

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم : علوم الاعلام والاتصال



عنوان المذكرة :

التربية الإعلامية كآلية لمواجهة الاغتراب الثقافي لدى الشباب
دراسة ميدانية لعينة من تلاميذ السنة الثالثة ثانوي بثانوية الحاج
الخير خيري – مقرة-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف:

د. بوعزيز بو بكر

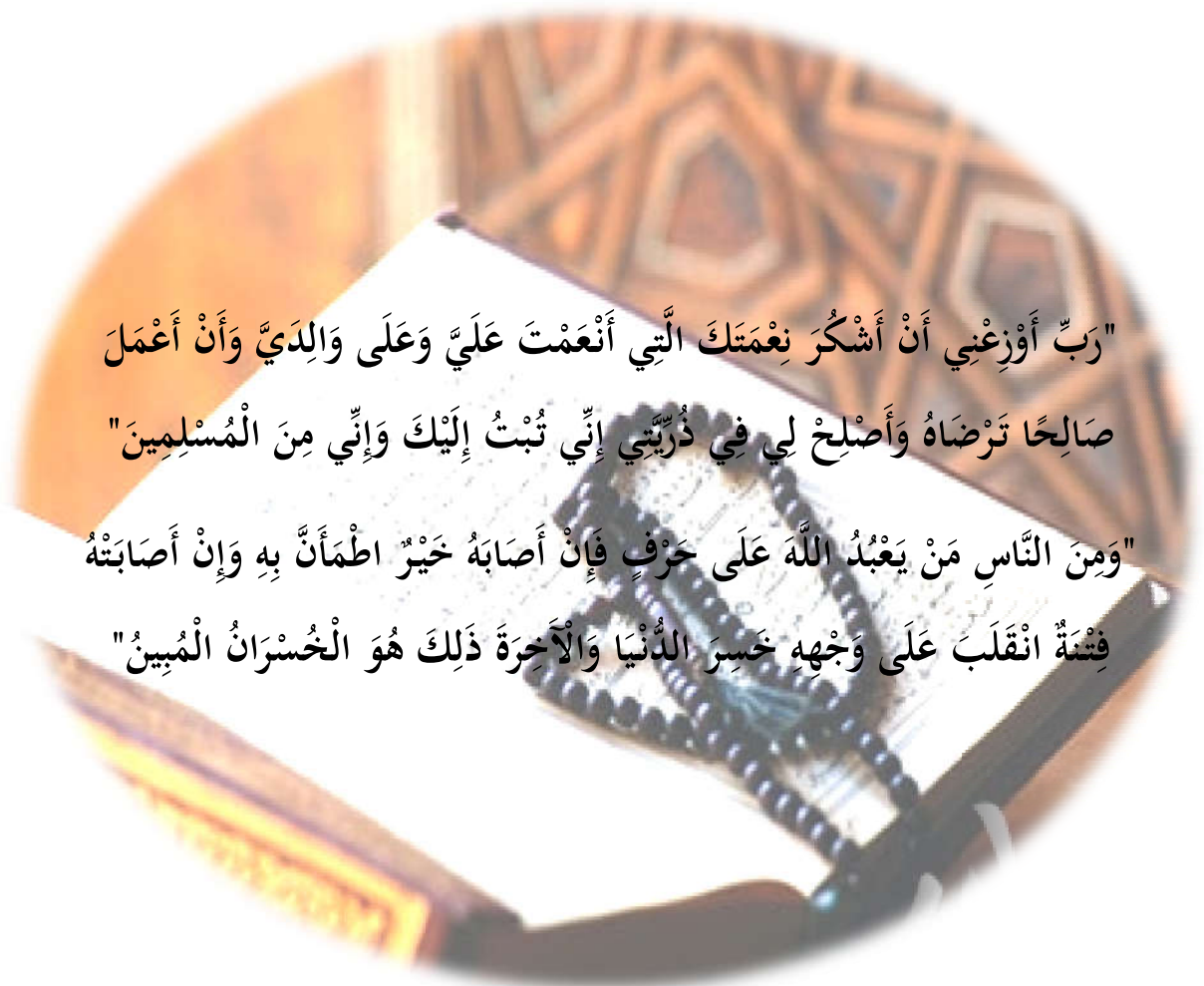
إعداد الطالب :

عصام واضح ✓

لجنة المناقشة :

اللقب والاسم	الرتبة	الصفة
د. رضوان بوحيلة	أستاذ محاضر	رئيسا
د. بوعزيز بو بكر	أستاذ محاضر "أ"	مشرفا ومقررا
د. عبد الحميد بلعباس	أستاذ محاضر	ممتحنا

السنة الجامعية: 2017 - 2018



"رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ
صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَصْلِحْ لِي فِي ذُرِّيَّتِي إِنِّي تُبْتُ إِلَيْكَ وَإِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ"
"وَمَنْ النَّاسِ مَنْ يَعْبُدُ اللَّهَ عَلَى حَرْفٍ فَإِنْ أَصَابَهُ خَيْرٌ اطْمَأَنَّ بِهِ وَإِنْ أَصَابَتْهُ
فِتْنَةٌ انْقَلَبَ عَلَى وَجْهِهِ خَسِرَ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةَ ذَلِكَ هُوَ الْخُسْرَانُ الْمُبِينُ"

شكر و عرفان

قال الله تعالى { ولئن شكرتم لأزيدنكم }

الحمد لله الذي نور بكتابه القلوب و أنزله في أوجز لفظ و أعجز أسلوب فأعيت بلاغته البلغاء و أبكمت فصاحته الخطباء و أعجزت حكمته الحكماء فهو الحجة البالغة و الدلالة الدامغة و النعمة الباقية و العصمة الواقية و هو الشفاء لما في الصدور و الحكم العدل عند مشتبهات الأمور ، و أشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له و أشهد أن محمدا عبده و رسوله صلى الله عليه وسلم

أما بعد: الحمد و الثناء و العظمة و الكبرياء لله عزوجل إلهي و خالقي الذي نور طريق دربي و أخرجني من الظلمات إلى النور ، كما أحمده سبحانه على توفيقه لإتمام هذا العمل المتواضع و أتمنى أن يكون ثمرة جهدي مرجعا معتمدا للطلبة من بعدي ، كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى والدي الكريمان على قلبي ، كما أتقدم بالشكر إلى زوجتي الغالية و الحنونة و حبي الوحيد و سر نجاحي و كاتبة دروسي "دمان و فاء"

و أتقدم بالشكر الخالص إلى الدكتور * بوبكر بوعزيز *

و إلى كل الأساتذة و الدكاترة الذين ساعدوني لإنجاز هذا العمل المتواضع * بلقبي فطوم *

يحي تقي الدين * غزال عبد الرزاق * صالح بلخيري * فيصل بيبي * صاولي عبد المالك *

كما أتقدم بالشكر إلى جميع أصدقائي و على رأسهم * قشقاش عيسى * هبال عبد الغني *

واضح منير * تومييات عمر *

كما أتقدم بالشكر و الشكر الوافر إلى جميع عمال المؤسسة الاستشفائية بمقرة

و لا أنسى أن أتقدم بالشكر إلى كل من ساعدني من قريب أو من بعيد في انجاز هذا العمل و

لو بكلمة طيبة

عصام

الإهداء

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك و لا يطيب النهار إلا بطاعتك و لا تطيب اللحظات
إلا بذكرك و لا تطيب الآخرة إلا بعفوك و لا تطيب الجنة إلا برويتك الله جل جلاله
إلى من بلغ الرسالة و نصح الأمة إلى نبي الرحمة و نور العالمين سيدنا محمد
صلى الله عليه و سلم

إلى من كلفه الله بالهبة و الوقار إلى من علمني العطاء بدون انتظار إلى من
أحمل اسمه بكل افتخار أرجو من الله أن يمد في عمرك لتري ثمارا قد حان قطافها
بعد طول انتظار و ستبقى كلماتك نجوم أهندي بها اليوم و في الغد و إلى الأبد
والدي واضح واضح المدعو حمو

إلى ملاكي في الحياة إلى معنى الحب و إلى معنى الحنان و التفاني إلى بسملة
الحياة و سر الوجود إلى من كان دعاؤها سر نجاحي و حنانها بلسم جراحي إلى
أغلى الحبايب * أمي الحبيبة *

إلى نعمة الصديقة ونعم الحبيبة و نعم الزوجة * دمان وفاء *
إلى قرّة عيني و سبب سعادتي و سر تقديمي في الحياة ولدي * تسنيم أمة الله *
أنس محمد عبد الودود *

إلى العائلة الإخوة و الأخوات.

فهرس الجداول

الصفحة	الجداول	الرقم
67	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	01
68	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص	02
69	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السكن	03
70	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاقتصادية	04
72	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (5-1)	05
73	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (5-2)	06
74	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (5-3)	07
76	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (5-4)	08
77	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (6-1)	09
78	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (6-1)	10
79	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (6-3)	11
80	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (6-4)	12
81	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (6-5)	13
83	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (6-6)	14
84	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 7-1	15
85	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 7-2	16
78	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 7-3	17
88	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على ترتيب الوسائل الإعلامية	18
89	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (9)	19
90	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10)	20
92	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 11	21
93	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 12	22
94	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 13	23

95	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (14)	24
96	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (15)	25
97	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (16)	26
98	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (17)	27
100	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (18)	28
101	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (19)	29
102	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (20)	30
103	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (21)	31
104	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (22)	32
105	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (23)	33
106	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (24)	34
108	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (25).	35
109	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (26-أ)	36
110	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (26-ب)	37
111	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (26-ج)	38
112	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (26-د)	39
113	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (26-هـ)	40
115	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (26-و)	41
116	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (26-2)	42

فهرس الأشكال

الصفحة	الأشكال	الرقم
67	نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	01
69	توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص	02
70	توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير السكن	03
71	توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاقتصادية	04

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

شكر وعرهان

إهداء

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

فهرس المحتويات

مقدمة أ - د

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

- 1- تحديد الإشكالية: 6
- 2- تساؤلات الدراسة: 7
- 3- أسباب اختيار الموضوع: 7
- 4- أهداف الدراسة: 8
- 5- أهمية الدراسة: 8
- 6- المدخل النظري للدراسة: *النظرية المعتمدة في الدراسة* 9
- المدخل الوظيفي : 9
- 7- نوع الدراسة و منهجها: 36

38	8- أدوات جمع البيانات:
39	9- مجتمع و عينة الدراسة:
40	10- مجالات الدراسة:
41	11- تحديد المفاهيم:
55	12- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:
56	13- الدراسات السابقة:
63	14- صعوبات الدراسة:

الفصل الثاني الجانب الميداني للدراسة

66	تمهيد
67	1- التحليل الكمي و الكيفي للنتائج الدراسية.
118	2- عرض نتائج الدراسة الميدانية و مناقشتها.
122	3- نتائج الدراسة.
124	خاتمة

قائمة المراجع

الملاحق

ملخص الدراسة

مقدمة

تشهد الساحة الإعلامية تطورا علميا وتكنولوجيا كبيرا في شتى وسائل الاتصال بما جعل العالم قرية صغيرة إلكترونية، خاصة بعد انتشار تكنولوجيا الأقمار الصناعية وشبكة المعلومات الدولية (الانترنت)، ولقد ساعد وجود هذه الوسائل الحديثة على تخطي حواجز الزمان والمكان، وبث ثقافات مختلفة عبر القنوات الفضائية وشبكة الانترنت بما تحمله من أفكار وقيم وصور وسهولة استقبالها من جميع الشعوب في العالم.

لقد أصبح المواطن العربي في ظل هذا الواقع الإعلامي الجديد معاصرا بكم هائل من الرسائل الإعلامية التي تتفق في بعضها مع قيمه وأخلاقياته وثقافته، ولكنها في الجانب الأكبر تقدم مضامين ومعلومات وصورا مشوهة من جانب بعض الدول أو الهيئات أو الأفراد أو الشعوب والدول الأخرى، مما يجعل الفضائيات والانترنت وسائل اتصالية خطيرة في تزييف الواقع الخاص بشعب من شعوب العالم.

والمتابع لهذه الرسائل يلحظ تشويها معتمدا لكثير من الدول والشعوب والثقافات والأديان والتاريخ، وغيرها مما يؤدي إلى نقل معلومات مضللة أو مشوهة إلى الجماهير، وفضلا عن ذلك ما تروجه هذه الوسائل من مضامين إباحية يمكن أن تساهم في تدمير منظومة القيم التربوية والأخلاقية عند الشباب والمراهقين والأطفال في الوطن .

وفي إطار هذا الواقع الثقافي الجديد بإيجابياته وسلبياته، والذي أفرزته لنا تكنولوجيا الاتصال الحديثة يكون من الضروري أن نفكر بالأسلوب المناسب الذي يحمي الأجيال الجديدة من الشباب والمراهقين و الأطفال من التأثيرات السلبية للرسائل الضخمة المنقولة عبر الفضائيات والانترنت، ومن هنا أصبح من الضروري أن يهتم العالم العربي بنشر وتعليم مبادئ التربية الإعلامية، وهي تعد ثورة جديدة في مجال الإعلام.

وهذه الوسائل تضع أسس التعامل مع الرسائل التي يتعرض لها الجمهور على مدى اليوم من خلال وسائل الإعلام المختلفة، ولقد حرصت منظمة اليونسكو في إطار مسؤولياتها الثقافية على نشر وتعليم مبادئ التربية الإعلامية، وذلك سعياً لتطوير مضمون المواد الإعلامية في الصحف والإذاعة والانترنت والتلفزيون و شبكات التواصل الاجتماعي من أجل المساعدة على تجنب الجمهور الآثار السلبية لهذه الوسائل.

وفضلاً عن ذلك تطوير مهارات التفكير النقدي نحو مضامين وسائل الإعلام لدى قطاعات الجماهير المختلفة حتى يتمكنهم حسن التعامل والاستخدام مع ما تقدمه وسائل الإعلام وإرساء أسس استخدام المضامين المتعددة، التي تتيح فرص الاختيار أمام الجمهور، مع دعم فكرة تدريس مبادئ التربية الإعلامية، ومهارات الاتصال في المناهج المدرسية، وكذلك تدعيم دور الأسرة والمدرسة في نشر مفاهيم التربية الإعلامية لدى التلاميذ والطلاب.

لا شك أن تعلم مبادئ التربية الإعلامية يساعد على أن يكون المواطنون في خصائص أفضل من حيث إمكانية التعامل مع المضامين الإعلامية، وعلى الرغم من تعدد اتجاهات التربية الإعلامية، نجد أنها تركز على أهداف بعينها مثل تعليم الناس، تأثيرات وأشكال وجماليات وسائل الإعلام، وتعليمهم، كيفية تقييم الرسائل التي يتعرضون لها، كيفية التأثير على هذه الوسائل.

ويضاف إلى ذلك أن التربية الإعلامية تعد وسيلة مهمة في التربية الإعلامية وبهذه النظرة يفهم الأفراد أن هناك مشكلات في نظم وسائل الإعلام، وإذا تكاملت مناهج الدراسة في مؤسسات التعليم مع قواعد التربية الإعلامية، فسوف يؤدي إلى وجود شباب نشيط يرغب في تطوير المجتمع.

إن الغرض الأساسي للتربية الإعلامية ليس فقط تكوين الوعي النقدي، ولكن تكوين الحكم الذاتي المستقل بشأن الوسائل المختلفة في وسائل الإعلام، بمعنى تعلم عملية تكوين الأحكام الذاتية التي تمكنه خلال مواجهة وسائل الإعلام طيلة حياته.

كما أن التفكير النقدي في بعض المهارات، يجعل الأفراد يناقشون القضايا العامة بوسائل الإعلام حتى يقوموا بردود أفعال حاسمة تجاه هذه الوسائل، وتعد المدرسة والأسرة هما جوهر التربية الإعلامية، ويعد دور الأسرة أكبر من دور المدرسة والجمعيات والقوانين الحكومية، فالوالدان في موقع قوة وفي مكانة فريدة تمكنهما من السيطرة على الأبناء فيما يتعلق بعادات استخدام وسائل الإعلام.

ويمكن للوالدين تعليم أبنائهم أسس التربية الإعلامية مع الأخذ بعين الاعتبار أنها عملية تستمر مدى الحياة، ويرتكز دور الأسرة في ترتيب المنزل ليكون بيئة إعلامية ايجابية، ووضع قواعد عادلة وواضحة بشأن استخدام وسائل الإعلام في الأسرة وتشجيع المشاهدة النقدية النشطة والمواد الأخرى التي تقدمها وسائل الإعلام.

لقد فوض الواقع الإعلامي المعاصر، وخاصة في الفضائيات والانترنت ضرورة التنبيه إلى وضع قواعد وآليات الأساليب تعامل الشباب والمراهقين والأطفال مع ما تقدمه الفضائيات والانترنت حرصا على سلامة البناء القيمي والأخلاقي والثقافي في المجتمعات العربية.

ولو ترك الأمر على ما هو عليه من عزوف الأسرة والمدرسة عن القيام بدورها التربوي، فإن ناقوس الخطر يدق بشدة على مستقبل الأجيال الجديدة لعلّه في ظل هذا الواقع الذي أوجدته تكنولوجيا الإعلام والاتصال يكون من الضروري البحث عن أساليب جديدة لتوعية المواطن وتحصينه ضد التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام، ومن هنا أصبح تعليم مبادئ التربية الإعلامية أمرا ذا أهمية وضرورة.

و في ظل هذه الأفكار تأتي هذه الدراسة والتي سأحاول تسليط الضوء على التربية الإعلامية كآلية لمواجهة الاغتراب الثقافي و ذلك من خلال :

الفصل الأول: الذي احتوى على طرح الإشكالية حول الموضوع متبوعة بالتساؤلات الفرعية واستعراض الأساليب الذاتية و الموضوعية التي جعلتني أتطرق إلى طرح هذا الموضوع من خلال تقديم أهمية و أهداف الدراسة العربية و الأجنبية التي تطرقتا إلى التربية الإعلامية و الاغتراب الثقافي ، كما استخدمت المدخل النظري الملائم لهذه الدراسة كما اعتمدت على نظرية الاعتماد المتبادل لوسائل الإعلام مع تحديد مفاهيم و مصطلحات موضوع الدراسة.

الفصل الثاني : يتمثل في الدراسة الميدانية و الذي عرضت فيه المجال المكاني المجال الزمني و البشري للدراسة بالإضافة إلى التحليل الكمي و الكيفي للجداول البسيطة و المزدوجة و الاستنتاجات و الخاتمة و قائمة المراجع و الملاحق و فهرس الجداول و الأشكال و ملخص الدراسة

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

- 1- تحديد الإشكالية
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- أسباب اختيار الموضوع
- 4- أهداف الدراسة
- 5- أهمية الدراسة
- 6- المدخل النظري للدراسة
- 7- نوع الدراسة و منهجها
- 8- أدوات جمع البيانات
- 9- مجتمع و عينة الدراسة
- 10- مجالات الدراسة
- 11- تحديد المفاهيم
- 12- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة
- 13- الدراسات السابقة
- 14- صعوبات الدراسة

1- تحديد الإشكالية:

لا تكمن إشكالية التأثير السلبي لوسائل الإعلام في تأثيراته على المفاهيم والسلوك فحسب، بل ترتبط ارتباطا وثيقا بكيفية تعامل الأفراد مع المضامين الإعلامية المختلفة، فالكم الهائل من هذه المضامين جعلت من الشباب مستهلكين له، وجعلتهم غير قادرين على التحقق من صحتها، وهو ما يعرف " بالمعالجة الأوتوماتيكية " وتعني الاستجابة غير الواعية لعدد كبير من المضامين الإعلامية، مما يسبب غياب الكثير من الحقائق، ويضعف القدرة على تشكيل المعنى الواقعي للأحداث المحيطة به، ومن ثمّ التفسير الخاطئ لها ، وقبول الرأي الذي تنتبأه وسائل الإعلام حول قضايا جوهرية تخص الأفراد ومجتمعاتهم.

وذلك ينبئ بحدوث ما يعرف ب " تلوث البيئة التربوية " أي وجود مؤثرات غير مرغوبة في الوسط الذي يحيا فيه الإنسان ويتعامل معه، هذه المؤثرات من شأنها تعطيل النمو السليم للإنسان من النواحي النفسية ، العقلية، القيمية، الأخلاقية، الثقافية، وتوجيه حياته لوجهة لا يرضاها المجتمع ولا يقرها لأن فيها خطورة على كيانه واستقراره وتطوره.

من هذا المنطلق سعت الدراسة الحالية بمهارات التربية الإعلامية، من خلال إكسابهم رؤية ناقدة اتجاه ما يقرؤونه ويسمعونه ويشاهدونه فلا يقبلون كل ما تقدمه وسائل الإعلام من مضامين كأمر مسلم بها دون تمحيص، ذلك من خلال بناء نموذج التربية الإعلامية ، وفي ضوء ما سبق يمكن بلورة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي:

ما هو الدور الذي تلعبه التربية الإعلامية في مواجهة الاغتراب الثقافي لدى تلاميذ السنة الثالثة ثانوي بثانوية الحاج الخير خيري بمقرة ؟

ويندرج تحت هذا السؤال أسئلة فرعية :

2- تساؤلات الدراسة:

- ما مفهوم التربية الإعلامية لدى تلاميذ السنة الثالثة ثانوي بثانوية الحاج الخير خيري بمقرة ؟

- ما علاقة وسائل الإعلام بظاهرة الاغتراب الثقافي؟

أ- ما هي درجات الاغتراب الثقافي لدى تلاميذ الثالثة ثانوي بثانوية الحاج الخير خيري؟

ب- ما هي مظاهر الاغتراب الثقافي لدى تلاميذ الثالثة ثانوي بثانوية الحاج الخير خيري؟

- ما هي الآليات (الاستراتيجيات) المعتمدة بالتربية الإعلامية لمواجهة الاغتراب الثقافي؟

3- أسباب اختيار الموضوع:

تتمثل الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار موضوع الدراسة فيما يلي:

3-1- أسباب ذاتية:

-الميل الشخصي للموضوع خاصة بانتشار مظاهر الاغتراب الثقافي ، و ظهور التربية الإعلامية كآلية لمنع انتشار هذه الظاهرة أو التقليل منه على الأقل

- ظهور ملامح غريبة على تلاميذ ثانوية الحاج الخير خيري بصفة عامة والقسم النهائي بصفة خاصة هذا دفعني للتساؤل ماذا يحدث في وسط التلاميذ ، أهو الاغتراب الثقافي.

3-2- أسباب موضوعية:

- التحقق من أن التربية الإعلامية هي الآلية الأنسب لمواجهة الاغتراب الثقافي.
- محاولة فهم وإدراك ظاهرة الاغتراب الثقافي ومعالجتها من خلال التربية الإعلامية.
- التقرب من الظاهرة من خلال دراسة علمية أكاديمية بحثية لمعرفة الآليات التي تعتمد بالتربية الإعلامية كآلية لمواجهة الاغتراب الثقافي.

4- أهداف الدراسة:

في ضوء إشكالية الدراسة يسعى الباحث إلى تحقيق الآتي:

- التعرف على مفهوم التربية الإعلامية (مضمون التربية الإعلامية) في المحيط المحلي.
- التعرف على العلاقة الموجودة بين وسائل الإعلام والاغتراب الثقافي.
- التعرف على مظاهر الاغتراب الثقافي.
- التعرف على الآليات (الاستراتيجيات) التي تعتمد عليها التربية الإعلامية في مواجهة الاغتراب الثقافي.

5- أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من أهمية التربية الإعلامية، وضرورة الاهتمام بها كآلية ، كما تتبع من أهمية التلاميذ ودورهم الفعال في المجتمع، فهم سند الأمة وثروتها في حاضرها وذاخرها وأملها في مستقبلها، وتتضح الأهمية البحثية فيما يلي:

* قد تلفت الدراسة الحالية نظر القائمين على رسم السياسات التربوية والإعلامية وصناع القرار لأهمية التربية الإعلامية في مواجهة ظاهرة الاغتراب الثقافي.

* تدعم الدراسة عمليا توجهات التربية الحديثة نحو مجتمع المعرفة من خلال تنمية مهارات: الوصول-النقد-التقييم-الإنتاج الإبداعي-المسئول-المشاركة والتعبير عن الذات

6- المدخل النظري للدراسة: * النظرية المعتمدة في الدراسة*

- المدخل الوظيفي :

يعد من أصعب المداخل النظرية حيث يتم تحديد الوظائف داخل المجتمع لضمان استقراره ، وهي تعد إحدى المسلمات التي جاء بها عدد من الباحثين البنائين والوظيفيين أشهرهم هربرت سبنسر.

المدخل الوظيفي: يعتبر النشاط الاتصالي في المجتمع من أهم الأنشطة التي يجب تحديد وظيفتها ، و يعد لاسويل أول من حدد وظائف الاتصال بطرحه أسئلة حول كل عنصر من عناصر العملية الاتصالية وتحديد دوره .

ولعل من أهم الدراسات التي تعتمد على المدخل الوظيفي نجد الدراسات التي تطرح مشكلات الإشاعات و الاستخدامات و الإضاعات والدوافع التي تريد وسائل الإعلام والاتصال تحقيقها و الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام.¹

- نظرية الاعتماد

3- الاعتماد على وسائل الإعلام والمتغيرات الأساسية:

1. 3 :نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: (التأثيرات والافتراضات)

لم يتشكل منظور الاعتماد من فراغ، وإنما بني على كثير من التراكمات المعرفية التي سبقته، والتي أسست لبداياته الأولى، فقد قدمت ساندر بول روكيتش سنة 1974 ورقة

¹ حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (ط1، القاهرة:الدار المصرية اللبنانية،

بحثية بعنوان "مفهوم المعلومات" دعت من خلالها إلى التحول من النظر إلى وسائل الإعلام كنظام معلومات إلى نظام مشتق من إتمادات أجزاء الكيان الاجتماعي (أنظمة- منظمات- مجموعات). منذ ذلك الحين، أخذ هذا التصور يتبلور في الدوائر البحثية خاصة منها الأمريكية إلى غاية 1976، أين وظف كل من ساندرا بول روكيتش وميلفين ديفلر مفهوم عملية الاعتماد على وسائل الإعلام كإطار نظري لكثير من المشكلات البحثية، من خلال التركيز على دراسة وتحليل المعلومات في شكل رسائل تنشر عبر وسائل الإعلام. منذ هذا التاريخ الفارق، تبلور منظور الاعتماد بشكل واضح وأصبحت فكرة نظرية الاعتماد تقوم على اعتماد أفراد الجمهور على المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام، كما خلص إلى وضع القواعد الأولى لهذه النظرية عن طريق ربط علاقة بين عدة متغيرات تتعلق بوسائل الإعلام والجمهور والمجتمع. وينطلق مؤسس هذه النظرية من الاعتقاد بأن النظام الإعلامي هو الذي يتحكم في مصادر المعلومات باعتباره يمتلك علاقات مترابطة مع مختلف الأنظمة الاجتماعية، وأن إدراك طبيعة هذه العلاقة مرهون أساسا بالتعرف على دور النظام الإعلامي وعلاقته بالمجتمع والأفراد وتأثيره عليهما¹. ووفقا لذلك تبلورت فكرة أن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي يعيشون فيه، وأن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مكثف ومستمر.

ولا يقتصر التأثير من منظور الاعتماد على النظام الاجتماعي فحسب بل يشمل أيضا الجمهور، على اعتبار أن هذه العملية- التأثير- لا يمكن فهمها بوضوح إلا من خلال تحليلها وفق منهج النظام الاجتماعي العريض أين تتشكل علاقة اندماج بين الجمهور ووسائل الإعلام وأجزاء هذا النظام، لأن تعقد البنية الاجتماعية وتشابكها غالبا ما يؤدي إلى إضعاف التفاعل بين الأفراد والمجتمع، وبالتالي قد يجعل من وسائل الإعلام بديلا

¹ - Sandra J. Ball rokeatch, Op.Cit, PP.485-488.

لهذا التفاعل يحاول هؤلاء من خلاله ملئ الفراغ وتعويضه، بحيث يصبح الفرد أكثر اعتمادا على وسائل الإعلام لاستقاء المعلومات وعنصر فاعل وحيوي في عملية الاتصال. وتشتترط النظرية شرطين أساسيين لحدوث هذا التفاعل وتكوين علاقة اعتماد متبادل بين الجمهور ووسائل الإعلام هما:

- إذا قامت وسائل الإعلام بتحقيق وظائف مهمة في المجتمع وعملت الوظائف المناط بها، وأصبح بإمكانها إشباع حاجات الجمهور زاد ذلك من اعتماده عليها.

- إذا ارتفعت حدة الصراع كنتيجة للحروب أو التغييرات السياسية أو الاقتصادية أو ما شابه، فإن ذلك سيؤثر على كثافة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام .

وكما أن نظرية الاعتماد تأخذ بمنهج النظام الاجتماعي العريض في تحليل تأثير وسائل الإعلام، فهي في المقابل لا تشارك فكرة المجتمع الجماهيري القائمة على اعتبار أن وسائل الإعلام تستمد قوتها من انعزال الأفراد وتفكك روابطهم الاجتماعية، بل بالعكس ، فهي تتصور أن قوة هذه الوسائل الإعلامية تكمن في السيطرة على مصادر المعلومات، وهو ما يلزم الأفراد على الوصول إليها لتحقيق أهدافهم الشخصية والجماعية.

على هذا الأساس تسعى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام حسب مؤسسيها إلى التركيز على العلاقات بين النظم ومكوناتها، حيث تنظر إلى المجتمع من منظور مركب وليس من منظور فردي أحادي، وهو ما يجعلها تؤسس بحثها على اعتبار هذه العلاقة المترابطة بين الأفراد، ومن ثم تحاول تفسير سلوك كل جزء من تركيب هذا المجتمع على حدي.

وسعيا منها لتقديم نظرة شاملة ومتوازنة للعلاقة بين الاتصال والرأي العام بعيدا عن الثنائية مؤثر - استجابة، أثارت النظرية أسئلة عديدة حاولت من خلالها إعطاء مقاربة كلية تعتمد على منظومة مركبة من العناصر المتفاعلة وليس على نماذج منفصلة من الأسباب والنتائج، بحيث تأخذ بعين الاعتبار تأرجح هذه العلاقة بين التغير والانتظام،

المباشر وغير المباشر، القوة والضعف، كما تحاول فهم سلوك كل جزء وتوضيحه في ضوء وطبيعة العلاقة بين عناصر النظام ككل .

وتكمن قوة وسائل الإعلام طبقا لنظرية الاعتماد في سيطرة وسائل الإعلام على مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الأفراد والمجموعات والنظم الاجتماعية لتحقيق أهدافهم، فالمؤسسات السياسية أو الاقتصادية مثلا لا تستطيع لوحدها الوصول إلى قطاعات عريضة من الجماهير من خلال الاتصال الشخصي، بل الضرورة التسويقية سواء للأفكار أو السلع تفرض عليها الاستعانة بما تملكه الوسائل الإعلامية من قدرات غير عادية في الوصول إلى الجماهير في وقت قياسي وبشكل أمتع وأحسن، وهكذا فإن النظم السياسية والاقتصادية والنظم الأخرى، تعتمد على وسائل الإعلام والاتصال لكي تؤدي وظائفها بكفاءة في المجتمعات الحديثة والمعقدة¹، لكن في المقابل لا يجب النظر إلى وسائل الإعلام بهذه القوة المفرطة فهي بدورها تحتاج إلى ما توفره هذه النظم من وظائف وتعتمد على العديد من الموارد السياسية و الاقتصادية وحتى الاجتماعية لكي تستطيع تأدية وظائفها بكفاءة و اقتدار، في إطار علاقة تبادلية لا يستطيع كل منهما العمل بدون الاعتماد على الآخر .

وترى النظرية إلى أنه ونظرا لاختلاف الأفراد في أهدافهم ومصالحهم، فإنهم يختلفون أيضا في درجات اعتمادهم على نظم وسائل الإعلام، فبعض الأفراد مرتبطون بالمجتمع ومشاركون في أنشطته ولذلك يعتمدون بصورة أكبر من غيرهم على وسائل الإعلام²، وهو ما يجعلهم يشكلون نظما خاصة لوسائل الإعلام ترتبط بالأهداف والحاجات الفردية لكل منهم وبطبيعة الاعتماد في حد ذاته ودرجته³، مما يؤدي إلى

1- حسن عماد مكاوي و ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص317.

2 - Werner J. Severin and James W. Tankard, Communication Theorie : Origins Methods, and Uses in Mass Media, 3rd Edition , London, 1992, p.263.

3 - Sandra. Ball rokeatch, Op. Cit, pp.985-510.

ظهور نظم مشتركة بين هؤلاء الأفراد تتخصص في تلبية الأهداف وتقديم المحتوى الذي يرتبط بهذه الأهداف التي تتمسك بها بعض الفئات من جمهور المتلقين¹.

وإجمالاً يمكن النظر إلى عملية الاعتماد على وسائل الإعلام بأنها علاقة يتوقف فيها تحقيق الأهداف على مصادر وسائل الإعلام، كما تتحقق فيها عملية إشباع الاحتياجات من أجل الحصول على الأهداف لأحد الأطراف التي تتوافق احتياجاته مع مصادر الطرف الآخر²، بحيث تتغير هذه العلاقة تبعاً لتغير الأهداف ومصادر النظام الإعلامي، وتبعاً لتغير إدراك المنفعة من مصادر وسائل الإعلام³.

وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما:

- **الأهداف:** لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى، والعكس صحيح، وعليه فلا يجب النظر إلى وسائل الإعلام على أنها القبلية الوحيدة لبلوغ هذه الأهداف، بل هي جزء أساسي وفعال من بين الأنظمة الاجتماعية، فعلى الرغم من أن الأخرى، التي تلعب أيضاً دوراً أساسياً في تحقيق هذه الأهداف⁴، فعلى الرغم من أن وسائل الإعلام تحقق بالفعل أهداف الفهم والتوجيه والتسلية للفرد، إلا أن الأفراد يتصلون في نهاية الأمر بشبكات داخلية من الأصدقاء والأسرة والمعارف، وكذلك بنظم سياسية وتربوية تساعدهم في بلوغ أهدافهم.

1- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (ط3، القاهرة: عالم الكتاب، 2004)، ص 237.

2 - Sandra J. Ball Rokeach and Melvin Defleur, Op.Cit,p.260. 5 Sandra.

3 -Ball rokeatch,Op.Cit,p.494.

4- يوسف تمار، نظرية: Setting Agenda دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في

المجتمع 6 الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، (جامعة الجزائر، كلية العلوم

السياسية والإعلام، 2005-2004م)، ص 91.

ويعتمد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام من أجل تحقيق الأهداف التالية: الفهم - التوجيه- التسلية.

أ- **الفهم : Understanding** فهم الفرد للقيم والمعايير والمعتقدات الاجتماعية، التي تساهم في تشكيل خبرته الشخصية، وكذا فهمه لوظائف المجتمع الذي يعيش فيه والتعرف على مؤسساته المختلفة وطبيعتها، ويتحقق هذا الفهم بشكل واسع من خلال الاعتماد على وسائل الإعلام التي تستطيع توسيع قدرات الأفراد أو تحافظ عليها لتفسير معتقداتهم و سلوكياتهم ومفاهيمهم الذاتية أو شخصياتهم¹، كما تستطيع أيضا أن تساعد على تقديم المعرفة للأشخاص عن كيفية قيام المجتمع ومؤسساته بوظائفهما، ولل فرد عن دوره في هذا المجتمع وهذه المؤسسات².

ب- **التوجيه : Orientation** حصول الفرد على معلومات تساعد من جهة على توجيه سلوكه في المجتمع والتصرف وفق القيم الاجتماعية، وبطريقة تتماشى مع توقعات ومعايير وأخلاقيات المجتمع في موقف محدد³، ومن جهة أخرى على اكتساب مهارات الحوار والتفاعل مع أفراد ومؤسسات المجتمع خاصة الذين يكون الفرد على اتصال قريب منهم كالعائلة والأصدقاء والزملاء، وذلك من خلال اكتساب وتطوير مهارات تحدثه واجتماعية مؤثرة ومناسبة ومهارات شخصية أخرى⁴.

ت- **التسلية : Play** وتعني رغبة الفرد في الترفيه إما لوحده للاسترخاء والعزلة والابتعاد بذلك عن المنغصات والضغوطات الاجتماعية، وحتى وإن كان هناك أشخاص آخرون فوجودهم يكون ثانويا ، وإما من خلال التفاعل مع الآخرين اعتمادا على وسائل الإعلام، فال فرد بالنسبة إليه يتجه إلى مضامين وسائل الإعلام بحثا عما يمكن أن يريح به نفسه،

1 - Sandra J.Ball Rokeach and William E. loges,Op.Cit,P64. Ibid,P.64.

2 - Ibid,P.6.

3 - Ibid,P.6.

4- ميلفين ل. ديفلير و ساندر بول روكيتش، مرجع سابق، ص419.

سواء كان ذلك بمفرده عند رؤية فيلم على سبيل المثال أو قراءة قصة أو في شكل جماعي مثل الذهاب إلى السينما أو حضور عرض مسرحي¹... ويعتقد كل من "ديفلير و روكيتش" أنه لا يجب النظر إلى التسلية بمفهوم الترويح والترفيه فقط، بل هي أحد أهم نظم جمع المعلومات، فالناس يكتسبون المعاني ويتعلمون من التسلية والترفيه كما يتعلمون من الأخبار، لذلك فإن مفهوم المعلومات يتسع ليشمل كل الرسائل التي لديها إمكانية التأثير على الطريقة التي يفكر بها الناس ويشعرون ويتصرفون².

-المصادر: تعد وسائل الإعلام من أهم مصادر المعلومات التي يسعى المنظمات والأفراد إليها بغية تحقيق أهدافهم، وتتمثل هذه المصادر فيما يلي:

أ- جمع المعلومات: تجمع المعلومات عن أحداث واقعية أو خيالية وتقدم للجمهور بالشكل الذي يتيح له تحقيق أهدافه.

ب- تنسيق المعلومات: ترتب وتنقح المعلومات التي تم جمعها بالزيادة أو النقصان، ويتم إخراجها بشكل في قالب إعلامي صحفي أو إذاعي أو سينمائي.

ت- نشر المعلومات: توزيع هذه المعلومات على نطاق واسع لتصل إلى جمهور غير محدود.

3-1-1: التأثيرات المترتبة عن الاعتماد على وسائل الإعلام : تتوافر العديد من

المداخل النظرية لدراسة تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور والمجتمع عموماً، لكن ما يهمنا على هذا المستوى هو ارتباط مستوى التأثير بمستوى الاعتماد على وسائل الإعلام، على اعتبار أن هذه الأخيرة تشكل المصدر الأساسي للحصول على المعلومات، كما أن درجة اعتماد الجمهور على مصادر المعلومات التي تقدم لوسائل الإعلام هي المتغير

1- يوسف تمار، مرجع سابق، ص 91.

2 -Azza Abd Al Azim Mouhamed , Télévision Dépendency and Knowledge of Drug abuse among Egyptian adults, unpublished ,The American University ,Journalism and Mass Communication Department ,Cairo, 1993, P.41.

الرئيسي في إدراك وفهم كيف ولماذا ومتى تؤثر وسائل الإعلام المتنوعة في سلوكيات وثقافات ومشاعر ومعتقدات الجمهور بصفة عامة¹.

ولعل أهم ما يميز مدخل الاعتماد عن النماذج الرئيسة في مجال دراسة الأثر الناتج عن التعرض لوسائل الإعلام (التأثيرات القوية Model Powerful التأثيرات المحدودة هو Moderat Effect Model) التأثيرات المعتدلة هو اعتبار أن الاتصال أداة قوية ولكنها غير كافية لإحداث التأثيرات².

وعلى هذا الأساس، يحتمل صاحباً النظرية - ميلفين ديفلور و ساندرا روكيتش - حدوث ثلاثة فئات أساسية لتأثيرات اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام هي: التأثيرات المعرفية، والتأثيرات الوجدانية، والتأثيرات السلوكية .

- التأثيرات المعرفية Effect Cognitive

وتتضمن التأثيرات المعرفية مايلي:

أ- إزالة الغموض وكشفه **Ambiguity** : ينتج عادة عن التغيرات المفاجئة التي تشهدها المجتمعات كنتيجة للأزمات الاجتماعية أو السياسية أو حتى الطبيعية، حالة من الغموض ونقص حاد في المعلومات، أو تناقض وتضارب في المعلومات المتوفرة، مما يضع الأفراد أمام حالة غير عادية تصعب عليهم إعطاء تفسيرات صحيحة لما يحدث، فيضطرون بذلك للبحث عن المزيد من المعلومات في محاولة لحل هذا الغموض الذي يدفعهم إلى إنشاء علاقات اعتماد متطورة مع وسائل الإعلام، ولما أن وسائل الإعلام تكون في كثير من الأحيان المصدر الوحيد للمعلومات أو المصدر الأساسي لهذا الغموض بسبب وقوعها في التناقض أحياناً، فإن الجمهور يلجأ إليها للحصول على المعلومات الكافية لتبديد الغموض أو إزالة التناقضات التي وقع فيها، لأنه بدون الاعتماد

1 - Sandra. Ball rokeatch and Melvin De Fleur, Op.Cit , P.5.

2- نشوى حاسنين حافظ الشلقاني، دور قناة النيل الدولية في تشكيل صورة ذهنية عن مصر والمصريين لدى

الأجانب المقيمين، 2 دراسة مسحية، رسالة دكتوراه، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة، 2000)، ص58

على وسائل الإعلام فإن الأمر سيحتاج إلى أيام أو شهور أو سنوات لكشف أسباب الغموض في المعلومات¹.

ب- تكوين الاتجاهات : Formation Attitude شكل المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام اتجاهات الجماهير نحو القضايا المختلفة المثارة في المجتمع كأزمات الطاقة والحروب وأشكال الفساد السياسي وغيرها من المشكلات البيئية والأحداث المتنوعة²، وتختلف درجة التأثير على تكوين الاتجاهات باختلاف درجة الاعتماد على وسائل الإعلام من جهة وبوجود عمليات انتقائية من جهة أخرى، فمثلا الاتجاهات التي تتشكل كنتيجة للاعتماد على معلومات وسائل الإعلام هي بمثابة عامل من العوامل المساعدة على اختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة التي يعتمد عليها الجمهور للحصول على معلومات إخبارية، كما أن قادة الرأي في المجتمعات المحلية ينتقون ويوجهون انتباه الجماهير للأحداث ويؤثرون في محتوى وكثافة الاتجاه المكون³، وهو ما يوضح أهمية العمليات الانتقائية في عملية تشكل الاتجاهات.

ت - وضع الأجندة" ترتيب الأولويات: Setting- Agenda

تقوم وسائل الإعلام بانتقاء وتصنيف معلومات وأخبار بعينها والتركيز عليها من بين العديد من الموضوعات المطروحة في المجتمع، وبما أن الناس لا يملكون الوقت ولا الطاقة لمتابعة ومعرفة كل ما يحدث من حولهم، فإنهم يميلون بطبعهم إلى الاعتماد على ما تقدمه هذه الوسائل، وينتقون منها ما يرتبط بخصائصهم الشخصية ومشكلاتهم واحتياجاتهم، وهو ما يخلق تشابه كبير بين ما تركز عليه وسائل الإعلام وما يهتم به الجمهور. ولا يعني وجود خصوصيات فردية وجماعية بالضرورة وفي كل الحالات وجود أجندات مختلفة، فكما أن جمهور وسائل الإعلام يختلف في ترتيب أولوياته الإعلامية

1- حسن عماد مكاوي و ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص326. 3. مقترب الاعتماد على وسائل الإعلام 97.

2 - Sandra. Ball rokeatch and Melvin De Fleur, Op.Cit, P.267.

3 - Ibid, P. 267.

بحسب وجود فروق فردية واجتماعية وتباينات على مستوى عادات التعرض، فإنه وفي المقابل بإمكان المجتمع أن يقدم فئات واسعة من الناس ذات تشابه أو توحد كافي من الظروف الاجتماعية ويشتركون في العديد من المشاكل والاهتمامات بدرجة أكبر أو أقل بالرغم من الاختلافات الفردية¹.

ج- توسيع نظم المعتقدات لدى الناس : **Beliefs Of Systems s'Peopl** تزداد المعتقدات التي يدركها الناس بالاعتماد على وسائل الإعلام، فهي تمكنهم من التعلم ومعرفة الكثير عن هذا العالم بما يضم داخله من تنوعات جغرافية وبشرية، بحيث يتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات تعكس المناطق الرئيسية في نشاط الفرد الاجتماعي كالدين والأسرة أو السياسة².

وتوضيحا لهذا المعنى استخدم العالم شارلز كولي Coley.H Charles مصطلح "توسيع Enlargement" ليعبر من خلاله عن مدى ازدياد معرفة الفرد لمعلومات عن الآخرين من وسائل الإعلام³ ، في حين درس كل من ألتمان Altman و تايلور Taylor ما أطلقا عليه " ببعده العرض أو الاتساع Breadth " في بناء الاعتقاد، وبينما أنه كلما زاد الاتساع زادت احتمالات تعدد فئات متنوعة لموضوعات مختلفة تتوفر عنها معلومات عديدة، وبالتالي فإنه يمكن توسيع أنظمة المعتقدات عن طريق زيادة عدد الفئات المتنوعة أو زيادة عدد المعتقدات أو المعلومات داخل فئة معينة وأكثر⁴.

كما اثبتت الدراسات والأبحاث التي قام بها كل من غانتر Gunter و غرابر Graber عام 1978 وكذا روبنسن ودافيس عام 1990 أن الصحف تعمل على توسيع معتقدات ومدركات الجمهور عن العالم المحيط به، أما الدراسات التي أنجزها كل من

1 - Ibid,P.245.

2 -Ibid,P.246.

3 - Ibid,P.246.

4 - Ibid,P.270.

ليشتي Lichty و غومري Gomery عام 1992 فقد بينت بدورها أن التلفزيون قد أصبح يمثل المصدر الأساسي للمعلومات التي توسع معتقدات ومدركات الأفراد، وذلك على إثر ارتفاع نسبة المشاهدة للبرامج الإخبارية والوثائقية والحوارية.

و- القيم : Values

تقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية القيم¹، على الرغم من أنها تعتمد أحيانا مجانبتها بدعوى عدم رغبة الجمهور في متابعة تفاصيل هذه الموضوعات باعتبارها أوجه و تجدر هذه القيم في نفوس الأفراد لبعض الصراعات بين قيم المجتمع المختلفة²، وتأصلها فإن وسائل الإعلام نادرا ما تستطيع تغييرها، فهي تمثل مجموعة المعتقدات المشتركة بين مجموعة أفراد يتمسكون بها ويدافعون عنها ويعملون على إشاعتها وترويجها والحفاظ عليها، كمثل الأمانة، الحرية، المساواة، التسامح.

- التأثيرات الوجدانية: تشير العمليات الوجدانية لجملة من المشاعر والعواطف والأحاسيس الإنسانية ومركبات من الحب والكره، وتبرز بشكل واضح في المجتمعات التي تعتمد بشكل كبير على وسائل الإعلام، فالمعلومات التي تقدمها هذه الأخيرة من خلال الرسائل الإعلامية تؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم، باعتبار إن الاستجابات العاطفية هي إحدى أهم صور التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام على مشاعر الجمهور³ ، ويحدد كل من ميلفين ديفلير و ساندرا بول روكيتش الآثار الوجدانية في: الفئور العاطفي أو اللامبالاة، والخوف والقلق والدعم المعنوي والاعتراب⁴ ، وذلك كالآتي:

أ- الفئور العاطفي : **Desensitization** يفترض أن كثرة التعرض لمحتوى العنف في وسائل الإعلام له تأثيرات على عواطف ومشاعر الأفراد، تؤدي بهم إلى الشعور بالتبند

1- حسن عماد مكاوي و ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص327.

2 -Sandra J. Ball rokeatch and Melvin De Fleur , Op.Cit, P.247.

3 - Ibid,P.271.

4- حسن عماد مكاوي و ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص328.

والفتور العاطفي، ومجانبة الآخرين وعدم تقديم يد العون لهم في الواقع الحقيقي. ويرى الباحث بهذا الخصوص، أن هذا الافتراض لا يمكن أخذه بالمطلق وفي كل الحالات، فقد يؤدي التعرض المركز لمحتويات العنف إلى تأثيرات معاكسة تدفع بالأفراد لاتخاذ مواقف ضد العنف، وتنمي فيهم العواطف الجياشة تجاه الضعفاء والمقهورين والمعتدى عليهم .

ب- الخوف والقلق : Anxiety and Fear تثير أحداث العنف التي تعرضها وسائل الإعلام مشاعر الخوف والقلق من أن تعاد مثلها في الواقع الفعلي، فالتعرض المستمر للرسائل الإخبارية أو الدراما التلفزيونية التي تصور المدن كما لو أنها غابات يرتكب فيها العنف، يؤدي إلى زيادة خوف الناس وقلقهم من الحياة في هذه المدينة أو حتى السفر إليها¹، فهي ترسم صوراً لمواقع عصابات العنف والتدمير وقد تزيد من خوف الناس وتوترهم من تلك الأماكن مما يتسبب في زيادة اعتماد ذلك فإن الخوف الجمهور على وسائل الإعلام لمعرفة ما يدور في المدن الأخرى²، والقلق وكذلك السعادة المفاجئة أيضا تعد أرضية خصبة لدراسة تأثيرات وسائل الإعلام وعلى الخصوص الجانب الوجداني والانفعالي لدى الأفراد.

وعلى الرغم من أن الاعتماد على وسائل الإعلام قد يؤدي فعلا إلى إثارة مشاعر الخوف والقلق بسبب محتويات العنف التي تقدم، إلا أنه قد تتولد كنتيجة للتغطية الإعلامية والإخبارية الموسعة والشاملة لما يحدث في الواقع مشاعر المواجهة والتحدي، فمعرفة الحقيقة وإدراك الواقع كما هو يؤدي في كثير من الأحيان إلى توقع ما يحدث، وبالتالي استصغاره واستسهاله .

ت- الدعم المعنوي والاعتراب : Alienation and Morale تعمل وسائل الإعلام خاصة في البلدان التي تكون فيها أدوار الاتصال رئيسية على رفع الروح المعنوية

1 - Sandra J. Ball rokeatch and Melvin De Fleur, Op.Cit, P.248.

2 - Ibid, P.3.

للمواطنين أو على زيادة شعورهم بالاعتراب، فهي من جهة قد تعمل على زيادة الشعور الجمعي لديهم وتوحيدهم وإدماجهم، كما قد تؤدي في المقابل إلى زيادة الغموض وإشاعة الشكوك حول ما يجري من أحداث، ويؤكد بهذا الخصوص "كلاب Klapp" أنه في المجتمعات التي تلعب فيها وسائل الإعلام أدوار اتصالية رئيسية فإن طبيعة معلومات وسائل الإعلام يكون لها تأثيرات جوهرية على أخلاقيات أو معنويات الناس، خاصة إذا كانت وسائل الإعلام تعكس الفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد¹، كما يرى "دوركاهيم Durkheim" أن الأفراد الذين يعتمدون على وسائل الإعلام كمصدر رئيسي للمعلومات عن جماعاتهم، يتعرضون لتغييرات كبيرة في معنوياتهم عندما يكون هناك تغييرات ملحوظة في كم ونوعية المعلومات التي تقدمها لهم وسائل الإعلام عن جماعاتهم وفئاتهم².

- التأثيرات السلوكية : **Behavioral Effects** من أهم التأثيرات العديدة للرسائل

الإعلامية على السلوك نجد التنشيط والخمول.

أ- **التنشيط : Activation** تعتبر التأثيرات السلوكية هي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية والوجدانية، فحينما يتأثر الأفراد معرفيا وعاطفيا فإنه غالبا ما ينعكس ذلك على تصرفاتهم وسلوكياتهم، فقد يقوم هؤلاء بأعمال ما كنتيجة لاتجاهات تكونت جراء متابعتهم لمضامين إعلامية شكلت معارفهم وأثرت في مشاعرهم، فوسائل الإعلام قد تدفع الأفراد إلى القيام بأعمال وسلوكيات ولاتخاذ مواقف معينة لم يكنوا يفكرون في القيام بها من قبل. وتأكيدا على ذلك فقد اثبت "آدم سيمون Simon Adam" في دراسة أجراها عن التغطية التلفزيونية الإخبارية للشبكات التلفزيونية الأمريكية (NBC, CBS, ABC)، أن

1- حسن عماد مكاوي و ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص197.

2 - Sandra J. Ball rokeatch and Melvin De Fleur, Op.Cit, P.271.

هناك علاقة إيجابية بين كثافة التغطية الإخبارية وقيام الجمهور والهيئات المسؤولة بتقديم مساعدات مالية للمكويين في هذه المناطق.

في المقابل قد يؤدي التنشيط الناتج عن وسائل الإعلام إلى نتائج سلبية ضارة بالمجتمع، كمثل التورط في أعمال ضد المجتمع ومحاكاة أعمال العنف والجرائم، أو تبني رؤى ومواقف غريبة وبعيدة عن المجتمع .

ب- الخمول Deactivation: يقابل عملية التنشيط الخمول، فكما أن وسائل الإعلام قادرة على تنشيط وتحفيز الجمهور للقيام بأعمال ما، فإنها وبالمقابل قادرة أيضا على أن تجعله يتقاعس عن القيام بها وان يعزف عنها ، فعلى سبيل المثال وفي المواعيد الانتخابية تنحو بعض الوسائل الإعلامية نحو الدعوة للعزوف عن المشاركة السياسية وعدم الإدلاء بالصوت الانتخابي، وعدم المشاركة في الأنشطة العامة التي تفيد المجتمع¹، كتعبير عن الغضب من العملية الانتخابية برمتها أو كنوع من السلبية السياسية التي تكتسي صور اللامبالاة والشك السياسي والعزلة والاعتراب السياسي، وهو ما ينعكس بالفعل على نتائج الانتخابات.

وقد يتجنب الأفراد القيام بالفعل السياسي أو الاجتماعي كنتيجة للتغطية الإعلامية في حد ذاتها، فالمضمون الإعلامي المتمم بالرتابة والممل و البعيد أيضا عن المصادقية وغير القادر على كسب الثقة، لا ينشط هؤلاء ولا يدفعهم للقيام بأي فعل إيجابي، أما في حالة العكس فإن العلاقة القوية التي تنشأ بين الفرد والوسيلة الإعلامية كنتيجة للثقة تولد الدافعية والتنشيط، بحيث يفترض أنه كلما كان تعرض الفرد مقصود للوسيلة وللمضمون كلما زادت إمكانية حدوث التنشيط، في حين أن الخمول يظهر غالبا في حالة التعرض العام وغير المقصود .وبعد التعرض للمستويات الثلاث للتأثيرات التي تطرحها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام يمكننا أن نلاحظ أن هناك إضافات في مجال دراسة تأثير

1- حسن عماد مكاوي و ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص198.

وسائل الإعلام تجدر بنا الإشارة إليها. لقد قدمت هذه النظرية تصور مرناً لإمكانية تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، بحيث تختلف وتتوسع تبعاً لطبيعة الجمهور، والمجتمع ووسائل الإعلام نفسها والمضمون الذي تقدمه، لذلك حاولت الأخذ بعين الاعتبار عند دراسة التأثيرات ظروف وأحوال المجتمع الذي تتواجد فيه هذه الوسائل من حيث درجة الاستقرار والتطور، كما أنها لم تفصل تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور عن التأثيرات في النظام الاجتماعي ككل، واعتبرته امتداداً له، إضافة إلى هذا فقد نظرت إلى وسائل الإعلام من منظور الجهاز المتحرك وليس الساكن، القادر على تطوير وتعديل وظائفه بما يمكن من تحقيق أهداف ومتطلبات الجمهور وكذا التوافق مع النظم الموجودة في المجتمع كالنظام السياسي والاقتصادي.

من جهة أخرى يحاول مدخل الاعتماد في دراسة تأثيرات وسائل الإعلام أن يوجه الانتباه للظروف البنائية والتاريخية فضلاً عن المتغيرات الشخصية والفردية، وبذلك فإنه أكثر ملائمة للتعامل مع المسائل الاجتماعية والسيكولوجية من معظم مداخل الاتصال الجماهيري الأخرى، لأننا نستطيع من خلاله أن نستخدم نفس المفاهيم الأساسية التي تطبق على العلاقات الكبيرة المجردة بين النظم لبحث العلاقات الأكثر تحديداً بين الأفراد ووسائل الإعلام الجماهيرية¹، فالنظرية تعكس الميل العلمي السائد في العلوم الاجتماعية الحديثة للنظر إلى الحياة كمنظومة مركبة من العناصر المتفاعلة وليست مجرد نماذج منفصلة من الأسباب والنتائج.

3-1-1: الافتراضات التي تبنى عليها نظرية الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام:

تجدر الإشارة إلى أنه يجب الوضع بعين الاعتبار عند تحديد هذه الافتراضات، ضرورة الربط بين المتغيرات من ناحية وبين النموذج المتكامل لطبيعة العلاقة بين كل من

1- ميلفين ل. ديفلير و ساندر بول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام تر: كمال عبد الرؤوف (القاهرة: الدار الدولية

للنشر و التوزيع 1993)، ص 417.

المجتمع ووسائل الإعلام ودورها في التأثير على الجمهور المعتمد عليها من ناحية أخرى، وانطلاقاً من هذه العلاقة الترابطية أمكن استخلاص الافتراضات الرئيسية التي تقوم عليها نظرية الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام، وذلك كالتالي:

• يعتبر النظام الإعلامي مهماً للمجتمع، بحيث تزداد درجة الاعتماد عليه في حالة إشباعه لحاجات الجمهور، وتقل في حالة وجود قنوات بديلة للمعلومات، كما يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافاتهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية¹.

• يؤدي اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام إلى زيادة احتمالية أو إمكانية أن تحقق الرسائل الإعلامية نطاق واسع من التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية، وعندما توفر النظم الإعلامية خدمات معلوماتية متميزة وأساسية، وتزداد إمكانية التأثير عندما تكون هناك درجة عالية من عدم الاستقرار الهيكلي في المجتمع وانتشار الغموض ووقوع الأحداث والأزمات الطارئة المختلفة، أي أن كثافة علاقات الاعتماد للفرد ترتبط إيجابياً بإدراك التهديد في البيئة الطبيعية والاجتماعية².

• يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة ما تكون القدرة على تلقي المعلومات المحتاج إليها من خلال مصادر الاتصال الشخصي مقيدة، وتغيب البدائل الأخرى للحصول على المعلومات، كما تزداد درجة الاعتماد أيضاً كلما كان الفرد أكثر اعتماداً على قناة اتصالية بعينها، وكلما كانت درجة التنبؤ بنتائج الاتصال كبيرة³.

1 -Sandra J.Ball Rokeach and Melvin Defleur,Op.Cit ,PP.262-264.

2 -Ibid,P.5

3 - Pablo Hallpern, Media Dependency and Political Perception in Authoritarian Political System, Journal of Communication, Vol.44, No.4, autumn,1999.PP.39-52

• كلما كان الاعتماد على وسائل الإعلام كبير ، كلما كان مستوى الانتباه أثناء التعرض كبير¹ ، كما أن الشخص ينمي اعتماده عندما يدرك إمكانية تحقيق أهدافه الشخصية من خلال المحتوى الإعلامي، والعكس صحيح فهو يقلل من نشاط اعتماده في حالة إدراكه بأن المحتوى لا يتفق مع أهدافه.

• يتأثر مدى اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام بعدة متغيرات، أهمها طبيعة وسائل الإعلام بالمجتمع ومدى تنوعها وتعددتها والمضمون الذي تقدمه، إلى جانب العوامل الخاصة بالمجتمع نفسه .

• توجد علاقات اعتماد متبادلة بين وسائل الإعلام القائمة في المجتمع وبين النظم والمؤسسات القائمة، وكذلك بين هذه الوسائل والأفراد.

3-2- المتغيرات الأساسية للاعتماد على وسائل الإعلام:

تركز نظرية الاعتماد على رصد العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام والمجتمع، وتحاول إظهار هذه العلاقة على أنها كل مترابط، على الرغم من أنها يمكن أن تختلف من مجتمع لآخر ومن فرد لآخر ومن وسيلة إعلامية إلى وسيلة إعلامية أخرى²، فالأهداف التي يريد تحقيقها الأفراد من وسائل الإعلام في المجتمعات الصناعية التي تعد الأكثر تعقيدا في بنيتها الاجتماعية تختلف عن مجتمعات العالم النامي والمجتمعات المتخلفة أين تبدو الحياة تقليدية ووسائل الإعلام قد لا تكتسي فيها الأهمية اللازمة مقارنة مع أنماط الاتصال الأخرى ولا تسيطر على مصادر المعلومات بالشكل الكافي، كما أن وسائل الإعلام في المجتمعات الديمقراطية، تتاح لها درجات كبيرة من الحرية، وبالتالي يزداد اعتماد الأفراد عليها وتساهم بشكل كبير في عملية الإدراك السياسي، في حين أن وسائل الإعلام في المجتمعات التي تحكمها نظم سلطوية يقل الاعتماد فيها على وسائل

1 – Sandra J.Ball Rokeach and Loges William, Op.Cit,P.7.

2 – Denis Mc Quai and Sven Windahl,Op.Cit, P.111.

الإعلام التي تستخدم كوسائل للتعبير عن مصالح السلطة الحاكمة وتقديم الحقائق من وجهة نظر الحاكم، وبالتالي تقل الحرية الممنوحة لوسائل الإعلام ويفقد الأفراد ثقتهم فيما تقدمه¹.

ودرجة الاعتماد على وسائل الإعلام مرهونة من جهة أخرى بالوسيلة التي يتم الاعتماد عليها أساساً، وبأنماط التعرض والأهداف المرجوة من هذا التعرض، فوجود نظم متفاوتة لوسائل الإعلام بالنسبة للأفراد تحددها طبيعة الأهداف ودرجة الاهتمام بها، وطبيعة الاعتماد على وسائل معينة لتحقيق هذه الأهداف، استدعت وجود وسائل إعلامية متخصصة تعمل على تلبية الأهداف وتقديم المحتوى الذي يرتبط بهذه الأهداف التي تتمسك بها بعض الفئات من جمهور المتلقين².

وإعتماداً على ماسبق إنتهى الباحث إلى رصد المتغيرات الثلاث التالية: متغيرات متعلقة بالجمهور - متغيرات متعلقة بالوسيلة الإعلامية - متغيرات متعلقة بالمجتمع.

أ- **متغيرات متعلقة بالجمهور:** تختلف طبيعة وكثافة الاعتماد على وسائل الإعلام ببعض المتغيرات المتعلقة بالجمهور، والتي يمكن إيجازها في مايلي :

- الظروف المحيطة بالجمهور أثناء التعرض لوسائل الإعلام.

- قدرة الجمهور على امتلاك وسيلة إعلام والتعرض لها، فالجمهور غير القادر على الوصول إلى الوسيلة الإعلامية أو امتلاكها لا يمكن الاعتماد عليها بشكل قوي. وهو ما انتهت إليه الدراسة التي أنجزتها "ليلى حسين محمد السيد" عن " دور وسائل الاتصال في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية"، حيث أثبتت هذه

¹ - Pablo Hallpern, Op.Cit,P40.

² - محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص236.

الأخيرة عن وجود علاقة ارتباط بين امتلاك الشباب المصري الجامعي لأجهزة الاتصال وبين حرصهم على متابعة الأحداث¹.

- الاختلافات السوسيوبيكولوجية والديموغرافية بين أفراد الجمهور ومدى تأثيرها ، فجمهور الصفوة مثلا على أهدافهم ودوافعهم من الاعتماد على وسائل الإعلام²، يتمتع بمصادر معلومات متنوعة أكثر من الجمهور العام الذي يكون اعتماده على وسائل الإعلام أحد مصادره الأساسية للمعلومات³ ، كما أن جمهور الريف يختلف عن جمهور المدينة في اعتماده على نفس الوسيلة. وهو ما أثبتته "يانج مارجريت Margaret Young" في دراستها التي أجرتها عام 1993م حول "وسائل الإعلام المحلية والمشاركة السياسية" في أونتاريو بكندا، حيث أكدت الدراسة أن التعرض لوسائل الإعلام المحلية يؤثر على مستويات المشاركة السياسية وذلك في المناطق الريفية التي غالبا ما توزع فيها الصحف الأسبوعية الداعمة للمشاركة، في حين أن المناطق الحضرية التي تحتوي تجمعات مختلفة من وسائل الإعلام المحلية فإن نفس الوسيلة يكون لها تأثيرات مختلفة في البلديات ذات التجمعات السكانية المختلفة على أنواع المشاركة السياسية⁴.

- طبيعة أهداف الجمهور من الاعتماد على وسائل الإعلام. ففي دراسة هدفت إلى التعرف على العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام والإدراك السياسي في المجتمعات ذات النظم السلطوية تم إجراؤها بجمهورية الشيلي ، بغية التعرف على طبيعة الوسائل

1- ليلي حسين محمد السيد، دور وسائل الاتصال في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية، بحث 2 مقدم لمؤتمر الإعلام وقضايا الشباب، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ماي 1998، ص25.

2 -William E.Loges, Perceptions of Threat and Media System DependencyRelation, Communication Research, Vol.21, No.1, February, 1994. PP5-23

3 - Denis Mc Quai and Sven Windahl, Op.Cit, P.112.

4- أنظر دراسة: - Young Margaret, Local Media and Political Participation : An Empirical Investigation, MA, University of Windsor, Canada, 1993

التي يحصل منها هؤلاء على معلوماتهم السياسية وكذلك للتعرف على طبيعة وكثافة التعرض ونوعية المعلومات التي يحصلون عليها من وسائل الإعلام الموالية للمعارضة الشرعية والأخرى الموالية للمعارضة غير الشرعية، تم التوصل إلى أن الأفراد يعتمدون على هذه الأخيرة للحصول على المعلومات التي تساهم في إدراكهم السياسي.

- توقعات الجمهور فيما يتعلق بالفائدة المحتملة من محتوى الوسيلة الإعلامية. حيث أثبتت بعض الدراسات ومنها دراسة "هبة أمين شاهين" حول " استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية"، والتي هدفت إلى التعرف على دوافع وتوقعات الجمهور من مشاهدة القنوات الفضائية العربية، وأسباب مشاهدتها واتجاهاتهم نحو ما تقدمه من مواد إخبارية، ومدى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات، أن هناك علاقة إرتباطية بين اختيار الوسيلة الإعلامية والاعتماد عليها وبين درجة إشباع الحاجات وتحقيق الأهداف، كما أثبتت أيضا نتائج التحليل التي أجريت على الأفراد الحائزين على هوائيات استقبال إرسال القنوات الفضائية، أن درجة الإشاعات وتحقيق التوقعات تتغير وفق المستويات الفردية والاجتماعية للعينة المدروسة¹.

- الاختلاف في طبيعة الاهتمام، فبعض الأفراد مرتبطون بالمجتمع ومشاركون في أنشطته ولذلك يعتمدون بصورة أكبر من غيرهم على وسائل الإعلام، وقد أكدت الدراسة التي أجراها "جروندين Grundin Deirdre" عام 1996 صحة هذا الافتراض، حيث أثبتت وجود علاقة بين مشاهدة أعضاء الحزب السياسي النشطين في مدينة "نيويورك" بكندا للتلفزيون بشكل منتظم للحصول على الأخبار والمعلومات السياسية، وبين القيم والاتجاهات السياسية، وكذا وجود علاقة بين المشاركة في الأنشطة السياسية التي تدعم وجهة النظر السياسية وبين حجم التعرض للمضمون السياسي التلفزيوني².

1- أنظر: هبة أمين شاهين، استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية: دراسة تحليلية ميدانية، رسالة

دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2001

2 - Werner J. Severin and James W. Tankard, Op.Cit, P.236.

- خبرات الجمهور السابقة من تعرضه للوسيلة الإعلامية، فالفرد يكون علاقة اعتماده على الوسيلة التي يشعر أنها توفر له المعلومات التي يريدها، وقد توصل باري هولاندر Hollander.A Barry عام 1997 في دراسة أجراها عن علاقة التعرض للأخبار التلفزيونية بمعرفة الأفراد للأحداث الخارجية في ست دول هي: كندا- فرنسا- ألمانيا- بريطانيا- إسبانيا- الولايات المتحدة الأمريكية، إلى أن أفراد الجمهور يعتمدون بصورة أكبر على الجرائد في الحصول على المعلومات في حين أن التلفزيون ينظر له على أنه وسيلة حصول على مواد ومضمون ترفيهي¹.

ب- متغيرات متعلقة بالمجتمع :

يمكن إيجازها فيما يلي:

- مدى توفر مصادر الحصول على المعلومات في هذا المجتمع وقدرة الجمهور على الوصول إليها .

- شكل العلاقات بين مختلف أجزاء النظام الاجتماعي، وعلاقة ما هو إعلامي بما هو سياسي واقتصادي خاصة، فمثلا درجة الحرية التي تتمتع بها وسائل الإعلام في المجتمع، من العوامل الهامة في تحديد درجة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام .

-درجة استقرار المجتمع، سياسيا واجتماعيا واقتصاديا، فكلما تعرض المجتمع إلى أزمات أو كوارث أو إلى عمليات تغيير، كلما زادت حاجة أفراد هذا المجتمع إلى المعلومات وبالتالي زاد الاعتماد على وسائل الإعلام. هذا المنظور كان المنطلق الأساسي في الدراسة التي قام بها "ويليام لوجوس loges.E William" وزملاءه سنة 2000 ، حيث أنه وبعد تحليل عينة عشوائية من سكان ولايتي تكساس وكاليفورنيا الأمريكيتين عن طريق الاستبيان بالهاتف، انتهى إلى إيجاد علاقة إرتباطية قوية بين قوة الاعتماد على وسائل

1 -Barry A.Hollander , Television New Exposure and Foreign Affairs, Knowledge Gazette, Vol.59,No.2, April,1997.PP.151-161

الإعلام من ناحية وبين إدراكات الجمهور لعمليات التهديد الاجتماعي كأعمال العنف المتنوعة والكوارث الطبيعية¹.

- طبيعة وشكل العلاقات الاجتماعية داخل المجتمع، وكذا بنية التركيبة السوسيوديمغرافية له، فدرجة الاعتماد على وسائل الإعلام تختلف باختلاف البيئة الاجتماعية التي تعمل فيها هذه الوسائل وباختلاف التركيبة السكانية والاجتماعية لكل مجتمع. ولعل ما توصلت إليه الدراسة التي أنجزها "آرثر إميغ Arther Emig.G" سنة 1995 لهي أكبر دليل على تأثير هذا المتغير، حيث استهدفت هذه الدراسة التعرف على العلاقة بين روابط المجتمع وأنواع استخدامات وسائل الإعلام من منطلق وجود علاقة بين الاستخدام والاعتماد، وحاولت لذلك التعرف على تأثير نوع وقوة الروابط المجتمعية على عمليتي استخدام وسائل الإعلام والاعتماد عليها للحصول على المعلومات، وخلصت في النهاية إلى أن الروابط المكانية للمجتمع تعد أقل المتغيرات ارتباطاً بعملية اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام، في المقابل أكدت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة بين أنواع الروابط المجتمعية وبين تنوع عمليات اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام².

- مستوى التنمية داخل المجتمعات، فكلما زادت وتيرة هذه التنمية تزداد حاجة الأفراد إلى المعلومات، وبالتالي إلى وسائل الإعلام للحصول على المعلومات الخاصة بالتنمية وبأساليب الحياة الحديثة.

- طبيعة المجتمع وأهمية وسائل الإعلام فيه، فقد يكون الاتصال الشفهي أقوى مما تقدمه وسائل الإعلام، كما قد تكون قنوات أخرى ذات الطابع التقليدي، مثل المداح في

1 -William E.Loges,Kelth Stamm and Flona Clark, Television Reliance and Political Malaise: A Contingency Analysis, Journal of Broadcasting and Electronic Media, Vol.44, No. 1, Winter, 2000, PP. 1-15

2 - Arther G. Emig, Community Ties and Dependency On Media For Public Affairs, Journalism and M.C.Quarterly, Vol.72, No.2, 1995, PP.402-411

بعض المجتمعات، وغيرها من الوسائل¹، وهذا ما أكدته الدراسة التي أجراها كل من "تيرنر Turner" و "باز Paz" عام 1986 والتي هدفت إلى التعرف على المصادر التي أعتمد عليها الأفراد في الحصول على المعلومات الخاصة بالزلازل التي حدثت في منطقة لوس أنجلوس الأمريكية أعوام 67-77-78، حيث توصلت هذه الدراسة إلى أهمية الاتصال الشخصي كمصدر للمعلومات في المناطق الصغيرة ذات الكثافة السكانية الضئيلة².

ت- متغيرات متعلقة بالوسيلة الإعلامية - :طبيعة وتنوع وسائل الإعلام وقدرتها على تقديم المعلومات إلى الجمهور وتحقيق أهدافه من التعرض لها. حيث وفي دراسة أجراها كل من "ستيفيس Steeves.H" و"ستيفان Stephen.D" و"فاير J.Faber" سنة 1985 حول " قضاء الوقت مع وسائل الإعلام الإخبارية والعلاقة بين الاعتماد والاستخدام" أجريت بولايتي آينوي و ويسكونسن الأمريكيتين، تم التوصل ومن خلال محاولة الإجابة على السؤالين التاليين: هل توجد أي مصادر أخرى غير التلفزيون والصحف يعتمد عليها الأفراد في الحصول على معلوماتهم؟ وإلى أي درجة يعتمد الأفراد على نفس الوسيلة في كل من الأخبار المحلية والدولية، وهل الاعتماد على وسيلة يرتبط بقضاء الوقت الفعلي مع هذه الوسيلة؟ إلى أن الاعتماد يكون على التلفزيون في الحصول على المعلومات الدولية، بينما يتم الاعتماد على الصحف بشكل أكبر للحصول على المعلومات المحلية³.

-طبيعة المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام ومدى إشباعها لحاجات الفرد أو الجماعة أو النظام الاجتماعي، فعلى سبيل المثال قد يلجأ الجمهور إلى الاعتماد على

1- يوسف تمار، مرجع سابق، ص91.

2 - David Dermers and K. Viswantath, Mass Media Social Control and Social Change: a macrosocial perspective, Lawa University Press, USA ,1999,P.91.

3 - Ronald J.Faber ,Stephen D.Reese, and H.Leslie Steeves, Spending Time Withe The Newsmedia: The Relation Between Relation and Use,Journal of Broadcasting and Electronic Media, Vol.29,No.4,1985,PP.445- 450.

وسائل الإعلام الأجنبية في حال لم تقدم له وسائل الإعلام الوطنية المعلومات التي يريدها.

- درجة تطور وسائل الإعلام وامتلاكها الآليات التقنية والعلمية القادرة على تحقيق إشباعات واحتياجات الجمهور، فكلما استطاعت هذه الوسائل إشباع حاجات جمهورها كلما زاد اعتماده عليها في حين أنه إذا لم يجد الجمهور حاجاته في هذه الوسائل اتجه إلى مصادر أخرى للحصول على المعلومات التي يريدها.

- اختلاف وظائف وسائل الإعلام، فكلما تعددت وتنوعت وظائف وسائل الإعلام في المجتمع، كلما زاد معدل الاعتماد على هذه الوسائل.

3-3- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ومجال الدراسة:

تتعلق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من افتراضات عديدة منها ما يحاول الربط بين متغيرات النظم المختلفة للمجتمع بوسائل الإعلام، ومنها من يهتم بمتغيرات الأفراد وعلاقتهم بهذه الوسائل، ولأنه لا يمكن تفسير علاقة الاعتماد في إطارها الجزئي دون تحليلها على المستوى الكلي وربطها بأجزاء النظام الاجتماعي، فإن الدراسة ستتعلق بالأساس من الافتراضات التي تتخذ من المتغيرات الكلية دعامة لتفسير العلاقات الجزئية أي علاقة الأفراد بوسائل الإعلام، وقد تحدد خط الدراسة بهذا الشكل تبعاً للاستنتاجات التالية:

- تنحو الدراسات التي استندت إلى نظرية الاعتماد في مجملها إلى البحث في علاقة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، وتتجنب الخوض في علاقات الاعتماد التي تتشكل بين أجزاء النظام الاجتماعي المختلفة ووسائل الإعلام وفي مقدمتها النظامين الاقتصادي والسياسي، وهو ما أدى إلى انحصار النظرية في هذا الجانب فقط وإهمال التفسيرات الناتجة عن العلاقات الكلية.

ولم تخرج هذه الدراسات عن الاهتمام بالعوامل المؤثرة في اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام والتأثيرات المترتبة عن ذلك، حيث ركزت في مجملها على إجراء مقارنات بين اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المختلفة المطبوعة والمسموعة والمرئية، وعلى اعتماده أيضا بين ما هو محلي منها و وطني، وما هو وطني وأجنبي، كما لم تكتفي هذه الدراسات بتفكيك وسائل الإعلام إلى هذه المستويات، بل راحت تقسم الجمهور إلى مستويات متعددة أيضا وتحاول أن تقيس مدى اعتماده على كل جزء من هذه الأجزاء وعلى كل مستوى من هذه المستويات. وليس المقصود هنا هو الاعتراض على هذا النوع من الدراسات، بل ما يعاب فقط هو الإسراف والترف الفكري المبالغ فيه على حساب جوانب علمية وفكرية تبدوا من الأهمية بما كان في أن تسلط عليها الأضواء وتلقى العناية اللازمة، فصعوبة الدراسات التي تتناول النظم وعلاقات الاعتماد المتبادلة بينها وبين وسائل الإعلام لا تستدعي بالضرورة إهمالها .

- اتبعت الدراسات العربية هذا التوجه المعرفي، ولم تكلف هي أيضا نفسها عناء البحث في ارتباطات النظم وعلاقات الاعتماد على وسائل الإعلام، وكان كل جهدها مركزا هي الأخرى على الأفراد والجمهير بعيدا عن السياق العام السياسي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي الذي يتواجد فيه هؤلاء وعلاقة هذا كله بوسائل الإعلام خصوصا وبالنظام الإعلامي عموما، كما لم تكلف نفسها أيضا عناء اختبار النظرية في بيئتها العربية على الرغم من الاختلافات التي تكاد تكون جوهرية أحيانا بين الواقع العربي والبيئة الغربية عموما والأمريكية تحديدا التي أنتجت فيها النظرية.

والواقع أن الدراسات التي أجريت في هذا الإطار سواء الغربية منها أو العربية قد ركزت في مجملها على المحاور التالية:

- ركزت بعض هذه الدراسات على تناول اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام فيما يتعلق بأحداث وأمور محلية أو دولية متنوعة.

- تناولت بعض هذه الدراسات مقارنة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المختلفة المطبوعة أو المسموعة أو المرئية.

- تناولت دراسات أخرى علاقة اعتماد فئات محددة من الجمهور كالشباب أو المرأة أو الصفاة بوسائل الإعلام المحلية والدولية للحصول على المعلومات بصفة عامة أو في ظروف وأزمات محددة .

التركيز على هذين المستويين من الدراسة وإعطاءهما الأولوية، لم يمنع الباحث من الاستفادة مما طرحه نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في دراسة علاقات الاعتماد بين الجمهور الجزائري ووسائل الإعلام والتأثيرات المترتبة عن ذلك في إطار العلاقات الكلية الموجودة. فقد ساعد هذا النموذج النظري في التعرف على موقع وترتيب الوسائل الإعلامية المختلفة لدى هذا الجمهور ودرجات الاعتماد على كل وسيلة إعلامية، وما ينتج عن هذه العلاقة من تدعيم الشعور بالانتماء والولاء السياسي أو الشعور بالسلبية وعدم الفاعلية السياسية.

النقد الموجه للنظرية: على الرغم من تعدد السمات التي انفردت بها نظرية الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام، وعلى الرغم أيضا من الإيجابيات السابقة والمميزات التي يتميز بها مدخل الاعتماد، والتي جعلتها تتميز عن غيرها من نظريات التأثير الإعلامي، فإن البعض يأخذ عليها أوجه القصور التالية :

• نست النظرية أو تناسست التعرض بشكل دقيق لدور قنوات الاتصال الشخصي، على الرغم من أن الاتجاه يتزايد نحو تعظيم قدر المعلومات التي يستقبلها الفرد من شبكات الاتصال الشخصي¹، وهذا راجع بالدرجة الأولى إلى ارتكازها على خبرات المجتمعات الغربية، ذات الخصوصية البنائية الوظيفية، والتغاضي عن المجتمعات التقليدية التي ما

1- محمد عبد الوهاب الفقيه كافي، العلاقة بين الاعتماد على القنوات التلفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة

الموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمني، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2002)،

زالت بعد لم تعتمد بالشكل الكافي على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات الأساسية.

• تفتقد النظرية إلى الدليل المؤيد الموضوعي، ويرجع هذا إلى صعوبة إجراء دراسة على نطاق واسع تضم كل المتغيرات الخاصة بالنظرية، كما أنها لم تحدد علاقة كل عنصر من عناصر المجتمع بالنظام الإعلامي، فعلى سبيل المثال ما حدود تأثيرات الظروف الاقتصادية؟ ما مدى تأثير الفلسفة السياسية على تشكيل النظام الإعلامي¹؟

• لا تتيح النظرية فصلا واضحا بين التأثيرات المختلفة لاعتماد على وسائل الإعلام، حيث لا يمكن أحيانا تحديد الأثر الناتج عن كل وسيلة لوحدها، فأي اثر يتحقق يمكن أن يكون دالا على مجموع هذه الوسائل، فمثلا عندما يستخدم الاعتماد على التلفزيون كمقياس نسبي فإن حالة الاعتماد المرتفع على التلفزيون لا يمكن تمييزها من حالة الاعتماد المنخفض على الصحف، ويمكن بسهولة أن يصنف خطأ الشخص الذي لا يقرأ الصحف بأنه معتمد بالضرورة على التلفزيون، وهذا بالطبع لا يكون دائما صحيحا أو دقيقا².

• وضعت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في إطار مفاهيمي غير متسق وغير ثابت أحيانا، مما أدى إلى وجود مشكلات في بناء المصداقية، وبالتالي إلى وجود صراع وفوضى في النتائج³.

1- رضا محمود عكاشة، المعالجة الصحفية لشئون الأقليات المسلمة في الصحافة العربية: دراسة تحليلية على نماذج من الصحافة المصرية والسعودية في الفترة من 1980 - 1990 ، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، . قسم الصحافة والإعلام، 1999 ،) ص 102.

2 - Jack M.Macleod and Daniel G.McDonald, Beyond Simple Exposure Media Orientations and Their Impact on Political Processes, Communication Research, Vol12, No.1, 1985, P.5.
3 - Pablo Hallpern, Op.Cit, P.38.

• يطرح المصطلحان " اعتماد " و " استخدام " إشكالية التحديد والتوظيف، والمقاييس التي تم استخدامها في هذا الشأن لا توضح هذه الإشكالية¹ .

7- نوع الدراسة و منهجها:

7-1-1 نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي يتم فيها دراسة الوضع الراهن للظاهرة أو الظواهر المبحوثة سواء كانت ذات صلة بموقف معين أو مجموعة من الناس أو بأحداث معينة أو بأوضاع مختلفة لدراسة تصويرية دقيقة من حيث العناصر المكونة لها و طبيعتها السائدة و نوع فئاتها المختلفة²

7-2- منهج الدراسة:

إن الوصول إلى النتائج النهائية للبحث والإجابة عن تساؤلاته يتطلب منا إتباع منهج معين، الذي يمثل الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة قصد اكتشاف الحقيقة، لذلك فاختيار منهج البحث يخضع لأنواع الدراسة من جهة، ولأهدافها من جهة أخرى، والاختيار الدقيق للمنهج هو الذي يعطي مصداقية وموضوعية للنتائج المتوصل إليها.

و يعرفه جابر عصفور في كتابه مناهج البحث العلمي* المنهج الذي يهدف إلى الكشف عن الحقيقة من حيث أنه يساعدنا على التحديد الدقيق و الصحيح يختلف

1 - Ibid, P.40.

² محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير ، (الكويت: الدار العالمية للنشر و التوزيع ، ، 2003)، ص 269-270

بمشكلات التي يمكن لمعالجتها بطريقة علمية و يمكننا من الحصول على بيانات و النتائج بشأنها* ¹

وبصدد دراسة الظاهرة نأخذ المنهج المسحي ويعرف المنهج المسحي في اللغة الفرنسية le method d'inquet . على أنه منهج التحقيق العلمي، ويتم استخدامه من خلال بحث الشواهد والتجارب والوثائق المكونة لوضعه الطبيعي، كجمع البيانات والمعلومات المحققة للغرض العلمي المنشود⁽²⁾.

ويمكن القول أنه الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث التعامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها، كما هي في الحيز الطبيعي.

وهناك العديد من الباحثين كـ " حلمي محمود فودة " و " عبد الرحمان صالح " من ربط المنهج المسحي والمنهج الوصفي⁽³⁾، فهو مسح ميداني، أما إذا استهدف مسح الظاهرة مكتسبا من خلال جملة من الوثائق فهو مسح وثائقي.

ويعتبر المنهج المسحي أحد المناهج الأساسية للدراسات الوصفية، لأنه قائم على تصوير الظاهرة وتحليلها وتفسيرها في اطار وضعها الراهن ويستخدم في دراسة الظواهر الاجتماعية والسلوكية.

¹بد الناصر جادلي: تقنيات و مناهج البحث في العلوم السياسية و الاجتماعية ، (ط1، ديوان المطبوعات الجامعية 2011)، ص14

² أحمد بن مرسلي: مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال،(ط3، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2007)، ص 285.

³ أحمد بن مرسلي: المرجع السابق، ص286.

من خلال هذا التعريف فإنّ مسألة وصف الظاهرة يكون بالوقوف على العوامل المؤثرة عليها، وذلك بجمع المعلومات والإحصائيات مع تحليلها كفيًا وكما وتفسيرها واستخلاص نتائجها، بحيث يرسم كل صورة واقعية للظاهرة وتشخيصها، هذا ما يؤكد أنه أخذنا لهذا المنهج الذي يعتمد على جداول وإحصائيات، تحاليل وقرارات والتي تجعلنا نلجأ إلى المسح الاجتماعي، الذي يساعدنا على تقديم تفسيرات للظاهرة عن طريق تحليل البيانات المتحصل ليها، وذلك بالاتصال بالعديد كبير من الجمهور المبحوثين واستخدام المسح الشامل، باعتبار مجتمع الدراسة صغير العدد، وبالتالي نتحصل على نتائج أدق وأشمل.

8- أدوات جمع البيانات:

للوصول إلى نتائج موضوعية لهذه الإشكالية يستلزم استخدام أدوات و طرق في جمع المعلومات وفق البحث و المنهج و الأداة هي استمارة الاستبيان

-استمارة الاستبيان: لجمع المادة العلمية الميدانية استخدمنا استمارة البيان والتي يمكن تعرفها كالآتي:

هي نموذج يضم مجموعة أسئلة توجه إلى الأفراد من أجل الحصول على معلومات حول الموضوع أو مشكلة أو موقف، ويتم تنفيذ الاستمارة عن طريق المقابلة أو أن ترسل إلى المبحوثين عن طريق البريد أو المكالمات الهاتفية أو عبر مواقع الانترنت¹

أو هي تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل إزاء الأفراد باستجوابهم بطريقة موجهة، والقيام بسحب كمي، وهي وسيلة للدخول في اتصال مع مخبرين بواسطة طرح أسئلة عليهم بنفس الطريقة بهدف استخلاص اتجاهاتهم وسلوكياتهم² - حيث قام

¹ سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي، ط2، القاهرة، ص32

² رشيد زرواتي: مناهج و أدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، (ط1، الجزائر: دار الهدى، 2001)، ص220

الباحث بتوزيع 133 استمارة لتلاميذ السنة الثالثة ثانوي بثانوية الحاج الخير خيري بمقرة، وقمت باسترجاع 116 استمارة أي ضياع 17 استمارة منها: 5 استمارات امتنعوا أصحابها عن الإجابة و 7 استمارات إجاباتها غير كاملة و 05 استمارات ضاعت.

9- مجتمع و عينة الدراسة:

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية و هي تتطلب من الباحث الدقة البالغة في اختيار العينة حيث يتوقف عليها إجراء البحث و تصميمه و كفاءة نتائجه.

9-1-مجتمع البحث:

هو المجتمع الأكثر أو مجموعة المفردات التي استهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة و يمثل هذا المجتمع الكل أو المجموعة الأكثر للمجتمع المستهدف¹

9-2-عينة الدراسة:

تتطلب دراسة الظاهرة أو مشكلة ما توفير بيانات أو معلومات ضرورية عن موضوع الدراسة، ليتمكن الباحث من بحث وتفسير الظاهرة وكذا اتخاذ أو إصدار حكم حيالها، والدراسة الميدانية تتطلب وجود مجتمع بحيث تتركز عله الملاحظات للوصول إلى الحقيقة.

و تعرف بأنها:طريقة من طرق البحث و جمع المعلومات و تؤخذ عينة من مجموعة ما للانتقال من الجزء إلى الكل²

¹ عامر مصباح : منهجية البحث في العلوم السياسية، (ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1999)، ص 147

² رشيد زرواتي ،مرجع سابق ص219

و هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة و إجراء الدراسة عليها و من ثم استخدام تلك النتائج و تعميمها على كل المجتمع¹

-عادة ما تتحكم أهداف الدراسة بصفة عامة في اختيار العينة، والدراسة الحالية، حددت مجتمعها الأصلي في السنة الثالثة ثانوي بثانوية الحاج الخير خيري، فقد تم عينة اختيار المسح الشامل لمجتمع البحث ، و قدر عدد مفردات العينة ب 133 تلميذ و تلميذة

10- مجالات الدراسة:

10-1-المجال الزمني:

طبقت هذه الدراسة على أقسام النهائي للسنة 3 ثانوي بثانوية الحاج الخير خيري للفصل الثاني عام 2017-2018.

10-1-المجال المكاني:

طبقت هذه الدراسة في ثانوية الحاج لخير خيري.

-الحدود الموضوعية:

اقتصرت الدراسة على معرفة مفهوم التربية الإعلامية كآلية لمواجهة الاغتراب الثقافي في ثانوية الحاج خيري.

¹ ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم: مناهج و أساليب البحث العلمي ، النظرية و التطبيق ،(دار صنعاء عمان: للنشر و التوزيع ، ،2000)، ص202

11- تحديد المفاهيم:

11-1-1 التربية الإعلامية:

أ-الإعلام:الإعلام مصطلح جديد، اشتق من العلم ومن إيصال المعلومات الصحيحة للناس، وكلمة الإعلام في اللّغة: نقل المعلومات إلى الآخرين عن طريق الكلمة، أو غيرها بسرعة ، وهو بث رسائل واقعية أو خيالية موحدة إلى أعداد كبيرة من النَّاس.¹

-وهو:

العملية الاجتماعية التي تتم بمقتضاها تبادل المعلومات والآراء والأفكار بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع، وبين الثقافات المختلفة لتحقيق أهداف معينة.²

-وأيضا:

تبنى قضية من القضايا وطرحها من خلال قنوات معينة بقصد إيصالها إلى المتلقي سامعا أو مشاهدا أو قارئا.³

ب-التربية:

- في اللّغة:

النمو والزيادة، التنشئة والرعاية ، و الإصلاح

¹ فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام .*الطبعة الأولى*،الرياض :مكتب الملك فهد الوطنية ص7

² فهد بن عبد الرحمن الشميمري: مرجع سابق،ص7

¹² فهد بن عبد الرحمن الشميمري: مرجع سابق،ص8

-الاصطلاح:

عملية بناء وتوجيه الإنسان، والوصول به إلى مرحلة النضج والكمال الإنساني.¹

-وهي:

عملية يقصد بها تنمية و تطوير قدرات ومهارات الأفراد من أجل مواجهة متطلبات الحياة بأوجهها المختلفة.

-أو هي:

عملية بناء شخصية الأفراد بناءا شاملا كي يستطيعوا التعامل مع كل ما يحيط بهم، أو التأقلم والتكيف مع البيئة التي يعيشون بها، وتكوين التربية للفرد والمجتمع.²

ج-التربية الإعلامية:

-عرف " توماس " في تقريره التربية الإعلامية بأنها: المقدرة على القراءة ومعالجة المعلومات، لكي تتم المشاركة بشكل كامل في المجتمع.³

-وعرفها مؤتمر التربية من أجل عصر الإعلام والتقنية الرقمية (1999)، بأنه: التربية التي تختص في التعامل مع كل وسائل الإعلام الاتصالي، وتشمل الكلمات والرسوم المطبوعة والصوت والصورة الساكنة والمتحركة التي يتم تقديمها عن طريق أي نوع من أنواع التقنيات.⁴

¹ فهد بن عبد الرحمن الشميمري: مرجع سابق ص 17

² مرجع نفسه، ص 18

³ نفسه، ص 20

⁴ نفسه، ص 20

-وعرفت بأنها:

عملية توظيف وسائل الاتصال بطريقة مثلى من أجل تحقيق الأهداف التربوية المرسومة في السياسة التعليمية، والسياسة الإعلامية للدولة.

-وهي أيضا:

المبادئ والأحكام التي يكتسبها الفرد من وسائل الإعلام عن طريق تحصين الطلاب في مواجهة الانفلات الإعلامي، وتعريفهم بالأسلوب الصحيح للتعامل مع هذه الوسائل.¹

-والترية الإعلامية مصطلح مركب من كلمتين هما التربية و الإعلام، فهو ترجمة للكلمة الانجليزية Media éducation ويعني التربية الإعلامية أو التعليم الإعلامي، وهناك من يرى بأنها ترجمة للمصطلح الانجليزي Media litoracy وهو ما يسمى بمحو الأمية الإعلامية⁽²⁾.

-ولقد برزت عدة تعريفات للتربية الإعلامية في الدراسات والأبحاث الغربية والعربية، تفاوتت وتباينت في مضامينها، وتطورت في استخدامها تبعا للتطورات المتسارعة للثورة الإعلامية والمعلوماتية التي تعد السمة البارزة للقرن 21، ومن أبرز المفاهيم التي تناولت التربية الإعلامية ما يلي:

-يرى سلفبلات*2001 Silveblatt* أن التربية الإعلامية: هي الوعي بتأثير وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع، وفهم عملية الاتصال الجماهيري، وتطوير

¹ فهد بن عبد الرحمن الشميري، مرجع سابق ص 22

² راشد بن حسين العبد الكريم: المناهج الدراسية وتنمية ملكات النقد لوسائل الإعلام، (ورقة مقدمة للمؤتمر التربوية الإعلامية، الرياض، 2007)، ص3

استراتيجيات تمكنا من فهم وتحليل ومناقشة الرسائل الإعلامية، وتنمية الاستماع الجمالي والتقدير لمضمون وسائل الإعلام⁽¹⁾.

- وقد عرفها كل من " محمد عبد الحميد" و " آمال سعد " (2003) بأنها تعليم فنون الإعلام في المؤسسات التعليمية المختلفة، وتنمية الحس الإعلامي لدى الطلاب في مراحلهم المتقدمة، بما يؤدي إلى تكوين حس نقدي صحيح يجعلهم يستطيعون اختيار الرسائل الاتصالية بفهم ووعي⁽²⁾.

- عرف " j-Shar-2013 " التربية الإعلامية على أنها اكتساب المعرفة والفهم والتطبيق الصحيح للمهارات والمواقف التي تسمح للطلاب بالتعامل مع العالم الإعلامي المعقد والمتغير بطريقة واعية هادفة، وكما يعبر عن اكتساب القدرة على استخدام الإعلام بطريقة نشطة وحيوية بهدف المشاركة الاجتماعية الفعال³.

- وعرفها kubey-R-2014: بأنها التعليم بهدف اكتساب القدرة على بناء المعنى الشّخصي من الرموز البصرية واللفظية يوميا من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية الأكثر من مجرد تفسير المعلومات⁽⁴⁾، وبذلك فهي عملية بصرية تنمي مبادئ المشاهدة الواعية وعملية عقلية تعزز التفكير السليم والفهم الصحيح والنقد البناء لما يتلقاه شباب الثانويات من مضامين ظاهرة ومضامين خفية.

¹ SILVEBATT-A-2001-NADIA LITERACY.KEYS TO INTERPRETING ;EDIQ ;ESSGES-ZESTPORT C T .PVQEGV.P8

⁽²⁾ محمد عبد الحميد، آمال سعد المتولي - الإعلام المدرسي - الصحافة والإذاعة المدرسية - طنطا - (دار مكتبة الإسراء 2003)، ص ص 21-31.

³ Share.j.2013.Media literacy is elementary. Teaching youth to critically read and create media . New york N.K .peter larg p 119

⁴ Kubey R *2014*obstacles to the development of media Education in the U. S.journal . of communication 48*1*p 58.

-ويعرفها Greenaway-p-2015:على أنها مجموعة المبادئ الأساسية والمعلومات التي يكتسبها الفرد من الوسائل في مواجهة التقدم والعشوائية الإعلامية والتعريف بالأسلوب الصحيح للتعامل معه¹

-وكما يعرفها " أحمد جمال حسن " بأنها قدرة الأفراد على استخدام الوعي والأمن لوسائل الإعلام من فهم وتفسير، ونقد وتقييم المضامين الإعلامية، بأشكالها المتنوعة والمساهمة في تطوير إدراكهم، وتعاونهم في إنتاج مضامين إعلامية مسؤولة، وتخزينها والارتقاء باهتماماتهم، وهي تمثل رد فعل طبيعي للبيئة الإعلامية المعقدة والمستجدات التكنولوجية التي تحيط بهم⁽²⁾.

1- التعريف الإجرائي:

هي تكوين القدرة على قراءة المضمون الإعلامي، وتحليله وتقويمه وإنتاجه، ويتعدى ذلك إلى المشاركة الواعية والهادفة لإنتاج المحتوى الإعلامي بما يجعل التلاميذ متلقين ايجابيين، يحلون وينتقون ويقومون بشكل تفاعلي.

2- إعطاء التلميذ قدرا من المعارف والمفاهيم التربوية الخاصة بالتعامل مع الإعلام وكيفية الاستفادة من المعارف المتوفرة.

3- قدرة الأفراد على الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام، من فهم وتحليل، ونقد وتقييم المضامين الإعلامية بأشكالها المتنوعة والمساهمة في تطوير إدراكهم ومشاركتهم في إنتاج مضامين إعلامية مسؤولة، وتخزينها والارتقاء باهتماماتهم، وهي تمثل رد فعل طبيعي ودافعي للبيئة الإعلامية المعقدة، والمستحدثات التكنولوجية التي تحيط بهم.

¹Greenaway p. *2015* Media and Arts Education : A global vion from Austratia .

(2) أحمد جمال حسين: التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة- دراسة تحليلية- (رسالة ماجستير-جامعة المنيا- كلية التربية النوعية 2015).

د- الاغتراب:

إن المقابل للكلمة العربية " اغتراب " هو الكلمة الانجليزية. aliéution والكلمة الفرنسية aliéution وفي الألمانية Ent fremduny وقد اشتقت كل من الكلمة الانجليزية والفرنسية أصلها من الكلمة اللاتينية aliéution وهي اسم مستمد من الاسم اللاتيني aliénare والذي يعني نقل ملكية شيء ما إلى آخر، أو يعني الانتزاع والإزالة، وهذا الفعل مستمد بدوره من الكلمة الأخيرة هي alienus أي الانتماء إلى شخص آخر، أو التعلق به، وهذه الكلمة الأخيرة مستمدة في النهاية من اللفظ alins الذي يدل على الآخر سواء كاسم أو كصفة⁽¹⁾.

ويرى ر . بون وف باريتو في المعجم النقدي لعلم الاجتماع أن كلمة Alienation تعني الاغتراب أو الاستلاب، وهي ترجع إلى الأصل اللاتيني Alienation ولها تفسير قانوني (انتقال أو بيع مال أو حق) وتفسير سيكولوجي (الضعف الفكري العام) وتفشي علم الاجتماع (تعني انحلال الرابطة بين الفرد والآخرين)⁽²⁾ .

أما عبد الهادي الجوهري في قاموس علم الاجتماع أن الاغتراب هو الحالة التي تسيطر على الفرد سيطرة تامة تجعله يحس بأنه غريب وبعيد عن بعض نواحي واقعه الاجتماعي.

في حين يعرفه معجم العلوم الاجتماعية أنه يعني ضياع المرء وغريته عن ذات نفسه وعن المجتمع⁽³⁾.

(1) ريتشارد.شاخت. الاغتراب .ترجمة: كامل يوسف حسن، (بيروت: المؤسسة العربية للنشر، 1980)، ص63.

(2) بون-ريمون-فلويدو. المعجم النقدي. ترجمة: سليم حداد. (القاهرة، دار المعارف 1986)، ص29

(3) الهواري عادل مختار ومصالح سعد عبد العزي: موسوعة العلوم الاجتماعية. (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية

-الثقافة:

يعتبر مفهوم الثقافة من المفاهيم التي تثير الكثير من الغموض والجدل، ويرجع ذلك إلى التطور اللغوي والفكري للكلمة، مما يستدعي تتبع شجرة تطورها، والوقوف على أطوارها وتطور دلالتها اللغوية والاصطلاحية⁽¹⁾.

-لغة:

تعود كلمة ثقافة cultura إلى اللاتينية ، ذلك أن اللاتينية تعني حرث الأرض وتنميتها⁽²⁾.

أما في اللغة العربية فيرتد مصطلح الثقافة إلى المصدر " ثقف " ، وإذا نظرنا إلى مادة ثقف في معاجم اللغة عندنا نجدها تعني: الحذق والفهم والضبط وسرعة التعلم والفتنة، كما أن هناك معاني أخرى منها الذي يدل على تسوية الرمح وتهذيب العود، وهي ذات معنى مادي حسي عكس الأول الذي يعتبر معنى متعلق بالجانب النفسي والتعليم والتأديب والتدريب.

-اصطلاحا:

يستخدم مصطلح "الثقافة" علم الإنسان والاجتماع على السواء للإشارة إلى مجموعة رموز وتعاليم لأوجه غير جسمانية للإنسان، مثل: اللغة والعادات والسلوك الإنساني الذي يختلف عن باقي المخلوقات الأخرى⁽³⁾.

(1) زمام نور الدين. عولمة الثقافة الممكن والمستحيل. (مجلة العلوم الإنسانية عدد 1 جامعة محمد خيضر بسكرة 2001)، ص 135-148.

(2) زيادة معنى معا على طريق تحديث الفكر العربي الكويت سلسلة عالم المعرفة. المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب 2001 ص 49.

(3) العمر معن الخليل - معجم علم الاجتماع المعاصر، (عمان:- دار الشرق للنشر والتوزيع 2000) ص 176-177.

-تعريف بعض المهتمين بالمجال الثقافي:

يعرف فيرت الثقافة بأنها " كلّ السلوك المتعلم الذي يكتسبه الفرد من المجتمع "، أن هذا التعريف يشمل مفهوم الثقافة على كلّ نماذج السلوك المكتسب من المجتمع دون أن يخص المجتمع البشري، فنجد أنه ينسبها حتّى إلى المجتمعات الحيوانية⁽¹⁾.

وعلى نقيض فيرت، نجد موريس جودليبر يعرفها بقوله الحقيقة ما يلي : " الكائنات البشرية هي التي على نقيض الحيوانات الاجتماعية الأخرى لا تقنع فقط بمجرد الحياة في علاقات، بل أنّها تنتج العلاقات لكي تعيش، وتبتكر على مدى وجودها سبلا جديدة للفعل والفكر، وتعمل سواء بالنسبة لبعضها البعض أو بالنسبة للطبيعة المحيطة بها، ومن ثمّ فإنّ البشر ينتجون الثقافة⁽²⁾، والقيم الاجتماعية التي تؤثر في الفرد منذ ولادته، وتصبح لا شعوريا العلاقة التي تربط سلوكه بأسلوبه في الحياة والوسط الذي ولد فيه ".

-الاغتراب الثقافي:

يعرف حازم خيرى الاغتراب الثقافي بأنه " لأي تنازل للإنسان عن حقه الطبيعي في امتلاك ثقافة حرة متطورة، إراحة لذاته و إرضاء لمجتمعه "، موضحا ما يقصد بذلك:

-إراحة الذات:

تنازل الإنسان طواعية عن حقه في النقد وتطوير ثقافته، وتحويل الآخرين بهذا الحق نيابة عنه.

(1) ندا أيمن المنصور - الصورة الذهنية والإعلامية، (القاهرة: المدينة بريس للطباعة والنشر 2004)، ص30.

(2) كارينس مايكل: لماذا ينفرد الإنسان بالطبيعة، ترجمة، شوقي جلال، (الكويت: سلسلة عالم المعرفة، المجلس

الوطني للثقافة والفنون والآداب 2001) ص05.

-إرضاء المجتمع:

تنازل الإنسان عن حقه الطبيعي في نقد ثقافته وتطويرها⁽¹⁾.

أما محمد " عبد المختار "، فيرى أن الاغتراب الثقافي الذي يشعر به أي مجتمع، أو أصحاب مرجعية حضارية معرفية معينة، إذ ينتابهم شعور أنهم يعيشون⁽²⁾ ويحيون بقيم وممارسات لا يتوحدون معها، الأمر الذي يشعرهم في أعماق نفوسهم بأنهم منفصلون عن هذه القيم والمرجعيات الحضارية الجديدة، ومن أهم مظاهره اضطراب الهوية الثقافية.

ويعرفها " أري كسون "، أنها عملية متعلمة من الواقع الثقافي والاجتماعي، الذي يعيشه الفرد في مجتمعه، وأن حالات التمرد والخروج عن الأعراف والقيم إنما تعبر عن أساليب الرفض الثقافية في المجتمع، بل والشعور بالغربة والاعتراب ومد صور رفض الهوية الثقافية في إظهار سلوكيات غير مألوفة في ثقافة المجتمع، ومن الآثار السلبية المترتبة عن فقدان الهوية الشخصية أو الثقافية وظهور العديد من السلوكيات الغير مقبولة، مثل العزلة وعدم المشاركة في المسؤولية، والمصالح الشخصية دون المصالح العامة، ورفض القوانين والمعايير الاجتماعية والثقافية⁽³⁾.

وتعرفه " فاطمة درويش " بأنه تلك الظاهرة التي تظهر من جراء التناقض بين المثل الاجتماعية والواقع الاجتماعي، بين قيم المجتمع الكامنة، والتي تولد رغبات وطموحات لدى الفرد والبنية الاجتماعية، التي تمنح تحقيق هذه الطموحات والتطلعات.

(1) خيرى حازم: الاعتراب الثقافي للذات العربية، (القاهرة: دار العالم الثالث 2006)، ص 20.

(2) مجدي أحمد محمد عبد الله: الاعتراب عن الذات والمجتمع وعلاقته بسمات الشخصية (القاهرة: دار المعارف 2001)، ص 34.

(3) زهران سناء حامد: إرشادات الصحة النفسية، (القاهرة: عالم الكتب 2008)، ص 11.

ينجم عن هذا أن يعيش "الأنا" مجهولاً لا يتأثر بالعوامل الخارجية، دون أن يتمكن هو من التأثير بدوره على العالم الخارجي، ومنه يصبح الاستلاب يعبر عن تلك الحالة الذهنية الناتجة عن عدم الرضا من جراء عدم تلبية الحاجات الرئيسية ، كالحاجة إلى إقامة علاقات اجتماعية والحاجة لتملك هوية خاصة.

ونحاول في دراستنا تبني التعريف التالي: **الاغتراب هو** " ابتعاد الفرد عن ثقافة المجتمع ورفضها ، والنفور منها وانبهاره ومحاكاته لكل ما هو غريب وأجنبي من عناصر الثقافة، وخاصة أسلوب حياة الجماعة والنظام الاجتماعي وتفضيله على ما هو محلي

-نشأة التربية الإعلامية وتطورها:

ترجع بداية التربية الإعلامية إلى النصف الأول من القرن العشرين، عندما اقترح كل من ليفيس وطومسون (1933)، تعليم الشباب كيفية التمييز بين الثقافتين العليا والشعبية في بريطانيا خلال الخمسينات، وظهر مفهوم التربية الإعلامية في الولايات المتحدة، ليوأكب زيادة تأثير وسائل الإعلام مثل : الراديو، والتلفاز على حياة الناس، خاصة في مجال التعليم.

ومنذ ستينات القرن الماضي، ظهر مفهوم التربية الإعلامية في النظريات والمناقشات حول وسائل الإعلام، بهدف تنمية الثقافة والوعي الإعلامي، وخلال السنوات الأربعين الماضية، تطورت التربية الإعلامية من اهتمام هامشي إلى حركة عالمية، وسرعان ما تم تضمين التعليم والتعلم حول وسائل الإعلام في مناهج التدريس بالجامعات في الكثير من دول العالم، وأصبحت التربية الإعلامية مقترنة بالتساؤل: "ما الذي يتعلمه الناس وبخاصة الشباب والمراهقين والأطفال من وسائل الإعلام ؟"

ومع الدخول في عصر الانترنت أصبح الشباب يعيشون في عالم التواصل الاجتماعي والثقافي والفكري، ويقضون الكثير من الوقت في التعامل مع وسائل الإعلام، وأصبحت القيم والعلاقات الاجتماعية تتأثر بدرجة كبيرة بالإعلام.

ومع الازدهار في استخدام التكنولوجيا أصبح المحتوى الإعلامي يتم إنتاجه ليس فقط عن طريق المتخصصين في المجال الإعلامي، ولكن أيضا عبر الأشخاص العاديين، وأصبحت المعلومات يتم تداولها عبر مواقع مثل : اليوتيوب، والمدونات بدون فلترة أو تدقيق.

من هنا يعد الاهتمام بزيادة وعي الشباب بالتربية الإعلامية مسألة حيوية من أجل التعامل بحكمة مع المجتمع، والأهداف المتوقعة من التربية الإعلامية⁽¹⁾، وتشير البحوث والدراسات التي أجريت حول التربية الإعلامية تطور المفهوم الكلاسيكي (القراءة والكتابة) إلى المفهوم السمعي البصري (المتعلق بالإعلام الالكتروني)، إلى التربية الرقمية (المرتبطة بالإعلام الرقمي) وأخيرا إلى الإعلام الجديد (المرتبط بالانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي)⁽²⁾

وفي بداية التسعينات من القرن العشرين تبنت اليونيسكو، بدعم من وزارات التربية والتعليم في الاتحاد الأوروبي مشروع (مبنور) لنشر التربية الإعلامية في أوروبا ودول حوض البحر المتوسط، وبانتهاء المشروع قرر عدد من الخبراء والمستشارين فيه

¹ - lusted d 2010.intrqduction in.d.Insted the ;ediq studiq book: q guid for teqchers pp 1-11 london.co;idiq book

² -cq ppello.g.feli ;i-dqnd holbs.r.2013.reflecqtion on globql develpp ;ents in ;ediq liberterqcy educqtion bridging theory prqctiq journql of ;ediq literqcy educqtion p66-73.

تأسيس منظمة دولية تتولى نشرها على مستوى العالم وتحقق من ذلك في مايو 2002، من خلال تأسيس المنظمة الدولية للتربية الإعلامية⁽¹⁾.

ويؤكد مشروع مينتور من خلال المنظمة الدولية للتربية الإعلامية 2007 على أهمية وجود ميثاق شرف المهنة في مجال التربية الإعلامية، حيث ينص المشروع في هذا الميثاق على ضرورة⁽²⁾:

- تكوين نظرية نقدية لدى صغار السن في تعاملهم مع وسائل الإعلام المعنية ببرامج الأطفال.
- إكساب الجمهور المتلقي الوعي الكامل في تعاملهم مع وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة
- المشاركة الفعالة في إنتاج البرامج أو المساهمة في إنتاج وفقا لاهتمام أفراد المجتمع لتقليل الهوة الواسعة بين وسائل الإعلام من جهة، وبين الجمهور من جهة ثانية.
- التزام القائمين بالاتصال في كافة وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة بأخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف المهنية.
- الحد من التأثيرات السلبية للمواد الإعلامية الرخيصة والغثة، والتي تتعارض مع الذاتية الثقافية والقيم والمبادئ السائدة بالمجتمع.

ويرى الباحث أنه لكي تتم الاستفادة من مشروع منتور للتربية الإعلامية، ينبغي أن تتضافر الجهود من خلال ركائز أساسية تقوم عليها التربية الإعلامية المنشودة وهي : الأسرة والبيت، المدارس والجامعات، دور العبادة والمؤسسات الاجتماعية، وسائل الإعلام والإعلاميين، الجهات التشريعية.

² berger r-qnd ;c.douqll j.2014 .nqdiq studies2.o.q.retros pectiv .educqtion reseqrch Journql p5-9.

³bucht c.2014.op cit p 1-13.

وهذا يتطلب إصدار التشريعات الخاصة بمواثيق شرف المهنة وأن تسعى أهداف التربية الإعلامية من خلال مجموعة من المعايير الأكاديمية التي تقوم على الأخلاقيات السامية، واحترام النظم الاجتماعية، والابتعاد عن السلوكيات غير المقبولة دينياً وإنسانياً واجتماعياً لتعزيز القدرة على الارتقاء بمستوى الذوق العام، مع الابتعاد عن المحتوى الهابط.

أهداف التربية الإعلامية: إن التربية الإعلامية مجال حديث الدراسة يركز على تطبيق المعرفة ويهتم بتوجيه الجمهور لفهم وتحليل الرسالة الإعلامية وأيضاً أفضل طرق الاستخدام والتأثير في وسائل الإعلام⁽¹⁾.

وتتعدد أهداف التربية الإعلامية نتيجة لتنوع معاييرها ونظرياتها وارتباطاتها بمفاهيم أخرى، كالوعي الإعلامي، والثقافة الإعلامية وتركيزها على المضامين والمعلومات التي يتلقاها طلاً بالجامعات، إلا أنها تجتمع في ضرورة إكساب الجمهور المتلقي الفهم الناقد والتحليل والاستنتاج والاختيار لكل ما يتفق مع مبادئ الفرد وقيمه، والاستبعاد لكل ما يخالف ذلك سواء على المستوى المسموع أو المقروء أو المكتوب أو المرئي.

فلقد بدأت التربية الإعلامية بهدف أساسي يتمثل في حماية المواطنين من الآثار السلبية للرسائل الإعلامية، وتطور هذا الهدف عندما أصبحت وسائل الاتصال الجماهيرية جزءاً من الثقافة اليومية للفرد فامتدت أهداف التربية الإعلامية، لتشمل تحويل الجمهور من الاستهلاك السلبي لوسائل الإعلام، وفهم دورها في بناء وجهات النظر تجاه

¹lee.a-y-l 2015 op-cit p 1-13.

الواقع الذي يعيشه⁽¹⁾، أي تمكن الفرد ليكون ناقدًا يتحكم بتفسير ما يتلقاه، وهو ما يعرف بنموذج المتلقي النشط⁽²⁾.

عند حصولهم على معلومات وأخبار يستطيعون تقييمها، ويتأثرون بها، كما يشير إلى اتجاهات التربية الإعلامية ووسائلها ودوافعها، ويمكن إيجاز أهمها فيما يلي:

- حماية النشء والشباب من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام ومضامينها خاصة لما نعيشه في زمن العولمة وعصر السماوات المفتوحة.
- تنمية مهارات التفكير الناقد والمشاهدة الواعية.
- إكساب الطلاب الجامعات المبادئ الأساسية لتحليل، وتفسير ونقد كل ما يقدم من مضامين إعلامية ذات أهداف مقصورة وغير مقصورة.
- مساعدة الطلاب على التعبير عن آرائهم بحرية.
- دعم الهوية الثقافية والمحافظة عليها.
- إمداد طلاب الجامعات بالمعلومات والمعارف لفهم الإيديولوجيات الخاصة بوسائل الإعلام التي تسعى لتحقيقها.
- تزويدهم بالخبرات اللازمة، لمساعدتهم على الاستخدام الأمثل لوسائل تكنولوجيا الاتصال، ومواكبة التطورات المستمرة والسريعة في المجتمع المعلوماتي المحيط بنا.
- تحقيق التمسك بالعقيدة والقيم الدينية عند التقييم والحكم على صلاحية المضامين الإعلامية.
- تحقيق الاتصال الفعال بين كافة طوائف المجتمع ووسائل الإعلام.

¹ <http://daharchives.alhayat.com/isse-archive/hayat/20kas/2008/3/17/p.5>

² hobs r.s jenen.a 2015 the past present and future of media literacy education journal of media education 1.p 1-11.

- تزويدهم بالثقافة الإعلامية الهادفة لحصر ونقد ما يشاهدون ويتلقون.
- تكوين جيل قوي منتج ومبدع يساهم في تنمية بلاده وعلى وعي بمصالحها. أهمية التربية الإعلامية:

- لأنها واعدة وتحمل أملا للأطفال ، والمراهقين والشباب بصفة خاصة ولأفراد المجتمع بصفة عامة، وتحصينهم ضد التأثيرات الضارة لوسائل الإعلام.
- لأن هناك اتفاقا على أهميتها، فهي ليست قضية أخلاقية بل تؤيدها مؤسسات ووسائل الإعلام، كما يؤيدها مناصرو الصحة العامة.

12- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

بعد الانتهاء من بناء استبانة الدراسة بصورتها النهائية ، قام الباحث بالإجراءات التالية.

- تحديد مجتمع و عينة الدراسة من تلاميذ السنة الثالثة ثانوي بثانوية الحاج الخير خيري ، من خلال الرجوع إلى المسؤولين القائمين على الثانوية .
- قام الباحث بالتواصل مع أفراد عينة الدراسة وتحديد المكان و الزمان .
- توزيع المقياس على تلاميذ الدراسة لتعبئته.
- جمع و تفريغ البيانات و عدده *133* ، استبعدت منها *17* استمارة لأسباب مختلفة

- إدخال البيانات على الحاسوب لإجراء المعالجة الإحصائية من خلال برنامج SPSS ، و استخراج النتائج.

- التحليل الإحصائي:

الدراسة الحالية هي دراسة مسحية ، أي مسح شامل لجميع أفراد العينة المستخدمة و الدراسة و المتمثلة في تلاميذ السنة الثالثة ثانوي بثانوية الحاج الخير خيري .

13- الدراسات السابقة:

13-1- الدراسات المتعلقة بالتربية الإعلامية:

أ- العربية:

أ-1-دراسة الخالدي إبراهيم خلف سليمان و رابعة محمد أحمد حسن
عنوان الدراسة: الدور التربوي لوسائل الإعلام من وجهة نظر طلبة جامعة آل البيت
بالأردن: (2015).

-نوع الدراسة: دراسة مسحية وصفية.

-هدف الدراسة: دراسة ميدانية هدفت للتعرف إلى الدور التربوي الذي تلعبه وسائل
الإعلام الإسلامي في المجتمع الأردني، وبيان درجة انتشارها بالأردن، ومستوى قيام
وسائل الإعلام الإسلامي بدورها من وجهة نظر أفراد العينة، وتكونت عينة الدراسة
من 100 طالب من طلبة جامعة آل البيت، تم اختيارهم بطريقة عشوائية طبقية.

-المنهج المستخدم في الدراسة : المنهج المسحي الوصفي

-نتائج الدراسة:

بيت الدراسة أن قراءة الكتب والكتيبات الإسلامية لها تأثير تربوي من خلال وسائل
الإعلام الإسلامي، في مقابل الوسائل الأخرى، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية عند
مستوى الدلالة (0.05) لأثر النوع لصالح الإناث، وعدم وجود فروق ذات دلالة
إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) للتخصصات الإعلامية.¹

¹ - لخالدي، ابراهيم، الدور التربوي لوسائل الإعلام الإسلامي من وجهة نظر طلبة جامعة آل البيت في الأردن دراسة
ميدانية ، مقبول للنشر ، (جامعة القدس المفتوحة ، القدس) ، ص 236

أ-2- دراسة العمودي 2009.

-عنوان الدراسة: واقع مساهمة معلمات الصف الأول ثانوي في التربية الإعلامية من وجهة نظر الطالبات والمشرفات التربويات بمدينة مكة المكرمة.

نوع الدراسة: ميدانية

-إشكالية الدراسة:

ما واقع مساهمة معلمات الصف الأول ثانوي في التربية الإعلامية من وجهة نظر الطالبات والمشرفات التربويات بمدينة مكة المكرمة.

-تساؤلات الدراسة:

ما واقع مساهمة معلمات الصف الأول ثانوي في التربية الإعلامية؟

وينبثق من هذا السؤال عدة أسئلة وهي:

-ما واقع مساهمة معلمات الصف الأول ثانوي في التربية الإعلامية المتعلقة بالقنوات الفضائية من وجهة نظر الطالبات بمدينة مكة المكرمة؟

-ما واقع مساهمة المعلمات الصف الأول ثانوي في التربية الإعلامية المتعلقة بالانترنت من وجهة نظر الطالبات بمكة المكرمة؟

-ما واقع مساهمة معلمات الصف الأول في التربية الإعلامية المتعلقة بالقنوات الفضائية من وجهة نظر المشرفات التربويات بمدينة مكة المكرمة؟

-هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابة العينتين عن واقع مساهمة معلمات الصف الأول ثانوي في التربية الإعلامية؟

-ما معوقات مساهمة معلمات الصف الأول ثانوي في التربية الإعلامية من وجهة نظر المشرفات التربويات؟

- نتائج الدراسة:

وهي دراسة ميدانية تصف واقع مساهمة المعلمات في التربية الإعلامية وبنيت من خلالها وجهة نظر الطالبات والمشرفات في مكة المكرمة في مساهمة المعلمات في التربية الإعلامية، وتوصلت الدراسة إلى أن درجة استجابة عينة الطالبات حول العبارات التي تقيس واقع مساهمة معلمات الصف الأول الثانوي للتربية الإعلامية كانت بدرجة " أبدا " وبالنسبة للمشرفات " أحيانا " وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين آراء المشرفات والطالبات حول العبارات التي تقيس واقع مساهمة معلمات الصف الأول في التربية الإعلامية من وجهة نظر الطالبات والمشرفات والتربويات في مدينة مكة المكرمة لصالح الطالبات وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين آراء المشرفات.¹

-توصيات الدراسة:

لابد من إعداد جيل لمواجهة هذا التحدي من خلال تفعيل التربية الإعلامية عن طريق تكوين القدرة لدى الطلبة في قراءة الرسالة الإعلامية، وتحليلها ونقدها وتقويمها، والمشاركة في إنتاجها، بما يتناسب مع القيم الإسلامية ولا سيما أن فلسفتها تقوم على النقد للمضامين الإعلامية ببيان موضوعية الإعلام، وليس استخدامه وسيلة، وبينت الدراسة أهمية تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية كموضوعات ضمن الأنشطة العامة التي تطرحها الجامعة وليس مقرا مستغلا، وأن هناك فروقا ذات دلالة إحصائية

¹ العمودي، هناء واقع مساهمة معلمات الصف الأول الثانوي في التربية الإعلامية من وجهة نظر الطالبات والمشرفات التربويات بمدينة مكة المكرمة ، جامعة أم القرى ص232 *2009

في درجة أهمية تفعيل التربية الإعلامية لصالح تخصص التربية، وعدم فروق ذات دلالة إحصائية لمتغير الدرجة العلمية والخبرة.

ب -الأجنبية:

دراسة lee Rother 2001

عنوان الدراسة: *media éducation and at- risk Adolesonts in canada*

- نوع الدراسة: وصفية تتبعية

-هدف الدراسة:سعت هذه الدراسة إلى بيان تأثيرات التربية الإعلامية على سلوكيات طلبة التعليم المهني البديل ومدى فهمهم للإعلام بأشكاله المختلفة، وتراوحت أعمار الطلبة ما بين 16-19 سنة .

-المنهج المستخدم في الدراسة: المنهج الوصفي التتبعي بدراسة حالة امتدت لست سنوات 1991-1997م.

- نتائج الدراسة:

من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة تمكين الطلبة من قراءة النصوص الإعلامية وفهمها وتفسيرها، وبيان المعنى الخفي في نصوصها، وتمكين الطلبة من معرفة الإيديولوجيات الكامنة في النص الإعلامي واكتشافها وربطها بتجاربه الخاصة ليحكموا عليها.¹

¹ Lee Rother*Media éducation and At-risk Adolescents in canada*.InCecilia von Feilititzen*Ed*: New from International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen .Unesco.Vol.5.N.1.2001 p56

1-13-2- الدراسات المتعلقة بالاعتراب الثقافي:

أ-1- العربية

-دراسة الصنيع (2002):

-عنوان الدراسة :الاعتراب لدى طلاب الجامعة السعوديين والعُمانيين:

هدف الدراسة: هدفت الدراسة إلى إعداد مقياس للاعتراب يكون مناسباً للبيئة العربية الإسلامية، وكذلك التعرف على مدى وجود الاعتراب لدى مجموعتين من طلاب الجامعتين الخليجتين (سعوديين وعمانيين) ، وعلاقته ببعض متغيرات الشخصية لديهم، وقد تكونت عينة الدراسة من 201 من الطلاب منه 122 طالباً سعودياً من جامعة محمد بن سعود و 79 طالباً عمانياً من جامعة السلطان قابوس، وتم إعداد مقياس الاعتراب بأخذ أكثر الأبعاد استخداماً في الدراسات وهي الأبعاد الأربعة التالية:

- عدم الالتزام بالمعايير الاجتماعية
- الشعور بالعجز
- العزلة الاجتماعية
- فقدان المعنى

ومن ثمّ أضيف لها بعد خامس هو ضعف الدين .

- **نتائج الدراسة:** بينت الدراسة أن متوسط درجات العينة الدراسية بمجموعتيهما على مقياس الاعتراب لم تصل إلى المتوسط المعياري، ووجد أن متوسط درجات المجموعة الطلاب السعوديين أعلى من متوسط درجات الطلاب العمانيين، كما أن متوسط درجات الطلاب العزاب كان أعلى من متوسط درجات الطلاب المتزوجين، ولم توجد فروق بين

مجموعة طلاب الأصغر سنا ومجموعة الطلاب الأكبر سنا على مقياس الاغتراب، وختمت الدراسة بخلاصة ثم مجموعة من التوصيات التي قدمت بناءا على ما خرجت به الدراسة الحالية.¹

أ-2-دراسة وفاء موسى عام 2001

-عنوان الدراسة:الاغتراب لدى طلبة جامعة دمشق وعلاقته بمدى تحقيق حاجاتهم النفسية

-عينة الدراسة: بلغ حجم العينة *568* طالبا و طالبة موزعة على طلاب السنة الثانية و السنة الرابعة في اختصاصات طب بشري و هندسة مدنية و فرنسي و جغرافية و علم اجتماع و صحافة.

-أداة الدراسة:

1-أعدت الباحثة مقياس للاغتراب .

1- أعدت الباحثة مقياس للحاجات النفسية.

-نتائج الدراسة:

*نتائج البحث بالنسبة للشعور بالاغتراب:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بالنسبة لمستوى الشعور بالاغتراب لدى طلبة الجامعة تعزى لمتغير الجنس أو تعزى لمتغير العمر أو تعزى لمتغير السنة الدراسية.

¹الصنيع،الاغتراب لدى طلاب الجامعة السعوديين و العمانيين ،عمان ، رسالة ماجستير ،2002،

و لكن توجد فروق ذات دلالة إحصائية بالنسبة لمستوى الشعور بالاغتراب لدى طلبة الجامعة تعزى لمتغير الاختصاص

• نتائج البحث بالنسبة للفرضيات المتعلقة بالحاجات النفسية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بالنسبة لمستوى تحقيق الحاجات النفسية لدى طلبة الجامعة تعزى لمتغير الجنس أو متغير العمر أو متغير السنة الدراسية أو متغير الاختصاص.

*نتائج البحث بالنسبة للفرضيات المتعلقة بالعلاقة بين الاغتراب و الحاجات النفسية:

يوجد علاقة ارتباطيه بين مستوى الشعور بالاغتراب و مستوى تحقيق الحاجات النفسية لدى طلبة الجامعة تعزى لمتغير الجنس أو متغير العمر أو متغير السنة الدراسية أو متغير الاختصاص.¹

ب-الأجنبية:

ب-1-دراسة ماهوني و كويك عام 2001

عنوان الدراسة:علاقة الشخصية بالاغتراب في الجامعة كنموذج.

عينة الدراسة: بلغ حجم العينة *136* طالبة و *85* طالبا من الجامعات في الولايات المتحدة الأمريكية.

-أداة الدراسة: مقياس كولد للاغتراب

¹وفاء موسى: الاغتراب لدى طلبة جامعة دمشق وعلاقته بمدى تحقيق حاجاتهم النفسية، رسالة ماجستير، (دمشق

،2001)

نتائج الدراسة:

لقد بينت نتائج الدراسة أن *77* طالبا و طالبة لديهم درجة عالية من الشعور بالاعتراب بصرف النظر عن الجنس، و أنه لا توجد فروق ذات مغزى بين الجنسين فيما يتعلق بالاعتراب.¹

-حدود استفادة الباحث من الدراسات السابقة:

بعد عرضنا واطلاعنا على مضمون الدراسات السابقة نكون قد حققنا الأهداف

التالية:

- تم الاستفادة من الدراسات السابقة في طرح إشكالية الدراسة.
- رسم حدود استمارة الاستبيان الخاصة بجمع البيانات.
- توضيح معالم الهدف من الدراسة.
- مقارنة نتائج الدراسة السابقة مع ما توصلنا إليه من نتائج في هذه الدراسة.

14- صعوبات الدراسة:

واجهت الباحث أثناء إعداد هذه الدراسة عددا من الصعوبات أهمها:

- عدم تعاون الباحثين في إعطاء المعلومات اللازمة لإثراء موضوع الدراسة.
- صعوبات في الحصول على المراجع الأساسية التي تناولت موضوع الدراسة.
- عدم وجود دراسات سابقة في هذا الموضوع.

¹ ماهوني و كويك، علاقة الشخصية بالاعتراب في الجامعة كنموذج، أطروحة دكتوراة، الولايات المتحدة الأمريكية،

الفصل الثاني

الجانب الميداني للدراسة

تمهيد

- 1- التحليل الكمي و الكيفي للنتائج الدراسة.
- 2- عرض نتائج الدراسة الميدانية و مناقشتها.
- 3- نتائج الدراسة.

تمهيد:

يعتبر الجانب الميداني من أهم جوانب البحث في العلوم الإنسانية و الاجتماعية على حد سواء لأنه يقوم بربط الجانب المنهجي و النظري مع الجانب التطبيقي الواقعي، فبعد انتهائي من عملية جمع المعلومات وجدت أمامي استمارة مملوءة . و في بحثنا هذا ومن خلال ما تم عرضه في الإطار المنهجي حاولت فيه قدر الإمكان الإلمام بمختلف المعلومات النظرية التي من شأنها أن تخدم موضوع الدراسة.

ليأتي بعدها الجانب الميداني للتحقيق والتمحيص و الكشف عن التربية الإعلامية كآلية لمواجهة الاغتراب الثقافي، وذلك قصد التوصل إلى مجموعة من النتائج التي توضح موضوع الدراسة بصورة أشمل و تجيب على بعض التساؤلات التي تم طرحها في الإشكالية، وذلك من خلال تحليل البيانات التي تم تفرغها في الجداول وقراءة البيانات كميًا و كيفيًا للوصول إلى نتائج بحثية علمية .

1- التحليل الكمي و الكيفي للنتائج الدراسية.

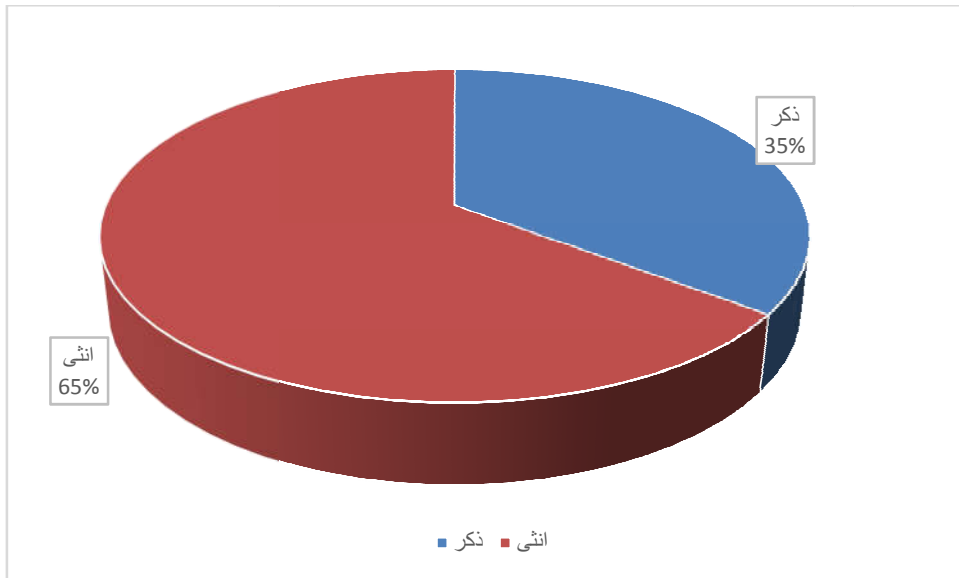
المحور الأول: صفات عن المبحوثين

الجنس:

الجدول رقم (1) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	41	35,3
أنثى	75	64,7
المجموع	116	%100

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً (116) مفردة، نلاحظ أن حجم الذكور (41) بنسبة 35,3%، أما الإناث فقد بلغ عددهن (75) أنثى بنسبة قدرت بـ 64,7% كما هو موضح من خلال الشكل التالي:



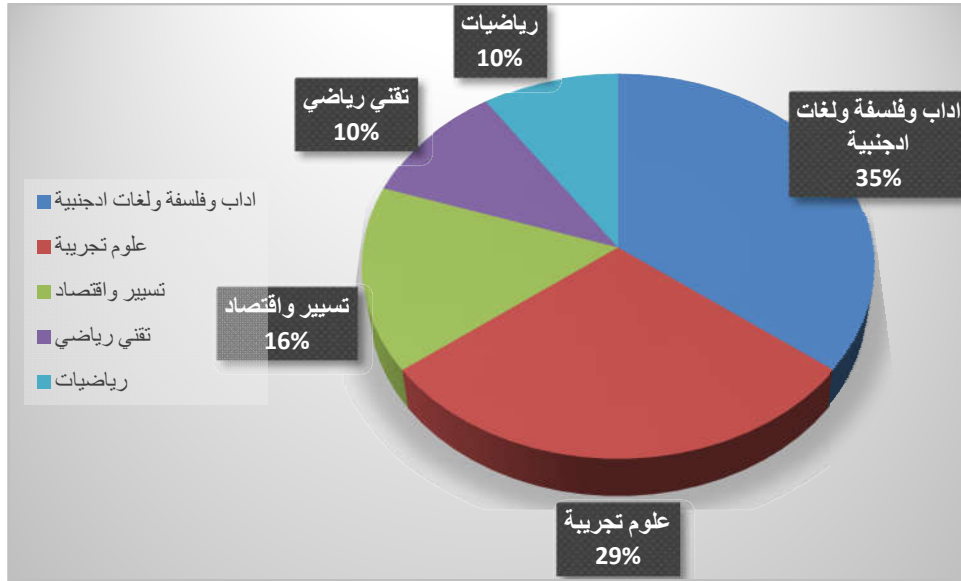
الشكل رقم (1) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

2-التخصص:

الجدول رقم (2) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص

النسبة المئوية	التكرارات	التخصص
35,3	41	آداب وفلسفة ولغات أجنبية
29,3	34	علوم تجريبية
15,5	18	تسيير واقتصاد
10,3	12	تقني رياضي
9,5	11	رياضيات
%100	116	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً (116) فرداً، نلاحظ أن (41) فرد لديهم تخصص (آداب وفلسفة ولغات أجنبية) بنسبة مئوية بلغت 35,3 %، أما الذين لديهم تخصص (علوم تجريبية) فقد بلغ عددهم (34) بنسبة قدرت بـ 29,3 %، أما الذين لديهم تخصص (تسيير واقتصاد) فقد بلغ عددهم (18) بنسبة قدرت 15,5 %، أما الذين لديهم تخصص (تقني رياضي) فقد بلغ عددهم (12) بنسبة قدرت 10,3 % أما الذين لديهم تخصص (رياضيات) فقد بلغ عددهم (11) بنسبة قدرت 9,5 %، كما هو موضح من خلال الشكل التالي:



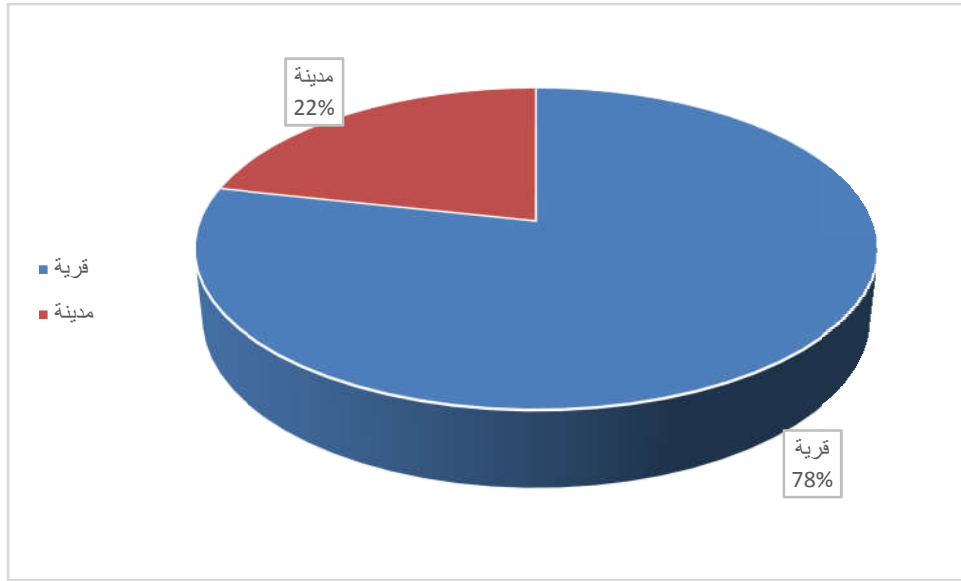
الشكل رقم (2) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص

3- السكن:

الجدول رقم (3) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السكن

النسبة المئوية	التكرارات	السكن
78,4	91	قرية
21,6	25	مدينة
%100	116	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً (116) مفردة، نلاحظ أن عدد مفردات العينة القاطنين بالقرية بلغ (91) مفردة أي ما يمثل نسبة 78,4%، أما سكان (المدينة) فقد بلغ عددهم (25) أنثى بنسبة قدرت بـ 21,6%، كما هو موضح من خلال الشكل التالي:

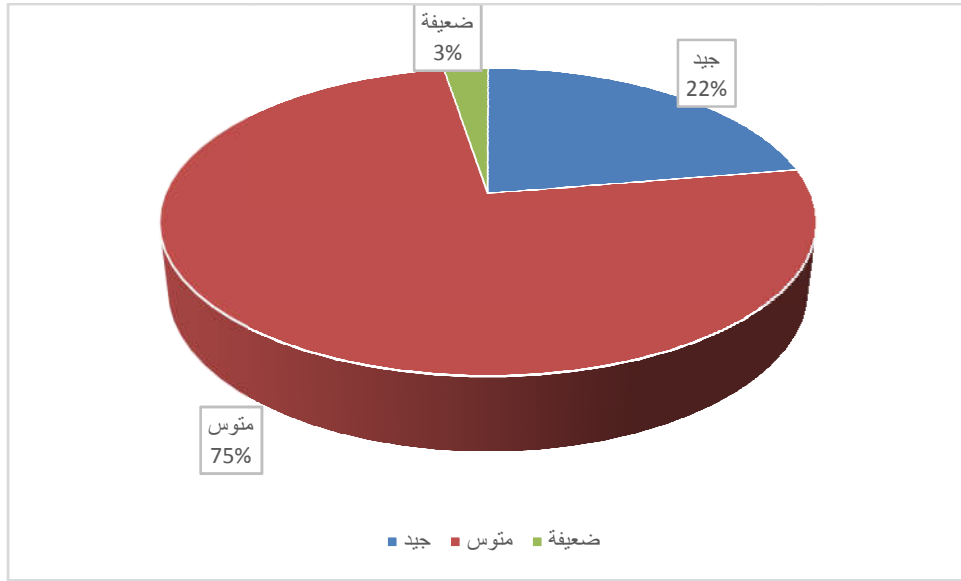


الشكل رقم (3) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير السكن
4- الحالة الاقتصادية:

الجدول رقم (4) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاقتصادية

النسبة المئوية	التكرارات	الحالة الاقتصادية
22,4	26	جيدة
75,0	87	متوسطة
2,6	3	ضعيفة
%100	116	المجموع

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً (116) فرداً، نلاحظ أن الذين لديهم حالة اقتصادية (جيدة) بلغ حجمهم (26) بنسبة 22,4%، أما الذين لديهم حالة اقتصادية (متوسطة) بلغ حجمهم (87) بنسبة 75%، الذين لديهم حالة اقتصادية (ضعيفة) بلغ حجمهم (3) بنسبة 2,6% كما هو موضح من خلال الشكل التالي:



الشكل رقم (4) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاقتصادية

المحور الثاني: مفهوم التربية الإعلامية لدى تلاميذ السنة الثالثة ثانوي
بثانوية الحاج الخير خيري.

5-1- يشير مفهوم التربية الإعلامية إلى: كيفية التعامل مع وسائل الإعلام. وبعد
المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:
الجدول رقم (5) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (5-1)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإيجابية
دال عند مستوى 0.01	.000	57,966 ^a	1	41,0	58,0	85,3	99	نعم
				-41,0	58,0	14,7	17	لا
				////		%100	116	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (5) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (99) فرداً بنسبة مئوية بلغت 85.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (17) بنسبة مئوية قدرت بـ 14.7%، وللتأكد من دلالة

هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 57,966^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرار (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بان مفهوم التربية الإعلامية يشير إلى كيفية التعامل مع وسائل الإعلام.

5- 2- يشير مفهوم التربية الإعلامية إلى - كيفية التعامل مع المضامين الإعلامية وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:
الجدول رقم (6) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (5-2)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	.000	47.207 ^a	1	37,0	58,0	81,9	95	نعم
				-37,0	58,0	18,1	21	لا
				/////		%100	116	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين

تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (2) بالبديل " نعم" وقد بلغ عددهم (95) فردا بنسبة مئوية بلغت 81.9 %، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (21) بنسبة مئوية قدرت بـ 18.1 %، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 47,207^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرار (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأن بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأن مفهوم التربية الإعلامية يشير إلى التعامل مع المضامين الإعلامية.

3- 5 - يشير مفهوم التربية الإعلامية إلى -كيفية تحليل المضامين الإعلامية و الاستفادة منها وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (7) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (3-5)

بدائل الإجابة	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
نعم	99	85,3	58,0	41,0	1	57,966 ^a	,000	دال عند مستوى 0.01
لا	17	14,7	58,0	-41,0				
الإجمالي	116	%100	////					

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم بالبديل " نعم" وقد بلغ عددهم (99) فرداً بنسبة مئوية بلغت 85.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (17) بنسبة مئوية قدرت بـ 14.7%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 57,966^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرار (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأن مفهوم التربية الإعلامية يشير إلى كيفية تحليل المضامين الإعلامية والاستفادة منها

4-5- يشير مفهوم التربية الإعلامية إلى جميع ما ذكر سابقاً: وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (8) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (4-5)

بدائل الإجابة	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
نعم	77	66,4	58,0	19,0	1	12,448 ^a	,000	دال عند مستوى 0.01
لا	39	33,6	58,0	-19,0				
الإجمالي	116	%100	////					

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل " نعم" وقد بلغ عددهم (77) فرداً بنسبة مئوية بلغت 66.4%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (39) بنسبة مئوية قدرت بـ 33.6%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 12,448^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.05)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرار (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأن مفهوم التربية الإعلامية يشير إلى جميع ما ذكر سابقا.

6-1- ما هي أسس ومنطلقات التربية الإعلامية: الالتزام بتعاليم الدين الإسلامي؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (9) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (6-1)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,000	69,828 ^a	1	45,0	58,0	88,8	103	نعم
				-45,0	58,0	11,2	13	لا
				/////		%100	116	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم (103) فرداً بنسبة مئوية بلغت 88.8%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (13) بنسبة مئوية قدرت بـ 11.2%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 69,828^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين

البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرار (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأن الالتزام بتعاليم الدين الإسلامي من أسس ومنطلقات التربية الإعلامية.

6-2- ما هي أسس ومنطلقات التربية الإعلامية: -الارتباط الوثيق بتراث الأمة وتاريخها وثقافتها و حضارتها؟ وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (10) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (6-1)

بدائل الإجابة	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
نعم	95	81,9	58,0	37,0	1	47,207 ^a	.000	دال عند مستوى 0.01
لا	21	18,1	58,0	-37,0				
الإجمالي	116	%100	////					

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقمبالبديل " نعم" وقد بلغ عددهم (95) فرداً بنسبة مئوية بلغت 81.9%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (21) بنسبة مئوية قدرت بـ 18.1%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ

من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ $47,207^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرار (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأن الارتباط الوثيق بتراث الأمة وتاريخها وثقافتها و حضارتها من أسس ومنطلقات التربية الإعلامية.

3-6- ما هي أسس ومنطلقات التربية الإعلامية: المحافظة على اللغة العربية الفصحى

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (11) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (3-6)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,000	37,552 ^a	1	33,0	58,0	78,4	91	نعم
				-33,0	58,0	21,6	25	لا
				////		100%	116	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (91) فرداً بنسبة مئوية بلغت 78.4%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (25) بنسبة مئوية قدرت بـ 21.6%، وللتأكد من دلالة هذه

الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 37,552^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرر (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأن المحافظة على اللغة العربية الفصحى من أسس ومنطلقات التربية الإعلامية
 6-4- ما هي أسس ومنطلقات التربية الإعلامية: المحافظة على الهوية الثقافية وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:
 الجدول رقم (12) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (6-4)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,000	76,172 ^a	1	47,0	58,0	90,5	105	نعم
				-47,0	58,0	9,5	11	لا
				////		100%	116	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (105) فرداً بنسبة مئوية بلغت 90.5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 9.5%، وللتأكد من دلالة هذه

الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 76,172^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرر (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأن من أسس ومنطلقات التربية الإعلامية هي المحافظة على الهوية الثقافية.

6-5- ما هي أسس ومنطلقات التربية الإعلامية: المحافظة على القيم والأخلاق والعادات والتقاليد والأعراف وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (13) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (6-5)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,000	55,172 ^a	1	40,0	58,0	84,5	98	نعم
				-40,0	58,0	15,5	18	لا
				////		100%	116	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين

تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل " نعم" وقد بلغ عددهم (98) فردا بنسبة مئوية بلغت 84.5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (18) بنسبة مئوية قدرت بـ 15.5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 55.172^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرار (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأن من أسس و منطلقات التربية الإعلامية هي المحافظة على القيم والأخلاق والعادات والتقاليد والأعراف.

6-6-6 ما هي أسس و منطلقات التربية الإعلامية: الالتزام بالموضوعية في عرض الحقائق و البعد عن المبالغات، و تقديم شرف الكلمة ووجوب صيانتها من العبث و يعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (14.) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (6-6)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,000	47,207 ^a	1	37,0	58,0	81,9	95	نعم
				-37,0	58,0	18,1	21	لا
				////		%100	116	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل " نعم" وقد بلغ عددهم (95) فرداً بنسبة مئوية بلغت 81.9%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (21) بنسبة مئوية قدرت بـ 18.1%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 47,207^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين

البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرر (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأن من أسس و منطلقات التربية الإعلامية هي الالتزام بالموضوعية في عرض الحقائق و البعد عن المبالغات، و تقديم شرف الكلمة ووجوب صيانتها من العبث

7-1- أين تكمن أهمية التربية الإعلامية: - تنمية الاتجاهات الفكرية التي تسهم في تعزيز التماسك الاجتماعي و الثقافي عن طريق وسائل الإعلام وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (15) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 7-1

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,000	72,966 ^a	1	46,0	58,0	89,7	104	نعم
				-46,0	58,0	10,3	12	لا
				//////		%100	116	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل " نعم" وقد بلغ عددهم (104) فرداً بنسبة مئوية بلغت 89.7%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال

بالبديل "لا" والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ 10.3%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 72,966^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرر (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأن أهمية التربية الإعلامية تكمن في تنمية الاتجاهات الفكرية التي تسهم في تعزيز التماسك الاجتماعي و الثقافي عن طريق وسائل الإعلام

7-2- أين تكمن أهمية التربية الإعلامية: توجيه سلوك الفرد توجيهها سليماً نحو التعامل مع وسائل الإعلام وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (16) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 7-2

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,000	66,759 ^a	1	44,0	58,0	87,9	102	نعم
				-44,0	58,0	12,1	14	لا
				////		%100	116	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم (102) فرداً بنسبة مئوية بلغت 87.9%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 12.1%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 66.759³ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرر (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يرون بأن أهمية التربية الإعلامية تكمن في توجيه سلوك الفرد توجيهها سليماً نحو التعامل مع وسائل الإعلام.

3-7-3- أين تكمن أهمية التربية الإعلامية: -إيجاد قنوات إعلامية للتعليم المستمر و التعليم عن بعدو نشر القيم السليمة وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (17) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 3-7

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,000	49,793 ^a	1	38,0	58,0	82,8	96	نعم
				-38,0	58,0	17,2	20	لا
				//////		%100	116	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل " نعم" وقد بلغ عددهم (96) فرداً بنسبة مئوية بلغت 82.8%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ 17.2%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 49,793^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرار (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يرون بأن أهمية التربية الإعلامية تكمن في إيجاد قنوات إعلامية للتعليم المستمر والتعليم عن بعدو نشر القيم السليمة

المحور الثالث: علاقة وسائل الإعلام بظاهرة الاغتراب الثقافي

أ- درجات الاغتراب الثقافي

8- ما هي الوسائل الإعلامية التي تفضلها " رتبها حسب الأولوية" بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (18) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على ترتيب الوسائل الإعلامية

البدائل				الرتبة
شبكات التواصل الاجتماعي	الجرائد	الإذاعة	التلفزيون	
48	5	3	60	الرتبة الأولى
18	37	13	48	الرتبة الثانية
11	47	53	5	الرتبة الثالثة
39	27	47	3	الرتبة الرابعة
116	116	116	116	الاجمالي
2	3	4	1	الترتيب

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة وبالبالغ حجمهم (116) فرد نلاحظ ان استجاباتهم على ترتيب الوسائل الإعلامية حيث جاء في المرتبة الأولى البديل (التلفزيون) بـ 60 تكرار في الرتبة الأولى وفي الرتبة الثانية جاء البديل (الفيسبوك) بمجموع تكرار بلغ 48، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (الجرائد) بمجموع

تكرار بلغ (5). وفي المرتبة الخامسة جاء البديل (الإذاعة) بمجموع تكرار بلغ (3).
(ملاحظة تم ترتيبهم بناء على الرتبة الأولى)

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على ترتيب الوسائل الإعلامية جاء كآتي: التلفزيون ثم الفيس بوك ثم الجرائد فالإذاعة.
9- بما أنك تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي هل هذا الاستخدام يكون: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (19) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (9)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية %	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,000	22,983 ^a	2	-12,7	38,7	22,4	26	دائما
				24,3	38,7	54,3	63	احي
				-11,7	38,7	23,3	27	نادرا
				////		%100	116	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل " دائماً " وقد بلغ عددهم (26) فرداً بنسبة مئوية بلغت 22.4%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " أحياناً " والبالغ عددهم (63) بنسبة مئوية قدرت بـ 54.3%، أما

المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نادرا" وبالبالغ عددهم ((27) بنسبة مئوية قدرت بـ 23.3%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ ^a22,983 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البدائل الثلاث لصالح المجموعة الثانية الأعلى تكرار (..أحيانا). ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة أحيانا ما يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي

10- الوقت المفضل لاستخدام الفيسبوك: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (20) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية %	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,000	72,897 ^a	3	-15,0	29,0	12,1	14	صباحا
				-2,0	29,0	23,3	27	مساء
				38,0	29,0	57,8	67	ليلا
				-21,0	29,0	6,9	8	حسب الظروف
				////		%100	116	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل " صباحاً " وقد بلغ عددهم (14) فرداً بنسبة مئوية بلغت 12.1%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "مساءً " والبالغ عددهم (27) بنسبة مئوية قدرت بـ 23.3%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "ليلاً" والبالغ عددهم (67) بنسبة مئوية قدرت بـ 57.8%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "حسب الظروف" والبالغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت بـ 6.9%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 72,897^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البدائل الأربع لصالح المجموعة الثالثة الأعلى تكرار (ليلاً)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يفضلون استخدام الفيس بوك ليلاً.

11- ما هي المدة التي تستغرقها في تصفح حسابك على الفيس بوك: وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (21) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 11

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.05	,016	5.828 ^a	1	13,0	58,0	60,3	70	من 2 سا
				-13,0	58,0	38,8	45	أكثر من 3 سا
				////		%100	116	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل " نعم" وقد بلغ عددهم (70) فرداً بنسبة مئوية بلغت 60.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (45) بنسبة مئوية قدرت بـ 38.8%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 5.435^b وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.05)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرار (من 2 ساعة)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يرون بأنهم يستغرقون ساعتين في تصفح حسابك على الفيس بوك.

12- ماهو الاسم الذي تستخدمه في تصفحك للفيس بوك وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (22) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 12

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,009	6,759 ^a	1	-14,0	58,0	37,9	44	اسمك الحقيقي
				14,0	58,0	62,1	72	اسمك المستعار
				////		%100	116	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل " نعم" وقد بلغ عددهم (44) فرداً بنسبة مئوية بلغت 37.9%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (72) بنسبة مئوية قدرت بـ 62.1%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 6,759^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.05)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين

المجموعتين لصالح المجموعة الثانية الأعلى تكرر (اسمك المستعار)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأن يستخدمون الاسم المستعار في في تصفحهم للفييس بوك.

13- هل أصدقاؤك الحقيقيون يعرفون اسمك وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (23) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 13

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,000	93,241 ^a	1	52,0	58,0	94,8	110	نعم
				-52,0	58,0	5,2	6	لا
				/////		%100	116	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (110) فرداً بنسبة مئوية بلغت 94.8 %، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (6) بنسبة مئوية قدرت بـ 5.2%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 93,241^a وهي قيمة دالة

إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرر (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأن أصدقاؤهم الحقيقيون يعرفون اسمهم.

14- ما هي أهم المضامين التي تتناولها أو تتداولها مع أصدائك عبر الفيس بوك: وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:
الجدول رقم (24) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (14)

الترتيب	النسبة المئوية	التكرارات	البدائل
5	58,6	68	سياسية
6	56,0	65	اقتصادية
1	84,5	98	ثقافية
3	70,7	82	رياضية
2	77,6	90	عاطفية
4	73,3	85	دينية

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم (116) فرد نلاحظ ان استجاباتهم على السؤال رقم (14): هي أهم المضامين التي تتناولها أو تتداولها مع أصدائك عبر الفيس بوك ؟ حيث جاء في المرتبة الأولى البديل (ثقافية) بـ 98 تكرر ونسبة مئوية قدرت بـ 84,5%، وفي الرتبة الثانية جاء البديل (عاطفي) بمجموع تكرر بلغ 90 ونسبة مئوية قدرت بـ (77,6%)، وفي المرتبة الثالثة

جاء البديل (رياضية) بمجموع تكرار بلغ (82) ونسبة مئوية قدرت بـ 70,7%. وفي المرتبة الرابعة جاء البديل (دينية) بمجموع تكرار بلغ (85) ونسبة مئوية قدرت بـ 73,3%. وفي المرتبة الخامسة جاء البديل (سياسية) بمجموع تكرار بلغ (68) ونسبة مئوية قدرت بـ 58,6%. وفي المرتبة السادسة جاء البديل (اقتصادية) بمجموع تكرار بلغ (65) ونسبة مئوية قدرت بـ 56%.

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن أهم المضامين التي يتم تناولها أو تتناولها مع الأصدقاء عبر الفيس بوك هي على الترتيب التالي: ثقافية / عاطفية / رياضية/دينية/ سياسية / اقتصادية

15- هل يؤثر ذلك على حياتك الاجتماعية و الثقافية في الواقع: وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (25) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (15)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,003	8,828 ^a	1	-16,0	58,0	36,2	42	نعم
				16,0	58,0	63,8	74	لا
				////		%100	116	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل " نعم" وقد بلغ عددهم (42) فرداً بنسبة مئوية بلغت 36.2%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال

بالبديل "لا" والبالغ عددهم (74) بنسبة مئوية قدرت بـ 63.8%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (K^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 8,828 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الثانية الأعلى تكرار (لا)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأن استخدام الفيس بوك لا يؤثر على حياتهم الاجتماعية و الثقافية في الواقع.

16- عند استخدامك للفيسبوك هل تعتقد بأنه يؤثر على علاقاتك مع زملائك بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (26) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (16)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية %	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,000	28,569 ^a	2	0,3	38,7	33,6	39	ايجابيا
				-23,7	38,7	12,9	15	سلبيا
				23,3	38,7	53,4	62	لا ادري
				////		%100		الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل " ايجابيا " وقد بلغ عددهم (39) فرداً

بنسبة مئوية بلغت 33.6%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "سلبيا" والبالغ عددهم (15) بنسبة مئوية قدرت بـ 12.9%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "سلبيا" والبالغ عددهم (62) بنسبة مئوية قدرت بـ 53.4%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 28,569^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البدائل الثلاث لصالح المجموعة الثالثة الأعلى تكرار (لا أدري)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة أنهم لا يعرفون بأن استخدامهم للفيس بوك له تأثير على علاقاتهم مع زملائهم.

17- هل تستطيع التوفيق بين استخدام الفيس بوك و التعامل مع الأصدقاء في الواقع: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (27) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (17)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية %	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	.000	53,603 ^a	2	35,3	38,7	63,8	74	بشكل جيد
				-7,7	38,7	26,7	31	بشكل متوسط
				-27,7	38,7	9,5	11	بشكل ضعيف
				////		100%	116	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل " بشكل جيد" وقد بلغ عددهم (74) فرداً بنسبة مئوية بلغت 63.8%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " بشكل متوسط " والبالغ عددهم (31) بنسبة مئوية قدرت بـ 26.7%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " بشكل ضعيف " والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 9.5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 53,603³ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البدائل الثلاث لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكراراً (بشكل جيد)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يستطيعون التوفيق بين استخدام الفيس بوك والتعامل مع الأصدقاء في الواقع بشكل جيد.

18- مع من تحب أن تتصفح الفيس بوك: بعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (28) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (18)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية %	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,000	32,086 ^a	2	12,3	38,7	44,0	51	بمفردك
				16,3	38,7	47,4	55	مع الأصدقاء
				-28,7	38,7	8,6	10	مع الأسرة
				////		%100	116	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116.) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل " بمفردك" وقد بلغ عددهم (51) فرداً بنسبة مئوية بلغت 44%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " مع الأصدقاء" والبالغ عددهم (55) بنسبة مئوية قدرت بـ 47.4%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " مع الأسرة" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 8.6%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ 32,086^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البدائل

الثلاث لصالح المجموعة. الثانية الأعلى تكرر (مع الأصدقاء)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يحبون تصفح الفيس بوك مع الأصدقاء.

ب- مظاهر الاغتراب لدى تلاميذ السنة الثالثة ثانوي المستخدمين للفيسبوك:

19- هل استخدامك المستمر للفيسبوك يزيد من عدم التزامك بالمعايير الاجتماعية " العادات و التقاليد" وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (29) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (19)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,000	19,862 ^a	1	-24,0	58,0	29,3	34	نعم
				24,0	58,0	70,7	82	لا
				////		100%	116	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل " نعم" وقد بلغ عددهم (34) فرداً بنسبة مئوية بلغت 29.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (82) بنسبة مئوية قدرت بـ 70.7%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 19,862^a وهي قيمة دالة

إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الثانية الأعلى تكرار (لا)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأن استخدامك المستمر للفييس بوك يزيد من عدم التزامك بالمعايير الاجتماعية* العادات و التقاليد*

20- هل استخدامك المستمر للفييسوك يزيد من عزلتك: وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (30) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (20)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,005	7,759 ^a	1	-15,0	58,0	37,1	43	نعم
				15,0	58,0	62,9	73	لا
				////		%100	116	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل " نعم" وقد بلغ عددهم (43) فرداً بنسبة مئوية بلغت 31.1%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (73) بنسبة مئوية قدرت بـ 62.9%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ

من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 7.759^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرار (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأن استخدامهم المستمر للفييس بوك لا يزيد من عزلتهم.

21- عندما تستخدم الفيسبوك هل تستغني عن ثقافتك وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (31) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (21)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,000	79,448 ^a	1	-48,0	58,0	8,6	10	نعم
				48,0	58,0	91,4	106	لا
				/////		%100	116	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (10) فرداً بنسبة مئوية بلغت 8.6%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (106) بنسبة مئوية قدرت بـ 91.4%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ

من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ $79,448^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الثانية الأعلى تكرار (لا)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأنه عندما يستخدمون الفيسبوك لا يستغنون عن ثقافتهم.

22- هل تشعر بالغيرة و الوحدة عند استخدامك للفيس بوك وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (32) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (22)

بدائل الإجابة	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
نعم	24	20,7	58,0	-34,0	1	39,862 ^a	,000	دال عند مستوى 0.01
لا	92	79,3	58,0	34,0				
الإجمالي	116	%100	////					

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (24) فرداً بنسبة مئوية بلغت 20.7%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (92) بنسبة مئوية قدرت بـ 79.3%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ

من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ $39,862^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الثانية الأعلى تكرار (لا)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأنهم لايشعرون بالغبية والوحدة عند استخدامهم للفييس بوك

23- عند استخدامك للفييسبوك وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (33) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (23)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,000	25,138 ^a	1	27,0	58,0	73,3	85	تنسى كل مشاكلك
				-27,0	58,0	26,7	31	تزيد من همومك
				//////		100%	116	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل " تنسى كل مشاكلك " وقد بلغ عددهم (85) فرداً بنسبة مئوية بلغت 73.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم

على هذا السؤال بالبديل "تزيد من همومك" والبالغ عددهم (31) بنسبة مئوية قدرت بـ 26.7%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 25,138^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (تنسى كل مشاكلك / تزيد من همومك) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرار (تنسى كل مشاكلك)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأنه عندما يستخدمون الفيس بوك فإنهم ينسون كل مشاكلهم

24- القيم الثقافية الموجودة في شبكات التواصل الاجتماعي تختلف عن القيم الموجودة في المجتمع: وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (34) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (24)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,000	21,552 ^a	1	25,0	58,0	71,6	83	نعم
				-25,0	58,0	28,4	33	لا
				/////		%100	116	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين

تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل " نعم" وقد بلغ عددهم (83) فردا بنسبة مئوية بلغت 71.6%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (33) بنسبة مئوية قدرت بـ 28.4%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 21.552^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرر (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأن القيم الثقافية الموجودة في شبكات التواصل الاجتماعي تختلف عن القيم الموجودة في المجتمع.

25- حسب رأيك هل يمكن الاستغناء عن الفيس بوك وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (35) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (25).

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0.01	,000	12,448 ^a	1	19,0	58,0	66,4	77	نعم
				-19,0	58,0	33,6	39	لا
				////		%100	116	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل " نعم" وقد بلغ عددهم (77) فرداً بنسبة مئوية بلغت 66.4%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (39) بنسبة مئوية قدرت بـ 33.6%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 12,448^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرار (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأنه يمكنهم الاستغناء عن الفيس بوك

المحور الرابع: الآليات "الاستراتيجيات" المعتمدة بالتربية الإعلامية لمواجهة الاغتراب الثقافي عبر شبكات التواصل الاجتماعي

26- من الآليات المعتمدة بالتربية الإعلامية لمواجهة الاغتراب الثقافي مايلي :

أ- التدريب على التعامل مع المضامين الإعلامية على صفحات الفيس بوك وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (36) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (26-أ)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0,00	0,00	44,690 ^a	1	36,0	58,0	81,0	94	نعم
				-36,0	58,0	19,0	22	لا
				/////		%100	116	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم *26* بالبديل " نعم" وقد بلغ عددهم (94) فرداً بنسبة مئوية بلغت 81%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (22) بنسبة مئوية قدرت بـ 19%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 44,690^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.05)، وبالتالي فإن هناك فرق دال

إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرر (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.
بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأن من الآليات المعتمدة بالتربية الإعلامية لمواجهة الاغتراب الثقافي هو التدريب على التعامل مع المضامين الإعلامية على صفحات الفيس بوك.

ب- وضع برامج الحماية ضد الثقافات الأخرى: وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (37) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (26-ب)

بدائل الإجابة	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
نعم	89	76,7	58,0	31,0	1	33,138 ^a	0,00	دال عند مستوى 0,00
لا	27	23,3	58,0	-31,0				
الإجمالي	116	%100	////					

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (89) فرداً بنسبة مئوية بلغت 76,7 %، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (27) بنسبة مئوية قدرت بـ 23,3 %، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (ك²) حيث نلاحظ

من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ $33,138^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرر (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأن من الآليات المعتمدة بالتربية الإعلامية لمواجهة الاغتراب الثقافي وضع برامج الحماية ضد الثقافات الأخرى.

ج- جعل التربية الإعلامية مادة تدرس في جميع الأطوار: وبعد المعالجة الإحصائية تم

التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (38) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (26-ج)

بدائل الإجابة	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
نعم	94	81,0	58,0	36,0	1	44,690 ^a	0,00	دال عند مستوى 0,00
لا	22	19,0	58,0	-36,0				
الإجمالي		100%		////				

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (94) فرداً بنسبة مئوية بلغت 81%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (22) بنسبة مئوية قدرت بـ 19%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ $44,690^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرار (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأنه من الآليات المعتمدة بالتربية الإعلامية لمواجهة الاغتراب الثقافي ، جعل التربية الإعلامية مادة تدرس في جميع الأطوار.

د - خضوع التلاميذ للرقابة من قبل الآباء و المشرفين التربويين: وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (39) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (26-د)

بدائل الإجابة	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K ² قيمة	مستوى الدلالة	القرار
نعم	90	77,6	58,0	32,0	1	$35,310^a$	0,00	دال عند مستوى 0,00
لا	26	22,4	58,0	-32,0				
الإجمالي	116	%100	////					

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (90) فرداً بنسبة مئوية بلغت 77,6%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال

بالبديل "لا" والبالغ عددهم (26) بنسبة مئوية قدرت بـ 22,4%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (K^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ $35,310^a$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرار (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأن من الآليات المعتمدة بالتربية الإعلامية لمواجهة الاغتراب الثقافي خضوع التلاميذ للرقابة من قبل الآباء و المشرفين التربويين

هـ- القيام بدورات تدريبية للتلاميذ عن طريق الجمعيات و مؤسسات المجتمع المدني من أجل التوعية وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (40) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (26-هـ)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
دال عند مستوى 0,00	0,00	55,172 ^a	1	40,0	58,0	84,5	98	نعم
				-40,0	58,0	15,5	18	لا
				/////		%100	116	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم بالبديل " نعم " وقد بلغ عددهم (98) فرداً بنسبة مئوية بلغت 84%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (18) بنسبة مئوية قدرت بـ 15,5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 55,172^a وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.01$)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/لا) لصالح المجموعة الأولى الأعلى تكرار (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

بمعنى أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يؤكدون بأن من الآليات المعتمدة بالتربية الإعلامية لمواجهة الاغتراب الثقافي القيام بدورات تدريبية للتلاميذ عن طريق الجمعيات و مؤسسات المجتمع المدني من أجل التوعية.

و-طلب الهوية الحقيقية لإنشاء صفحة على الفيس بوك وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (41) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (26-و)

القرار	مستوى الدلالة	K ² قيمة	درجة الحرية	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	التكرار المتوقع	النسبة المئوية	التكرار المشاهد	بدائل الإجابة
غير دالة إحصائياً	,137	2,207 ^a	1	-8,0	58,0	43,1	50	نعم
				8,0	58,0	56,9	66	لا
				////		%100	116	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (116) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (50) فرداً بنسبة مئوية بلغت 43,1 %، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (66) بنسبة مئوية قدرت بـ 56,9 %، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا²) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ 2,207^a وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.05)، وبالتالي فإنه لا يوجد هناك فرق دال إحصائياً بين البديلين (نعم/ لا) .

بمعنى أن أفراد عينة الدراسة انقسموا الى اتجاهين اتجاه يرى ضرورة طلب الهوية الحقيقية لإنشاء صفحة على الفيس بوك واتجاه ثاني يرى عدم ضرورة طلب الهوية الحقيقية لإنشاء صفحة على الفيس بوك.

26-2-ترتيب الآليات المعتمدة بالتربية الإعلامية لمواجهة الاغتراب الثقافي وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (42) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (26-2)

الترتيب						الإشباع
و	هـ	د	ج	ب	أ	
7	8	33	40	10	18	الرتبة الأولى
5	14	15	31	24	27	الرتبة الثانية
8	13	12	15	31	37	الرتبة الثالثة
19	23	22	13	25	14	الرتبة الرابعة
35	41	11	9	11	9	الرتبة الخامسة
42	17	23	8	15	11	الرتبة السادسة
116	116	116	116	116	116	الإجمالي
6	5	2	1	4	3	الترتيب

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم 116 فرد نلاحظ ان استجاباتهم على السؤال رقم (26-2): ترتيب الآليات المعتمدة بالتربية الإعلامية لمواجهة الاغتراب الثقافي حيث جاء في المرتبة الأولى البديل (ج)

(جعل التربية الإعلامية مادة تدرس في جميع الأطوار) ب 40 تكرار في الرتبة الأولى وفي الرتبة الثانية جاء البديل (د) (خضوع التلاميذ للرقابة من قبل الآباء و المشرفين التربويين) بمجموع تكرار بلغ 33، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (أ). (التدرب على التعامل مع المضامين الإعلامية على صفحات الفيس بوك) بمجموع تكرار بلغ (18) وفي المرتبة الرابعة جاء البديل (ب) (وضع برامج الحماية ضد الثقافات الأخرى) بمجموع تكرار بلغ (10) وفي المرتبة الخامسة جاء البديل (هـ) (القيام بدورات تدريبية للتلاميذ عن طريق الجمعيات و مؤسسات المجتمع المدني من أجل التوعية) بمجموع تكرار بلغ (8) ، وفي المرتبة السادسة جاء البديل (و) (طلب الهوية الحقيقية لإنشاء صفحة على الفيس بوك) بمجموع تكرار بلغ (7).

وعليه نستنتج من خلال استجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال أن ترتيبهم للآليات المعتمدة بالتربية الإعلامية لمواجهة الاغتراب الثقافي جاءت كالاتي: جعل التربية الإعلامية مادة تدرس في جميع الأطوار ثم خضوع التلاميذ للرقابة من قبل الآباء و المشرفين التربويين ثم التدرب على التعامل مع المضامين الإعلامية على صفحات الفيسبوك ثم وضع برامج الحماية ضد الثقافات الأخرى ثم القيام بدورات تدريبية للتلاميذ عن طريق الجمعيات و مؤسسات المجتمع المدني من أجل التوعية ، ثم طلب الهوية الحقيقية لإنشاء صفحة على الفيس بوك.

2- عرض نتائج الدراسة الميدانية و مناقشتها:

أولاً: فيما يتعلق بالتساؤل الأول

بناء على النتائج الكمية والكيفية المتعلقة بمفهوم التربية الإعلامية و منطلقاتها وأسسها وأهميتها من وجهة نظر تلاميذ السنة الثالثة ثانوي بثانوية الحاج الخير خيري بمقرة نستنتج مايلي :

1/ أن التربية الإعلامية تشير الى : كيفية التعامل مع و سائل الإعلام ، كما تعني أيضا التعامل مع المضامين الإعلامية و تحليلها و نقدها و كيفية الاستفادة منها بشكل إيجابي
2/ من المنطلقات الأساسية التي تبنى عليها التربية الإعلامية استنادا إلى نتائج الدراسة نذكر مايلي:

-الالتزام بتعاليم الدين الإسلامي

- المحافظة على اللغة العربية الفصحى

-المحافظة على الهوية الثقافية

- المحافظة على القيم و الأخلاق و العادات و التقاليد و الأعراف .

- الالتزام بالموضوعية في نشر الحقائق .

3/ و من أهمية التربية الإعلامية مايلي:

-تتمية الاتجاهات الفكرية التي تسهم في تعزيز التماسك الاجتماعي و الثقافي عن طريق وسائل الإعلام .

-توجيه الفرد توجيهها سليما نحو التعامل مع وسائل الإعلام .

ثانيا: فيما يتعلق بالتساؤل الثاني

بناء على النتائج الكمية و الكيفية المتعلقة بعلاقة وسائل الإعلام بظاهرة الاغتراب الثقافي *درجاته و مظاهره* نستنتج مايلي :

أ- فيما يتعلق بدرجات الاغتراب الثقافي:

- أن هناك تأثير من قبل وسائل الإعلام على تلاميذ الطور النهائي بثانوية الحاج الخير خيري و ذلك من خلال سيطرة التلفزيون الذي احتل المرتبة الأولى متبوعا بشبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الثانية
- أن التلاميذ و التلميذات الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي أحيانا بنسبة بلغت 54.3% و الذين يستخدمونه بشكل دائم 22.4% و البقية تستخدم الفيس بوك نادرا بنسبة بلغت 23.3%.
- أن أغلب تلاميذ الطور النهائي بغض النظر عن متغير الجنس يفضلون استخدام الفيس بوك ليلا بنسبة بلغت 57.8%.
- أن تلاميذ الطور النهائي يستخدمون الفيس بوك لمدة ساعتين يوميا بنسبة بلغت 60.3%.
- الاسم الأكثر استخداما على شبكات التواصل الاجتماعي بين تلاميذ الطور النهائي هو الاسم المستعار بنسبة بلغت 62.1% و هنا يدخل متغير الجنس و السكن كمعيارين و لاسيما متغير الجنس فالاسم المستعار أكثر استخداما من قبل التلميذات
- أن الأصدقاء الحقيقيون يعرفون اسم الشخص الحقيقي على صفحة الفيس بوك بنسبة بلغت 94.8%
- المضامين الأكثر تداولاً على صفحات الفيس بوك هي المضامين الثقافية بنسبة بلغت 84.5% متبوعة في المرتبة الثانية بالمضامين العاطفية بنسبة بلغت 77.6%.

- أغلبية أفراد العينة الممثلين في التخصصات النهائية يؤكدون [أن الفيس بوك لا يؤثر على حياتهم الاجتماعية و الثقافية في الواقع.
- أن معظم تلاميذ الطور النهائي يستطيعون التوفيق بين استخدام الفيس بوك و التعامل مع الأصدقاء بشكل جيد في الواقع بنسبة بلغت 63.8% و الذين يتواصلون بشكل متوسط 26.7% و الذين يتواصلون بشكل ضعيف 9.5%
- أنه ما يقارب النصف من أفراد العينة أي 50% يحبون تصفح الفيس بوك مع الأصدقاء و ذلك من أجل الدردشة بحرية مطلقة ، في حين 44% من التلاميذ يحبون تصفح الفيس بوك بمفردهم و ذلك لأنهم متعلقين بالخصوصية و الحرية الشخصية ، أما نسبة ضيئلة جدا الذين يتصفحون الفيس بوك مع الأسرة بنسبة بلغت 8.6% و هذا يدخل فيه متغير الجنس و الحالة الاقتصادية .
- **ب- فيما يتعلق بمظاهر الاغتراب :**
- أكدت الدراسة الحالية أن معظم التلاميذ الذين يستخدمون الفيس بوك باستمرار يزيد من عدم التزامهم بالمعايير الاجتماعية*العادات - التقاليد*
- أن استخدام الفيس بوك بشكل مستمر لا يزيد من عزلتهم حيث بلغت نسبة التلاميذ الذين لا يزيد من عزلتهم 62.9% ، في حين بلغت نسبة التلاميذ الذين يزيد الفيس بوك من عزلتهم 37.1%، أي أن هناك مظهر من مظاهر الاغتراب بدأ ينتشر بين أوساط التلاميذ تدريجيا.
- 20% فقط من التلاميذ يؤكدون على أنهم يشعرون بالغيرة و الوحدة أثناء استخدامهم للفيس بوك بتكرار بلغ 24 فردا من جميع التخصصات .
- 73.3% من التلاميذ الذين يستخدمون الفيس بوك ينسون مشاكلهم ، و التلاميذ الذين يزيد من همومهم 26.7%.

- النتيجة التحصل عليها أن 83 تلميذ و تلميذة أي بنسبة بلغت 71.6% يؤكدون بأن القيم الموجودة في شبكات التواصل الاجتماعي تختلف عن القيم الموجودة في المجتمع.
- 33.6% من التلاميذ يؤكدون بأنهم لا يمكنهم الاستغناء عن الفيس بوك أما 72.4% يؤكدون بأنهم يمكنهم الاستغناء علي الفيس بوك.
- من خلال ماسبق نلاحظ أن هناك اغتراب ثقافي بدأ ينتشر تدريجيا.

ثالثا: فيما يتعلق بالتساؤل الثالث

- بناء على النتائج الكمية و الكيفية المتعلقة بالآليات *الاستراتيجيات *المعتمدة بالتربية الإعلامية لمواجهة الاغتراب الثقافي عبر وسائل الإعلام من وجهة نظر تلاميذ السنة الثالثة ثانوي بثانوية الحاج الخير خيري بمقرة نستنتج مايلي:
- جعل التربية الإعلامية مادة تدرس في جميع الأطوار.
 - خضوع التلاميذ للرقابة من قبل الآباء و المشرفين التربويين .
 - التدريب على التعامل مع المضامين الإعلامية على صفحات الفيس بوك
 - وضع برامج الحماية ضد الثقافات الأخرى
 - القيام بدورات تدريبية للتلاميذ عن طريق الجمعيات و مؤسسات المجتمع المدني من أجل التوعية.

من خلال عرض نتائج الدراسة لاحظت أن مفهوم التربية الإعلامية يتطابق و

التعريف الإجرائي

- كنتيجة عامة للمحور الثالث المتعلق بعلاقة وسائل الإعلام بظاهرة الاغتراب الثقافي أن هناك مظاهر الاغتراب و درجاته بدأت تظهر جليا على شريحة من تلاميذ الطور النهائي لثانوية الحاج الخير خيري متمثلة في مايلي :

- عدم الالتزام بالمعايير الاجتماعية على صفحات الفيس بوك
- الشعور بالوحدة و الغربة عند بعض التلاميذ .
- الشعور بالعزلة الاجتماعية من قبل بعض التلاميذ
- القدرة على عدم الاستغناء على الفيس بوك من قبل بعض التلاميذ و هذا ما يعزز انتشار الاغتراب الثقافي مستقبلا . كما أن هناك تفاوت في درجات الاغتراب من قبل بعض التلاميذ و هذ ما يتوافق و دراسة الصنيع سنة 2202 بشكل جزئي من خلال المعايير الاجتماع

و كنتيجة للتساؤل الثالث بالنسبة للآليات المعتمدة بالتربية الإعلامية لمواجهة الاغتراب الثقافي أن الترتيب السابق ذكره من وجهة نظر تلاميذ الطور النهائي بثانوية الحاج الخير خيري ، و من وجهة نظر الباحث أن هذه الآليات كفيلة بأن تقف في مواجهة الاغتراب الثقافي و هذا ما تعززه دراسة العمودي هناء 2009 بشكل جزئي.

3- نتائج الدراسة:

- التربية الإعلامية ضرورة ملحة للتعامل مع وسائل الإعلام بكل احترافية.
- انتشار ظاهرة الاغتراب الثقافي في أوساط تلاميذ السنة الثالثة ثانوي ذكورا و إناثا.
- توفر الآليات التي تعتمد عليها التربية الإعلامية لمواجهة ظاهرة الاغتراب الثقافي.

خاتمة

لوقت طويل ظلت المدرسة المصدر الوحيد للمعرفة و التلقين ، و لكن بعد أن اعتلى الإعلام المنصة الرئيسية أصبح الإنسان عرضة للتغيير الثقافي بما يخالف قيم مجتمعه ، و أصبح يؤثر بشكل مباشر و غير مباشر ، و دق الجميع ناقوس الخطر، وتوجهت أغلب الدول لاستحداث ضمن مضامينها التربوية ما أصبح يعرف بمفهوم التربية الإعلامية بغرض خلق جدار مناعي إعلامي للنشء من أجل تحصينهم في الحاضر وبناء المستقبل.

يشهد العالم اليوم تزايدا في القنوات الفضائية، و مواقع التواصل الاجتماعي و ما تبثه من مضامين إيديولوجيات و قيم مختلفة باختلاف مصادرها تجعل المجتمعات والأمم تتخوف أكثر من أي وقت مضى . فما تشهده وسائل الإعلام و وسائط التواصل الاجتماعي من تطور هائل، و وقوع ذلك كله في أيدي عامة الناس من الشباب والشابات، و المتعلمين و غير المتعلمين ، فأصبح مراقبتها ، و معرفة ما يجري فيها أمرا بالغ الصعوبة إلي درجة لم تكن تتصور من قبل ، فأنت ترى التلاميذ و التلميذات و الطلبة و الطالبات يتلقون الرسائل و المعلومات بوجود الأباء و الأمهات عبر الجو أو بواسطة الفيس بوك ، الواتس أب ، و السكايب ، و التويتر أو غير ذلك والمحيط التربوي لا يدري ماذا يحدث أو ماذا يتداول هؤلاء .

إن التربية الإعلامية هي الضامن الوحيد في إرساء تكوين علمي و تربوي يتناغم مع قيم المجتمع ولغته و دينه و هويته و شخصيته ، من أجل تنشئة إعلامية ناجعة بغية إعداد جيل المستقبل ، وهذا بغرس المفاهيم السليمة لدى النشء و تنمية الروح الوطنية لديهم ، في إطار علاقات اجتماعية يسودها التعاون و الاحترام و التسامح والحوار البناء.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

1. أحمد بن مرسل: مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، (ط3، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2007).
2. حسن عماد مكوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (ط1، القاهرة: دار المصرية اللبنانية، 2003).
3. خيرى حازم: الاغتراب الثقافي للذات العربية، (القاهرة: دار العالم الثالث 2006).
4. ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم: مناهج و أساليب البحث العلمي ، النظرية و التطبيق، (دار صنعاء عمان: للنشر و التوزيع، 2000).
5. رشيد زرواتي: مناهج و أدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، (ط1، الجزائر: دار الهدى، 2001).
6. زهران سناء حامد: إرشادات الصحة النفسية، (القاهرة: عالم الكتب 2008).
7. سمير محمد حسين: دراسات في مناهج البحث العلمي، ط2، القاهرة.
8. عامر مصباح : منهجية البحث في العلوم السياسية، (ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1999).
9. عبد الناصر جادلي: تقنيات و مناهج البحث في العلوم السياسية و الاجتماعية ، (ط1، ديوان المطبوعات الجامعية ، 2011).
10. العمر معن الخليل- معجم علم الاجتماع المعاصر، (عمان:- دار الشرق للنشر والتوزيع 2000).
11. فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام. (ط1 الرياض: مكتب الملك فهد الوطنية).

12. مجدي أحمد محمد عبد الله: الاغتراب عن الذات والمجتمع وعلاقته بسمات الشخصية(القاهرة: دار المعارف 2001).
13. محمد عبد الحميد، أمال سعد المتولي - الإعلام المدرسي - الصحافة والإذاعة المدرسية - طنطا - (دار مكتبة الإسراء 2003)،
14. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير(ط3، القاهرة: عالم الكتاب، 2004).
15. محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير ، (الكويت: الدار العالمية للنشر و التوزيع ، ، 2003).
16. ندا أيمن المنصور - الصورة الذهنية والإعلامية، (القاهرة: المدينة بيرس للطباعة والنشر 2004).
17. الهواري عادل مختار ومصالح سعد عبد العزي: موسوعة العلوم الاجتماعية. (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية 1999).
1. بون-ريمون-فلوريدو. المعجم النقدي. ترجمة: سليم حداد. (القاهرة، دار المعارف 1986).
2. ريتشارد. شاخت. الاغتراب. ترجمة: كامل يوسف حسن، (بيروت: المؤسسة العربية للنشر، 1980).
3. كارينس مايكل: لماذا ينفرد الإنسان بالطبيعة، ترجمة، شوقي جلال، (الكويت: سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب 2001).
4. ميلفين ل. ديفلير و ساندرابول روكيتش، نظريات وسائل الإعلام تر: كمال عبد الرؤوف (القاهرة: الدار الدولية للنشر و التوزيع 1993).

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

1. Arther G. Emig, Community Ties and Dependency On Media For .
.Public Affairs, Journalism and M.C.Quarterly, Vol.72, No.2, 1995
2. Azza Abd Al Azim Mouhamed , Télévision Dépendency and Knowledge of Drug abuse among Egyptian adults, unpublished ,The

- American University ,Journalism and Mass Communication .Department ,Cairo, 1993
- Barry A.Hollander , Television New Exposure and Foreign .3
Affairs, Knowledge Gazette, Vol.59,No.2, April,1997
- berger r-qnd ;c.dougqll j.2014 .nqdiq studies2.o.q.retros pectiv .4
..educqtion reseqrch journql
- cq ppello.g.feli ;i-dqnd holbs.r.2013.reflecction on globql .5
develpp ;ents in ;ediq liberterqcy educqtion bridging theory prqctiq
.journql of ;ediq literqcy educqtion
- David Dermers and K. Viswantath, Mass Media Social Control .6
and Social Change: a macrosocial perspective, Lawa University
.Press, USA ,1999
- A global vion :Greenaway p. *2015* Media and Arts Education .7
from Austratia .
- hobs r.s jenen.a 2015 the past present and future of media .8
.literacy education tounal of media education 1
- Jack M.Macleod and Daniel G.McDonald, Beyond Simple .9
and Their Impact on Political Exposure Media Orientations
.Processes, Communication Research, Vol12,No.1,1985
- Kubey R *2014*obstacles to the developement of media .10
.Education in the U. S.journal . of communication 48*1*
- Lee Rother*Media éducation and At-risk Adolescents in .11
canada*.InCecilia von Feilititzen*Ed*: New from International
Clearinghouse on Children and Violence on the Screen
..Unesco.Vol.5.N.1.2001
- lusted d 2010.intrqduction in.d.lnsted the ;ediq studiql book: q .12
.guid for teqchers london.co;idiql book
- Pablo Hallpern, Media Dependency and Political Perception in .13
Authoritarian Political System, Journal of Communication, Vol.44,
No.4, autumn,1999.
- Ronald J.Faber ,Stephen D.Reese, and H.Leslie Steeves, .14
Spending Time Withe The Newsmedia: The Relation Between
Relation and Use,Journal of Broadcasting and Electronic Media,
.Vol.29,No.4,1985
- Share.j.2013.Media literacy is elem entary. Teaching youth to .15
.critically read and create media . New york N.K .peter larg

- SILVEBATT-A-2001-NADIA LITERACY.KEYS TO .16
INTERPRETING ;EDIQ ;ESSGES-ZESTPORT C T .PVQEGV.
Werner J.Severin and James W.Tankard, Communication .17
Theorie : Origins Methods, and Uses in Mass Media, 3erd Edition ,
London,1992
William E.Loges, Perceptions of Threat and Media System .18
DependencyRelation,
Communication
Research,Vol.21,No.1,February,1994
William E.Loges,Kelth Stamm and Flona Clark, Television .19
Reliance and Political Malaise: A Contingency Analysis, Journal of
.Broadcasting and Electronic Media,Vol.44,No.1,Winter,2000
ثالثا: الرسائل الجامعية:

1. أحمد جمال حسين: التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية:
نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة- دراسة تحليلية-
(رسالة ماجستير-جامعة المنيا- كلية التربية النوعية 2015).
2. رضا محمود عكاشة، المعالجة الصحفية لشئون الأقليات المسلمة في الصحافة
العربية: دراسة تحليلية على نماذج من الصحافة المصرية والسعودية في الفترة من
1980- 1990 ، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية،
قسم الصحافة والإعلام، 1999).
3. الصنيع، الاغتراب لدى طلاب الجامعة السعوديين و العمانيين ، عمان ، رسالة
ماجستير ، 2002
4. العمودي، هناء واقع مساهمة معلمات الصف الأول الثانوي في التربية الإعلامية من
وجهة نظر الطالبات والمشرفات التربويات بمدينة مكة المكرمة ، جامعة أم القرى
2009 .
5. لخالدي، ابراهيم، الدور التربوي لوسائل الإعلام الإسلامي من وجهة نظر طلبة
جامعة آل البيت في الأردن دراسة ميدانية ، مقبول للنشر ، (جامعة القدس المفتوحة ،
القدس).

6. ماهوني و كويك، علاقة الشخصية بالاغتراب في الجامعة كنموذج، أطروحة دكتوراه، الولايات المتحدة الأمريكية، 2001.

7. محمد عبد الوهاب الفقيه كافي، العلاقة بين الإعتماد على القنوات التلفزيونية الفضائية ومستويات المعرفة الموضوعات الإخبارية في المجتمع اليمني، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2002)،

8. نشوى حاسنين حافظ الشلقاني، دور قناة النيل الدولية في تشكيل صورة ذهنية عن مصر والمصريين لدى الأجانب المقيمين، 2 دراسة مسحية، رسالة دكتوراه، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة، 2000).

9. هبة أمين شاهين، إستخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية: دراسة تحليلية ميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2001.

10. وفاء موسى: الاغتراب لدى طلبة جامعة دمشق وعلاقته بمدى تحقيق حاجاتهم النفسية، رسالة ماجستير، (دمشق، 2001)

11. يوسف تمار، نظرية: Setting Agenda دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع 6 الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، (جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، 2004-2005م).

12. Young Margaret, Local Media and Political Participation : An Empirical : - Investigation, MA, University of Windsor, Canada, 1993.

رابعا: المجلات و الدوريات:

1. راشد بن حسين العبد الكريم: المناهج الدراسية وتنمية ملكات النقد لوسائل الإعلام، (ورقة مقدمة للمؤتمر التربوية الإعلامية، الرياض، 2007).

2. زمام نور الدين. عولمة الثقافة الممكن والمستحيل. (مجلة العلوم الإنسانية عدد 1 جامعة محمد خيضر بسكرة 2001).

3. زيادة معنى معا على طريق تحديث الفكر العربي الكويت سلسلة عالم المعرفة. المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب 2001.

4. ليلي حسين محمد السيد، دور وسائل الاتصال في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية، بحث 2 مقدم لمؤتمر الإعلام وقضايا الشباب، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ماي 1998.

خامسا: المواقع الإلكترونية:

1. Sandra J.Ball Rokeach and Melvin Defleur, Op.Cit,p.260. 5 Sandra.
2. Pablo Hallpern, Op.Cit,P40.
3. Denis Mc Quai and Sven Windahl,Op.Cit,.
4. Werner J.Severin and James W.Tankard, Op.Cit.
5. Pablo Hallpern, Op.Cit.
6. [http://daharchives.alhayat.com/isse-archive/hayat/20 kas / 2008 /3 /17/](http://daharchives.alhayat.com/isse-archive/hayat/20%20kas%20/2008/3/17/).

اللا حق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي



الكلية : العلوم الإنسانية و الاجتماعية

القسم : علوم الإعلام و الاتصال

التخصص : اتصال و علاقات عامة

استمارة استبيان حول:

التربية الإعلامية كألية لمواجهة الاختراجه الثقافي

"دراسة ميدانية لعينة من تلاميذ السنة الثالثة ثانوي "بثانوية الحاج الخير

خيرى" بمقبرة

إعداد الطالب:

واضح عصام

إشراف الأستاذ:

بوعزيز بويكر

ملاحظة: إن بيانات هذه الاستمارة سرية و الغرض منها علمي بحت، لذا نرجو منكم
" في الخانة المناسبة و لكم مني جزيل الشكرXالإجابة على الأسئلة المطروحة بوضع "

في السؤال "26" رتب الاحتمالات حسب الأولوية -

السنة الجامعية:2017/2018

المحور الأول: صفات عن المبحوثين

1- الجنس:

ذكر أنثى

2- التخصص :

آداب و فلسفة و لغات أجنبية علمي تسيير و اقتصاد تقني تقني رياضي رياضيات

3- السكن :

مدينة قرية

4- الحالة الاقتصادية:

ضعيفة متوسطة جيدة

المحور الثاني: مفهوم التربية الإعلامية لدى تلاميذ السنة الثالثة ثانوي بثانوية الحاج الخير خيري.

5- يشير مفهوم التربية الإعلامية إلى :

- كيفية التعامل مع وسائل الإعلام

نعم لا

- كيفية التعامل مع المضامين الإعلامية

نعم لا

- كيفية تحليل المضامين الإعلامية و الاستفادة منها

نعم لا

- جميعها:

نعم لا

6- ما هي أسس و منطلقات التربية الإعلامية:

-الالتزام بتعاليم الدين الإسلامي

نعم لا

-الارتباط الوثيق بتراث الأمة و تاريخها و ثقافتها و حضارتها

نعم لا

-المحافظة على اللغة العربية الفصحى

نعم لا

-المحافظة على الهوية الثقافية

نعم لا

-المحافظة على القيم و الأخلاق و العادات و التقاليد و الأعراف

نعم لا

-الالتزام بالموضوعية في عرض الحقائق و البعد عن المبالغات ، و تقديم شرف الكلمة ووجوب صيانتها من العبث

نعم لا

7-أين تكمن أهمية التربية الإعلامية:

- تنمية الاتجاهات الفكرية التي تسهم في تعزيز التماسك الاجتماعي و الثقافي عن طريق وسائل الإعلام

نعم لا

-توجيه سلوك الفرد توجيهها سليما نحو التعامل مع وسائل الإعلام

نعم لا

-إيجاد قنوات إعلامية للتعليم المستمر و التعليم عن بعدو نشر القيم السليمة

نعم لا

المحور الثالث: علاقة وسائل الإعلام بظاهرة الاغتراب الثقافي

أ- درجات الاغتراب الثقافي

8- ما هي الوسائل الإعلامية التي تفضلها " رتبها حسب الأولوية"

الجرائد الإذاعة - التلفزيون

شبكات التواصل الاجتماعي "الفييس بوك"

9-بما أنك تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي هل هذا الاستخدام يكون :

نادرا أحيانا دائما

10- الوقت المفضل لاستخدام الفيس بوك :

صباحا مساء ليلا حسب الظروف

11- ما هي المدة التي تستغرقها في تصفح حسابك على الفيس بوك:

أكثر من 03 ساعات من ساعة إلى 02 ساعة

12- ما هو الاسم الذي تستخدمه في تصفحك للفيس بوك

أم اسم مستعار اسمك الحقيقي

13- هل أصدقاؤك الحقيقيون يعرفون اسمك

لا نعم

14- ما هي أهم المضامين التي تتناولها أو تتداولها مع أصدقائك عبر الفيس بوك:

رياضية ثقافية اقتصادية سياسية
دينية جميعها عاطفية

15- هل يؤثر ذلك على حياتك الاجتماعية و الثقافية في الواقع:

نعم لا

16- عند استخدامك للفيسبوك هل تعتقد بأنه يؤثر على علاقاتك مع زملائك

لا أدري سلبي إيجابيا

17- هل تستطيع التوفيق بين استخدام الفيسبوك و التعامل مع الأصدقاء في الواقع:

بشكل ضعيف بشكل متوسط بشكل جيد

18- مع من تحب أن تتصفح الفيس بوك:

بمفردك

مع الأصدقاء

مع الأسرة

لماذا.....

ب- مظاهر الاغتراب لدى تلاميذ السنة الثالثة ثانوي المستخدمين للفيسبوك:

19- هل استخدامك المستمر للفيسبوك يزيد من عدم التزامك بالمعايير الاجتماعية " العادات و التقاليد "

لا

نعم

20- هل استخدامك المستمر للفيسبوك يزيد من عزلتك:

لا

نعم

21- عندما تستخدم الفيسبوك هل تستغني عن ثقافتك

لا

نعم

22- هل تشعر بالغيرة و الوحدة عند استخدامك للفيسبوك

لا

نعم

23- عند استخدامك للفيسبوك

تنسى كل مشاكلك

تزيد من همومك

24- القيم الثقافية الموجودة في شبكات التواصل الاجتماعي تختلف عن القيم الموجودة

في المجتمع:

نعم

لا

25- حسب رأيك هل يمكن الاستغناء عن الفيسبوك

نعم لا

المحور الرابع: الآليات "الاستراتيجيات" المعتمدة بالتربية الإعلامية لمواجهة الاغتراب الثقافي عبر شبكات التواصل الاجتماعي

26- من الآليات المعتمدة بالتربية الإعلامية لمواجهة الاغتراب الثقافي مايلي :

أ- التدريب على التعامل مع المضامين الإعلامية على صفحات الفيسبوك

نعم لا

ب- وضع برامج الحماية ضد الثقافات الأخرى:

نعم لا

ج- جعل التربية الإعلامية مادة تدرس في جميع الأطوار:

نعم لا

د- خضوع التلاميذ للرقابة من قبل الآباء و المشرفين التربويين:

نعم لا

هـ - القيام بدورات تدريبية للتلاميذ عن طريق الجمعيات و مؤسسات المجتمع المدني من أجل التوعية

نعم لا

و- طلب الهوية الحقيقية لإنشاء صفحة على الفيس بوك

نعم لا

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور التربية الإعلامية كآلية لمواجهة الاغتراب الثقافي لدى تلاميذ الطور الثانوي بمدينة المسيلة , وقد وقع اختيارنا على عينة قصديه من تلاميذ السنة الثالثة ثانوي بثانوية الحاج الخير خيري بمدينة مقرة والذين بلغ عددهم 116 مفردة، حيث سعت هذه الدراسة إلى الإجابة على مجموعة من التساؤلات الجوهرية التي لها علاقة مباشرة بموضوع الدراسة ، ومن خلال اعتمادنا على استمارة الاستبيان قمنا بجمع المعلومات الضرورية للدراسة استنادا إلى الأسئلة التي تم طرحها وتبويبها في شكل محاور ، إذ تكونت استمارة الاستبيان من ثلاث محاور تناولت في المحور الأول : مفهوم التربية الإعلامية ، أما المحور الثاني فتناولت فيه علاقة وسائل الإعلام بظاهرة الاغتراب الثقافي ، والمحور الثالث تناولت فيه الآليات *الاستراتيجيات المعتمدة بالتربية الإعلامية كآلية لمواجهة الاغتراب الثقافي . وبعد جمع البيانات وتحليلها تم التوصل إلى جملة من النتائج نوردتها كما يلي :

- التربية الإعلامية ضرورة ملحة للتعامل مع وسائل الإعلام بكل احترافية.
- انتشار ظاهرة الاغتراب الثقافي في أوساط تلاميذ السنة الثالثة ثانوي ذكورا و إناثا.
- توفر الآليات التي تعتمد عليها التربية الإعلامية لمواجهة ظاهرة الاغتراب الثقافي.

الكلمات المفتاحية : التربية الإعلامية ، الاغتراب الثقافي .

Résumé

Cette étude vise à identifier le rôle de l'éducation aux médias comme un mécanisme pour faire face à l'expatriation culturelle chez les élèves de la phase secondaire à M'sila. Nous avons sélectionné un échantillon d'élèves de troisième année secondaire au lycée El-Hadj ElKheir Khiri à Magra, qui comptait 116 échantillons. Cette étude a cherché à répondre à un ensemble de questions fondamentales liées directement au sujet de l'étude. A travers le questionnaire, nous avons rassemblé les informations nécessaires à l'étude sur la base des questions qui ont été posées et catégorisées sous forme d'axes. Le questionnaire se compose de trois axes, le premier traite le concept d'éducation aux médias, le deuxième traite la relation des médias au phénomène de l'expatriation culturelle et le troisième traite les mécanismes et les stratégies adoptés par l'éducation aux médias en tant que mécanisme pour faire face à l'expatriation culturelle.

Après la collecte et l'analyse des données, nous avons obtenu les résultats suivants :

- L'éducation aux médias est une nécessité urgente pour agir envers les médias d'une manière professionnelle.
- La propagation du phénomène de l'expatriation culturelle au milieu des élèves de troisième année secondaire des deux sexes.
- Disposition des mécanismes sur lesquels l'éducation aux médias se base pour faire face au phénomène de l'expatriation culturelle.

Les Mots clés : l'éducation aux médias - l'expatriation culturelle.