

بحوث العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢١ م = ٩٦٥٥, معامل التأثير العربي لعام ٢٠٢٠ م = ٢٠٠١, دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة العاشرة - العدد السابع والثلاثون - يناير/مارس ٢٠٢٢ م

ملخصات بحوث باللغة الإنجليزية:

- كيف استخدم داعش وسائل التواصل الاجتماعي لنشر أفكاره المتطرفة؟: دراسة تحليلية
د. بندر جابر يحيى دوشي (جامعة ساوثرن ميسيسيبي) ... ص ٩

بحوث باللغة العربية:

- تأثير العوامل الشخصية والمهنية والاجتماعية في الاحترق الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة في سلطنة عمان
أ.د. عبد الله خميس الكندي (جامعة السلطان قابوس)
د. فائق بن لاغة (جامعة السلطان قابوس)
عزة اليعربي (جامعة السلطان قابوس) ... ص ١٣
- دور التربية الإعلامية لطلاب مرحلة التعليم قبل الجامعي في تحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقا لرؤية المملكة ٢٠٣٠: دراسة على عينة من النخبة الأكاديمية بتخصصي الإعلام والتربية
أ.د. عزة مصطفى الكحكي (جامعة أم القرى)
نسليم محمد محمود الشريف (جامعة أم القرى) ... ص ٣٥
- طبيعة معالجات موقعي جامعتي "العربية الأمريكية" و"خضوري" قبيل جائحة كورونا وأثنائها
د. محمود محمد مصطفى خلوف (الجامعة العربية الأمريكية)
ديما حسين شحادة عساف (الجامعة العربية الأمريكية) ... ص ٧١
- واقع أشكال المضمون الخدمي في المنصات الرقمية المصرية: دراسة تقويمية
د. فاطمة فايز عبده قطب (جامعة بني سويف)
د. أحمد شحاته عبد الفضيل (جامعة بني سويف) ... ص ١٠٥
- إدراك الشباب الجامعي السعودي لمخاطر محتملة من التسويق الإلكتروني للمنتجات الدوائية: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة أم القرى
د. هويدا محمد لطفي أحمد (جامعة أم القرى)
نادرة صالح سعيد باحمدان (جامعة أم القرى) ... ص ١٦١
- تقييم فعالية إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات الصحية (المستشفيات) الحكومية والخاصة في مواجهة جائحة كورونا
د. سعاد محمد مصطفى محمد الجوهري (معهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال) ... ص ٢٢٣
- دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الجمهور المصري بأزمة مياه النيل
د. رلى عبد الرحمن صقر (جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا) ... ص ٢٨٩

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية

(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠



جميع الحقوق محفوظة © ٢٠٢٠ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.epra.org.eg

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والوكيل الأسبق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طابع (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس الأسبق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام - جامعة اليرموك

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الملك فيصل

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)

أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٤٣٨٠ / ٢٠١٩

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jpr.epra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).
والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في التعليم والاستشارات العلمية والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ٢,٠١ بنسبة ١٠٠٪ في تقرير عام ٢٠٢٠م للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالتّرقّيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة ببنت (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢,٥٤)،

- ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المراجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوماً من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ \$٥٥٠ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٥٪) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٤٠) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٣٠ جنيهاً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب \$١٠.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين \$١٥٠.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين \$١٨٠. على ألا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.
- ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين \$٣٠٠، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر \$٣٥٠. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيهاً ومن خارج مصر \$٤٥٠ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صيري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epa.org.eg، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تقيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها ستة وثلاثون عددًا بانتظام، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحسّلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوى باللغة العربية بمعدل = ١.٣٤ في عام ٢٠١٦م، ومعدل ٢.٠١ في عام ٢٠٢٠م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences واتحاد الجامعات العربية. وكذلك نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في عام ٢٠٢١م ضمن الفئة "الأولى Q1" على المستوى العربي وهي الفئة الأعلى في تخصص الإعلام بمعامل تأثير = ٠.٩٦٥٥. كذلك تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقية العلمية تخصص "الإعلام" وتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت المجلة ضمن قائمة المجالات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العيكان - معرفة).

وفي العدد السابع والثلاثين من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة المشاركين والمساعدين وكذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية، أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

■ ففي البداية نجد وعلى صعيد البحوث الواردة باللغة الإنجليزية بالعدد "السابع والثلاثين" من المجلة، ومن جامعة ساوثرن ميسيسيبي، نجد بحثًا تحت عنوان: "كيف استخدم داعش وسائل التواصل الاجتماعي لنشر أفكاره المتطرفة؟: دراسة تحليلية"، وهو مقدم من: د. بندر جابر يحيى دوشي، من السعودية.

ومن جامعة السلطان قابوس، قدّم كل من: أ.د. عبد الله خميس الكندي من سلطنة عمان، د. فاتن بن لاغة من تونس، عزة اليعربي من سلطنة عمان بحثًا مشتركًا بعنوان: "تأثير العوامل الشخصية والمهنية والاجتماعية في الاحتراق الوظيفي لدى ممارسي العلاقات العامة في سلطنة عمان".

ومن جامعة أم القرى، قدّمت كل من: أ.د. عزة مصطفى الكحكي، من مصر، نسيم محمد محمود الشريف من السعودية، دراسة مشتركة بعنوان: "دور التربية الإعلامية لطلاب مرحلة التعليم قبل الجامعي في تحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقا لرؤية المملكة ٢٠٣٠: دراسة على عينة من النخبة الأكاديمية بتخصصي الإعلام والتربية".

ومن الجامعة العربية الأمريكية، قدّم كل من: د. محمود محمد مصطفى خلوف، من فلسطين، ديمًا حسين شحادة عساف من فلسطين، دراسة مشتركة بعنوان: "طبيعة معالجات موقعي جامعتي العربية الأمريكية" و"خضوري" قبيل جائحة كورونا وأثناءها".

ومن جامعة بني سويف قدّمت د. فاطمة فايز عبده قطب، من مصر، ود. أحمد شحاتة عبد الفضيل من مصر، دراسة تقييمية مشتركة بعنوان: "واقع أشكال المضمون الخدمي في المنصات الرقمية المصرية".

ومن جامعة أم القرى، قدّمت كل من: د. هويدا محمد لطفي أحمد، من مصر، نادرة صالح سعيد باحمدان، من السعودية، دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة أم القرى بعنوان: "إدراك الشباب الجامعي السعودي لمخاطر محتملة من التسويق الإلكتروني للمنتجات الدوائية".

أما د. سعاد محمد مصطفى الجوهري، من معهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال، من مصر، قدّمت بحثًا بعنوان: "تقييم فعالية إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات الصحية (المستشفيات) الحكومية والخاصة في مواجهة جائحة كورونا".

وأخيرًا من جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، قدّمت د. رلى عبد الرحمن صقر، من مصر، بحثًا بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية الجمهور المصري بأزمة مياه النيل". وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقًا لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبَل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيرًا وليس آخرًا ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

**دور التربية الإعلامية لطلاب مرحلة التعليم قبل الجامعي في تحقيق
مفهوم المجتمع المعرفي وفقا لرؤية المملكة ٢٠٣٠م:
دراسة على عينة من النخبة الأكاديمية بتخصصي الإعلام والتربية**

إعداد

**أ.د. عزة مصطفى الكحكي (*)
نسليم محمد محمود الشريف (**)**

(*) أستاذ بقسم الإعلام - كلية العلوم الاجتماعية - جامعة أم القرى.

(**) حاصلة على ماجستير العلاقات العامة من قسم الإعلام في كلية العلوم الاجتماعية - جامعة أم القرى.

دور التربية الإعلامية لطلاب مرحلة التعليم قبل الجامعي في تحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠م: دراسة على عينة من النخبة الأكاديمية بتخصصي الإعلام والتربية

أ.د. عزة مصطفى الكحكي

aekahkey@yahoo.com

جامعة أم القرى

نسيم محمد محمود الشريف

Nosa_-msn@hotmail.com

جامعة أم القرى

ملخص:

هدفت الدراسة إلى الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: ما دور التربية الإعلامية لطلاب مرحلة التعليم قبل الجامعي في تحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠م؟ وينبثق منه عدة أهداف فرعية إلى جانب عدد من الفروض لمعرفة واقع التربية الإعلامية في مرحلة التعليم قبل الجامعي في تحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠م كما تراها النخبة عينة الدراسة، واعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي للوصول إلى نتائج الدراسة، واستخدمت الاستبانة كأداة للدراسة، وتم تطبيقها على (٦٢) مفردة من نخبة من الأكاديميين المتخصصين في التربية والإعلام، تم اختيارهم بطريقة العينة المتاحة.

وكانت أبرز نتائج الدراسة:

فيما يتعلق بواقع التربية الإعلامية في مرحلة التعليم قبل الجامعي، احتلت المرتبة الأولى عبارة " تعتبر رؤية المملكة ٢٠٣٠م ضرورة لتخطيط منهج للتربية الإعلامية، وفيما يتعلق بأهمية التربية الإعلامية المقدمة في مرحلة التعليم قبل الجامعي في تحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠م، من وجهة نظر النخبة الأكاديمية احتلت المرتبة الأولى عبارة " تنمي الجوانب الحياتية المختلفة للطلاب"، وثبتت صحة فرضية الفرض الأول والثاني أنه "لا توجد فروق ذات دالة إحصائية بين أفراد العينة من (أساتذة الإعلام وأساتذة التربية وأساتذة الإعلام التربوي) في تقديرهم لواقع التربية الإعلامية بمرحلة التعليم ما قبل الجامعي"، وأنه "توجد علاقة ارتباطية دالة بين إدراك العينة لأهمية التربية الإعلامية لمرحلة التعليم قبل الجامعي والمعوقات التي تواجهها"، ولم تثبت صحة فرضية "توجد فروق دالة إحصائية بين رؤى ومقترحات العينة من (أساتذة الإعلام وأساتذة التربية وأساتذة الإعلام التربوي) لتحقيق مجتمع معرفي من خلال التربية الإعلامية".

الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية - المجتمع المعرفي - رؤية المملكة ٢٠٣٠م - الإعلام.

مقدمة:

تعتبر التربية الإعلامية أحد الموضوعات الحساسة في الوقت الحالي خاصة مع التقدم التقني والتكنولوجي، فأصبح متاحاً أمام الأطفال والمراهقين جميع وسائل الإعلام الإلكتروني بشقيها السيء والمفيد، فكان من الضروري أن ننقل هنا من مرحلة التحصين إلى مرحلة التوعية والتمكين من اختيار المحتوى الإعلامي المناسب بما يتلاءم مع مبادئ الدين الإسلامي وأسس التربية الصحيحة. تتجه التربية الإعلامية نحو قيام المؤسسة التربوية بإعداد الطالب وتمكينه من بعض المهارات اللازمة للتعامل مع الرسائل الإعلامية كمهارات القراءة الصحيحة للرسائل الإعلامية والتفكير الناقد لتلك الرسائل وتحليل مضامينها ثم اتخاذ قرارات مناسبة بشأنها، ولابد أن يتزامن مع تعليم تلك المهارات تعليم وتنمية القيم اللازمة لرصد الرسائل السلبية ومنع تأثيرها، والرسائل الإيجابية وتعزيز أثرها (الخيري، ١٤٣٠هـ، ٤). وترتكز مبادئ رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠م على مجموعة من الأهداف التي تدعو إلى تحقيق مجتمع المعرفة عن طريق تطوير المهارات البشرية، ومسايرة التطور في التكنولوجيا الحديثة وتطبيقاتها، وبطبيعة الحال ينعكس ذلك على عمليات تطوير العملية التربوية والتعليمية. وبتزايد وسائل الإعلام والاتصال ازداد التأثير على الأفراد على اختلافهم ولاسيما فئة المراهقين، وتتوسع التأثير بين الإيجابي والسلبي، فأضحى من الضروري أن تكون هناك تربية إعلامية تواكب هذا التطور المستمر لوسائل الإعلام، حتى تطور الجوانب الإيجابية وتجعل حداً للتأثيرات السلبية التي تؤثر على الفرد والمجتمع، حيث تعتبر فئة طلاب التعليم قبل الجامعي هم الفئة الأكثر تأثراً بالتكنولوجيا الحديثة للإعلام (قمقاني، ٢٠١٧م، ١٠).

ومن هنا كان موضوع الدراسة حول دور التربية الإعلامية لطلاب مرحلة التعليم قبل الجامعي في تحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠م دراسة على عينة من النخبة الأكاديمية ب تخصصي الإعلام والتربية.

الإطار النظري للدراسة:

مصطلحات الدراسة:

التربية الإعلامية:

تُعرف اصطلاحاً بأنها: "عملية توظيف وسائل الاتصال بطريقة مثلى من أجل تحقيق الأهداف التربوية المرسومة في السياسة التعليمية والإعلامية للدولة، ولا يقتصر تأثيرها على الطلبة في المدرسة إنما يتعدى ذلك إلى التأثير في الآباء والأمهات والإخوة والأخوات داخل الأسرة وإلى التأثير في كافة أفراد المجتمع" (مصطفى، ٢٠١٧م، ص ٢٧).

وتُعرفها الباحثة إجمالاً بأنها: إعداد وتدريب الأفراد على كيفية التعامل مع المضامين الإعلامية وتكوين الرؤية الناقدة والتحليلية، وحسن استخدام الوسائل الإعلامية والمشاركة الفعالة بها، وكل ذلك في ضوء تعاليم الدين الإسلامي والشريعة الإسلامية.

مرحلة التعليم قبل الجامعي:

تُعرّف اصطلاحاً بأنها: "القاعدة الأساسية والعريضة لتعليم جميع الناشئة من سن السادسة حتى سن الخامسة عشرة، ويهدف إلى تزويد التلاميذ بالقدر الضروري من القيم وأنماط السلوك والمعارف والخبرات والمهارات العلمية" (عبد الله، ٢٠١٤م، ٢٤).

وتُعرّفها الباحثتان إجرائياً بأنها ويقصد بها في الدراسة طلاب المرحلة الابتدائية والمتوسط والثانوي بمدينة مكة المكرمة.

مجتمع المعرفة:

يُعرّف اصطلاحاً بأنه: "مجموعة من الناس ذوي الاهتمامات المتقاربة، الذين يحاولون الاستفادة من تجميع معرفتهم سوياً، بشأن المجالات التي يهتمون بها، وخلال هذه العملية يضيفون المزيد من المعرفة، وهكذا فإن المعرفة هي الناتج العقلي والمجدي لعمليات الإدراك والتعلم والتفكير" (الشريف، ٢٠١٩م، ١٨).

وتُعرّفها الباحثتان إجرائياً: يقصد به التنمية المستدامة، والاقتصاد المعرفي، ومجتمع المعلومات، ومجتمع التقنية، لأن كل هذه المصطلحات تصب في فكرة واحدة وهي المجتمع المعتمد على التقنية والمعلومات والتكنولوجيا الحديثة، وإعمال الفكر البشري باستخدام مهارات التفكير العليا.

رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠م:

تُعرّف اصطلاحاً بأنها: وثيقة تقوم على مجموعة من المرتكزات، وتعتمد على ثلاثة محاور هي المجتمع الحيوي، والاقتصاد المزدهر، والوطن الطموح، كما تعد خطة ما بعد النفط أعلن عنها في ٢٥ ابريل ٢٠١٦م (رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠١٦، ٢٠٣٠م).

وتُعرّفها الباحثتان إجرائياً بأنها: مواءمة محاور الرؤية الوطنية ٢٠٣٠م في محور (مجتمع حيوي) الذي يهدف إلى تعزيز القيم والمهارات الإيجابية لدى الأفراد، وتطوير أساليب التفكير لديهم، والقدرة على التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة.

النخبة الأكاديمية من متخصصي الإعلام والتربية:

ويعرفها (الصوفي، والبريهي ٢٠١٤م، ٤٣) " الفئة التي تحمل أعلى المؤهلات العلمية، وتتمتع بالمكانة المتميزة في المجتمع بفضل وعيها وثقافتها، وقدرتها على التأثير في الرأي العام وتشكيل قيم وثقافة مجموعة كبيرة من المجتمع بحكم طبيعة وظيفتها التدريسية للطلاب، ومن خلال إصداراتها العلمية ومشاركتها الثقافية".

وتُعرّفها الباحثتان إجرائياً بأنها: المقصود بهم في هذه الدراسة اعضاء وعضوات هيئة التدريس بجامعات المملكة العربية السعودية، من أستاذ، وأستاذ مشارك، وأستاذ مساعد، المتخصصين في الإعلام بجميع فروعه من علاقات عامة وصحافة وإذاعة وتلفزيون، والمتخصصين في كلية التربية في مجال المناهج وطرق التدريس وعلم النفس.

الدراسات السابقة:

الدراسات التي تناولت التربية الإعلامية:

دراسة القرني (٢٠١٩م) بعنوان " واقع التربية الإعلامية في مؤسسات التعليم العام في المملكة العربية السعودية: محافظة جدة نموذجاً " هدفت الدراسة إلى الكشف عن موضوعات التربية الإعلامية في المناهج الدراسية، والكشف عن ممارساتها في إدارات التعليم في محافظة جدة، تشخيص واقع التربية الإعلامية في مؤسسات التعليم العام من وجهة نظر المعلمين في محافظة جدة من حيث (مفهومها، أهميتها، أنشطتها، مهاراتها، معوقاتهما) واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وقد أسفرت الدراسة عن مجموعة من النتائج من أبرزها: تقدم المناهج الدراسية موضوعات متفرقة للتربية الإعلامية معتمدة على المدخل التكاملي في جميع المراحل التعليمية، تتبنى إدارة التعليم مجموعة من الأنشطة والدورات التي تمكن الطالب والمعلمين من مهارات التعامل الإيجابي مع وسائل الإعلام، وأظهرت الدراسة الميدانية أن مفهوم التربية الإعلامية متوفر لدى (٦٣٪) من أفراد عينة الدراسة بدرجة متوسطة، وأن (٦٤٪) يرون أن الأسباب التي تدعو إلى الاهتمام بالتربية الإعلامية درجتها متوسطة، وأن (٥٦٪) يرون أن أنشطة التربية الإعلامية أحياناً تقدم داخل المدرسة، وأن (٥٥٪) يرون أن مهارات التربية الإعلامية تقدم أحياناً للطلاب في المدرسة، و (٧٣٪) يتفقون على أن المعوقات غالباً ما تعوق تطبيق التربية الإعلامية في المدرسة.

دراسة منصور (٢٠١٩م) بعنوان "تنمية مهارات التربية الإعلامية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بناءً على الخبرة التدريسية لأساتذة الإعلام في الجامعات السعودية" وهدفت الدراسة إلى التعرف على أساليب تنمية المهارات الإعلامية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بناءً على الخبرة التدريسية لأساتذة الإعلام في الجامعات السعودية، وتحديد أساليب تنمية مهارات النقد والإنتاج الإعلامي لدى الطلبة، بالإضافة إلى تعرف درجة تطبيق الأساتذة لتلك الأساليب والصعوبات التي تواجههم، وتأثير متغيرات (النوع، الخبرة الأكاديمية، التخصص الدقيق) على اعتماد الأساتذة لتلك الأساليب، واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة وغلب عليها الأسئلة المفتوحة، وتم توزيعها على عينة بلغت (١٤٠) من أساتذة الإعلام في سبع جامعات سعودية استجاب منهم (٣٥) أستاذاً ومحاضراً، وأشارت النتائج أن ٦٠.٦٪ يعتقدون أن شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقاته مهمة بدرجة كبيرة في تنمية مهارات التربية الإعلامية، واستعرضت الدراسة الأساليب التي يمكن اعتمادها لتحسين مهارات محددة لدى الطلبة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتطبيقاته، مثل مهارات الاختصار والاختزال، وإجراء المقارنات المنطقية، وتفكيك الرسالة الإعلامية وتقديم الآراء النقدية للإنتاج الإعلامي وتقديم المعارف حول موضوع معين في شكل مطبوع أو مرئي أو مسموع أو باستخدام الوسائط المتعددة، وتنفيذ حملات إعلامية.

دراسة آشي (٢٠١٨م) بعنوان "دور الأسرة في دعم تطبيقات التربية الإعلامية في ظل رؤية

٢٠٣٠م للمملكة العربية السعودية"، وهدفت الورقة العلمية لتسليط الضوء حول دور الأسرة السعودية في التربية الإعلامية من خلال اقتراح برنامج توعوي يتضمن إكساب الأسر المهارات اللازمة لتوجيه النشء في تعامله مع المضامين الإعلامية المقدمة عبر الشاشات المرئية ، وتم استهداف الأسر السعودية باعتبارها اللبنة الأولى للمجتمع، وخرجت الورقة بعدة توصيات من أهمها انشاء مراكز للتربية الإعلامية في أرجاء الدولة لتوعية وتحسين وتمكين المجتمع، فتح مسارات جديدة في الكليات والجامعات في تخصص التربية الإعلامية، تدريس مواد التربية الإعلامية والإنتاج الإعلامي في جميع المراحل الدراسية، تمكين الأطفال من المشاركة في الإنتاج الإعلامي بجميع فنونه، إقامة المؤتمرات والندوات المحلية والدولية بصفة دورية وإثراء البحوث العلمية في هذا المجال.

دراسة سينوف (Synnøve, 2017) بعنوان "هل أصبحت التربية الإعلامية احترافاً؟ الصورة الذاتية لمعلمي التربية الإعلامية والتمركز والتركيز التربوي"، هدفت الدراسة إلى استكشاف الصور الذاتية لمعلمي التربية الإعلامية والمواقف والمراجع التفسيرية تعمل على إثراء الممارسات التعليمية في التربية الإعلامية، ومحاولة الإجابة على عدة تساؤلات: ما هي الصور الذاتية، والتمركز والمراجع التفسيرية التي يستخدمها مدرسو الإعلام في برنامج MC في وصف أنفسهم كمعلمين، وكيف يرون أن هذا الفهم يؤثر على الممارسة التعليمية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، استندت الدراسة إلى الأدبيات الموضوعية للمواقف التاريخية لمعلم التربية الإعلامية في بلدان الشمال الأوروبي، وبدعم من بيانات المسح الوطني حول خلفيات معلمي وسائل الإعلام ودوافعهم وممارساتهم (العدد = ٣٨٣)، يتم استكشاف الموضوع من خلال مجموعات التركيز والمقابلات الفردية مع معلمي وسائل الإعلام في مدرستين في مرحلة التعليم الثانوي لوسائل الإعلام في النرويج، واعتمدت هذه الدراسة على مراجعة الأدبيات الموضوعية لمعلم وسائل الإعلام في أبحاث وسائل الإعلام في بلدان الشمال الأوروبي وعلى بيانات من دراسة بحثية استكشافية حول برنامج دراسة MC، ومن أبرز نتائج الدراسة أن هناك تقاضات مختلفة ومتضاربة حول كونهم معلمي تربية إعلامية، مما يؤدي إلى ممارسات تعليمية مختلفة لها آثار أوسع على التنفيذ المستقبلي للتعليم الإعلامي، كانت التوترات الموجودة داخل وبين المواقف التاريخية في المراجعة الموضوعية واضحة أيضاً في حصيلة معلمي وسائل الإعلام الحالية، ولعبت الخلفيات المهنية للمعلمين والثقافات المهنية الحالية دوراً في كيفية تأثير هذه التوترات على الممارسة التعليمية.

دراسة أليس (Alice, 2016) بعنوان "التربية الإعلامية في مدارس ما بعد القرن الحادي والعشرين: محو الأمية الإعلامية من خلال أجهزة الكمبيوتر المحمولة وأجهزة الأيباد"، سعت الدراسة إلى فحص فعالية محو الأمية الإعلامية من خلال تقنيات وسائل الإعلام الجديدة في بيئة الفصل الدراسي في مدينة "هونج كونج"، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي الوصفي، وقامت على استخدام نظرية الإبداع، واشتمل مجتمع الدارسة على طلاب مدرسة النصب التذكاري "لشاك شونغ شان" الابتدائية الكاثوليكية ومدرسة المستشار الجيد الابتدائية الكاثوليكية وكلاهما مدرستان نموذجيتان لجيل

النت، وضحت نتائج الدراسة أثر تعلم مهارات التربية الإعلامية في مدارس ما بعد القرن الحادي والعشرين: مشروع تعليم تقنية المعلومات الإبداعي" أن تدريس محو الأمية الإعلامية من خلال تكنولوجيا المعلومات في بيئة الفصل الدراسي أمر ممكن ومرغوب فيه، ويتطابق النهج التربوي الجديد وبيئة التعلم المفتوحة مع أسلوب واحتياجات جيل الإنترنت، وكان الطلاب متحمسين للغاية بخصوص وسائل الإعلام الجديدة خاصة أجهزة الأيباد وأظهروا اهتماماً كبيراً بمناهج محو الأمية الإعلامية، ويعتبر استخدام تكنولوجيا المعلومات الحديثة لتدريس التربية الإعلامية فعالاً لعدة أسباب منها: التفاعل التشاركي- المناقشة والمشاركة الفورية -متعة الوسائط الجديدة) مثل لمس الأيباد- التعلم النشط- شعور الطلاب بالاستقلالية في عملية التعلم، أيضاً توصلت هذه الدراسة إلى أن طلاب جيل الإنترنت يعتبرون المنهج المبتكر ذا قيمة وهادفة وذات صلة، لقد نشر المنهج الجديد عدداً من التحديات لتدريس محو الأمية الإعلامية .ومع ذلك، تشير النتائج إلى أن المعلمين الذين شاركوا في المشاريع شعروا بالحماس تجاه المشروع وقاموا بوضع عدد من الحلول لمواجهة التحديات.

دراسة كابرينو و فرانسيسكو (Francisco& Caprino 2016) بعنوان "محو الأمية الإعلامية (التربية الإعلامية) في البرازيل: خبرات ونماذج في التعليم الأهلي" هدفت الدراسة إلى التعرف على البيئة الإعلامية وتحديد مشاريع التربية الإعلامية التي نفذتها المنظمات الأهلية غير الربحية في البرازيل وخارج البيئة المدرسية وتحليل حالة محو الأمية الإعلامية في البرازيل من منظور التعليم الاهلي، وتحديد الموقف من خلال عينة من المشاريع البالغ عددها (٢٤٠) مشروعاً والمنظمات البالغ عددها (١٠٧) منظمة، والتي تطور أنشطة محو الأمية الإعلامية وفقاً للأبعاد الثلاثة المعترف بها دولياً للتربية الإعلامية (الوصول / الاستخدام، والفهم النقدي، وإنتاج المحتوى الإعلامي) استخدمت الدراسة المنهج التحليلي، وكانت أداة الدراسة البحث المباشر من خلال سجلات العديد من المؤتمرات البرازيلية حول الاتصال والتعليم والمواطنة، وأبرز نتائج الدراسة أنها قدمت نموذجاً يمكن استخدامه لدراسة مشاريع التربية الإعلامية في مجال التعليم الاهلي، ونظرة أولية حول محو الأمية الإعلامية في بلد يجب أن يستفيد، نظراً لحجمه واختلافاته الاجتماعية الكبيرة، من عناصر التكامل التي يوفرها التعليم الاهلي للتعليم الحكومي ومناهجها، فيما يتعلق بالتنمية، والتربية الإعلامية وتمكين المواطنين، ويظهر التحليل تفوق الأنشطة الموجهة لإنتاج الصوت-المحتوى المرئي (٦٥.٤٪) وتوسيع نطاق الحقوق وقدرات التواصل لبعض المجتمعات المستبعدة بشكل عام من وسائل الإعلام التقليدية (٤٥.٨٪). علاوة على ذلك، فإن غالبية المؤسسات لديها مشاريع ذات إمكانيات متوسطة وعالية من التمكين (٧٧.٦٪).

دراسة خليل (٢٠١٥م) بعنوان "تقويم واقع ممارسة الطلاب لمهارة التربية الإعلامية في ضوء تعدد مصادره للثقافة الإعلامية وتأثيراتها: دراسة مسحية على عينة من طلاب المدارس الثانوية بالتعليم العام السعودي"، وهدفت الدراسة إلى تحديد قائمة بمهارات التربية الإعلامية اللازمة للطلاب، وبناء مقياس للتعرف على درجة ممارسة الطلاب لهذه المهارات، وتطبيق المقياس بالمقابلة على 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، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، وطبقت على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة من طلاب المدارس الثانوية بالتعليم السعودي، وكان من أهم نتائج الدراسة التوصل لقائمة بمهارات التربية الإعلامية قوامها (٣١) مهارة أساسية في التربية الإعلامية والمهارات الإضافية تحددت في: الثقافة الإعلامية، الثقافة البصرية، والثقافة الإخبارية، والثقافة المعلوماتية، والثقافة الرقمية، ومهارات وسائل الإعلام الاجتماعية، جاءت درجة ممارسة الطلاب لمهارات التربية الإعلامية الأساسية والمكملة متوسطة، مما يعني أن الطلاب في حاجة لمزيد من التعليم وتنمية القدرات والتدريب على ممارسة مهارات التربية الإعلامية الأساسية والإضافية.

دراسة ميخاليفا (Mikhaleva, 2015) بعنوان " أثر استراتيجيات التربية الإعلامية الأوروبية على تطوير التربية الإعلامية الروسية" هدفت الدراسة إلى توضيح أثر نظريات ومناهج التربية الإعلامية الأوروبية على تطور التربية الإعلامية الروسية استناداً إلى تحليل مقارن لاستراتيجيات الترويج لمحو الأمية الإعلامية الروسية والأوروبية في السياق التاريخي، واستخدمت الدراسة المنهج التحليلي، واستخدمت المقابلات الشخصية كأداة للدراسة، وتحليل محتوى الأطروحات الروسية حول التربية الإعلامية ، ومن أبرز نتائج الدراسة: أدى تأثير استراتيجيات التربية الإعلامية الأوروبية على تطور تعليم وسائل الإعلام في روسيا إلى ظهور وتطوير نماذج اجتماعية وثقافية للتربية الإعلامية في روسيا تستند إلى الدراسات الثقافية ونظريات التفكير النقدي للتربية الإعلامية، بما في ذلك اعتماد منهج التربية الإعلامية المتكاملة في المدارس، ومن أهم التوصيات هناك حاجة ملحة لمزيد من البحث في تحديد الطرق الممكنة للتعاون الدولي وتبادل الخبرات فيما يتعلق بتعزيز التربية الإعلامية الرسمية وغير الرسمية في المدرسة وأثناء التعلم مدى الحياة.

دراسات تناولت رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠م ومفهوم مجتمع المعرفة:

دراسة الغنيمان (٢٠٢٠م) بعنوان " واقع الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في دعم رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠م: دراسة تحليلية" تسعى هذه الدراسة إلى رصد واقع الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة للعلاقات العامة ودورها في دعم وتحقيق الخطط التنموية "رؤية ٢٠٣٠م"، والكشف عن مدى توظيف الحكومة السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على طبيعة المضامين المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدعم هذه الخطط. تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وتعتمد على أسلوب المنهج المسحي باستخدام أداة تحليل المضمون على عينة عمدية من منشورات شهر ديسمبر خلال أربعة أعوام من عام ٢٠١٦م-٢٠١٩م بواقع (١٩٦) منشوراً على موقعي تويتر وإنستغرام و توصلت الدراسة إلى: اعتماد الحكومة السعودية على استراتيجية الإعلام بشكل أساسي في مواقع التواصل الاجتماعي لرؤية ٢٠٣٠م، وجاء الاتصال

وفقاً لهذه الاستراتيجية في اتجاه واحد، وتوصلت الدراسة -أيضاً- إلى تنوع أهداف المضامين المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي الرسمية لرؤية المملكة، ومن أبرزها نشر وتوضيح أهداف وبرامج رؤية ٢٠٣٠م للجمهور العام، وكشفت الدراسة عن اعتماد الحكومة السعودية على عدة تكتيكات في بناء الرسائل الاتصالية، وهي تكتيكات عامل الدافعية وتكتيكات الفرصة وتكتيكات المقدر.

دراسة المطيري والجويسر (٢٠١٩م) بعنوان "الإعلام الرقمي والتنمية الاقتصادية في ضوء رؤية ٢٠٣٠م"، هدفت الدراسة إلى التعرف على دور منصة تويتر في رفع المستوى الاقتصادي تجاه الأزمة الاقتصادية، اتبعت الدراسة منهج البحث المختلط الذي يجمع بين الأدوات والبيانات الكمية والنوعية، حيث تم إجراء المقابلات مع أكثر الكتاب الاقتصاديين نشاطاً على منصة التواصل الاجتماعي تويتر، بلغ عددهم (٢٠) كاتباً، كما تم تحليل وسم #رؤية السعودية ٢٠٣٠م ليوم ٢٥ إبريل ٢٠١٦م، بسحب عينة عشوائية من التغريدات، وتوصلت النتائج إلى أن الكتاب الاقتصاديين قادرين على الاستفادة من منصات وسائل التواصل الاجتماعي في رفع الوعي الاقتصادي، حيث ساهمت منصة تويتر في إنشاء مجتمع تفاعلي افتراضي لمناقشة رؤية ٢٠٣٠م والتفاعل معها، وأن الإعلام التنموي يهدف لإشراك أفراد المجتمع في العملية التنموية عن طريق نقل المعلومات التي تهم الجماهير وتهيئة الظروف الثقافية والنفسية لهم.

دراسة بني هاني (٢٠١٨م) بعنوان " دور جامعة حائل للتحوّل نحو مجتمع المعلومات في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠م: دراسة ميدانية" وسعت الدراسة إلى التعرف على دور جامعة حائل نحو التحوّل إلى مجتمع المعلومات في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠م، والتعرف إلى الفروق بين استجابات أعضاء هيئة التدريس في جامعة حائل، فيما يتصل بدورها للتحوّل نحو مجتمع المعلومات. وبلغت عينة الدراسة ٦٦ عضو هيئة تدريس، وتم استخدام الاستبانة، والمنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة إلى أن المتوسط الحسابي لاستجابات العينة بلغ (٣.٦٦) بدرجة كبيرة، وتراوحت نسبة الاستجابة على بنود المقياس المتصل بهذا الدور بين (٦٨٪ - ٨٤٪) كما أشارت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية، تعزى لمتغيرات النوع الاجتماعي والقسم العلمي. وبناءً على النتائج أوصت الدراسة ببناء وثيقة استراتيجية حول مفهوم مجتمع المعلومات، في ضوء المتغيرات المعاصرة تراعي قضايا المعرفة بوصفها قوة وثروة، وفي ضوء رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠م، مع تركيز الجامعات على البحث العلمي الذي يستهدف احتياجات المجتمع.

دراسة الصادق ونصر (٢٠١٧م) بعنوان "دور الجامعات السعودية في بناء مجتمع المعرفة وتحقيق رؤية ٢٠٣٠م جامعة الإمام عبد الرحمن الفيصل نموذجاً"، هدفت الدراسة إلى توضيح مدى إسهام مؤسسات التعليم العالي في بناء مجتمع المعرفة من خلال ما تبذله الجامعات في ذلك وتبين الإمكانيات والتحديات التي تواجهها والمشاكل والمعوقات التي تعرقل مسيرتها، واستخدمت الدراسة المنهج التحليلي ومنهج دراسة الحالة، أما الأدوات المستخدمة فهي المقابلة والملاحظة، ومن أهم النتائج التي توصلت

إليها الدراسة هي وجوب التوسع في التعليم الفني والمهني بجانب التعليم الأكاديمي، ووجوب إحداث تغيير في طرق ومنهج التدريس المتبعة في الدول العربية بما فيها المملكة العربية السعودية، والسعي نحو النشر في المجالات العلمية المحكمة حيث إن توفير فرص التعليم وحدة لا يكفي لبناء مجتمع معرفي، ومن أهم التوصيات وضع خطة استراتيجية لعملية البحث العلمي بالجامعات العربية وبجامعة الإمام عبد الرحمن الفيصل بشكل خاص، وتشجيع أعضاء هيئة التدريس على إجراء البحوث العلمية وتحفيزهم مادياً وأدبياً، وتزويد المعامل بالأجهزة والمعدات اللازمة للتدريس والبحث العلمي.

التعقيب على الدراسات السابقة:

أوجه التشابه بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

١. ترتبط الدراسات السابقة بموضوع الدراسة الحالية في بعض الجوانب التي تتعلق بالتربية الإعلامية، ورؤية المملكة ٢٠٣٠م ومجتمع المعرفة.
٢. تتشابه الدراسة الحالية مع العديد من الدراسات في استخدام المنهج الوصفي.
٣. أكدت الدراسات التي تناولت التربية الإعلامية على أهمية التربية الإعلامية كاتجاه مهم من اتجاهات التربية الحديثة، وهو ما تحاول أن تؤكد الباحثة من خلال هذه الدراسة.
٤. اتفقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة في التركيز على فئة الأطفال والمراهقين، حيث استهدفت الدراسة الحالية الطلاب في مرحلة التعليم ما قبل الجامعي.

أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

١. تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في المجتمع التي ستطبق فيه الدراسة.
٢. تختلف مع بعض الدراسات في الفترة الزمنية للدراسة.
٣. تركز الدراسة الحالية على دور التربية الإعلامية في تحقيق مجتمع المعرفة وفقاً لرؤية المملكة، بينما تناولت الدراسات الأخرى التربية الإعلامية من جوانب أخرى.

أوجه الاستفادة:

١. استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة.
٢. توجيه الاهتمام نحو التربية الإعلامية، كأحد أنواع التربية الحديثة التي يحتاجها الأفراد في المجتمع.
٣. تكوين رؤية واضحة نحو المشكلة البحثية.
٤. معرفة أنسب الأساليب والمناهج المستخدمة للتوصل إلى نتائج الدراسة.
٥. التعرف على المراجع والإنتاج الفكري الذي استعان به الكتاب والباحثون في إصداراتهم وأبحاثهم.
٦. الاستفادة من نتائج وتوصيات الدراسات السابقة والتي تدعم الدراسة الحالية.

مشكلة الدراسة:

في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠م والتي تسعى إلى تحقيق وطن طموح، ومجتمع حيوي، ومواطنة على درجة عالية من المسؤولية والوعي، بهدف تعزيز القيم والمهارات الإيجابية لدى الأفراد، يأتي دور التربية الإعلامية لصقل شخصية الفرد وتزويده بالمهارات اللازمة لمواكبة رؤية ٢٠٣٠م وتحقيق المجتمع المعرفي.

وبعد أن أصبح العالم محاطاً ومحاصراً بكم هائل من الرسائل الإعلامية، ومع التقدم الحاصل في الألفية الثالثة والانفتاح في وسائل الاتصال والتواصل والإعلام الرقمي، كان لابد من وجود إطار قيمي وأخلاقي لحماية فكر الأطفال والمراهقين من الأفكار التي قد تؤدي إلى تدمير القيم الأخلاقية والتربوية لديهم.

وتثبت دراسة (غزواني ٢٠٢٠م) أن الفرد من خلال ممارسته الاتصالية والإعلامية اليومية بإمكانه المساهمة في تحقيق رؤية المملكة المستقبلية ٢٠٣٠م، لذلك لابد من توجيه الأطفال والمراهقين؛ لحسن اختيار المحتوى المناسب وتعليمهم أساليب التحليل النقدي والاختيار الانتقائي للرسائل الإعلامية التي يتعرضون لها، فيصبح هذا الوعي لديهم أسلوب حياة يتبعونه، ومنهج يسرون عليه، لأنه إذا ارتقى الفكر الإنساني ارتقت الحياة الإنسانية من كافة الجوانب.

ولما كان للنخبة الأكاديمية من خبرة أكثر ودراسة بوضع الرؤى المستقبلية ورسم السياسات التعليمية والمنهجية التي تحقق الدور الفعال للتربية الإعلامية، فقد تبلورت مشكلة الدراسة الحالية بالتساؤل التالي: "ما دور التربية الإعلامية لطلاب مرحلة التعليم قبل الجامعي في تحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠م؟"

أهداف الدراسة:

١. معرفة واقع التربية الإعلامية في مرحلة التعليم قبل الجامعي في تحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠م كما تراها النخبة عينة الدراسة.
٢. رصد أهمية التربية الإعلامية المقدمة في مرحلة التعليم قبل الجامعي في تحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠م من وجهة نظر النخبة الأكاديمية.
٣. الكشف عن ممارسات التربية الإعلامية المقدمة في مرحلة التعليم قبل الجامعي في تحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠م.
٤. توضيح الموضوعات الرئيسية للتربية الإعلامية في مرحلة التعليم قبل الجامعي لتحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠م.
٥. تحديد المشكلات والمعوقات التي تعيق تفعيل التربية الإعلامية في مرحلة التعليم قبل الجامعي.
٦. التعرف على رؤى ومقترحات النخبة الأكاديمية لتحقيق مجتمع المعرفي من خلال التربية الإعلامية.

تساؤلات الدراسة:

١. تسعى الدراسة الحالية للإجابة على عدد من التساؤلات تتمثل فيما يلي:
٢. ما واقع التربية الإعلامية في مرحلة التعليم قبل الجامعي في تحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠م كما تراها النخبة عينة الدراسة؟
٣. ما أهمية التربية الإعلامية المقدمة في مرحلة التعليم قبل الجامعي في تحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠م من وجهة نظر النخبة الأكاديمية؟
٤. ما ممارسات التربية الإعلامية المقدمة في مرحلة التعليم قبل الجامعي في تحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠م؟
٥. ما الموضوعات الرئيسية للتربية الإعلامية في مرحلة التعليم قبل الجامعي لتحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠م؟
٦. ما المشكلات والمعوقات التي تعيق تفعيل التربية الإعلامية في مرحلة التعليم قبل الجامعي؟
٧. ما رؤى ومقترحات النخبة الأكاديمية لتحقيق المجتمع المعرفي من خلال التربية الإعلامية؟

فروض الدراسة:

- الفرض الأول:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من (أساتذة الإعلام وأساتذة التربية وأساتذة الإعلام التربوي) في تقديرهم لواقع التربية الإعلامية بمرحلة التعليم ما قبل الجامعي.
- الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية دالة بين إدراك العينة لأهمية التربية الإعلامية لمرحلة التعليم قبل الجامعي والمعوقات التي تواجهها.
- الفرض الثالث:** توجد فروق دالة إحصائية بين رؤى ومقترحات العينة من (أساتذة الإعلام وأساتذة التربية وأساتذة الإعلام التربوي) لتحقيق مجتمع معرفي من خلال التربية الإعلامية.

أهمية الدراسة:

١. تعد تلك الدراسة من أولى الدراسات بقسم الإعلام جامعة أم القرى، التي تناولت التربية الإعلامية.
٢. أهمية الربط بين الإعلام والتربية باعتبار أن الإعلام من العلوم البينية التي تستهدف التوجيه والتربية، وتحقيق التنمية المجتمعية.
٣. يعد موضوع التربية الإعلامية من الموضوعات الحيوية التي يجب تسليط الضوء عليها لما لها من أثر مهم وفعال في توعية الأفراد ورفع المستوى الفكري والناقد الذي يؤهله للتعامل مع وسائل الإعلام بشكل صحيح.
٤. تعتبر الدراسة الحالية إضافة إلى الإنتاج الفكري الذي يهتم بالتربية الإعلامية.

٥. ترجع أهمية الدراسة لدورها في توجيه النظر لأهمية التربية الإعلامية للأفراد في مرحلة التعليم قبل الجامعي، وخصوصًا مع التطور الحاصل في المملكة العربية السعودية، ومحاولة وضع منهج مقترح للتربية الإعلامية.
٦. تقيد تلك الدراسة المجتمع السعودي من حيث تسليط الضوء على أهم المتغيرات الحاصلة في المجتمع جراء التقدم التكنولوجي والتقني وضرورة التربية الإعلامية في توجيه أفراد المجتمع ورفع نسبة الوعي لديهم بحسن اختيار البرامج وتطوير توجهاتهم الإعلامية بما يتناسب مع رؤية المملكة ٢٠٣٠ م.
٧. تأتي تلك الدراسة استجابة لتوصيات عدد من الدراسات العلمية السابقة وقرارات صادرة عن منظمات دولية في التربية منها:
٨. تبني المنظمة الدولية للثقافة والتربية والعلوم (اليونسكو) توصيات مؤتمر فينا بشأن التربية من أجل عصر الإعلام وأوصت بدعم برامج التربية الإعلامية وخلق مساحة إعلامية للأجيال (اليونسكو، ١٩٩٩ م).
٩. المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية في وزارة التربية والتعليم في المملكة العربية السعودية والذي تضمن ضرورة الاهتمام والعناية بمفهوم التربية الإعلامية في مراحل التعليم المختلفة، كما يقترح اعتماد مقرر التربية الإعلامية بحيث يكون أحد المقررات التي تدرس في مراحل التعليم العالي (المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، ١٤٢٨ هـ).
١٠. تأمل الباحثة أن تقدم هذه الدراسة فائدة للأسرة: من حيث تسليط الضوء على أهمية مشاركة الوالدين في التربية الإعلامية وحرصهم على تقنين مشاهدة أفراد أسرهم.

المدخل النظري:

أولاً: التربية الإعلامية في ظل مجتمع المعرفة ورؤية ٢٠٣٠ م:

أصبح الطالب في المرحلة ما قبل الجامعية بحاجة إلى اكتساب مهارات جديدة تمكنه من مواكبة رؤية المملكة ٢٠٣٠ م والتعايش في مجتمعات المعرفة، حيث أصبحت هذه المهارات مطلبًا شديد الأهمية لإعداد مواطنين مؤهلين للعيش في عصر المعرفة، حيث أن الحياة الحالية تتطلب مهارة التعامل مع ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال ووسائل الإعلام.

وإن تقدم المجتمع وحاجته إلى الإعداد الصحيح في جميع جوانب الحياة وفي كافة مكوناتها فرضت على الدولة أن تسهم من خلال منظماتها ومؤسساتها المختلفة أن تسهم من خلال منظماتها ومؤسساتها المختلفة متعاونة في توجيه وتربية الأطفال وسيكون هذا بالنتيجة توجيهًا للعائلة نحو الاتجاه الصحيح، ولتحقيق ذلك تقوم المدرسة بعدة وظائف مهمة تشمل تبسيط التراث الثقافي والحضاري وتقديمه بشكل يتلاءم مع قدرات التلاميذ ومراحل نموهم وتعليمهم، وهي تقوم في سبيل ذلك بإعداد وتقديم برنامج تربوي

مخطط يتضمن مناهج وأنشطة مختلفة تنمي الخبرة والمعرفة والسلوك المرغوب في التلاميذ، وتساعدهم في مراحل نموهم المختلفة (أحمد، ٢٠٠٨م، ٢٠).

وجاءت رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠م تدعو إلى تنمية القدرات البشرية وتحسين مخرجات منظومة التعليم في جميع مراحلها، والتعليم والتدريب المستمر مدى الحياة للوصول إلى المستويات العالمية، من خلال برامج تعليم تواكب مستجدات العصر ومتطلباته (رؤية المملكة ٢٠٣٠م، برنامج تنمية القدرات البشرية).

ولقد أشار (تقرير برنامج الأمم المتحدة الإنمائي ٢٠٠٣م، ٨٥) إلى وجود فجوة بين ما حققته الأنظمة التعليمية في الوطن العربي وما بين ما تحتاجه المنطقة لتحقيق أهدافها الإنمائية الحالية والمستقبلية في ظل الأهمية المتنامية لمجتمع المعرفة وتأثيراته في شتى مجالات الحياة المعاصرة، كما أن النظم التربوية والبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات غير مواكبة لهذا المجتمع.

لذلك يجب أن يتغير دور النظام التربوي من خلال تكوين أجيال جديدة من الطلاب قادرين على التعلم الذاتي والابتكار، باحثين وناقدين ومنتجين، لذلك هناك حاجة إلى إعداد طلاب بقدرات عالية وفكر متميز في مجالات عصرية مختلفة ومنها مجال التربية الإعلامية، الذي يعد ضرورة حياتية وثقافية ومجتمعية، وأن أنشطته ومناهجه تحتاج إلى متخصصين مؤهلين على مستوى مهاري ومعرفي مرتفع للخوض بهذا المجال (ابراهيم، ٢٠١٢م، ٢).

وترى الباحثتان أن التربية الإعلامية تأتي كأحد متطلبات جودة الحياة وتعزيز الشخصية الوطنية، التي تسعى لتحقيقها رؤية المملكة ٢٠٣٠م من خلال تنمية الوعي الإعلامي، ومعرفة الحقوق والواجبات والمعلومات والأخبار السليمة وبناء الفكر النقدي للعملية الإعلامية، والالتزام بالمعايير والقيم النابعة من المجتمع وذاتيته الثقافية الأصيلة.

وعرف (Francis، 2017) التربية الإعلامية بأنها: "اكتساب المهارات والمعرفة لقراءة وتفسير وإنتاج أنواع معينة من الإعلام واكتساب الأدوات الفكرية والقدرات اللازمة للمشاركة التامة في العمل الإعلامي".

وعرف (Plamer، 2017) التربية الإعلامية بأنها "عملية تعليمية يكتسب من خلالها الطلاب القدرة على اختيار وفهم والتأثير وإنتاج وتقييم الاستجابة للإعلام من حيث الشكل والمحتوى".

ويرى المدني (٢٠١٨م) إن التربية الإعلامية يجب أن ينظر إليها على أنها مشروع مجتمعي وحضاري وقائي متكامل، يتمثل هدفه في نشر مفهوم التربية وفق أطر ترسخ المبادئ والقيم التي تتبناها الدولة في أذهان الطلية من خلال اتباع الرقابة الذاتية والممارسات الإيجابية في التواصل مع الآخرين، وعبر تشكيل وعي لدى الطلبة حول أهمية المعلومات، وكيفية تبادلها على مختلف منصات الإعلام الرقمي التي تقود المشهد داخل المجتمعات.

ثانيًا: أهمية وأهداف التربية الإعلامية في تحقيق المجتمع المعرفي:

يذكر (الفرجاني ١٩٩٧م، ٥٩) أنه لا بد من إيجاد سبيل للتكامل بين ميادين المجتمع وخاصة بين مؤسسات التعليم ومؤسسات الإعلام، سواءً على هيئة لجان أو أنشطة، وطالما لم يتم ذلك فمن الجائز أن ما يبني في التربية يهدم خارج المدرسة.

والتربية الإعلامية مهمتها متابعة سلوكيات الطلاب في داخل المدرسة وفي المجتمع، وأن يؤكد لهم ضرورة الحفاظ على المدرسة بمبناها ومعناها، والمحافظة على سلوكيات طالب العلم بالتحلي بالأخلاق الكريمة، واحترام المعلم، وحب الوالدين، والرغبة الملحة في العلم، وحبه لزملائه، وولائه لوطنه، والحفاظ على النظام، والنظافة والبعد عن كل ما هو مشين، والتعاون في الخير والارتباط بالأسرة والمجتمع، والمحافظة على البيئة، والاتصاف بصفات المسلم الكريم والعربي الأصيل، وفي الوقت نفسه فإن الإعلام التربوي لا بد وأن يكون معيناً للآباء والأمهات في تقريب المعلومة لذهن الطلبة، ومشجعاً لهم على تحصيل العلم والمعرفة، وغرس القيم الإسلامية النبيلة، ومعايشة ظروف المجتمع، وتأكيد المفاهيم الحقيقية للتعليم والعمل والانتماء للوطن (عبد الكافي، ٢٠١١م، ٢٣-٢٤).

وتؤكد الباحثتان على أهمية التربية الإعلامية لتحقيق نوع من التكامل المجتمعي والمعرفي، حيث إن الإعلام يملك سلطة مؤثرة على القيم والمعتقدات والتوجهات والممارسات، في مختلف الجوانب اقتصادياً وثقافياً واجتماعياً.

ويرى (الشميري ٢٠١٠م، ٢٥) أن أول مؤشر على أهمية التربية الإعلامية أن اعتمادها كمقرر للتدريس هو التوصية الأولى للمؤتمر الدولي للتربية الإعلامية الذي عقد في الرياض عام ١٤٢٨هـ، ويذكر أيضاً عدة نقاط تشير إلى أهمية التربية الإعلامية في تحقيق المجتمع المعرفي منها: بدون الوعي الإعلامي سينشأ كثير من أبنائنا وهم معصوبي الأعين، في عالم تتجاذبه الصراعات والأهواء والمصالح، ولا يرحم الضعفاء.

نحن نتحدث عن أهمية الوعي الإعلامي، ولكن كيف نزرعه في أبنائنا، ونجعلهم يكتسبون هذه المهارة؟، إنها ببساطة التربية الإعلامية.

إن الوعي الإعلامي مهارة ترافق أبناءنا طوال حياتهم وليس مادة دراسية ينساها الطالب بمجرد انتهاء الامتحان، او عندما يختار تخصصاً علمياً في مجال بعيد عنه.

إن التربية الإعلامية تعد عاملاً فعالاً في نشر ثقافة الحوار في المجتمع، وتساعد المتعلم أن يكون ايجابياً، يشارك بفعالية في تنمية مجتمعه وتقدمه وبنائه.

اغتنام الفرصة السانحة في الإعلام الجديد على مستوى العالم، وهذا هو أحد أبرز جوانب أهمية التربية الإعلامية في تحقيق المجتمع المعرفي وتحقيق رؤية المملكة الحديثة ٢٠٣٠م، بحيث نشجع أبناءنا على انتاج المضامين الإعلامية ونشرها وبثها، بما يعبر عن وطنيتهم وثقافتهم وحضارتهم.

ويشير (أبو معال ٢٠٠٦م، ٢٦) أن العديد من الدراسات أثبتت أن وسائل الإعلام على اختلاف

أنواعها وأشكالها تقوم بدور التربية والتعليم والتثقيف، مؤكدة بأن ما يعرض من معلومات مختلفة يؤدي إلى تعلم الأفراد منها، وكل هذه التوضيحات تشير إلى أن وسائل الإعلام تقوم بتحقيق أهداف واسعة، قد تؤدي إلى منافع وفوائد قيمة، أو أضرار ومشاكل جمة، فكان لابد من الإعداد الجيد للفرد.

إن التربية الإعلامية ليست غاية يسعى إليها إنما هي وسيلة للتحصين ضد مخاطر وسائل الإعلام وما تقدمه من محتوى، والهدف الأساسي منها هو تمكين الأفراد من أن يصبحوا مواطنين مسؤولين وذوي معرفة في استهلاكهم لوسائل الإعلام، ويتضمن هذا الهدف العديد من الأهداف التي يؤكد عليها باحثو التربية الإعلامية وتتمثل فيما يلي:

الفهم: زيادة الفهم لجوانب الإعلام المتعددة. فالتربية الإعلامية يأتي هدفها الأول في قيادة النشء لفهم أكثر عمقاً للإعلام ورسائله، وتكوين بناء معرفي قوي متعدد تتضمن أبعاد المعرفة الإعلامية والمعرفة الوجدانية والفنية والأخلاقية.

السيطرة: زيادة السيطرة على عملية تفسير الرسائل الإعلامية بأشكالها المختلفة. وهذا يمكن من فهم واكتشاف المعاني المتضمنة للرسالة الإعلامية وتفسيرها بأبعاد مختلفة، وصنع معنى خاص للمتلقي.

التقييم والتقدير: تعزيز وزيادة التقدير السليم لرسائل الإعلام، فالمتعلمون إعلامياً أكثر ملاحظة لعناصر الرسالة المقدمة وتأثيراتها فيتمكنون من إدراك الجيد والحسن فيها ويستمتعون به، وإدراك العناصر السيئة التي تقلل من قيمة الرسالة فينصرفون عنها ليصل الفرد إلى تقدير الرسالة ككل على أساس سليم وموضوعي.

الإنتاج والاتصال: تعليم الطلاب كيف يقيمون وينتجون ثقافتهم الإعلامية. إن تحويل الطلاب من مستهلكين لوسائل الإعلام إلى منتجين مبتكرين لرسائلهم هو أحد الاتجاهات الرئيسية في التربية الإعلامية، بما يمكن الطلاب من الاتصال والتواصل مع الآخرين معبرين عن آرائهم قادرين على نقلها وإيصالها للآخرين (الدسوقي، ٢٠١٠م، ١٥٤-١٥٨).

وترى الباحثتان أن هذا هو التوجه الذي يرى أهمية وجود التربية الإعلامية لتحقيق المجتمع المعرفي الذي يسعى إلى وجود مجال إعلامي وإنتاج إعلامي معرفي ملموس في المرحلة قبل الجامعية، ينحو نحو الارتقاء بالفكر البشري وتكوين منظور إعلامي أكثر فهماً وعمقاً.

ثالثاً: المهارات والقيم في التربية الإعلامية:

تنوعت مهارات التربية الإعلامية واختلفت تصنيفاتها لدى العلماء والباحثين في مجال التربية والإعلام كل حسب رؤيته، وقمت بتعريفها (خضر ٢٠١٧م، ٣٣٢) " أنها المهارات التي يجب أن يكتسبها الطلاب ويتعلموها لكي يتمكنوا من التعامل الواعي مع وسائل الإعلام"، ويمكن إجمالها في عدة مهارات أساسية بناءً على ما أورده (خضر ٢٠١٧م، ٣٣٢) وذكره أيضاً (الشميري ٢٠١٠م، ١٤٧ - ١٧٩):

١- مهارات الاتصال الفعال (القراءة-الاستماع - الحديث-الكتابة) وهي تعني ببناء الفكر الاتصالي

لدى الطلاب بالشكل الذي يجعلهم مدركين لجوانب العملية الاتصالية.

٢- مهارة اختيار المحتوى الإعلامي: وتعني حسن اختيار المحتوى الإعلامي الذي يتعرض له الفرد واتخاذ قرار التعرض الانتقائي الناجح للمضمون الإعلامي المناسب وللوسيلة الإعلامية التي يتابعها ويتأثر بها ويتفاعل معها.

٣- مهارة تحليل وتفسير الرسائل الإعلامية: وهي تعني تحليل الرسائل الإعلامية إلى عناصر ذات معنى والابتعاد عن تناول العمل الإعلامي والتعرض له ككيان كلي دون التوقف لتحليله، فالتحليل يساعد على تقدير قيمة الرسالة بشكل سليم.

٤- مهارة تقييم "نقد" الرسائل الإعلامية: وهي تعني القدرة على فحص مضمون وسائل الإعلام ومعرفة مدى توافقها مع ثقافتنا، وفحص المعاني التي يتضمنها المضمون الإعلامي من أكثر من منظور نقدي مختلف.

٥- مهارة المشاركة الفعالة مع وسائل الإعلام: وهي تعني التفاعل بين مستخدمي وسائل الإعلام ذاتها، مما يعني أن المستخدم نشيط وإيجابي فيما يتلقاه وذو رأي ووجهة نظر ووعي إعلامي.

٦- مهارة إنتاج رسائل ومضامين إعلامية: وتعني قدرة الفرد على نقل أفكاره إلى الآخرين، وتعني أيضاً قدرة الطالب على إنتاج رسائل ومضامين إعلامية من إنتاجه الخاص، بناءً على مهارات الاتصال المكونة لديه وفهمه واستيعابه لها، من أجل أن يكون طرفاً فعالاً ومؤثراً في العملية الإعلامية والاتصالية، ومعبراً عن ذاته واهتماماته وميوله من خلال ذلك المضمون.

٧- مهارة استخدام التفكير الناقد مع محتوى وسائل الإعلام: ويعني ذلك قدرة الطالب على استخدام مهارات التفكير الناقد مع كل ما يتعرض له في وسائل الإعلام من خلال تطبيقها على نموذج الاتصال "نموذج لازويل للاتصال" بأسئلته الخمسة: من؟ يقول ماذا؟ بأي وسيلة؟ لمن؟ بأي تأثير؟ لكي يستطيع التفكير في كل ما يتعرض له من محتوى إعلامي وعدم قبوله كما هو.

وترى الباحثتان ضرورة وجود عدد من المهارات التي يتطلبها العصر الحديث ولنواكب رؤية المملكة ٢٠٣٠م التي تدعو إلى تحقيق المجتمع المعرفي عبر توفر مهارات التعامل مع الأجهزة الإلكترونية الحديثة وكيفية استخدامها، ومواكبة كل ما هو مستجد في عالم التكنولوجيا، ومهارات التعامل مع الإنترنت ووسائل الإعلام الحديثة.

إن من المخاطر التي تواجه الهوية الإسلامية في زمن العولمة تحريف المفاهيم الاجتماعية والسياسية والجغرافية والدينية، وحرب الشعارات الزائفة مثل: حقوق الإنسان، الديمقراطية، تحرير المرأة، وقد بدأت مظاهر الحياة المعاصرة تنعكس أثارها على المجتمعات والأفراد، وتحاول طمس هوية المجتمعات، والإعلام والمؤسسات التعليمية لها دور كبير في تنمية قيم المحافظة على الهوية الإسلامية والعربية، وتأكيد الاعتزاز بالانتماء للإسلام، ومحاربة الأفكار الضالة والدخيلة (الحبيب، ١٤٣٩هـ، ٣٥٩).

وهناك العديد من القيم التي تدعو إلى تحقيقها التربية الإعلامية في مجتمعات المعرفة نتطرق

لبعض منها:

١- قيم المواطنة: التي يعرفها بندحمان " أنها إحساس بالانتماء وشعور الولاء للدولة والوطن، وهي كيان من المشاعر والحقوق والواجبات والروابط الأخلاقية والإنسانية والقانونية بين الإنسان، وتراب الوطن وبين الوطن بكيانه السياسي ومختلف مواطنيه.

وذكر (مالك ٢٠١٧م، ٢٧) أنه يبرز دور التربية الإعلامية في تنمية قيم المواطنة بتنمية مستوى الوعي بحقوق وواجبات المواطنة باعتبار أن الوعي بالمواطنة هو نقطة البداية لدفع الفرد إلى المشاركة السياسية، والمجتمعية للشعور بالانتماء الوطني وتحقيق المساواة، وتبني وجهات النظر الايجابية والتفاعل مع القضايا الإنسانية والمجتمعية.

٢- الهوية الثقافية: وهي القدر الثابت والمشارك من السمات العامة التي تميز حضارة الأمة عن غيرها من الحضارات والتي تجعل للشخصية الوطنية، أو القومية طابعاً يميزها عن الشخصيات الأخرى، فهي الحلقة الأساسية التي تربط الإنسان بتراب وطنه، وبهذا المعنى فإن الهوية الثقافية هي النقيض للعولمة التي تعني تحويل العالم إلى قرية واحدة بلا حدود (البكري، ٢٠٠٩م، ٣٧٩).

وأشار (صحراوي وغضبان، ٢٠١٤م، ٢٢٣) أن استخدام الإعلام الجديد أثار جدلاً كبيراً حول تأثير الأفراد بقيم الهوية الثقافية، ابتداءً من الإحساس بالانتماء للمكان والأشخاص والمجتمع، وتأثير اللغة باعتبار أن ثقافة كل أمة تكمن في لغتها ومعجمها ونحوها ونصوصها، وانتهاءً بالدين الإسلامي الذي يعتبر المرتكز الأساسي للثقافة العربية والمحدد الأساسي للهوية.

٣- القيم الأخلاقية: لا أحد ينكر التأثيرات الأخلاقية للإعلام الجديد، حيث أثبتت العديد من الدراسات أن نسبة كبيرة من مستخدميهم يتعرضون للمواقع الإباحية بالدرجة الأولى، وهذه المشكلة تأتي في المرتبة الأولى من بين مخاطر الإعلام الجديد، وبالرجوع إلى الدراسات التي أقيمت نجد أن ٦٠٪ من مستخدمي الإنترنت اطلع ولو مرة واحدة على موقع من مواقع الإباحية الجنسية، فسوء استخدام محتوى الإعلام الرقمي بهذا الشكل السلبي من شأنه إضعاف الحساسية والاستحياء من الممنوعات الأخلاقية، وتكرار الفعل لمرات ربما يتجاوز هذا إلى القيام به دون أدنى وازع (دحماني، ٢٠٠٩م، ٨٨).

ويذكر (الشميري ٢٠١٠م، ٥٩) أنه في كل مجتمع هناك مؤسسات تقوم بتنشئة الأفراد وتنقيفهم وتعليمهم السلوك المقبول اجتماعياً وتزويدهم بالمعارف والعقائد والقيم التي تشكل هويتهم الثقافية والحضارية، مثل البيت والمدرسة ، ومع التوسع الهائل لوسائل الإعلام تضاعف دور مؤسسات التنشئة الأساسية كالبيت والمدرسة، وأصبحت وسائل الإعلام صاحبة الدور الأكبر المسيطر في عملية التنشئة الاجتماعية، وكثيراً مما نسمعه أو نقرأه أو نشاهده في وسائل الإعلام لا يخلو من هدف ويعبر عن ذلك علمياً بأنه "مشحون بالقيم"، فالرسالة الإعلامية سواء كانت في شكل خبر أو فكاهة أو برنامج وثائقي فإنها تستطيع أن تعمل على إزالة قيمة من القيم وتثبيت أخرى محلها، أو ترسيخ شيء قائم والتصدي لآخر قادم.

نوع الدراسة:

تتنمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية، التي تهدف إلى جمع المعلومات اللازمة لإعطاء وصف لأبعاد ومتغيرات الظاهرة المدروسة (الحيزان، ٢٠٠٤م، ٢٤).

منهج الدراسة:

تعتمد على المنهج الوصفي في الكشف عن دور التربية الإعلامية في مرحلة التعليم ما قبل الجامعي في تحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠م، ويحاول المنهج الوصفي " الحصول على معلومات تتعلق بالحالة الراهنة لظاهرة موضوع الدراسة، لتحديد طبيعة تلك الظاهرة والتعرف على العلاقات المتداخلة في حدوثها ووصفها وتحليلها" (حافظ والغالي، والسريحي وآخرون، ١٤٣٠هـ، ص ١٠٥).

مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من عينة تمثل النخبة الأكاديمية بتخصصي الإعلام والتربية، تم اختيار مجتمع العينة من كونهم جزءاً من هذه؛ حيث كانت أعدادهم (٦٢) أستاذًا، وأستاذًا مشاركًا، وأستاذًا مساعدًا، ممن يهتمون بدور التربية الإعلامية لطلاب مرحلة التعليم قبل الجامعي.

عينة الدراسة:

تم سحب عينة من النخبة الأكاديمية بتخصصي الإعلام والتربية من جامعة أم القرى بمكة المكرمة وجامعة الملك عبد العزيز بجدة وجامعة الإمام محمد بن سعود بالرياض وجامعة الأميرة نورة بالرياض بطريقة العينة المتاحة Available Sample ممن تتراوح درجاتهم العلمية من أستاذ مساعد إلى أستاذ. والجدول التالي يوضح توزيع العينة وفقاً للخصائص والمتغيرات الديموغرافية:

جدول (١)

خصائص المبحوثين وفقاً للمتغيرات الديموغرافية

النسبة %	التكرار	الخصائص	
٤٨.٤ %	٣٠	ذكر	النوع
٥١.٦ %	٣٢	أنثى	
١٠٠ %	٦٢	المجموع	
١٩.٤ %	١٢	من ١-٣ سنوات	عدد سنوات الخبرة
٢٩ %	١٨	من ٤-٦ سنوات	
٩.٧ %	٦	من ٧-١٠ سنوات	

أكثر من ١٠ سنة	٢٦	%٤١.٩
المجموع	٦٢	%١٠٠
الرتبة الأكاديمية		
أستاذ	٢٠	%٣٢.٣
أستاذ مساعد	٢٣	%٣٧.١
أستاذ مشارك	١٩	%٣٠.٦
المجموع	٦٢	%١٠٠
الوظيفة		
أستاذ جامعي في الإعلام	٣٠	%٤٨.٤
أستاذ جامعي في التربية	٢٧	%٤٣.٥
أستاذ جامعي في الإعلام التربوي	٥	%٨.١
المجموع	٦٢	%١٠٠

أداة جمع بيانات الدراسة:

تم استخدام أداة الاستبيان لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها واختبار فروضها حيث تم استخدام قوائم الاستبانة المعدة لهذا الغرض والتي أشرفت عليها الدكتورة المشرفة في إعدادها وصياغتها وإخراجها بالشكل المناسب، وتم إعطاء الوزن المناسب لأهمية كل عبارة من عبارات الاستبانة وتم إعطاء الوزن المناسب لأهمية كل عبارة من عبارات الاستبيان ذات الإجابات المغلقة باستخدام مقياس ليكرت المكون من ثلاث عبارات والتي تعادل ثلاثة أوزان كما يلي:

جدول (٢)

أوزان العبارات حسب مقياس ليكرت الثلاثي

العبارة	أوافق	أوافق الى حد ما	لا أوافق
الوزن	٣	٢	١

وتم تحديد المدى لبدائية ونهاية كل عبارة حسب مقياس ليكرت والتي قسمت إلى ثلاث درجات كما في الجدول التالي:

جدول (٣)
تحديد الاتجاه لمقياس ليكرت الثلاثي

المتوسط المرجح	من ١ إلى ١,٢	من ١,٢ إلى ٢,٢	من ٢,٢ إلى ٣
درجة الموافقة	أوافق	أوافق الى حد ما	لا أوافق

إجراءات الصدق والثبات:

أولاً: صدق أداة البحث (Validity)

أ- الصدق الظاهري للأداة:

تم التحقق من صدق الاداة الظاهري بعرض الاستبانة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس في قسم الإعلام وكلية التربية، وذلك للتأكد من قدرتها على تحقيق أهداف الدراسة وكفاية أسئلتها ووضوحها وسلامة العبارات، وبناءً على ملاحظات المحكمين تم عمل بعض التعديلات واعتماد الاستبانة في صورتها النهائية.

ب- صدق الاتساق الداخلي للاستبيان:

تم حساب صدق الاتساق الداخلي للاستبيان (الصدق البنائي) وذلك بحساب معاملات الارتباط لبيرسون بين كل محور والمعدل الكلي، وقد كانت معاملات الارتباط كما هي موضحة في جدول (٤) والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية (٠.٠١) وذلك يدل على أن محاور الاستبيان مرتبطة فيما بينها ويعتبر المقياس صادقاً لما وضع لقياسه.

جدول (٤)
معاملات الارتباط بين كل محور والمعدل الكلي

المحاور	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
واقع التربية الإعلامية في مرحلة التعليم قبل الجامعي.	٠.٦٢٥	دالة عند ٠.٠١
أهمية التربية الإعلامية المقدمة في مرحلة التعليم قبل الجامعي.	٠.٨٥٩	دالة عند ٠.٠١
ممارسات التربية الإعلامية المقدمة في مرحلة التعليم قبل الجامعي.	٠.٨٠٧	دالة عند ٠.٠١
الموضوعات الرئيسية للتربية الإعلامية في مرحلة التعليم قبل الجامعي.	٠.٨٤٣	دالة عند ٠.٠١
المشكلات والمعوقات التي تعيق تفعيل التربية الإعلامية في مرحلة التعليم	٠.٦٨٩	دالة عند ٠.٠١
رؤى ومقترحات النخبة الأكاديمية لتحقيق مجتمع المعرفي من خلال التربية	٠.٨٠١	دالة عند ٠.٠١

** مستوى الدلالة عند ٠,٠١٪

يتضح من الجدول (٤) أن جميع معاملات ارتباط العبارات بالدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه داله إحصائياً عند مستوى ٠,٠١، وتوضح أن قيم معامل الارتباط لجميع العبارات بالدرجة الكلية

للمحاور تتراوح ما بين موجب (٠.٦٢٥ و ٠.٨٥٩) أي أن علاقة الارتباط تتراوح ما بين أكبر من الوسط إلى عالية جدًا، وبما أن جميع قيم الارتباط موجبة فإن العبارات تسهم إيجابيًا في الدرجة الكلية للمقياس، وإجمالاً نجد أن الفقرات تتمتع بقدر عال من صدق الاتساق الداخلي بما يمكنه من قياس الظاهرة محل البحث بقدر عال من الاستقرار.

ثانياً: ثبات الأداة (Reliability):

أما ثبات أداة الدراسة فيعني التأكد من أن الإجابة ستكون واحدة تقريباً لو تكرر تطبيقها على الأشخاص ذاتهم في أوقات (العساف، ١٩٩٥م، ٤٣٠) وقد أجرت **الباحثتان** خطوات الثبات على العينة نفسها بإعادة التطبيق على ١٠٪ من إجمالي العينة وحساب معامل ألفا كرونباخ لمعامل الثبات لكل فقرة من فقرات البحث على انفراد، ثم حساب معامل ثبات المقياس الكلي كما هو مبين في الجدول التالي.

جدول (٥)
معامل ألفا كرونباخ لاختبار ثبات أداة الاستبيان

معايير الاستبيان	معامل ألفا كرونباخ	عدد العبارات
واقع التربية الإعلامية في مرحلة التعليم قبل الجامعي.	٠.٧٥٦	١٠
أهمية التربية الإعلامية المقدمة في مرحلة التعليم قبل الجامعي.	٠.٨٥٢	١٨
ممارسات التربية الإعلامية المقدمة في مرحلة التعليم قبل الجامعي.	٠.٨٧٠	١٦
الموضوعات الرئيسية للتربية الإعلامية في مرحلة التعليم قبل الجامعي.	٠.٨٢٥	١١
المشكلات والمعوقات التي تعيق تفعيل التربية الإعلامية في مرحلة التعليم قبل	٠.٨٢٢	١٣
رؤى ومقترحات النخبة الأكاديمية لتحقيق مجتمع معرفي من خلال التربية	٠.٨٥٩	١٦
الثبات الكلي العام	٠.٨٣٠	٨٤

عرض نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها:

أولاً: النتائج المتعلقة بالتساؤلات:-

١- واقع التربية الإعلامية في مرحلة التعليم قبل الجامعي في تحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠م كما تراها النخبة عينة الدراسة:

وللإجابة عن هذا السؤال؛ تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لاستجابات أفراد مجتمع الدراسة نحو واقع التربية الإعلامية في مرحلة التعليم قبل الجامعي.

ويتضح أن الموافقة على عبارة "تعتبر رؤية المملكة ٢٠٣٠م ضرورة لتخطيط منهج للتربية الإعلامية" جاءت لتحل المرتبة الأولى بنسبة (٧٩٪)، وترى الباحثتان أن رؤية المملكة ٢٠٣٠م تدعم التربية الإعلامية، وتوسع مدارك الأفراد ومساهماتهم في المجتمع بطريقة بناءة وفعالة، وجاءت نتائج دراسة الغنيمان (٢٠٢٠م) تشير إلى اعتماد الحكومة السعودية على استراتيجيات الإعلام الحديثة بشكل أساسي في مواقع التواصل الاجتماعي لرؤية ٢٠٣٠م، وهذا يدل على إدراكهم بأهمية وسائل الإعلام وضرورة توعية الأفراد بالاستراتيجيات المستخدمة، حتى يكونوا على قدر عالٍ من المسؤولية الاجتماعية والمشاركة الفعالة في تحقيق الرؤية، وتساوت نسب اللذين وجدوا أن "هناك خلطاً بين مفهوم الإعلام التربوي والتربية الإعلامية عند المختصين في ممارسة أنشطة الإعلام التربوي" و"تفتقر المدارس لخبراء ملمين بمجال التربية الإعلامية" بنسبة ٧٢.٦٪، وتتفق دراسة سينوف (٢٠١٧م)؛ حيث أشارت أبرز نتائجها إلى وجود مفاهيم مختلفة ومتضاربة لدى معلمي التربية الإعلامية، مما يؤدي إلى ممارسات تعليمية مختلفة لها آثار أوسع على التنفيذ المستقبلي للتعليم الإعلامي.

وترى الباحثتان أن واقع التربية الإعلامية في مرحلة التعليم قبل الجامعي في تحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠م فيه نوع من القصور، ويحتاج إلى مزيد من الاهتمام وذلك من خلال التخطيط السليم له وإدماجه في العملية التربوية والتعليمية وقد اتفقت النتيجة الحالية مع دراسة القرني (٢٠١٩م) والتي هدفت إلى دراسة واقع موضوعات التربية الإعلامية في المناهج الدراسية وكان من نتائجها توفر مفهوم التربية الإعلامية لدى عينة الدراسة بنسبة ٦٣٪ بدرجة متوسطة.

٢- أهمية التربية الإعلامية المقدمة في مرحلة التعليم قبل الجامعي في تحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠م من وجهة نظر النخبة الأكاديمية:

تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لاستجابات أفراد مجتمع الدراسة نحو أهمية التربية الإعلامية المقدمة في مرحلة التعليم قبل الجامعي.

ويتضح أن تعبير عينة الدراسة عن أهمية التربية الإعلامية بعبارة "تتمى الجوانب الحياتية المختلفة للطلاب"، احتلت المرتبة الأولى بنسبة (٩١.٩٪)، تليها نسبة الذين وجدوا أهمية التربية الإعلامية في أنها "توظف التربية الإعلامية لصالح العملية التربوية" بنسبة ٨٧.١٪، كما وافقت نسبة ٨٣.٩٪ على عبارة "تدعو التربية الإعلامية إلى متابعة البرامج الهادفة"، وتساوت نسب اللذين عبّروا بالموافقة على العبارتين "ترتكز التربية الإعلامية على التعرف على كيفية بناء وتركيب الرسائل الإعلامية" و"تساعد التربية الإعلامية الطلاب في الاستفادة من إمكانات الوسائل الإعلامية" بنسبة ٨٠.٦٪ بالتساوي كما أنها "تساهم في تدعيم القيم الإيجابية للطلاب في مرحلتها الطفولة والمراهقة" بنسبة ٨٢.٣٪.

وترى الباحثتان أن الإعلام التربوي داخل المدارس يقلل من أضرار الوسائل الإعلامية المقروءة والمسموعة لدى الطلاب قبل المرحلة الجامعية، كما أن التربية الإعلامية تقوم بإعداد الطالب وتمكينه من بعض المهارات اللازمة للتعامل مع الرسائل الإعلامية كمهارة القراءة الصحيحة للرسائل الإعلامية.

وتتفق هذه النتائج مع ما أشارت له دراسة الصادق ونصير (٢٠١٧م) حيث توصلت الدراسة إلى ضرورة التوسع في التعليم الفني والمهني بجانب التعليم الأكاديمي، ووجوب إحداث تغيير في طرق ومناهج التدريس المتبعة في الدول العربية، كما اتفقت هذه النتائج مع دراسة دريبر وآخرون (٢٠١٦م) والتي أشارت نتائج دراستهم إلى أن البرنامج الذي تم تطبيقه (المحقق الإعلامي) حسن نتائج الطلاب وغير نظرتهم إلى المحتوى الإعلاني للكحول وسلوكيات التدخين.

٣- ممارسات التربية الإعلامية المقدمة في مرحلة التعليم قبل الجامعي في تحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠م:

وللإجابة عن هذا السؤال؛ تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لاستجابات أفراد مجتمع الدراسة نحو ممارسات التربية الإعلامية المقدمة في مرحلة التعليم قبل الجامعي.

وتتضح استجابة أفراد العينة نحو ممارسات التربية الإعلامية المقدمة في مرحلة التعليم قبل الجامعي، فنجد تقارب العبارتين " تنمية مهارات التفكير النقدي والإبداعي"، " تطوير قدرات إنتاج المعلومات وعرضها ونقدتها باستخدام الأساليب الحديثة" فقد جاءت في مقدمة تلك الممارسات بنسب موافقة بلغت (٧٧.٤٪)، (٧٧.٢٪) على التوالي وترى الباحثتان أن ممارسات التربية الإعلامية المقدمة في مرحلة التعليم قبل الجامعي، يكون من خلال التقنيات التي تستخدم الوسائل الإعلامية المختلفة في إيصال الرسائل لما تتميز بإمكانية التفاعل النصي والمرئي والصوتي ، وجاءت نتائج دراسة "المطيري وجويسر" (٢٠١٩م) تدعم هذه الفقرة حيث تم الاستفادة من منصات وسائل التواصل الاجتماعي (تويتر) كتقنية حديثة تفاعلية افتراضية لرفع الوعي الاقتصادي للأفراد أثناء الأزمة الاقتصادية.

كما أشارت دراسة "كابرينو وفرانسكو" (٢٠١٦م) إلى أهم الأبعاد المعترف بها دولياً للتربية الإعلامية وهي: الوصول، والاستخدام، والفهم والنقد، وإنتاج المحتوى الإعلامي، وتوصلت نتائج دراسة أليس (٢٠١٦م) فعالية استخدام تقنيات وسائل الإعلام الجديدة في بيئة الفصل الدراسي.

كما أشارت نسبة ٧٥.٨٪ من النخبة الأكاديمية عينة الدراسة إلى أن "من الممارسات المهمة للتربية الإعلامية "التعرف على التقنيات التي تستخدمها وسائل الإعلام في إيصال الرسائل وتمثيل الواقع" و"التعرف على مصادر الرسائل الإعلامية" و" تنمية وعي الطلاب بتقييم محتوى الرسائل الإعلامية " و"استخدام تكنولوجيا الإعلام والإنتاج الرقمي". حيث جاءت بنسب متساوية بلغت ٧٢.٦٪.

وترى الباحثتان أن أهمية التربية الإعلامية المقدمة في مرحلة التعليم قبل الجامعي في تحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠م تأتي من خلال التعرف على التقنيات التي تستخدمها وسائل الإعلام في إيصال الرسائل، وتمثيل الواقع وتطوير المهارات الشخصية في الإعلام التربوي، وطرق الحوار لديهم وتنمية وعي الطلاب بأهمية الانتقاء للعناوين الإعلامية المختلفة وتنمية مهارة الرد والأسلوب لديهم.

٤ -الموضوعات الرئيسية للتربية الإعلامية في مرحلة التعليم قبل الجامعي لتحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠م:

وللإجابة عن هذا السؤال؛ تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لاستجابات أفراد مجتمع الدراسة نحو الموضوعات الرئيسية للتربية الإعلامية في مرحلة التعليم قبل الجامعي.

ويتضح أن "حب الوطن والانتماء له"، احتلت المرتبة الأولى من بين الموضوعات التي تهتم بها التربية الإعلامية بنسبة بلغت (٨٥.٥ %) وجاء "تدعيم مفهوم الهوية الثقافية" متساوياً مع "فهم الحقوق والواجبات" بنسبة (٨٣.٩ %) على السواء ، كما أجابت العينة أن من الموضوعات المهمة التي تتناولها التربية الإعلامية " تنمية فن التعامل مع الآخرين " و "أسس النقد الإعلامي"، وترى الباحثتان أن الإعلام التربوي لابد أن يسلط الضوء على الأسس النقدية بشكل موسع ليعرف الأفراد الحقوق والواجبات واختيار المحتوى الجيد، وترى الباحثة بأن التربية الإعلامية تعمل على تنمية فن التعامل مع الآخرين من خلال الموضوعات الرئيسية المشار إليها في التربية الإعلامية ومهارة الإلقاء لدى الطلاب في المرحلة ما قبل الجامعية، وتشير دراسة واضح (٢٠١٨م) إلى أن التربية الإعلامية ضرورة ملحة للتعامل مع وسائل الإعلام بكل احترافية.

كما اتضح أنه من الضروري تسليط الضوء على الموضوعات الحيوية التي تلامس شخصية الفرد في المرحلة المحددة والتي تبني في تلك المرحلة العمرية، وتوصلت دراسة آشي (٢٠١٨م) إلى ضرورة تدريس مواد التربية الإعلامية والإنتاج الإعلامي في جميع المراحل الدراسية، وتمكين الأطفال من المشاركة في الإنتاج الإعلامي بجميع فنونه.

٥ -المشكلات والمعوقات التي تعيق تفعيل التربية الإعلامية في مرحلة التعليم قبل الجامعي:

وللإجابة عن هذا السؤال؛ تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لاستجابات أفراد مجتمع الدراسة نحو المشكلات والمعوقات التي تعيق تفعيل التربية الإعلامية في مرحلة التعليم قبل الجامعي.

ويتضح أن من أهم المشكلات التي أكدتها العينة من النخبة الأكاديمية والتي جاءت بنسب متساوية هي "عدم اهتمام المؤسسات التربوية بالأنشطة الإعلامية" وأيضاً "عدم وضوح أهمية التربية الإعلامية" و"عدم وجود ميزانية مخصصة لممارسة أنشطة التربية الإعلامية" فقد جاءت المشكلات الثلاث بنسب ٨٢.٣ % بالتساوي، وترى الباحثتان أن هناك خللاً في تطبيق ما يتم طرحه في المؤتمرات العلمية والجلسات الحوارية التي تتعلق بأهمية تطبيق منهج التربية الإعلامية، كما ترى الباحثتان بالرجوع للعديد من المدراس أنه لا توجد ميزانية محددة لدعم الممارسات والأنشطة الخاصة بالتربية الإعلامية، بينما أشارت دراسة أبو الكأس (٢٠١٤م) إلى وجود قصور في مفاهيم التربية الإعلامية بنسبة ٦٠ % من أجمالي المفاهيم الواجب توفرها في محتوى مناهج التربية المدنية.

كما تساوت أيضًا نسب من وجدوا أن المعوقات التي تواجه تطبيق التربية الإعلامية بمرحلة التعليم قبل الجامعي تتمثل في "عدم وضوح أهمية التربية الإعلامية لدى المسؤولين" و "الاهتمام بالأنشطة النظرية على حساب الأنشطة الإبداعية العملية" و "عدم تخصيص وقت أو مكان لممارسة الأنشطة الإبداعية للتربية الإعلامية" و "عدم وجود منهج محدد للتربية الإعلامية" بنسبة ٧٧.٤٪، وجاءت العبارتان "عدم وجود نشرات توعوية وتعريفية بالتربية الإعلامية" و "عدم توفر بيئة مشجعة للإبداع" بنسبة ٧٩٪، يليهما "عدم وجود جهة تشرف على المحتوى الإعلامي التربوية بنسبة ٧٢.٦٪.

وترى الباحثتان أنه للتغلب على المشكلات والمعوقات التي تعيق تفعيل التربية الإعلامية في مرحلة التعليم قبل الجامعي في تحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقًا لرؤية المملكة ٢٠٣٠م، من خلال وجود نشرات توعوية وتعريفية بالتربية الإعلامية، وتوضيح أهميتها بالنسبة للإعلام التربوي للمسؤولين بالإضافة إلى تطبيق وتعميم أحد المناهج التي يتم تدريسها عالميًا أو في الدول العربية، وأوصت دراسة عباس وزغلول (٢٠١١م) بضرورة نشر أهمية وأهداف التربية الإعلامية على نطاق واسع وممارسة أنشطة التربية الإعلامية، وذلك من خلال عقد الندوات والمحاضرات وإصدار النشرات والدوريات بواسطة نخبة من المتخصصين في مجال الإعلام التربوي، ووضع خطة بالتعاون مع توجيه عام للإعلام التربوي لنشر وتوعية المدارس بأهمية التربية الإعلامية، وذكرت دراسة القرني (٢٠١٩م) أن ٧٣٪ يتفقون على أن المعوقات غالبًا ما تعوق تطبيق التربية الإعلامية في المدارس.

٦- رؤى ومقترحات النخبة الأكاديمية لتحقيق المجتمع المعرفي من خلال التربية الإعلامية:

وللإجابة عن هذا السؤال؛ تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لاستجابات أفراد مجتمع الدراسة نحو أهم رؤى ومقترحات النخبة الأكاديمية لتحقيق المجتمع المعرفي من خلال التربية الإعلامية.

ويتضح تصدر المقترحات "اكتساب الخبرات من التجارب والخبرات الدولية في تطبيق التربية الإعلامية" و "الاستعانة بوسائل الاتصال الجديدة والتقنيات الحديثة وربطها بممارسات التربية الإعلامية التي يقوم بها الطلاب بمرحلة التعليم قبل الجامعي" و "إدراج تخصص جديد يجمع بين الإعلام والتربية بما يسمى بالإعلام التربوي بالجامعات السعودية" كأهم رؤى والمقترحات التي طرحتها النخبة الأكاديمية لتحقيق المجتمع المعرفي من خلال التربية الإعلامية في مرحلة التعليم قبل الجامعي؛ حيث جاءت جميعها بنسبة (٩٠.٣٪)، بينما جاءت العبارتان "تدريب الطلاب على مهارات الإنتاج الإعلامي والتفكير الناقد للمحتوى الإعلامي لتحقيق مجتمع المعرفة" و "تعيين أخصائي إعلام تربوي يجمع بين تخصص الإعلام والتربية" بنسب متساوية (٨٨.٧٪).

وترى **الباحثتان** بأنه يجب الاهتمام والربط بين المحتوى النظري والعلمي وتطبيقه وتنفيذه من خلال الأنشطة العملية والمهام الدراسية للطلاب لكي تنمى قدراتهم وينشط فكرهم التربوي، وأشارت دراسة الخيري (٢٠٠٩م) بأهمية تفعيل التربية الإعلامية بطريقة عملية من خلال الأنشطة العامة.

كما ترى الباحثتان أن رؤى ومقترحات النخبة الأكاديمية لتحقيق المجتمع المعرفي من خلال التربية الإعلامية في مرحلة التعليم قبل الجامعي ينبغي أن يبدأ بوضع منهج للتربية الإعلامية، ومن ثم تدريب وإعداد معلمين مختصين وعقد دورات خاصة لهم، وإعداد بيئة معدة بشكل مناسب للممارسة التربوية الإعلامية في أرض الواقع.

وجاءت نتائج الدراسة الحالية تتفق مع أهم ما توصلت إليه دراسة "آشي" (٢٠١٨م) حيث أشارت إلى أهمية إنشاء مراكز للتربية الإعلامية في أرجاء الدولة لتوعية وتحسين وتمكين المجتمع، وفتح مسارات جديدة في الكليات والجامعات في تخصص التربية الإعلامية، وإقامة المؤتمرات والندوات المحلية والدولية بصفة دورية وإثراء البحوث العلمية في هذا المجال.

ثانيًا: نتائج اختبار الفروض:-

الفرض الأول:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من (أساتذة الإعلام وأساتذة التربية وأساتذة الإعلام التربوي) في تقديرهم لواقع التربية الإعلامية بمرحلة التعليم ما قبل الجامعي. للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار (ON WAY ANOVA) للتعرف على الفروق في تقدير واقع التربية الإعلامية بمرحلة التعليم ما قبل الجامعي لدى عينة الدراسة.

جدول (٦)

تحليل تباين أحادي الاتجاه (ANOVA) بين مجموعات العينة في تقدير واقع التربية الإعلامية بمرحلة التعليم ما قبل الجامعي

الوظيفة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة "ف"	مستوى الدلالة sig
أساتذة الإعلام	٣٠	٢٥.١	٣.٢	٢	٣.٣٩	٠.٠٠٤
أساتذة التربية	٢٧	٢٣.٤	٣.٨			
أساتذة الإعلام والتربية	٥	٢٧.٤	٤.٢			
المجموع الكلي	٦٢	٢٤.٥	٣.٧			

يتضح لنا من خلال الجدول السابق بأنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لمتغير الوظيفة لعينة الدراسة في محور واقع التربية الإعلامية بمرحلة التعليم ما قبل الجامعي بين (أساتذة الإعلام - أساتذة التربية - أساتذة الإعلام والتربية) "الإعلام التربوي"، حيث كانت قيمة "ف" (٣.٣٩) بمستوى دلالة (٠.٠٠٤) بدرجة حرية ٢. وبذلك تثبت صحة الفرض الأول للدراسة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة الخيري (٢٠٠٩م) والتي أكدت إبراز العلاقة بين التربية والإعلام في

الأدبيات التربوية وفي ضوء مفاهيم التربية الإسلامية، والتعرف على درجة أهمية تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة أهمية تفعيل التربية الإعلامية تُعزى لمتغير الدرجة العلمية والخبرة.

وللتأكد من مصدر الفروق بين فئات العينة من (أساتذة الإعلام - أساتذة التربية - أساتذة الإعلام والتربية) في واقع التربية الإعلامية بمرحلة التعليم ما قبل الجامعي تم استخدام اختبار Scheffe للمقارنات المتعددة بين فئات العينة ويتضح ذلك من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (٧)

يحدد اختبار Scheffe للمقارنات المتعددة بين فئات العينة في متوسطات درجات تقدير واقع التربية الإعلامية في مرحلة التعليم ما قبل الجامعي

المتوسطات	الوظيفة	أساتذة الإعلام	أساتذة التربية	أساتذة الإعلام والتربية
٢٥.١	أساتذة الإعلام		٠.٢٠٩	٠.٤٠٥
٢٣.٤	أساتذة التربية	٠.٢٠٩		٠.٠٧٦
٢٧.٤	أساتذة الإعلام والتربية	٠.٤٠٥	٠.٠٧٦	

من خلال الجدول يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٥ في مستوى تقدير واقع التربية الإعلامية بمرحلة التعليم ما قبل الجامعي لصالح أساتذة الإعلام والتربية، حيث كانوا هم الأعلى في قيمة المتوسط الحسابي (٢٧.٤)، ولعل هذه النتيجة تعد منطقية حيث أن أساتذة الإعلام والتربية أي الإعلام التربوي هم الأكثر تقديرًا لواقع التربية الإعلامية باعتبارهم يجمعون بين تخصصي الإعلام والتربية، وإدراكًا لقيمة مفهوم التربية الإعلامية بوجه عام وأهميتها بوجهة خاص لمرحلة التعليم ما قبل الجامعي.

الفرض الثاني:

توجد علاقة ارتباطية دالة بين إدراك العينة لأهمية التربية الإعلامية لمرحلة التعليم قبل الجامعي والمعوقات التي تواجهها.

ولاختبار صحة هذا الفرض قامت الباحثتان باستخدام المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري وحساب معامل الارتباط بيرسون، وجاءت النتائج كما يعرضها الجدول التالي:

جدول (٨)

معامل الارتباط بيرسون بين إدراك العينة لأهمية التربية الإعلامية والمعوقات التي تواجهها

المحاور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
إدراك العينة لأهمية التربية الإعلامية	٥٠.٢	٥.٧	٠.٤٦٠	٠.٠١
إدراك العينة للمعوقات التي تواجه التربية الإعلامية	٣٥.٧	٤.٢		

يتضح من الجدول السابق أنه توجد العلاقة بين تنمية إدراك العينة لأهمية التربية الإعلامية لمرحلة التعليم قبل الجامعي وبين المعوقات التي تواجهها، حيث بلغ المتوسط الحسابي لإدراك العينة لأهمية التربية الإعلامية لمرحلة التعليم قبل الجامعي (٥٠.٢) بانحراف معيار بقيمة (٥.٧)، بينما بلغ المتوسط الحسابي للمعوقات التي تواجهها (٣٥.٧) بانحراف معياري (٤.٢)، وعليه يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية طردية بين تنمية إدراك العينة لأهمية التربية الإعلامية لمرحلة التعليم قبل الجامعي وبين المعوقات التي تواجهها، وذلك عند معامل ارتباط بيرسون R (٠.٤٦٠) عند مستوى دلالة (٠.٠٠١) وهي دالة إحصائية.

وبذلك تثبت صحة الفرض الثاني للدراسة.

وترى الباحثتان أن هذه النتيجة منطقية؛ حيث أنه كلما زاد إدراك العينة لأهمية التربية الإعلامية لمرحلة التعليم ما قبل الجامعي، كلما زاد شعورهم بواقع المشكلات والمعوقات التي تعترض تحقيقها. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة الكحكي (٢٠١٨م) حيث وجدت علاقة بين إدراك عينة البحث والصعوبات التي يتعرض لها أخصائي الإعلام التربوي ومستوى تقييم دوره المتوقع في تنمية الإبداع لدى الطلاب، ودراسة القرني (٢٠١٩م) التي أشارت إلى وجود علاقة بين الوعي بأهمية التربية الإعلامية في المدارس السعودية، ومعرفة المعوقات التي تحول دون التطبيق الجيد للتربية الإعلامية في المدارس السعودية.

الفرض الثالث:

توجد فروق دالة إحصائية بين رؤى ومقترحات العينة من (أساتذة الإعلام وأساتذة التربية وأساتذة الإعلام التربوي) لتحقيق مجتمع معرفي من خلال التربية الإعلامية.

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار (ON WAY ANOVA) للتعرف على الفروق بين مجموعات العينة من النخبة الأكاديمية في الرؤى والمقترحات لتحقيق المجتمع المعرفي من خلال التربية الإعلامية.

وجاءت النتائج كما هي موضحة في الجدول التالي:

جدول (٩)

تحليل التباين أحادي الاتجاه (ANOVA) بين مجموعات النخبة الأكاديمية في الرؤى والمقترحات لتحقيق المجتمع المعرفي من خلال التربية الإعلامية

الوظيفة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة "ف"	مستوى الدلالة sig
أساتذة الإعلام	٣٠	٤٦.٩	٣.٣	٢	٢.٢٤	غير دالة
أساتذة التربية	٢٧	٤٤.٣	٥.٤			
أساتذة الإعلام والتربية	٥	٤٤.٨	٧.٢			
المجموع الكلي	٦٢	٤٥.٦	٤.٧			

يتضح لنا من خلال الجدول السابق بأنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات العينة من الأكاديميين في مجال (الإعلام-التربية-الإعلام والتربية) في الرؤى والمقترحات لتحقيق المجتمع

المعرفي من خلال التربية الإعلامية، (حيث كانت قيمة " ف " عند قيمة (٢.٢٤) وهي غير دالة احصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠٥) وبذلك لم تثبت صحة الفرض الثالث للدراسة

وتفسر الباحثتان ما توصلت إليه نتيجة هذا الفرض من عدم وجود فروق بين الأكاديميين عينة الدراسة في التخصصات الثلاثة (الإعلام - التربية - الإعلام والتربية) أن لديهم نفس الوعي بقيمة وأهمية التربية الإعلامية، وأن لديهم مستوى متقارب من إدراك واقع ومشكلات التربية الإعلامية بشكل عام ومرحلة التعليم الجامعي بشكل خاص، وجاءت دراسة حسن (٢٠١٩م) توافق نتيجة الدراسة الحالية حيث أثبتت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمتغير التخصص والتي تؤثر في إدراكهم لدرجة أهمية التربية الإعلامية واستخدامهم لمهارات التربية الإعلامية، بينما جاءت دراسة الخيري (٢٠٠٩م) تخالف نتائج الدراسة الحالية وتشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية تُعزى إلى متغير التخصص العلمي، وجاءت لصالح تخصص (التربية) في أهمية تفعيل التربية الإعلامية.

الختامة:

سعت هذه الدراسة إلى معرفة دور التربية الإعلامية لمرحلة التعليم قبل الجامعي في تحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠م على عينة من النخبة الأكاديمية بتخصصي الإعلام والتربية، شملت (٦٢) مفردة، تم اختيارهم بأسلوب العينة المتاحة، استخدم الاستبيان لجمع بيانات الدراسة، واجابت الدراسة على عدة تساؤلات وثلاثة فروض وتمت معالجة البيانات وتحليلها إحصائياً وتفسير النتائج لهذه الدراسة توصلت الباحثة إلى عدة نتائج وهي ما يلي:

معظم أفراد عينة الدراسة في متغير النوع (الجنس) يكون (إناث).
معظم أفراد عينة الدراسة في متغير سنوات الخبرة في التربية الإعلامية نجد مستوى الخبرة لما لديهم من (أكثر من ١٠ سنوات).

أن معظم أفراد عينة الدراسة في متغير الرتبة الأكاديمية يكون (أستاذ مساعد).
أن معظم أفراد عينة الدراسة في متغير الوظيفة يكون لديهم وظيفة برتبة (أستاذ جامعي في الإعلام).

فيما يتعلق بواقع التربية الإعلامية في مرحلة التعليم قبل الجامعي، احتلت المرتبة الأولى بنسبة (٧٩٪) عبارة "تعتبر رؤية المملكة ٢٠٣٠م ضرورة لتخطيط منهج للتربية الإعلامية"، وتساوت نسب اللذين وجدوا أن "هناك خلطاً بين مفهوم الإعلام التربوي والتربية الإعلامية عند المختصين في ممارسة أنشطة الإعلام التربوي" و"تفتقر المدارس لخبراء ملمين بمجال التربية الإعلامية" بنسبة ٧٢.٦٪.

جاءت النتائج فيما يتعلق بأهمية التربية الإعلامية المقدمة في مرحلة التعليم قبل الجامعي في

تحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠م من وجهة نظر النخبة الأكاديمية احتلت المرتبة الأولى بنسبة (٩١.٩٪) عبارة " تنمي الجوانب الحياتية المختلفة للطلاب "، تليها الذين وجدوا أهمية التربية الإعلامية في أنها " توظف التربية الإعلامية لصالح العملية التربوية" بنسبة ٨٧.١٪.

أما بالنسبة لممارسات التربية الإعلامية المقدمة في مرحلة التعليم قبل الجامعي في تحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠م فنجد تقارب العبارتين " تنمية مهارات التفكير النقدي والإبداعي."، " تطوير قدرات إنتاج المعلومات وعرضها ونقدها باستخدام الأساليب الحديثة" فقد جاءت في مقدمة تلك الممارسات بنسب موافقة بلغت (٧٧.٤٪) (٧٧.٢٪) على التوالي.

وفيما يتعلق بالموضوعات الرئيسية للتربية الإعلامية في مرحلة التعليم قبل الجامعي لتحقيق مفهوم المجتمع المعرفي وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠م، احتلت المرتبة الأولى من بين الموضوعات التي تهتم بها التربية الإعلامية عبارة "حب الوطن والانتماء له"، بنسبة بلغت (٨٥.٥٪) وجاء " تدعيم مفهوم الهوية الثقافية " متساوياً مع " فهم الحقوق والواجبات " بنسبة (٨٣.٩٪).

فيما يتعلق بالمشكلات والمعوقات التي تعيق تفعيل التربية الإعلامية في مرحلة التعليم قبل الجامعي، جاءت العبارات "عدم اهتمام المؤسسات التربوية بالأنشطة الإعلامية" وأيضاً "عدم وضوح أهمية التربية الإعلامية" و"عدم وجود ميزانية مخصصة لممارسة أنشطة التربية الإعلامية" بنسب متساوية هي (٨٢.٣٪).

جاءت رؤى ومقترحات النخبة الأكاديمية لتحقيق المجتمع المعرفي من خلال التربية الإعلامية، وتصدرت المقترحات " اكتساب الخبرات من التجارب والخبرات الدولية في تطبيق التربية الإعلامية" و"الاستعانة بوسائل الاتصال الجديدة والتقنيات الحديثة وربطها بممارسات التربية الإعلامية التي يقوم بها الطلاب بمرحلة التعليم قبل الجامعي" و"إدراج تخصص جديد يجمع بين الإعلام والتربية بما يسمى بالإعلام التربوي بالجامعات السعودية" بنسبة (٩٠.٣٪)، بينما جاءت العبارتان: "تدريب الطلاب على مهارات الإنتاج الإعلامي والتفكير الناقد للمحتوى الإعلامي لتحقيق مجتمع المعرفة" و"تعيين أخصائي إعلام تربوي يجمع بين تخصص الإعلام والتربية" بنسب متساوية (٨٨.٧٪).

ثبتت صحة فرضية أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من (أساتذة الإعلام وأساتذة التربية وأساتذة الإعلام التربوي) في تقديرهم لواقع التربية الإعلامية بمرحلة التعليم ما قبل الجامعي".

ثبتت صحة فرضية أنه "توجد علاقة ارتباطية دالة بين إدراك العينة لأهمية التربية الإعلامية لمرحلة التعليم قبل الجامعي والمعوقات التي تواجهها".

لم تثبت صحة فرضية "توجد فروق دالة إحصائية بين رؤى ومقترحات العينة من (أساتذة الإعلام وأساتذة التربية وأساتذة الإعلام التربوي) لتحقيق مجتمع معرفي من خلال التربية الإعلامية".

التوصيات:

١. إعداد دراسات إعلامية لتحقيق الأمن الفكري والاجتماعي للطلاب.
٢. تكثيف الجهود التثقيفية للعاملين في الميدان التربوي وأولياء الأمور.
٣. تطوير برامج وتطبيقات للتربية الإعلامية يستفيد منها الطلاب.
٤. تبني أنشطة وفعاليات لنشر الثقافة الإعلامية في المؤسسات التعليمية.
٥. بناء شراكة مع مؤسسات المجتمع المدني والقطاع الخاص لتطوير برامج وتطبيقات للتربية الإعلامية، يستفيد منها طلاب التعليم العام والخاص.
٦. دعوة المختصين في الجامعات السعودية إلى إعداد دراسات تهتم برصد مهام وأدوار التربية الإعلامية للتصدي لكافة التحديات.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

- إبراهيم، هبة إبراهيم (٢٠١٢م) تطوير إعداد أخصائي الإعلام التربوي بمصر في ضوء متطلبات مجتمع المعرفة، جامعة القاهرة، معهد الدراسات التربوية، قسم أصول التربية.
- أبو الكاس، حسين نمر (٢٠١٤م) تصور مقترح لإثراء منهاج التربية المدنية بمفاهيم التربية الإعلامية اللازمة لطلبة المرحلة الأساسية العليا، جامعة الأزهر، كلية التربية، قسم المناهج وطرق التدريس، رسالة ماجستير غير منشورة.
- أبو معال، عبد الفتاح (٢٠٠٦م) أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتثقيفهم، غزة، دار الشروق للنشر والتوزيع.
- أحمد، أحمد إسماعيل (٢٠٠٨م) الإعلام التربوي ودوره في التربية والتعليم، عمان، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع.
- أشي، حنان أحمد (٢٠١٨م) "دور الأسرة في دعم تطبيقات التربية الإعلامية في ظل رؤية ٢٠٣٠ للمملكة العربية السعودية"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع ٢٢، ص ١١٣-١٠٤.
- أم الرتم، سحر وعواج، سامية (٢٠١٩م) "التربية الإعلامية والرقمية ضمن متطلبات التنشئة الاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين سطيف"، مجلة العلوم التربوية، م ١٦، ع ١٤، ص ٨٩-١٠٣.
- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تقرير التنمية الإنسانية (٢٠٠٣م) "نحو إقامة مجتمع المعرفة في البلدان العربية قياس المعرفة في البلدان العربية" الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي.
- البكري، فؤاده (٢٠٠٩م) الهوية الثقافية العربية في ظل ثورة الاتصال والإعلام الجديد، ورقة بحثية مقدمة ضمن أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد تكنولوجيا لعالم جديد، جامعة البحرين، ٧-٩ إبريل ٢٠٠٩م.
- بندحمان، جمال (٢٠١٣م) دليل المواطنة المسؤولة دليل المفاهيم والمواضيع، إصدار المعهد العربي للتنمية والمواطنة بالتعاون مع المؤسسة الدولية للتنمية والتدريب والجمعية المتحدة لتأطير الطفولة والشباب.
- بني هاني، سيلفيا إسماعيل (٢٠١٨م) "دور جامعة حائل للتحويل نحو مجتمع المعلومات في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠م: دراسة ميدانية"، مجلة العلوم التربوية، م ٣٠، ع ٣ (حوكمة التعليم وفق رؤية المملكة ٢٠٣٠م) ص ٥٣٧-٥٥٤، ٢٠١٨م/١٤٣٩هـ.
- الحبيب، ماجد بن عبد الله (١٤٣٩هـ) "إسهام الأقسام التربوية بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في تفعيل التربية الإعلامية لدى طلاب وطالبات الدراسات العليا في ظل عولمة القيم"، مجلة العلوم التربوية، ع ٢٢، ج ٣، رجب ١٤٤١هـ.
- الحيزان، محمد (٢٠٠٤م) البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها، ط ١. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- خضر، وفاء السيد (٢٠١٧م) "فعالية برنامج مقترح باستخدام الصحف والمجلات في تنمية مهارات التربية الإعلامية لدى طلاب المدارس في مصر دراسة شبه تجريبية على عينة من طلاب المرحلة الإعدادية"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع ١٣،

ص ٣٣٢.

- خضر، وفاء السيد (٢٠١٨م) رؤية جديدة في الإعلام التربوي، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع.
- خليل، حسن محمد علي (٢٠١٥م) "تقويم واقع ممارسة الطلاب لمهارات التربية الإعلامية في ضوء تعدد مصادرهم للثقافة الإعلامية وتأثيراتها: دراسة مسحية على عينة من طلاب المدارس الثانوية بالتعليم العام السعودي"، مجلة دراسات الطفولة، مج ١٨، ع ٦٦٤، يناير مارس ٢٠١٥، ص ٢٩-١٥.
- الخيري، طلال بن عقيل (٢٠٠٩م) "تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية"، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة أم القرى، كلية التربية، قسم التربية الإسلامية والمقارنة.
- دحماني، سمير (٢٠٠٩م) أثر استخدام شبكة الإنترنت على الهوية لدى الشباب في ظل العولمة الإعلامية، رسالة ماجستير غير منشورة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.
- دراسة عباس، هناء عبده وزغلول، هشام سعد والجندي، سامية عبد الحكيم (٢٠١١م) أثر وحدة مقترحة في التربية الإعلامية على التحصيل الدراسي لدى طلاب الصف الأول الثانوي الفني، مجلة بحوث التربية النوعية، جامعة المنصورة، ع ٢٣، ج ١.
- الدسوقي، سماح محمد (٢٠١٠م) التربية الإعلامية بالتعليم الأساسي في عصر العولمة، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة.
- الشريف، نسيم محمد (٢٠١٩م) "انعكاسات التحول نحو مجتمع المعرفة على العملية التربوية من وجهة نظر المشرفات التربويات"، رسالة ماجستير، جامعة أم القرى، قسم المناهج وطرق التدريس.
- الشميمري، فهد بن عبد الرحمن (٢٠١٠م) التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام، الرياض.
- الشميمري، فهد عبد الرحمن (٢٠١٠م) "التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام، صحراوي، مقالاتي وغضبان، غالية (٢٠١٤م) إشكالية تأثير الإعلام الجديد في الهوية الثقافية في ظل العولمة، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، ع ١٢ و ١٣، جامعة الحاج لخضر باتنة.
- الصمداني، عادل بن هداية الله (٢٠١٣م) "اتجاهات النخبة الأكاديمية السعودية نحو البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية.
- الصوفي، خالد، والبريهي، علي (٢٠١٤م) "دور الإعلام في تشكيل اتجاهات النخبة الأكاديمية العربية في اليمن نحو الربيع العربي دراسة ميدانية"، مجلة رؤى استراتيجية، ع ١٤، ص ٣٢-٨٤.
- عبد الله، وردة رجب (٢٠١٣م) "تطوير الإدارة المدرسية بمرحلة التعليم الأساسي في ليبيا على ضوء استخدام التقنيات الحديثة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة عين شمس، القاهرة.
- العتيبي، منى مزهي (٢٠٢٠م) "الإعلام الجديد ومسؤوليته في دعم برامج التحول الوطني"، أطروحة بحثية في مؤتمر الإعلام والتنمية في ظل الرؤية السعودية ٢٠٣٠م، جمعية الإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، رجب ١٤٤١.
- عثمان، أحلام حسين الصادق، ونصر، إقبال محمد صالح. (٢٠١٧م) "دور الجامعات السعودية في بناء مجتمع المعرفة وتحقيق رؤية ٢٠٣٠م: جامعة الإمام عبد الرحمن الفيصل (الدامم سابقاً) أنموذجاً"، أبحاث مؤتمر: دور الجامعات السعودية في تفعيل رؤية ٢٠٣٠م: جامعة القصيم، ص ٧٩٦-٨٠٩.
- العساف، صالح حمد (١٩٩٥م)، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية في العلوم السلوكية، الرياض، مكتبة غزواني، سامية بويكر (٢٠١٩م) "دور الإعلام المواطن في تحقيق رؤية المملكة ٢٠٣٠م دراسة استكشافية"، المؤتمر الإعلامي السنوي الثامن، مؤتمر الإعلام والتنمية في ضوء رؤية ٢٠٣٠م، جامعة الملك سعود بالرياض، ٢٦-٢٠-٢٠٢٠م.
- الغنيان، أشواق طلال خضير (٢٠٢٠م) "واقع الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في دعم رؤية المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠م: دراسة تحليلية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم القرى، قسم الإعلام.
- الفرجاني، عبد العظيم عبد السلام (١٩٩٧م) التربية التكنولوجية وتكنولوجيا التربية، القاهرة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.
- القرني، فاطمة أحمد (٢٠١٩م) "واقع التربية الإعلامية في مؤسسات التعليم العام في المملكة العربية السعودية: محافظة جدة نموذجاً"، مجلة العلوم التربوية والنفسية، المركز القومي للبحوث غزة، م ٣، ع ١٢، ص ١٤٩-١٢١.
- قمقاني، فاطمة الزهرة (٢٠١٧م) "تأثير شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) على المراهقين وهران التربية الإعلامية"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة مولود معمري تيزي وزور، الجزائر.
- الكافي، اسماعيل عبد الفتاح (٢٠١١م) التربية الإعلامية الإبداعية، الإسكندرية، مركز الإسكندرية للكتاب.
- الكحكي، عزة مصطفى (٢٠١٨م) رؤية مستقبلية لتفعيل دور أخصائي الإعلام التربوي في تنمية الإبداع والتفكير الابتكاري لدى الطلاب دراسة على عينة من الممارسين والأكاديميين، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع ٦٤.

- مالك، شعباني (٢٠١٧م) دور وسائل الإعلام الحديثة في غرس وتنمية قيم المواطنة، مجلة الإبراهيمي للعلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة برج بوعرييج، ع ١.
- المدني، أسامة بن غازي (٢٠١٨م) التربية الإعلامية في ظل الرؤية الوطنية ٢٠٣٠، صحيفة الجزيرة، الجمعة ٢٥ مايو ٢٠١٨، العدد ١٦٦٧ <https://www.al-jazirah.com/2018/20180525/rj2.htm>
- مصطفى، كافي هبة (٢٠١٧م) المدخل إلى الإعلام التربوي الجديد، ط١، عمان، دار الابتكار.
- المطيري، الجوهره والجويسر، غيداء (٢٠١٩م) "الإعلام الرقمي والتنمية الاقتصادية في ضوء رؤية ٢٠٣٠"، المؤتمر الإعلامي السنوي الثامن، الإعلام والتنمية في ضوء رؤية ٢٠٣٠م.
- منصور، حسن محمد حسن (٢٠١٩م) "تنمية مهارات التربية الإعلامية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بناءً على الخبرة التدريسية لأساتذة الإعلام في الجامعات السعودية"، مجلة العلوم الاجتماعية، ع ٢، مج ٤٧، ص ١٦٣-٢٠٦.
- المنظمة الدولية للثقافة والتربية والعلوم (اليونسكو) توصيات مؤتمر فيينا للتربية من أجل عصر الإعلام والتقنية الرقمية في الفترة من ٢٠-١٨ أبريل ١٩٩٩م.
- واضح، عصام (٢٠١٨م) " التربية الإعلامية كآلية لمواجهة الاغتراب الثقافي لدى الشباب دراسة ميدانية لعينة من تلاميذ السنة الثالثة ثانوي بثنوية الحاج الخير خيري"، رسالة ماجستير، جامعة محمد بضياف بالمسيلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال

ثانيًا: المراجع الأجنبية:

- Alice, Y (2016) "Media education in the School 2.0 era: Teaching media literacy through laptop computers and iPads", A study presented to the Department of Educational and Development Communication at the International Telecommunication Association Conference, Phoenix, Arizona, USA, October 24.
- Galina V. (2015) "Impact of European Media Education Strategies on Russian Media Education Development", Academic Publishing House, Published in the Russian Federation, European Journal of Contemporary Education, Volume: 14, Issue: 4, pp. 239-244.
- Draper M, et el . (2016) "Educational Intervention/Case Study: Implementing an Elementary-Level, Classroom-Based Media Literacy Education Program for Academically At-Risk Middle-School Students in the Non-Classroom Setting", Truman State University, Journal of Awareness Against Alcohol and Drugs, 59(3),12- 24.
- Pegurer M, Francisco J , (2016) "Media Literacy in Brazil: Experiences and Models in Non-formal Education", Alfabetización mediática en Brasil: experiencias y modelos en educación no formal, Comunicar, Media Education Research Journal ,vol. 49 ,39-48
- Amdam S, (2017)," Media Education Goes Professional? Media Teachers' Self-Image, Positioning and Educational Focus", Nordicom Review magazine, The University of Gothenburg, Sweden, 38 (1) 81-95.
- Francis,RJ(2018), Media Education in The New Media Age, An Investigation into the Implication of New Media In Media Literacy Enhancement Among Undergraduates ,PHD Thesis, University of Oxford :UK.
- Palmer, L s(2017)The state of Media Education Implementation In Rochester ,NY colleges, MA thesis Rochester Institute of Technolog

educational media professors) to achieve a knowledge society through education has not been proven. Media”.

The study reached several recommendations, the most important of which are: Intensifying educational efforts for workers in the educational field and parents.

Keywords: Media Education - Knowledge Society - Saudi Vision 2030.

The Role of Media Education for Pre-University Education Students in Achieving the Concept of a Knowledge Society According to the Kingdom's Vision 2030: A Study on a Sample of the Academic Elite in the Fields of Media and Education

Prof. Dr. Azza Mostafa Elkahkey
hmahmed@uqu.edu.sa

Professor in Mass Communication Department,
Collage of Social Science,
Umm Al-Qura University

Naseem Muhammad Mahmoud Al-Sharif
Nosa_-_msn@hotmail.com

MA Public Relations,
Collage of Social Science,
Umm Al-Qura University

Abstract

The study aimed to answer the following main question: What is the role of media education for pre-university education students in achieving the concept of a knowledge society in accordance with the Kingdom's 2030 vision? Several sub-goals emerge from it in addition to a number of assumptions to know the reality of media education in the pre-university education stage in achieving the concept of a knowledge society in accordance with the vision of the Kingdom 2030 as seen by the elite sample of the study. It was applied to (62) individuals from a selection of academics specializing in education and media, who were selected using the available sample method.

The main results of the study were:

With regard to the reality of media education in the pre-university education stage, the phrase "The Kingdom's Vision 2030 is a necessity for planning a media education curriculum, and with regard to the importance of media education provided in the pre-university education stage in achieving the concept of a knowledge society in accordance with the Kingdom's 2030 vision from the elite's point of view. The Academy ranked first with the phrase "developing the various aspects of students' lives," and the first and second hypotheses proved correct, that "there are no statistically significant differences between members of the sample (media professors, education professors and educational media professors) in their appreciation of the reality of media education in pre-university education. " And that "there is a significant correlation between the sample's awareness of the importance of media education for the pre-university education stage and the obstacles it faces." The hypothesis "there are statistically significant differences between the visions and proposals of the sample (media professors, education professors and

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit Number: 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,
Menofia - Shibeen El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,
Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghpy St.

ceo@apr.agencyEmail: - jprr@epra.org.eg

Web: www.apr.agency, www.jprr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should send an electronic copy of his manuscript by Email written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 2800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$. with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1400 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 30 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 25 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- One copy of the journal is sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al-Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,
 Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
 Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also, to the Journal email: jpr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- It is the first arbitative scientific journal with this field of specialization on the Arab world and the Middle East. Also, the first Arab scientific journal in the specialty of (media) which obtained the Arab Impact Factor with a factor of $2.01 = 100\%$ in the year of 2020G report of the American Foundation NSP "Natural Sciences Publishing" Sponsored by the Arab Universities Union.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one-page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh'd Atef

EPRA Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Head of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Manager

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean of
Faculty of Mass Communication - Sinai University
Head of the Consulting Committee of EPRA

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Prof. Dr. Mohamed Alamry (Iraq)

Professor & Head of Public Relations Dep.
Mass Communication Faculty
Baghdad University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

Associate professor of Mass Communication &
Coordinator College of Communication
University of Sharjah (UAE)

Dr. Fouad Ali Saddam (Yemen)

Associate Professor & Head Dep. of Public Relations
Faculty of Mass Communication
Yarmouk University (Jordan)

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

Assistant Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

Arabic Reviewers

Ali Elmehy

Sayid Sherif

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt

Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 1 Mohamed Alzohpy Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt

Menofia - Shibeh El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel: +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai
University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King
Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations & Dean the Faculty of Mass Communication, Yarmouk
University

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor of Mass Communication at King Faisal University – Former Dean of the Faculty of Community
Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani, (Yemen)

Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.

** Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.

**English Researches:**

- **Dr. Bandar Jaber Dawshi** - *University of Southern Mississippi*
How did ISIS use Social Media to Spread its Extremist Ideas?: An Analytical Study 7

Abstracts of Arabic Researches:

- **Prof. Dr. Abdullah Khamis Al-Kindi** - *Sultan Qaboos University*
Dr. Faten Ben Lagha - *Sultan Qaboos University*
Azza Al-Yaroubi - *Sultan Qaboos University*
The Impact of Personal, Professional, and Social Factors on Occupational Burnout Among Public Relations Practitioners in the Sultanate of Oman 35
- **Prof. Dr. Azza Mostafa Elkahkey** - *Umm Al-Qura University*
Naseem Muhammad Mahmoud Al-Sharif - *Umm Al-Qura University*
The Role of Media Education for Pre-University Education Students in Achieving the Concept of a Knowledge Society According to the Kingdom's Vision 2030: A Study on a Sample of the Academic Elite in the Fields of Media and Education 36
- **Dr. Mahmoud Mohamed Mostafa Khallouf** - *Arab American University*
Deema Hussein Shehade Assaf - *Arab American University*
The Nature of the Treatments of the "Arab American" and "Khadouri" Universities Websites before and during the Corona Pandemic 38
- **Dr. Fatimah Fayez Qotob** - *Beni Suef University*
Dr. Ahmed Shehata Abd El Fadeel Ebaed - *Beni Suef University*
Reality of Service Content Forms in Egyptian Digital Platforms: An Evaluative Study 39
- **Dr. Howaida Mohamed Lotfy Ahmed** - *Umm Al-Qura University*
Nadrah. S. Bahamdan - *Umm Al-Qura University*
Consciousness of University Saudi Youth for the Potential Risks of Electronic Marketing of Pharmaceutical Products: Empirical Study 40
- **Dr. Souad Mohammed Mustafa Mohammed** - *Aljazeera Institute for Media and Mass Communication*
Evaluating the Effectiveness of Public Relations Departments in Public and Private Health Organizations (Hospitals) in the Face of the COVID-19 Pandemic 41
- **Dr. Rola Abdel Rahman Saqr** - *Misr University for Science and Technology*
The Role of Social Media sites in Educating the Egyptian Public about the Nile Water Crisis 42

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network (ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit Number: 24380/2019



Copyright 2022@APRA

www.jprr.epra.org.eg