

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

قسم / تخصص.....



عنوان البحث

إستراتيجية إدارية لتوظيف التربية الإعلامية في ممارسات القيادة التربوية في وزارة
التربية والتعليم السعودية.

إعداد الطالب/

سله راشد عويضة القحطاني

إشراف/

د. الفیصل عبد الحمید

د. فايز جراد

العام الدراسي:

٢٠٢٣

مقدمة:

تشهد معظم المجتمعات اليوم تنافساً مكشوفاً أو مستتراً، معلناً أو خفياً، بين النظامين التربوي والإعلامي، ونتج عن هذا التنافس ميلاد تناقضات خطيرة في عقل الفرد وطرق تفكيره. فالنظام التربوي يقوم على قيم النظام المتمثلة في المحتوى الدراسي المنضبط، وعلى قيم التنافس في التحصيل والانجاز المتمثلة في التعلم الذاتي وتفيد التعليم، بينما يستند النظام الإعلامي إلى الاتصال الجماهيري الذي يهتم بالجديد دون التأمل في محتواه، وبالموضوعات المتنوعة دون التركيز على تخصص بعينه، وتقديم البرامج الترفيهية الممتعة التي يسهل فهمها بغض النظر عن ركافة الأساليب أو تفاهة المفردات اللغوية، وهذا يظهر التناقض بين النظامين التربوي والإعلامي.

. وهنا يأتي دور التربية الإعلامية في

إكساب الطلاب القدرة على الاختيار والنقد، واكسابهم مهارة الفرز والانتقاء الحسن، لما يؤدي إلى نموهم نمواً متوَّناً متكاملًا في جميع جوانب شخصياتهم.

تتعدد مصادر الثقافة الإعلامية للطلاب، ويشكل البث الفضائي أبرز تلك المصادر، وتكمن خطورته في عدم القدرة على الحد من تأثيراته السلبية خاصة في تلك المضامين التي تتناقض مع المضامين التربوية التي يتلقاها الطلاب من الأسرة والمجتمع، ويعد الطلاب أكثر المتأثرين بهذه المضامين الإعلامية التي تقدمها القنوات الفضائية حيث ترتبط تلك المضامين بأساليب تشويق وجذب تفتقر إليها مصادر الطلاب في الحصول على الثقافة التربوية .

(7)

وواقع الحال في بحث مدي ونوعية تأثير الطلاب بالرسالة الإعلامية التي تصل إليهم عبر القنوات الفضائية، فإن الأمر الجوهري هو "تحديد نوعية الرسالة الإعلامية "التي يستقبلها الطلاب، أو المضامين الحضرية لهذه الرسالة، أو مدي تمزجها الحضري، ذلك أن السمة العامة للمرحلة المعاصرة تتمثل في تبادل واحتكاك الثقافات والأنماط القيمية بين المجتمعات، وبحكم أن المضمون الإعلامي أو هذا النمط الإعلامي الناقل للقيم والمفاهيم والعادات والسلوكيات للمجتمعات الأخرى، هو الأشد تأثيراً على فئة الطلاب، باعتبار أن الرسالة الإعلامية المتضمنة في المادة الإعلامية لهذا النمط الإعلامي هي ما يستهويهم بالدرجة الأولى، ممثلاً في البرامج الترفيهية والبرامج الاجتماعية والأفلام والمسلسلات وأفلام الكرتون والبرامج الرياضية.

أهمية الدراسة:

إمكانية الاستفادة من نتائج الدراسة في توصيف واقع ممارسة الطلاب لمهارات التربية الإعلامية في ضوء تعدد مصادرهم للثقافة الإعلامية وتأثيراتها، ومن ثم رصد نقاط القوة والضعف بهذا الواقع، بما يسمح بتفعيل إيجابياته ومعالجة سلبياته.

قد تسهم نتائج الدراسة في تقديم مقترحات لتفعيل الممارسات الطلاب لمهارات التربية الإعلامية في المدارس بالتعليم العام السعودي، ومدى انعكاس ذلك بالإيجاب على تنمية قدرات الطلاب على التعامل مع مختلف مصادر حصولهم على الثقافة الإعلامية من خلال قراءة الاتصال وتحليله وتقويمه وإنتاجه، ومساعدة الطلاب في تكوين رأى عام متجانس قائم على تغليب المصلحة العامة وتعزيز قيم الانتماء للوطن، والتصدي للغزو الثقافي، وتنمية القيم الإعلامية من الصدق والموضوعية، ومتابعة العلاقة بين المستجد من وسائل نقل الثقافة والقيم والمادة الإعلامية بجوانبها الاجتماعية والترفيهية، وبين فئات المجتمعات العربية، خاصة من هم في عمر التشكل والتكوين، ومن ثم إثراء دور التربية الإعلامية داخل المؤسسات التعليمية السعودية لمواجهة التأثيرات السلبية الناتجة عن تعرض الطلاب واستخدامهم لمختلف مصادر الثقافة الإعلامية.

٣- مساعدة القائمين على التربية الإعلامية بالمؤسسات التعليمية السعودية نحو وضع أسس تطويرها، وذلك بمراعاة الاعتبارات التي يجب توافرها في التخطيط للتربية الإعلامية وتنفيذها وتقويمها.

٤- تعزيز مفهوم الثقافة الإعلامية وضرورتها لدى المعنيين بالتخطيط التربوي وبناء المناهج في أنظمة التربية العربية.

٥- تلفت الدراسة إلى أهمية تدريب الطلاب على ممارسة مهارات التربية الإعلامية، وانعكاس ذلك بالإيجاب على ثقافة الطلاب الإعلامية وفكرهم وسلوكهم في ضوء تعدد مصادرهم للثقافة الإعلامية وتأثيراتها.

أهداف الدراسة:

هدفت الدراسة لما يلي:

١- تعرف واقع ممارسة الطلاب لمهارات التربية الإعلامية في ضوء التأثيرات السلبية والإيجابية لتعدد مصادرهم في الحصول على الثقافة الإعلامية.

٢- تحديد قائمة بمهارات التربية الإعلامية اللازمة للطلاب، والتي تمكنهم من التعامل مع مختلف مصادرهم في الحصول على الثقافة الإعلامية.

٣- بناء مقياس لتعرف مدى ممارسة الطلاب لمهارات التربية الإعلامية التي تمكنهم من التعامل مع مختلف مصادرهم في الحصول على الثقافة الإعلامية.

٤- إمكانية التوصل لتصور بأهم المقترحات لتفعيل ممارسة الطلاب لمهارات التربية الإعلامية التي تمكنهم من تعزيز التأثيرات الإيجابية ومواجهة التأثيرات السلبية لتعدد مصادرهم في الحصول على الثقافة الإعلامية.

٥- تعرف مفاهيم وأهمية وأهداف وأساليب تطبيق وآليات تحقيق وجودة التربية الإعلامية، والثقافة الإعلامية وتأثيراتها، والمفاهيم ذات الصلة بهما، ومتطلبات تفعيلهما في المدارس العربية المعاصرة، وذلك من خلال الإطار المعرفي للدراسة.

تسؤلات الدراسة

ما مهارات التربية الإعلامية اللازمة لطلاب المرحلة الثانوية في ضوء تعدد مصادرهم للثقافة الإعلامية وتأثيراتها؟

٢- ما واقع ممارسة طلاب المرحلة الثانوية في عينة الدراسة لمهارات التربية الإعلامية في ضوء تعدد مصادرهم للثقافة الإعلامية وتأثيراتها؟

٣- ما أهم مقترحات تفعيل ممارسة طلاب المرحلة الثانوية لمهارات التربية الإعلامية في ضوء تعدد مصادرهم للثقافة الإعلامية وتأثيراتها؟

وقبل أن يعرض الباحث للإجراءات المنهجية للدراسة، يتناول فيما يلي مفاهيم وأهداف ومحتوي ومهارات وأساليب تطبيق وآليات تحقيق وجودة التربية الإعلامية، والثقافة الإعلامية وتأثيراتها، والمفاهيم ذات الصلة بهما، ومتطلبات تفعيلهما في المدارس العربية المعاصرة، وذلك من خلال الدراسات السابقة والإطار المعرفي للدراسة.

فروض الدراسة:

وجود علاقة إيجابية بين مستوى توظيف التربية الإعلامية من قبل القيادات التربوية وفعالية مملساتهم القيادية:

تفترض هذه الفرضية أن القيادات التربوية التي تستخدم أدوات ووسائل التربية الإعلامية بشكل فعال تكون أكثر قدرة على تحقيق نتائج إيجابية في قيادتها للمؤسسات التعليمية.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى توظيف التربية الإعلامية بين القيادات التربوية على حسب المؤهل العلمي والخبرة:

تفترض هذه الفرضية أن هناك اختلافات في مستوى استخدام أدوات التربية الإعلامية بين القيادات الحاصلة على مؤهلات علمية أعلى وبين القيادات ذات الخبرة الأكبر.

وجود علاقة إيجابية بين مستوى رضا المعلمين عن مملسات القيادات التربوية ومستوى توظيف التربية الإعلامية:

تفترض هذه الفرضية أن المعلمين يكونون أكثر رضا عن مملسات القيادات التربوية التي تستخدم أدوات التربية الإعلامية بشكل فعال في التواصل والتوجيه والإدارة.

وجود علاقة إيجابية بين مستوى توظيف التربية الإعلامية وتحقيق الأهداف التعليمية للمؤسسة:

تفترض هذه الفرضية أن المدارس التي تستخدم التربية الإعلامية بشكل فعال تحقق نتائج تعليمية أفضل وتصل إلى أهدافها التعليمية بنجاح أكبر.

وجود حاجة إلى تطوير برامج تدريبية للقيادات التربوية لرفع مستوى كفاءتهم في توظيف التربية الإعلامية:

تفترض هذه الفرضية أن هناك حاجة إلى توفير برامج تدريبية متخصصة للقيادات التربوية لتعليمهم كيفية استخدام أدوات ووسائل التربية الإعلامية بكفاءة وفعالية.

Media Education التربية الإعلامية

يعرف مركز الثقافة الإعلامية، التربية الإعلامية، بأنها: المقدرة علي تفسير وبناء المعني الشخصي من الرسائل الإعلامية، والمقدرة علي الاختيار وتوجيه الأسئلة والوعي بما يجري حول الفرد بدلاً من أن يكون سلبياً ومعرضاً للاختراق، ويعرفها معهد أسبن Aspen Institute، بأنها: المقدرة علي الوصول إلي الرسائل الإعلامية، وتحليلها وتقييمها ونقلها بصيغ عديدة ومتنوعة (9) .

ويعني بالتربية الإعلامية، قدرة الطلاب علي قراءة الاتصال وتحليله وتقويمه وإنتاجه (10)، فهي تشتمل علي التفكير الناقد الذي يمكن الطلاب المتلقين من بناء أحكام مستقلة عن المحتوى الإعلامي من خلال تحليل الطلاب للرسائل الإعلامية ومصدرها وكيفية صياغتها وهدفها وجمهورها وحقائقها (11)، ومن ثم يتمكن الطلاب من نقد المضامين الإعلامية والمشاركة في إبداعاتها في ضوء المنظومة القيمية للمجتمع (12) .

تحدد أهداف التربية الإعلامية في الوصول بالطلاب لتعرف مصادر النصوص الإعلامية وأهدافها، وفهم وتفسير الرسائل الإعلامية وما تحمله مضامينها من قيم، والتحليل وتقديم الآراء النقدية للمضامين الإعلامية، واختيار وسائل الإعلام المناسبة للتعبير عن الرأي وتوصيل الرسائل للجمهور المستهدف، والتواصل مع الإعلام بهدف التلقي والإنتاج (13)، وتزويد الطلاب بمحتوي مناسب من الثقافة الإعلامية، وإكساب الطلاب المهارات اللازمة للتعامل مع وسائل الإعلام، وتنمية القيم الإيجابية لمواجهة التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام، وتحقيق التكامل بين المؤسسات الإعلامية والمؤسسات التربوية، وتنمية الاعتزاز بالعقيدة الدينية لدي الطلاب، وتعزيز روح التعايش الإيجابي مع الآخرين (14)، وتكوين الطلاب لرأي عام متجانس قائم علي مبدأ احترام التعددية وتغليب الصالح العام، والتصدي للغزو الثقافي، واستيعاب الطلاب للخصوصيات الثقافية وعلاقتها بالمتغيرات الأخرى، وتنمية وعي الطلاب بالثقافة المجتمعية والبيئية، والتأكيد علي أن اللغة العربية هي الوعاء الرئيسي للخطاب الإعلامي التربوي ومستودع ثقافته، واكتشاف ميول واهتمامات الطلاب من خلال الاندماج في البرامج الإعلامية، وتنمية القيم الإعلامية لدى الطلاب من الصدق الموضوعية وعدم التحيز (15) .

يتضمن محتوى التربية الإعلامية، تعريف الطلاب بمفاهيم الإعلام ووسائله، ومصادر المواد الإعلامية، وطرق عمل وسائل الإعلام، وأساليب التأثير الإعلامي، والأهداف السياسية والثقافية والاجتماعية والتجارية لمؤسسات الإعلام، وتنمية القيم التالية لدي الطلاب: القيم الإيمانية (الإيمان بالله، التقوى، الخوف من الله، المراقبة)، والقيم الخلقية (غض البصر، العفة، الحياء، حسن الخلق)، والقيم الفكرية (التفكير، تقبل النقد، حرية التعبير، الحوار)، والقيم العلمية (الموضوعية، الأمانة العلمية، حب العلم)، والقيم الذاتية (تقدير الذات، المسؤولية، الالتزام)، والقيم الاجتماعية (التسامح، التعاون، احترام الآخرين (16) .

تتعدد وجهات النظر حول الاستراتيجيات أو الأساليب المناسبة لتفعيل برامج التربية الإعلامية، ففي الوقت الذي ينادي فيه البعض بضرورة أن يتعلم الطلاب مهارات التربية الإعلامية من خلال مقرر خاص بالتربية الإعلامية، ينادي البعض الآخر بدمج التربية الإعلامية في المنهج بدلاً من تقديمها في مقرر منفصل، بينما ينادي فريق ثالث بتوظيف كلا المنهجين، وفي هذا السياق حدد مركز الثقافة الإعلامية عشر استراتيجيات لتدريس التربية الإعلامية، أهمها: دمج التربية الإعلامية في المنهج، وتقديم مقرر كامل في التربية الإعلامية، وتوظيف النموذج الاستقرائي، وتدريس مهارات التفكير الناقد، وتحليل البيئة الإعلامية، واستخدام نموذج التعلم النشط، الذي يبدأ بحلقة الوعي بقضية معينة ثم التحليل ثم التعقيب وأخيراً الاستجابة، وتحتاج هذه النشاطات الأربعة هو الخبرة التي يكونها الطالب(17) .

وذكر رينيه هوبز Renee Hobbs علي أهمية أن يتضمن تحليل الطلاب للرسالة الإعلامية، خمسة مفاهيم أساسية: أن الرسالة الإعلامية نتاج فرد أو مؤسسة، ويتم إنتاج الرسالة الإعلامية في سياقات اقتصادية واجتماعية وسياسية وتاريخية وجمالية، وتفسير المعنى في الرسالة الإعلامية نتاج التفاعل بين المتلقي ونص الرسالة والثقافة، وأن لكل وسيلة إعلامية الرموز الخاصة بها، وتعرف الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في فهم الطلاب للحياة الاجتماعية(18) .

ويضع كين فريد Judah Ken Freed نموذجاً للتربية الإعلامية يركز علي مفهوم التفاعلية، الذي يميز وسائل الإعلام وتقنيات المعلومات الحديثة، فالشبكات الرقمية المعاصرة كونية الطابع خصوصاً مع انتشار الشبكات التفاعلية الكونية واسعة النطاق التي تتيح للأفراد الانغماس في بيئات تفاعلية كونية، وبالتالي فإن مهارات التفكير الناقد والمهارات التقنية ليست كافية وحدها للبقاء دون فهم الطلاب لطبيعة وقوة التفاعلية، وأن الطالب المثقف إعلامياً يدرك عمق التفاعل الكوني، والذي يعد مدخلاً لثقافته الإعلامية، ويقترح لتحقيق فهم الطالب للتفاعل الكوني كأساس للتربية الإعلامية، نموذجاً أسماه الثقافة الإعلامية العميقة Deep Media Literacy، يتكون من ثلاثة مستويات: مهارات استخدام تقنيات المعلومات وتصفح الشبكات الرقمية، ومهارات التفكير الناقد لمحتوي الرسائل الإعلامية، وتقدير التفاعلية الكونية، كما يقترح ثلاث استراتيجيات لتدريس الثقافة الإعلامية: تطوير رؤية إعلامية مشتركة، ومناقشة الاختيارات الإعلامية، ومناقشة التفاعلية الكونية (19) .

وتتكون الفئة الأولى من الدول المتقدمة في تطوير التربية الإعلامية كجزء إلزامي في المناهج الدراسية، من: استراليا، وبريطانيا، وكندا خاصة أونتاريو، وفنلندا، والدنمارك، والنرويج، وهولندا، والسويد، وفرنسا، وسويسرا، وتشمل الفئة الثانية من الدول التي تتطور فيها التربية الإعلامية بشكل جيد ناتج عن مبادرات فردية من بعض المعلمين أو دعم من بعض المؤسسات، كالولايات المتحدة الأمريكية، وألمانيا، وتشير الفئة الثالثة إلى تلك الدول التي لديها

مبادرات علي نطاق محدود في التربية الإعلامية، ومنها: اليابان، وهونج كونج، وتايوان، والصين، والفلبين، والهند، وروسيا، وبعض دول أمريكا اللاتينية (20) .

تتأثر التربية الإعلامية المدرسية بعدد من العوامل، منها: ضعف الميزانية وارتفاع تكلفة البرامج الإعلامية، والفهم الخاطئ للور الإعلام التربوي في نشر رسالته وتحقيق أهدافه، ونقص الكوادر الإعلامية التربوية المتخصصة، وسوء التخطيط للتربية الإعلامية، وعدم إتباع الأساليب العلمية في التربية الإعلامية، وقلة الإمكانيات التقنية بالمدارس، وضعف التواصل بين إدارات العملية التعليمية لتحقيق التربية الإعلامية، كما تتأثر التربية الإعلامية بالنواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية(21) .

تتبلور آليات تحقيق التربية الإعلامية في المدارس، الأساليب التالية: وضع أهداف التربية الإعلامية متسقة مع أهداف المرحلة التعليمية التي تطبق فيها، ووفقاً للسياسة التعليمية المتبعة في دولة التطبيق، وإدخال التربية الإعلامية كمقرر دراسي ضمن مناهج المراحل التعليمية، وتضمن التربية الإعلامية كموضوعات ضمن المقررات الدراسية في مرحلة التعليم الأساسي، وتصميم برامج التربية الإعلامية باشتراك خبراء ومتخصصين في مجالي الإعلام والتربية، والاستفادة من الأنشطة الطلابية لتحقيق التربية الإعلامية، وتوفير الإمكانيات المادية اللازمة للتربية الإعلامية، وتأهيل المدرسين لتحقيق رسالة التربية الإعلامية، وحثهم علي إجراء البحوث في مجال التربية الإعلامية، ونشر ثقافة التربية الإعلامية من خلال عقد الندوات في المدارس بمشاركة الطلاب في قراءة وتحليل ونقد الرسائل الإعلامية وتشجيعهم علي إبداء الرأي بالوسائل الإعلامية المختلفة، وإنشاء قنوات إعلامية داخل المدارس تتيح للطلاب فرص المشاكة والتعبير عن الرأي (22)، وإتاحة الفرص للطلاب المتفوقين في التربية الإعلامية للقاء نظرائهم من الدول العربية والأجنبية من أجل تبادل الخبرات والمهارات(23) .

ويؤكد داميانو Damiano Felini، علي عدد من المؤشرات لضمان جودة التربية الإعلامية بالمدارس، منها: إدراج كل من تحليل وسائل الإعلام، والنصوص الإعلامية، والإنتاج الإعلامي كموضوعات ضمن المناهج الدراسية القائمة علي الأنشطة التفاعلية والمشاكة في إطار السياق الاجتماعي والثقافي للطلاب، واستخدام المعلمين لأساليب العمل الفردي والجماعي، وتحفيز المعلمين للتفكير الناقد لكل ما يكتشفه أو ينتجه الطلاب داخل الفصل، وإتاحة المناقشات بين الطلاب، وإعطاء كل طالب الفرصة في تكوين رأيه والتعبير عنه، وتقييم كفاءة المعلمين في مدي قدرتهم علي القيام بأنشطة التربية الإعلامية، وتحقيق مشاكة أولياء الأمور في توضيح ماهية التربية الإعلامية لأطفالهم؟، وتدريب أولياء الأمور علي إدارة وسائل الإعلام بالمزول لتحقيق النتائج التعليمية المستهدفة (24) .

إلي جانب مشاكة ذوي الخبرة الإعلامية في تصميم مشروعات التربية الإعلامية، ومقابلاتهم للطلاب، وإدراك الطلاب للور وسائل الإعلام في المجتمع المعاصر، والقيمة الجمالية للرسالة الإعلامية ومدي فاعليتها

للجمهور المستهدف، والانتباه إلى الواقع الإعلامي الحالي والاتجاهات الحديثة في وسائل الإعلام العالمية المتغيرة باستمرار (25).

المنطلقات النظرية للدراسة:

نظرية الاتصال:

تقدم هذه النظرية إطاراً لفهم كيفية انتقال المعلومات والأفكار بين الأفراد والمجموعات، مما يجعلها ذات صلة بدراسة دور القيادات التربوية في استخدام وسائل الإعلام للتواصل مع المعلمين والطلاب وأولياء الأمور. يمكن الاستفادة من مفاهيم مثل: المصدر والرسالة والقناة والمشفر والمشفّر والضوء والتأثير في تحليل فعالية استخدام التربية الإعلامية.

نظرية التعلم الاجتماعي:

ؤكد هذه النظرية على دور الملاحظة والمحاكاة في عملية التعلم، مما يجعلها ذات صلة بدراسة كيفية تأثير استخدام القيادات التربوية للوسائل الإعلامية على سلوكيات المعلمين والطلاب. يمكن الاستفادة من مفاهيم مثل: النموذج والتعزيز والمحاكاة في تحليل كيفية تعلم المعلمين والطلاب من خلال ملاحظة سلوك القيادات التربوية.

نظرية القيادة التحويلية:

تؤكد هذه النظرية على قدرة القادة على تحفيز وتطوير المرؤوسين، مما يجعلها ذات صلة بدراسة دور القيادات التربوية في استخدام التربية الإعلامية لتحفيز المعلمين والطلاب وتحقيق التغيير الإيجابي. يمكن الاستفادة من مفاهيم مثل: الرؤية المشتركة والتأثير والإلهام في تحليل كيفية استخدام القيادات التربوية للتربية الإعلامية لتحقيق أهداف المؤسسة.

نظرية التكنولوجيا التربوية:

تدرس هذه النظرية دور التكنولوجيا في التعليم وتأثيرها على عملية التعلم، مما يجعلها ذات صلة بدراسة استخدام التربية الإعلامية في العملية التعليمية.

يمكن الاستفادة من مفاهيم مثل: التكامل التكنولوجي والتعلم المختلط والتعلم عن بعد في تحليل كيفية استخدام القيادات التربوية للتكنولوجيا لتحسين جودة التعليم.

نظرية الإدارة الاستراتيجية:

تقدم هذه النظرية إطارًا لتخطيط وتنفيذ الاستراتيجيات لتحقيق أهداف المؤسسة، مما يجعلها ذات صلة بدراسة كيفية استخدام القيادات التربوية للتربية الإعلامية لتحقيق الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة.

يمكن الاستفادة من مفاهيم مثل: التحليل الاستراتيجي وتخطيط الاستراتيجيات وتنفيذ الاستراتيجيات في تحليل كيفية استخدام القيادات التربوية للتربية الإعلامية لتحقيق الرؤية والرسالة للمؤسسة.

أهمية هذه المنطلقات:

توفير إطار نظري متكامل: تساعد هذه المنطلقات في بناء إطار نظري متكامل لفهم العلاقة بين التربية الإعلامية والقيادة التربوية.

تحديد المتغيرات: تساعد هذه المنطلقات في تحديد المتغيرات التي يجب دراستها وقياسها في البحث.

تفسير النتائج: تساعد هذه المنطلقات في تفسير النتائج التي يتم التوصل إليها في الدراسة.

بناء التعميمات: تساعد هذه المنطلقات في بناء التعميمات حول العلاقة بين التربية الإعلامية والقيادة التربوية.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة علي استخدام منهج المسح Survey Method، للإجابة عن تساؤلاتها من خلال تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة محل الدراسة في وضعها الراهن، بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها، وعن عناصرها باستخدام مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها (70)، وذلك بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات في مجال تخصص معين - التربية الإعلامية - أو تحديد كفاءة الأوضاع القائمة: تقويم واقع ممارسة الطلاب لمهارات التربية الإعلامية في ضوء تعدد مصادرهم للثقافة الإعلامية وتأثيراتها، واستخدام هذه البيانات في رسم السياسات ووضع الخطط علي أساس من الاستبصار الكامل بجوانب المشكلة محل الدراسة، وكذلك إمكانية معالجة البيانات إحصائياً. (71)

مجتمع الدراسة وحدود العينة:

يتمثل مجتمع الدراسة في طلاب المرحلة الثانوية بمدارس التعليم العام السعودي في منطقة المدينة المنورة بالمملكة العربية السعودية، وتعدد حدود عينة الدراسة علي النحو التالي:

حدود بشرية ومكانية: تم تطبيق الدراسة علي عينة عشوائية من طلاب المرحلة الثانوية بمدارس التعليم العام السعودي في منطقة المدينة المنورة بالمملكة العربية السعودية في المرحلة العمرية (14-17) سنة، قوامها (400 مفردة، بمدارس: دار الأبرار الثانوية، والمعهد الثانوي، والفتح الثانوية) بنين، واستلزم التطبيق علي الطلاب بالمدارس الحصول علي موافقة إدلة التخطيط والتطوير بالإدارة العامة للتربية والتعليم بمنطقة المدينة المنورة.

حدود موضوعية: اقتصرت الدراسة علي تحديد قائمة بمهارات التربية الإعلامية اللازمة للطلاب، والتي تمكنهم من التعامل مع مختلف مصادرهم في الحصول على الثقافة الإعلامية، وبناء مقياس لتعرف درجة ممارسة الطلاب لهذه المهارات، وتطبيق المقياس علي عينة الدراسة، والتوصل لتصور بأهم المقترحات لتفعيل ممارسة الطلاب لمهارات التربية الإعلامية التي تمكنهم من تعزيز التأثيرات الإيجابية ومواجهة التأثيرات السلبية لتعدد مصادرهم في الحصول على الثقافة الإعلامية.

حدود زمنية: أجريت الدراسة المسحية في منتصف الفصل الدراسي الأول للعام الدراسي 1435/1436 الموافق 2014/2015.

أدوات الدراسة :

حدود الدراسة :

الاستبانات:

استبانات للقيادات التربوية: لقياس مدى معرفتهم واعتمادهم على أدوات التربية الإعلامية، ومملساتهم في استخدامها.

استبانات للمعلمين: لقياس مدى رضاهم عن استخدام القيادات التربوية للتربية الإعلامية، وتأثير ذلك على أدائهم.

استبانات للطلاب: لقياس مدى استفادتهم من استخدام التربية الإعلامية في العملية التعليمية، وآرائهم حول ذلك.

المقابلات:

مقابلات فردية: مع القيادات التربوية، والمعلمين، والطلاب، لتعميق فهم آرائهم حول الموضوع، واستكشاف جوانب أخرى لا يمكن تغطيتها بالاستبانات.

مقابلات جماعية: مع مجموعات من المعلمين أو الطلاب، للحصول على آراء متنوعة وتشجيع النقاش.

تحليل المحتوى:

تحليل محتوى المواد التعليمية الرقمية، والرسائل الإلكترونية، والاجتماعات الافتراضية، بهدف تحديد مدى توظيف التربية الإعلامية فيها.

دراسة الحالة:

لتعميق فهم حالة معينة لمدرسة أو مجموعة من المدارس، وكيف يتم تطبيق التربية الإعلامية فيها.

التحليل الوصفي:

لوصف الواقع الحالي لتوظيف التربية الإعلامية في المدارس، وتحديد نقاط القوة والضعف.

عوامل اختيار الأدوات:

أهداف الدراسة: تحدد الأدوات التي ستستخدم لجمع البيانات وتحليلها.

الأسئلة البحثية: توجه اختيار الأدوات إلى جمع البيانات التي تساعد في الإجابة على هذه الأسئلة.

طبيعة العينة: تحدد نوع الأدوات التي يمكن استخدامها مع كل مجموعة من المشاركين.

الموارد المتاحة: تحدد إمكانية استخدام أدوات معينة، مثل الوقت والمال والبنية التحتية.

المراجع:

- بن عايل أحمد يحيي. رؤى حول التربية والإعلام وأدوار المناهج لتنمية التفكير في مضامين الإعلام لتحقيق التربية الإعلامية، ورقة عمل، المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، المملكة العربية السعودية، الرياض، ٢٠٠٧، ص ١٠.
- ٢- بدر بن عبد الله الصالح. مدخل دمج تقنية المعلومات في التعليم للتربية الإعلامية: إطار مقترح للتعليم العام السعودي، ورقة عمل، المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، ٢٠٠٧، المرجع السابق، ص ٣، ٢.
- ٣- محمد بن شحات الخطيب. دور المدرسة في التربية الإعلامية، ورقة عمل، المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، ٢٠٠٧، المرجع السابق، ص ٧٠، ٧١.
- ٤- المرجع السابق، ص ٧٢-٩٣.
- ٥- عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر. التربية الإعلامية: الأسس والمعالم، ورقة عمل، المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، ٢٠٠٧، المرجع السابق، ص ١-٣٣.
- ٦- محمد أمين المفتي. الوظيفة التربوية للإعلام، مجلة الإرشاد النفسي، العدد: (٣٥)، الجزء: (١)، مصر، مركز الإرشاد النفسي، أغسطس ٢٠١٣، ص ٣٥٩-٣٦٤.
- ٧- سعيد عبد الله حارب. الثقافة التربوية والثقافة الإعلامية تكامل أم تناقض؟، ورقة عمل، المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، ٢٠٠٧، مرجع سابق، ص ٣٥-٦٨.
- ٨- محمد المسفر. تحليل الرسالة الإعلامية، تأثير الفضائيات العربية على الشباب العربي، مجلة المفكر، العدد: (٣)، الجزائر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بسكرة، ٢٠١٣، ص ٣١-٦١.
- ٩- بدر بن عبد الله الصالح، ٢٠٠٧، مرجع سابق، ص ٢، ١.
- ١٠- Meghan McDermott, Critical Literacy: Using media to engage youth in inquiry, production, reflection, and change, New York, Robert Bowne Foundation, 2006.
- ١١- Art Silverblatt, Media Literacy: Keys to interpreting media messages, 2nd ed., Canada, Westport, CT: praeger, 2001.
- ١٢- هبة ديوب. تفعيل التربية الإعلامية في مرحلة التعليم الأساسي من وجهة نظر طلاب كلية التربية في جامعة الفرات، مجلة العلوم التربوية، العدد: (١١)، السودان، كلية التربية بجامعة أم درمان الإسلامية، ٢٠١١، ص ٢٦٠-٢٧٩.
- ١٣- فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام؟، الطبعة الأولى، الرياض، مكتبة الملك فهد، ٢٠١٠، ص ١٨-٢٢.

١٤- هبة ديوب، ٢٠١١، مرجع سابق، ص ٢٧٦.

١٥- أشجان حامد الشديفات، خلود أحمد الخصالونة. واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها، المجلة الدولية التربوية المتخصصة، المجلد: (١)، العدد: (٦)، الأردن، عمان ٢٠١٢، ص ص ٢٧٤-٢٨٧.

