

دراسة ميدانية:

واقع الألفبائية الإعلامية والمعلوماتية في مدارس الثانوية العامة في اليمن



دراسة ميدانية:

واقع الألفبائية الإعلامية والمعلوماتية في مدارس الثانوية العامة في اليمن

إعداد:

د مجيب الحميدي

مدرس النقد الإعلامي وأخلاقيات الإعلام في جامعة تعز

دراسة خاصة بمركز الدراسات والإعلام الاقتصادي



المحتويات

ملخص الدراسة	5
مقدمة	6
أهداف الدراسة	7
الأهمية العلمية والعملية للدراسة	7
منهجية تنفيذ الدراسة	8
مجتمع الدراسة	8
عينة الدراسة	8

القسم الأول: نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بواقع التربية الإعلامية والمعلوماتية

في محافظتي تعز وحضرموت من وجهة نظر المعلمين والمشرفين التربويين	11
مقدمة	12
المحور الأول: الوعي بمفهوم ومهارات التربية الإعلامية والمعلوماتية	12
المحور الثاني: وسائل الإعلام والمعلومات والتقنية المستخدمة يوميًا	16
المحور الثالث: الزمن اليومي لاستخدام وسائل الإعلام والتقنيات	18
المحور الرابع: أهداف استخدام وسائل الإعلام والمعلومات	20
المحور الخامس: تأثيرات استخدام وسائل الإعلام والتقنيات على المعلمين	22
المحور السادس: واقع التربية الإعلامية في المناهج الدراسية	24
المحور السابع: حاجة المعلمين إلى التدريب في التربية الإعلامية	20
المحور الثامن: التحديات التي تواجه تدريس التربية الإعلامية	28
المحور التاسع: الخيار الأنسب لتدريس التربية الإعلامية	30
المحور العاشر: المعلومات المضللة في بيئة العمل	32
المحور الحادي عشر: خطاب الكراهية والتنمر بين الطلبة	34
المحور الثاني عشر: تأثير البيئة الإعلامية على التحصيل العلمي	36

القسم الثاني: تحليل نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بواقع التربية الإعلامية

والمعلوماتية في محافظتي تعز وحضرموت من وجهة نظر طلبة الثانوية العامة	38
مقدمة	39
المحور الأول: استكشاف فهم المستهدفين لمفهوم ومهارات التربية الإعلامية والمعلوماتية	39
ثانيًا: قراءة تحليلية لنتائج ما بعد تقديم التعريف	43

المحتويات

50	المحور الثاني/ وسائل الإعلام الأكثر استخداماً عند طلبة الثانوية العامة
44	المحور الثالث: الزمن اليومي لاستخدام وسائل الإعلام والمعلومات عند طلبة الثانوية العامة
50	المحور الرابع: أهداف التعرض لوسائل الإعلام والمعلومات
53	المحور الخامس: تأثيرات التعرض لوسائل الإعلام والمعلومات على البيئة التعليمية
56	المحور السادس: التأثيرات الشخصية للتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي
59	المحور السابع: وجود محتوى تعليمي حول وسائل الإعلام والمعلومات
61	المحور الثامن: عادة التحقق مع الأخبار والمعلومات
63	المحور التاسع: نسبة التعرض للمعلومات المضللة
65	المحور العاشر: رؤية الطلبة لمساهمة الإعلام في خطاب الكراهية
66	المحور الحادي عشر : تأثير مواقع التواصل على العلاقات الاجتماعية
68	المحور الثاني عشر قدرة الطلبة على التحكم بوقت التعرض لوسائل الإعلام والمعلومات
70	المحور الثالث عشر: الشعور بالحاجة إلى التربية الإعلامية والمعلوماتية
72	الفجوات المعرفية والمهاراتية التي تكشفها نتائج الدراسة
74	الخاتمة
75	النتائج
76	التوصيات

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف واقع الألفبائية الإعلامية والمعلوماتية في المدارس الثانوية اليمنية، من خلال دراسة ميدانية أجريت في محافظتي تعز وحضرموت، حيث شملت أربع مدارس حكومية (مدرستان للبنين ومدرستان للبنات). اعتمدت الدراسة على منهجية بحثية مختلطة، تضمنت استبيانات موجهة للمعلمين والطلاب، وتحليلًا للبيانات باستخدام الأدوات الإحصائية لتحديد مدى وعي المستهدفين بمفاهيم التربية الإعلامية والمعلوماتية ومدى تأثيرهم بوسائل الإعلام المختلفة.

كشفت النتائج أن هناك ضعفًا عامًا في وعي المعلمين والطلاب بمفاهيم التربية الإعلامية والمعلوماتية، حيث أظهرت البيانات أن غالبية المعلمين لا يدركون الفروقات الأساسية بين الإعلام التربوي والتربية الإعلامية، مما ينعكس على قدرتهم على توجيه الطلاب في التعامل مع المحتوى الإعلامي. كما تبين أن وسائل التواصل الاجتماعي هي المصدر الرئيسي للمعلومات لدى الطلاب، مما يجعلهم أكثر عرضة للأخبار المضللة وخطاب الكراهية.

أظهرت الدراسة أيضًا أن المناهج الدراسية لا تتضمن بشكل كافٍ مهارات التربية الإعلامية، مما يستدعي دمجها بشكل أفضل في العملية التعليمية. كما تبين أن هناك حاجة ماسة لتوفير دورات تدريبية متخصصة للمعلمين لمساعدتهم في تعليم مهارات التحقق من المعلومات والتفكير النقدي.

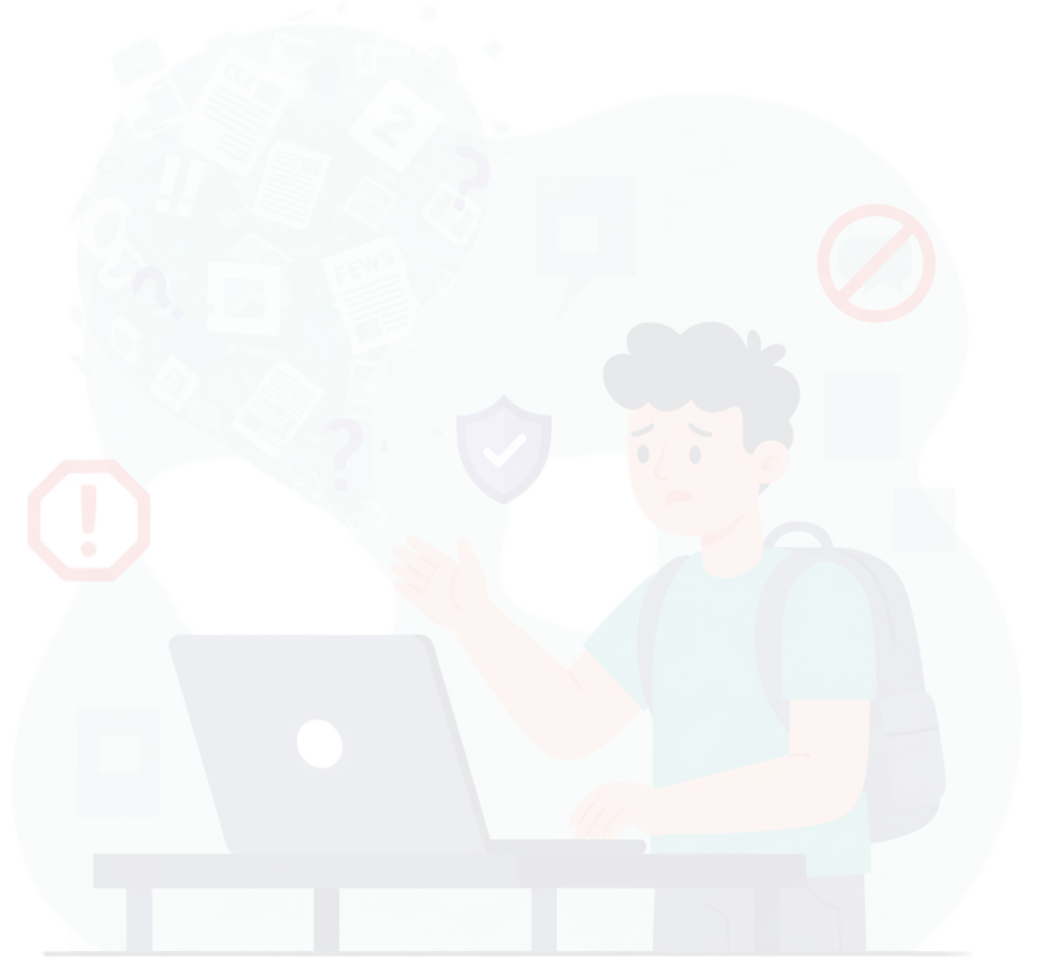
بناءً على هذه النتائج، توصي الدراسة بعدد من التدخلات، من بينها إدراج التربية الإعلامية في المناهج الدراسية، وتنظيم ورش عمل تدريبية للمعلمين، وتعزيز الوعي حول مخاطر الأخبار المضللة، ودمج الأنشطة التفاعلية في العملية التعليمية، إضافة إلى التعاون مع وسائل الإعلام المحلية لإنتاج محتوى تعليمي يساهم في تطوير مهارات الطلاب.

تؤكد الدراسة أن تعزيز الألفبائية الإعلامية والمعلوماتية في اليمن يعد خطوة ضرورية لمواجهة تحديات الإعلام الرقمي وتعزيز القدرة على التفكير النقدي، مما يساهم في بناء مجتمع أكثر وعيًا وقدرة على التعامل مع المعلومات بذكاء ومسؤولية.

مقدمة:

يشهد اليمن تحولات كبيرة في المشهد الإعلامي والمعلوماتي نتيجة للتطورات التكنولوجية المتسارعة، مما أتاح فرصاً جديدة للوصول إلى المعلومات ونشرها، لكنه في الوقت ذاته خلق تحديات تتعلق بالألفبائية الإعلامية والمعلوماتية، خاصة في ظل النزاعات السياسية والاجتماعية التي تعيشها البلاد. إن انتشار الأخبار الزائفة، خطاب الكراهية، والتضليل الإعلامي يجعل من الضروري تعزيز مهارات التفكير النقدي والتحقق من المعلومات لدى الطلاب والمعلمين على حد سواء.

في هذا السياق، تهدف هذه الدراسة إلى تقييم واقع الألفبائية الإعلامية والمعلوماتية في مدارس الثانوية العامة اليمنية، وتحديد الفجوات والتحديات التي يواجهها المعلمون والطلبة، بالإضافة إلى اقتراح حلول وتوصيات لتعزيز هذه المهارات بما يسهم في بناء بيئة تعليمية أكثر وعياً وقدرة على التعامل مع وسائل الإعلام الحديثة بموضوعية ومسؤولية.



أهداف الدراسة:

- تحديد مدى وعي المعلمين والطلبة بمفاهيم الألفبائية الإعلامية والمعلوماتية والحاجة إليها.
- تشخيص واقع الألفبائية الإعلامية والمعلوماتية في مدارس الثانوية العامة.
- تحليل تأثيرات تعرض المعلمين و الطلبة لوسائل الإعلام ومواقع التواصل.
- تحديد الفجوات في المعرفة والمهارات الإعلامية والمعلوماتية لدى المعلمين و الطلبة.
- تحليل البيئة التعليمية الداخلية والخارجية لتحديد الفرص والتحديات.
- اقتراح تدخلات علمية و تدريبية لتعزيز مهارات الألفبائية الإعلامية في المدارس المستهدفة.

الأهمية العلمية والعملية للدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهمية كبيرة على المستويين العلمي والعملية. فعلى الصعيد العلمي، تسهم في سد الفجوة البحثية حول واقع الألفبائية الإعلامية والمعلوماتية في البيئة التعليمية اليمنية، حيث تقدم تحليلاً دقيقاً لمستوى وعي المعلمين والطلاب بمفاهيم التربية الإعلامية وتأثير وسائل الإعلام على العملية التعليمية. كما تتيح الفرصة للباحثين وصانعي القرار للاطلاع على بيانات ميدانية موثوقة تسهم في تطوير مناهج تعليمية حديثة تلبي احتياجات المجتمع.

أما من الناحية العملية، فإن نتائج الدراسة تقدم حلولاً وتوصيات قابلة للتطبيق تهدف إلى تحسين مهارات التربية الإعلامية للطلاب والمعلمين على حد سواء. فمع تزايد انتشار وسائل التواصل الاجتماعي والمصادر الرقمية، تصبح الحاجة ملحة لإعداد الأجيال القادمة بمهارات التفكير النقدي والتحقق من المعلومات، مما يحد من انتشار الأخبار المضللة ويعزز الاستخدام الواعي والمسؤول للإعلام. كما يمكن أن تساعد هذه الدراسة الجهات التعليمية والمنظمات المحلية والدولية في وضع سياسات وبرامج تدريبية تعزز الثقافة الإعلامية والمعلوماتية، وتسهم في بناء مجتمع أكثر وعياً واستقراراً.

منهجية تنفيذ الدراسة:

موجه للطلاب، بهدف قياس مستوى الوعي بمفاهيم التربية الإعلامية، ومدى تأثير وسائل الإعلام في البيئة التعليمية، ومدى التعرض للأخبار المضللة وخطاب الكراهية.

اعتمدت الدراسة على منهجية بحثية مختلطة تجمع بين الأساليب الوصفية والاستدلالية لتحقيق أهدافها. تضمنت هذه المنهجية الخطوات التالية:

تحليل البيانات:

تمت معالجة البيانات التي تم جمعها باستخدام البرامج الإحصائية (SPSS وExcel) لتحليل النزعات المركزية والتشتت، مما ساعد في تقديم فهم أعمق للفجوات المعرفية والمهاراتية.

الزيارات الميدانية:

تم إجراء زيارات ميدانية للمدارس المستهدفة في محافظتي تعز وحضرموت للتعرف على واقع الألفبائية الإعلامية والمعلوماتية، وجمع البيانات الأولية، إضافة إلى تصميم أدوات البحث المناسبة.

تحليل النتائج وتقديم التوصيات:

تم تحليل النتائج تحليلًا وصفيًا واستدلاليًا لتحديد الفجوات المعرفية والاحتياجات التدريبية، ثم تقديم توصيات عملية لمعالجتها.

الاستبيانات:

تم تطوير استبيانين منفصلين؛ الأول موجه لمعلمي المواد الإنسانية ومشرفي الأنشطة الثقافية في مدارس الثانوية العامة، والثاني

مجتمع الدراسة:

يتمثل في مجتمع الدراسة في معلمي وطلبة الثانوية العامة في محافظتي تعز وحضرموت.

عينة الدراسة:

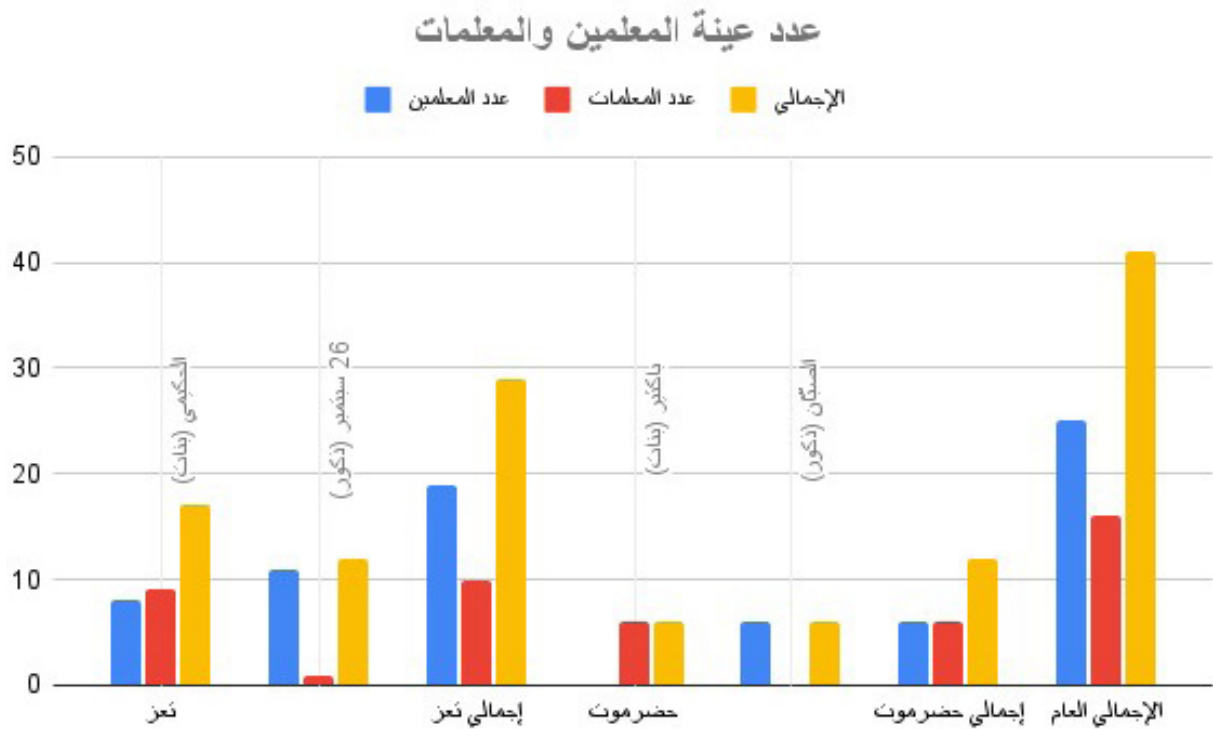
استهدفت الدراسة معلمي وطلبة الثانوية العامة في محافظتي تعز وحضرموت، حيث تم اختيار أربع مدارس نموذجية للمشاركة في البحث:

- **مدرستان في تعز:** مدرسة الحكيمي (إناث)، ومدرسة 26 سبتمبر (ذكور).
- **مدرستان في حضرموت (سيئون):** مدرسة باكثر (إناث)، ومدرسة الصبان (ذكور).

تم اختيار جميع معلمي المواد الإنسانية (الاجتماعيات، اللغة العربية، اللغة الإنجليزية، التربية الإسلامية) إضافة إلى مشرفي الأنشطة الثقافية ذات الصلة. وشملت العينة طلابًا وطالبات من المدارس المستهدفة، حيث يوضح الجدولان التاليان تفاصيل التوزيع العددي للعينة:

عدد عينة المعلمين والمعلمات				
محافظة	المدرسة	عدد المعلمين	عدد المعلمات	الإجمالي
تعز	الحكمي (بنات)	8	9	17
	26 سبتمبر (ذكور)	11	1	12
إجمالي تعز		19	10	29
حضرموت	باكثير (بنات)	0	6	6
	الصبان (ذكور)	6	0	6
إجمالي حضرموت		6	6	12
الإجمالي العام		25	16	41

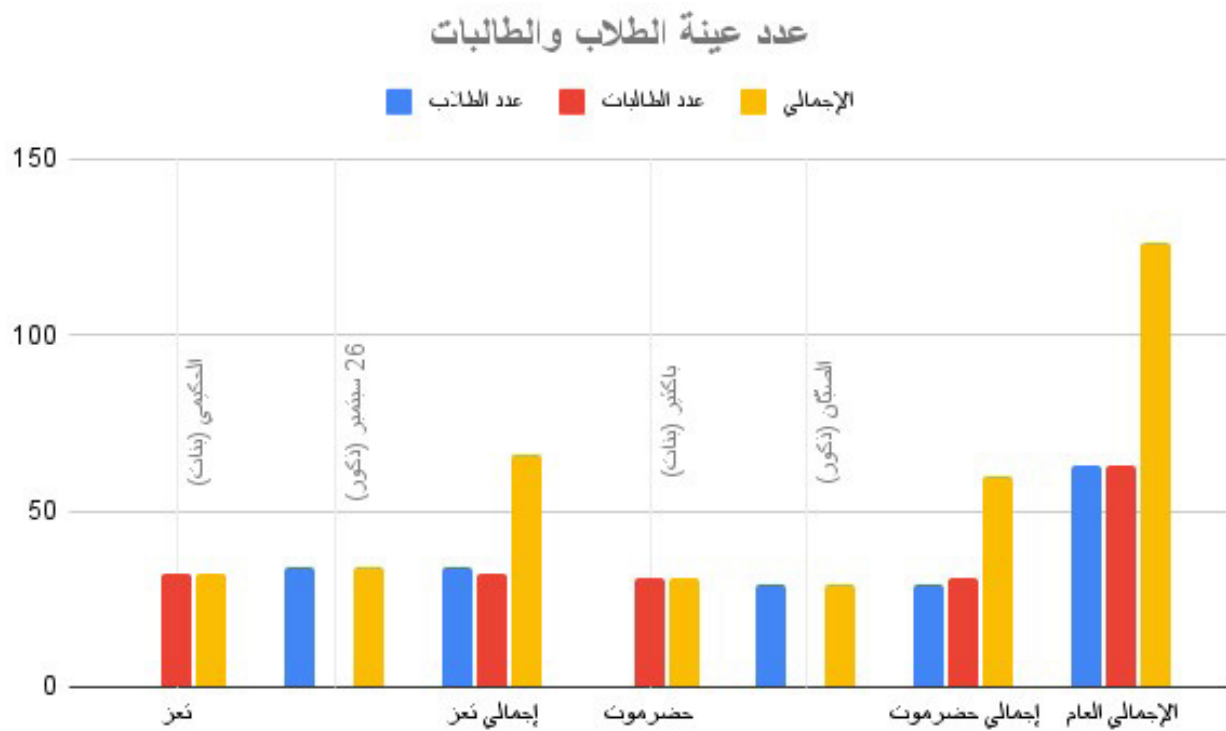
جدول 1 عدد عينة الدراسة من المعلمين والمعلمات



مبيان 1 عدد عينة الدراسة من المعلمين والمعلمات

عدد عينة الطلاب والطالبات				
المحافظة	المدرسة	عدد الطلاب	عدد الطالبات	الإجمالي
تعز	الحكيمي (بنات)	0	32	32
	26 سبتمبر (ذكور)	34	0	34
إجمالي تعز		34	32	66
حضر موت	باكثير (بنات)	0	31	31
	الصّبّان (ذكور)	29	0	29
إجمالي حضر موت		29	31	60
الإجمالي العام		63	63	126

جدول 2 عدد عينة الطلاب والطالبات



مبيان 2 عدد عينة الطلاب والطالبات

القسم الأول:

نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بواقع التربية الإعلامية والمعلوماتية في محافظتي تعز وحضرموت من وجهة نظر المعلمين والمشرفين التربويين



مقدمة:

تتناول هذه الدراسة في هذا القسم واقع التربية الإعلامية والمعلوماتية لدى المعلمين والمشرفين التربويين في محافظتي تعز وحضرموت، حيث تهدف إلى قياس مستوى الوعي والمعرفة بالتربية الإعلامية، والوقوف على أبرز التحديات التي تواجه إدماجها في العملية التعليمية. كما تسلط الضوء على أنماط استخدام المعلمين لوسائل الإعلام والتقنيات الحديثة، وتأثيراتها على أدائهم المهني، بالإضافة إلى اقتراح سبل تطوير المناهج والتدريب في هذا المجال الحيوي.

المحور الأول:

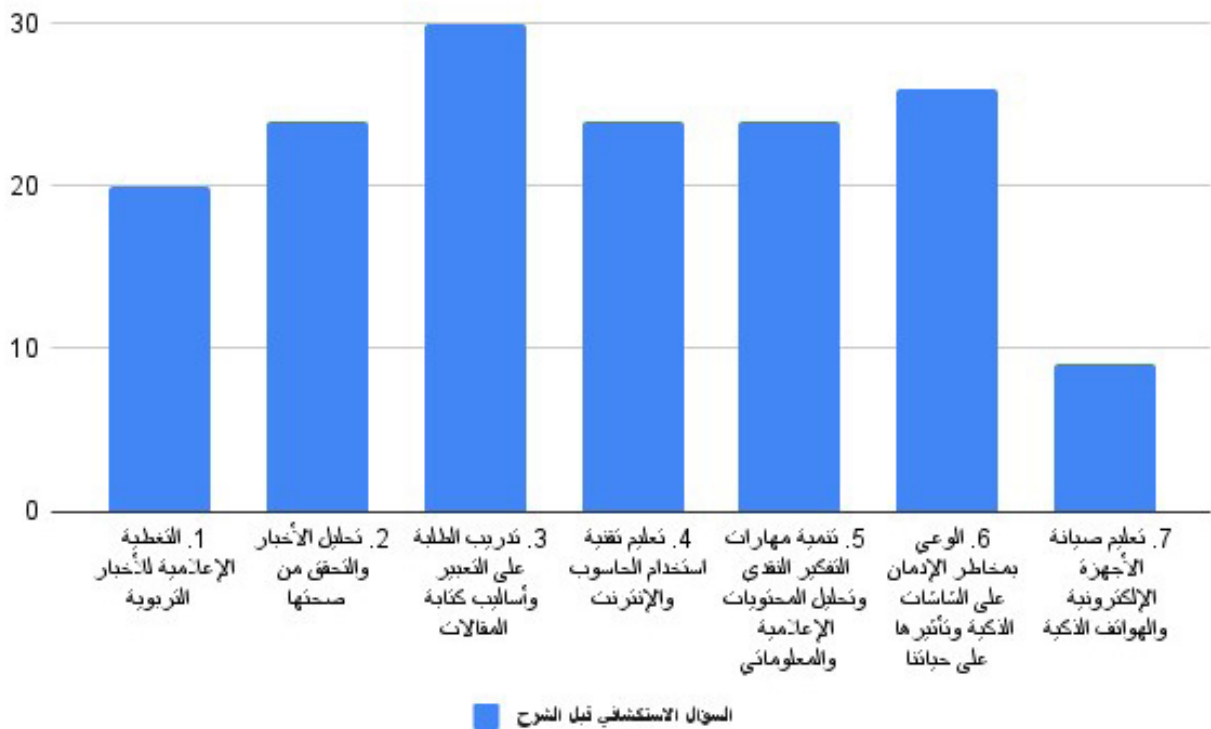
الوعي بمفهوم ومهارات التربية الإعلامية والمعلوماتية:

يهدف هذا المحور إلى تحليل مدى معرفة المعلمين بمفهوم التربية الإعلامية، ومدى إدراكهم للمهارات المرتبطة بها قبل وبعد تقديم تعريف واضح لها. يساعد هذا التحليل في تحديد الفجوات المعرفية وإبراز الحاجة إلى تعزيز وعي المعلمين بأهمية التربية الإعلامية.



قبل قراءة التعريف : أي المهارات التالية له علاقة بالتربية الإعلامية والمعلوماتية؟						
البند	العدد الكلي	العدد	التمثيل البصري	النسبة المئوية	(المتوسط الحسابي)	الانحراف المعياري
1. التغطية الإعلامية للأخبار التربوية	41	20		% 48.8	0.488	0.490
2. تحليل الأخبار والتحقق من صحتها	41	24		% 58.5	0.585	0.493
3. تدريب الطلبة على التعبير وأساليب كتابة المقالات	41	30		% 73.2	0.732	0.443
4. تعليم تقنية استخدام الحاسوب والإنترنت	41	24		% 58.5	0.585	0.493
5. تنمية مهارات التفكير النقدي وتحليل المحتويات الإعلامية والمعلوماتية	41	24		% 58.5	0.585	0.493
6. الوعي بمخاطر الإدمان على الشاشات الذكية وتأثيرها على حياتنا	41	26		% 63.4	0.634	0.482
7. تعليم صيانة الأجهزة الإلكترونية والهواتف الذكية	41	9		% 22.0	0.220	0.415

جدول 3 السؤال الاستكشافي قبل قراءة التعريف للمعلمين

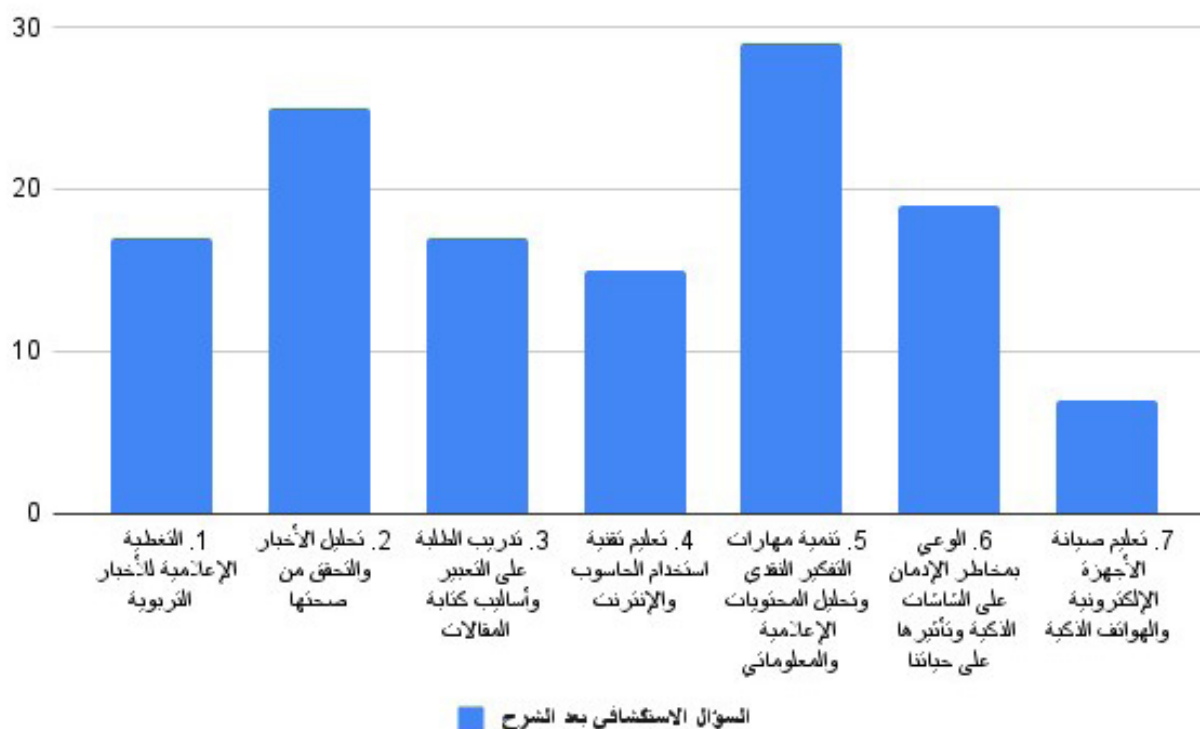


مبيان 3 السؤال الاستكشافي قبل قراءة التعريف للمعلمين

بعد قراءة التعريف: أي المهارات التالية له علاقة بالتربية الإعلامية والمعلوماتية؟

البند	العدد الكلي	عدد الإجابات الإيجابية	التمثيل البصري	النسبة المئوية	(المتوسط الحسابي)	الانحراف المعياري
1. التغطية الإعلامية للأخبار التربوية	41	17		% 41.5	0.415	0.078
2. تحليل الأخبار والتحقق من صحتها	41	25		% 61.0	0.659	0.083
3. تدريب الطلبة على التعبير وأساليب كتابة المقالات	41	17		% 41.5	0.415	0.078
4. تعليم تقنية استخدام الحاسوب والإنترنت	41	15		% 36.6	0.366	0.076
5. تنمية مهارات التفكير النقدي وتحليل المحتويات الإعلامية والمعلوماتية	41	29		% 70.7	0.707	0.072
6. الوعي بمخاطر الإدمان على الشاشات الذكية وتأثيرها على حياتنا	41	19		% 46.3	0.463	0.079
7. تعليم صيانة الأجهزة الإلكترونية والهواتف الذكية	41	7		% 17.1	0.171	0.059

جدول 4 السؤال الاستكشافي بعد قراءة التعريف للمعلمين



مبيان 4 السؤال الاستكشافي بعد قراءة التعريف للمعلمين

التحليل والفجوات:

إدراكاتهم، وأصبح هناك وعي أكبر بدور التفكير النقدي والتحقق من الأخبار.

التحليل الاستدلالي:

يشير هذا التغير إلى أن نقص المعرفة ليس بالضرورة بسبب ضعف الاهتمام، وإنما بسبب قلة التوعية والتدريب. لذا، فإن توفير برامج تثقيفية قد يسد الفجوة بين الفهم الأولي والفهم المتخصص.

ومن خلال الجدولين والمبيانين المرفقين يمكن تحليل البيانات على النحو الآتي:

التحليل الوصفي:

أظهرت النتائج أن وعي المعلمين بمفهوم التربية الإعلامية والمعلوماتية كان محدوداً قبل تعريفهم به، حيث كانت النسب متفاوتة في تحديد المهارات المتعلقة به. بعد تعريفهم، تغيرت

الفجوات والمعالجات:

ج. ضعف في إدراك ارتباط التفكير النقدي بالتربية الإعلامية رغم التحسن بعد التعريف (من 0.585 إلى 0.707).

د. ضعف الوعي بمخاطر الإدمان على الشاشات الذكية (46.3% بعد التعريف).

وتشير النتائج إلى أن هناك خلط معرفي بين مفاهيم التربية الإعلامية، وهناك تفاوت في إدراك المعلمين لمفهوم ومهارات التربية الإعلامية والمعلوماتية قبل وبعد قراءة التعريف. وضعف في ربط بعض المهارات الأساسية بمفهوم التربية الإعلامية مما يدل على ضبابية في الرؤية.

المعالجات المقترحة:

1. تضمين تعريف واضح وشامل للتربية الإعلامية والمعلوماتية في البرامج التدريبية.

2. توضيح العلاقة بين المهارات المختلفة والتربية الإعلامية والمعلوماتية.

أ. ضعف إدراك الفرق بين الإعلام التربوي والتربية الإعلامية والمعلوماتية: في فقرة "التغطية الإعلامية للأخبار التربوية" تبين وجود خلط كبير بين الإعلام التربوي والتربية الإعلامية وقد تحسن إدراك الفارق بعد تقديم تعريف للتربية الإعلامية والمعلوماتية و تكرار السؤال الاستكشافي ولكن هذا التحسن محدود جداً فقد كان المتوسط الحسابي قبل قراءة التعريف: 0.488 وبعد القراءة أصبح المتوسط الحسابي 0.415

وتكشف النتائج تدني المعرفة بالفرق بين التربية الإعلامية والإعلام التربوي، مما ينعكس سلباً على عدم إدراك المعلمين بدورهم في إعداد الطلبة للتعامل مع البيئة الإعلامية الرقمية الحديثة.

ب. ضعف في إدراك علاقة التربية الإعلامية بتحليل الأخبار والتحقق من صحتها:

المتوسط الحسابي قبل التعريف: 0.585
المتوسط الحسابي بعد التعريف: 0.659

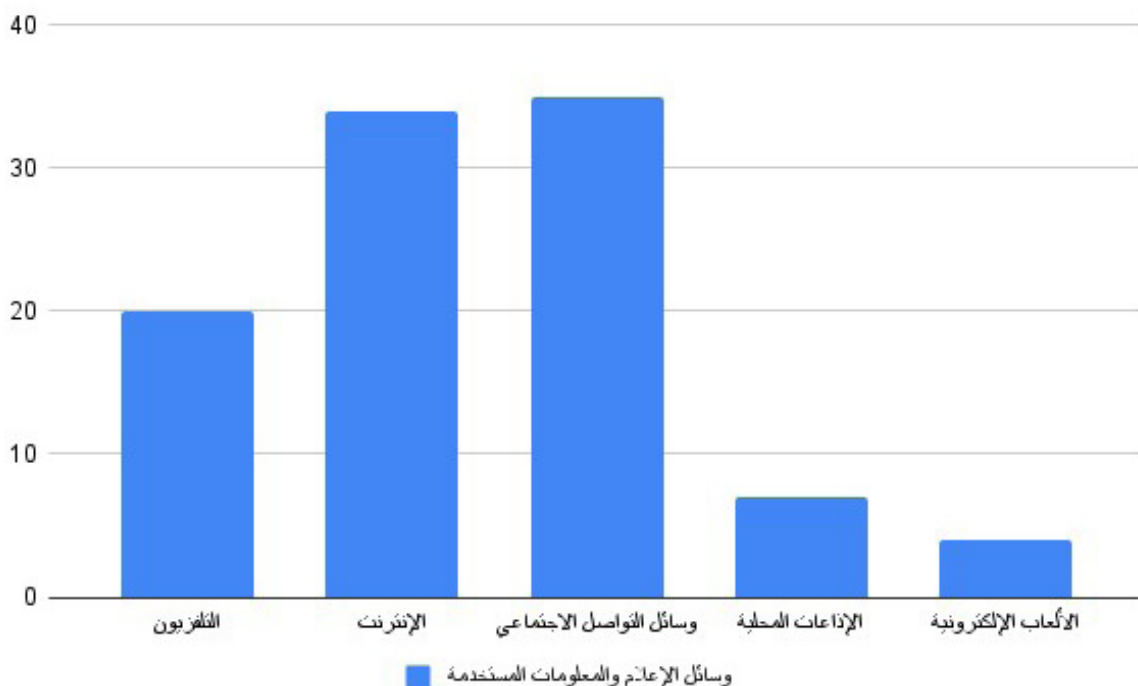
المحور الثاني:

وسائل الإعلام والمعلومات والتقنية المستخدمة يوميًا

يركز هذا المحور على دراسة أكثر الوسائل الإعلامية والتقنيات الرقمية استخدامًا من قبل المعلمين، مما يوضح المصادر الأساسية التي يعتمدون عليها في استقاء المعلومات والوسائل التكنولوجية التي تؤثر على بيئتهم المهنية والتعليمية

وسائل الإعلام والمعلومات والتقنيات المستخدمة يوميًا							
م	البند	العدد الكلي	عدد الإجابات الإيجابية	التمثيل البصري	النسبة المئوية	(المتوسط الحسابي)	الانحراف المعياري
1	التلفزيون	41	20		% 48.8	0.488	0.499
2	الإنترنت	41	34		% 82.9	0.829	0.059
3	وسائل التواصل الاجتماعي	41	35		% 85.4	0.854	0.056
4	الإذاعات المحلية	41	7		% 17.1	0.171	0.059
5	الألعاب الإلكترونية	41	4	I	% 9.8	0.098	0.047

جدول 5 وسائل الإعلام والمعلومات الأكثر استخداما



مبيان 5 وسائل الإعلام والمعلومات الأكثر استخداما

التحليل والفجوات:

التحليل الاستدلالي:

يظهر هذا الاعتماد الكبير على الوسائل الرقمية أن المعلمين أكثر اندماجًا مع الإعلام التفاعلي، مما يعني أن التربية الإعلامية يجب أن تركز على تنمية مهارات التعامل مع هذه المنصات بدلاً من التركيز على الوسائل التقليدية

التحليل والفجوات:

ومن خلال الجدول والمبيان المرفقين يمكن تحليل البيانات على النحو الآتي:

التحليل الوصفي:

كانت وسائل التواصل الاجتماعي والإنترنت الأكثر استخدامًا بين المعلمين، بينما كانت الإذاعات المحلية والألعاب الإلكترونية الأقل استخدامًا.

الفجوات:

تشير النتائج إلى استخدام مرتفع للإنترنت (82.9%) ووسائل التواصل الاجتماعي (85.4%)، مقابل استخدام منخفض للإذاعات (17.1%) والتلفزيون (48.8%).

المعالجات المقترحة:

التركيز في البرامج التدريبية على تأثير استخدام مواقع التواصل والانترنت على حياتنا الإيجابية والسلبية وتقنيات الاستخدام الذكي وكيفية إدماج هذه المهارات في المناهج الدراسية.

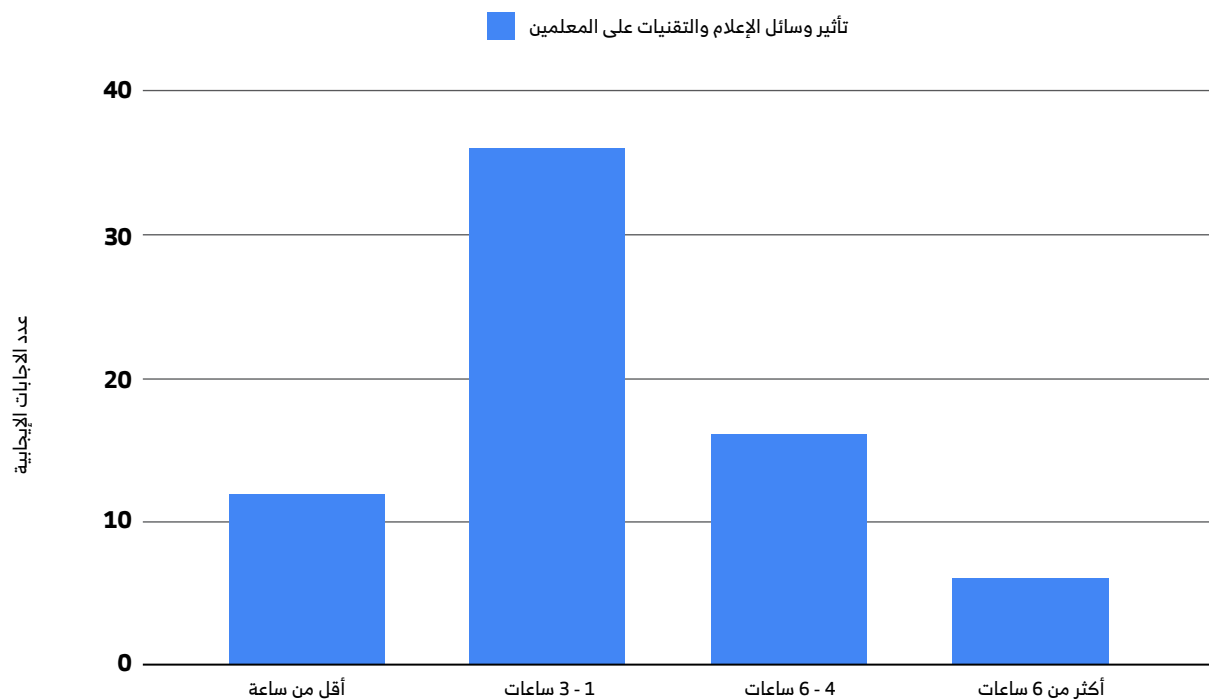
المحور الثالث:

الزمن اليومي لاستخدام وسائل الإعلام والتقنيات

يستعرض هذا المحور مقدار الوقت الذي يقضيه المعلمون في استخدام وسائل الإعلام المختلفة يوميًا، مما يساعد في تقييم مدى اعتمادهم على هذه الوسائل وتأثير ذلك على حياتهم المهنية والشخصية.

الزمن اليومي لاستخدام وسائل الإعلام والمعلومات							
م	البند	العدد الكلي	عدد الإجابات الإيجابية	التمثيل البصري	النسبة المئوية	(المتوسط الحسابي)	الانحراف المعياري
1	أقل من ساعة	41	6	II	% 14.6	0.146	0.056
2	1 - 3 ساعات	41	18	IIIIIIII	% 43.9	0.439	0.078
3	4 - 6 ساعات	41	8	III	% 19.5	0.195	0.063
4	أكثر من 6 ساعات	41	3	I	% 7.3	0.073	0.041

جدول 6 الزمن اليومي للاستخدام



مبيان 6 الزمن اليومي للاستخدام

التحليل والفجوات:

التحليل الاستدلالي:

يمكن تفسير هذا السلوك بأنه مؤشر على الاستخدام المعتدل، مما يعني أن المعلمين لا يعتمدون بشكل مفرط على هذه الوسائل. ومع ذلك، يجب التركيز على جودة المحتوى المستهلك أكثر من مدة الاستخدام.

من خلال الجدول والمبيان المرفقين يمكن تحليل البيانات على النحو الآتي:

التحليل الوصفي:

قضى معظم المعلمين من 1 إلى 3 ساعات يوميًا في استخدام وسائل الإعلام، بينما كان الاستخدام لأكثر من 6 ساعات محدودًا جدًا.

الفجوات والمعالجات:

تشير النتائج إلى أن 43.9 % يستخدمون وسائل الإعلام من 1 - 3 ساعات يوميًا، بينما 14.6 % فقط يستخدمونها أقل من ساعة.

الفجوة: لا توجد استراتيجيات واضحة لدى المعلمين في إدارة الوقت المخصص لاستخدام الإعلام والتكنولوجيا في التعليم، مما قد يؤثر على إنتاجيتهم الشخصية والمهنية.

المعالجات المقترحة:

تضمين البرامج التدريبية تدريب للتعريف على الاستخدام المتوازن لوسائل الإعلام

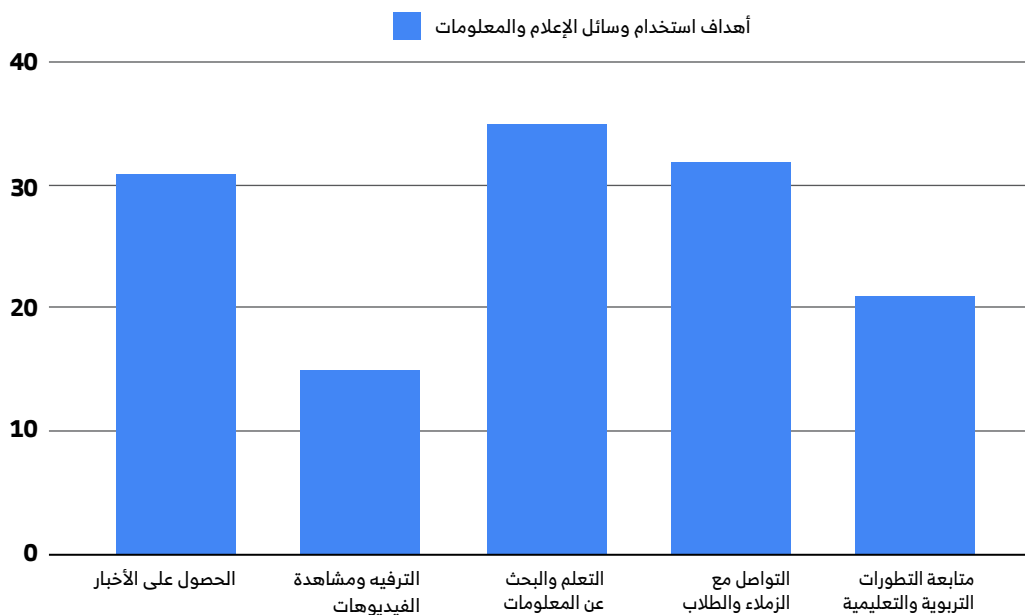
المحور الرابع:

أهداف استخدام وسائل الإعلام والمعلومات

يبحث هذا المحور في الأغراض التي يستخدم فيها المعلمون وسائل الإعلام والمعلومات، سواء كان ذلك للتعليم، البحث، الترفيه، أو التواصل، مما يوفر تصورًا واضحًا حول الدور الذي تلعبه هذه الوسائل في حياتهم.

أهداف استخدام وسائل الإعلام والمعلومات							
م	البند	العدد الكلي	عدد الإجابات الإيجابية	التمثيل البصري	النسبة المئوية	(المتوسط الحسابي)	الانحراف المعياري
1	الحصول على الأخبار	41	31		% 75.6	0.756	0.429
2	الترفيه ومشاهدة الفيديوهات	41	15		% 36.6	0.366	0.482
3	التعلم والبحث عن المعلومات	41	35		% 85.4	0.854	0.353
4	التواصل مع الزملاء والطلاب	41	32		% 78.0	0.780	0.414
5	متابعة التطورات التربوية والتعليمية	41	21		% 51.2	0.512	0.500

جدول 7 أهداف الاستخدام



مبيان 7 أهداف الاستخدام

التحليل والفجوات:

التحليل الاستدلالي:

يشير ذلك إلى أن المعلمين يستفيدون بشكل أساسي من الإعلام في تطوير مهاراتهم المهنية والتعليمية، مما يعني أن تعزيز التربية الإعلامية في التعليم يجب أن يركز على مهارات البحث والتقييم النقدي.

ومن خلال الجدول والمبيان المرفقين يمكن تحليل البيانات على النحو الآتي:

التحليل الوصفي:

أبرز أهداف الاستخدام كانت البحث عن المعلومات والتعلم، يليه التواصل مع الزملاء والطلاب، بينما كان الترفيه في مرتبة أدنى.

الفجوات والمعالجات:

تشير النتائج إلى أن 85.4 % من المعلمين يستخدمون الإنترنت للبحث عن المعلومات، لكن 36.6 % فقط يستخدمونه للترفيه. ولكن 51.2 % فقط يتابعون التطورات التربوية والتعليمية عبر الإنترنت.

والنتائج تشير إلى الحاجة إلى تعزيز استخدام المعلمين للإعلام الرقمي في متابعة المستجدات التربوية والاستفادة منها في التدريس.

المعالجات المقترحة:

تضمن البرامج التدريبية مهارات استكشاف المعلومات و بعض الاستخدامات التعليمية لمواقع التواصل الاجتماعي والاستخدام الذكي للتطبيقات الذكية

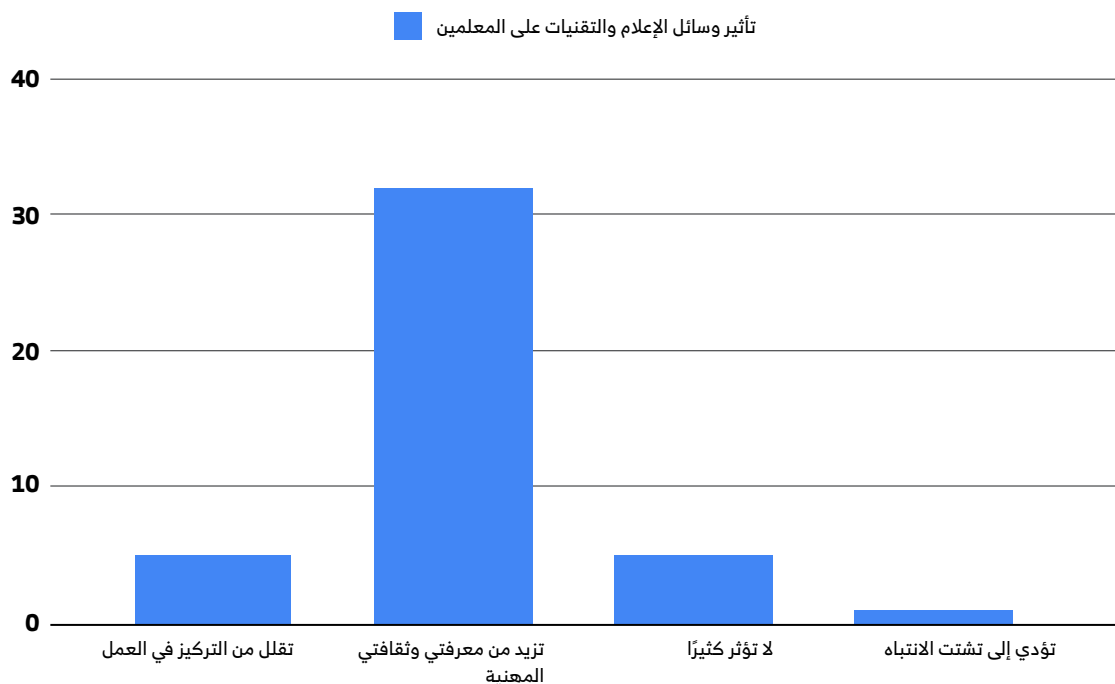
المحور الخامس:

تأثيرات استخدام وسائل الإعلام والتقنيات على المعلمين

يحلل هذا المحور مدى تأثير وسائل الإعلام والتكنولوجيا على المعلمين، سواء من حيث تعزيز معارفهم ومهاراتهم المهنية أو من حيث تأثيرها السلبي على تركيزهم وأدائهم في بيئة العمل.

تأثير وسائل الإعلام والتقنيات على المعلمين							
م	البند	العدد الكلي	عدد الإجابات الإيجابية	التمثيل البصري	النسبة المئوية	(المتوسط الحسابي)	الانحراف المعياري
1	تقلل من التركيز في العمل		5		% 12.2	0.122	0.327
2	تزيد من معرفتي وثقافتي المهنية		32		% 78.0	0.780	0.414
3	لا تؤثر كثيرًا		5		% 12.2	0.122	0.327
4	تؤدي إلى تشتت الانتباه		1	I	% 2.4	0.024	0.155

جدول 8 تأثير الاستخدام على المعلمين



مبيان 8 تأثير الاستخدام على المعلمين

التحليل والفجوات:

من خلال الجدول والمبيان المرفقين يمكن تحليل البيانات على النحو الآتي:

التحليل الوصفي:

كانت الفائدة الأكبر لوسائل الإعلام هي تعزيز الثقافة المهنية، بينما كان تأثيرها السلبي على التركيز والتشتت محدودًا.

التحليل الاستدلالي:

يدل هذا على أن الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام قد يكون إيجابيًا للمعلمين، ومع ذلك يجب توخي الحذر من المعلومات المضللة التي قد تؤثر على العملية التعليمية.

الفجوات والمعالجات:

تشير النتائج إلى أن 78.0% يقولون إن وسائل الإعلام تزيد من معرفتهم وثقافتهم المهنية في حين يرى 12.2% فقط أنها تقلل من تركيزهم في العمل. وتعني هذه النتائج يوجد وعي عالي بأهمية وسائل الاعلام في تطوير المعرفة والثقافة المهنية، مع وجود قلق نسبي بشأن تشتت الانتباه وتأثيره على التركيز

المعالجات المقترحة:

بناء على الوعي المرتفع في هذا المحور يتم التركيز على كيفية الاستغلال الأمثل لوسائل الاعلام في تطوير المعرفة والثقافة المهنية من خلال التركيز على مهارات البحث عن المعلومات ضمين مهارات الاستكشاف والوصول في كفايات التربية الإعلامية والمعلوماتية.

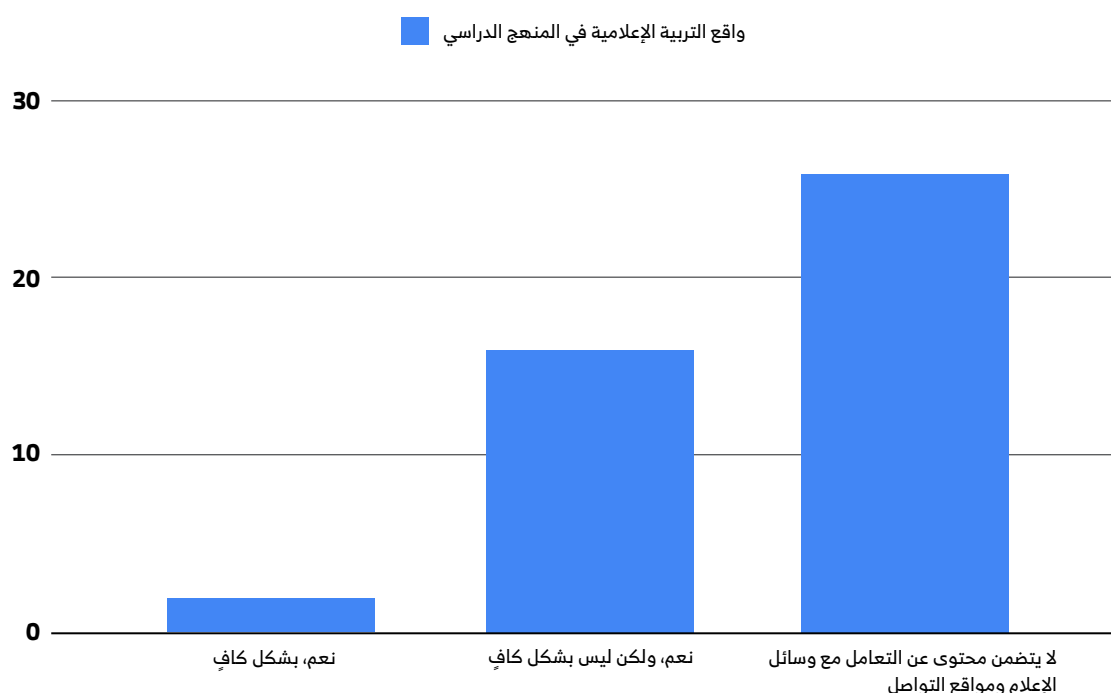
المحور السادس:

واقع التربية الإعلامية في المناهج الدراسية

يركز هذا المحور على مدى تضمين مفاهيم التربية الإعلامية في المناهج الدراسية، وما إذا كانت المناهج الحالية تلبي احتياجات الطلاب والمعلمين في هذا المجال.

واقع التربية الإعلامية في المنهج الدراسي						
م	البند	عدد الإجابات الإيجابية	التمثيل البصري	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	نعم، بشكل كافٍ	2	II	4.9%	0.049	0.216
2	نعم، ولكن ليس بشكل كافٍ	16		39.0%	0.390	0.488
3	لا يتضمن محتوى عن التعامل مع وسائل الإعلام ومواقع التواصل	26		63.4%	0.634	0.482

جدول 9 واقع التربية الإعلامية



مبيان 9 واقع التربية الإعلامية

التحليل والفجوات:

التحليل الاستدلالي:

يشير ذلك إلى وجود فجوة في المناهج التعليمية تستوجب إدماج التربية الإعلامية بشكل منهجي لتعزيز مهارات النقد والتحليل لدى الطلاب.

ومن خلال الجدول والمبيان المرفقين يمكن تحليل البيانات على النحو الآتي:

التحليل الوصفي:

أفاد 63.4 % من المعلمين بأن المناهج لا تتضمن محتوى كافٍ حول التربية الإعلامية.

الفجوات والمعالجات:

المعالجات المقترحة:

تدريب المعلمين على كفية تضمين مهارات التربية الإعلامية من خلال الحصص التي تسمح بذلك مثل حصص التعبير في اللغة العربية وحصص الأنشطة. وتدريب المعلمين على كيفية توسيع بعض المهارات المفاهيم الموجودة في المنهج الدراسي والتي تتعلق بصورة غير مباشر بالتربية الإعلامية والمعلوماتية مثل حصص الحاسوب إذا وجدت وبعض الدروس في التربية الإسلامية والوطنية.

تشير النتائج إلى أن 63.4 % من المعلمين يؤكدون أن المناهج لا تحتوي على محتوى عن التربية الإعلامية، ويرى 39 % أن المحتوى موجود ولكن ليس بشكل كافٍ مع التنبيه على وجود ضبابية في مفهوم التربية الإعلامية والمعلوماتية وأن الدراسة حرصت على معالجة هذه الضبابية في المحاور الأول للحصول على تقديرات أكثر دقة لبقية الأسئلة.

وتكشف هذه النتائج أن هناك غياب التربية الإعلامية في المناهج الدراسية و يضع مسؤولية إضافية على المعلمين لتعويض هذا النقص بأنفسهم.

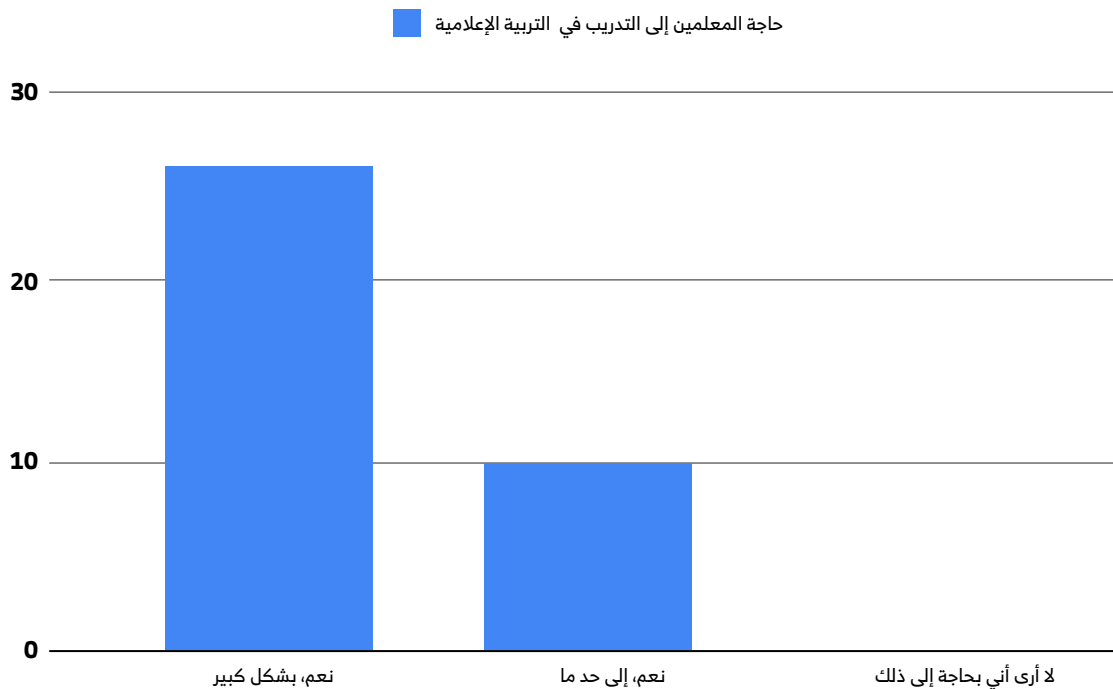
المحور السابع:

حاجة المعلمين إلى التدريب في التربية الإعلامية

يستكشف هذا المحور مدى حاجة المعلمين إلى التدريب في التربية الإعلامية، ومدى استعدادهم لتلقي برامج تدريبية متخصصة لتطوير مهاراتهم في هذا المجال.

حاجة المعلمين إلى التدريب في التربية الإعلامية						
م	البند	عدد الإجابات الإيجابية	التمثيل البصري	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	نعم، بشكل كبير	26		%63.4	0.634	0.482
2	نعم، إلى حد ما	10		%24.4	0.244	0.429
3	لا أرى أي حاجة إلى ذلك	0		% 0.0	0.000	0.000

جدول 10 حاجة المعلمين للتدريب



مبيان 10 حاجة المعلمين للتدريب

التحليل والفجوات:

التحليل الاستدلالي:

يدل ذلك على وجود طلب حقيقي لتطوير مهارات المعلمين، مما يستلزم إنشاء برامج تدريبية مهنية لتعزيز قدراتهم في التعامل مع المحتوى الإعلامي.

ومن خلال الجدول والمبيان المرفقين يمكن تحليل البيانات على النحو الآتي:

التحليل الوصفي:

63.4 % من المعلمين أكدوا حاجتهم إلى تدريب مكثف في التربية الإعلامية.

الفجوات والمعالجات:

يرى 63.4 % أنهم بحاجة ماسة للتدريب في التربية الإعلامية، ويشير 24.4 % إلى احتياجهم إلى التدريب في التربية الإعلامية بصورة متوسطة وهذا يعني أكثر 87.8 % يؤكدون حاجتهم للتدريب ولم يحدد بقية العينة مواقفهم وهذا يشير إلى وجود ضبابية حول المفهوم عند نسبة من المعلمين. وتبين النتائج وجود حاجة كبيرة للتدريب في مجال التربية الإعلامية وهذا يشير إلى ضعف المهارات العملية في تطبيق التربية الإعلامية في الفصول الدراسية.

المعالجات المقترحة:

توجد أهمية كبيرة لتنظيم دورات تدريبية وفاعليات توعوية بمهارات التربية الإعلامية والمعلوماتية.

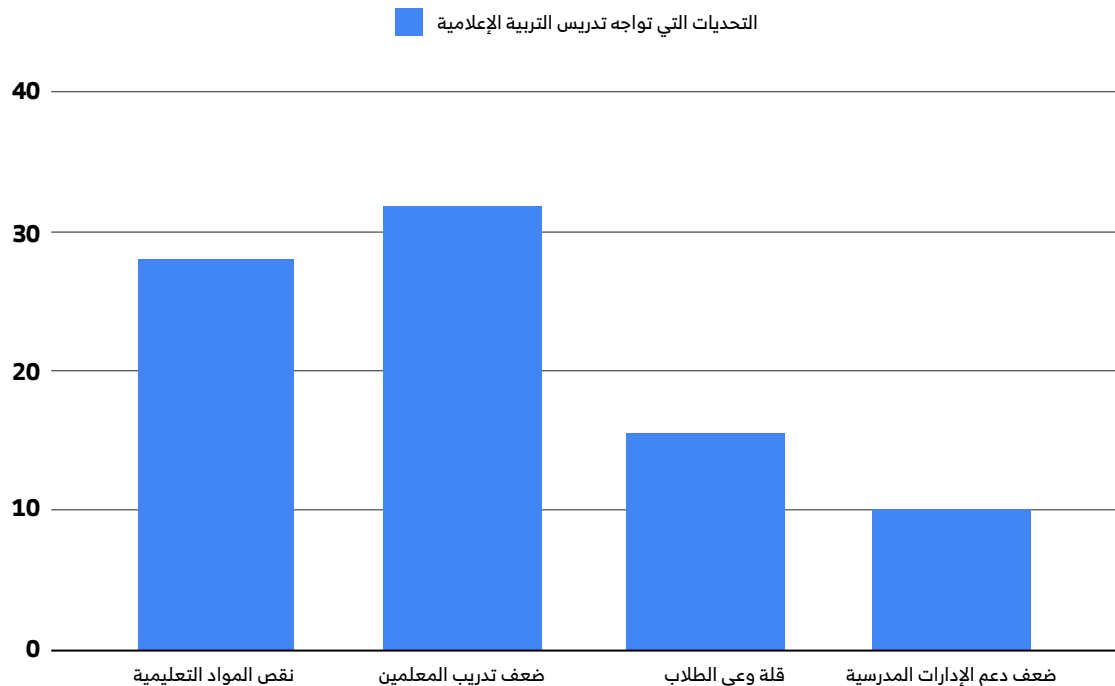
المحور الثامن:

التحديات التي تواجه تدريس التربية الإعلامية

يستعرض هذا المحور أبرز العقبات التي تعيق تدريس التربية الإعلامية في المدارس، مثل نقص الموارد، ضعف تدريب المعلمين، وقلة وعي الطلاب.

التحديات التي تواجه تدريس التربية الإعلامية						
م	البند	عدد الإجابات الإيجابية	التمثيل البصري	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	نقص المواد التعليمية	28		% 68.3	0.683	0.465
2	ضعف تدريب المعلمين	33		% 80.5	0.805	0.396
3	قلة وعي الطلاب	16		% 39.0	0.390	0.488
4	ضعف دعم الإدارات المدرسية	10		% 24.4	0.244	0.429

جدول 11 تحديات تدريس التربية الإعلامية



مبيان 11 تحديات تدريس التربية الإعلامية

التحليل والفجوات:

التحليل الاستدلالي:

تشير النتائج إلى أن تطوير التدريب المهني وتأمين الموارد المناسبة سيكونان المفتاح لتجاوز هذه العقبات وتعزيز التربية الإعلامية في المدارس.

من خلال الجدول والمبيان المرفقين يمكن تحليل البيانات على النحو الآتي:

التحليل الوصفي:

أبرز التحديات كانت ضعف تدريب المعلمين ونقص المواد التعليمية، بينما كان ضعف وعي الطلاب تحديًا أقل نسبيًا.

الفجوات والمعالجات:

يرى 80.5% أن أهم التحديات التي تواجه تدريس التربية الإعلامية هي ضعف تدريب المعلمين، ويشير 68.3% إلى مشكلة ضعف البنية التحتية في مؤسسات التعليم و نقص المواد التعليمية. الفجوة: ضعف تدريب المعلمين ونقص الموارد التعليمية هما أكبر التحديات التي تعيق تدريس التربية الإعلامية.

المعالجة المقترحة:

تشير النتائج إلى أهمية اقتراح البرامج التدريبية لمعالجة هذا التحدي بالإضافة إمكانية تدريب المعلمين على كيفية تطوير مواد تعليمية متخصصة في التربية الإعلامية

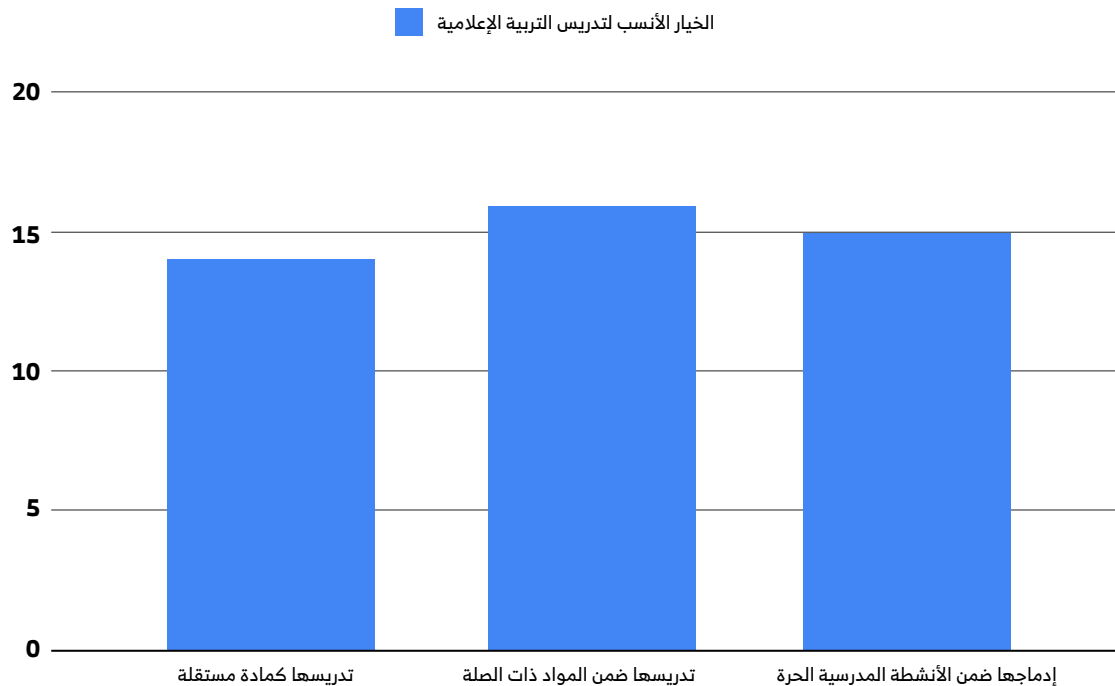
المحور التاسع:

الخيار الأنسب لتدريس التربية الإعلامية

يناقش هذا المحور الطريقة المثلى لإدماج التربية الإعلامية في العملية التعليمية، سواء من خلال تدريسها كمادة مستقلة، دمجها في المواد ذات الصلة، أو تضمينها ضمن الأنشطة الحرة.

الخيار الأنسب لتدريس التربية الإعلامية والمعلوماتية						
م	البند	عدد الإجابات الإيجابية	التمثيل البصري	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	تدريسها كمادة مستقلة	14		34.1 %	0.341	0.474
2	تدريسها ضمن المواد ذات الصلة	16		39.0 %	0.390	0.488
3	إدماجها ضمن الأنشطة المدرسية الحرة	15		36.6 %	0.366	0.482

جدول 12 الخيار الأنسب لتدريس التربية الإعلامية



مبيان 12 الخيار الأنسب لتدريس التربية الإعلامية

التحليل والفجوات:

التحليل الاستدلالي:

يدل ذلك على أن أفضل طريقة لتدريس التربية الإعلامية هي دمجها ضمن المناهج الحالية لتعزيز تعلمها بشكل طبيعي دون زيادة العبء الدراسي.

من خلال الجدول والمبيان المرفقين يمكن تحليل البيانات على النحو الآتي:

التحليل الوصفي:

فضلت نسبة كبيرة من المعلمين دمج التربية الإعلامية في المواد ذات الصلة أو ضمن الأنشطة المدرسية بدلاً من تدريسها كمادة مستقلة.

الفجوات والمعالجات:

يفضل أغلب المعلمين 39.0% تدريس التربية الإعلامية ضمن المواد ذات الصلة، بينما 36.6% يرون أنها يمكن أن تدمج ضمن الأنشطة المدرسية. وترى النسبة الأقل أن يتم تدريس التربية الإعلامية كمادة مستقلة.

وتفيد النتائج أنه لا يوجد اتفاق حول الطريقة المثلى لإدماج التربية الإعلامية في المناهج، إلا أننا يمكن أن نقول الأغلبية مع خيار تدريسها في المواد ذات الصلة وفي الأنشطة الحرة.

المعالجة المقترحة:

بما أن الأغلبية تتفق مع خيار تدريس التربية الإعلامية في المواد ذات الصلة والأنشطة والحرة فعلى جهود الإدماج التركيز على كيفية ادماج مفاهيم ومهارات التربية الإعلامية في المواد ذات الصلة والأنشطة المختلفة.

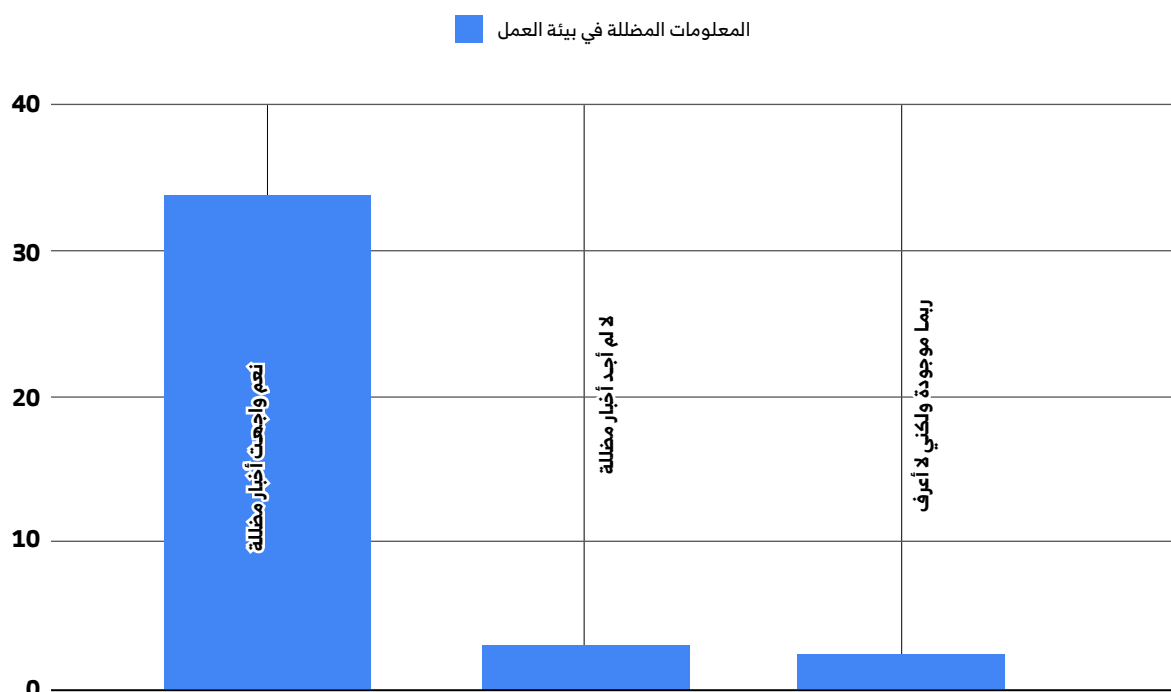
المحور العاشر:

المعلومات المضللة في بيئة العمل

يسلط هذا المحور الضوء على مدى انتشار المعلومات المضللة داخل البيئة التعليمية، وتأثيرها على العملية التعليمية، وكيفية تعامل المعلمين والطلاب مع هذه الظاهرة من خلال التربية الإعلامية.

المعلومات المضللة في بيئة العمل						
م	البند	عدد الإجابات الإيجابية	التمثيل البصري	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	نعم واجهت أخبار مضللة	34		% 82.9	0.829	0.377
2	لا لم أجد أخبار مضللة	3		% 7.3	0.073	0.260
3	ربما موجودة ولكني لا أعرف	2		% 4.9	0.049	0.216

جدول 13 المعلومات المضللة في بيئة العمل



مبيان 13 المعلومات المضللة في بيئة العمل

التحليل والفجوات:

من خلال الجدول والمبيان المرفقين يمكن تحليل البيانات على النحو الآتي:

التحليل الوصفي:

أفاد 82.9 % من المعلمين بأنهم واجهوا أضرارًا مضللة في بيئة العمل.

التحليل الاستدلالي:

يشير ذلك إلى أن التربية الإعلامية يجب أن تركز على تطوير مهارات التحقق من المعلومات لمواجهة الانتشار الواسع للأخبار الزائفة في البيئة التعليمية.

الفجوات والمعالجات:

النسبة الكبيرة للتعرض للمعلومات المضللة تفرض ضرورة تضمين اليات التحقق من المعلومات الرقمية في البرامج التدريبية الخاصة بالمعلمين.

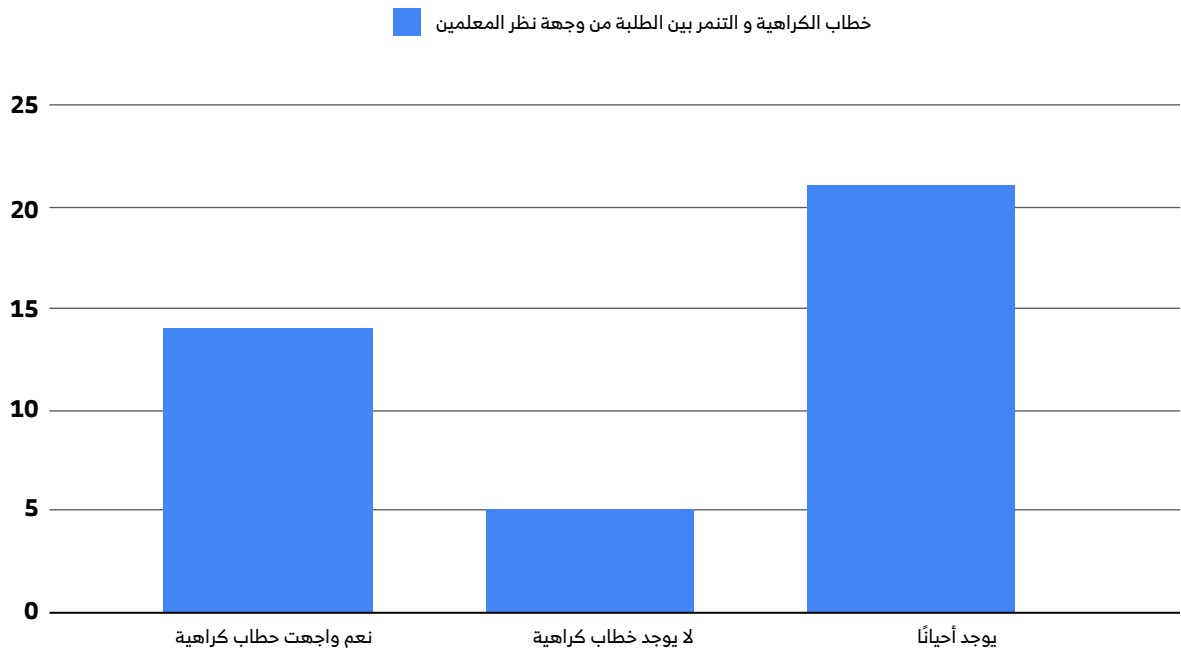
المحور الحادي عشر:

خطاب الكراهية والتنمر بين الطلبة

يبحث هذا المحور في انتشار خطاب الكراهية والتنمر بين الطلبة داخل المؤسسات التعليمية، وفقاً لوجهة نظر المعلمين، وكيف يمكن أن تسهم التربية الإعلامية في الحد من هذه الظواهر وتعزيز بيئة تعليمية آمنة.

خطاب الكراهية و التنمر بين الطلبة من وجهة نظر المعلمين						
الانحراف المعياري	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التمثيل البصري	عدد الإجابات الإيجابية	البند
0.377	0.474	0.341	% 34.1		14	نعم واجهت خطاب كراهية
0.260	0.327	0.122	% 12.2		5	لا يوجد خطاب كراهية
0.216	0.500	0.512	% 51.2		21	يوجد أحياناً

جدول 14 خطاب الكراهية في البيئة التعليمية



مبيان 14 خطاب الكراهية من وجهة نظر المعلمين

التحليل والفجوات:

التحليل الاستدلالي:

يعكس ذلك الحاجة إلى تعزيز التربية الإعلامية كوسيلة لنشر ثقافة الاحترام وتقليل السلوكيات السلبية في المجتمع المدرسي.

ومن خلال الجدول والمبيان المرفقين يمكن تحليل البيانات على النحو الآتي:

التحليل الوصفي:

افاد 51.2 % من المعلمين بوجود خطاب كراهية وتنمر أحياناً في بيئة العمل.

الفجوات والمعالجات:

يشير 51.2 % إلى وجود خطاب كراهية و يقول 34.1 % أنهم واجهوا هذا الخطاب بشكل مباشر. وتبين هذه النتائج غياب الاستراتيجيات الواضحة لدى المعلمين للتعامل مع خطاب الكراهية والتنمر داخل الصفوف الدراسية ذات العلاقة بمواقع التواصل.

المعالجة المقترحة:

تضمن اليات التعامل مع خطاب الكراهية والتنمر الرقمي في برامج التوعية والتدريب.

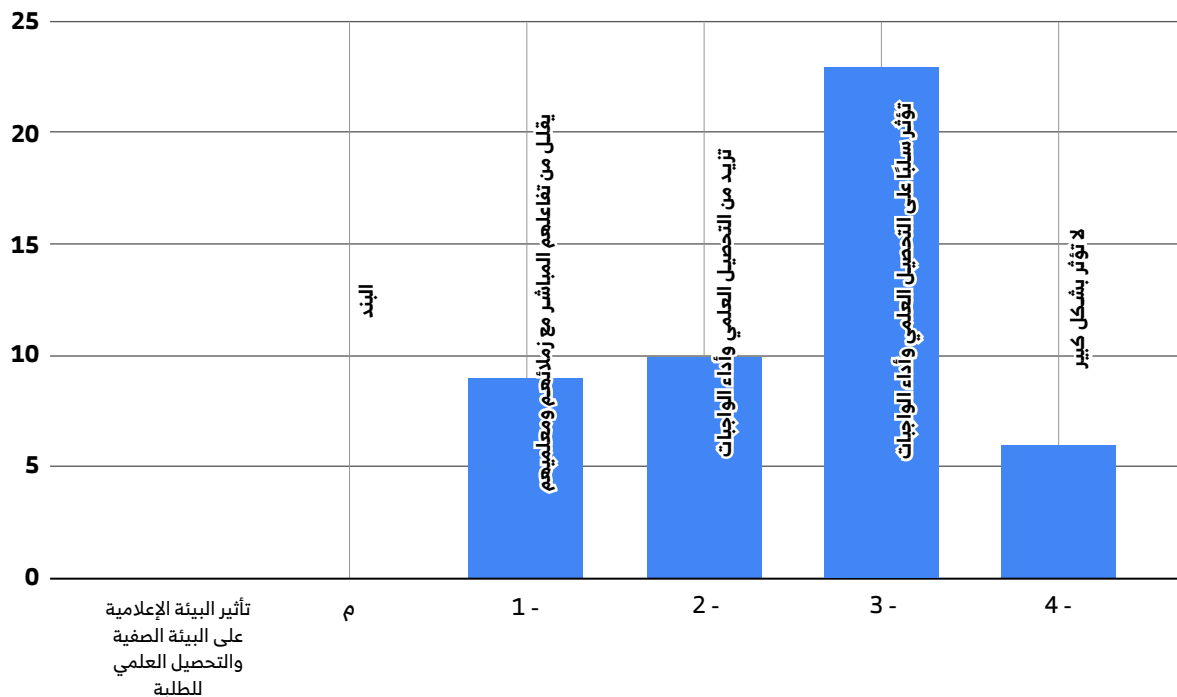
المحور الثاني عشر:

تأثير البيئة الإعلامية على التحصيل العلمي

يتناول هذا المحور أثر وسائل الإعلام المختلفة على تحصيل الطلاب العلمي وسلوكهم داخل الصفوف الدراسية، مما يساعد في فهم العلاقة بين استهلاك المحتوى الإعلامي والأداء الأكاديمي.

تأثير البيئة الإعلامية على البيئة الصفية والتحصيل العلمي للطلبة						
م	البند	عدد الإجابات الإيجابية	التمثيل البصري	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	يقلل من تفاعلهم المباشر مع زملائهم ومعلميهم	9		% 22.0	0.220	0.415
2	تزيد من التحصيل العلمي وأداء الواجبات	10		% 24.4	0.244	0.429
3	تؤثر سلباً على التحصيل العلمي وأداء الواجبات	23		% 56.1	0.561	0.496
4	لا تؤثر بشكل كبير	6		% 14.6	0.146	0.353

جدول 15 تأثير البيئة الإعلامية على البيئة التعليمية



مبيان 15 تأثير البيئة الإعلامية على البيئة التعليمية

التحليل والفجوات:

التحليل الاستدلالي:

يدل ذلك على أن الإفراط في استهلاك المحتوى الإعلامي قد يكون عاملاً تشتت للطلاب، مما يتطلب توعية بضرورة التوازن بين التعلم واستهلاك الوسائط الرقمية.

ومن خلال الجدول والمبيان المرفقين يمكن تحليل البيانات على النحو الآتي:

التحليل الوصفي:

يعتقد 56.1% من المعلمين أن وسائل الإعلام تؤثر سلباً على التحصيل العلمي.

الفجوات والمعالجات:

يرى أغلبية المعلمين أن البيئة الإعلامية تؤثر سلباً على التحصيل العلمي للطلاب. وتبين هذه النتيجة حاجة المعلمين إلى مهارات إدارة التكنولوجيا داخل الفصول الدراسية لمنع تأثيرها السلبي على أداء الطلاب،

المعالجة المقترحة:

تضمن اليات استغلال البيئة الاعلامية بشكل ايجابي في خدمة أهداف التحصيل العلمي للطلبة.

القسم الثاني:

تحليل نتائج الدراسة الميدانية الخاصة بواقع التربية الإعلامية والمعلوماتية في محافظتي تعز وحضرموت من وجهة نظر طلبة الثانوية العامة



مقدمة:

الكراهية والتأثير على العلاقات الاجتماعية. وقد أظهرت النتائج وجود خلط أولي بين التربية الإعلامية والمهارات التقنية، مع ضعف الإدراك بأهمية التفكير النقدي والتحقق من المعلومات. كما تبين أن وسائل التواصل الاجتماعي تعد المصدر الأكثر استخدامًا، في حين أن العادات المرتبطة بالتحقق من الأخبار لا تزال بحاجة إلى تعزيز. تعكس هذه المعطيات الحاجة الملحة إلى إدراج التربية الإعلامية والمعلوماتية في المناهج الدراسية وتكثيف التوعية الإعلامية لتمكين الطلبة من التعامل الواعي والمسؤول مع المحتوى الإعلامي والمعلوماتي.

تعد التربية الإعلامية والمعلوماتية من القضايا الملحة في ظل الثورة الرقمية وتزايد تأثير وسائل الإعلام على الحياة اليومية، خاصة بين فئة الشباب وطلبة المدارس. تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف مدى وعي طلبة الثانوية العامة في محافظتي تعز وحضرموت بمفهوم التربية الإعلامية والمعلوماتية، ومعرفة أنماط استخدامهم لوسائل الإعلام والمعلومات، وتأثيراتها على حياتهم التعليمية والشخصية. كما تسلط الدراسة الضوء على العادات المرتبطة بالتحقق من الأخبار ومدى تعرضهم للمعلومات المضللة، إضافة إلى استكشاف آرائهم حول دور الإعلام في نشر خطاب

المحور الأول:

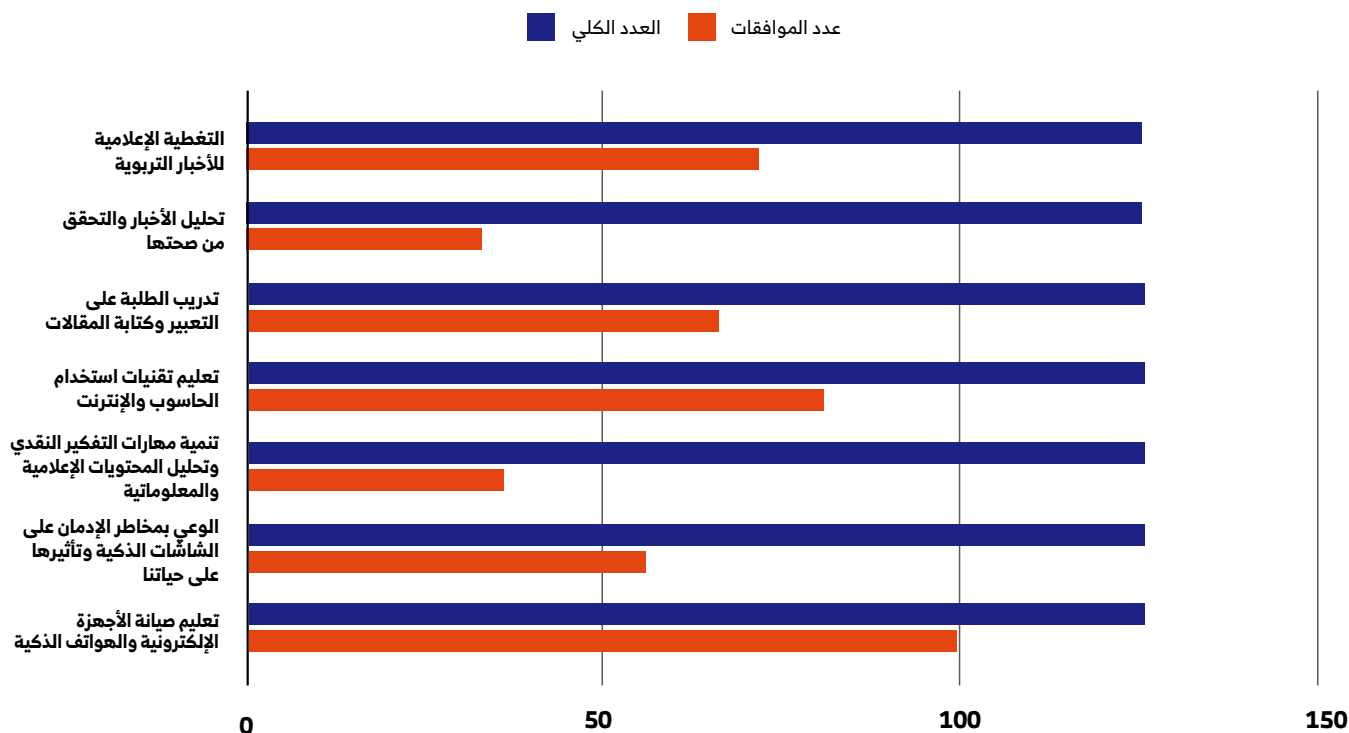
استكشاف فهم المستهدفين لمفهوم ومهارات التربية الإعلامية والمعلوماتية:

في ظل الانتشار الواسع لوسائل الإعلام والمعلومات، أصبح من الضروري فهم مدى إدراك الطلبة لمفهوم التربية الإعلامية والمعلوماتية. يهدف هذا المحور إلى قياس تصورات الطلبة حول المهارات المرتبطة بهذا المجال قبل وبعد تقديم تعريف واضح لهم، وذلك لتحديد الفجوات المعرفية والفرص الممكنة لتعزيز هذا الفهم.

بعد قراءة التعريف: أي المهارات التالية له علاقة بالتربية الإعلامية والمعلوماتية؟						
م	البند	العدد الكلي	عدد الموافقة	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري
1	التغطية الإعلامية للأخبار التربوية	126	72	1 0.57	% 57.14	0.495
2	تحليل الأخبار والتحقق من صحتها	126	33	0.262	% 26.19	0.440
3	تدريب الطلبة على التعبير وكتابة المقالات	126	66	0.524	% 52.38	0.499
4	تعليم تقنيات استخدام الحاسوب والإنترنت	126	81	0.643	% 64.30	0.479
5	تنمية مهارات التفكير النقدي وتحليل المحتويات الإعلامية والمعلوماتية	126	36	0.286	% 28.57	0.452
6	الوعي بمخاطر الإدمان على الشاشات الذكية وتأثيرها على حياتنا	126	56	0.444	% 44.44	0.497
7	تعليم صيانة الأجهزة الإلكترونية والهواتف الذكية	126	100	0.794	% 79.37	0.404

جدول 16 إجابات العينة على السؤال الاستكشافي قبل قراءة التعريف

قبل قراءة التعريف: أي المهارات التالية له علاقة بالتربية الإعلامية



مبيان 16 إجابات العينة على السؤال الاستكشافي قبل قراءة التعريف

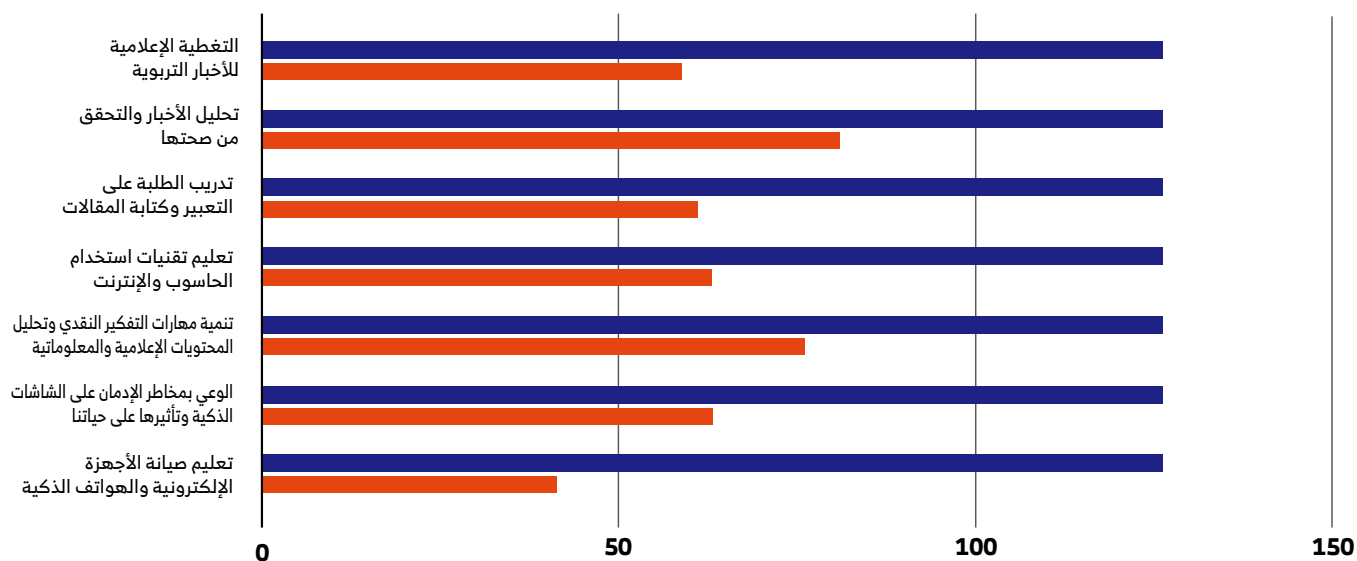
بعد قراءة التعريف : أي المهارات التالية له علاقة بالتربية الإعلامية والمعلوماتية؟

م	الفقرة	العدد الكلي	عدد الاختيارات	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	التمثيل البصري	فارق الأثر
1	التغطية الإعلامية للأخبار التربوية	126	59	0.468	% 46.80	0.499		% 10.31
2	تحليل الأخبار والتحقق من صحتها	126	81	0.643	% 64.30	0.479		% 38.10
3	تدريب الطلبة على التعبير وكتابة المقالات	126	61	0.484	% 48.40	0.499		% 3.97
4	تعليم تقنيات استخدام الحاسوب والإنترنت	126	63	0.500	% 50.00	0.500		% 14.29
5	تنمية مهارات التفكير النقدي وتحليل المحتويات الإعلامية والمعلوماتية	126	76	0.603	% 60.30	0.489		31.75
6	الوعي بمخاطر الإدمان على الشاشات الذكية وتأثيرها على حياتنا	126	63	0.500	% 50.00	0.500		% 5.56
7	تعليم صيانة الأجهزة الإلكترونية والهواتف الذكية	126	41	0.325	% 32.50	0.468		% 46.83

جدول 17 إجابات السؤال الاستشكافي بعد قراءة التعريف

قبل قراءة التعريف: أي المهارات التالية له علاقة بالتربية الإعلامية

عدد الموافقات عدد الكلي



مبيان 17 السؤال الاستشكافي بعد قراءة التعريف

تفسير النتائج:

نسبة ارتباط متوسطة:

- التغطية الإعلامية للأخبار التربوية (57.14 %) وتدريب الطلبة على التعبير وكتابة المقالات (52.38 %)، مما يشير إلى أن بعض المشاركين ربطوا التربية الإعلامية بالتواصل والإنتاج الإعلامي.

- الوعي بمخاطر الإدمان على الشاشات الذكية (44.44 %)، مما يعكس اهتمامًا جزئيًا بهذا الجانب.

أقل نسبة ارتباط:

تحليل الأخبار والتحقق من صحتها (26.19%) وتنمية مهارات التفكير النقدي وتحليل المحتويات الإعلامية والمعلوماتية (28.57 %) كانتا من أقل الفقرات التي حصلت على تأييد، مما يشير إلى ضعف الإدراك المسبق بأهميتها في التربية الإعلامية والمعلوماتية.

قبل تعريف المشاركين بمفهوم التربية الإعلامية والمعلوماتية، توزعت إجاباتهم بشكل غير متجانس، مما يشير إلى اختلاف التصورات حول المهارات التي تدرج تحت هذا المجال. نلاحظ ما يلي:

أعلى نسبة ارتباط:

- تعليم صيانة الأجهزة الإلكترونية والهواتف الذكية حصل على أعلى نسبة (79.37 %)، مما يدل على اعتقاد شائع بأن التربية الإعلامية تشمل الجوانب التقنية والصيانة.

- تعليم تقنيات استخدام الحاسوب والإنترنت جاء ثانيًا بنسبة (64.30 %)، مما يعكس تصورًا واسع النطاق بأن المهارات التقنية ضرورية في هذا المجال.

الملاحظة الأساسية:

هناك ميل واضح لدى المشاركين لاعتبار التربية الإعلامية مرتبطة أكثر بالجوانب التقنية (الصيانة والاستخدام) مقارنة بالجوانب النقدية والتحليلية، والتي يفترض أن تكون محورية في هذا المجال.

ثانيًا: قراءة تحليلية لنتائج ما بعد تقديم التعريف

تحولات طفيفة في بعض المهارات الأخرى:

- التغطية الإعلامية للأخبار التربوية وتدريب الطلبة على التعبير وكتابة المقالات شهدت انخفاضا طفيفاً، مما يشير إلى أن المشاركين أصبحوا أكثر انتقائية في ربط هذه المهارات بالتربية الإعلامية.

- الوعي بمخاطر الإدمان على الشاشات الذكية: لم يشهد تغيراً كبيراً، مما قد يعني أن المشاركين كانوا يدركون مسبقاً ارتباطه بالتربية الإعلامية والمعلوماتية.

الملاحظة الأساسية:

بعد تقديم التعريف، اتجهت إجابات المشاركين بشكل واضح نحو المهارات النقدية والتحليلية، بينما تراجع الاعتقاد الخاطئ بأن التربية الإعلامية تركز على الصيانة والاستخدام التقني.

الخلاصة:

- قبل تقديم التعريف، كان هناك خلط بين التربية الإعلامية والمهارات التقنية، مع إغفال واضح لدور التفكير النقدي والتحقق من المعلومات.

- بعد تقديم التعريف، زاد إدراك المشاركين بأهمية مهارات التحليل، التحقق، والتفكير النقدي، مما يعكس تأثير التعريف في تصحيح الفهم الخاطئ.

هذا التحول يشير إلى أهمية توعية الأفراد بمفهوم التربية الإعلامية والمعلوماتية لتعزيز قدرتهم على التعامل النقدي مع المعلومات ووسائل الإعلام.

بعد تعريف المشاركين بالتربية الإعلامية والمعلوماتية، تغيرت النتائج بشكل واضح، مما يدل على تأثير التعريف في تصحيح بعض التصورات.

تحولات إيجابية نحو المهارات التحليلية والنقدية:

- تحليل الأخبار والتحقق من صحتها قفز من (26.19%) إلى (64.30%)، مما يدل على زيادة الوعي بأهمية التفكير النقدي في استهلاك الأخبار.

- تنمية مهارات التفكير النقدي وتحليل المحتويات الإعلامية والمعلوماتية ارتفع من (28.57%) إلى (60.30%)، مما يشير إلى أن المشاركين أدركوا بعد التعريف أن هذه المهارة جوهرية في التربية الإعلامية.

انخفاض الاعتقاد بارتباط التربية الإعلامية بالمهارات التقنية:

- تعليم صيانة الأجهزة الإلكترونية والهواتف الذكية انخفض بشكل كبير من (79.37%) إلى (32.50%)، مما يعني أن المشاركين فهموا أن التربية الإعلامية لا تتعلق بصيانة الأجهزة بقدر ما تتعلق بفهم المحتوى الإعلامي وتحليله.

- تعليم تقنيات استخدام الحاسوب والإنترنت تراجع من (64.30%) إلى (50.00%)، مما يشير إلى إدراك أن المعرفة التقنية ليست جوهرية بقدر المهارات التحليلية.

المحور الثاني:

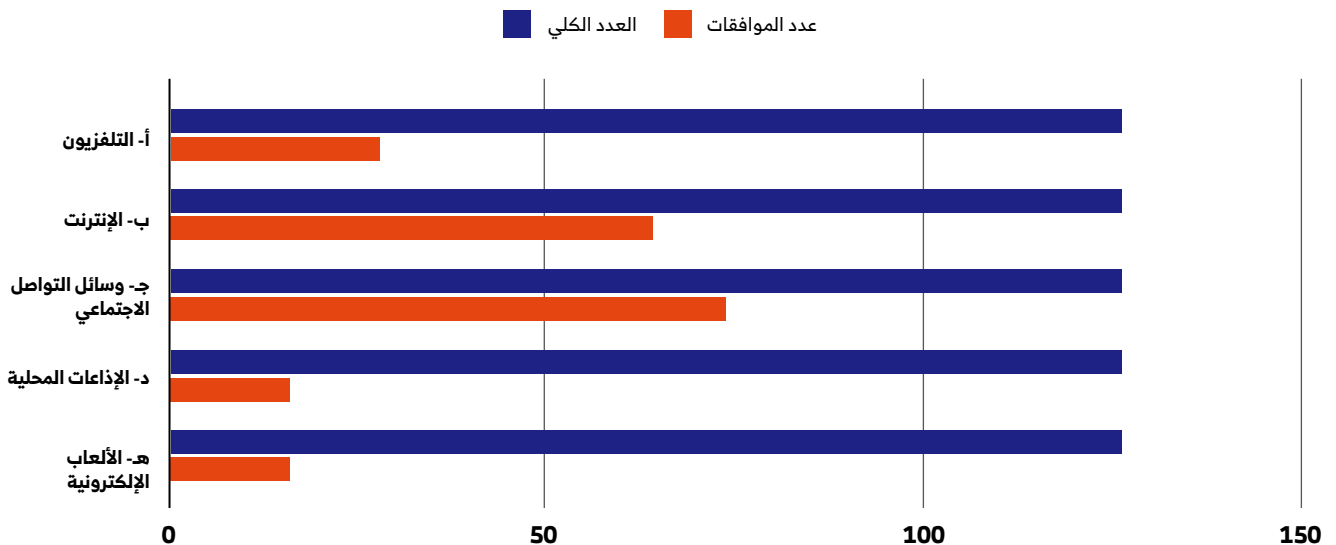
وسائل الإعلام الأكثر استخداماً عند طلبة الثانوية العامة

تشكل وسائل الإعلام والمعلومات جزءاً أساسياً من الحياة اليومية للطلبة، حيث تؤثر في معارفهم وتوجهاتهم. يهدف هذا المحور إلى تحديد أكثر الوسائل استخداماً بين طلبة الثانوية العامة، مما يساعد على فهم طبيعة المحتوى الذي يتعرضون له وتأثيره المحتمل على سلوكهم وقراراتهم.

وسائل الإعلام والمعلومات الأكثر استخداماً					
الخيار	العدد الكلي	عدد الموافقات	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية (%)	الانحراف المعياري
أ- التلفزيون	126	28	0.222	22.2 %	0.417
ب- الإنترنت	126	64	0.508	50.8 %	0.501
ج- وسائل التواصل الاجتماعي	126	74	0.587	58.7 %	0.494
د- الإذاعات المحلية	126	16	0.127	12.7 %	0.334
هـ- الألعاب الإلكترونية	126	16	0.127	12.7 %	0.334

جدول 18 وسائل الإعلام الأكثر استخداماً

وسائل الإعلام والمعلومات الأكثر استخداماً



مبيان 18 وسائل الإعلام الأكثر استخداماً

تحليل النتائج:

3. الوسائل التقليدية الأقل استخدامًا “التلفزيون (22.2%)”

رغم أنه لا يزال مستخدمًا، إلا أن التلفزيون لم يعد المصدر الأول للمعلومات مقارنة بوسائل التواصل الاجتماعي والإنترنت.

يعكس هذا الانخفاض توجه الأفراد نحو المحتوى عند الطلب (مثل يوتيوب وننغليكس) بدلاً من القنوات التقليدية. والانحراف المعياري (0.417) يشير إلى تفاوت معتدل في مستويات الاعتماد عليه بين المشاركين.

4. الإذاعات المحلية (12.7%)

تأتي الإذاعات في مرتبة منخفضة، مما يدل على تراجع الاعتماد على الراديو كمصدر أساسي للمعلومات لدى عينة الدراسة (طلبة الثانوية العامة).

وقد يكون هذا مرتبطًا بتغير أنماط الاستهلاك الإعلامي، حيث أصبح المحتوى الصوتي أكثر انتشارًا عبر البودكاست والمنصات الرقمية. والانحراف المعياري (0.334) يعكس تفاوتًا طفيفًا بين المشاركين.

5. الألعاب الإلكترونية (12.7%)

رغم أن الألعاب الإلكترونية وسيلة ترفيه رئيسية، فإنها ليست مصدرًا رئيسيًا للمعلومات بالنسبة للمشاركين. قد يكون لبعض الألعاب دور في نقل المعلومات أو التوعية، لكن النسبة المنخفضة تشير إلى أن هذا ليس استخدامًا أساسيًا لها. والانحراف المعياري (0.334) يدل على تباين بسيط بين الأفراد في استخدام الألعاب كمصدر معلومات. ويجب أن نضع في اعتبارنا أن إجابات الطلبة قد تتأثر بالنظرة الاجتماعية للألعاب ولا تعكس الواقع بالضرورة؟

في محور تحليل بيانات وسائل الإعلام والمعلومات الأكثر استخدامًا تعكس البيانات أنماط استخدام المشاركين لوسائل الإعلام والمعلومات، حيث تظهر فروق واضحة في مدى الاعتماد على كل وسيلة. ومن أبرز الملاحظات:

1. أكثر الوسائل استخدامًا “وسائل التواصل الاجتماعي (58.7%)”

احتلت وسائل التواصل الاجتماعي المرتبة الأولى كأكثر الوسائل استخدامًا، مما يشير إلى تحول واضح نحو المنصات الرقمية التفاعلية مثل فيسبوك، تويتر، إنستغرام، تيك توك وغيرها.

هذا يعكس الدور الكبير لوسائل التواصل الاجتماعي في الوصول إلى المعلومات، التفاعل مع المحتوى، وصناعة الرأي العام. والانحراف المعياري (0.494) يشير إلى تفاوت بسيط في استخدام هذه الوسيلة بين المشاركين، لكنه ليس كبيرًا جدًا.

2. الإنترنت (50.8%)

جاء الإنترنت في المرتبة الثانية، مما يدل على أن الإنترنت يعتبر مصدرًا رئيسيًا للمعلومات، سواء عبر البحث المباشر، تصفح المواقع الإخبارية، أو استخدام الخدمات الرقمية المختلفة.

هذا الارتفاع يعكس التحول نحو الرقمنة، حيث بات الإنترنت وسيلة أساسية في التعليم، الترفيه، والعمل. والانحراف المعياري (0.501) يشير إلى وجود تفاوت بسيط في الاستخدام بين الأفراد.

تحليل الاتجاهات العامة

- ضعف استخدام الألعاب الإلكترونية كمصدر معلومات

رغم انتشار الألعاب الإلكترونية، إلا أنها لم تصبح بعد وسيلة رئيسية للحصول على المعلومات، رغم وجود بعض الألعاب التعليمية أو التثقيفية.

الخلاصة

- وسائل التواصل الاجتماعي والإنترنت هما المصدران الرئيسيان للمعلومات. لدى العينة

- الوسائل التقليدية (التلفزيون، الإذاعة) تتراجع بشكل واضح.

- استخدام الألعاب الإلكترونية كمصدر معلومات محدود جدًا.

- التحول الرقمي أصبح حقيقة، مما يتطلب إعادة التفكير في كيفية تقديم المعلومات والتواصل مع الجمهور في العصر الحديث.

- التحول الرقمي واضح جدًا:

يتضح أن الأفراد يعتمدون بشكل متزايد على الوسائل الرقمية (وسائل التواصل الاجتماعي والإنترنت) كمصادر رئيسية للمعلومات، بينما تشهد الوسائل التقليدية (التلفزيون، الإذاعة) تراجعًا ملحوظًا.

- انخفاض دور التلفزيون والإذاعة:

التلفزيون لم يعد الوسيلة الأولى كما كان في العقود الماضية، حيث أصبح الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي أكثر جاذبية بسبب التفاعلية وسهولة الوصول إلى المحتوى.

- وسائل التواصل الاجتماعي تتصدر المشهد

كونها الوسيلة الأكثر استخدامًا، فإن هذا يعكس مدى تأثيرها في تشكيل الوعي العام، توجيه النقاشات، ونشر الأخبار والمعلومات بسرعة كبيرة.

المحور الثالث:

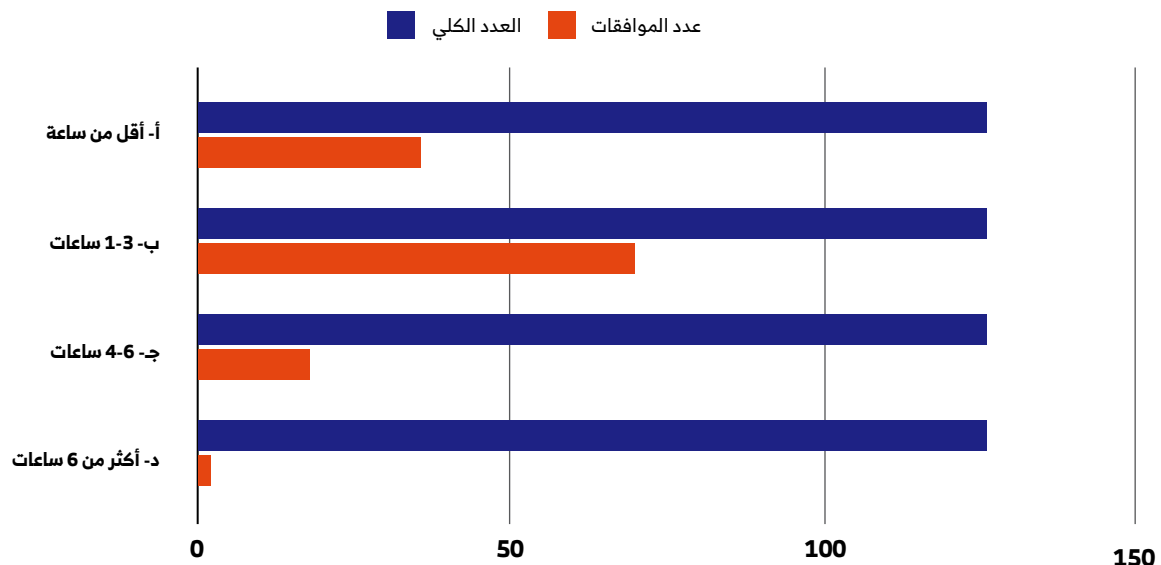
الزمن اليومي لاستخدام وسائل الإعلام والمعلومات عند طلبة الثانوية العامة

أصبح استهلاك وسائل الإعلام جزءاً لا يتجزأ من الأنشطة اليومية، لكن السؤال الأهم هو: إلى أي مدى يؤثر هذا الاستخدام على حياة الطلبة؟ يركز هذا المحور على تحليل الوقت الذي يقضيه الطلبة في استخدام وسائل الإعلام، وذلك لفهم مدى توازنهم بين الاستفادة من المعلومات والترفيه وإدارة وقتهم بشكل صحي.

الزمن اليومي لاستخدام وسائل الإعلام والمعلومات					
الخيار	العدد الكلي	عدد الموافقات	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية (%)	الانحراف المعياري
أ- أقل من ساعة	126	36	0.286	28.6 %	0.453
ب- 1-3 ساعات	126	70	0.556	55.6 %	0.498
ج- 4-6 ساعات	126	18	0.143	14.3 %	0.351
د- أكثر من 6 ساعات	126	2	0.016	1.6 %	0.125

جدول 19 الزمن اليومي لاستخدام وسائل الإعلام والمعلومات

الزمن اليومي لاستخدام وسائل الإعلام والمعلومات



مبيان 19 الزمن اليومي للاستخدام

تحليل بيانات الوقت اليومي لاستخدام وسائل

الإعلام والمعلومات:

3. الفئة الثالثة: الاستخدام المكثف (4 - 6 ساعات يوميًا)

(4 - 6 ساعات) جاءت بنسبة 14.3 % فقط قلة من المشاركين يقضون وقتًا طويلًا في استهلاك المعلومات، مما يشير إلى أن الاستخدام المطول ليس شائعًا.

هذا قد يعكس وعيًا بالمخاطر الصحية أو الرغبة في تحقيق توازن بين استهلاك المعلومات والأنشطة الأخرى في الحياة اليومية في حالة صحة البيانات. والانحراف المعياري (0.351) يدل على أن هذه الفئة أكثر تجانسًا من الفئات السابقة.

4. الفئة الأقل انتشارًا: الاستخدام المفرط (أكثر من 6 ساعات يوميًا)

(أكثر من 6 ساعات يوميًا) حصلت على أدنى نسبة (1.6 %) وهذه الفئة نادرة جدًا، مما يشير إلى أن الاستخدام المفرط لوسائل الإعلام والمعلومات ليس شائعًا بين المشاركين.

هذا قد يكون مؤشرًا على ضبط الوقت عند استهلاك المحتوى الرقمي، أو قد يعود لطبيعة العينة المشاركة في الدراسة أو لأسباب أخرى مثل رغبة المشاركين بالافصاح عن الوقت الحقيقي. والانحراف المعياري (0.125) منخفض جدًا، مما يدل على أن هذه الفئة متجانسة للغاية.

تعكس البيانات أنماط استخدام المشاركين لوسائل الإعلام والمعلومات من حيث المدة الزمنية اليومية. فيما يلي أبرز الملاحظات والتحليلات:

1. الفئة الأكثر انتشارًا: الاستخدام المعتدل (1-3 ساعات يوميًا)

(1-3 ساعات) جاءت في المركز الأول بنسبة 55.6 % تمثل الأغلبية من المشاركين، مما يشير إلى أن معظمهم يقضون وقتًا معتدلًا يوميًا في استهلاك المحتوى الإعلامي والمعلوماتي.

يتماشى هذا مع طبيعة الاستخدام اليومي للعمل، الدراسة، أو الترفيه عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. والانحراف المعياري (0.498) يدل على تفاوت بسيط بين الأفراد في هذه الفئة.

2. الفئة الثانية: الاستخدام الخفيف (أقل من ساعة يوميًا)

(أقل من ساعة يوميًا) جاءت بنسبة 28.6 % نسبة لا بأس بها من المشاركين لديهم استخدام محدود لوسائل الإعلام والمعلومات، مما قد يعكس طبيعة نمط حياتهم، انشغالهم بأمور أخرى، أو تفضيلهم مصادر المعلومات التقليدية على الوسائل الرقمية. والانحراف المعياري (0.453) يدل على وجود تفاوت في هذه الفئة أيضًا، لكنه ليس كبيرًا جدًا.

5. تحليل الاتجاهات العامة

-الاستخدام المعتدل هو السائد/ الغالبية العظمى من المشاركين (55.6 %) يقضون بين 1-3 ساعات يوميًا في استهلاك وسائل الإعلام والمعلومات، وهو ما يُعتبر وقتًا متوازنًا بين الاستفادة والترفيه دون إفراط.

-قلة قليلة تستخدم وسائل الإعلام بشكل مفرط أقل من 2 % من المشاركين يستخدمونها لأكثر من 6 ساعات يوميًا، مما يدل على وعي بأهمية إدارة الوقت أو قلة الحاجة للاعتماد الكثيف على وسائل الإعلام والمعلومات.

- الفئات المتطرفة (الاستخدام القليل جدًا أو المفرط) أقل انتشارًا فهناك توازن عام في الاستهلاك، حيث أن الفئات المتوسطة تسيطر على المشهد، بينما الفئات التي تقضي وقتًا قليلًا جدًا أو طويلًا جدًا أقل انتشارًا.

ملاحظة حول دقة البيانات وتفسيرها

■ إمكانية عدم دقة البيانات بسبب التحيز الاجتماعي

من المحتمل أن يكون بعض المشاركين قد قللوا من تقدير الوقت الفعلي الذي يقضونه في استخدام وسائل الإعلام والمعلومات. قد يكون السبب في ذلك هو الرغبة في تجنب الوصم بالإدمان الرقمي، خاصة في المجتمع اليمني وفي البيئات التي تعتبر الاستخدام المكثف للتكنولوجيا سلوكًا سلبيًا. وهذا يُعرف بالتحيز في الاستجابة (Response Bias)، حيث يميل الأفراد إلى تقديم إجابات تُظهرهم بصورة أفضل اجتماعيًا. فالنسبة المنخفضة جدًا لفئة (أكثر من 6 ساعات

يوميًا) 1.6% قد لا تعكس الواقع بدقة. وبعض المشاركين قد يكونون ضمن فئة (4-6 ساعات) أو حتى أكثر، لكنهم أبلغوا عن أرقام أقل لتجنب التصنيف كـ "مدمنين". هذا يعني أن هناك احتمالًا بأن الفئات الفعلية للاستخدام المطول قد تكون أكبر مما تعكسه البيانات المعلنة.

ولهذا نوصي في الدراسات المستقبلية، باستخدام مقاييس غير مباشرة، مثل تتبع الوقت الفعلي على الأجهزة (إن أمكن) أو الاستعانة بأسئلة تفصيلية حول أنشطة محددة لتقدير الوقت بدقة أكبر أو الاستعانة بأولياء الأمور والمعلمين.

ويمكن أيضًا توضيح أن الهدف من الدراسة ليس الحكم على سلوك الأفراد، بل فهم أنماط الاستخدام، مما قد يساعد في الحصول على إجابات أكثر دقة.

الخلاصة

- النتائج قد تكون أقل دقة بسبب ميل بعض المشاركين إلى تقليل تقدير وقت الاستخدام.

- الفئة التي تستخدم وسائل الإعلام والمعلومات لأكثر من 6 ساعات يوميًا قد تكون أكبر مما هو ظاهر في البيانات.

- هناك حاجة إلى مناهج بحث أكثر دقة لقياس الوقت الفعلي للاستخدام بطريقة تقلل من التحيز الاجتماعي.

المحور الرابع:

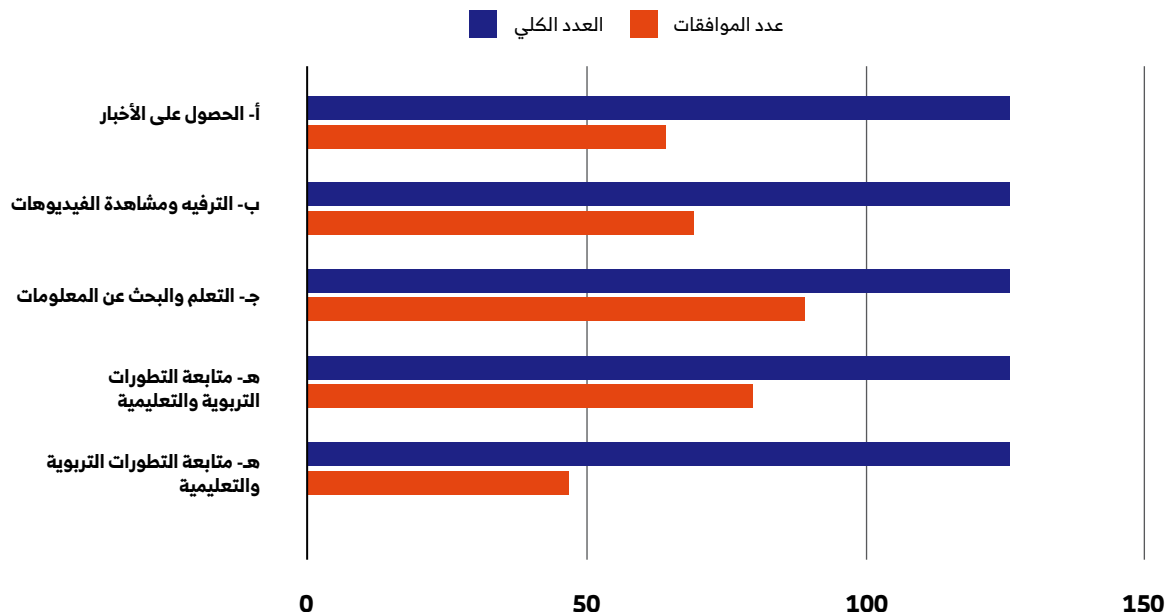
أهداف التعرض لوسائل الإعلام والمعلومات

تختلف دوافع استخدام وسائل الإعلام من شخص لآخر، فمنهم من يسعى إلى المعرفة، ومنهم من يستخدمها للترفيه أو لمتابعة الأخبار. يهدف هذا المحور إلى استكشاف الأسباب الرئيسية التي تدفع الطلبة لاستهلاك المحتوى الإعلامي، مما يساعد في فهم أولوياتهم وتوجيههم نحو استخدام أكثر وعياً.

أهداف التعرض لوسائل الإعلام والمعلومات					
الهدف	العدد الكلي	عدد الموافقات	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية (%)	الانحراف المعياري
أ- الحصول على الأخبار	126	64	0.508	50.8 %	0.501
ب- الترفيه ومشاهدة الفيديوهات	126	69	0.548	54.8 %	0.499
ج- التعلم والبحث عن المعلومات	126	89	0.706	70.6 %	0.457
د- التواصل مع الزملاء والطلبة	126	80	0.635	63.5 %	0.483
هـ- متابعة التطورات التربوية والتعليمية	126	47	0.373	37.3 %	0.485

جدول 20 أهداف التعرض لوسائل الإعلام والمعلومات

أهداف التعرض لوسائل الإعلام والمعلومات



مبيان 20 أهداف التعرض لوسائل الإعلام والمعلومات

تحليل بيانات أهداف التعرض لوسائل الإعلام والمعلومات

(0.483) يعكس تباينًا بسيطًا بين الأفراد في هذه الفئة.

3. الهدف الثالث: الترفيه ومشاهدة الفيديوهات (54.8%)

- الاستخدام الترفيهي لا يزال شائعًا أكثر من نصف المشاركين (54.8%) يستخدمون وسائل الإعلام للترفيه، مثل مشاهدة الفيديوهات، الأفلام، الألعاب، أو المحتوى الترفيهي الآخر.

هذا يعكس واقع أن الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي ليست فقط مصادر للمعلومات، بل أيضًا منصات ترفيهية رئيسية. والانحراف المعياري (0.499) يشير إلى وجود تفاوت نسبي في درجة الاهتمام بالترفيه بين المشاركين.

4. الهدف الرابع: الحصول على الأخبار (50.8%)

■ الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للأخبار:

نصف المشاركين تقريبًا (50.8%) يعتمدون على وسائل الإعلام للحصول على الأخبار، وهو مؤشر على استمرار دور الإعلام في إيصال المستجدات المحلية والعالمية. مع ذلك، فإن النسبة ليست مرتفعة جدًا مقارنة بالتعلم أو الترفيه، مما قد يعكس وجود بعض المخاوف حول مصداقية الأخبار أو تغير عادات استهلاكها.

و الانحراف المعياري (0.501) يشير إلى تفاوت ملحوظ في هذا السلوك بين المشاركين.

تعكس هذه البيانات الأسباب الرئيسية التي تدفع الأفراد لاستخدام وسائل الإعلام والمعلومات، وتكشف عن أولوياتهم عند استهلاك المحتوى الإعلامي. فيما يلي أبرز التحليلات:

1. الهدف الأكثر انتشارًا: التعلم والبحث عن المعلومات (70.6%)

■ التعلم والبحث عن المعلومات هو الهدف الأبرز:

70.6% من المشاركين يستخدمون وسائل الإعلام والمعلومات لغرض التعلم والبحث، مما يشير إلى أن هذه الوسائل أصبحت جزءًا أساسيًا من العملية التعليمية. هذه النسبة المرتفعة تدل على اعتماد متزايد على الإنترنت والموارد الرقمية للوصول إلى المعلومات وتطوير المهارات.

و الانحراف المعياري (0.457) يشير إلى تجانس نسبي بين المشاركين في هذا السلوك.

2. الهدف الثاني: التواصل مع الزملاء والطلبة (63.5%)

■ وسائل الإعلام تلعب دورًا كبيرًا في التواصل الاجتماعي والتعليمي:

63.5% من المشاركين يستخدمون وسائل الإعلام والمعلومات للتواصل مع الزملاء والطلبة، وهو مؤشر على أهمية هذه الأدوات في بناء الروابط الاجتماعية وتبادل المعرفة. وهذا يتماشى مع زيادة استخدام التطبيقات التعليمية والمراسلات الإلكترونية في البيئات الأكاديمية. والانحراف المعياري

■ اهتمام معتدل بالأخبار وانخفاض في متابعة التطورات التربوية

رغم أن نصف المشاركين يعتمدون على الإعلام للحصول على الأخبار، إلا أن نسبة متابعة التطورات التربوية ضعيفة، مما قد يشير إلى الحاجة لتعزيز المحتوى التربوي وجعله أكثر جاذبية للمستخدمين.

الخلاصة

- التعلم والبحث عن المعلومات هو الهدف الأول لاستخدام وسائل الإعلام والمعلومات، يليه التواصل الاجتماعي والترفيه.
- الحصول على الأخبار يأتي في مرتبة أقل من المتوقع، مما قد يعكس تغير عادات استهلاك الأخبار أو قلة الثقة في المصادر الإعلامية.

- متابعة التطورات التربوية والتعليمية هي الأقل شيوعاً، مما يشير إلى حاجة لتطوير وسائل أكثر فعالية لنشر المستجدات التربوية.

ملاحظة حول دقة البيانات:

وهنا من المناسب أيضاً تكرار الملاحظة السابقة حيث من المحتمل أن تكون بعض البيانات غير دقيقة بسبب تحيز الاستجابة الاجتماعية، حيث قد يكون بعض الطلبة حرصوا على تقديم إجابات تُظهرهم بمظهر أكثر اهتماماً بالتعلم وأقل انشغالاً بالترفيه أو متابعة الأخبار، مما قد يؤثر على النتائج الفعلية. لذا، قد تكون نسبة الاستخدام الترفيهي أو متابعة الأخبار أعلى مما تعكسه البيانات المعلنة.

5. الهدف الأقل انتشاراً: متابعة التطورات التربوية والتعليمية (37.3%)

- أقل نسبة اهتمام بمتابعة التطورات التربوية: فقط 37.3 % من المشاركين يهتمون بمتابعة التطورات التربوية والتعليمية، مما قد يشير إلى قلة الاهتمام بالمستجدات في المجال التعليمي مقارنةً بالأهداف الأخرى. ويمكن أن يكون هذا بسبب عدم وجود منصات جذابة للمحتوى التربوي، أو بسبب تركيز المشاركين على مصادر أخرى غير الإعلام التقليدي في هذا المجال. والانحراف المعياري (0.485) يشير إلى تباين ملحوظ بين الأفراد في هذه الفئة.

6. تحليل الاتجاهات العامة

■ التعلم هو الدافع الأول لاستخدام وسائل الإعلام:

يُظهر المشاركون اهتماماً كبيراً باستخدام وسائل الإعلام لأغراض التعلم والبحث عن المعلومات، مما يعكس تزايد الاعتماد على المصادر الرقمية في العملية التعليمية.

■ وسائل الإعلام تلعب دوراً اجتماعياً مهماً:

نسبة عالية من المشاركين يستخدمونها للتواصل مع الآخرين، مما يعكس أهمية التطبيقات الرقمية في التفاعل الأكاديمي والاجتماعي.

■ التوازن بين التعليم والترفيه

بينما يُستخدم الإعلام بشكل أساسي للتعلم، إلا أن الترفيه لا يزال جزءاً كبيراً من الاستخدام اليومي، مما يعكس التداخل بين التعليم والترفيه في العصر الرقمي.

المحور الخامس:

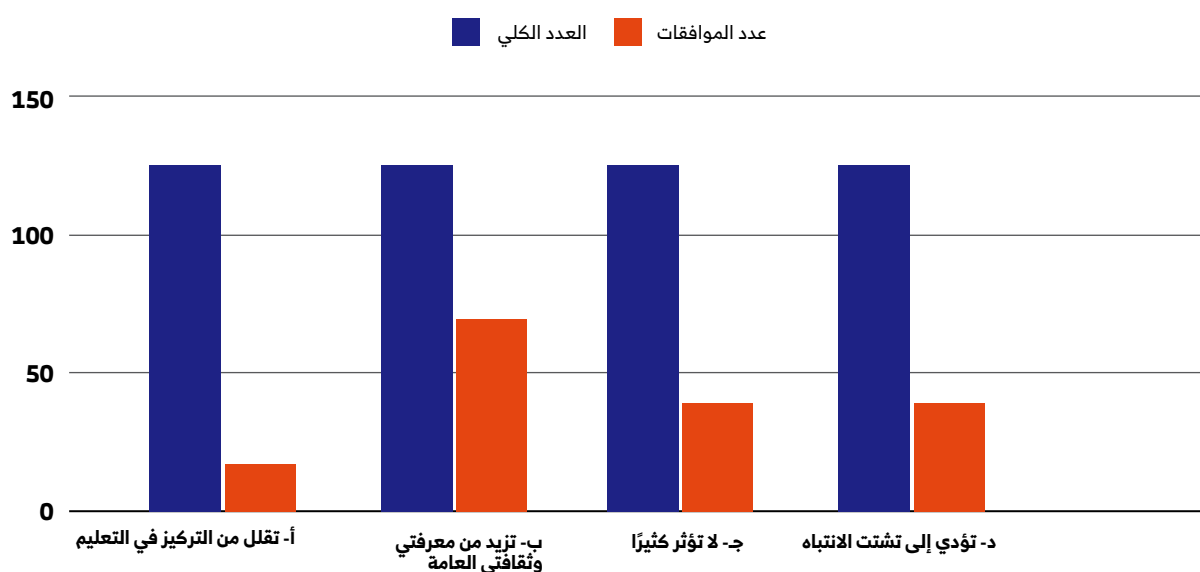
تأثيرات التعرض لوسائل الإعلام والمعلومات على البيئة التعليمية

تؤثر وسائل الإعلام بشكل مباشر على العملية التعليمية، حيث يمكن أن تكون وسيلة للتعليم واكتساب المعرفة، أو قد تؤدي إلى التششت وضعف التركيز. يناقش هذا المحور تأثير استهلاك الإعلام على أداء الطلبة التعليمي، وذلك لتحديد الإيجابيات والسلبيات المرتبطة بهذه الظاهرة.

تأثيرات التعرض لوسائل الإعلام والمعلومات					
التأثير	العدد الكلي	عدد الموافقات	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية (%)	الانحراف المعياري
أ- تقلل من التركيز في التعليم	126	46	0.365	36.5 %	0.483
ب- تزيد من معرفتي وثقافتي العامة	126	70	0.556	55.6 %	0.498
ج- لا تؤثر كثيرًا	126	39	0.310	31.0 %	0.464
د- تؤدي إلى تششت الانتباه	126	38	0.302	30.2 %	0.460

جدول 21 تأثيرات التعرض على البيئة التعليمية

تأثيرات التعرض لوسائل الإعلام والمعلومات



مبيان 21 تأثيرات التعرض على البيئة التعليمية

تحليل نتائج تأثيرات التعرض لوسائل الإعلام والمعلومات

يعكس تفاوتاً بين المشاركين، مما يعني أن هذا التأثير ليس عامًا ولكنه شائع نسبيًا.

وقد يكون هذا التأثير ناتجًا عن كثرة المشتتات مثل الإشعارات والتنقل بين التطبيقات المختلفة أثناء الدراسة.

3. التأثير الأقل شيوعًا: لا تؤثر كثيرًا (31.0%)

- وسائل الإعلام ليس لها تأثير واضح عند بعض الطلبة:

31.0% من المشاركين يرون أن وسائل الإعلام لا تؤثر كثيرًا على حياتهم، سواء إيجابًا أو سلبيًا. والانحراف المعياري (0.464) يشير إلى وجود اختلافات فردية في الشعور بهذا التأثير.

قد يكون هؤلاء الطلبة قادرين على إدارة وقتهم بشكل جيد، مما يقلل من تأثير وسائل الإعلام على حياتهم الدراسية والشخصية.

4. تأثير التشتت والانتباه (30.2%) وسائل الإعلام قد تسبب تشتت الانتباه:

30.2% من المشاركين يعتقدون أن وسائل الإعلام تؤدي إلى تشتت انتباههم، وهو تأثير سلبي آخر قد يؤثر على التركيز والإنتاجية. والانحراف المعياري (0.460) يعكس تباينًا في إدراك هذا التأثير بين المشاركين.

وقد يرتبط هذا بالانتقال المستمر بين التطبيقات والمحتويات المختلفة، مما يجعل من الصعب التركيز لفترات طويلة.

تعكس هذه البيانات وجهات نظر المشاركين حول كيفية تأثير وسائل الإعلام والمعلومات على حياتهم، سواء بشكل إيجابي أو سلبي. فيما يلي تحليل تفصيلي لأبرز الاتجاهات:

1. التأثير الإيجابي الأكثر شيوعًا: زيادة المعرفة والثقافة العامة (55.6%)

- وسائل الإعلام تعزز المعرفة: أكثر من نصف المشاركين (55.6%) يرون أن التعرض لوسائل الإعلام والمعلومات يساعدهم في توسيع معرفتهم وثقافتهم العامة. هذا يشير إلى أن العديد من الطلبة يستفيدون من الإنترنت ووسائل الإعلام في التعلم وتطوير مهاراتهم الفكرية.

والانحراف المعياري (0.498) يعكس وجود تفاوت بسيط بين المشاركين في مدى إحساسهم بهذا التأثير.

وهذه النتيجة تتوافق مع البيانات السابقة التي أظهرت أن التعلم والبحث عن المعلومات هو الهدف الأول لاستخدام وسائل الإعلام.

2. التأثير السلبي الأبرز: تقليل التركيز في التعليم (36.5%)

- التعرض لوسائل الإعلام قد يُضعف التركيز: 36.5% من المشاركين يعتقدون أن وسائل الإعلام تقلل من تركيزهم في التعليم.

هذا يشير إلى أن الاستخدام غير المنظم لوسائل الإعلام قد يؤثر سلبيًا على الأداء الأكاديمي لبعض الطلبة. والانحراف المعياري (0.483)

5. الاتجاهات العامة والملاحظات

■ التأثير الإيجابي هو الأبرز:

رغم وجود تأثيرات سلبية، يرى معظم المشاركين أن وسائل الإعلام تعزز معرفتهم وثقافتهم، مما يعكس استخدامها كأداة تعليمية.

■ التأثيرات السلبية لا يمكن تجاهلها

أكثر من ثلث المشاركين يشعرون بأن وسائل الإعلام تقلل من تركيزهم أو تؤدي إلى التششت، مما قد يكون له آثار على الأداء الأكاديمي.

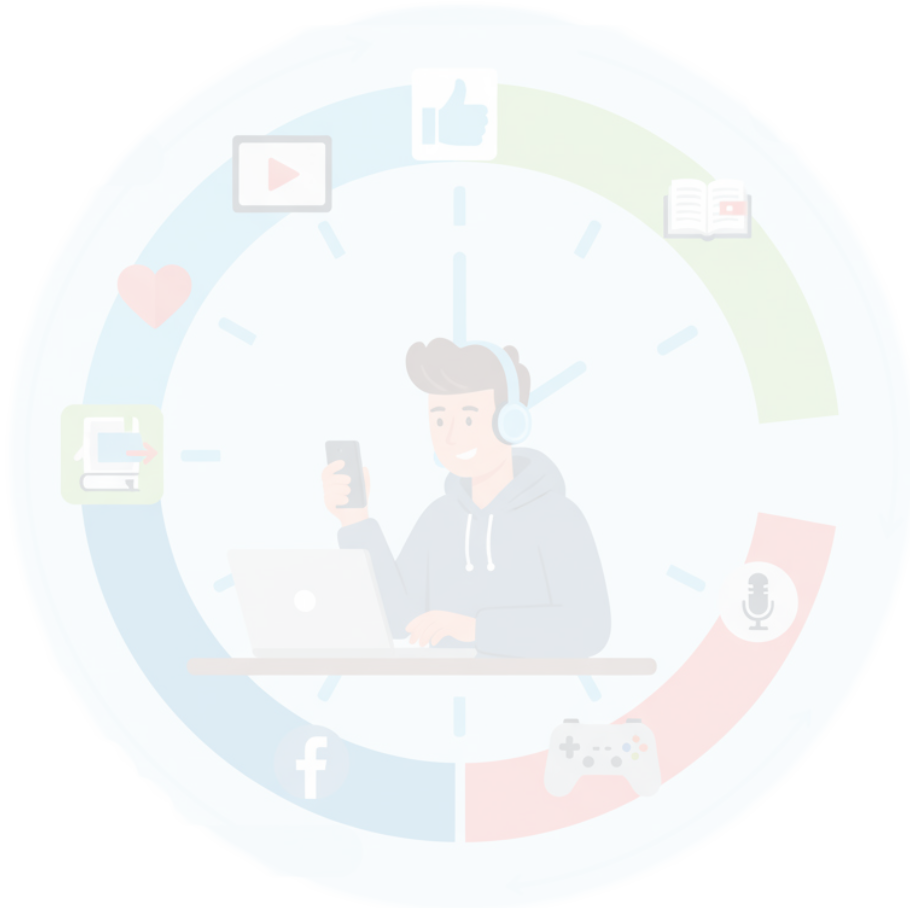
■ تباين في الآراء:

حوالي 31% من المشاركين لا يشعرون بتأثير كبير، مما يعني أن استخدام وسائل الإعلام وتأثيرها يعتمد على التحكم الذاتي والإدارة الشخصية للوقت.

- احتمال وجود تحيز في الإجابات: كما في المحاور السابقة، قد يكون بعض المشاركين قد قللوا من التأثيرات السلبية أو بالغوا في التأثيرات الإيجابية رغبةً في تقديم صورة أفضل عن استخدامهم لوسائل الإعلام.

الخلاصة

- أكثر من نصف المشاركين يستفيدون من وسائل الإعلام لزيادة معرفتهم وثقافتهم، مما يعكس دورها الإيجابي في التعلم.
- التأثيرات السلبية مثل قلة التركيز والتشتت موجودة لكنها أقل انتشارًا من التأثير الإيجابي.
- هناك تباين في مدى التأثير بوسائل الإعلام، حيث يرى بعض المشاركين أنها لا تؤثر عليهم بشكل كبير.



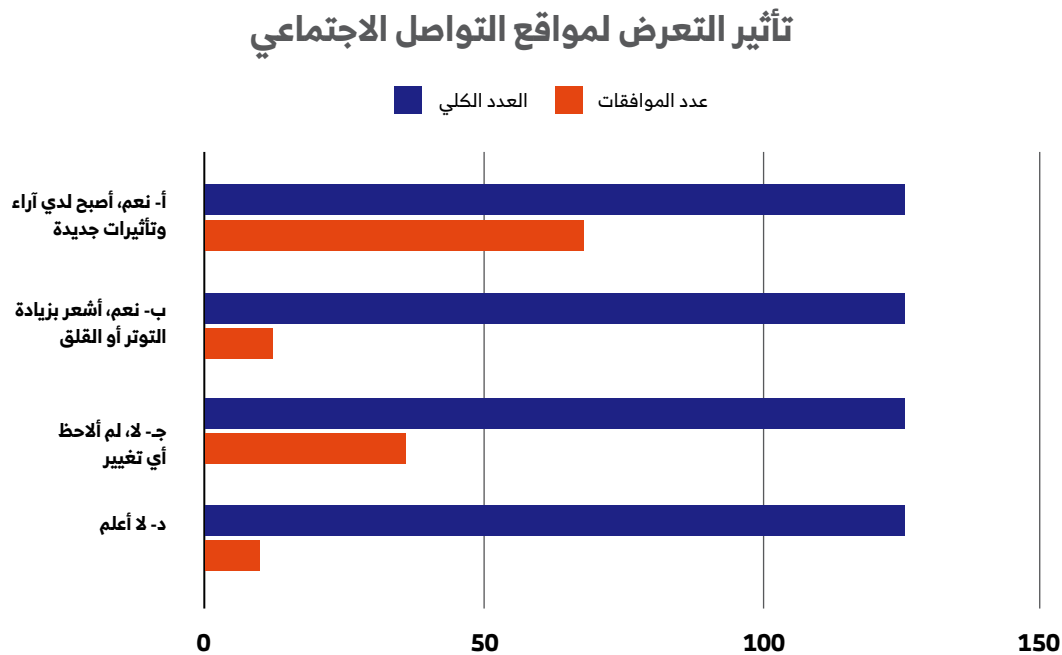
المحور السادس:

التأثيرات الشخصية للتعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

باتت مواقع التواصل الاجتماعي جزءاً من الحياة اليومية للطلبة، حيث تؤثر في آرائهم، ومواقفهم، وحتى صحتهم النفسية. يسعى هذا المحور إلى دراسة الأثر الذي تتركه هذه المنصات على شخصية الطلبة، سواء من ناحية تطوير الأفكار أو التسبب في مشاعر القلق والتوتر.

تأثير التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي					
الخيار	العدد الكلي	عدد الموافقات	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية (%)	الانحراف المعياري
أ- نعم، أصبح لدي آراء وتأثيرات جديدة	126	68	0.540	54.0 %	0.500
ب- نعم، أشعر بزيادة التوتر أو القلق	126	12	0.095	9.5 %	0.294
ج- لا، لم ألاحظ أي تغيير	126	36	0.286	28.6 %	0.453
د- لا أعلم	126	10	0.079	7.9 %	0.271

جدول 22 التأثيرات الشخصية للتعرض



مبيان 22 التأثيرات الشخصية للتعرض

تحليل بيانات تأثير التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

اتفاقاً نسبياً بين المشاركين الذين يعانون من هذا التأثير. وقد يكون الرقم الحقيقي أعلى من ذلك، ولكن بعض المشاركين ربما لم يرغبوا في الاعتراف بتأثير سلبي واضح لوسائل التواصل على صحتهم النفسية.

يمكن أن يرتبط القلق والتوتر بالضغط الاجتماعية، أو التنمر الإلكتروني، أو المقارنات مع الآخرين.

3. لا يوجد تأثير ملحوظ عند بعض المشاركين (28.6%)

■ أكثر من ربع المشاركين (28.6%) لم يلاحظوا أي تغيير بسبب مواقع التواصل الاجتماعي

هذه الفئة ترى أن التفاعل مع وسائل التواصل لم يؤثر عليهم بشكل واضح، سواء إيجابياً أو سلبياً. والانحراف المعياري (0.453) يعكس تبايناً بين المشاركين في هذه الفئة.

وقد يكون هؤلاء المشاركون أكثر وعياً باستخدامهم لمواقع التواصل أو أقل انخراطاً في المحتوى المؤثر.

قد يعتمد تأثير مواقع التواصل على نوعية المحتوى الذي يتابعه المستخدم، وطريقة استهلاكه، ومدى انخراطه في النقاشات.

4. عدم اليقين حول التأثير (7.9%)

■ 7.9% من المشاركين لم يتمكنوا من تحديد تأثير مواقع التواصل الاجتماعي عليهم

هذه الفئة غير متأكدة مما إذا كان لاستخدام مواقع التواصل تأثير على حياتهم أم لا.

تعكس هذه البيانات مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركين من حيث تشكيل آرائهم، أو التسبب في القلق، أو عدم وجود تأثير ملحوظ. فيما يلي تحليل تفصيلي لأبرز الاتجاهات:

1. التأثير الأبرز: اكتساب آراء وتأثيرات جديدة (54.0%)

- أكثر من نصف المشاركين (54%) يشعرون أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت على آرائهم ومعتقداتهم. و النسبة الأعلى في البيانات تشير إلى أن مواقع التواصل تلعب دوراً كبيراً في تكوين الرأي العام وتعزيز المعرفة بأفكار واتجاهات جديدة. والانحراف المعياري (0.500) يشير إلى تباين بين المشاركين في إدراك هذا التأثير، مما يعني أنه ليس عاماً للجميع ولكن شائع بدرجة كبيرة.

وقد يكون هذا التأثير إيجابياً من حيث التعرف على قضايا جديدة، أو تطوير التفكير النقدي، أو استكشاف وجهات نظر متنوعة. لكنه قد يكون أيضاً سلبياً إذا كان مرتبطاً بتأثيرات سلبية مثل التلاعب بالمعلومات، أو التعرض للمحتوى المضلل.

2. التأثير الأقل شيوعاً: زيادة التوتر أو القلق (9.5%)

■ أقل من 10% من المشاركين شعروا بأن مواقع التواصل تسبب لهم القلق والتوتر

رغم الانتقادات المتكررة حول تأثير وسائل التواصل على الصحة النفسية، إلا أن نسبة 9.5% فقط أبلغوا عن شعورهم بزيادة التوتر أو القلق. والانحراف المعياري (0.294) يعكس

قد يكون هناك بعض التحيز في الإجابات، حيث قد يتجنب بعض المشاركين الاعتراف بالتأثيرات السلبية لتجنب الاعتراف بتأثيرهم النفسي بمواقع التواصل.

الخلاصة:

-مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورًا مهمًا في تشكيل الآراء، حيث أشار 54% من المشاركين إلى اكتسابهم أفكارًا وتأثيرات جديدة.

-التأثيرات السلبية مثل القلق والتوتر موجودة لكنها أقل انتشارًا من المتوقع، مما يشير إلى تباين في تجارب المستخدمين.

- لم يلاحظ 28.6 % وجود تأثيرًا واضحًا، مما قد يشير إلى اختلاف في كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. وهناك نسبة صغيرة من المشاركين (7.9 %) غير متأكدين من تأثير مواقع التواصل عليهم، مما يشير إلى الحاجة لمزيد من البحث حول التأثيرات غير المباشرة.

والانحراف المعياري (0.271) يعكس أن هذه الفئة صغيرة ولكنها موجودة.

ربما يحتاج هؤلاء المشاركون إلى المزيد من الوقت أو الوعي الذاتي لتحديد التأثير الحقيقي لمواقع التواصل على تفكيرهم وسلوكهم.

يمكن أن يكون هذا دليلًا على أن بعض المستخدمين يتفاعلون مع المحتوى بشكل سطحي دون أن يترك أثرًا واضحًا عليهم.

5. الاتجاهات العامة والملاحظات

- مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على تكوين الآراء بشكل ملحوظ

أكثر من نصف المشاركين تأثروا بآراء وأفكار جديدة بسبب استخدام مواقع التواصل، مما يدل على دورها الكبير في تشكيل الوعي المجتمعي.

-التأثيرات السلبية مثل القلق والتوتر أقل انتشارًا في هذه العينة

على الرغم من القلق العالمي بشأن تأثير مواقع التواصل على الصحة النفسية، فإن 9.5 % فقط أبلغوا عن زيادة القلق أو التوتر، مما قد يشير إلى وعي صحي أو تردد في الاعتراف بالمشاعر السلبية.

-عدد كبير من المستخدمين لا يشعرون بتغيير واضح:

حوالي 28.6 % لم يلاحظوا أي تأثير، مما قد يعكس استخدامًا متوازنًا أو عدم تأثر بالمحتوى الرقمي.

-احتمالية وجود تحيز في الإجابات

المحور السابع:

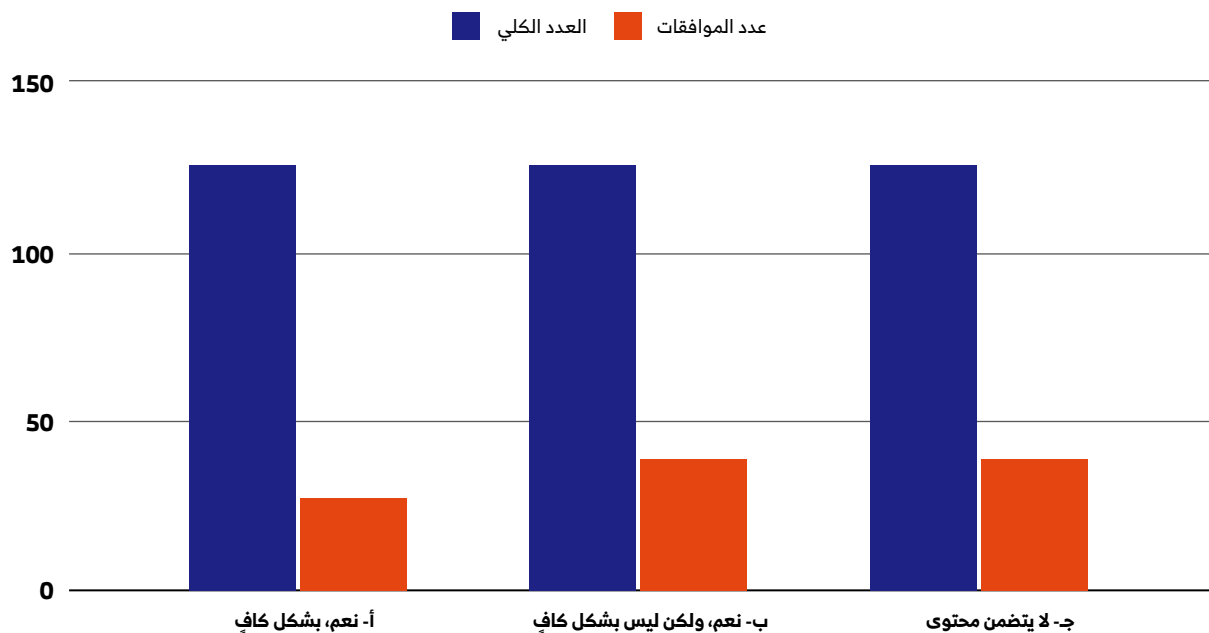
وجود محتوى تعليمي حول وسائل الإعلام والمعلومات

تعد المناهج الدراسية أحد العوامل الأساسية في تكوين وعي الطلبة حول التربية الإعلامية والمعلوماتية. يناقش هذا المحور مدى توافر محتوى تعليمي مخصص لهذا الموضوع في المناهج الحالية، وهل هو كافٍ لتلبية احتياجات الطلبة في فهم الإعلام والتعامل مع المعلومات بشكل ناقد وواعٍ.

وجود محتوى تعليمي حول وسائل الإعلام والمعلومات					
الخيار	العدد الكلي	عدد الموافقات	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية (%)	الانحراف المعياري
أ- نعم، بشكل كافٍ	126	28	0.222	22.2 %	0.417
ب- نعم، ولكن ليس بشكل كافٍ	126	40	0.317	31.7 %	0.466
ج- لا يتضمن محتوى	126	58	0.460	46.0 %	0.500

جدول 23 وجود محتوى تعليمي حول وسائل الإعلام والمعلومات

وجود محتوى تعليمي حول وسائل الإعلام والمعلومات



مبيان 23 وجود محتوى تعليمي حول الاعلام والمعلومات

تحليل نتائج المحور الخاص بوجود محتوى تعليمي

حول التعامل مع الإعلام والمعلومات:

الخلاصة:

تشير النتائج إلى غياب المحتوى التعليمي الخاص بالتعامل مع وسائل الإعلام والمعلومات، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة سابقة للباحث خاصة بتحليل محتوى التربية الإعلامية والمعلوماتية في المناهج الدراسية وتشير هذه النتائج إلى أهمية إجراء تقييم شامل للمناهج الدراسية لتحديد مدى تغطيتها لموضوع وسائل الإعلام والمعلومات. وتطوير برامج تدريبية للمعلمين لتمكينهم من تدريس هذا الموضوع بفعالية. وإنشاء موارد تعليمية متنوعة، مثل المواد المرئية والمسموعة، لتلبية احتياجات الطلبة المختلفة. وتشجيع الحوار والنقاش حول وسائل الإعلام والمعلومات في الفصول الدراسية.

1. عدم كفاية المحتوى التعليمي:

أغلبية المشاركين (46 %) يرون أن المحتوى التعليمي حول وسائل الإعلام والمعلومات غير موجود أصلاً.

- نسبة كبيرة أيضاً (31.7 %) يرون أنه موجود، ولكن ليس بشكل كافٍ. وهذا يشير إلى وجود فجوة واضحة في توفير محتوى تعليمي كافٍ حول هذا الموضوع.

2. الحاجة إلى تطوير المحتوى:

النتائج تظهر الحاجة الملحة إلى تطوير محتوى تعليمي شامل وفعال حول وسائل الإعلام والمعلومات. يجب أن يغطي هذا المحتوى جوانب مختلفة، مثل كيفية التعامل مع الأخبار والمعلومات، وتقييم المصادر، والتفكير النقدي.

تفاوت في الآراء:

الانحراف المعياري لكل خيار يوضح وجود تفاوت في آراء المشاركين.

المحور الثامن:

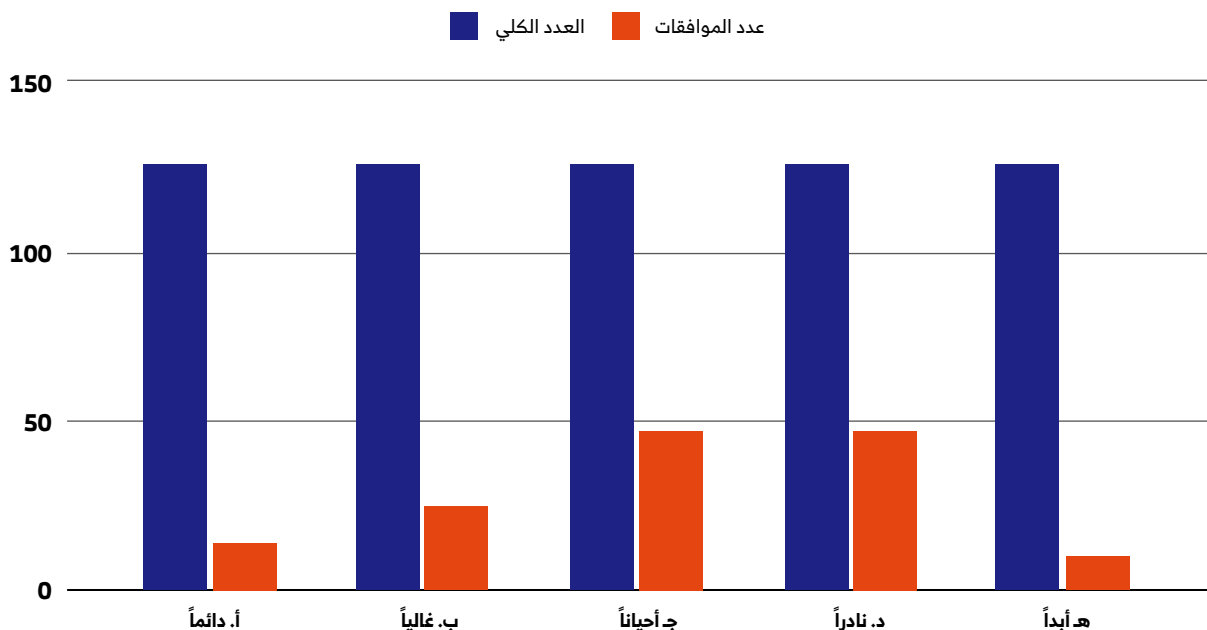
عادة التحقق مع الأخبار والمعلومات

في عصر الأخبار السريعة والمعلومات المتدفقة، تزداد الحاجة إلى التحقق من صحة الأخبار قبل تصديقها أو نشرها. يركز هذا المحور على مدى التزام الطلبة بعادة التحقق من الأخبار، وذلك لفهم مدى وعيهم بضرورة التثبت من المعلومات قبل مشاركتها

تكرار عادة التحقق من الأخبار والمعلومات					
الخيار	العدد الكلي	عدد الموافقات	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية (%)	الانحراف المعياري
أ- دائماً	126	14	0.111	11.1 %	0.315
ب- غالباً	126	25	0.198	19.8 %	0.400
ج- أحياناً	126	48	0.381	38.1 %	0.487
د- نادراً	126	29	0.230	23.0 %	0.422
هـ- أبداً	126	10	0.079	7.9 %	0.271

جدول 24 عادات التحقق

تكرار عادة التحقق من الأخبار والمعلومات



مبيان 24 عادات التحقق

تحليل نتائج المحور الخاص بمدى ممارسة عادة

التحقق من المعلومات والأخبار:

1. تفاوت كبير:

الخلاصة:

رغم وجود نسبة كبيرة يقولون بأنهم يحققون من الأخبار والمعلومات في بعض الأوقات (38.1 %) فإن نسبة كبيرة أيضاً (23 %) يتحققون "نادراً"، ونسبة قليلة جداً (11.1 %) يتحققون "دائماً"، وتشير هذه النتائج إلى أهمية إجراء حملات توعية لتشجيع عادة التحقق من الأخبار والمعلومات، وتوفير أدوات ومصادر موثوقة للتحقق من الأخبار والمعلومات، ودمج مهارات التحقق من الأخبار والمعلومات في المناهج الدراسية، وتشجيع الحوار والنقاش حول أهمية التحقق من الأخبار والمعلومات.

تعكس النتائج وجود تفاوت كبير في عادة التحقق من الأخبار والمعلومات بين المشاركين. حيث يفيد أغلبية المشاركين (38.1 %) أنهم يتحققون من الأخبار والمعلومات "أحياناً". ونسبة كبيرة أيضاً (23 %) يتحققون "نادراً"، ونسبة (19.8 %) يتحققون "غالباً". ونسبة قليلة جداً (11.1 %) يتحققون "دائماً"، ونسبة (7.9 %) "أبداً".

2. الحاجة إلى تعزيز عادة التحقق:

والنتائج تظهر الحاجة الملحة إلى تعزيز عادة التحقق من الأخبار والمعلومات لدى المشاركين، وتشجيع المشاركين على التحقق من الأخبار والمعلومات بشكل دائم أو غالباً.

تفاوت في الآراء:

الانحراف المعياري لكل خيار يوضح وجود تفاوت في آراء المشاركين، وهذا يشير إلى أن هناك حاجة إلى إجراء المزيد من البحث لفهم الأسباب الكامنة وراء هذا التفاوت.

المحور التاسع:

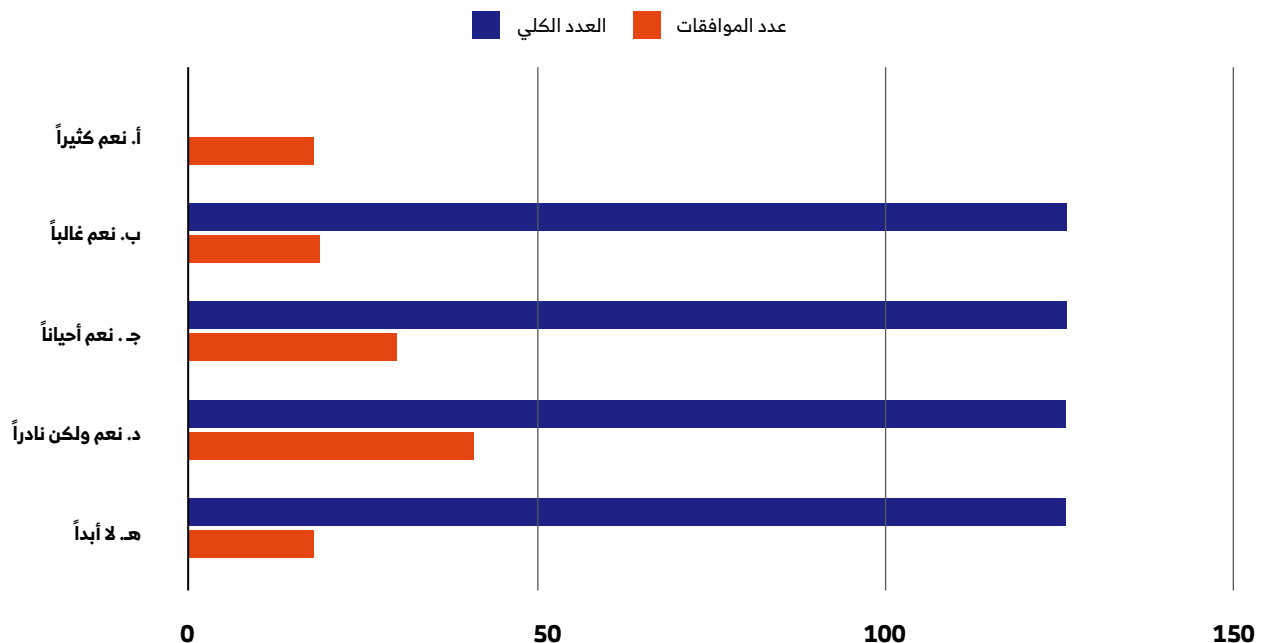
نسبة التعرض للمعلومات المضللة

أصبحت المعلومات المضللة من التحديات الكبرى التي تواجه المجتمعات اليوم، خاصة مع انتشار الأخبار الكاذبة عبر الإنترنت. يسلط هذا المحور الضوء على مدى تعرض الطلبة لهذا النوع من المعلومات، مما يساعد على تحديد الحاجة إلى تعزيز الوعي بأساليب التحقق ومكافحة التضليل الإعلامي.

نسبة التعرض للمعلومات المضللة					
الخيار	العدد الكلي	عدد الموافقات	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية (%)	الانحراف المعياري
أ- نعم كثيراً	126	18	0.143	14.3 %	0.351
ب- نعم غالباً	126	19	0.151	15.1 %	0.359
ج- نعم أحياناً	126	30	0.238	23.8 %	0.427
د- نعم ولكن نادراً	126	41	0.325	32.5 %	0.470
هـ- لا أبداً	126	18	0.143	14.3 %	0.351

جدول 25 التعرض للمعلومات المضللة

نسبة التعرض للمعلومات المضللة



مبيان 25 التعرض للمعلومات المضللة

تحليل نتائج المحور الخاصة بنسبة التعرض للأخبار والمعلومات المضللة:

3. الحاجة إلى التوعية:

النتائج تؤكد على الحاجة إلى زيادة الوعي بمخاطر المعلومات المضللة وكيفية التعامل معها.

يجب أن يتم توعية الناس عن طريق ورش عمل أو عن طريق دمج معلومات في المناهج الدراسية. والحاجة إلى إطلاق حملات توعية مكثفة حول مخاطر المعلومات المضللة وكيفية التعرف عليها، و تطوير برامج تدريبية لتعزيز مهارات التفكير النقدي لدى الأفراد، وتشجيع استخدام مصادر معلومات موثوقة والتحقق من صحة الأخبار والمعلومات قبل مشاركتها، ودعم المبادرات التي تهدف إلى مكافحة المعلومات المضللة على الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي.

1. انتشار المعلومات المضللة:

النتائج تشير إلى أن نسبة كبيرة من المشاركين يتعرضون للمعلومات المضللة بدرجات متفاوتة. أعلى نسبة (32.5 %) تشير إلى أن المشاركين يتعرضون للمعلومات المضللة "نادراً"، بينما النسبة التي تليها (23.8 %) يرون أنهم يتعرضون لها "أحياناً". والنسب التي تشير إلى التعرض "كثيراً" و "غالباً" متقاربة (14.3 % و 15.1 % على التوالي). نسبة عدم التعرض للمعلومات المضللة هي نفس نسبة التعرض لها كثيراً، مما يعني أن هناك نسبة كبيرة من الناس لا تتعرض للمعلومات المضللة.

2. تفاوت في درجة التعرض:

يوجد تفاوت في درجة التعرض للمعلومات المضللة بين المشاركين، حيث تتوزع الإجابات على جميع الخيارات. وهذا التفاوت يظهر الحاجة إلى وعي متزايد لدى جميع فئات المجتمع.

المحور العاشر:

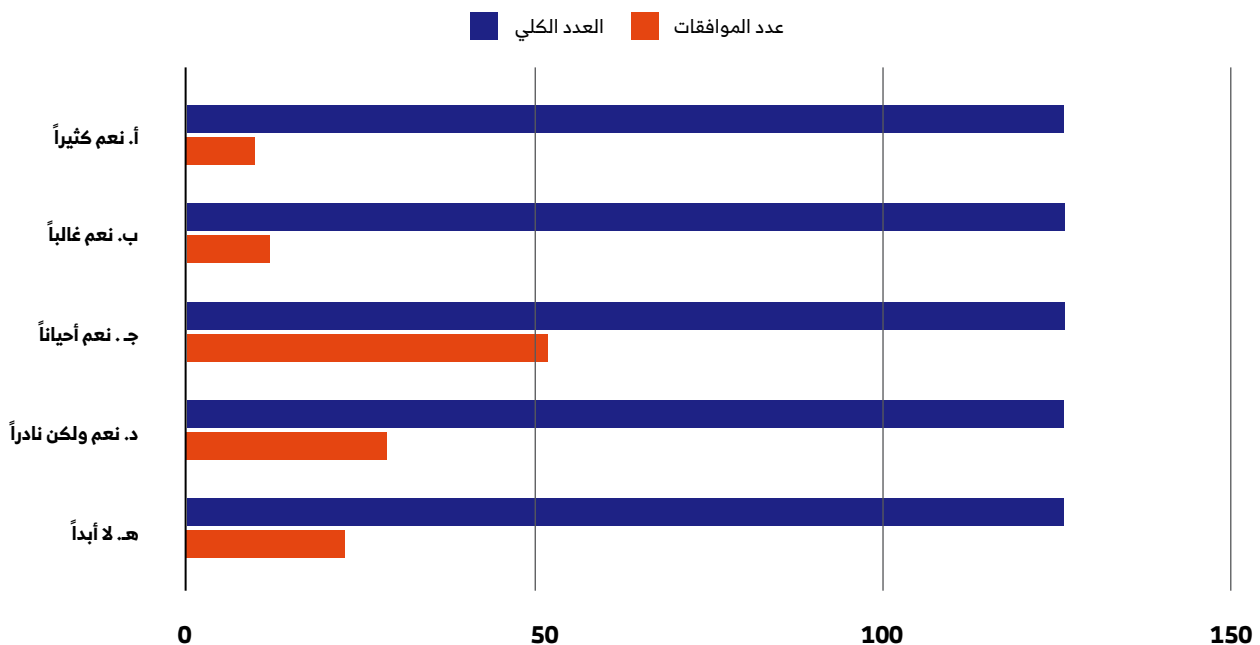
رؤية الطلبة لمساهمة الإعلام في خطاب الكراهية

يلعب الإعلام دورًا محوريًا في تشكيل الرأي العام، لكنه قد يسهم أحيانًا في نشر خطاب الكراهية والانقسام. يهدف هذا المحور إلى قياس تصورات الطلبة حول مدى تأثير الإعلام في نشر هذا النوع من الخطاب، مما يساعد على فهم دور الإعلام في تعزيز أو الحد من هذه الظاهرة.

رؤية الطلبة لمساهمة الإعلام في خطاب الكراهية					
الخيار	العدد الكلي	عدد الموافقات	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية (%)	الانحراف المعياري
أ- نعم كثيرًا	126	10	0.079	7.9 %	0.271
ب- نعم غالبًا	126	12	0.095	9.5 %	0.294
ج- نعم أحيانًا	126	52	0.413	41.3 %	0.494
د- نعم ولكن نادرًا	126	29	0.230	23.0 %	0.422
هـ- لا أبدًا	126	23	0.183	18.3 %	0.387

جدول 26 الإعلام وخطاب الكراهية

رؤية الطلبة لمساهمة الإعلام في خطاب الكراهية



مبيان 26 الإعلام وخطاب الكراهية

المحور الحادي عشر:

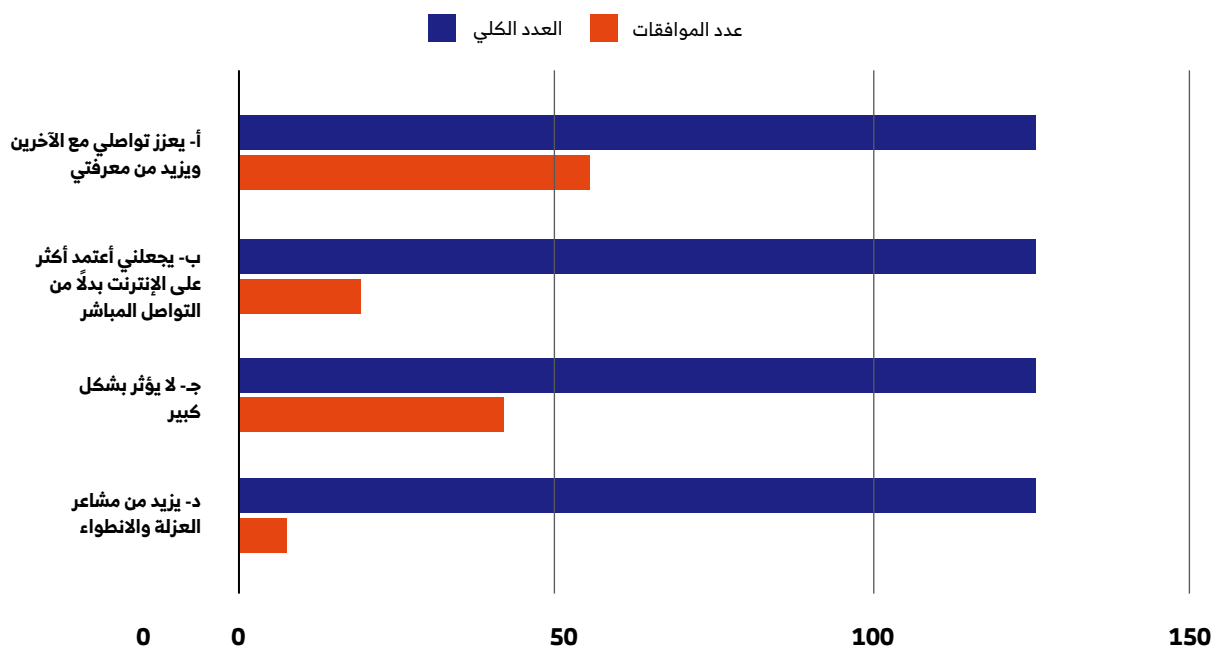
تأثير مواقع التواصل على العلاقات الاجتماعية

رغم أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهل التواصل بين الأفراد، إلا أنها قد تؤدي أيضًا إلى العزلة والاعتماد الزائد على التفاعل الافتراضي. يناقش هذا المحور تأثير هذه المنصات على العلاقات الاجتماعية للطلبة، وهل تعزز الروابط الاجتماعية أم تقلل من التواصل المباشر بينهم.

تأثير مواقع التواصل على العلاقات الاجتماعية					
الخيار	العدد الكلي	عدد الموافقات	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية (%)	الانحراف المعياري
أ- يعزز تواصلي مع الآخرين ويزيد من معرفتي	126	56	0.444	44.4 %	0.498
ب- يجعلني أعتمد أكثر على الإنترنت بدلاً من التواصل المباشر	126	20	0.159	15.9 %	0.367
ج- لا يؤثر بشكل كبير	126	42	0.333	33.3 %	0.473
د- يزيد من مشاعر العزلة والانطواء	126	8	0.063	6.3 %	0.244

جدول 27 تأثير مواقع التواصل على العلاقات الاجتماعية

تأثير مواقع التواصل على العلاقات الاجتماعية



مبيان 27 التأثير على العلاقات الاجتماعية

تحليل نتائج المحور الخاص بتأثير مواقع التواصل على العلاقات الاجتماعية للطلبة:

تأثيرات متنوعة لمواقع التواصل:

- تظهر النتائج أن لمواقع التواصل تأثيرات متنوعة على العلاقات الاجتماعية، حيث تتوزع الإجابات على جميع الخيارات.
- أعلى نسبة (44.4%) تشير إلى أن المشاركين يرون أن مواقع التواصل "تعزز تواصلهم مع الآخرين وتزيد من معرفتهم".
 - نسبة كبيرة أيضاً (33.3%) يرون أن مواقع التواصل "لا تؤثر بشكل كبير".
 - نسبة (15.9%) يرون أن مواقع التواصل "تجعلهم أكثر اعتماداً على الإنترنت بدلاً من التواصل المباشر".
 - أقل نسبة (6.3%) يرون أن مواقع التواصل تزيد من مشاعر العزلة والانعطاء.

تفاوت في الآراء:

يوجد تفاوت في آراء المشاركين حول تأثير مواقع التواصل على العلاقات الاجتماعية، حيث تتوزع الإجابات على جميع الخيارات. وهذا التفاوت يظهر الحاجة إلى وعي متزايد لدى جميع فئات المجتمع حول كيفية استخدام مواقع التواصل بشكل مسؤول.

تأثير إيجابي غالب:

النسبة الأكبر تشير إلى أن المشاركين يرون أن لمواقع التواصل تأثيراً إيجابياً على علاقاتهم الاجتماعية. ومع ذلك، يجب الانتباه إلى التأثيرات السلبية المحتملة، مثل الاعتماد الزائد على الإنترنت والشعور بالعزلة.

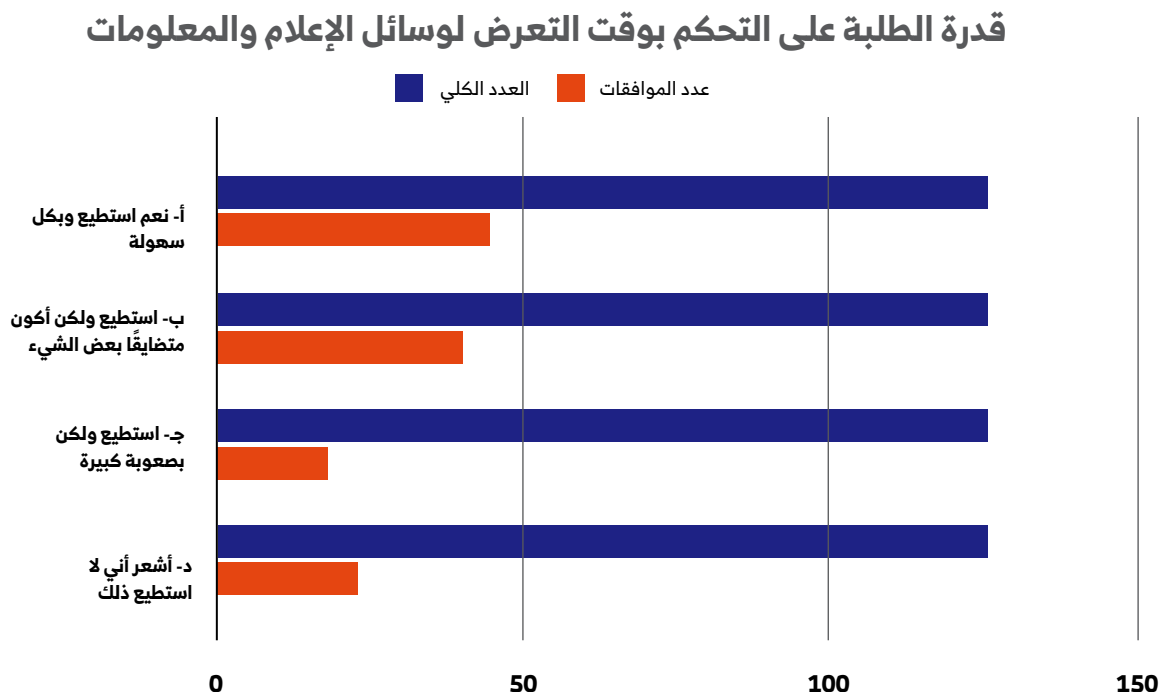
المحور الثاني عشر:

قدرة الطلبة على التحكم بوقت التعرض لوسائل الإعلام والمعلومات:

في ظل الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام، تصبح القدرة على تنظيم الوقت وإدارته مهارة ضرورية. يبحث هذا المحور في مدى قدرة الطلبة على التحكم بوقت تعرضهم لوسائل الإعلام، وما إذا كانوا يجدون صعوبة في ذلك، مما يوضح الحاجة إلى استراتيجيات إدارة وقت فعالة.

قدرة الطلبة على التحكم بوقت التعرض لوسائل الإعلام والمعلومات					
الخيار	العدد الكلي	عدد الموافقات	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية (%)	الانحراف المعياري
أ- نعم استطيع وبكل سهولة	126	45	0.357	35.7 %	0.481
ب- استطيع ولكن أكون متضايقاً بعض الشيء	126	40	0.317	31.7 %	0.467
ج- استطيع ولكن بصعوبة كبيرة	126	18	0.143	14.3 %	0.351
د- أشعر أنني لا استطيع ذلك	126	23	0.183	18.3 %	0.387

جدول 28 القدرة على التحكم



مبيان 28 القدرة على التحكم:

تحليل نتائج المحور الخاص بقدرة الطلبة على التحكم

بوقت التعرض لوسائل الإعلام والمعلومات:

1. وجود تفاوت في القدرة على التحكم:

تشير النتائج إلى وجود تفاوت في قدرة الطلبة على التحكم بوقت التعرض لوسائل الإعلام والمعلومات.

- أعلى نسبة (35.7%) تشير إلى أن الطلبة يرون أنهم يستطيعون التحكم بوقت التعرض لوسائل الإعلام بسهولة
- نسبة كبيرة أيضًا (31.7%) يرون أنهم «استطيع ولكن أكون متضايقًا بعض الشيء».
- نسبة (18.3%) يرون أنهم «أشعر أنني لا أستطيع ذلك».
- أقل نسبة (14.3%) يرون أنهم «استطيع ولكن بصعوبة كبيرة».

2. صعوبات في التحكم:

- نسبة كبيرة من الطلبة (50%) يواجهون صعوبات في التحكم بوقت التعرض لوسائل الإعلام والمعلومات. وهذا يشير إلى وجود تحديات تواجه الطلبة في إدارة وقتهم أمام وسائل الإعلام والمعلومات.

3. الحاجة إلى التوعية والتوجيه:

النتائج تؤكد على الحاجة إلى زيادة الوعي بأهمية إدارة وقت التعرض لوسائل الإعلام والمعلومات، وتوعية الطلبة حول كيفية تنظيم وقتهم وتحديد أولوياتهم. وتنظيم ورش عمل وندوات لتعليم الطلبة مهارات إدارة الوقت والتخطيط، وتوفير أدوات وموارد تساعد الطلبة على تنظيم وقتهم أمام وسائل الإعلام والمعلومات، وتشجيع الطلبة على تحديد أهداف واضحة لوقت التعرض لوسائل الإعلام والمعلومات، وتوعية الطلبة بأهمية الحصول على قسط كافٍ من الراحة والنوم، وتشجيع الحوار والنقاش حول قضايا إدارة الوقت في الفصول الدراسية، وتوجيه أولياء الأمور بأهمية متابعة أبنائهم وتوجيههم.

المحور الثالث عشر:

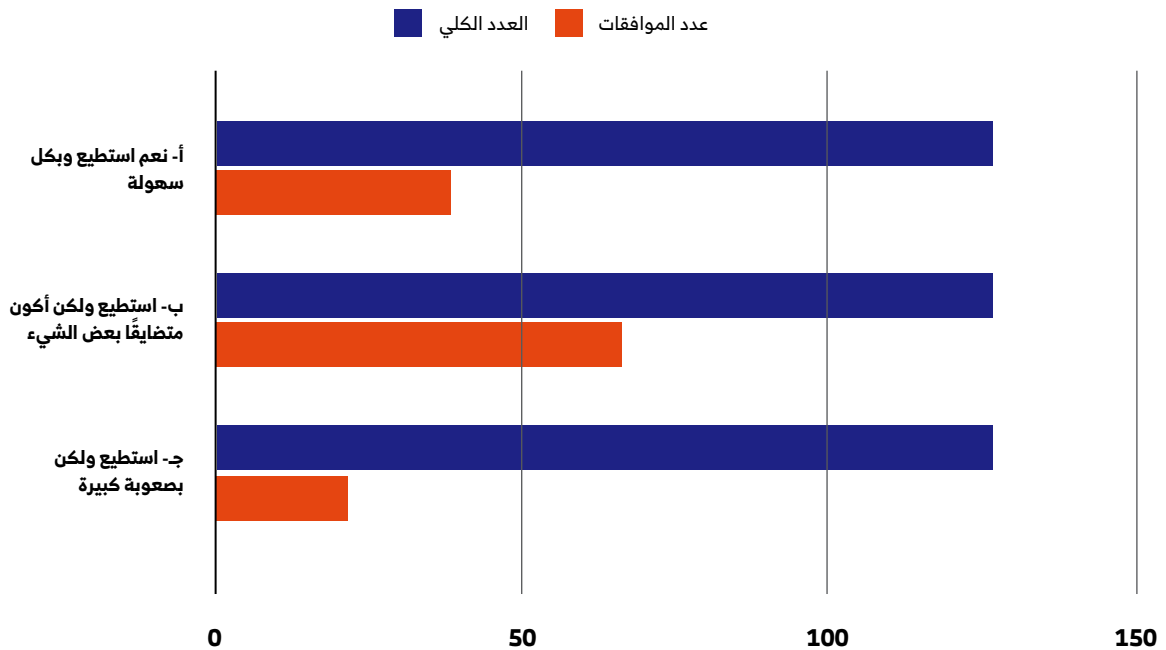
الشعور بالحاجة إلى التربية الإعلامية والمعلوماتية

مع تزايد انتشار المحتوى الإعلامي وتنوع مصادر المعلومات، تبرز الحاجة إلى تنمية مهارات التربية الإعلامية والمعلوماتية لدى الطلبة. يهدف هذا المحور إلى استكشاف مدى إدراك الطلبة لأهمية هذا النوع من التربية، وهل يشعرون بحاجة فعلية إلى تعلم مهارات التعامل مع الإعلام والمعلومات بوعي ناقد.

الشعور بالحاجة إلى التربية الإعلامية والمعلوماتية					
الخيار	العدد الكلي	عدد الموافقات	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية (%)	الانحراف المعياري
أ- نعم، بشكل كبير	126	38	0.302	30.2 %	0.460
ب- نعم، إلى حد ما	126	66	0.524	52.4 %	0.501
ج- لا أرى أنني بحاجة إلى ذلك	126	22	0.175	17.5 %	0.381

جدول 29 الحاجة للتربية الإعلامية

الشعور بالحاجة إلى التربية الإعلامية والمعلوماتية



مبيان 29 الحاجة للتربية الإعلامية

تحليل نتائج المحور الخاص بالحاجة إلى التربية الإعلامية:

1. حاجة ملحة للتربية الإعلامية والمعلوماتية:

- النتائج تشير إلى أن نسبة كبيرة من الطلبة يشعرون بالحاجة إلى التربية الإعلامية والمعلوماتية.
- أعلى نسبة (52.4 %) تشير إلى أن الطلبة يرون أنهم بحاجة إلى التربية الإعلامية والمعلوماتية "إلى حد ما".
 - نسبة (30.2 %) يرون أنهم بحاجة إليها "بشكل كبير".
 - نسبة قليلة (17.5 %) يرون أنهم ليسوا بحاجة إلى التربية الإعلامية.

الخلاصة:

- وجود وعي متزايد بأهمية التربية الإعلامية والمعلوماتية:
- النتائج تدل على وعي متزايد لدى الطلبة بأهمية التربية الإعلامية والمعلوماتية في حياتهم.
 - هذا الوعي يعكس الحاجة إلى تزويد الطلبة بالمهارات اللازمة للتعامل مع وسائل الإعلام والمعلومات بشكل فعال.
- والنتائج تؤكد أهمية تلبية هذه الحاجة من خلال توفير برامج تربوية وتدريبية في مجال التربية الإعلامية والمعلوماتية، وتضمين التربية الإعلامية والمعلوماتية في المناهج الدراسية بمختلف المراحل التعليمية، وتنظيم ورش عمل ودورات تدريبية للطلاب حول مهارات التربية الإعلامية والمعلوماتية. وتوفير مصادر تعليمية متنوعة ومتاحة للطلاب حول التربية الإعلامية والمعلوماتية. وتشجيع الحوار والنقاش حول قضايا التربية الإعلامية والمعلوماتية في الفصول الدراسية. توعية أولياء الأمور بأهمية التربية الإعلامية والمعلوماتية ودورهم في دعم أبنائهم.

الفجوات المعرفية والمهاراتية التي تكشفها نتائج الدراسة

4. نقص المحتوى التعليمي المتعلق بالتربية الإعلامية في المناهج الدراسية:

أظهرت النتائج أن أغلب الطلبة يرون أن المحتوى التعليمي الخاص بالتربية الإعلامية والمعلوماتية إما غائب أو غير كافٍ، مما يعكس حاجة ملحة إلى برامج تعليمية متخصصة.

ثانياً: الفجوات المهاراتية

1. ضعف مهارات التحقق من الأخبار والمعلومات:

أظهرت النتائج أن نسبة قليلة فقط من الطلبة يمارسون عادة التحقق من صحة الأخبار بشكل دائم، مما يعكس الحاجة إلى تدريب مكثف على أدوات وأساليب التحقق.

2. غياب مهارات التفكير النقدي في التعامل مع المحتويات الإعلامية:

رغم ارتفاع نسبة استخدام الطلبة لوسائل الإعلام، إلا أن نتائج الدراسة بينت أن تنمية مهارات التفكير النقدي وتحليل المحتويات الإعلامية والمعلوماتية من أقل الجوانب التي حصلت على اهتمام مسبق.

3. الافتقار إلى مهارات إنتاج المحتوى الإعلامي (التعبير الرقمي):

أظهرت الدراسة ضعفًا في تدريب الطلبة على التعبير الإعلامي وصناعة المحتوى مثل كتابة المقالات أو إنتاج محتويات إعلامية رقمية.

4. ضعف مهارات إدارة الوقت وتنظيم التعرض للإعلام:

نسبة كبيرة من الطلبة تواجه صعوبة في التحكم في الوقت المخصص لاستهلاك

بناءً على تحليل نتائج الدراسة، تم رصد مجموعة من الفجوات المعرفية والمهاراتية التي يعاني منها طلبة الثانوية العامة فيما يتعلق بالتربية الإعلامية والمعلوماتية. يشكل سد هذه الفجوات أساساً لأي مشروع تدريبي يهدف إلى تعزيز قدراتهم في التعامل مع وسائل الإعلام والمعلومات بشكل ناقد وواع. وفي ضوء النتائج، يمكن تصنيف الفجوات إلى معرفية (تتعلق بالوعي والإدراك النظري) ومهاراتية (تتعلق بالتطبيق العملي واكتساب المهارات).

أولاً: الفجوات المعرفية

1. ضعف فهم مفهوم التربية الإعلامية والمعلوماتية بشكل متكامل:

أظهرت النتائج أن الطلبة يميلون إلى ربط التربية الإعلامية بالجوانب التقنية (مثل صيانة الأجهزة واستخدام الإنترنت) أكثر من ربطها بالجوانب التحليلية والنقدية، مما يدل على غياب الفهم المتكامل لمفهوم التربية الإعلامية كعملية تهدف إلى تنمية التفكير النقدي والتحقق من المعلومات.

2. غياب الوعي بمخاطر المعلومات المضللة:

نسبة كبيرة من الطلبة يتعرضون للمعلومات المضللة، لكن ذلك لا يرافقه إدراك كافٍ لخطورة هذه المعلومات أو معرفة أساليب اكتشافها.

3. ضعف الإدراك لدور الإعلام في تشكيل الرأي العام وخطاب الكراهية:

رغم إدراك بعض الطلبة لدور الإعلام في نشر خطاب الكراهية، إلا أن نسبة كبيرة لا تملك معرفة كافية بكيفية تأثير وسائل الإعلام في توجيه النقاشات الاجتماعية والسياسية.

- استخدام أدوات إلكترونية للتحقق مثل Google Fact Check و Snopes.
- جلسات توعية حول مخاطر المعلومات المضللة وخطاب الكراهية.
- تطوير مهارات إدارة الوقت والاستخدام الآمن والمسؤول للإعلام الرقمي.
- تدريب عملي على إنتاج محتوى إعلامي ناقد (كتابة مقالات، تصميم إنفوجرافيك، إعداد فيديوهات توعوية).
- دمج الأهل والمعلمين في البرامج التدريبية لضمان بيئة داعمة.

الخلاصة:

تعكس هذه الفجوات حاجة ملحة إلى إعداد برنامج تدريبي متكامل يعزز وعي الطلبة بمفاهيم التربية الإعلامية والمعلوماتية، ويمنحهم المهارات اللازمة للتعامل النقدي والواعي مع وسائل الإعلام والمعلومات. سيكون هذا المشروع أداة مهمة في تمكين الشباب من ممارسة دورهم كمواطنين رقميين مسؤولين في عصر المعلومات.

إن سد هذه الفجوات المعرفية والمهاراتية سيسهم بشكل مباشر في إعداد جيل قادر على التعامل مع البيئة الإعلامية الحديثة بوعي ونقد، مما يعزز من دورهم كأفراد فاعلين في المجتمع الرقمي. المشروع التدريبي المقترح يجب أن يعتمد على منهجية تشاركية تدمج بين الجانب النظري والتطبيقي لضمان تحقيق الأهداف التعليمية بشكل فعال.

وسائل الإعلام والمعلومات، مما يعكس الحاجة إلى تدريبهم على استراتيجيات إدارة الوقت الرقمي.

5. ضعف مهارات الأمان الرقمي:

لم تتطرق الدراسة بشكل مباشر إلى هذا الجانب، ولكن ارتفاع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والإنترنت دون وعي كافٍ بأخطار الإدمان الرقمي يشير إلى ضرورة تعزيز مهارات الأمان الرقمي وحماية الخصوصية.

6. التمييز بين المحتوى الإعلامي الترفيهي والإخباري:

أظهرت النتائج أن الطلبة يستخدمون وسائل الإعلام بشكل كبير للترفيه، في حين أن استخدامهم للحصول على الأخبار أو متابعة التطورات التربوية أقل. ويجب رفع وعي الطلبة حول كيفية التفريق بين المحتوى الترفيهي والإخباري، وأهمية متابعة الأخبار والمعلومات التربوية.

7. الاستخدام المسؤول لمواقع التواصل الاجتماعي:

أشارت نتائج الدراسة إلى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية وزيادة العزلة لدى بعض الطلبة. وهنا تأتي أهمية تعزيز مهارات الاستخدام المسؤول للتكنولوجيا مع التركيز على بناء علاقات اجتماعية صحية ومتوازنة.

وبناء على هذه الفجوات فإن الدراسة توصي بتصميم مشروع تدريبي يركز على:

- وحدات تدريبية حول التفكير النقدي وتحليل المعلومات.
- ورش عمل حول أساليب التحقق من الأخبار والمعلومات.

الخاتمة

في ضوء ما تناولته الدراسة من تحليل لواقع الألفبائية الإعلامية والمعلوماتية في المدارس الثانوية اليمنية، يتضح أن هناك فجوات كبيرة في وعي المعلمين والطلاب بمفاهيم التربية الإعلامية وآليات استخدامها بفعالية. يُعد هذا الموضوع من القضايا الملحة، نظرًا لتزايد تأثير وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والمواقف، مما يبرز أهمية تعزيز مهارات التفكير النقدي والتحقق من المعلومات لدى الطلبة والمعلمين على حد سواء.

النتائج:

أظهرت الدراسة ما يلي:

1. وجود ضعف في إدراك المعلمين والطلبة لمفاهيم الألفبائية الإعلامية والمعلوماتية، حيث يخلط الكثيرون بين الإعلام التربوي والتربية الإعلامية.
2. تبين أن وسائل التواصل الاجتماعي تُعد المصدر الرئيسي للحصول على المعلومات، وهو ما يجعل الطلبة عرضة للمحتوى غير الدقيق والمضل.
3. لا تتضمن المناهج الدراسية الحالية محتوى كافياً يعزز مهارات التربية الإعلامية، مما يستدعي دمج هذه المهارات في العملية التعليمية.
4. أفاد المعلمون بحاجتهم الماسة إلى التدريب في التربية الإعلامية والمعلوماتية، مما يعكس قصوراً في توفير برامج تأهيلية مخصصة لهم.
5. أكدت الدراسة أن هناك تأثيرات سلبية لاستخدام وسائل الإعلام في البيئة التعليمية، مثل تراجع مستوى التركيز وزيادة التعرض لخطاب الكراهية والتنمر الإلكتروني.
6. أظهرت النتائج أن ضعف التدريب والبنية التحتية في المدارس يمثلان عائقاً رئيسياً أمام تطبيق مفاهيم التربية الإعلامية بشكل عملي.
7. هناك حاجة واضحة إلى تطوير استراتيجيات تفاعلية تسهم في توعية الطلاب حول كيفية استهلاك المحتوى الإعلامي بمسؤولية ووعي نقدي.

التوصيات:

في ضوء نتائج الدراسة تتبين الحاجة الماسة إلى ما يلي:

1. **إدماج التربية الإعلامية في المناهج الدراسية:** ينبغي تطوير محتوى تعليمي يركز على مهارات التحقق من الأخبار، التفكير النقدي، والتعامل الواعي مع الإعلام الرقمي.
2. **تنظيم برامج تدريبية مكثفة للمعلمين:** يجب تنفيذ دورات تدريبية منتظمة تهدف إلى تأهيل المعلمين ليصبحوا قادرين على تعليم التربية الإعلامية بطرق تفاعلية وعملية.
3. **تعزيز التوعية الإعلامية بين الطلاب:** يمكن تحقيق ذلك من خلال الأنشطة الصفية، والمسابقات التفاعلية، والمبادرات التي تشجع الطلاب على التفكير النقدي عند استهلاك المعلومات.
4. **التعاون مع وسائل الإعلام المحلية:** ينبغي العمل مع المؤسسات الإعلامية لإنتاج محتوى تعليمي هادف، يساهم في بناء ثقافة إعلامية مسؤولة بين الطلبة والمعلمين.
5. **تطوير مواد تعليمية موجهة:** يجب إنشاء أدلة تربوية تتضمن استراتيجيات عملية لتدريس التربية الإعلامية والمعلوماتية في الصفوف الدراسية.
6. **تفعيل دور الأنشطة المدرسية:** يجب إدراج التربية الإعلامية ضمن الأنشطة المدرسية مثل الصحافة المدرسية، والإذاعة المدرسية، وورش العمل التفاعلية.
7. **إنشاء منصات تعليمية إلكترونية:** توفر محتوى تعليميًا متخصصًا يساعد الطلبة والمعلمين على تعزيز مهارات التربية الإعلامية بطرق حديثة وتفاعلية.
8. **إطلاق حملات توعية مجتمعية:** تستهدف الطلاب وأولياء الأمور لتعريفهم بمخاطر الأخبار المضللة وخطاب الكراهية، وكيفية التعامل معها بوعي ومسؤولية.
9. **تحسين البنية التحتية الرقمية في المدارس:** من خلال توفير الأجهزة والاتصال بالإنترنت، مما يمكن الطلاب من الوصول إلى مصادر موثوقة للمعلومات.
10. **إجراء المزيد من الدراسات الميدانية:** لمتابعة تطور واقع التربية الإعلامية في المدارس، وقياس مدى فاعلية التدخلات المقترحة.

ختامًا، تؤكد هذه الدراسة أن تعزيز الألفبائية الإعلامية والمعلوماتية هو ضرورة تربوية ومجتمعية لمواجهة التحديات التي يفرضها الإعلام الرقمي. لذا، فإن العمل على تنفيذ هذه التوصيات من شأنه أن يساهم في بناء بيئة تعليمية أكثر وعيًا، ويساعد الأجيال القادمة على التعامل مع الإعلام بمسؤولية وكفاءة.



STUDIES & ECONOMIC MEDIA CENTER
مركز الدراسات والإعلام الاقتصادي

مركز الدراسات والإعلام الاقتصادي أحد أهم منظمات المجتمع المدني اليمنية التي تعمل في الشأن الاقتصادي والتوعية بالقضايا الاقتصادية وتعزيز الشفافية والحكم الرشيد ومشاركة المواطنين في صنع القرار، والعمل على إيجاد إعلام مهني ومحترف

<https://economicmedia.net/>

اليمن - تعز - حي الدحي



00967-4- 249306



www.economicmedia.net



economicmedia@gmail.com



[@Economicmedia](https://twitter.com/Economicmedia)



[Economicmedia](https://www.facebook.com/Economicmedia)