

الملاحق



LARBI TEBESSI – TEBESSA UNIVERSITY

UNIVERSITE LARBI TEBESSI – TEBESSA-

جامعة العربي التبسي - تبسة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال

الميدان: علوم إنسانية وإجتماعية

الشعبة: إعلام واتصال

التخصص: سمعي بصري

استمارة بحث حول:

تأثير التربية الإعلامية على الوعي الإعلامي للطلاب الجامعي

دراسة ميدانية: على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة العربي التبسي-تبسة_

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر " ل.م.د "

دفعه: 2020

إشراف الأستاذة: د. راضية قراد

إعداد الطالبة: منال غرابية

ملاحظة:

- إن معلومات هذه الاستمارة سرية، ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي لذا نرجو الإجابة بكل موضوعية.
- ضع علامة (×) في خانات الإجابة الصحيحة.
- يمكن الإجابة على أكثر من احتمال في بعض الأسئلة

السنة الجامعية: 2020/2019

الملحق رقم (1): الاستمارة استبيان

المحور الاول: البيانات الشخصية

1. السن:

30-22 40-31 41 فما فوق

2. الجنس:

ذكر انثى

المحور الثاني: أهمية التربية الإعلامية للطالب الجامعي في تخصص الإعلام والاتصال في جامعة

تبسة

3. ماهو عدد الساعات اليومية التي تقضيها أمام وسائل الإعلام؟

اقل من ساعة 1سا-2سا 3سا-5سا 5سا فما فوق

4. هل تفضل متابعة وسائل الإعلام:

الوطنية العربية العالمية

5. ماهي وسائل التربية الإعلامية بالنسبة لك؟

المدرسة الاسرة المسجد وسائل الاعلام

أخرى.....

6. في رأيك هل تهدف التربية الاعلامية الى:

حماية المتلقي من مخاطر وسائل الاعلام تمكين المتلقي للتعامل مع وسائل الاعلام

7. في رأيك يستند استحداث التربية الاعلامية الى:

تطور تكنولوجيا الاتصال تنوع وسائل الاعلام سيطرة الاعلام على النشئ والشباب

التشجيع على استخدام مهارات التفكير الناقد لدى المتلقي تنمية الوعي الاعلامي للمتلقي

أخرى.....

8. كطالب إعلام ماهي اهم مهارات التربية الاعلامية في رأيك؟

مهارة التفكير الناقد مهارة التفكير الابداعي مهارة اتخاذ القرار

مهارة حل المشكلات تعزيز الثقة بالنفس والروح الايجابية التعلم الذاتي والتعلم مدى الحياة

9. حسب رأيك ماهو انسب اسلوب لتفعيل التربية الاعلامية في المرحلة الجامعية؟

دمجها في المقررات الجامعية كمقياس مستقل بذاته

توظيفها كمواضيع مركزة ضمن باقي المقاييس

تشجيع البحوث والانشطة والاعمال التي تؤدي الى التطوير في هذا المجال

من خلال برامج دورات تدريبية متطورة

أخرى.....

المحور الثالث: الوعي الاعلامي ومظاهره لدى طالب الاعلام في جامعة تبسة

10. حسب رأيك يقصد بالوعي الاعلامي معرفة الفرد :

للجهة الاعلامية المسوقة المضمون الاعلامي وخلفياته الجهة التي تبث اليها الرسالة

.....أخرى.

11. ما غرضك من التعرض لوسائل الاعلام؟

الحصول على المعلومات فهم الذات توجيه الفهم
التسلية والترفيه الحصول على الاخبار تسهيل التفاعل الاجتماعي

.....أخرى.

12. حسب رايك ماهي اهم وظيفة للوعي الاعلامي؟

تشجيع المتلقي على المشاركة الفعالة في المجتمع التصدي لاي اختراق ثقافي يفرضه الاعلام الغربي
المساعدة على تفكيك عملية صناعة الاعلام تكوين مواطن مستنير

.....أخرى.

13. كطالب إعلام كيف تتفاعل مع ماتقدمه وسائل الاعلام بمختلف انواعها؟

التعليق على ماينشر في الصحف والمجلات المداخلة الصوتية عبر الهاتف في البرامج المباشرة
السؤال عبر وسائل الاتصال المخصصة للبرامج التعليق على المحتويات الالكترونية
مشاركة المحتويات الالكترونية

.....أخرى.

14. كطالب إعلام واتصال في رأيك هل الوعي الإعلامي مطلب يمكن تحقيقه في مجتمعات اليوم؟

نعم لا ربما

المحور الرابع: تأثير التربية الإعلامية على الوعي الإعلامي لطالب علوم الاعلام والاتصال من خلال مهارة التفكير الناقد

15. ما مفهومك للتفكير الناقد؟

القدرة والميل لتحسين تفكير الفرد بشكل نظامي من الذاتية الى تقويم الشخص لنفسه بشكل موضوعي
التريث في اعطاء الاحكام لحين التحقق من امرها

16. ماهو مصدر التأثير على ارائك وقراراتك؟

الاسرة الاصدقاء الاستاذ وسائل الاعلام

.....:اخرى:

17. تتجسد وظائف التفكير الناقد بالنسبة لك داخل حجرة الصف من خلال:

اسهامه في اعداد الطلبة للحياة مساعدة الطلبة على تنظيم خبراتهم
يحب الطالب في الجو الصفي يزيد من استعداد الطلبة على ممارسته

18. كيف تتفاعل مع استاذك اثناء المحاضرة؟

طرح الاسئلة ابداء الاراء تقديم اضافات

.....أخرى

19. اي من هذه الطرق اكثر نجاعة في تعليم التفكير الناقد حسب رأيك؟

من خلال الواجبات البيتية والبحوث

من خلال المحاضرات

من خلال الامتحانات

20. في رأيك كيف تؤثر التربية الاعلامية على الوعي الاعلامي للطلاب الجامعي من خلال مهارة التفكير الناقد؟

.....
.....
.....

الملحق رقم (2): جدول حوصلي لعدد الطلبة للسنة الجامعية 2020/2019

جدول حوصلي لعدد الطلبة للسنة الجامعية 2020/2019

الكلية	المسجلين الجدد المبائس 2019/2020		المسجلين الجدد ماستر 2019/2020		المتخرجين المبائس 2018/2019		عدد الطلبة المبائس		عدد الطلبة ماستر		عدد الطلبة في التخرج		عدد الطلبة في مابعد التخرج		عدد الطلبة الكلي 2019/2020	
	أ	ب	أ	ب	أ	ب	أ	ب	أ	ب	أ	ب	أ	ب	أ	ب
العلوم والتكنولوجيا	106	132	86	72	96	99	75	83	204	226	630	671	15	32	645	703
	238		158		195		158		430		871		47		1348	
العلوم الدقيقة و علوم الطبيعة والحياة	558	224	458	102	527	121	363	115	1038	273	2857	904	123	98	2980	1002
	782		560		648		478		1311		2450		221		3982	
العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التمهيد	224	334	177	142	160	138	193	195	445	356	1290	1164	31	32	1321	1196
	558		319		298		388		801		1653		63		2517	
الحقوق والعلوم السياسية	314	375	212	199	220	212	215	233	457	511	1500	1670	49	37	1549	1707
	689		411		432		448		968		2202		86		3256	
الأدب واللغات	495	80	438	65	479	56	426	68	1169	197	2764	396	64	26	2828	422
	575		503		535		494		1366		1794		90		3250	
العلوم الاجتماعية والإنسانية	564	384	456	255	635	370	487	168	1030	605	2901	1883	46	55	2947	1938
	948		711		1005		655		1635		3149		101		4885	
معهد علوم وتكنولوجيا النشاطات البدنية والرياضية	1	58	1	51	2	92	2	53	197	60	199	255	0	0	199	255
	59		52		94		55		257		197		0		454	
معهد المناجم	11	20	25	52	25	54	16	38	34	118	125	215	3	17	128	232
	31		77		79		54		152		188		20		360	
المجموع	2273	1607	1853	938	2144	1142	1777	953	4574	2346	12266	7158	331	297	12597	7455
	3880		2791		3286		2730		6920		12504		628		20052	

ملخص الدراسة

• الملخص:

ظهرت التربية الإعلامية كاتجاه عالمي جديد للتعامل مع الإعلام، وتعد منظمة اليونسكو أكبر داعم لها منذ سبعينات القرن الماضي، حيث دعت في عديد المؤتمرات إلى تفعيلها وتدريسها في المدارس والجامعات. ونظرا لانتشار الأخبار الزائفة والخطيرة وعلى مختلف الأصعدة، زادت الحاجة إلى الاهتمام بالتربية الإعلامية، لتمكين المواطن للتعامل الواعي مع الإعلام من خلال القراءة النقدية لمضامينه. وهذه الدراسة محاولة للبحث في تأثير التربية الإعلامية على الوعي الإعلامي للطالب الجامعي من خلال مهارة التفكير الناقد، حيث استهدفت طلبة علوم الإعلام والاتصال، في السنة الثانية ماستر في تخصص السمعي البصري بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، بجامعة العربي التبسي بتبسة، ولتحقيق الهدف الرئيسي للبحث استعانت الباحثة بالمنهج الوصفي واستمارة الاستبيان لجمع المعلومات. أظهرت نتائج الدراسة أنّ طالب الإعلام يعي إلى حدّ ما حقيقة الممارسة الإعلامية، وأنّ تأثير التربية الإعلامية على وعيه الإعلامي، يتجلى في تمكنه من انتقاء المضامين الإعلامية وتوجيهها وفق مصلحته الخاصة بفضل مهارة التفكير الناقد. وهذا ما تؤكده نظرية التماس المعلومات ومعالجتها، فمن خلال عملية البحث المجازف عن المعلومات من مختلف المصادر ومعالجتها، يتمكن الفرد من فهم حقيقة الممارسة الإعلامية، وبالتالي تبني الموقف الصحيح تجاهها.

• Abstract

Media education has emerged as a new global trend to deal with the mass media, which the UNESCO has tremendously supported since the 1970s and has called in several conferences to implement teaching it in schools and universities. The spread of fake news at various levels, however, led to a growing need for Media education, which would raise the awareness of the citizens and enable them to apply critical reading to media contents. The present study attempts to investigate the impact of media education on the media awareness of university student via applying critical thinking. The target population of the investigation are the second year Master students in Media and Communication Sciences at the Social and Human Sciences faculty, Larbi Tebessi University, Tebessa. In order to achieve the main goals of the investigation, the researcher deployed the descriptive approach and used a questionnaire to collect data. The results of the study revealed that the media student is somewhat aware of the reality of media practices and that the impact of media education on his media awareness manifests clearly on his ability to select media contents and direct them to serve his own interests thanks to critical thinking. The latter is confirmed by the theory of seeking and processing information, through the risky process of searching for information from various sources and processing it; the individual can understand the reality of media practices and thus adopt the correct position towards them.