

المفاهيم الإعلامية في كُتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي

د. فهد بن علي العميري

أستاذ المناهج وطرق تدريس الدراسات الاجتماعية المشارك
قسم المناهج وطرق التدريس - كلية التربية - جامعة أم القرى - مكة المكرمة

أ. فاطمة بنت صنهات المقاطي

باحثة في مجال الدراسات الاجتماعية التربوية - كلية التربية - جامعة أم القرى - مكة المكرمة
المملكة العربية السعودية

faomairi@uqu.edu.sa
dr.fahadalomairi@gmail.com

الملخص

هدفت الدراسة إلى الكشف عن درجة تضمين المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي، بالإضافة إلى التعرف على تقديرات المشاركين في الدراسة لأهمية تضمين المفاهيم الإعلامية في تلك الكتب، ومن ثم بناء مصفوفة المدى والتتابع للمفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية في صفوف التعليم العام السعودي.

اتبعت الدراسة المنهج الوصفي بشقية الوصفي التحليلي (تحليل المحتوى) للكتب الدراسية، والوصفي المسحي للمشاركين في الدراسة والبالغ عددهم (٢٠٣) فرداً في مدارس البنين والبنات الحكومية بمراحل التعليم العام في مدينة مكة المكرمة. استخدمت الدراسة أداتين لجمع البيانات، وهما: بطاقة تحليل المحتوى للكتب الدراسية (١٨ كتاب للطالب)، واستبانة لتقديرات المشاركين في الدراسة، بعد أن تحقق للأداتين خصائص الصدق والثبات اللازمة. وتم معالجة بيانات الدراسة باستخدام البرنامج الإحصائي (SSPS) وفقاً لمجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة.

توصلت نتائج الدراسة إلى إعداد قائمة مكونة من (١٥٦) مفهوماً إعلامياً، توزعت في (١٣) مجالاً. وكشفت نتائج تحليل المحتوى عن انخفاض شديد في تضمين المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية، وفي المقابل أظهرت تقديرات المشاركين في الدراسة درجة مرتفعة من الأهمية في تضمين المفاهيم الإعلامية في تلك الكتب. وفي ضوء ذلك تم تصميم نموذج لمصفوفة المدى والتتابع للمفاهيم الإعلامية في كُتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام السعودي.

الكلمات المفتاحية: المفاهيم الإعلامية، التربية الإعلامية، كُتب الدراسات الاجتماعية والوطنية، التعليم العام، طبيعة المجتمع السعودي.

خلفية الدراسة

تُعد التربية الإعلامية من الاتجاهات الحديثة في المناهج، ونظراً للتطورات التقنية والانفتاح المعرفي أستوجب الأمر أن يتم إعداد أفراد المجتمع إعداداً يتفق مع مستجدات العصر والعولمة الثقافية فيصبحوا قادرين على استخدام وسائل الإعلام المختلفة التي تربطهم بمجتمعهم وتمكنهم من اكتساب المهارات والتواصل مع الآخرين.

أولت منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) الدعم الأكبر عالمياً للتربية الإعلامية وتقرر مؤتمرات (اليونسكو) أهمية التربية الإعلامية بعبارة مهمة " يجب أن نُعد النشء للعيش في عالم سلطة الصورة والصوت والكلمة" وهي بذلك تشير إلى أن الإعلام يملك سلطة مؤثرة على القيم والمعتقدات والتوجهات والممارسات، في مختلف الجوانب اقتصادياً وثقافياً واجتماعياً من خلال أنشطة اليونسكو المتعددة في هذا المجال، فإنها تُعد التربية الإعلامية جزءاً من الحقوق الأساسية لكل مواطن، في كل بلد من بلدان العالم، وتوصي بضرورة إدخال التربية الإعلامية حيثما أمكن، ضمن المناهج التربوية الوطنية، وكذلك إدخالها ضمن أنظمة التعليم غير الرسمية، والتعلم مدى الحياة (الشميري، ٢٠١٢).

تحول موقف المؤسسة التربوية في هذا العصر من تقنية الاتصال والمؤسسات الإعلامية، وأصبحت وسائل الإعلام وتقنية المعلومات تُستخدم في صلب العملية التربوية، واستخدام المعلم للوسائط المتعددة وشبكة المعلومات الدولية في إعداد الخبرات التعليمية وإيصالها للطلبة (صالح، ٢٠١٨).

تشكل التربية الإعلامية ركناً أساسياً في حياة أفراد المجتمع حيث أتاحت له بشكل مفاجئ في مختلف المواقع الإلكترونية وغرف الدردشة والصور والنقاشات الشخصية، ينبغي أن تكون الحلول الحقيقية بالوعي لمفهوم التربية الإعلامية والرقمية من قبل المواطنين، ومعرفة ما هو المفيد وما هو المضر، وهذا هو أصل المشكلة (الحمداني، ٢٠١٥؛ Schilder, Lockee & Saxon, 2016).

وتأسيساً على ذلك؛ فقد أكدت دراسة محمد (٢٠١٢) على ضرورة تفعيل نموذج التربية الإعلامية لحماية النشء والشباب من التأثيرات السلبية لمضامين وسائل الإعلام، وكما أكدت دراسة الشديفات والخصاونة (٢٠١٢) إلى أهمية معرفة واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها، وكذلك دراسة مغاري (٢٠١٧) التي شددت على ضرورة تضمين التربية الإعلامية في المنهج الفلسطيني. وكذلك تؤكد باستمرار المؤتمرات الدولية والعالمية على ضرورة إدخال التربية الإعلامية كمنهج فقد تجاوزت دولة المغرب الاطار النظري للتربية الإعلامية وأدخلته فعلياً في مقرراتها، في حين تعتمد الأردن التربية الإعلامية والمعلوماتية منهاجاً جديداً من أجل تحسين التعليم. وحيال ذلك فقد أوصى مؤتمر خبراء الإعلام

والمعلوماتية، الذي انعقد في قطر، في المدة من ١١ - ١٣ يونيو ٢٠١٣م بتدريس الثقافة الإعلامية السليمة في مختلف المناهج الدراسية (الشميمري، ٢٠١٢).

ومع الفوضى السائدة في المجال الإعلامي الخارجي، والتنافس والصراع بين أنماط الثقافة الوطنية والثقافات الأجنبية، ظهر التأثير السلبي لوسائل الإعلام على سلوك الاطفال والمراهقين فأثر على كثير من المفاهيم والقيم والعادات، وعلى الهوية الثقافية، وأضحت المؤسسات التعليمية والإعلامية مؤهلة أكثر من غيرها من المؤسسات لتمكين المجتمع من ثقافة إعلامية عقلانية واعية ناقدة (الجرдانية، ٢٠١٥).

ومن هنا؛ يظهر أثر وسائل الإعلام على كافة أفراد المجتمع ولا سيما الجيل الصاعد إذ يمتد تأثيرها على تكوين ثقافته، وتحديد أنماط سلوكه، وإكسابه الحقائق والمفاهيم والمبادئ والقيم والاتجاهات والمهارات. وقد تزيد كثيراً في ظل تقدم تقنية معلومات الاتصال، وازدحام الفضاء بالأقمار الصناعية التي تثبت برامجها طوال الليل والنهار، وهذا يتطلب تلاحم وتأزر بين التربويين والإعلاميين، والتعاون في توظيف وسائل الإعلام في خدمة الأغراض التربوية، وتوظيف التربية في تفعيل الرسائل الإعلامية. لذا يستوجب الأمر على مصممي المناهج ان يدركوا أهمية تضمين المفاهيم الإعلامية في المقررات الدراسية ولاسيما المقررات ذات العلاقة بالجانب الإعلامي كما هو الحال في الدراسات الاجتماعية والوطنية التي تنتم بطبيعة خاصة في كونها تربط بين البعدين الزماني والمكاني، كما أنها تتميز عن باقي المواد الدراسية بطبيعة اجتماعيه كما هو واضح من مسماها، فهي تسهم بدور كبير في إعداد جيل من الناشئة ليكونوا أفراداً نابغين في المجتمع الذي يعيشون فيه، وتعريفهم بحقائق التطورات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية بالبيئات الحضارية المختلفة داخل مجتمعهم والمجتمعات الأخرى. ولأن التربية الإعلامية تتفق مع الدراسات الاجتماعية فيما سبق الا أنها تلعب دوراً بارزاً في إكساب الطلاب الثقافة الاجتماعية وامتلاكهم مهارات النقد والتقويم والتحليل ومهارات الحديث والقراءة والكتابة والمهارات الاجتماعية والثقافية التي تساعدهم على الاتصال الفعال (دولة، ٢٠٠٨).

وبالرجوع إلى الأدب التربوي وجدت العديد من الدراسات السابقة، سعت دراسة ميغيز (Meigs 2006)، إلى بحث وتقديم مجموعة من الوسائل المتنوعة التي تساعد كل من المعلمين والطلاب والآباء والمهنيين على توفير تربية إعلامية عالية المستوى، وقد استخدم المنهج الوصفي - التحليلي لدراسة، وأداة البحث الاستبانة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى تقديم أربعة أصناف من وسائل ومناهج وطرق التربية الإعلامية لتناسب كل مجموعة من المجموعات المستهدفة من الدراسة.

تناولت دراسة علام (٢٠٠٨) إلى تحديد اهم سمات تعليم التربية الإعلامية بمدارس مرحلة التعليم الاساسي من منظور التطبيق في ضوء خبرات بعض الدول وإلى وضع تصور مقترح للتربية الإعلامية في

مرحلة التعليم الاساسي بجمهورية مصر العربية، ولقد تم استخدام المنهج الوصفي، وحصلت نتائجها على أن هناك تكامل بين التربية الإعلامية والمناهج المختلفة بحيث تعمل التربية الإعلامية على تقويتها وإثرائها كما انها تقوى بها وترسخ وان هنالك عدة متطلبات يجب العمل على تحقيقها لإنجاح التربية الإعلامية وتفادي الوقوع في مشكلات يتوقع حدوثها.

عمدت دراسة العمودي (٢٠٠٨) للتعرف على مضمون التربية الإعلامية على المحيط المحلي والعربي والعالمي مستخدمة الباحثة المنهج الوصفي، وقد استخدمت الاستبانة أداة لجمع البيانات، وكانت النتائج ان متابعة طالبات الصف الأول ثانوي بمدينة مكة المكرمة للقنوات الفضائية لم تكن لأغراض علمية حيث بلغ المتوسط الحسابي (٠.٤٦٢) وكذلك استخدامهم لشبكات الانترنت لم يكن لأغراض علمية حيث بلغ المتوسط الحسابي (٠.٤٠٨٩).

سعت دراسة ميغيز (Meigs, 2008) تتبّع سياسات ومناهج التربية الإعلامية حول العالم ورسم خريطة لها لتسهيل المقارنة بينها، والتعرّف على الاختلافات في الرؤى والبرامج والتحديات الخاصة بكلّ منها، وقد استخدم المنهج الوصفي - تحليلي، وكانت الاداة الاستبانة، وحصلت النتائج على انه لا تزال مناهج ووسائل التربية الإعلامية في أفريقيا ودول الشرق تتبع المناهج والوسائل الغربية، وتحتاج التربية الإعلامية لمزيد من الاهتمام من الحكومات والبرلمانات وتخصيص تمويل كافي لتطوير المناهج التربوية الإعلامية.

هدفت دراسة الخيري (٢٠٠٩) للتعرف على درجة أهمية تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر اعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية مستخدماً المنهج الوصفي المسحي، وكانت الاداة المستخدمة الاستبانة، فحصلت الدراسة على ان التربية الإعلامية ضرورة ملحة لإعداد اجيال القرن الحادي والعشرين وهي عملية تكوين القدرة لدى الفرد على قراءة الرسائل الإعلامية وتحليلها ونقدها وتقويمها والمشاركة في انتاجها في ضوء القيم الاسلامية.

تناولت دراسة البيطار والعسالي (٢٠١٢) إلى تحديد مدى وضوح مفهوم التربية الإعلامية في كتب التربية المدنية والتربية الوطنية، استخدمت الباحثتان منهج تحليل المحتوى، فكانت نتائج الدراسة تبرهن على تركيز الاهتمام بمصادر الإعلام المقروء في كتب التربية البدنية لصفوف السابع والثامن والتاسع، والمصادر المرئية في كتب التربية الوطنية لصفوف الخامس والسادس والسابع الاساسية.

سعت دراسة الشديفات والخصاونة (٢٠١٢) إلى معرفة واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها لدى طلاب المدارس الخاصة في المملكة الاردنية الهاشمية، مستخدماً المنهج الوصفي، مستخدماً الاستبانة اداء لجمع البيانات، وأشارت النتائج إلى أن مستوى التربية الإعلامية في المدارس الخاصة مرتفع

بشكل عام، وان أكثر العوامل المؤثرة في التربية الإعلامية هو تركيز التربية الإعلامية على اركان العملية التعليمية.

اهتمت دراسة العوفي (٢٠١٢) ببيان اهداف التربية الإعلامية في المملكة العربية السعودية وتوضيح لأبرز المعارف والمهارات والقيم التي يجب ان يتضمنها محتوى التربية الإعلامية، ولقد تم استخدام المنهج الوصفي المسحي وكانت الاداة الاستبانة، وحصلت على نتائج تؤكد على موافقة افراد الدراسة على أهمية التربية الإعلامية، واهدافها، والمهارات والقيم التي يجب تضمينها لمحتوى التربية الإعلامية، والصعوبات التي تواجهه بدرجة كبيرة.

سعت دراسة محمد (٢٠١٢) إلى وضع تصور مقترح للتربية الإعلامية في التعليم الثانوي في جمهورية مصر العربية في ضوء بعض الخبرات الدولية. وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي واستخدمت اداة لجمع المعلومات استمارة استطلاع، وكانت نتائج الدراسة أن هناك اتفاقاً حول الحاجة الماسة لوجود التربية الإعلامية وضرورة تفعيل دور المدرسة في تحقيق تربية إعلامية للطلاب بهدف تنمية قدرتهم على التفكير الناقد والبحث والاستقصاء وكذلك تسهم في مساعدة المعلمين والمعلمات والآباء والأمهات على اكتساب الثقافة التربوية.

سعت دراسة مخاليفا (Mikhaleva, 2015) إلى فحص تأثير النظريات والمناهج الأوروبية للتربية الإعلامية على تطور التربية الإعلامية الروسية بناءً على تحليل مقارن لاستراتيجيات محو الأمية الإعلامية في روسيا وأوروبا في سياق تاريخي، وكان نوع المنهج المستخدم الوصفي - التاريخي، واستخدم أداة البحث الاستبانة، وكانت النتائج تؤكد على اعتماد المنهج المتكامل للتربية الإعلامية في المناهج الدراسية.

تطرق ت دراسة مغاري (٢٠١٧) إلى استطلاع آراء المختصين نحو تضمين التربية الإعلامية في المنهج الفلسطيني من حيث الأهمية والاهداف المحتوى والأساليب مستخدم للمنهج الوصفي، على عينة أعضاء التدريس بكليات التربية، وكليات وأقسام الإعلام في جامعة الأزهر والاقصى والإسلامية، والأداة الاستبيان، فحصلت تقدير مستوى موافق جداً على فقرات محاور أهمية تضمين التربية الإعلامية في المنهج الفلسطيني من حيث الأهمية والاهداف والمحتوى، أما مستوى التقدير موافق فجاء ضمن فقرت محور الاساليب.

سعت دراسة مسلم وعزيز وجاب الله (٢٠١٧) إلى تأصيل مفهوم التربية الإعلامية، ومدى حاجة طلاب الجامعة إليها وأفراد المجتمع، مع إلقاء الضوء على الوعي بها ولتحقيق هذه الأهداف اتبع الباحث المنهج الوصفي والاداة الاستبيان لمعرفة آراء أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية والتربية النوعية والإعلام

ويؤكد البحث الحالي على ضرورة "التربية الإعلامية"، في الوعي بمضامين الإعلام وفي تعزيز قدرات طلاب الجامعات؛ لفهم وتحليل ما تقدمه وسائل الاتصالات التكنولوجية الحديثة والوسائط المتعددة في هذا المجتمع المعلوماتي.

هدفت دراسة بوذن وليزة (٢٠١٨) إلى معرفة المعطيات والتحديات التي يفرضها عصر الإعلام الرقمي على المجتمعات العربية، وكيفية تحقيق التربية الإعلامية في العصر الرقمي. وكشفت نتائج الدراسة عن المعطيات والتحديات الناجمة عن الإعلام الرقمي، وأكدت النتائج ضرورة التعليم والتعلم عن وسائل الإعلام لا عن طريقها، خاصة في ظل عصر التواصل الرقمي المتميز بالتداخل والاندماج التقني لمختلف الوسائل الإعلامية، والذي نتج عنه انفتاح غير مسبوق بين الأمم والحضارات وتداخل في الثقافات، ورسمت الدراسة خطى التوجه نحو تربية إعلامية هادفة في عصر الإعلام الرقمي تراعي مسألة التنوع الثقافي للمجتمعات وتحترم خصوصيتها، بغية تحقيق وعي إعلامي شامل للشعوب العربية ولاسيما الأجيال الصاعدة.

وتأسيساً على ذلك؛ انبثقت فكرة هذه الدراسة للكشف عن درجة تضمين المفاهيم الإعلامية في مقررات الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي. علاوةً على رصد تقديرات المعلمين والمعلمات والمشرفين التربويين والمشرفات التربويات في تخصص الدراسات الاجتماعية حيال درجة أهمية تضمين المفاهيم الإعلامية في تلك الكتب.

مشكلة الدراسة وأسئلتها

تتمثل مشكلة الدراسة في محاولة التعرف على حقيقة درجة تضمين المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي إضافة إلى الكشف عن تقديرات المعلمات والمعلمين والمشرفات التربويين لأهمية تضمين تلك المفاهيم. ويمكن تأطيرها في ضوء الأسئلة الآتية:

- ١- ما درجة توافر المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي؟
- ٢- ما درجة تقديرات المشاركين في الدراسة لدرجة أهمية تضمين المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي؟
- ٣- ما مصفوفة المدى والتتابع لتوزيع المفاهيم التربوية الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية على صفوف التعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي؟

أهداف الدراسة

هدفت الدراسة الحالية إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- ١- الكشف عن درجة تضمين المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام من خلال تحليل محتوى تلك الكتب في ضوء معايير التربية الإعلامية المعاصرة وطبيعة المجتمع السعودي.
- ٢- التعرف على درجة أهمية تضمين مفاهيم التربية الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام السعودي من خلال رصد تقديرات المشرفين التربويين والمشرفات التربويات والمعلمين والمعلمات للدراسات الاجتماعية في التعليم العام السعودي.
- ٣- بناء مصفوفة المدى والتتابع لتوزيع المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية في صفوف التعليم العام السعودي.

أهمية الدراسة

انبثقت أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع الذي تناولته، حيث تزايد الاهتمام بتضمين المفاهيم الإعلامية في التعليم العام لغرض بناء جيل المستقبل القادر على التعامل الفعال والواعي مع المادة الإعلامية، وإعداد نشئ قادر على الاستفادة الإيجابية من الوسائل الإعلامية، وفي ذات الوقت يمتلك الوعي الكافي في الوقاية مما قد يدس أحياناً من مواد إعلامية مغرضه. ومن هنا تمثلت أهمية هذه الدراسة فيما يلي:

- ١- محاولة الكشف عن الدور التربوي الرائد الذي ينبغي أن تضطلع به كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية في مجال التربية الإعلامية في مختلف المراحل الدراسية بالتعليم العام، وبما يتواءم مع المعايير الإعلامية والتربوية الحديثة، وبما يتفق مع ثقافة وطبيعة المجتمع السعودي.
- ٢- تسليط الضوء على المفاهيم الإعلامية التي تضمنتها كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام السعودي ليهتم بها المعلمون والمعلمات ويعملوا على إكسابها للطلبة.
- ٢- لفت انظار العاملين في تأليف وتطوير كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بوزارة التعليم السعودية إلى الاهتمام بتضمين المفاهيم الإعلامية التي غفل عن إدراجها في تلك الكتب بمراحل التعليم العام.
- ٣- فتح الباب أمام الباحثين والدارسين لمواصلة الدراسات والبحوث العلمية الوصفية وشبه التجريبية والنوعية في مجال التربية الإعلامية في حقل الدراسات الاجتماعية.
- ٤- يؤمل أن تسهم هذه الدراسة في إضافة علمية جيدة للمكتبة التربوية العربية في مجال التربية الإعلامية من حيث محتواها التعليمي وأهمية تدريسها وكيفية تضمينها في المناهج الدراسية.

محددات الدراسة

تمثلت حدود الدراسة الحالية في الآتي:

المحددات الموضوعية: المفاهيم الإعلامية المتضمنة في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي.

المحددات البشرية: المعلمين والمعلمات والمشرفين التربويين والمشرفات التربويات للدراسات الاجتماعية بمدارس التعليم العام بمدينة مكة المكرمة.

المحددات المكانية: مدارس البنين والبنات الحكومية في مدينة مكة المكرمة.

المحددات الزمانية: جُمعت بيانات هذه الدراسة في الفصل الثاني من العام الدراسي ١٤٣٧/١٤٣٨ هـ (٢٠١٦/٢٠١٧ م).

مصطلحات الدراسة

التربية الإعلامية (Education Media) تعرف بأنها: "تمكن أفراد المجتمع من الوصول إلى فهم لوسائل الإعلام الاتصالية التي تستخدم في مجتمعهم، والطريقة التي تعمل بها في هذه الوسائل، ومن ثم تمكنهم من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين" (الشميري، ٢٠١٣، ٣٠).

طبيعة المجتمع السعودي (The nature of the Saudi society): تعرف بانها: "مجموعة السمات أو الخصائص الطبيعية التي تمثل قواسم مشتركة بين أفراد المجتمع السعودي، وتميزه عن غيره من المجتمعات الأخرى" (دغري، ٢٠١٤، ٩).

التعليم العام (Public Education): يقصد به: "التعليم العام الذي يقدم للطلاب منذ بداية السلم التعليمي وحتى التعليم العالي أو الجامعة، وذلك من خلال مدارس حكومية عامة وفق مراحل تعليمية محددة ومرحلة التعليم العام هي بمثابة العامود الفقري للنظام التعليمي" (زيادة والحامد والعتيبي ومتولي، ٢٠٠٧، ٨٣).

كُتب الدراسات الاجتماعية والوطنية: تعرف بأنها: "الكُتب المقرر لطلبة الصفوف العليا من المرحلة الابتدائية وطلبة المرحلة المتوسطة والثانوية، وتعالج هذا الكُتب موضوعات تاريخية وجغرافية ووطنية، وتم تطوير هذه الكتب في السنة الدراسية (٢٠١٠/٢٠١١ م) (العميري، ٢٠١٣، ٨).

منهجية الدراسة وإجراءاتها

تبين أن المنهج المناسب لهذه الدراسة هو المنهج الوصفي بشقيه المسحي والتحليلي، وهذا ما تبعته الدراسات السابقة ذات العلاقة (البيطار والعسالي، ٢٠٠٩؛ شديفات وخصاونة، ٢٠١٢).

مجتمع الدراسة وعينتها

تكون مجتمع الدراسة من جانبين, وهما:

١- الجانب التحليلي: وتتمثل في تحليل (كتاب الطالب) لمقررات الدراسات الاجتماعية والوطنية في التعليم العام والبالغ عددها (١٨) كتاب بهدف الكشف عن درجة توافر المفاهيم الإعلامية في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي المعدة من قبل الباحثين, حيث اشتملت القائمة بعد تحكيمها على (١٥٦) مفهوماً, توزعت في ثلاثة عشر مجالاً.

٢- الجانب الميداني: تم تطبيق استبانة على عينة من المشرفين التربويين والمشرفات التربويات والمعلمين والمعلمات لمقررات الدراسات الاجتماعية والوطنية في تعليم مدينة مكة المكرمة, والبالغ عددهم (١٣٤٨) مشرفاً ومشرفة ومعلماً ومعلمة, بهدف استطلاع آرائهم عن درجة أهمية تضمين المفاهيم الإعلامية في مجالاتها المختلفة الواردة في القائمة والبالغ عدد فقراتها (١٥٦) فقرة والمتمثلة في المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي.

أداتا الدراسة

-بناء أداتا الدراسة-

تم إعداد قائمة المفاهيم الإعلامية لجمع البيانات المطلوبة في جانبي الدراسة, وهما الجانب التحليلي للكتب, والجانب الميداني لتقديرات المشاركين في الدراسة بما يجب عن أسئلة الدراسة ويحقق أهدافها. وبعد تحكيم القائمة تم بناء الأداتين (بطاقة تحليل المحتوى, والاستبانة) بالاعتماد على القائمة, بالإضافة إلى الاستفادة من الدراسات السابقة, والاسترشاد ببعض الأدوات الموجودة في هذا المجال. وتكونت الأداتين من المفاهيم الإعلامية التي ينبغي تضمينها في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام السعودي في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي. وتتكون من ثلاثة عشر مجالاً, وهي:

المجال الأول: المفاهيم الإعلامية في الإعلام المهني, اشتملت على (٤٧) مفهوماً, وبنسبة (٣٠,١%) من إجمالي المفاهيم الإعلامية.

المجال الثاني: المفاهيم الإعلامية في مجال الإعلام الأسري, تضمنت (٩) مفاهيم, وبنسبة (٥,٨%) من إجمالي المفاهيم الإعلامية.

المجال الثالث: المفاهيم الإعلامية في المجال الإعلام الديني, احتوت على (٣) مفاهيم, وبنسبة (١,٩%) من إجمالي المفاهيم الإعلامية.

المجال الرابع: المفاهيم الإعلامية في المجال الإعلام التربوي, اشتملت على (١٤) مفهوم, وبنسبة (٩%) من إجمالي المفاهيم الإعلامية.

المجال الخامس: المفاهيم الإعلامية في مجال الإعلام الصحي, تضمنت على (٦) مفاهيم, وبنسبة (٣,٨%) من إجمالي المفاهيم الإعلامية.

المجال السادس: المفاهيم الإعلامية في مجال الإعلام الاجتماعي, احتوت على (٧) مفاهيم, وبنسبة (٤,٥%) من إجمالي المفاهيم الإعلامية.

المجال السابع: المفاهيم الإعلامية في مجال الإعلام الاقتصادي والتنموي, تضمنت (١١) مفهوماً, و بنسبة (٧,١%) من إجمالي المفاهيم الإعلامية.

المجال الثامن: المفاهيم الإعلامية في مجال الإعلام البيئي, اشتملت على (٦) مفاهيم, وبنسبة (٣,٨%) من إجمالي المفاهيم الإعلامية.

المجال التاسع: المفاهيم الإعلامية في مجال الإعلام السياحي, احتوت على (١٢) مفهوم, وبنسبة (٧,٧%) من إجمالي المفاهيم الإعلامية.

المجال العاشر: المفاهيم الإعلامية في مجال الإعلام الرياضي, تضمنت (١١) مفهوم, وبنسبة (٧,١%) من إجمالي المفاهيم الإعلامية.

المجال الحادي عشر: المفاهيم الإعلامية في مجال الإعلام السياسي, احتوت على (١٣) مفهوم, وبنسبة (٨,٣%) من إجمالي المفاهيم الإعلامية.

المجال الثاني عشر: المفاهيم الإعلامية في مجال الإعلام الحربي والأمني, اشتملت على (٩) مفاهيم, وبنسبة (٥,٨%) من إجمالي المفاهيم الإعلامية.

المجال الثالث عشر: المفاهيم الإعلامية في مجال الإعلام العلمي والتقني, تضمنت (٨) مفاهيم, وبنسبة (٥,١%) من إجمالي المفاهيم الإعلامية.

صدق أداتا الدراسة

استندت الدراسة للتحقق من صدق الأداة على طريقتين, الأولى وتسمى الصدق الظاهري (Face Validity), أما الثانية فتسمى الاتساق الداخلي (Internal Consistency).

أولاً: الصدق الظاهري: يقصد به الصدق المعتمد على المحكمين, حيث تم عرض أداة الدراسة على مجموعة من الخبراء والمتخصصين في الجامعات السعودية, وتم الطلب منهم التكرم بإبداء آرائهم في قائمة المفاهيم الإعلامية من حيث الملائمة وتحقيقها لأهداف الدراسة, وشموليتها, وتنوع محتواها, وتقويم مستوى الصياغة اللغوية. وقد قدموا ملاحظات قيمة أفادت الدراسة. وظهرت القائمة الجديدة المعدلة في ظل الأخذ بمقترحات المحكمين والبالغ عددهم (٢٣) محكماً في تخصصات الدراسات الاجتماعية التربوية والإعلام. حيث حذفت بعض المفاهيم, وأضيفت المفاهيم الجديدة, وأعيد صياغة بعض المفاهيم, وأصبحت الأداة تتكون في نسختها النهائية من (١٥٦)

مفهوماً إعلامياً موزعة على (١٣) مجالاً، تُعنى بالتربية الإعلامية وتأصيل الوعي الإعلامي للطلبة في جميع الفئات العمرية بالتعليم العام السعودي.

ثانياً: **صدق الاتساق الداخلي**: نظراً لأن الصدق في أدبيات القياس يعني اتساق الاختبار مع نفسه في قياس الجانب الذي بني لقياسه، أي انه يدل على مدى اتساق الدرجات في حالة تكرار التجربة، لذلك يعتمد الصدق- في إحدى طرقه- عن طريق التحقق من الاتساق الداخلي لأداة على حساب معامل ارتباط درجة المجال أو البعد بالدرجة الكلية للاستبانة، وقد قاما الباحثان باستخراج معاملات الارتباط بين درجة كل مجال والدرجة الكلية للاستبانة في عينة استطلاعية من خارج عينة الدراسة تكونت من (٢٠) المشرفين التربويين والمعلمين والمعلمات، وقاما الباحثان باستخراج معاملات الارتباط بين كل فقرة وبين المجال الذي تنتمي اليه، و كذلك استخراج معاملات الارتباط بين درجة كل مجال والدرجة الكلية لأداة الاستبانة.

-ثبات أدوات الدراسة

١-ثبات الاستبانة

تم حساب معامل ثبات الاتساق الداخلي بتطبيق معادلة ألفا كرونباخ لجميع مجالات المفاهيم الإعلامية في الاستبانة، والاستبانة ككل على العينة الاستطلاعية والتي بلغت (٢٠) مشرفاً ومشرفة تربويين ومعلم ومعلمة من خارج عينة الدراسة. وتراوحت معاملات الثبات المقدره بمعادلة ألفا كرونباخ للعينة الاستطلاعية ولمجالات الاستبانة، ما بين (٠,٨٨٩-٠,٩٧٢)، أعلاها لمجال الإعلام التربوي وادناها لمجال الإعلام البيئي، وقد بلغت درجة الثبات الكلية للاستبانة (٠,٩٧٩) وهي قيمة مرتفعة جداً ومناسبة لأغراض تطبيق الدراسة (Crocker & Algina, 1986).

٢-ثبات بطاقة تحليل المحتوى

تم التأكد من ثبات بطاقة تحليل المحتوى باستخدام معادلة هولستي (Holesty)، وذلك بتطبيق المعادلة الآتية على نتائج مرتين من تحليل المحتوى يفصل بينهما فترة زمنية مقدرة بثلاث أسابيع.

$$\text{معامل الاتفاق (Hostely)} = \frac{(m) 2}{n2+n1}$$

N1: تعني عدد الفقرات التي تكررت في التحليل الأول.

N2: تعني عدد الفقرات التي تكررت في التحليل الثاني.

M: تعني عدد الفقرات المتفق عليها بين التحليلين.

وكان معامل الثبات مساوياً لـ(٠,٩٤)، ويعد هذا الثبات مرتفعاً بناءً على ما توصلت إليه كيد وادسوروث (Kaid & Wadsworth, 1989)، وعليه يمكن الاعتماد عليه في تحليل محتوى كتب الدراسات الاجتماعية في المملكة العربية السعودية.

-خطوات تحليل المحتوى

يعد تحليل المحتوى أحد أهم أهداف هذه الدراسة والمتمثل في معرفة درجة تضمين المفاهيم الإعلامية في كُتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي، ولقد اعتمدت هذه الدراسة الكلمة الصريحة مكتملة المعنى للمفهوم كوحدات لتحليل المحتوى، وذلك لمناسبتها لأغراض الدراسة وسهولة حصرها بشكل دقيق لتحديد التقدير الكمي لدرجة توافر المفاهيم الإعلامية المطلوب تضمينها في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي، وذلك من خلال تحليل محتوى ثمانية عشر كتاباً وفق الخطوات الآتية:

- تحديد الهدف من التحليل والمتمثل في معرفة درجة تضمين المفاهيم الإعلامية في كُتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي.
- أطلع الباحثان على بعض الدراسات والتي تناولت تحليل المحتوى بشكل عام، كما هو الحال في دراسة كلاً من (البيطار والعسالي، ٢٠٠٩؛ مغاري، ٢٠١٧) وغيرها من الدراسات ذات العلاقة بتحليل المحتوى، وذلك من أجل إعداد بطاقة تحليل محتوى مناسبة للدراسة الحالية، وتكوين فكرة واضحة عن الإجراءات وكيفية التحليل.
- الاستفادة من قائمة المفاهيم الإعلامية في نسختها النهائية والتي أعدها الباحثين، واستخدمتها كبطاقة لتحليل محتوى الكتاب.
- تحديد الوحدات الدراسية التي تناولت المفاهيم الإعلامية.
- وضع المفاهيم الإعلامية في المجالات التي تنتمي إليها حسب التصنيف المعتمد لهذه الدراسة.
- تم تفريغ المفاهيم الإعلامية بعد تحليل المحتوى في جداول بيانية حسب تكرارها.
- تم التأكد من ثبات تحليل المحتوى باستخدام معادلة هولستي (Holesty)، وذلك بتطبيق المعادلة الآتية على نتائج مرتين من تحليل المحتوى يفصل بينهما فترة زمنية مقدرة بثلاث أسابيع.

$$\text{معامل الاتفاق (Hostely)} = \frac{(m) 2}{n2+n1}$$

- N1: تعني عدد الفقرات التي تكررت في التحليل الأول.
- N2: تعني عدد الفقرات التي تكررت في التحليل الثاني.
- M: تعني عدد الفقرات المتفق عليها بين التحليلين.

وكان معامل الثبات مساوياً لـ (٠,٩٤)، ويعد هذا الثبات مرتفعاً بناءً على ما توصلت إليه كيد وادسوروث (Kaid & Wadsworth, 1989)، مما يعني الاعتماد عليه في تحليل محتوى كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام السعودي.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

للإجابة عن أسئلة الدراسة تم استخدام المعالجات الإحصائية الآتية:

أولاً- الإحصاء الوصفي: تمثل في التكرارات والنسب المئوية في بطاقة تحليل محتوى الكتب الدراسية، والمتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية للتعرف على التباين في استجابات أفراد العينة عن كل مفهوم في الاستبانة.

ثانياً- الإحصاء الاستدلالي: تمثل في معامل الارتباط "بيرسون" (Person) لحساب صدق الاتساق الداخلي لأداتي الدراسة (بطاقة تحليل المحتوى، الاستبانة)، ومعادلة "ألفا كرونباخ" (Cronbach Alpha) لحساب ثبات الاستبانة، ومعادلة هولستي (Holsty) لحساب ثبات تحليل المحتوى. ولحساب درجة الموافقة من حيث ارتفاعها أو انخفاضها، ولكون المقياس المستخدم خماسي؛ فقد جرى تقدير قيم المتوسطات الحسابية حسب الفئات (الأوزان) لسهولة تفسير نتائج الدراسة، وهي: المتوسطات الحسابية من (١) إلى (١,٧٩)؛ تشير إلى درجة تقدير منخفضة جداً، والمتوسطات الحسابية من (١,٨٠) إلى أقل من (٢,٥٩)؛ تشير إلى درجة تقدير منخفضة، والمتوسطات الحسابية من (٢,٦٠) إلى (٣,٣٩)؛ تشير إلى درجة تقدير متوسطة، والمتوسطات الحسابية من (٣,٤٠) إلى (٤,١٩)؛ تشير إلى درجة تقدير مرتفعة، والمتوسطات الحسابية من (٤,٢٠) إلى (٥,٠٠) تشير إلى درجة تقدير مرتفعة جداً.

نتائج الدراسة

يمكن عرض نتائج الدراسة على النحو الآتي:

نتيجة السؤال الأول

ما درجة توافر المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي؟
بعد الفراغ من إعداد قائمة المفاهيم الإعلامية اللازم تضمينها في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام التي بلغ عددها إلى (١٥٦) مفهوماً؛ تم تحليل محتوى تلك الكتب من الصف الرابع بالمرحلة الابتدائية وحتى الصف الثالث بالمرحلة الثانوية. ولمزيد من الإيضاح؛ تم حساب مفاهيم كل مجال من المجالات الثلاثة عشر على حدة وفقاً للمجال الذي تنتمي إليه.

ثالثاً - المفاهيم الإعلامية في المجال الديني

جدول رقم (٣)

التكرارات والنسب المئوية للمفاهيم الإعلامية في المجال الديني في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي

الرقم	المفهوم	صفوف المرحلة الابتدائية						صفوف المرحلة المتوسطة						صفوف المرحلة الثانوية		النسب والتكرارات المئوية لمفاهيم التربية الإعلامية				
		الصف الرابع		الصف الخامس		الصف السادس		الصف الأول		الصف الثاني		الصف الثالث		الصف الأول		الصف الثاني		مجموع التكرارات	مجموع النسب	
		١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف					
٥٧	القنوات الدينية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠%
٥٨	الإذاعات الدينية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠%
٥٩	الدعاية الدينية التوعوية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠%
	مجموع المفاهيم الإعلامية في المجال الإعلام الديني	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠%
المتوسط الحسابي لتوزيع المفاهيم الإعلامية في المجال الإعلام الديني																				
٠ مفهوم اعلامي في المجال الإعلام الديني من أصل ٣ ٠.٣ × ١٠٠ = ٣٠%																				

تشير بيانات الجدول رقم (٣) إلى أن مفاهيم المجال المتعلق بالإعلام الديني والبالغ عددها (٣) مفاهيم من المفاهيم الإعلامية في المجال الإعلامي الديني بنسبة (٣٠%) من النسبة العامة للمكونات.

رابعاً - المفاهيم الإعلامية في المجال التربوي

جدول رقم (٤)

التكرارات والنسب المئوية للمفاهيم الإعلامية في المجال التربوي في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي

الرقم	المفهوم	صفوف المرحلة الابتدائية						صفوف المرحلة المتوسطة						صفوف المرحلة الثانوية		النسب والتكرارات المئوية لمفاهيم التربية الإعلامية				
		الصف الرابع		الصف الخامس		الصف السادس		الصف الأول		الصف الثاني		الصف الثالث		الصف الأول		الصف الثاني		مجموع التكرارات	مجموع النسب	
		١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف					
٦٠	القنوات التربوية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠%
٦١	القنوات التعليمية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠%
٦٢	الوسائط الإعلامية التعليمية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠%
٦٣	المؤتمرات الإعلامية التربوية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠%
٦٤	التلفزيون التربوي	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠%
٦٥	التلفزيون التعليمي	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠%
٦٦	الإذاعة المدرسية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠%
٦٧	الإذاعة التربوية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠%
٦٨	المسرح المدرسي	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠%
٦٩	المسرح التربوي	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠%
٧٠	المجلات العلمية الثقافية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٢	١٠٠%
٧١	البرامج التعليمية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠%
٧٢	الأبحاث العلمية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠%

سادساً- المفاهيم الإعلامية في المجال الاجتماعي

جدول رقم (٦)

التكرارات والنسب المئوية للمفاهيم الإعلامية في المجال الاجتماعي في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي

الرقم	المفهوم	صفوف المرحلة الابتدائية						صفوف المرحلة المتوسطة						صفوف المرحلة الثانوية				النسب والتكرارات المئوية لمفاهيم التربية الإعلامية				
		الصف الرابع		الصف الخامس		الصف السادس		الصف الأول		الصف الثاني		الصف الثالث		الصف الأول		الصف الثاني		الصف الثالث		مجموع التكرارات	مجموع النسب	
		١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف					
٨٠	التواصل الإعلامي الاجتماعي (تويتر، فيس بوك، يوتيوب... غير ذلك)	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٢٠	٪١٠٠
٨١	الشبكة الإعلامية الاجتماعية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٪٠
٨٢	الحدث الإعلامي الاجتماعي	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٪٠
٨٣	منصات التواصل الاجتماعي	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٪٠
٨٤	المشاركة الإعلامية المجتمعية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٪٠
٨٥	الدعاية الإعلامية الاجتماعية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٪٠
٨٦	التحقيقات الإعلامية الاجتماعية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٪٠
	مجموع المفاهيم الإعلامية في المجال الاعلام الاجتماعي	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٢٠	٪١٠٠
	المتوسط الحسابي لتوزيع المفاهيم الإعلامية في المجال الاجتماعي																					٪٢,٨٥
	١ مفهوم اعلامي في المجال الاعلام الاجتماعي من أصل ٧																					٪١٤,٢ = ١٠٠ × ٧ ÷ ١

يبين الجدول رقم (٦) أن مفاهيم المجال الاعلام الاجتماعي ممثلاً في الفقرات المشتملة على المفاهيم الإعلامية يتوفر منها (١) مفهوم من أصل (٧) مفاهيم وشكلت ما نسبته (١٠٠%) من النسبة العامة للمفاهيم الإعلامية في المجال الاعلام التربوي، وهي مجموع المفاهيم الإعلامية في المجال الاجتماعي في هذه الدراسة، قد تكرر قياسها (٢٠) مرة.

الرقم	المفهوم	صفوف المرحلة الابتدائية						صفوف المرحلة المتوسطة						صفوف المرحلة الثانوية						النسب والتكرارات المنوية				
		الصف الرابع		الصف الخامس		الصف السادس		الصف الأول		الصف الثاني		الصف الثالث		الصف الأول		الصف الثاني		الصف الثالث		مجموع التكرارات	مجموع النسب			
		١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف					
١٠٤	الترويج الإعلامي السياحي	٠	٪٠	
١٠٥	التسويق الإعلامي السياحي	٠	٪٠
١٠٦	التسويق الإعلاني السياحي	٠	٪٠
١٠٧	البرامج الإعلامية السياحية	٠	٪٠
١٠٨	الإعلانات الإعلامية السياحية	٠	٪٠
١٠٩	الدوريات الإعلامية السياحية	٠	٪٠
١١٠	الأدلة الإعلامية السياحية	٠	٪٠
١١١	الملاقات الإعلامية السياحية	٠	٪٠
١١٢	المصنقات الإعلامية السياحية	٠	٪٠
١١٣	الفنون الشعبية	٠	٪٠
١١٤	العروض المسرحية	٠	٪٠
١١٥	المهرجانات الوطنية	٢	٪١٠٠
	مجموع المفاهيم الإعلامية في المجال الاعلام السياحي	٢	٪١٠٠
المتوسط الحسابي لتوزيع المفاهيم الإعلامية في المجال الاعلام السياحي																								
١ مفهوم إعلامي في المجال الاعلام السياحي من أصل ١٢																								
$٨,٣ = ١٠٠ \times ١٢ \div ١$																								

عاشراً - المفاهيم الإعلامية في المجال الرياضي

جدول رقم (١٠)

التكرارات والنسب المنوية للمفاهيم الإعلامية في المجال الرياضي في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي

الرقم	المفهوم	صفوف المرحلة الابتدائية						صفوف المرحلة المتوسطة						صفوف المرحلة الثانوية						النسب والتكرارات المنوية				
		الصف الرابع		الصف الخامس		الصف السادس		الصف الأول		الصف الثاني		الصف الثالث		الصف الأول		الصف الثاني		الصف الثالث		مجموع التكرارات	مجموع النسب			
		١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف					
١١٦	المجلة الإعلامية الرياضية	٠	٪٠
١١٧	القنوات الإعلامية الرياضية	٠	٪٠
١١٨	التعصب الرياضي	٠	٪٠
١١٩	الجمهور الرياضي	٠	٪٠

للمفاهيم الإعلامية في المجال الإعلام السياسي، وهي مجموع المفاهيم الإعلامية في المجال السياسي في هذه الدراسة.

الثاني عشر- المفاهيم الإعلامية في المجال الحربي والأمني

جدول رقم (١٢)

التكرارات والنسب المئوية للمفاهيم الإعلامية في المجال الحربي والأمني في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي

الرقم	المفهوم	صفوف المرحلة الابتدائية						صفوف المرحلة المتوسطة						صفوف المرحلة الثانوية				النسب والتكرارات			
		الصف الرابع		الصف الخامس		الصف السادس		الصف الأول		الصف الثاني		الصف الثالث		الصف الأول		الصف الثاني		الصف الثالث		مجموع التكرارات	مجموع النسب
		١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف	١ ف	٢ ف		
١٤٠	الدعاية الإعلامية المعادية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
١٤١	الحملات الإعلامية المضادة	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
١٤٢	الاستراتيجيات الإعلامية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
١٤٣	الردع الإعلامي	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
١٤٤	الدعاية المضادة	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
١٤٥	الخطابات الإعلامية المضادة	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
١٤٦	الخطابات الإعلامية المؤثرة	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
١٤٧	التحصين الإعلامي	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
١٤٨	البرامج التثقيفية الحربية	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
	مجموع المفاهيم الإعلامية في المجال الاعلام الحربي	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
المتوسط الحسابي لتوزيع المفاهيم الإعلامية في مجال الاعلام الحربي والأمني																					
٠ مفهوم إعلام في مجال الاعلام الحربي والأمني من اصل ٩ ٠.١٠٠×٩÷٪																					

يبين الجدول السابق رقم (١٢) أن مكونات المجال الاعلام الحربي ممثلا في الفقرات المشتملة على المفاهيم الإعلامية لم يتوفر منها أي مفهوم، حيث بلغ عددها (٩) مفاهيم وشكلت مانسبته (٠٪) من النسبة العامة للمفاهيم الإعلامية في المجال الاعلام الحربي.

تضمنين معظم المفاهيم التي اعتمدها الدراسة. ويرى الباحثان عدم تضمين المفاهيم الإعلامية بشكل متوازن ومتناسب في موضوعات كُتِبَ الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام؛ قد يرجع مرده لافتقارها إلى الاهتمام والتركيز عليها من قبل مؤلفي كُتِبَ الدراسات الاجتماعية والوطنية. وتختلف النتائج مع دراسة محمد (٢٠١٢) التي أشارت بضرورة تفعيل دور المدرسة في تحقيق تربية إعلامية للطلاب بهدف تنمية قدرتهم على التفكير الناقد والبحث والاستقصاء وكذلك تسهم في مساعدة المعلمين والمعلمات والآباء والأمهات على اكتساب الثقافة التربوية، ودراسة مخاليفا (Mikhaleva, 2015) التي تؤكد على العديد من النتائج بما في ذلك اعتماد المنهج المتكامل للتربية الإعلامية في المناهج الدراسية. وكذلك دراسة مسلم وعزيز وجاب الله (٢٠١٧) التي تشيد بضرورة "التربية الإعلامية"، في الوعي بمضامين الإعلام وفي تعزيز قدرات طلاب الجامعات؛ لفهم وتحليل ما تقدمه وسائل الاتصالات التكنولوجية الحديثة والوسائط المتعددة في هذا المجتمع المعلوماتي، ودراسة بوذن وليزة (٢٠١٨) التي دعت إلى رسم تربية إعلامية هادفة في المجتمعات العربية لمواجهة التحديات التي يفرضها العصر الرقمي.

تأسيساً على ذلك؛ ولما تشكل المفاهيم الإعلامية من دور بارز في تنمية وزيادة الوعي بأهمية وجود قدر كافي من الثقافة الإعلامية على الأقل في المجالات التي حددتها الدراسة لدى الفرد حتى يتمكن من فهم الرسائل الإعلامية وكيفية التصدي لها، وضرورة العمل على تضمين هذه المفاهيم في جميع المجالات المحددة بالدراسة في كُتِبَ الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام وفي جميع المراحل الدراسية وبالشكل الذي يضمن تنمية الثقافة الإعلامية لدى أفراد المجتمع وبشكل عام، الأمر الذي سوف يعود بالنفع عليهم وبما يضمن انتشار ثقافة الوعي الإعلامي لدى أفراد المجتمع.

نتيجة السؤال الثاني

ما درجة تقديرات المشاركين في الدراسة لدرجة أهمية تضمين المفاهيم الإعلامية في كُتِبَ الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة تقديرات المشاركين في الدراسة لأهمية تضمين المفاهيم الإعلامية في كُتِبَ الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي، كما يلي:

جدول رقم (١٤)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتيب لدرجة أهمية تضمين المفاهيم الإعلامية

رقم المجال	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الأهمية
٦	المفاهيم الإعلامية في المجال الاجتماعي	٤,٦٧	٠,٨٨٠	١	مرتفعة جداً
١٠	المفاهيم الإعلامية في المجال الرياضي	٤,٥١	,٩٧٤	٢	مرتفعة جداً
١	المفاهيم الإعلامية في المجال المهني	٤,٤٨	,٥٥٣	٣	مرتفعة جداً
١٣	المفاهيم الإعلامية في المجال العلمي والتقني	٤,٤٢	,٧٧٦	٤	مرتفعة جداً
٣	المفاهيم الإعلامية في المجال الديني	٤,٢٨	,٩٠٦	٥	مرتفعة جداً
٩	المفاهيم الإعلامية في المجال السياحي	٣,٧٢	,٧٨٩	٦	مرتفعة
٧	المفاهيم الإعلامية في المجال الاقتصادي والتنموي	٣,٧٠	,٧٥٧	٧	مرتفعة
١١	المفاهيم الإعلامية في المجال السياسي	٣,٦٨	,٧٦٣	٨	مرتفعة
٥	المفاهيم الإعلامية في المجال الصحي	٣,٦٠	,٩٧٦	٩	مرتفعة
٢	المفاهيم الإعلامية في المجال الأسري	٣,٥٤	,٨٦٣	١٠	مرتفعة
٤	المفاهيم الإعلامية في المجال التربوي	٣,٥١	,٩٥٥	١١	مرتفعة
١٢	المفاهيم الإعلامية في المجال الحربي والأمني	٣,٥٠	,٧٧٦	١٢	مرتفعة
٨	المفاهيم الإعلامية في المجال البيئي	٣,٤٩	,٨١٩	١٣	مرتفعة
	درجة أهمية تضمين المفاهيم الإعلامية ككل	٣,٦٠	,٥١٧	-	مرتفعة

يبين الجدول رقم (١٤) أن المتوسطات الحسابية قد تراوحت ما بين (٤.٦٧ - ٣.٤٩) حيث حصلت المفاهيم الإعلامية على تقديرات مرتفعة جداً التي تراوحت متوسطاتها ما بين (٤.٧٦ - ٤.٢٨) أعلاها المفاهيم الإعلامية في مجال الإعلام الاجتماعي وأدناها المفاهيم الإعلامية في مجال الإعلام الديني.

أشارت نتائج الدراسة إلى تقدير المعلمين والمعلمات والمشرفين والمشرفات لدرجة أهمية تضمين المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي في جميع مجالات الدراسة والبالغ عددها (١٣) مجالاً، بلغت درجة أهمية تضمين هذه المفاهيم على مستوى المجالات ككل بدرجة تقدير "مرتفعة" وبمتوسط حسابي بلغ (٣.٦٠) وانحراف معياري (٠,٥١٧).

ويمكن تفسير هذه النتيجة في إدراك المعلمين والمشرفين التربويين على حد سواء لأهمية اتجاه التربية الإعلامية وخاصة في هذا العصر والذي يعد بامتياز عصر الصوت والصورة، والدور الكبير لمقررات الدراسات الاجتماعية والوطنية في تثقيف الطلبة وتزويدهم بمفاتيح المعرفة والبحث ونقد المضامين وتطوير معارفهم، حيث أن انتشار الكم الهائل من وسائل التواصل المختلفة يستدعي ضرورة تطوير مهارات الطلبة في البحث عن المعلومات الصحيحة وإيجادها لأن من الصعب على المدارس والمناهج الحديثة تزويد الطلبة بكل ما

البحوث العلمية الإعلامية	تحول الرأي العام	الحملة (الإعلانية، الدعاية، الإعلامية .. غير ذلك)	الأمن الإعلامي	الوثائق الإعلامية	الحملة الإعلامية المضادة
البحوث العلمية التعليمية	الدعم الإعلامي	الدعاية (التشهيرية، المغرضة، الرمادية، السوداء، البيضاء.. غير ذلك)	التحصين الإعلامي	المواثيق الإعلامية	الحملة الإعلامية المعادية
المجلات العلمية	الصحافة الاقتصادية	الرأي (العام , المستنير , المنقاد, المسيطر, المستبد.. غير ذلك)	الهيمنة الإعلامية	التوثيق الإعلامي	الحملة الإعلامية البيئية
المجلات الإعلامية التعليمية	التحقيقات الاقتصادية	استطلاعات الرأي	السلطة الرابعة	الأرشيف الاعلامي	الخطابات الإعلامية المضادة
المجلات الإعلامية الثقافية	البرامج الاعلامية الاقتصادية	التحقيقات السياسية	الثقافة الإعلامية	النشر الإلكتروني	الخطابات الإعلامية المؤثرة
الوسائط الإعلامية التعليمية	القنوات الاعلامية الاقتصادية	المناظرات الإعلامية السياسية	الغزو الإعلامي	الاستعمار الالكتروني	الاستراتيجيات الإعلامية
البرامج التعليمية	الاعلان الاقتصادي	الخطابات الإعلامية السياسية	التغطية الحصرية	الدعاية الإعلامية الاجتماعية	التعرض الناقد
القنوات والبرامج الثقافية	السلعة الإعلامية	اللافئات الإعلامية السياحية	الاختراق الإعلامي	الدعاية التوعوية الدينية	الثورة الإعلامية
المؤتمرات الإعلامية التربوية	المنتج الإعلامي	الأدلة الإعلامية السياحية	البث الشبكي (المباشر... فضائي, الرقمي.. غير ذلك)	الدعاية الإعلامية الدولية	الأثر الإعلامية
البرامج الوثائقية البيئية	الترويج الاعلامي السياحي	الدوريات الإعلامية السياحية	أحددة دعائية	الدعاية الانتخابية	الرقابة الإعلامية
المجلات الإعلامية البيئية	التسويق الإعلامي السياحي	المصنقات الإعلامية السياحية	التسميم الإعلامي السياسي	الدعاية المضادة	الحرب النفسية الإعلامية
المنشورات التوعوية البيئية	التسويق الإعلاني السياحي	وقت الذروة	"القبولة الإعلامية" الصورة النمطية"	الحملة الإعلانية	التعظيم الإعلامي
التقارير الدورية البيئية	الاعلانات الاعلامية السياحية	العولمة الإعلامية	غسيل الدماغ	الحملة التسويقية	التظليل الإعلامي
البرامج التثقيفية الحربية	البرامج الاعلامية السياحية	الحادث الإعلامي الاجتماعي	الإعلام الموجهة	الحملة التوعوية الصحية	المقاومة الإعلامية
العلامة الإعلامية	-----	الشائعات الإعلامية	الإعلام التفاعلي	الحملة الإعلامية الانتخابية	التعبئة الإعلامية
الخبر الاقتصادي	-----	رجع الصدى	الإعلام الكوني (العالمي)	-----	اللوبيات الإعلامية
-----	-----	-----	الإعلام الدولي	-----	الردع لإعلامي

توصيات الدراسة ومقترحاتها

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة قُدمت بعض التوصيات التي قد تُسهم في تطوير كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي من حيث الشمولية والتوازن في تضمين هذه المفاهيم وهي كما يلي:

١- الإفادة من قائمة المفاهيم الإعلامية ومصفوفة المدى والتتابع التي توصلت إليها الدراسة الحالية في الخطط التطويرية لمحتوى كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية في جميع المجالات المحددة بالدراسة وتضمينها في هذه الكتب بشكل شامل ومتوازن.

٢- توصي الدراسة مصممي الكتب بالتعاون مع المختصين في الإعلام بإعادة النظر في تضمين وتنظيم بعض المفاهيم الحديثة في مختلف المجالات الإعلامية المختلفة في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي

٣- تضمين التربية الإعلامية في المناهج الدراسية ولاسيما مناهج الدراسات الاجتماعية والوطنية في مختلف المراحل الدراسية، وذلك بما يتناسب مع المراحل العمرية والدراسية للطلبة، والتركيز على التعريف بالمفاهيم والقيم الإعلامية.

وبغية تفعيل توصيات الدراسة قدمت بعض المقترحات، وتمثلت في الآتي:

- ١- إجراء المزيد من الدراسات التحليلية والمسحية عن التربية الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام السعودي لتشمل مكونات أخرى مثل المبادئ الإعلامية، والقوانين الإعلامية، والقيم الإعلامية، والاتجاهات الإعلامية، والمهارات الإعلامية.
- ٢- إجراء دراسة شبه تجريبية عن بناء برنامج تعليمي قائم على التربية الإعلامية في الدراسات الاجتماعية والوطنية، وقياس فاعليته في تنمية بعض المتغيرات المعتمدة كالمفاهيم الإعلامية، والقيم الإعلامية، والوعي الإعلامي لدى طلبة إحدى الصفوف بمراحل التعليم العام السعودي.
- ٣- إجراء دراسة شبه تجريبية عن بناء برنامج تدريبي لمعلمي الدراسات الاجتماعية قائم على الكفايات والمهارات اللازمة لتدريس التربية الإعلامية، وقياس فاعليته في تنمية كفاياتهم ومهاراتهم التدريسية في إحدى مراحل التعليم العام السعودي.

Media concepts in social studies and national textbooks in public education in light of media education standards and the nature of Saudi society

Abstract

The study aimed to reveal the degree of inclusion of media concepts in the books of social and national studies in general education in light of the criteria of media education and the nature of the Saudi society. Additionally, to identify the estimations of the participants in the study of the importance of including media concepts in these books, and to build a matrix of the range and sequence of media concepts in the books of social and national studies in the grades of Saudi general education .

The study followed the descriptive approach in both descriptive analysis of the textbooks and descriptive survey of the study participants who were (203) students in the schools of boys and girls in general education in Makkah. The study used two data collection tools: the content analysis card for textbooks (18 books for students) and the questionnaire of the participants' estimations in the study, as ensuring the validity and reliability of the tools. The data were processed using the statistical program (SPSS) according to a set of appropriate statistical tests.

The results of the study led to the preparation of a list of (156) media concepts distributed in (13) fields. The results of the content analysis revealed a very low inclusion of the media concepts in the books of social and national studies. While, the participants' estimations in the study revealed high degree of importance of inclusion of media concepts in those books. In view of this, a model for the matrix of the extent and sequence of the media concepts was designed in the books of social and national studies in Saudi general education.

Keywords: media concepts, media education, social studies and national textbooks, general education, nature of the Saudi society.

المراجع

أولاً- المراجع العربية

- البيطار, ليلي والعسالي, علياء.(٢٠١٢). مفهوم التربية الإعلامية في كتب التربية المدنية والتربية الوطنية للمرحلة الأساسية في المنهاج الفلسطيني, بحث مقدم في مؤتمر " العملية التربوية في القرن الحادي والعشرين: واقع وتحديات" المنعقد خلال المدة ٢-٤/٦/٢٠٠٩م, جامعة النجاح الوطنية, نابلس, فلسطين.
- بوذن, محمد وليزة, عصام.(٢٠١٨). نسق التربية الإعلامية في عصر الإعلام الرقمي المعطيات والعوائق وفرضيات التحقق, المنتدى العالمي الأول حول: التربية الإعلامية في ظل عالم متغير: رهانات الواقع وتطلعات المستقبل, المنعقد خلال المدة ٨-١٠/٣/٢٠١٨م, مخبر الدراسات الإنسانية والأدبية, كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية, جامعة الشيخ العربي التبسي, تبسة, الجزائر.
- الجردانية, علياء.(٢٠١٥). في العالم الرقمي الحديث التربية الإعلامية ضرورة لا رفاهية, تاريخ الدخول ٣/١/٢٠١٧م, متاح على الرابط <http://almaraonline.com>.
- الحمداني, بشرى.(٢٠١٥). التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية, عمان, الأردن: دار وائل للنشر.
- الخيرى, طلال.(٢٠٠٩). تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية, أطروحة دكتوراة غير منشورة, كلية التربية, جامعة ام القرى, مكة المكرمة.
- دغريري, أحمد.(٢٠١٤). التربية المدنية في كُتب الدراسات الاجتماعية والوطنية المطورة بالمرحلة المتوسطة في ضوء متطلبات الحياة المعاصرة وطبيعة المجتمع السعودي, رسالة ماجستير غير منشورة, كلية التربية, جامعة أم القرى, مكة المكرمة.
- دولة, عبد الجبار.(٢٠٠٨). أبعاد غائبة التربية الإعلامية في المجتمع العربي المعاصر- مفهومها - مجالاتها - نتائجها, دمشق: مركز الناقد الثقافي.
- زيادة, مصطفى والحامد, محمد والعتيبي, بدر ومتولي, نبيل.(٢٠٠٧). التعليم في المملكة العربية السعودية رؤية الحاضر واستشراف المستقبل, ط ٤, الرياض: دار الرشد للنشر والتوزيع.
- الشديقات, أشجان والخصاونة, خلود.(٢٠١٢). واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في المملكة الاردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها, المجلة الدولية التربوية المتخصصة, الأردن, ١(٦), ٢٧٤-٢٨٧.

الشميمري، فهد. (٢٠١٢). التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام، الرياض: المؤلف.
صالح، إدريس (٢٠١٨). الشبكات الاجتماعية "المتابعة والتوجيه"، مجلة الوعي الإسلامي - الكويت،
(٦٣٣)، ٣٤-٣٦.

العمودي، هناء. (٢٠٠٨). واقع مساهمة معلمات الصف الاول ثانوي في التربية الإعلامية من
وجهة نظر الطالبات والمشرفات التربويات بمدينة مكة المكرمة، رسالة ماجستير غير منشورة،
كلية التربية، جامعة أم القرى، مكة المكرمة.

العميري، فهد. (٢٠١٣). التربية السياحية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية للمرحلة
المتوسطة في المملكة العربية السعودية، المجلة الاردنية في العلوم التربوية - جامعة اليرموك،
٩، (٤)، ٣٨٩-٤٠٢.

علام، سماح. (٢٠٠٨). التربية الإعلامية بمرحلة التعليم الأساسي في جمهورية مصر العربية (تصور
مقترح)، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.
العويفي، عبد الرحمن. (٢٠١٢). التربية الإعلامية ودور القيادة التربوية في تحقيق أهدافها،
رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود
الإسلامية، الرياض.

محمد، مها. (٢٠١٢). تصور مقترح للتربية الإعلامية في مدارس التعليم الثانوي في جمهورية
مصر العربية في ضوء بعض الخبرات الدولية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية،
جامعة أسوان، أسوان، مصر.

مسلم، محمود وعزيز، عبد السلام وجاب الله، أحمد. (٢٠١٧). تنمية الوعي بالتربية الإعلامية
في ضوء المعايير الأكاديمية، بحث منشور، كلية التربية النوعية، جامعة بنها، بنها، مصر.
مغاري، أحمد. (٢٠١٧). تضمين التربية الإعلامية في المنهاج الفلسطيني دراسة استطلاعية،
رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة الأقصى، غزة، فلسطين.

ثانياً- المراجع الأجنبية

- Crocker, L. & Algina, J. (1986). *Introduction to Classical and modern test theory*, New York: CBS College Publishing.
- kaid.L,& Wadsworth, A.(1989). *Content Analysis, Measurement of Communication Behavior*, eds, Philip Emmert and Larry Barker (pp. 197-217). New York: Longman.
- Meigs, D. (2006). *Media Education: A Kit for Teachers, Students, Parents and Professionals*, Paris: The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: UNESCO.
- Meigs, D.(2008).*Mapping media education policies in the world: Visions, programmes and challenges* ,Revista Comunicar, Unesco.
- Mikhaleva, G.(2015). Impact of european media education strategies on russian media education development, *European Journal of Contemporary Education*, 14(4), 239-244.
- Schilder, E., Lockee, B.& Saxon, D.(2016).The Challenges of Assessing Media Literacy Education ,*Patrick Journal of Media Literacy Education*, 1, (8) 32- 48.