

دور مناهج التعليم الجامعي في تحقيق التربية الإعلامية: دراسة استطلاعية
لعينة من طلبة كلية الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3

د. كريم بلقاسي

أستاذ محاضر أ / كلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر 3

أولاً. مقدمة:

لقد تطورت العلاقة بين التعليم والإعلام والتكنولوجيا، وأصبح مفهوم التربية الإعلامية جانباً من جوانب المعرفة الإنسانية الأساسية. فتعرف بأنها القدرة على قراءة الاتصال وتحليله وتقويمه وإنتاجه؛ فالوعي الإعلامي لا يقتصر على جانب التلقي والنقد فقط بل يجب أن يتعدى ذلك إلى المشاركة الواعية والهادفة لإنتاج المحتوى الإعلامي¹. غير أن هذا المفهوم أخذ بعداً آخر من حيث أنه مشروع دفاع يتمثل هدفه في حماية الأطفال والشباب من مخاطر وسائل الإعلام، وانصب التركيز فيه على كشف الرسائل المزيفة، والقيم غير الملائمة، وتشجيع النشء على رفضها وتجاوزها.

ومع الفوضى السائدة في المجال الإعلامي، ومع التنافس والصراع بين أنماط الثقافة الوطنية والثقافات الأجنبية، ظهر التأثير الواضح للصحف والمجلات وبرامج الأطفال (رسوم متحركة، أغاني...) وأفلام المغامرات، وبرامج قنوات التلفزيون الفضائي، ومواقع الأنترنت على السلوك المنحرف وجرائم العنف والعدوان، ولا سيما لدى الأطفال والمراهقين، والتأثير على كثير من المفاهيم والقيم والعادات والهوية الثقافية. وأضحى المؤسسة التربوية بما فيها الجامعة مؤهلة أكثر من غيرها من المؤسسات لتمكين الطلبة من ثقافة إعلامية عقلانية واعية ناقدة، وبذلك يتبلور سؤال الإشكالية التي تركز عليها هذه المدخلة في السؤال الرئيسي التالي: ما الدور الذي يمكن أن تؤديه مناهج التعليم الجامعي في تحقيق التربية الإعلامية؟

¹ أشجان الشديفات، خلود الخصاونة: واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في المملكة الأردنية: المجلة الدولية التربوية المتخصصة، المجلد 1 العدد 6 تموز 2012 ص 274.

ويتفرع عن هذا السؤال الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية تتناولها هذه المداخلة بالطرح والتحليل وهي:

1. ما المقصود بالتربية الإعلامية عند الطالب الجامعي؟
2. ما هي أدوار المناهج والمقررات الجامعية لتنمية التفكير في المضامين الإعلامية؟
3. ما هي آليات تضمين التربية الإعلامية في مناهج التعليم الجامعي؟

ثانياً. مفاهيم الدراسة:

1.2. مناهج التعليم الجامعي:

إن تحديد أهداف التعليم مهم في انتقاء طريقة تدريس مناسبة لخدمة تلك الأهداف، وهنا تبرز العلاقة بين المنهج وطرق التعليم، والتي تعني تحديد الإطار العام للتعليم في الجامعة بحيث توضع في ضوءه مناهج كل مادة مقررة. إلا أن تعريفات المنهج التعليمي تعددت وهنا نورد بعض هذه التعريفات:²

1. مجموعه الغايات التعليمية والخبرات التعليمية التي نعرفنا عليها وخططنا لها ونظمنها على نح وبيسر تقويم نتائج التعليم (هاميسون).
 2. وثيقة وضع تصميمها بحيث تستخدم كنقطة بداية في التخطيط التعليمي (بوشمان).
- والمنهج هو منظومة تضم عدة عناصر ومكونات مترابطة متفاعلة تحقق أهداف تعليمية محددة، وتتكون منظومة المنهج من ستة عناصر هي: الأهداف، والمحتوى، وطرق التدريس، والوسائل التعليمية والأنشطة المصاحبة، والتقويم، حيث يؤثر كل عنصر منها ويتأثر بباقي العناصر.³

التعريف الإجرائي مناهج التعليم الجامعي: يقصد بمناهج التعليم الجامعي في هذه الدراسة مجموع الخبرات البيداغوجية والتكوينية التي تهيئها الجامعة عموماً وكلية علوم الإعلام والاتصال بوجه خاص للطالب داخلها وأخارجها بقصد مساعدتهم على النم والشامل في جميع الجوانب-العقلية، الثقافية، مما يؤدي إلى تعديل سلوكهم، ويعمل على تحقيق الأهداف

² طاهر عبد الرازق وعبد الرحمن حسن: استراتيجيات تخطيط المناهج وتطويرها، دار النهضة الغربية، القاهرة، 1982، ص ص 8-9.

³ محمد السيد على: مصطلحات في المناهج وطرق التدريس، المنصورة عامر للطباعة والنشر 1988. ص 13.

البيداغوجية المنشودة الخاصة بالتربية الإعلامية. ويتألف المنهج التعليمي من العناصر التالية: أهداف المنهج، المحتوى العلمي، طرائق التدريس، الأنشطة التعليمية، الوسائل التعليمية والتقويم.

2.2. التربية الإعلامية:

إن الاهتمام بدراسة التربية الإعلامية ليس أمراً حديثاً، إنما هو ضمن توجهات اليونسكو الإستراتيجية التي خطت لها سابقاً، كونها دعت لتدريسه منذ عام 1982. وقد ساهمت فعاليات ومؤسسات دولية في تعريف التربية الإعلامية، حيث عرفها مؤتمر فيينا 1999 على أنها التعامل مع جميع وسائل الإعلام الاتصالي من صور متحركة وثابتة وكلمات ورسوم، التي تقدمها تقنيات المعلومات والاتصالات المختلفة، وتمكين الأفراد من فهم الرسائل الإعلامية وإنتاجها واختيار الوسائل المناسبة للتعبير عن رسائلهم المناسبة.⁴

وإذا نظرنا إلى تطور التربية الإعلامية؛ نجد أن الفهم السائد -في الخمسينات والستينات - عن عقل المشاهد أنه كاللوح الأملس، فكانت الأجندة التعليمية هي (التطعيم)، وجعل المشاهد يميز بين الإعلام الجيد والإعلام الفاسد، وأن يقدر جمال الإعلام الجيد. هذا المفهوم تطور في السبعينات والثمانينات إلى توجيه أسئلة (إيديولوجية) للإعلام، بدلاً من الأسئلة الجمالية، على سبيل المثال: كيف ولمصلحة من يعمل الإعلام؟ كيف ينظمون؟ كيف ينتجون المعاني؟ كيف يعبرون عن الواقع؟ واقع من هو الذي يعبرون عنه؟ ثم -في التسعينات - لم يعد الجمهور متلقياً أ وناقداً؛ فحسب بل ومنتجاً للمعاني الإعلامية، ذات الصلة بالنواحي الشخصية وبالمجتمع.⁵

فالتربية الإعلامية تمكن أفراد المجتمع من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين. وتضمن تعلم أفراد المجتمع للآتي:⁶

1. التعرف على مصادر النصوص الإعلامية، وأهدافها، وكذلك السياق التي وردت فيه .
2. التحليل وتكوين الآراء الانتقادية حول المواد الإعلامية، وفهم وتفسير الرسائل والقيم التي تقدمها.
4. الوصول إلى الإعلام، أ والمطالبة بالوصول إليه، بهدف التلقي أ والإنتاج .

⁴ فهد الشميمري: التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض،، 2010، ص 19.

⁵ منى حداد يكن: أبنائنا بين وسائل الإعلام وأخلاق الإسلام، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1983، ص15.

⁶ فهد الشميمري: مرجع سبق ذكره، ص 21.

5. اختيار وسائل الإعلام المناسبة التي تمكن الشباب الصغار من توصيل رسائلهم الإعلامية أ وقصصهم، وتمكينهم من الوصول إلى الجمهور المستهدف.

التعريف الإجرائي للتربية الإعلامية: نقصد بالتربية الإعلامية في هذه الدراسة مدى تعليم الطالب الجامعي بكلية الإعلام والاتصال على مستوى الماستر والدكتوراه مهارة التعامل مع الإعلام، وكيف يدقق ويمارس التفكير النقدي لكل ما يذاع وينشر في وسائل الإعلام وبالتالي تطوير ذهنيته في أن يصبح هوالباحث عن المعلومة وليس متلقيا لها ومن ثم محللا للجوانب التي يرتبط بها الموضوع.

3.2. الطالب الجامعي:

إن الطالب الجامعي يمثل مرحلة الشباب كمرحلة تتميز بمجموعة من الخصائص والسمات تمثل فضاء لظهور مجموعة من القدرات تدخل في تكوين الشخصيات. ولقد اهتم الكثير من علماء النفس بمظهر الاختلاف والتشابه بين الأفراد، والذي يعتبر طبيعي إذا أخذنا بعين الاعتبار نضج الطالب من جهة ودخوله هذه المرحلة من جهة أخرى.⁷

فهناك إذا خصائص فيزيولوجية نفسية وأخرى عقلية واجتماعية تطبع حياة الطالب كشخصية وصولا به إلى مستويات معينة من النضج وإلى درجات متفاوتة من القدرات، وبالتالي يجب تهيئة المرافق والأساليب التعليمية المناسبة التي تتفق مع كل مستوى ومع كل قدرة ليصل الطالب إلى مستوى من النم ويعتبر من خلاله فردا ناضجا وقادرا.⁸

التعريف الإجرائي للطالب الجامعي: هوالفرد المتعلم الذي يدرس بكلية علوم الإعلام والاتصال بتخصص دراسات الإذاعة والتلفزيون، في طور الماستر والدكتوراه. ونحاول استقصاء كيفية تعامله مع وسائل الإعلام ومدى إدراكه لأهمية التربية الإعلامية ومختلف جوانبها المعرفية والتطبيقية.

ثالثا. أهداف الدراسة:

نسعى من خلال هذه الدراسة العلمية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في:

1. تحديد نطاق استيعاب وإدراك الطالب لمفهوم التربية الإعلامية.

⁷ عبد الستار إبراهيم: الإنسان وعلم النفس، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، ط1985، ص 22.

⁸ إبراهيم وجيه محمود: التعلم أسسه ونظرياته وتطبيقاته، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، مصر، دط، 1995، ص

2. إبراز دور المناهج والمقررات الجامعية في تنمية التفكير الناقد للطالب بالمضامين الإعلامية.
3. استقراء آليات توظيف التربية الإعلامية في مناهج التعليم الجامعي لدى الطالب الجامعي.

رابعاً. مجال الدراسة (المنهج وأداته وعينته الدراسية):

تسعى هذه الدراسة إلى معرفة مدى إدراك الطالب الجامعي لموضوع التربية الإعلامية وكيفية التعامل مع وسائل الإعلام، ومدى مساهمة الجامعة الجزائرية بوجه عام وكلية الإعلام والاتصال بوجه خاص على تنمية التفكير الإبداعي والنقدي لدى الطالب إزاء وسائل الإعلام المختلفة ومحتوياتها. ولذلك تدرج هذه الدراسة في إطار الدراسات الوصفية في بحوث الإعلام والتي تمثل الأسلوب الأكثر قابلية للاستخدام لدراسة بعض المشكلات والظواهر التي تتصل بالإنسان ومواقفه وآرائه ووجهات نظره في علاقته بالإعلام ووسائله.

ولذا فإن أنسب منهج لدراسة موضوعنا هو منهج المسح الميداني الذي يعتبر واحداً من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية وهو المنهج الذي يهدف في الواقع إلى اكتشاف الواقع كما هو في الوقت الراهن⁹. وتم مسح آراء عينة من طلبة الماجستير والدكتوراه تخصص دراسات الإذاعة والتلفزيون حول مدى دور مناهج التعليم الجامعي في تحقيق التربية الإعلامية. وفي نفس السياق تم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات، والاستبيان هي تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على الأفراد بطريقة موجهة وذلك لأن صيغ الإجابات تحدد مسبقاً، وهو ما يسمح بالقيام بمعالجة كمية بهدف استخلاص اتجاهات وسلوكيات مجموعة كبيرة من الأفراد انطلاقاً من الأجوبة المتحصل عليها¹⁰. ولقد كان السؤال الرئيسي حول مدى وعي وإدراك الطلبة بدور التعليم الجامعي في تحقيق التربية الإعلامية، وللإجابة على هذا السؤال تطلب الأمر تقسيم الموضوع إلى محاور كأئلة فرعية أردنا من خلالها أولاً معرفة مفهوم التربية الإعلامية عند الطالب، ثم تصوراتهم بشأن دور المناهج والمقررات الجامعية في تنمية التفكير بالمضامين الإعلامية وأخيراً استبيان آرائهم عن آليات تضمين التربية الإعلامية في مناهج التعليم الجامعي. وتم اختيار عينة قصدية تتكون من 39 طالب من كلية الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر3

⁹ أ.لارامي وب. فالي: البحث في الاتصال عناصر منهجية، تر: ميلود سفاري وآخرون، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، الجزائر، 2004، ص242.

¹⁰ عبد الله محمد الشريف: مناهج البحث العلمي، عصمي للنشر والتوزيع، مصر، 1996، ص 123.



بتخصص دراسات الإذاعة والتلفزيون، والتي لا يمكن في أي حال من الأحوال تقدير مدى تمثيليتها للمجتمع الأصلي. وقد تم اختيار مفرداتها بطريقة قصدية لمبررات أهمها:

1. الطلبة في تخصص دراسات الإذاعة والتلفزيون أكثر تعاملًا من الوسائل السمعية البصرية بما يفرضه تخصصهم.

2. تعرض طلبة دراسات الإذاعة والتلفزيون في مرحلة الليسانس إلى بعض المقاييس التي تكفل أسس التربية الإعلامية كوحدة تقنيات البرمجة ومقاييس التنشيط السمعي البصري، الإخراج الإذاعي والتلفزيوني، الجريدة المصورة والفيلم الوثائقي التي تعتمد على الصورة الحية والممارسة الجماعية أثناء سير الحصة التعليمية.

3 تعتبر وسائل الإعلام السمعية البصرية ذات درجة وضوح منخفض كما أنها تنقل معلومات قليلة وتحتاج إلى جهد من جانب الجمهور لاستكمال التجربة وبذلك فهي تتطلب درجة عالية من المشاركة والتفاعل بين مستخدميها.

خامسا. تحليل بيانات الدراسة:

1- مفهوم التربية الإعلامية عند الطلبة المبحوثين:

الجدول رقم 01: علاقة متغيرات الدراسة بمفهوم التربية الإعلامية عند المستجوبين

المجموع	المستوى التعليمي						الجنس				المتغيرات الإجابة	
	دكتوراه		ماستر2		ماستر1		أنثى		ذكر			
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
6.84	8	7.70	01	00	00	3.57	01	10.20	05	8.33	01	المقدرة على القراءة ومعالجة المعلومات
34.18	40	53.85	07	26.66	04	32.14	09	32.66	16	33.34	04	المهارة التحليلية للمضمون الإيديولوجي والجمالي لرسائل وسائل الإعلام
41.88	49	15.38	02	60	09	46.42	13	40.82	20	41.67	05	التعامل بشكل صحيح مع الإعلام
17.10	20	23.07	03	13.33	02	17.85	05	16.32	08	16.66	02	تعليم بشأن الإعلام وتكنولوجيا وسائل الإعلام الجديدة
100	117	100	13	100	15	100	28	100	49	100	12	المجموع



قراءة الجدول رقم (01): يتبين حسب متغير الجنس أن نسبة 41.67% من الذكور يرون أن التربية الإعلامية هي بالدرجة الأولى التعامل الصحيح مع وسائل الإعلام وهي تقريبا نفس النسبة التي تم تسجيلها عند الإناث أي 40.82%، كما أنها المهارة التحليلية للمضمون الإيديولوجي والجمالي لرسائل وسائل الإعلام والتي عبر عليها الذكور بنسبة 33.34% والإناث بنسبة 32.66%. وحسب متغير المستوى التعليمي فقد سجلت أكبر نسبة عند طلبة الماجستير 1 بـ 46.42% في تصور التربية الإعلامية أنها التعامل الصحيح مع وسائل الإعلام وهي تقريبا نفس النسبة التي تم تسجيلها عند طلبة الماجستير 2 أي 60%، وبالدرجة الثانية هي المهارة التحليلية للمضمون الإيديولوجي والجمالي لرسائل وسائل الإعلام لدى طلبة الماجستير 1 و2. على عكس هؤلاء فإن طلبة الدكتوراه المستجوبين يرون وبنسبة 53.85% أن التربية الإعلامية هي بالدرجة الأولى مهارة التحليلية للمضمون الإيديولوجي والجمالي لرسائل وسائل الإعلام، وبالدرجة الثانية هي التعليم بشأن الإعلام وتكنولوجيا وسائل الإعلام الجديدة بنسبة 23.07%.

وبهذا أجمع الطلبة المستجوبين من مختلف الجنسين والمستويات التعليمية وبنسب متفاوتة أن التربية الإعلامية هي التعامل الصحيح مع الإعلام التقليدي والجديد عن طريق القدرة على تحليل الرسائل الإيديولوجية والجمالية التي يبثها.

الجدول رقم 02: علاقة متغيرات الدراسة بنتائج التربية الإعلامية حسب المستجوبين

المتغيرات	الجنس		المستوى التعليمي						المجموع	
	ذكر		أنثى		ماجستير 1		ماجستير 2		دكتوراه	
	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار
الضغط على الإعلام للاستثمار في المعلومة	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
جعل الإعلام يتوخى الدقة المهنية	03	30	14	31.1	10	41.6	04	23.5	03	21.4
كشف الرسائل المزيفة والقيم غير الملائمة والتشجيع على رفضها	04	40	12	26.6	04	16.6	06	35.2	06	42.8
فهم الثقافة الإعلامية والمشاركة فيها بصورة فعالة	03	30	19	42.2	10	41.6	07	41.1	05	35.7
المجموع	10	100	45	100	24	100	17	100	14	100

قراءة الجدول رقم (02): يتضح أن المستجوبين من جنس الذكور ركزوا بأعلى نسبة أي 40% على أن التربية الإعلامية تؤدي إلى كشف الرسائل المزيفة والقيم غير الملائمة والتشجيع على



رفضها، بينما النسبة الغالبة من الإناث ترى أنها تؤدي إلى فهم الثقافة الإعلامية والمشاركة فيها بصورة فعالة بنسبة 42.22% وفي الدرجة الثانية أدلى الذكور وبنسبة 30% أن التربية الإعلامية تؤدي إلى جعل الإعلام يتوخى الدقة المهنية وتسعى في ذات الوقت إلى جعل الفرد يفهم الثقافة الإعلامية ويشارك فيها بصورة فعالة، أما الإناث فترين وبنسبة 31.11% أن التربية الإعلامية تسعى بالدرجة الثانية على جعل الإعلام يتوخى الدقة المهنية.. وفيما يخص متغير المستوى التعليمي فهناك تباين في إجابات المستجوبين حيث ركز طلبة الماستر1 وبنسبة عالية أي 41.67% على أن التربية الإعلامية تؤدي إلى جعل الإعلام يتوخى الدقة المهنية، وإلى فهم الثقافة الإعلامية والمشاركة فيها بصورة فعالة، في حين يرى أغلب طلبة الماستر2 وبنسبة 41.19% أن التربية الإعلامية تعمل على فهم الثقافة الإعلامية والمشاركة فيها بصورة فعالة، على عكس طلبة الدكتوراه الذين يرون وبنسبة 42.85% أن التربية الإعلامية تؤدي في الأساس إلى كشف الرسائل المزيفة والقيم غير الملائمة والتشجيع على رفضها. وبالتالي فالتربية الإعلامية حسب مختلف المستجوبين أداة تجعل الطالب يفهم أبعاد الإعلام الإيديولوجية وقيمه المهنية، وكيف ينبغي للإعلام أن يؤدي رسالته، ومتى يكون إعلاما راقيا ومتى يكون إعلاما منحطاً، وهذا له دور كبير في نشر الوعي ومن ثم الضغط على الإعلام في لتوخي الدقة المهنية، كما تؤدي إلى فهم الطالب للثقافة الإعلامية التي تحيط به والمشاركة فيها بصورة فعالة. إلا أنه لا يمكن الضغط على الإعلام للاستثمار في المعلومات بدل الاستثمار في جوانب أخرى لإرضاء الجمهور.

الجدول رقم 03: علاقة متغيرات الدراسة بأهداف التربية الإعلامية حسب المستجوبين

المتغيرات	الجنس		المستوى التعليمي						المجموع			
			دكتوراه		ماستر2		ماستر1		أنثى		ذكر	
	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار
التعريف بمصادر النصوص الإعلامية ومقاصدها	00	00	11.7	02	16.6	02	00	00	9.75	04	00	00
فهم الرسالة الإعلامية وتفسيرها	03	42.8	23.5	04	50	06	76.2	16	56.1	23	42.8	03
التحليل وتقديم الآراء النقدية للمضامين الإعلامية	04	57.1	47.0	08	33.3	04	23.8	05	26.8	11	57.1	04
أخرى	00	00	17.6	03	00	00	00	00	7.32	03	00	00
المجموع	07	100	17	100	12	100	21	100	41	100	07	100



قراءة الجدول رقم (03): يبد وأن هدف التربية الإعلامية حسب المستجوبين الذكور هو أعلى نسبة أي 57.15% التحليل وتقديم الآراء النقدية للمضامين الإعلامية ثم فهم الرسالة الإعلامية وتفسيرها وهوما عبر عليه 42.85% من الذكور، بينما أعلى نسبة من الإناث أي 56.10% ترين أن الهدف الرئيسي للتربية الإعلامية ه وفهم الرسالة الإعلامية وتفسيرها وبالدرجة الثانية التحليل وتقديم الآراء النقدية للمضامين الإعلامية بنسبة 26.38% من الإناث، وبالدرجة الثالثة تهدف إلى التعريف بمصادر النصوص الإعلامية ومقاصدها حسب 9.75% من الإناث، ونسبة قليلة منهن أي 7.32% صرحت أن التربية الإعلامية تهدف إلى مواجهة التضليل والإشاعات. أما فيما يخص متغير المستوى التعليمي فيبرز اختلاف في إجابات المستجوبين بين طلبة الماستر والدكتوراه حيث ركز طلبة الماستر 1 وبنسبة عالية 76.20% على أن التربية الإعلامية تهدف إلى فهم الرسالة الإعلامية وتفسيرها، وهوما عبر عليه أيضا طلبة الماستر 2 بنسبة 50%.

على عكس طلبة الدكتوراه الذين يرون وبنسبة عالية أي 47.05% أن التربية الإعلامية تهدف إلى التحليل وتقديم الآراء النقدية للمضامين الإعلامية، ثم فهم الرسالة الإعلامية وتفسيرها لنسبة 3.54% وبعدها تهدف إلى إلى مواجهة التضليل والإشاعات وهوما أضافته نسبة 17.65%، أما نسبة قليلة منهم أي 11.76% فصرحن أن هدف التربية الإعلامية هوالتعريف بمصادر النصوص الإعلامية ومقاصدها. وبالتالي فإن هدف التربية الإعلامية يتطور أفقه طرديا مع زيادة المستوى التعليمي للطلاب ليعني لديه تعليم أفراد المجتمع كيفية فهم الرسائل الإعلامية وتفسير ما تحمل مضامينها من قيم وبالتالي تقديم آراء نقدية وإمكانية التواصل مع الإعلام أ والمطالبة بذلك بهدف التلقي أ والإنتاج. وهومن بين توصيات مؤتمر فيينا عام 1999م، الذي عقد تحت رعاية منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسك و)، وشارك فيه 41 خبيراً من 33 بلداً حول العالم.

الجدول رقم 04: علاقة متغيرات الدراسة بمؤسسات التربية الإعلامية حسب المستجوبين

المتغيرات الإيجابية	الجنس		المستوى التعليمي						المجموع	
	ذكر		أنثى		ماستر 1		ماستر 2		دكتوراه	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
الأسرة	01	7.69	07	15.21	03	11.11	02	10.53	03	23.07
المؤسسات التعليمية	05	38.46	12	26.09	05	18.51	06	31.58	06	46.16



المسجد	01	07.69	00	00	00	03.80	00	01	00	00	00	1.7
الإعلام	05	38.46	23	50	17	62.96	08	03	42.10	23.07	56	47.45
الدولة	01	07.69	04	8.70	01	03.80	03	01	15.79	7.7	10	8.48
المجموع	13	100	46	100	27	100	19	100	100	100	118	100

قراءة الجدول رقم (04): إن أجهزة التربية الإعلامية كما يتضح تتمثل في المؤسسات التعليمية والإعلام أولاً وهو ما أقر به نسبة 38.46% من الذكور وبعدها مسؤولية المسجد والدولة حسب 7.69% منهم. وهو ما أشارت إليه الإناث وبنسب متفاوتة حيث عبرن بنسبة 50% أن الإعلام هي أكبر مؤسسة للتربية الإعلامية تليها المؤسسات التعليمية بنسبة 26.09%، وبعدا الأسرة بنسبة 15.21% وأخيراً الدولة بنسبة 8.70%. أما متغير المستوى التعليمي فقد أظهر اختلاف في إجابات المستجوبين، حيث ركز طلبة الماستر 1 وبنسبة عالية أي 62.96% وطلبة الماستر 2 بنسبة 42.10% على أن الإعلام أول جهاز لتحقيق التربية الإعلامية، ثاني جهاز هي المؤسسات التعليمية حسب 18.51% من طلبة الماستر 1 و31.58% من طلبة الماستر 2، وثالث جهاز هي الأسرة حسب 11.11% من طلبة الماستر 1 و10.53% من طلبة الماستر 2، ورابع جهاز هو المسجد بالموازاة مع الدولة حسب 3.80% من طلبة الماستر 1 والدولة فقط بالنسبة لـ 15.79% من طلبة الماستر 2. بخلاف طلبة الدكتوراه الذين يرون وبنسبة عالية أي 46.16% أن التربية الإعلامية من مسؤولية المؤسسات التعليمية أولاً وبعدها الأسرة والإعلام بنسبة 23.07%، ثم الدولة بأقل درجة أي بنسبة 7.70%.

يبدو مما سبق أن المستوى التعليمي يؤثر بصورة مطردة على مستوى إدراك الطالب لحقيقة الدور الوظيفي لكل المؤسسات المجتمعية، وأن كلما تدرج الطالب في المستوى الدراسي لما بعد التدرج تبين لديه تصور حقيقي بأن التربية الإعلامية من أسس المؤسسات التعليمية وبخاصة المدرسة والجامعة أكثر من غيرها، رغم أنه منوط أيضاً بالمؤسسة الأسرية رغم إغفال الطلبة لدورها الفعال في تنمية قدرات الفرد في التعامل الصحيح مع الإعلام. وكما أشار إعلان جرنوالد



بألمانيا عام 1982 بأن التربية الإعلامية تصبح أكثر تأثيراً عندما تتكامل أدوار الآباء والمعلمون والمختصين في الإعلام وصناع القرار، لخلق وعي أكبر بين الأفراد.¹¹

2. أدوار المناهج والمقررات الجامعية لتنمية التفكير في المضامين الإعلامية عند المبحوثين:

الجدول رقم 05: علاقة متغيرات الدراسة بالوحدات الدراسية الجامعية التي تتضمن التربية الإعلامية حسب المستجوبين

التغيرات الإيجابية	الجنس		المستوى التعليمي						المجموع	
	ذكر		مستر1		مستر2		دكتوراه		أنثى	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
1. أخلاقيات المهنة الإعلامية	06	66.66%	21	48.83%	09	60.87%	09	60%	04	30.77%
2. التربية الإعلامية	02	22.23%	19	44.19%	06	39.13%	06	40%	06	46.15%
3. نقد وتحليل الخطاب الإعلامي	01	11.11%	03	6.98%	00	0%	00	0%	03	23.08%
المجموع	09	100%	43	100%	23	100%	15	100%	13	100%

قراءة الجدول رقم (05): يظهر أن كلا الجنسين اقترحوا في المركز الأول وحدة أخلاقيات المهنة الإعلامية كمقياس دراسي يضمن تفعيل دور الجامعة في التربية الإعلامية بنسبة 66.66% للذكور و48.83% للإناث، وفي المركز الثاني وحدة التربية الإعلامية بنسبة 22.23% بالنسبة للذكور و44.19% بالنسبة للإناث وفي المركز الثالث وحدة نقد وتحليل الخطاب الإعلامي بنسبة 11.11% للذكور و6.98% للإناث. أما متغير المستوى التعليمي فقد أظهر اختلاف طفيف بين طلبة الماجستير والدكتوراه في اقتراح أهم المقاييس الدراسية الجامعية التي تضمن تحقيق التربية

¹¹ إعلان جرنولد (1982): بشأن التربية الإعلامية، ألمانيا منشور على موقع رؤى حول التربية والإعلام وأدوار المناهج لتنمية التفكير في مضامين الإعلام للأستاذ حسن بن عايل أحمد يحي، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي

الأول حول التربية الإعلامية، 2007، www.gulfkids.com/pdf/Roa_tarbeahE.pdf



الإعلامية، حيث ركز طلبة الماجستير 1 على مقياس أخلاقيات المهنة الإعلامية أولاً بنسبة 48.83% وطلبة الماجستير 2 بنسبة 60.87%، بينما ركز طلبة الدكتوراه على مقياس التربية الإعلامية في المركز الأول بنسبة 46.15%، وعلى عكس طلبة الماجستير الذين اقترحوا هذا المقياس في المركز الثاني، أما مقياس أخلاقيات المهنة فتم اقتراحه لدى طلبة الدكتوراه في المركز الثاني بنسبة 30.77% وفي المركز الثالث مقياس نقد وتحليل الخطاب الإعلامي بنسبة 23.08%.

يتبين مما سبق أن لتقدم المستوى التعليمي للطالب دور كبير في فهم أسس مناهج التعليم الجامعي بشأن التربية الإعلامية، ومدى أهمية إدراج التربية الإعلامية كوحدة دراسية ضمن مناهج التعليم الجامعي بغية تطوير المعارف والمهارات والسلوكيات التي تدعم الوعي النقدي لدى مستخدمي وسائل الإعلام، وترفع كفاءتهم.

الجدول رقم 06: علاقة متغيرات الدراسة بالمهارات التي تضمن التعامل الصحيح مع الإعلام حسب المستجوبين

المتغيرات الإيجابية	الجنس		المستوى التعليمي						المجموع	
	ذكر	أنثى	ماجستير 1	ماجستير 2	دكتوراه	التكرار	%	التكرار	%	
مهارة التفكير النقاد	05	14	04	07	08	17.40	66.67	38	38.77	
إنتاج مضمون إعلامي	03	15	13	04	01	56.52	28.58	36	36.73	
التعرض الانتقائي	01	06	01	03	03	4.35	21.42	14	14.30	
التعلم الذاتي	01	4	05	00	00	21.73	00	10	10.20	
أخرى	00	00	00	00	00	00	00	00	00	
المجموع	10	39	23	14	12	100	100	98	100	

قراءة الجدول رقم (06): يظهر تباين ملحوظ بين الجنسين من حيث المهارات التي يجب تزويد الطالب بها لضمان التعامل الصحيح مع الإعلام، حيث ركز الذكور بالدرجة الأولى على مهارة



التفكير الناقد بنسبة 50% للذكور أما الإناث على مهارة إنتاج مضمون إعلامي بنسبة 38.46%، وبعدها مهارة التفكير الناقد بنسبة 35.90%، تليها بالدرجة الثالثة مهارة التعرض الانتقائي والتعليم الذاتي بنسب متساوية بين الذكور والإناث.

أما نتائج متغير المستوى التعليمي فقد كشف أثره البارز في تحديد مهارات التربية الإعلامية، حيث يميل طلبة الماستر 1 بنسبة كبيرة أي 56.52% إلى مهارة إنتاج مضمون إعلامي، بينما يميل طلبة الماستر 2 بأكبر نسبة أي 50% إلى مهارة التفكير الناقد مع طلبة الدكتوراه بنسبة 66.67%. كما أن طلبة الماستر 1 يضعون في المركز الثاني مهارة التعلم الذاتي بنسبة 21.73%، وطلبة الماستر 2 مهارة إنتاج إعلامي بنسبة 28.58%، أما طلبة الدكتوراه فيضعون مهارة التعرض الانتقائي بنسبة 25%، أما في المرتبة الثالثة فسجلت مهارة التفكير الناقد لدى طلبة الماستر 1 بنسبة 17.30%، ومهارة التعرض الانتقائي بالنسبة لطلبة الماستر 2 بـ 21.24%، أما مهارة إنتاج مضمون إعلامي لدى طلبة الدكتوراه بنسبة 8.33%.

ورغم الاختلاف البارز بين الطلبة في تحديد مهارات التربية الإعلامية حسب مستوياتهم التعليمية إلا أنهم جميعاً توصلوا لضرورة صقل الفرد بمهارات التفكير الناقد والإبداعي واتخاذ قرار التعرض الانتقائي وحسن الاختيار ومواصلة التعلم بصفة ذاتية ومدى الحياة.

الجدول رقم 07: علاقة متغيرات الدراسة بإنجاز موضوع من خلال نوع صحفي حسب

المستجوبين

المجموع	المستوى التعليمي						الجنس				المتغيرات الإجابة		
	دكتوراه		ماستر 2		ماستر 1		أنثى		ذكر				
	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار			
	%74.35	58	%100	08	%91.67	11	%52.63	10	%74.20	23	%75	06	نعم
	%65.25	20	%00	00	%8.33	01	%47.37	09	%25.80	8	%25	02	لا
المجموع	%100	78	%100	08	%100	12	%100	19	%100	31	%100	08	



قراءة الجدول رقم (07): كشفت هذه النتائج أن أغلب الطلبة من الجنسين كلفوا في مشوارهم الدراسي بإنجاز موضوع من خلال نوع صحفي بنسبة 75% للذكور و74.20% للإناث. أما عن متغير المستوى التعليمي فهناك علاقة طردية بينه وبين إنجاز موضوع وفق نوع صحفي، فبالنسبة لطلبة الماستر 1 قدرت نسبة من أجاب بنعم بـ 52.63%، وبنسبة 91.67% بالنسبة لطلبة الماتر 2، و قدرت بـ 100% بالنسبة لطلبة طور الدكتوراه. فكلما زاد تدرج الطالب في الدراسة زادت نسبة تكليفه بإنجاز موضوع من خلال نوع صحفي. وكانت معظم المواضيع التي بحث فيها الطلبة متعلقة بقضايا اجتماعية (ظاهرة المخدرات، التسول، الهجرة غير الشرعية، التحرش الجنسي، عمالة الأطفال..)، رياضية (كرة القدم، البطولة الاحترافية..)، إعلامية (الإذاعة الجهوية، مراكز التدريب الإعلامي..)، تربوية (اللغة العربية، العنف المدرسي، المقروئية، التعليم الجامعي..)، فنية (المواقع الأثرية، الموسيقى الأندلسية، وسياسية بدرجة أقل (الانتخابات الرئاسية، الانتخابات البرلمانية) وتمت معالجتها على شكل روبورتاجات بالدرجة الأولى أ وتقارير إخبارية، حصص إذاعية، وتحقيقات بأقل نسبة.

إن مثل هذه الأنشطة يمكن أن تفعّل أدوار المناهج لتطبيق العديد من الأفكار التي تنمي قدرات الطلبة على التفكير في مشكلات مجتمعهم، والمشكلات التي تطرحها وسائل الإعلام لحثهم على التفكير الناقد.

الجدول رقم 08: علاقة متغيرات الدراسة بشفافية الرسائل الإعلامية لمختلف وسائل الإعلام

حسب المستجوبين

المجموع		المستوى التعليمي						الجنس		المتغيرات الإجابة		
		دكتوراه		ماستر 2		ماستر 1		أنثى				ذكر
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	نعم
%100	78	%100	08	%100	12	%100	19	%100	31	%100	08	لا
%100	78	%100	08	%100	12	%100	19	%100	31	%100	08	المجموع

قراءة الجدول رقم (08): تبيّن أن كل الطلبة من الجنسين، ومن مختلف المستويات التعليمية أقرّوا وبنسبة 100% بعدم شفافية الرسائل الإعلامية لمختلف وسائل الإعلام، أي أنها رسائل مركبة. ويعود ذلك حسبهم لأنها تعكس سياستها الإعلامية وإيديولوجيتها، كما أن غرضها الربح وخدمة مصالح خاصة لأصحاب النفوذ اللذين يقفون ورائها بالتمويل والتوجيه. وبهذا يؤكد الطلبة عدم التزام وسائل الإعلام بالموضوعية في عرض الحقائق بالمبالغة والتحيز، فرغم حرية وسائل الإعلام في المجتمع الديمقراطي ينبغي أن تسير في إطار الالتزام بمسؤولية محددة اتجاه المجتمع إزاء قيمه، استقراره ونمائه. فأساس التربية الإعلامية هي قدرة وسائل الإعلام على تقديم رسائل غير مثيرة للجدل وشفافة، وهو ما ذهب إليه الباحث "لين ماسترمان" بأن الإعلام لا يمثل الحقيقة بل يعيد تمثيلها،¹² وبالتالي يشكل توضيح الرسالة الإعلامية عبر تحقيق نقدي نقطة انطلاق التربية الإعلامية.

الجدول رقم 09: علاقة متغيرات الدراسة بدور وسائل الإعلام حسب المستجوبين

المجموع	المستوى التعليمي						الجنس		المتغيرات الإجابة			
	دكتوراه		ماستر2		ماستر1		أنثى			ذكر		
	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		%	التكرار	
44.34%	51	33.33%	05	44.44%	08	52%	13	44.69%	21	40%	04	الإخبار والإطلاع
13.92%	16	20%	03	22.22%	04	04%	01	14.90%	07	10%	01	الترفيه والتسلية
24.34	28	26.67	04	16.67	03	28%	07	21.27	10	40%	04	الربح
17.40	20	20%	03	16.67	03	16%	04	19.14	09	10%	01	السلطة
100	115	100	15	100	18	100	25	100	47	100	10	المجموع

¹² محاضرات دراسات في السياسات الثقافية للتربية بقلم: دوغلاس كيلنر وجيف شير بجامعة كاليفورنيا، المجلد

26، رقم 3، سبتمبر 2011، من الموقع <https://mdlab2013.files.wordpress.com>



قراءة الجدول رقم (09): تبيّن أن كلا الطلبة من الجنسين ذكروا أن دور وسائل الإعلام هو الإخبار والإطلاع بالدرجة الأولى بنسبة 40% للذكور و44.69% للإناث، ثم الربح بالدرجة الثانية لنسبة 40% للذكور و21.27% للإناث، ويحتل دور الترفيه المركز الثالث عند كلا الجنسين بنسبة 10% للذكور و14.90% عند الإناث، وآخر دور هو السلطة بنسبة ضئيلة لكلا الجنسين. ومن مختلف المستويات التعليمية أفاد المستجوبين أن الدور الأول لوسائل الإعلام ه والإخبار والإطلاع، كما يتفق طلبة الماستر 1 وطلبة الدكتوراه أن الدور الثاني لوسائل الإعلام ه وتحقيق الربح، في حين يمثل في الترفيه والتسلية لدى طلبة الماستر 2. وبالتالي قلما يملك الطلبة فكرة حول الهيكل الاقتصادي الذي يرفع الإعلام وغالبا ما يعتقدون أن دور الإعلام هو الإطلاع.

3- آليات تضمين التربية الإعلامية في مناهج التعليم الجامعي حسب المبحوثين:

الجدول رقم 10: علاقة متغيرات الدراسة بطرق مساهمة المناهج الدراسية في تحقيق التربية الإعلامية حسب المستجوبين

المجموع	المستوى التعليمي						الجنس		المتغيرات			
	دكتوراه		ماستر 2		ماستر 1		أنثى			ذكر		
	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		%	التكرار	
%40	38	%58.33	07	%50	07	%22.72	05	%38.47	15	%50	04	تحليل المنتجات الإعلامية
%37.90	36	%33.33	04	%14.29	02	%54.56	12	%41.02	16	%25	02	استخدام وسائل إعلامية للتعبير
%22.10	21	%08.34	01	%35.71	05	%22.72	05	%20.51	08	%25	02	المشاركة في قنوات الإعلام المتاحة
%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	%00	00	أخرى
%100	95	%100	12	%100	14	%100	22	%100	39	%100	08	المجموع



قراءة الجدول رقم (10): توضح نتائج الجدول رقم (10) تباين بين الجنسين حيث يرى الذكور وبأعلى نسبة قدرها 50% بأن الطريقة المناسبة لمساهمة مناهج التعليم الجامعي في التربية الإعلامية يكون عن طريق تحليل المنتجات الإعلامية، أما الإناث فحسبهن يكون باستخدام وسائل إعلامية للتعبير بنسبة 41.02%، وتحليل المنتجات الإعلامية بدرجة ثانية (38.47%). وحسب المستوى التعليمي فإن طلبة الماستر 1 المستجوبين أفادوا بأعلى نسبة 54.56% أن استخدام وسائل إعلامية للتعبير يساهم في تحقيق التربية الإعلامية، على خلاف طلبة الماستر 2 وطلبة الدكتوراه الذين عبروا وبنسبة كبيرة (50% و 58.33%) أن تحليل المنتجات الإعلامية يؤدي إلى تحقيق التربية الإعلامية. وبالتالي أدرك الطلبة أن أنسب طريقة لتلقي التربية الإعلامية في الجامعة هي تمكين الطالب من تحليل المنتجات الإعلامية واستخدام وسائل إعلامية للتعبير باستخدام مهارات واستراتيجيات العرض لفهم الإعلام المرئي وتفسيره وبالتالي فهم عناصر الإعلام وخصائصه.

الجدول رقم 11: علاقة متغيرات بالموافقة على إدراج مواد دراسية حول المجال التربوي حسب المستجوبين

المجموع	المستوى التعليمي						الجنس		المتغيرات الإجابة			
	دكتوراه		ماستر 2		ماستر 1		أنثى			ذكر		
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
74.35%	58	100%	08	83.33%	10	57.90%	11	70.97%	22	87.50%	07	نعم
25.64%	20	00%	00	16.67%	02	42.10%	8	29.03%	09	12.50%	01	لا
100%	78	100%	08	100%	12	100%	19	100%	31	100%	08	المجموع

قراءة الجدول رقم (11): يبد ومن نتائج الجدول رقم (11) أن أغلب الطلبة من الجنسين وافقوا على ضرورة إدراج وحدات دراسية حول المجال التربوي بالكلية حيث يرى عبر على ذلك 87.50% من الذكور و70.97% من الإناث. في حين وحسب المستوى التعليمي فإن طلبة الماستر 1



المستجوبين أفادوا بنسبة 57.90% على موافقتهم في إدراج وحدات دراسية في المجال التربوي، أما طلبة الماجستير فوافقوا على ذلك بنسبة 83.33%، وأما طلبة الدكتوراه فكانت نسبة موافقتهم كاملة أي 100%. وهذا ما دل على أن ارتفاع المستوى التعليمي للطلبة يؤدي إلى زيادة تصورهم لأهمية المجال التربوي في التعليم الجامعي. يتبن إذن ضرورة اهتمام المناهج التعليمية بالمجال التربوي وتقديم برامج تدريبية وتأهيلية مناسبة لزيادة معارف الطلبة وفهمهم للإعلام.

الجدول رقم 12: علاقة متغيرات الدراسة بموضوعات التربية الإعلامية في الحصر الدراسية حسب المستجوبين

المجموع	المستوى التعليمي						الجنس		المتغيرات الإيجابية			
	دكتوراه		ماجستير 2		ماجستير 1		أنثى			ذكر		
	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		%	التكرار	
26.98%	34	35.29%	06	23.52%	04	24.13%	07	27.46%	14	25%	03	وسائل الإعلام وأدوارها ومسؤولياتها
20.63%	26	11.76%	02	29.41%	05	20.68%	06	19.60%	10	25%	03	الإعلام وتواصل الفئات الاجتماعية
36.50%	46	33.29%	06	29.41%	05	41.37%	12	39.21%	20	25%	03	مصادر الخبر والتحقق من صحتها
15.87%	20	17.64%	03	17.64%	03	13.79%	04	13.72%	07	25%	03	نشر التفاهم بين الشعوب
00%	00	00%	00	00%	00	00%	00	00%	00	00%	00	أخرى
100%	126	100%	17	100%	17	100%	29	100%	51	100%	12	المجموع

قراءة الجدول رقم (12): كشفت نتائج الجدول رقم (12) تباين بين الجنسين حيث يرى الذكور ضرورة تناول مختلف الموضوعات المقترحة التي يجب أن تهتم بها التربية الإعلامية في الجامعة



بنفس القدر من الأهمية، في حين أدلى الإناث إلى ضرورة التركيز أولاً على موضوع مصادر الخبر والتأكد من صحته بنسبة 39.21%، ثم موضوع وسائل الإعلام وأدوارها ومسؤوليتها بنسبة 27.46% وفي المركز الثالث موضوع الإعلام وتواصل الفئات الاجتماعية بـ 19.60% وأخيراً بدرجة أقل موضوع نشر التفاهم بين الشعوب بـ 13.72. وحسب المستوى التعليمي فإن طلبة الماستر 1 المستجوبين ركزوا على أهمية موضوع مصادر الخبر والتحقق من صحتها بأعلى نسبة قدرها 41.37%، ثم موضع موضوع وسائل الإعلام وأدوارها ومسؤوليتها بنسبة 24.13%، في حين ركز طلبة الماستر 2 على موضوعي مصادر الخبر والإعلام وتواصل الفئات الاجتماعية بنفس النسبة 29.41% بينما ركز طلبة الدكتوراه على موضوعي مصادر الخبر ووسائل الإعلام وأدوارها ومسؤوليتها بنفس الأهمية أي بنسبة 35.29%.

وبهذا ركز جميع المستجوبون وبنسب متفاوتة على مختلف الموضوعات التي يجب أن تهتم بها الجامعة لتلقي التريية الإعلامية من أدورا وسائل الإعلام ومسؤوليتها، والتحقق من صحة الخبر (الدقة والمصادقية)، إلى جانب تواصل الفئات الاجتماعية محليا وعالميا عن طريق وسائل الإعلام بالحوار والتناقص الإيجابي لتصحيح المفاهيم التي تعيق تقبل الآخر والتفاعل معه.

الجدول رقم 13: علاقة متغيرات الدراسة بأنماط التفكير الواجب تنميتها لدى الطالب حسب المستجوبين

المجموع	المستوى التعليمي						الجنس		المتغيرات			
	دكتوراه		ماستر 2		ماستر 1		أثني			الإجابة		
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار			
25.86	30	35.72	05	21.05	04	24	06	25.53	12	27.27	03	التفكير العلمي
23.27	27	42.86	06	26.31	05	08	02	23.40	11	27.27	03	التفكير الناقد
18.96	22	00	00	10.52	02	36	09	17.02	08	27.27	03	التفكير الإبداعي
31.89	37	21.42	03	42.10	08	32	08	34.04	16	18.19	02	التفكير المنطقي
100	116	100	14	100	19	100	25	100	47	100	11	المجموع



قراءة الجدول رقم (13): يتضح من نتائج الجدول رقم (13) تباين لدى الجنسين في تحديد أنماط التفكير المرغوبة لدى الطالب حيث ركز الذكور على جميع الأنماط التي تنمي الإبداع بنفس الأهمية (التفكير العلمي، الناقد، الإبداعي) بنسبة 27.27%، بينما ركزت الإناث على نمط التفكير المنطقي بأعلى نسبة 34.04%، وبعدها التفكير العلمي بنسبة 25.53%. في حين لم يظهر المستوى التعليمي أي تأثير، حيث ركز المستجوبين من طلبة الماستر 1 على نمط التفكير الإبداعي بأعلى نسبة 36% وطلبة الماستر 2 على نمط التفكير المنطقي بنسبة 42.10% بينما أولى طلبة الدكتوراه اعتباراً أكبر لنمط التفكير الناقد بنسبة 42.86%. وهذا ما يدل على وجوب سعي المناهج الجامعية لتنمية أنماط التفكير المرغوبة لدى المتعلمين (التفكير العلمي، الناقد، الإبداعي، المنطقي...) ومن ثم وجوب تقويم المستمر لمخرجات مناهجنا التعليمية في ضوء ما تحققه فعلاً من تنمية لتلك الأنماط التفكيرية المرغوبة لدى الطلبة لضمان النقد التحليلي البناء لمضامين وسائل الإعلام. وهكذا يجب مراعاة تنمية قدرات التفكير والتحليل والنقد والتقويم وفق أطر مرجعية صحيحة، حتى لا يكون الفرد عرضة للانحراف أو التأثير بما قد يصادفه من ملوثات لبيئته التربوية وهذا لن يكون إلا بتنمية مهارات التفكير الإبداعي كما أشارت إلى ذلك دراسة إليس بول تورانس Ellis Paul Torrance والذي يقر أن المناهج الدراسية التي تستهدف تنمية الإبداع ينبغي أن تراعي عوامل الطلاقة، المرونة، الأصالة والتفصيلات.¹³

الجدول رقم 14: علاقة متغيرات الدراسة بنوع أسئلة الامتحان التي يتعرض لها الطالب حسب المستجوبين

¹³ Torrance Tests of Creative Thinking, cpsb.com/cru/research/articles/Adaption-Innovation.pdf,



المجموع	المستوى التعليمي						الجنس		المتغيرات الإيجابية			
	دكتوراه		ماستر 2		ماستر 1		أنثى			ذكر		
	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار		%	التكرار	
%29.84	23	%12.50	01	%41.66	05	%31.57	06	%25.81	08	%37.50	03	تعتمد على الذاكرة
%03.84	03	%00	00	%00	00	%05.26	01	%03.22	01	%12.50	01	تعتمد على الإبداع
%66.66	52	%87.50	07	%58.33	07	%63.15	12	%70.97	22	%50.00	04	كليهما
%100	78	%100	08	%100	12	%100	19	%100	31	%100	08	المجموع

قراءة الجدول رقم (14): كشفت نتائج الجدول رقم (14) أن كلا المستجوبين من الجنسين يرون بأن أسئلة الامتحان التي يتعرضون لها تعتمد على الذاكرة والإبداع في ذات الوقت حيث أشار إلى ذلك نسبة 50.00% من الذكور و70.97% من الإناث. كما ذكر جميع الطلبة المستجوبين من مختلف المستويات العلمية اعتماد أسئلة الامتحان على الذاكرة والإبداع بنفس الدرجة حيث ذكر ذلك طلبة الماستر 1 بنسبة 63.15%، وطلبة الماستر 2 بنسبة 58.33%، وبالنسبة لطلبة الدكتوراه عبر عن ذلك 87.50% - إلا أن الأسئلة التي تعتمد على الإبداع فقط وردت بنسب قليلة لدى طلبة الماستر 1 (5.26%) وأحيانا منعدمة لدى طلبة الماستر 2 والدكتوراه وبالتالي فالأسئلة التي يتعرض لها الطالب بكلية الإعلام والاتصال يغلب عليها مفردات تنمية ثقافة الذاكرة وهذا دليل على قصور دور مناهج التعليم بالكلية في توفير متطلبات تنمية التفكير الإبداعي لدى المتعلمين بالمستوى المأمول. لذا يجب أن نعود الطلبة على النقد والتحليل بدلا من الحفظ والاستذكار فقط، حتى نجذبهم القبول التلقائي لكل ما يراه ويسمعه.

سادسا. نتائج الدراسة:

- توصلنا من خلال دراستنا إلى مجموعة من النتائج وفق سياق معرفي منهجي مرتبط مع الإشكالية محل الدراسة، تلك النتائج نقدمها كما يلي:
1. إن التربية الإعلامية هي القدرة على الاستخدام الأمثل والصحيح لوسائل الإعلام، والتصدي للغز والثقافي، وتنمية الوعي بالثقافة المجتمعية، والكشف عن الميول والاهتمامات من خلال الاندماج في البرامج الإعلامية.
 2. تعتبر التربية الإعلامية أداة لفهم أبعاد الإعلام الإيديولوجية وقيمه المهنية، وكيف ينبغي للإعلام أن يؤدي رسالته، ومتى يكون إعلاما راقيا ومتى يكون إعلاما منحطا، وهذا له دور كبير في نشر الوعي ومن ثم الضغط على الإعلام في لتوخي الدقة المهنية، كما تؤدي إلى فهم الطالب للثقافة الإعلامية التي تحيط به والمشاركة فيها بصورة فعالة.
 3. هدف التربية الإعلامية يتطور أفقه طرديا مع زيادة المستوى التعليمي للطلاب ليعني لديه تعليم أفراد المجتمع كيفية فهم الرسائل الإعلامية وتفسير ما تحمل مضامينها من قيم وبالتالي تقديم آراء نقدية وإمكانية التواصل مع الإعلام أو المطالبة بذلك بهدف التلقي أو الإنتاج.
 4. يدرك الطالب في مرحلة بعد التدرج بأن التربية الإعلامية من أسس المؤسسات التعليمية وبخاصة المدرسة والجامعة أكثر من غيرها، رغم أنه منوط أيضا بالمؤسسة الأسرية لما لها من دور فعال في تنمية قدرات الفرد في التعامل الصحيح مع الإعلام.
 5. تطور المستوى التعليمي للطلبة يحقق إدراك أسس مناهج التعليم الجامعي بشأن التربية الإعلامية، ومدى أهمية إدراج التربية الإعلامية كوحدة دراسية ضمن مناهج التعليم الجامعي بغية تطوير المعارف والمهارات والسلوكيات التي تدعم الوعي النقدي لدى مستخدمي وسائل الإعلام، وترفع كفاءتهم.
 6. يعتبر اكتساب مهارات التربية الإعلامية من خلال المناهج الدراسية أمرا ضروريا لدى الطلبة بما فيها من صقل مهارات الفرد بالتفكير الناقد والإبداعي واتخاذ قرار التعرض الانتقائي وحسن الاختيار ومواصلة التعلم بصفة ذاتية ومدى الحياة.
 7. تكليف الطلبة بإنجاز مواضيع في شكل إعلامي من شأنه تفعلُّ أدوار المناهج لتطبيق العديد من الأفكار التي تنمي قدرات الطلبة على التفكير في مشكلات مجتمعهم، كما يمكن أن تشمل المشكلات التي تطرحها وسائل الإعلام لحثهم على التفكير الناقد لما تحمله رسائلها من مضامين إعلامية.

8. أدرك الطلبة أن الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام غير شفافة، وبالتالي يشكل توضيح الرسالة الإعلامية عبر تحقيق نقدي نقطة انطلاق التربية الإعلامية.
9. يرى الطلبة أن دور الإعلام هو الترفيه أو الإطلاع فقط، ولما يملكون فكرة عن الهيكل الاقتصادي الذي يرفع الإعلام، وهو ما يمنعهم من التفكير على دراسة الأسباب وراء إرسال رسائل معينة ومن أين أتت. لأن معرفة أي نوع من الشركات التي تقدم المنتجات الإعلامية (نظام الإنتاج المسيطر) تساعد الفرد على تفسير انحياز وتشويه النصوص الإعلامية بشكل نقدي.
10. أدرك الطلبة أن أنسب طريقة لتلقي التربية الإعلامية في الجامعة هي تمكينهم من تحليل المنتجات الإعلامية واستخدام وسائل إعلامية للتعبير بتوظيف مهارات واستراتيجيات العرض لفهم الإعلام المرئي وتفسيره وبالتالي فهم عناصر الإعلام وخصائصه.
11. إن الموضوعات التي يجب أن تهتم بها الجامعة لتلقي التربية الإعلامية تتمثل في أدوار وسائل الإعلام ومسؤوليتها، والتحقق من صحة الخبر (الدقة والمصداقية)، إلى جانب تواصل الفئات الاجتماعية محليا وعالميا عن طريق وسائل الإعلام بالحوار والثقافة الإيجابية لتصحيح المفاهيم التي تعيق تقبل الآخر والتفاعل معه.
12. توصل الطلبة إلى ضرورة تزويدهم بمختلف أنماط التفكير الإبداعي لتنمية قدراتهم على التحليل والنقد والتقويم وفق أطر مرجعية صحيحة، حتى لا يكونوا عرضة للانحراف أو التأثير بما قد يصادفونه من ملوثات لبيئتهم التربوية، وهذا لن يكون إلا بتنمية مهارات التفكير الإبداعي حسب دراسة إليس بول تورانس Ellis Paul Torrance والذي أكد أن المناهج الدراسية يجب تستهدف تنمية التفكير الإبداعي.
13. تبين قصور دور مناهج التعليم بالكلية في توفير متطلبات تنمية التفكير الإبداعي لدى المتعلمين بالمستوى المأمول. لذا وجب تعويد الطالب على النقد والتحليل بدلا من الحفظ والاستذكار فقط، حتى نجنيه القبول التلقائي لكل ما يراه ويسمعه. بالتالي وجوب إعادة النظر في البرامج ومناهج التعليم الجامعي بالكلية وتعديلها بما يسمح بوضع دورات تدريبية للطلبة في المجال التربوي لزيادة معارفهم وفهمهم للإعلام.



أكدت الدراسة الحاجة الماسة لتبني مفهوم التربية الإعلامية في مناهج التعليم الجامعي لما لها من قدرة في إكساب الطلبة الثقافة الاجتماعية النقية، وامتلاكهم مهارات النقد والتقويم والتحليل وحل المشكلات والربط بين الأشياء وبين المتغيرات التي تساعدهم على الاتصال الفعال وتحقيق شروط المواطنة السليمة بمواجهة الإشاعات والتضليل والانحرافات الفكرية وآليات التفاعل مع العولمة الإعلامية.

التوصيات:

- لتأسيس تقاليد التربية الإعلامية في كلية الإعلام والاتصال بوجه خاص والجامعة الجزائرية عموماً نقترح مجموعة من التوصيات لتفعيل دور المناهج الدراسية في ذلك وهي:
1. دعوة الجامعة للتوظيف الحسن والأمثل لمختلف وسائل الإعلام الجماهيرية والشخصية self media خدمة للعملية التربوية التعليمية.
 2. دعوة المختصين في مجال الإعلام للتنسيق مع الجهات الأكاديمية لتخطيط المحتوى التربوي الذي يمكن تقديمه للطلبة.
 3. دعوة مؤسسات الإعلام إلى التقويم المستمر وإعادة هندسة برامج المواد الإعلامية التي تستهدف الشباب والطلبة في ضوء المعايير الإعلامية والتربوية والنفسية.
 4. دعوة الأساتذة إلى إكساب الطلبة أنماطاً سلوكية تركز على تنمية التفكير الناقد، وعلى القيم الاجتماعية التي تمكنهم من التكيف مع مستجدات العصر، وتكسبهم النظرة الموضوعية الفاحصة للأمر والمواقف.