

	University of Baghdad College of Mass Communication	Vol (14) Issue (55) Year (2022) Pages (39- 56)
ISSN: 2617- 9318 (Online) ISSN: 1995- 8005 (Print)	Assistant Lecturer. Assad Khaleel Ibrahim	
Article history: Received: 2021/12/15 Accepted: 2022 /1/19	E-mail: hmos9295@gmail.com Mobile: +9647737523410	

Media awareness and its role in building the student's personality

Abstract

The problem of the study crystallized in the following main question: What is the role of media awareness in building the student's personality according to the opinions of a sample of middle school students? The importance of the research derives from the importance of media awareness being an important variable in building the student's personality. The sample size was (50) students at Al-Kadhimiya Al-Sabahiya Preparatory School for Boys. In this paper, a scale was used to measure the role of media awareness in building personality through (16) items on three axes (cognitive, skill, emotional). The validity and reliability of this scale were extracted, and the results showed the following:

- ▶ The majority of respondents agreed that media awareness seeks to establish cooperative relationships between students.
- ▶ The majority of respondents agreed that media awareness works to enable students to develop dialogue skills with each other.
- ▶ The majority of respondents agreed that media awareness works to provide students with deep knowledge that allows them to be creative and innovative.

In light of these results, some recommendations and suggestions were obtained.

Keywords:

- media awareness.
- character building
- middle School

/Available Online: <http://abaa.uobaghdad.edu.iq>

* Assistant Lecturer. Assad Khaleel Ibrahim.- The General Directorate of Education in Baghdad - Al-Karkh 3

م.م أسعد خليل إبراهيم

E-mail: hmos9295@gmail.com

التوعية الاعلامية ودورها في بناء شخصية الطالب

مستخلص

تبلورت مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس الاتي: ما دور التوعية الاعلامية في بناء شخصية الطالب على وفق اراء عينة من طلبة المرحلة الاعدادية؟، وتستمد اهمية البحث من أهمية التوعية الاعلامية لأنها متغيرة مهم في بناء شخصية الطالب، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي. بلغ حجم العينة (٥٠) طالباً في اعدادية الكاظمية الصباحية للبنين. واستخدم في هذا البحث مقياساً لقياس دور التوعية الإعلامية في بناء الشخصية عن طريق (١٦) فقرة في ثلاثة محاور (المعرفي، المهاري، الوجداني)، واستخرج الصدق والثبات لهذا المقياس، وأظهرت النتائج ما يأتي:

- ▶ يتفق اغلبية الباحثين على أن التوعية الاعلامية تسعى لتأسيس علاقات تعاونية بين الطلاب.
- ▶ يتفق اغلبية الباحثين على أن التوعية الاعلامية تعمل على تمكين الطلبة من مهارات الحوار مع الآخر.
- ▶ يتفق اغلبية الباحثين على أن التوعية الاعلامية تعمل على تزويد الطلاب بمعرفة عميقة تتيح لهم مجالات الإبداع والابتكار.

الكلمات المفتاحية:

- ▶ التغطية الإعلامية.
- ▶ بناء الشخصية.
- ▶ المرحلة الاعدادية
- ▶ الطالب.

/Available Online: <http://abaa.uobaghdad.edu.iq>

* المديرية العامة لتربية بغداد / الكرخ الثالثة

المقدمة Introduction

يؤدي الإعلام دوراً حيوياً في جوانب الحياة المختلفة كلها السياسية منها والاجتماعية والثقافية والاقتصادية. لذا نجد أن المؤسسات القائمة في المجتمع جميعها تسعى لأن يكون لها كيان إعلامي يمكنها من الوصول إلى أفراد المجتمع كي تحقق مجموعة من الغايات والاهداف التي تسهم في النهوض بهذا المجتمع.

تعد وسائل الإعلام من أهم وسائل التأثير الاجتماعي، إذ تؤدي دوراً رئيساً في حياة المجتمعات البشرية ولا يزال دورها مستمراً ومتطوراً، مما جعل الدراسات عليها دائمة نظراً لمكانتها. وقدرتها على إقناع الرأي العام وتوجيهه، إذ إن دور الإعلام في الوقاية لا يقتصر خطر المخدرات وعلى توعية الأفراد والمجتمعات بخطورة المخدرات وأضرارها الصحية والنفسية والاجتماعية والاقتصادية، بل يمتد إلى تطوير استراتيجيات إعلامية متوازنة للتوعية لا تثير الفضول أو تدعو إلى المبالغة وتؤدي إلى نتائج عكسية.

من وجهة النظر هذه، للإعلام دور مركزي في بناء شخصية الطالب. علمنا، وتشير الدراسات الميدانية، إلى أن فئة الشباب واليا فعين هي الأكثر متابعة لوسائل الإعلام، لاسيما الجديدة منها كالإنترنت، وبناءً عليه، فإن وسائل الإعلام المختلفة مثل الراديو والتلفزيون والقنوات الفضائية والسينما والصحف والمجلات والكتب والإعلانات تؤثر في عملية بناء الشخصية، إذ أنها توفر المعلومات والحقائق والأخبار والأفكار والآراء لتنوير الأشخاص حول موضوعات معينة من السلوك مع إتاحة الفرصة للترفيه والاستجمام ومن أهم ما يميز الإعلام أنه غير شخصي فهو يعكس جوانب مختلفة من الثقافة، ويزيد تأثيرها ويصبح مهماً بشكل متزايد في المجتمع الحديث.

الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث Problems of research

تعد وسائل الإعلام على اختلافها وسيطاً تربوياً قوياً، لما لها من أثر فاعل وحساس في بلورة الآراء والتوجهات للأفراد، وتشكيل الثقافة العامة والقيم المجتمعية، ومن ثم فعلها واجبات ينبغي القيام بها فضلاً عن وظائفها الأخرى التقليدية، عن طريق بث القيم التربوية والأخلاقية في محتوى الرسالة الإعلامية إذ يكون تأثيرها إيجابياً في تشكيل النظام الثقافي المتكامل في المجتمع. وتبلورت مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس الآتي:

ما دور التوعية الاعلامية في بناء شخصية الطالب على وفق آراء عينة من طلبة المرحلة الاعدادية؟ وتتفرع منها أسئلة فرعية:

- ▶ ما دور التوعية الإعلامية في الحد من انتشار ظاهرة التسرب من المدرسة؟
- ▶ ما دور التوعية الإعلامية في انتشار ظاهرة تعاطي المخدرات بين طلاب المرحلة الإعدادية؟

ثانياً: أهمية البحث Importance of research

تميزت وسائل الإعلام في العصر الحديث بقوتها وفعاليتها في التأثير في أفراد المجتمعات عامة، وانعكس ذلك على اتجاهاتهم وقيمهم ومبادئهم، ولأن النشاط الاتصالي بين الأفراد أساس التمدن في حياة الإنسان، فقد أصبح للإعلام دور مهم في تحديد مستوى الوعي لدى الفرد والمجتمع على حد سواء، ونظراً لصلة الإعلام الوثيقة بثقافة المجتمع بقيمه وعاداته وتقاليده، وما يتمتع به من قوة اجتماعية واقتصادية مهمة، كان له أثر رئيس في تشكيل الرأي العام. للإعلام ووسائله دور كبير في توجيه المجتمع نحو السلوك العقلاني والعادات الحميدة، وإبعاده عن السلوكيات الخاطئة. ومن الأمثلة على ذلك «حملات التوعية» التي تقوم بها وسائل الإعلام لتثقيف المجتمع في جميع مجالات الحياة، وتأسيساً على ما تقدم فإن الباحث يرى أن أهمية هذا البحث تستمد من أهمية التوعية الاعلامية لأنها متغير مهم في بناء شخصية الطالب وهي أساس من أسس الثقافة التي تسعى المجتمعات لزرعها وترسيخها في أبنيتها المستقبلية المجتمعية.

ثالثاً: اهداف البحث Objectives of research

- ▶ معرفة مفهوم التوعية الإعلامية وحملات التوعية الإعلامية
- ▶ بيان أهمية الحملات الإعلامية في التوعية والإرشاد والتوجيه
- ▶ معرفة مفهوم الشخصية
- ▶ بيان مكونات والعوامل المؤثرة في الشخصية
- ▶ بيان دور التوعية الاعلامية في بناء الشخصية

رابعاً: فرضية البحث

الفرضية هي تخمين علمي أو حكم مسبق يتم قبوله أو رفضه بناءً على نتائج البحث. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التوعية الإعلامية وبناء شخصية الطالب محل الدراسة والحلول التي طرحتها مشكلة البحث عن طريق معالجتها.

خامساً: حدود البحث Research limit

- ▶ الحدود المكانية: أجريت الدراسة الميدانية في مدرسة اعدادية الكاظمية الصباحية.
- ▶ الحدود الزمانية: تم اجراء الدراسة الميدانية للعام الدراسي 2021-2022.
- ▶ الحدود البشرية: تمت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة من طلبة مدرسة اعدادية الكاظمية الصباحية، فقد بلغ عددهم الكلي (1350) طالباً تم اخذ (50) طالباً كعينة.

سادساً: مصطلحات البحث Concepts and terminologies

١. التوعية الإعلامية

▶ يعرف (الازهر، ٢٠١٨) التوعية الاعلامية بأنها «ذلك النمط الارشادي لتعزيز النمط الإقناعي للفرد في التوجه نحو الاساليب الايجابية والتخلي عن الأمور السلبية ومخاطبة العقل وترشيده من خلال الوعي بمخاطر الآفات الاجتماعية والحث عن تركها» (ضيف و ذيب، 2018، صفحة 147).

▶ يعرف (ذيب، فزاع، و حجام، 2020) التوعية الاعلامية بأنها «مستوى ادراك الفرد وفهمه لعناصر الرسالة الاعلامية والاستجابة للمضمون الاعلامي والتفاعل معه بالشكل السليم وذلك من خلال تقويم الفعل الذي يقوم بممارسته» (ذيب، فزاع، و حجام، 2020، صفحة 293).

٢. بناء الشخصية

▶ يعرف (الشاماني، 2014) بناء الشخصية بأنها «الكيفية التي تشكل شخصية الفرد وتجعل منه شخصا متميزا ومثيرة للاهتمام» (الشاماني، 2014، صفحة 251).

سابعاً الدراسات السابقة

٣. الدراسة المتعلقة بالتوعية الإعلامية

▶ دراسة (Bradea & Blandula, 2015) بعنوان «The Impact of media awareness upon Personality Development of Pupils from Primary School» ، تأثير التوعية الاعلامية في تنمية شخصية تلاميذ المدارس الابتدائية»، تحددت مشكلة الدراسة في البحث عن اثر التوعية الاعلامية تنمية شخصية تلاميذ المدارس الابتدائية، وهدفت الدراسة إلى تحديد موقف تلاميذ المدارس الابتدائية تجاه البيئة

الافتراضية التي تروج لها وسائل الإعلام.

تكونت عينة البحث من ٢١٣ طالباً وطالبة يدرسون في التعليم الابتدائي في مقاطعة بيهور برومانيا، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي، وثبتت النتائج أن غالبية الطلاب يقضون المزيد من الوقت أمام التلفزيون والكمبيوتر، مما قد يؤثر في تطورهم الشخصي.

▶ دراسة (الجعيد و عجاج، 2020) بعنوان «فعالية تويتر في الحملات الاعلامية التوعية المناهضة للعنف ضد المرأة في السعودية»، تحددت مشكلة الدراسة في البحث في دور منصة تويتر في تحقيق فعالية الحملات الاعلامية المناهضة للعنف ضد المرأة في السعودية، وترمي الدراسة الى معرفة على دور موقع تويتر في تقديم الحملات الاعلامية التوعية المناهضة للعنف ضد المرأة في السعودية وتحقيق فاعليتها، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي، واستخدمت الدراسة استمارة الاستبيان الالكترونية أداة لجمع بيانات الدراسة، وبلغ حجم العينة ٢١١ فرداً. وخرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات التي تدور حول أهمية مواءمة مبادرات رؤية ٢٠٣٠ والأنشطة الاعلامية التوعية ضد العنف ضد المرأة، وضرورة تفعيل استخدام التقنيات الرقمية في تنفيذ حملات التوعية الاعلامية وبرامجها، مع تطوير المواقع الإلكترونية لمواكبة عملية تمكين المرأة في المجتمع السعودي. عد الإنترنت أهم أداة إعلامية لمتابعة القضايا الصحية والاجتماعية بين أفراد المجتمع.

٤. الدراسة المتعلقة ببناء الشخصية

▶ (الشاماني، 2014) بعنوان «دور الجامعة في بناء شخصية الطالب (جامعة طيبة نموذجاً)»، تبلورت مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس الاتي: ما دور الجامعة في بناء شخصية الطالب على وفق آراء عينة من طلبة كلية التربية بجامعة طيبة، وهدفت الدراسة إلى استقصاء دور الجامعة في بناء شخصية الطالب على وفق آراء عينة من طلبة كلية التربية بجامعة طيبة، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، ولأغراض جمع البيانات أعد استبانة تضمنت (١٦) فقرة موزعة على ثلاثة جوانب للشخصية هي: المعرفية، والوجدانية، والمهارية، وقد تم التحقق من خصائصها السيكومترية ثم تطبيقها على عينة مكونة من (٣٥٦) طالباً وطالبة من طلبة المستويين الأول والثامن في الكلية. بينت النتائج أن دور الجامعة يقع في المستوى المتوسط في الجانب المعرفي، في حين يقع دورها في المستوى الضعيف في الجانب المهاري، أما بناء الجانب الوجداني فهو يقع في المستوى القوي، وأظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقديرات الطلبة لدور الجامعة في بناء شخصية الطالب، من الجوانب المذكورة تعزى لمتغير النوع، في حين توجد فروق دالة إحصائية في هذا الدور من وجهة نظر الطلبة تبعاً لمتغير المعدل التراكمي الصالح المعدلات الأعلى، ومستوى الطالب الدراسي لصالح المستوى الدراسي الثامن، وأوصى الباحث بالعناية ببعض الجوانب المهاريّة، مثل: اللغة الانجليزية، والحاسوب، والتوصل والحوار.

▶ دراسة (Nurdin, 2020) بعنوان «The Influence of the Learning Environment in Student Character Building» «تأثير بيئة التعلم في بناء شخصية الطالب»، تحددت مشكلة الدراسة في معرفة اثر بيئة التعلم في بناء شخصية الطالب، وهدفت الدراسة إلى الحصول على معلومات ومراجعة وتحليل حول تأثير بيئة التعلم في تكوين شخصية الطالب، واستخدمت الدراسة الأساليب الكمية التي تم تحليلها مع التحليل الوصفي والاستدلال، ويتم إجراء الدراسة على المعلمين في المدرسة الإعدادية (المدرسة الثانوية الإعدادية) ولاية في جاتيسامبورنا، مدينة بيكاسي، جاوة الغربية. من نتائج الدراسة وجدت أن هناك تأثيراً إيجابياً ومعنوياً بين البيئة الأسرية على تكوين شخصية الطالب، وهناك تأثير إيجابي ومعنوي بين البيئة المدرسية على تكوين شخصية الطالب، وهناك تأثير إيجابي وعادي. تأثير كبير بين بيئة المجتمع (الاجتماعي) على تكوين شخصية الطالب. ومن ثم، يمكن تحسين جودة وشخصية الطلاب عبر تنفيذ بيئة تعليمية مواتية وذات جودة. الطلاب الذين يعيشون ويتعايشون ويتفاعلون في بيئة تعليمية جيدة سيشكلون أيضاً جودة ذاتية جيدة ستؤثر بشكل مباشر على الطلاب في التمثيل ويكون لها تأثير جيد في تكوين شخصية الطالب، مما ينتج عنه طلاب يتمتعون بالشخصية.

الإطار النظري

التوعية الإعلامية

أولاً: مفهوم التوعية الإعلامية

▶ التوعية الإعلامية: الوعي الإعلامي هو توعية أفراد المجتمع بالقضايا التي تهمهم والمجتمع ككل باستخدام وسائل الاعلام المختلفة، وهذا يعني أن المؤسسات الإعلامية تؤدي دورها الاجتماعي، أي التنشئة الاجتماعية والمساهمة في إعداد وتقديم الجمهور. عن طريق برامج هادفة ومسؤولة مع البيانات والمعلومات اللازمة حول قضايا الأمن والصحة والغذاء وما إلى ذلك بهدف التوعية من أجل تكوين فرد واع ومسؤول في المجتمع مما يساعد على تفاعله وتعاطيه مع القضايا الاجتماعية المختلفة بوعي ودراية واقتدار وسلوك حضاري اجتماعي مسؤول، ومن هنا فإن التوعية الإعلامية بصفتها عملية ترمي إلى التأثير في ادراك الجمهور ومن ثم وعيه وقناعاته وأخيرا سلوكه (كيرات، 2017، صفحة 22)

يُعرف أيضًا باسم اكتساب الوعي العام عن طريق وسائل الإعلام المختلفة من أجل إدراك موضوع أو قضية معينة، وتحديد جوانبها المختلفة، وفهمها والتفاعل معها بطريقة واعية ومسؤولة وإيجابية. تحديد سببها، والعوامل التي أنتجتها، والجماعات التي تسببت فيها وتأثرت بها. يعد تشخيص المشكلة هي عملية تطوير حملة إعلامية للتوعية، وهي تحديد الجمهور المستهدف، ثم وسائل الإعلام التي سيتم استخدامها، ثم تحديد الرسالة الإعلامية، ثم وقت الحملة والوقت المناسب لتنفيذها (قيراط، 2011، صفحة 268).

من أجل نجاح الحملة وتحقيق الوعي الإعلامي، يجب أن يتفاعل الجمهور المستهدف مع وسائل الإعلام والرسالة الإعلامية لتحقيق عملية الاهتمام والوعي والإقناع والتأثير والعمل. إذ أن الهدف النهائي للتوعية الإعلامية هو تقويم سلوك الجمهور المستهدف وتصويبه عن طريق تصحيح الفكرة الخاطئة أو التصور الذهني الخاطئ عند الفرد. وتصويب السلوك المنحرف لا يتم إلا بعد تصويب الوعي المنحرف عند الجاني. ومن هنا يجب أن نقر أن التوعية الإعلامية هي عملية اتصالية قناعية معقدة يجب دراستها والتحضير والتخطيط لها بطريقة منهجية وعلمية، ونظرا للميزة المعقدة للسلوك المنحرف فإن تصحيحه ليس بالعملية السهلة إذ يجيء تضافر جهود جهات عديدة ومختلفة في المجتمع من أجل الوصول إلى نتائج مهمة وملموسة (قيراط، 2011، الصفحات 268-269).

ثانياً: حملات التوعية الإعلامية

تتنوع هذه الحملات وتختلف بحسب طبيعة الموضوع أو الهدف من وراء الحملة وهي: (كيرات، 2017، الصفحات 21-22):

▶ الحملات الإخبارية: ترمي في الأساس إلى توفير كم مهم من المعلومات والبيانات للجمهور المتلقي وغالبا تتمحور مواضيعها حول القوانين والقرارات الجديدة والأنظمة والسبل التي قد تنتهجها جهة معينة من أجل مصلحة أفراد المجتمع ومنفعتهم.

▶ حملات الصورة الذهنية: وتهدف هذه الحملات وهي غالبا ما تكون دورية للتأكيد على سلوك وخدمة واتجاه وصورة سائدة في المجتمع، والهدف هنا هو التأكيد على الاتجاه السليم والمحافظة عليه بمواصلة واستمرار الاتصال بالجمهور.

▶ الحملات التعليمية: معنى هذه الحملات هو أنه كلما زادت المعلومات الكمية ووعي الجمهور بموضوع معين، يصبح أكثر وعياً بمزايا القضية وكيفية التعامل معها بمسؤولية. عادة ما يتعامل هذا النوع من الحملات مع قضايا الصحة والبيئة والتغذية وطرق التعامل مع الكوارث والأزمات وحالات الطوارئ.

▶ حملات الإقناع: يرمي إلى التأثير في الإدراك ثم الاتجاهات والمواقف ومن ثم السلوك، فالهدف هنا هو تغيير السلوك مما يعني إقناع الجمهور المستهدف بالتخلي عن أفكار وقناعات ومواقف واتجاهات وتبني أفكار جديدة ومن ثم سلوك جديد سوى وسليم.

ثالثاً: أهمية الحملات الإعلامية في التوعية والإرشاد والتوجيه

تتحمل وسائل الإعلام جميعها مسؤولية إنسانية كبيرة، وبالتعاون مع المؤسسات الأخرى المعنية، لتنفيذ الخطط والبرامج التي تنتقد المجتمع من الأوبئة الاجتماعية التي تنتشر كالنار في الهشيم من أجل تغيير السلوكيات والأنماط السائدة بما يتماشى مع الجمهور. والحملات الإعلامية هي الأكثر فائدة وإيجابية لتغطية مثل هذه المواضيع. وتأثيرها في حياة المواطنين بحسب ما تعنيه بمفهوم حملات التثقيف المتعمد والمخطط للمحتويات والمواد المقدمة عن طريق الصحف والإذاعة والتلفزيون حول قضية أو مشكلة يعاني منها المجتمع، بالاعتماد على الفاعلية والمقنعة. أما الأساليب الفنية وبما يتناسب مع طبيعة كل وسيلة، إذ يذكر المتخصصون في هذا الجانب إن نجاح الحملات الإعلامية يتأتى من دقة إدارة تلك الحملات في أثناء مواجهة الأزمات والمشكلات وتأتي الحاجة هنا إلى مضاعفة الجهد الإعلامي بهدف تنمية التوعية بشأن موضوعات محددة بهدف تجاوز تلك الأزمات والمشكلات الترتيبية التي تظهر بين الحين والآخر، وتبرز هنا إمكانية المخطط الإعلامي على خلق إدارات موازية للإدارات الإعلامية المتواجدة في الأجهزة المتخصصة (كالصحف والمحطات الإذاعية والتلفزيونية) (الدليمي، 2010، الصفحات 138-134) .

▶ المهمة الأساسية لوسائل الإعلام هي الإنسانية، وهي لا تختلف عن المهن البشرية الأخرى مثل الطب والصيدلة والتعليم والقانون، ومن الضروري تسخيرها وتكييفها في أشكال تجذب انتباه الجمهور وتجذبهم، إذ أن الجمهور يتبع أخطر الوسائل والموضوعية والمصادقية التي تقدم مادته بطرق جذابة وشيقة بعيداً عن إثارة المشاعر والزوابع فقط من أجل الإثارة. وأن يكون الهدف سامياً، بحيث لا تكون أدوات الإعلام هدامة، بل بناءة، تساعد في التغلب على المشاكل والأمراض الاجتماعية، وترقي المجتمع نحو الأفضل، وهو ما يجب اعتماده في التعامل مع ظاهرة تعاطي المخدرات. ومن شائع أنه يمكن أن يخاطب ويصل إلى جميع أفراد المجتمع بشكل جماعي أو فردي، بغض النظر عن زيادة المسافة أو الحواجز. وتخاطب باقي المؤسسات مجموعة معينة، مثل الطالب في المدرسة أو الجامعة، أو العامل في المصنع، أو الفلاح في المزرعة... إلخ. أما وسائل الإعلام، فهي تجمع بين عدد من الوظائف. وهي تقوم بالتدريس والوعي والإرشاد والتثقيف، ودورها واضح في دعم الأفكار الوطنية، وتقوية الروح الوطنية، والحفاظ على استقامتها وتقدمها. وبسبب تقنية الإعلام برزت قدرتها على التأثير، الأمر الذي جعل الدول والحكومات تعتمد عليها كثيراً في حملات التوعية حول مواضيع مختلفة، على وفق هذه الموصفات، أصبح من واجب دعم الأصول الثقافية للإعلام. الأمة وهذه الأصول التي ترفض الوقوع في دوامة الإدمان ومحاربتها ومكافحته من جذوره. حتى تنجح وسائل الإعلام في إقناع المتلقي ومكافحة الإساءة، يجب اتباع ما يأتي (الدليمي، 2010، صفحة 138):

▶ ضرورة تقديم مواد وبرامج رصينة وعلمية عبر الصحف أو عن طريق المذياع أو التلفزيون وحتى باقي وسائل الاتصال وأبرزها شبكة الانترنت لتعريف المتلقي بخطورة تعاطي المخدرات على اختلاف أنواعها.

▶ أن تكون هذه المواد مشوقة وجذابة ضمن الفنون الصحفية والإذاعية والتلفزيونية جميعها.

▶ إبراز الآراء العلمية المتخصصة للأطباء وعلماء علم النفس والاجتماع والقانون لتوضيح أسباب انتشار هذه الظاهرة وإبراز نتائجها المدمرة على الأسرة والمجتمع.

▶ إمكانية التركيز على فن الإعلانات المستمرة ذات المضامين المؤثرة بالوسائل الإعلامية كافة للتأثير والإقناع في محاولة المساعدة على زيادة الوعي لتجاوز هذه الآفة الخطيرة، ونرى أنه من الأفضل أن يكون الإعلان عبر حوار تمثيل مشوق وبلغة بسيطة ومفهومة تجذب انتباه المتلقي وتثير اهتمامه ومتابعته لأن الإعلان المتكرر والسريع يأتي بنتائج إيجابية من حيث ترسيخ الآراء والأفكار وغرس القيم والأخلاقيات الفاضلة.

▶ أهمية اختيار ملاك إعلامي متخصص وكفاء من الكتاب والمحرفين ومقدمي البرامج والمذيعين والمخرجين والفنيين من ذوي الاختصاص والخبرة والممارسة.

▶ ضرورة التواصل والاستمرارية في تنفيذ البرامج والمواد والمضامين عبر وسائل الإعلام من دون انقطاع

حتى بعد تجاوز المشكلة ومعالجتها لضمان تواصل التوعية وبشكل خاص يوجه إلى المراهقين والشباب. ▶ إبراز مبدأ حب الوطن والعمل على تنقيته من الشوائب والممارسات غير الأخلاقية والتي تعكر أمنه وسلامته وصحته ليكون جسداً وعقلاً معافاةً (الدليمي، 2010، صفحة 138).

مدخل مفاهيمي للشخصية

أولاً: مفهوم الشخصية

علماء النفس لديهم تعريفات متعددة للشخصية، وجوردان ألبورت، أحد أعظم علماء النفس، إذ قام بحساب أكثر من خمسين تعريفاً للشخصية في لغة أجنبية. (الساعاتي، 1993، صفحة 129). حاول كل تعريف الانتباه إلى العناصر التي تسهم في تكوين الشخصية، البعض منها يصف الاستعدادات والعوامل الخارجية التي تتفاعل مع بعضها البعض لتشكيل الشخصية، وهنا نجد تعريف «برنس» يصف بأنه «مجموع الاستعدادات، والدوافع، والميول، والرغبات، والغرائز، والغرائز البيولوجية التي يمتلكها الفرد وكذلك استعداداته». (غنيم س.، 1975، صفحة 44).

ويؤخذ على هذا النوع من التعريفات أنها تغفل أهم ظاهرة في الحياة العقلية وهي التنظيم، ولقد لقي هذا النوع من التعريفات معارضة شديدة من علماء النفس من مدرسة «الجشطلت» الذين يرفضون فكرة أن أي ناحية من نواحي نشاط الفرد دائماً هي مجموع أجزائه.

بما في ذلك ما يعرف الشخصية عن طرق التأثير الذي تتركه في الآخرين، ومن الأمثلة على هذا النوع «ماي»، الذي يرى الشخصية أنها «ما يجعل الفرد فعالاً أو مؤثراً في الآخرين، أي التأثير الاجتماعي للفرد». (فراج و عبد الغفار، 1966، صفحة 8) وعرفها فلمنج على أنها «عادات وسلوكيات تؤثر في الآخرين». (غنيم ص.، 1968، صفحة 109) من يقول هذه التعريفات يذهب إلى حقيقة أن الطريقة الوحيدة الممكنة لمعرفة الشخصية هي تأثيرها في الآخرين، هذا التعريف ليس كافياً لمعرفة الشخصية، لأننا إذا قبلنا بهذا الحكم، فسيكون كل فرد قادراً على أن يصبح عدداً من الشخصيات مثل التأثيرات المختلفة التي يتركها على الأفراد الآخرين. ويمتلك الفرد خصائص وصفات مستقلة عن ملاحظات الآخرين وآرائهم. بالنظر إلى الشخصية من حيث قدرتها على التأثير مندون النظر إلى التنظيم الداخلي، فإنها تتمتع بالكثير من السطحية (الفقي، عبدالله الغويل، و كريم أمرالله، 2019، صفحة 387).

ثانياً: المكونات والعوامل المؤثرة في الشخصية

حاول العديد من العلماء شرح الشخصية وتحليل كل منها إلى وحدات أولية رئيسية، ثم تحليل هذه الوحدات بدورها إلى وحدات وفروع وعوامل مفصلة.، حتى توصلوا إلى قوائم طويلة من السمات التي تناسب دراستها للحكم على الشخصية في حكم شامل في النواحي كلها وهذا التحليل المسترسل إلى صفات فرعية متعددة لا يفيد كثيراً في إعطاء صورة سريعة للشخصية ويهدف من هذه الدراسة وإن كان التحليل المشار إليه لا يستغني عنه بعض الباحثين الذين تتركز جهودهم في الناحية الإحصائية بقصد إتخاذها أساساً لبحوث أخرى، مهما تشعب التحليلات والتفصيلات فإنها لن تخرج عن النواحي الآتية: (فهيمي، 1961، صفحة 27)

- ▶ النواحي الجسمية.
- ▶ النواحي العقلية والمعرفية.
- ▶ النواحي المزاجية (الانفعالات والعواطف).
- ▶ النواحي السلوكية.
- ▶ النواحي الروحية.

وهناك عوامل مؤثرة في الشخصية وهي كالآتي:

▶ الثقافة: وضع العلماء معانٍ كثيرة ومتنوعة للفظة الثقافة بحسب اختصاص كل منهم في المهنة والمذهب، وقد انطلقت معظم التعاريف عن الثقافة من المفهوم الذي وضعه «تاييلور» فقد عرفها بأنها «هذا الكل المعقد الذي يشمل المعرفة، والمعتقد، الأخلاق، والفن، والقانون، والعرف، وجميع العادات والقدرات الأخرى التي يكتسبها الإنسان كعضو في المجتمع» (السويدي، 1980، صفحة 51)

▶ التنشئة الاجتماعية: تعرف بانها «عملية غرس قيم الفرد ومعاييره ومفاهيمه للمجتمع الذي يعيش فيه، بحيث يتم تدريبه على أداء مجموعة من الأدوار التي تحدد نمط سلوكه اليومي.» (الخشاب، 1968، الصفحات 365-366) ومن هنا نستنتج أن التنشئة الاجتماعية هي عملية مهمة للغاية لتكوين شخصية الفرد، وتعتمد هذه العملية على مدى تكامل ثقافة المجتمع وتجانس محتواها، وإذا كانت الوراثة تقدم المادة الخام والثقافة السائدة تقدم النظم والمعايير فالتنشئة الاجتماعية تشكل هذه المادة وتصلقها حتى تقترب من النموذج الذي تريده هذه الثقافة. ومن أهم المؤسسات التنشئية كالاتي (الخشاب، 1968، صفحة 366):

- الأسرة.
- المدرسة.
- دور العبادة.
- وسائل الإعلام.

الاطار العملي

مجتمع البحث

يتحدد مجتمع البحث الحالي بطلاب اعدادية الكاظمية الصباحية للبنين للعام الدراسي (2021-2022)، الذي يبلغ عددهم (1350) طالباً، وتم اختيار هذه المدرسة لأنها من المدارس المتميزة في المديرية العامة في تربية بغداد / الكرخ الثالثة وتحتوي على طلاب متفوقين.

عينة البحث

بلغت عينة البحث (50) طالباً من طلاب اعدادية الكاظمية الصباحية بنسبة (3.70%) من مجتمع البحث، وتم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة.

منهجية البحث

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي عن طريق تصميم استمارة استبيان أداة لقياس دور التوعية الاعلامية في بناء شخصية الطالب.

أداة البحث

تحقيقاً لأهداف البحث الحالي قام الباحث بإعداد استمارة الاستبانة هدف لمعرفة دور التوعية الاعلامية في بناء الشخصية لدى طلاب المرحلة الاعدادية، واعتمد الباحث في بنائه مجالات وعبارات استمارة الاستبانة على مراجعة أدبيات البحوث والدراسات السابقة العربية والأجنبية محل الدراسة الحالية، فضلاً عن مراجعة بعض مقاييس الدراسات ذات العلاقة المباشرة لموضوع الدراسة الحالية، تم وضع صورة أولية للمقياس تحتوي على (16) عبارة، موزعة عليها بطريقة ليكارت الثلاثي إذ يختار الطالب استجابة من بين ثلاث استجابات لكل عبارة، تمثل محوراً من محاور التوعية الإعلامية، ويتم منح الطالب ثلاث درجات عندما تكون درجة استجابته (وافق)، ودرجتان عندما تكون درجة استجابته (محايد)، ودرجة واحدة عندما تكون درجة استجابته (لا وافق).

صدق المقياس وثباته

عرض المقياس على مجموعة من الاساتذة الخبراء وعددهم (5)² في مجال الاختصاص للأخذ بتوصياتهم فيما يخص تعديل أو حذف بعض الفقرات أو الابقاء عليها. وقد بلغت نسبة الاتفاق بين المحكمين على فقرات استمارة الاستبانة أكثر من (85%) .

وتأكد الباحث من ثبات أداة المقياس بطريقة الاختبار - إعادة الاختبار Test Retest Method، وتم حساب ثبات كل مجال من مجالات أداة المقياس بواسطة معامل ارتباط ألفا كرونباخ - Cronbach Alpha Coef- ficient of Correlation، إذ أظهرت النتائج، ما يأتي:

- ▶ المحور الأول (المحور المعرفي) إذ بلغت نسبة الصدق والثبات 97,7%.
- ▶ المجال الثاني (المحور المهاري) إذ بلغت نسبة الصدق والثبات 97,3%.
- ▶ المجال الثالث (المحور الوجداني) إذ بلغت نسبة الصدق والثبات 96,9%.
- ▶ بلغت نسبة الصدق والثبات لأداة المقياس ككل 99%.

أداة جمع البيانات

اعتمد الباحث على استمارة استبانة أداة لجمع البيانات، عن طريق محاور عدة لقياس المتغير على وفق مجموعة من الخطوات، جاءت على النحو الآتي:

- ▶ تحديد أهداف البحث والبيانات المطلوبة وترجمتها إلى مجموعة من الأسئلة والمقاييس داخل الاستمارة.
- ▶ إعداد الاستمارة في صورتها الأولية ومراجعتها منهجياً على وفق تساؤل البحث، وعرضها على مجموعة من المتخصصين من المحكمين.
- ▶ تم التعامل مع البيانات الإحصائية باستخدام برنامج الحزم الإحصائية SPSS لإجراء المعاملات الإحصائية.

نتائج البحث

يهدف الوقوف عند دور التوعية الاعلامية في بناء شخصية الطالب جرى قياس ذلك عن طريق (16) فقرة في ثلاثة محاور، وجاءت اجابات المبحوثين بحسب موقفهم لفقرات كل محور على وفق ما يأتي:

أ. المحور المعرفي

جرى قياس نتائج المحور المعرفي عن طريق (7) فقرات وكانت إجابات المبحوثين بحسب اجاباتهم من كل فقرة على وفق ما يأتي:

- ▶ تعمل التوعية الاعلامية على تزويد الطلاب بمعرفة عميقة تتيح لهم مجالات الإبداع والابتكار.
- ▶ يتفق (30) مبحوثاً، وبنسبة مئوية وصلت (60%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الأولى ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. ولم يحدد (19) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (38%) اجاباتهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثانية ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. ولم يتفق (1)

١.م. لمياء ابراهيم / التعليم العالي

٢.م.د. حسن احمد سهيل / ثانوية البيارق للمتفوقين المختلطة

٣.م.د. أصيل فائق حسن / مديرية الكرخ الثالثة

٤.م.د. سحر عباس ابراهيم / قسم شؤون المناهج والتقنيات التربوية / التعليم الالكتروني

٥.م.م. ايهاب اباد عبود / ثانوية البيارق للمتفوقين المختلطة

مبحوث وبنسبة مئوية وصلت (2%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. وقد بلغ الوسط الحسابي لمعدل اجابات المبحوثين حول هذه الفقرة (4.33).

▶ توفر التوعية الاعلامية قاعدة بيانات الكترونية لإثراء مقررات الدراسة المعرفية.

يتفق (32) مبحوثاً، وبنسبة مئوية وصلت (64%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الأولى ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. ولم يحدد (17) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (34%) اجاباتهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثانية ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. ولم يتفق (1) مبحوث وبنسبة مئوية وصلت (2%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. وقد بلغ الوسط الحسابي لمعدل اجابات المبحوثين حول هذه الفقرة (4.37).

▶ تسعى التوعية الاعلامية إلى تقديم المعرفة التخصصية الجديدة للطلاب.

يتفق (33) مبحوثاً، وبنسبة مئوية وصلت (66%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الأولى ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. ولم يحدد (12) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (24%) اجاباتهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثانية ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. ولم يتفق (5) مبحوثين وبنسبة مئوية وصلت (10%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. وقد بلغ الوسط الحسابي لمعدل اجابات المبحوثين حول هذه الفقرة (4.27).

▶ تسعى التوعية الاعلامية إلى تزويد الطلاب بالمعرفة التي تكون لديهم تفكيراً علمياً ناقداً.

يتفق (35) مبحوثاً، وبنسبة مئوية وصلت (70%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الأولى ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. ولم يحدد (13) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (26%) اجاباتهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثانية ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. ولم يتفق (2) مبحوثان وبنسبة مئوية وصلت (4%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. وقد بلغ الوسط الحسابي لمعدل اجابات المبحوثين حول هذه الفقرة (4.43).

▶ تسعى التوعية الاعلامية إلى تنمية نزعات الفضول وحب الاستطلاع وحفز الخيال والتساؤل لدى الطلاب.

يتفق (33) مبحوثاً، وبنسبة مئوية وصلت (66%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الأولى ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. ولم يحدد (12) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (24%) اجاباتهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثانية ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. ولم يتفق (5) مبحوثين وبنسبة مئوية وصلت (10%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. وقد بلغ الوسط الحسابي لمعدل اجابات المبحوثين حول هذه الفقرة (4.27).

▶ تزود التوعية الاعلامية الطلاب بالمعرفة الإسلامية الكافية عن الكون والإنسان والحياة.

يتفق (36) مبحوثاً، وبنسبة مئوية وصلت (72%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الأولى ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. ولم يحدد (11) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (22%) اجاباتهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثانية ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. ولم يتفق (3) مبحوثين وبنسبة مئوية وصلت (6%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. وقد بلغ الوسط الحسابي لمعدل اجابات المبحوثين حول هذه الفقرة (4.43).

▶ تزود التوعية الاعلامية الطلاب بالمعرفة الإسلامية الكافية عن الكون والإنسان والحياة.

يتفق (25) مبحوثاً، وبنسبة مئوية وصلت (50%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الأولى ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. ولم يحدد (14) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (28%) اجاباتهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثانية ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. ولم يتفق (11) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (22%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. وقد بلغ الوسط الحسابي لمعدل اجابات المبحوثين حول هذه الفقرة (3.80). انظر جدول (1)

جدول (1) يبين موقف المبحوثين تجاه كل فقرة من فقرات دور التوعية الإعلامية في بناء الشخصية من الناحية المعرفية

الوسط الحسابي	لاوافق		محايد		أوافق		الفقرة
	%	ك	%	ك	%	ك	
4.33	2	1	38	19	60	30	تعمل التوعية الاعلامية على تزويد الطلاب بمعرفة عميقة تتيح لهم مجالات الإبداع والابتكار.
4.37	2	1	34	17	64	32	توفر التوعية الاعلامية قاعدة بيانات الكترونية لإثراء مقررات الدراسة المعرفية.
4.27	10	5	24	12	66	33	تسعى التوعية الاعلامية إلى تقديم المعرفة التخصصية الجديدة للطلاب.
4.43	4	2	26	13	70	35	تسعى التوعية الاعلامية إلى تزويد الطلاب بالمعرفة التي تكون لديهم تفكيراً علمياً ناقداً.
4.27	10	5	24	12	66	33	تسعى التوعية الاعلامية إلى تنمية نزعات الفضول وحب الاستطلاع وحفز الخيال والتساؤل لدى الطلاب.
4.43	6	3	22	11	72	36	تزود التوعية الاعلامية الطلاب بالمعرفة الإسلامية الكافية عن الكون والإنسان والحياة.
3.80	22	11	28	14	50	25	تسعى التوعية الاعلامية عبر سياساتها التربوية إلى ربط المعارف النظرية بتطبيقاتها العملية.

المحور المهاري

جرى قياس نتائج المحور المهاري عن طريق (4) فقرات وكانت إجابات المبحوثين بحسب اجاباتهم من كل فقرة على وفق ما يأتي:

▶ تعمل التوعية الاعلامية على تمكين الطلبة من مهارات الحوار مع الآخر. يتفق (31) مبحوثاً، وبنسبة مئوية وصلت (62%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الأولى ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. ولم يحدد (11) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (22%) اجاباتهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. ولم يتفق (8) مبحوثين وبنسبة مئوية وصلت (16%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثانية ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. وقد بلغ الوسط الحسابي لمعدل اجابات المبحوثين حول هذه الفقرة (4.10).

▶ تركز التوعية الاعلامية عبر مناهجها على تعليم الطلاب مهارات التفكير المنهجي. يتفق (28) مبحوثاً، وبنسبة مئوية وصلت (56%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الأولى ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. ولم يحدد (13) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (26%) اجاباتهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثانية ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. ولم يتفق (9) مبحوثين وبنسبة مئوية وصلت (18%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. وقد بلغ الوسط الحسابي لمعدل اجابات المبحوثين حول هذه الفقرة (3.97).

▶ تعمل التوعية الاعلامية على تمكين الطلاب من مهارات العمل على الحاسوب. يتفق (33) مبحوثاً، وبنسبة مئوية وصلت (66%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الأولى ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. ولم يتفق (14) مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت (28%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثانية ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. ولم يحدد (3) مبحوثين وبنسبة مئوية بلغت (3%) اجاباتهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. وقد بلغ الوسط الحسابي لمعدل اجابات المبحوثين حول هذه الفقرة (3.97).

▶ تعمل التوعية الاعلامية على تمكين الطلاب من مهارات اللغة الانكليزية (محادثة وكتابة واستماعاً).

يتفق (36) مبحثاً، وبنسبة مئوية وصلت (72%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الأولى ضمن اجابات المبحثيين تجاه هذه الفقرة. ولم يتفق (11) مبحثاً وبنسبة مئوية وصلت (22%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثانية ضمن اجابات المبحثيين تجاه هذه الفقرة. ولم يحدد (3) مبحثين وبنسبة مئوية بلغت (6%) اجاباتهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن اجابات المبحثيين تجاه هذه الفقرة. وقد بلغ الوسط الحسابي لمعدل اجابات المبحثيين حول هذه الفقرة (4.17). انظر جدول (2)

جدول (٢) يبين موقف المبحثيين تجاه كل فقرة من فقرات دور التوعية الإعلامية في بناء الشخصية من الناحية المهارية

الوسط الحسابي	لا اوافق		محايد		أوافق		الفقرة
	ك	%	ك	%	ك	%	
4.10	8	16	11	22	31	62	تعمل التوعية الإعلامية على تمكين الطلبة من مهارات الحوار مع الآخر.
3.97	9	18	13	26	28	56	تركز التوعية الإعلامية عبر مناهجها على تعليم الطلاب مهارات التفكير المنهجي.
3.97	14	28	3	6	33	66	تعمل التوعية الإعلامية على تمكين الطلاب من مهارات العمل على الحاسوب.
4.17	11	22	3	6	36	72	تعمل التوعية الإعلامية على تمكين الطلاب من مهارات اللغة الانكليزية (محادثة وكتابة واستماعاً).

المحور الوجداني

جرى قياس نتائج المحور الوجداني عن طريق (5) فقرات وكانت إجابات المبحثيين بحسب اجاباتهم من كل فقرة على وفق ما يأتي:

تسعى التوعية الإعلامية إلى ترسيخ الإيمان بالقيم والمعتقدات الدينية الإسلامية.

يتفق (26) مبحثاً، وبنسبة مئوية وصلت (52%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الأولى ضمن اجابات المبحثيين تجاه هذه الفقرة. ولم يحدد (16) مبحثاً وبنسبة مئوية بلغت (32%) اجاباتهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثانية بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن اجابات المبحثيين تجاه هذه الفقرة. ولم يتفق (8) مبحثين وبنسبة مئوية وصلت (16%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن اجابات المبحثيين تجاه هذه الفقرة. وقد بلغ الوسط الحسابي لمعدل اجابات المبحثيين حول هذه الفقرة (3.93).

تعزز التوعية الإعلامية لدى الطلاب الإحساس بالانتماء لدينهم ووطنهم.

يتفق (28) مبحثاً، وبنسبة مئوية وصلت (56%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الأولى ضمن اجابات المبحثيين تجاه هذه الفقرة. ولم يحدد (16) مبحثاً وبنسبة مئوية بلغت (32%) اجاباتهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثانية ضمن اجابات المبحثيين تجاه هذه الفقرة. ولم يتفق (6) مبحثين وبنسبة مئوية وصلت (12%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن اجابات المبحثيين تجاه هذه الفقرة. وقد بلغ الوسط الحسابي لمعدل اجابات المبحثيين حول هذه الفقرة (4.07).

تسعى التوعية الإعلامية إلى تنمية الخلق الحسن والمعاملة الطيبة لدى الطلاب.

يتفق (33) مبحثاً، وبنسبة مئوية وصلت (66%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الأولى ضمن اجابات المبحثيين تجاه هذه الفقرة. ولم يحدد (12) مبحثاً وبنسبة مئوية بلغت (24%) اجاباتهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثانية ضمن اجابات المبحثيين تجاه هذه الفقرة. ولم يتفق (5) مبحثين وبنسبة مئوية وصلت (10%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثالثة (الأخيرة) ضمن اجابات المبحثيين تجاه هذه الفقرة. وقد بلغ الوسط الحسابي لمعدل اجابات المبحثيين حول هذه الفقرة (4.27).

تعمل التوعية الإعلامية على غرس مبدأ الاعتدال والتسامح والتعايش في نفوس الطلاب.

يتفق (28) مبحوثاً، وبنسبة مئوية وصلت (56%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الأولى ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. ولم يحدد (19) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (38%) اجاباتهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثانية بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. ولم يتفق (3) مبحوثين وبنسبة مئوية وصلت (6%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. وقد بلغ الوسط الحسابي لمعدل اجابات المبحوثين حول هذه الفقرة (4.17).

► تسعى التوعية الاعلامية إلى تأسيس علاقات تعاونية بين الطلاب.

يتفق (33) مبحوثاً، وبنسبة مئوية وصلت (66%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الأولى ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. ولم يحدد (13) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت (26%) اجاباتهم سواء بالاتفاق او عدم الاتفاق وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثانية بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. ولم يتفق (4) مبحوثين وبنسبة مئوية وصلت (8%) وبذلك جاءت هذه الفقرة بالمرتبة الثالثة (الاخيرة) ضمن اجابات المبحوثين تجاه هذه الفقرة. وقد بلغ الوسط الحسابي لمعدل اجابات المبحوثين حول هذه الفقرة (4.30). انظر جدول (3).

جدول (3) يبين موقف المبحوثين تجاه كل فقرة من فقرات دور التوعية الإعلامية في بناء الشخصية من الناحية الوجدانية

الوسط الحسابي	لا اوافق		محايد		أوافق		الفقرة
	%	ك	%	ك	%	ك	
3.93	16	8	32	16	52	26	تسعى التوعية الاعلامية إلى ترسيخ الإيمان بالقيم والمعتقدات الدينية الإسلامية.
4.07	12	6	32	16	56	28	تعزز التوعية الاعلامية لدى الطلاب الإحساس بالانتماء لدينهم ووطنهم.
4.27	10	5	24	12	66	33	تسعى التوعية الاعلامية إلى تنمية الخلق الحسن والمعاملة الطيبة لدى الطلاب.
4.17	6	3	38	19	56	28	تعمل التوعية الاعلامية على غرس مبدأ الاعتدال والتسامح والتعايش في نفوس الطلاب.
4.30	8	4	26	13	66	33	تسعى التوعية الاعلامية إلى تأسيس علاقات تعاونية بين الطلاب.

الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات

- يتفق (3، 73%) من المبحوثين على أن التوعية الاعلامية تسعى لتأسيس علاقات تعاونية بين الطلاب.
- هناك عوامل مؤثرة في الشخصية وهي الثقافة والتنشئة الاجتماعية فهي عملية مهمة للغاية لتكوين شخصية الفرد.
- يتفق اغلب المبحوثين على أن التوعية الاعلامية تعمل على تمكين الطلبة من مهارات الحوار مع الآخر.
- يتفق اغلب المبحوثين على أن التوعية الاعلامية تعمل على تزويد الطلاب بمعرفة عميقة تتيح لهم مجالات الإبداع والابتكار.

ثانياً: التوصيات

- ▶ دعوة المؤسسات التعليمية إلى التوظيف الأمثل لإمكانات مؤسسات الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيرية في خدمة العملية التربوية التعليمية.
- ▶ يجب على المؤسسات الإعلامية والجهات الرقابية تقييم المضمون الإعلامي الذي يستهدف الطلبة بصفة دورية في ضوء المعايير الإعلامية والتربوية والنفسية.
- ▶ وجوب تضمين مادة التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية لأهميتها.

ملحق (١) قائمة بأسماء السادة المحكمين

ت	اللقب العلمي	الاسم	مكان العمل
١	أ.م	لمياء ابراهيم	التعليم العالي
٢	أ.م.د	حسن احمد سهيل	ثانوية البيارق للمتفوقين المختلطة
٣	م.د	أصيل فائق حسن	مديرية الكرخ الثالثة
٤	م.د	سحر عباس ابراهيم	قسم شؤون المناهج والتقنيات التربوية / التعليم الالكتروني
٥	م.م	ايهاب اياد عبود	ثانوية البيارق للمتفوقين المختلطة

ملحق (٢) مقياس التوعية الاعلامية بصيغته النهائية

عزيري الطالب.....

تحية طيبة

بين يديك مجموعة من الفقرات والمطلوب منك بجد قراءة كل فقرة وان تضع علامة (✓) امام البدائل التي تراه مناسباً والذي يعبر بصدق وامانة عن رأيك علماً ان اجابتك لن يطلع اليها احد سوى الباحث ولن تستعمل الا لغرض البحث العلمي يرجى عدم ترك أي فقرة بدون إجابة ولا داعي لذكر الاسم.

ت	الفقرات	وافق	محايد	لا اوافق
المجال المعرفي				
1	تعمل التوعية الاعلامية على تزويد الطلاب بمعرفة عميقة تنتج لهم مجالات الإبداع والابتكار.			
2	توفر التوعية الاعلامية قاعدة بيانات الكترونية لإثراء مقررات الدراسة المعرفية.			
3	تسعى التوعية الاعلامية إلى تقديم المعرفة التخصصية الجديدة للطلاب.			
4	تسعى التوعية الاعلامية إلى تزويد الطلاب بالمعرفة التي تكون لديهم تفكيراً علمياً ناقداً.			
5	تسعى التوعية الاعلامية إلى تنمية نزعات الفضول وحب الاستطلاع وحفز الخيال والتساؤل لدى الطلاب.			
6	تزود التوعية الاعلامية الطلاب بالمعرفة الإسلامية الكافية عن الكون والإنسان والحياة.			
7	تسعى التوعية الاعلامية عبر سياساتها التربوية إلى ربط المعارف النظرية بتطبيقاتها العملية.			
الجانب المهاري				

8	تعمل التوعية الاعلامية على تمكين الطلبة من مهارات الحوار مع الآخر .
9	تركز التوعية الاعلامية عبر مناهجها على تعليم الطلاب مهارات التفكير المنهجي.
10	تعمل التوعية الاعلامية على تمكين الطلاب من مهارات العمل على الحاسوب.
11	تعمل التوعية الاعلامية على تمكين الطلاب من مهارات اللغة الانكليزية (محادثة وكتابة واستماعا)
الجانب الوجداني	
	تسعى التوعية الاعلامية إلى ترسيخ الإيمان بالقيم والمعتقدات الدينية الإسلامية.
12	تعزز التوعية الاعلامية لدى الطلاب الإحساس بالانتماء لدينهم ووطنهم.
13	تسعى التوعية الاعلامية إلى تنمية الخلق الحسن والمعاملة الطيبة لدى الطلاب.
14	تعمل التوعية الاعلامية على غرس مبدأ الاعتدال والتسامح والتعايش في نفوس الطلاب.
15	تسعى التوعية الاعلامية إلى تأسيس علاقات تعاونية بين الطلاب.

المصادر العربية

الازهر ضيف ، و محمد ذيب. (ديسمبر، ٢٠١٨). التوعية الإعلامية ودورها في مكافحة المخدرات والوقاية منها لدى الشباب. مجلة المجتمع والرياضة، ١ (٢)، الصفحات ١٣٨-١٥٨. تم الاسترداد من <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/493/1/2/76621>

أحمد الخشاب. (١٩٦٨). الضبط الاجتماعي. مصر: مكتبة القاهرة الحديثة.

بندر عويض الجعيد، و نعمة فهد عجاج. (٢٠٢٠). فعالية تويتر في الحملات الإعلامية التوعوية المناهضة للعنف ضد المرأة في السعودية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ١٩ (٤)، ٣٤٥-٣٩٤. doi:10.21608/JOA.2020.147778

زينب محمد الفقي، أسامة أحمد عبدالله الغويل، و عبد المالك كريم أمرالله. (٢٠١٩). بناء الشخصية في التعليم الابتدائي. انطلاق المؤتمر الدولي للتربية الإسلامية (ICIED). ٤ (١)، الصفحات ٣٨٦-٣٩١. November 6-7.

سامية حسن الساعاتي. (١٩٩٣). الثقافة والشخصية حوار لا ينتهي. الهيئة المصرية العامة للكتاب.

سند بن لافي الشاماني. (٣١ ديسمبر، ٢٠١٤). دور الجامعة في بناء شخصية الطالب : جامعة طيبة أنموذجاً. مجلة جامعة الطيبة للعلوم التربوية، الصفحات ٢٤٧-٢٦٤. تم الاسترداد من <https://search.emarefa.net/detail/BIM-611319>

سيد محمد غنيم. (١٩٧٥). سيكولوجية الشخصية: محدداتها قياسها نظرياتها. القاهرة، كلية الاداب: عين شمس: دار النهضة العربية.

صلاح غنيم. (١٩٦٨). علم النفس الاجتماعي. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.

عثمان لبيب فراج، و عبد السلام عبد الغفار. (١٩٦٦). الشخصية والصحة النفسية. بيروت: مكتبة العرفان.

محمد ذيب، فارس فزاع، و العربي حجام. (٢٠٢٠). الدور التوعوي للإعلام من مخاطر وادمان المخدرات لدى الشباب ٢٨-٢٩ أكتوبر. الملتقى الوطني حول المخدرات والمجتمع: تشخيص الظاهرة وسبل الوقاية والعلاج (الصفحات ٢٩٢-٣٠١). حمص: جامعة الوادي. تم الاسترداد من <http://dspace.univ-eloued.dz/bitstream/123456789/7554/1/%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%88%D8%B1%20%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%B9%D9%88%D9%8A%20%D9%84%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%20%D9%85%D9%86%20%D9%85%D8%AE%D8%A7%D8%B7%D8%B1%20%D9%88%D8%A7%D8%AF%D9%85%D8%>

محمد السويدي. (١٩٨٠). مقدمة في دراسة المجتمع الجزائري. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

محمد كيرات. (٢٠١٧). الإعلام والقضايا: سبل التوعية واليات المواجهة. الحكمة للدراسات الإعلامية

محمد مسعود قيراط. (٢٠١١). الإرهاب : دراسة في البرامج الوطنية واستراتيجيات مكافحته : مقارنة إعلامية (الإصدار ط١). الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. تم الاسترداد من <http://repository.nauss.edu.sa/handle/123456789/54288>

مصطفى فهمي. (١٩٦١). الصحة النفسية في الأسرة: المدرسة والمجتمع. مصر : دار الثقافة.
نزهت محمود الدليمي. (حزيران - ايلول, ٢٠١٠). فاعلية الإعلام الحر في معالجة المشكلات الاجتماعية. الباحث الاعلامي، ٢(٩-١٠)، ١٣١-١٤٤.

Bibliography

1. Bradea, A., & Blandula, V. C. (2015). The Impact of Mass-media upon Personality Development of Pupils from Primary School. *6th World Conference on Psychology Counseling and Guidance, 14 - 16 May* (pp. 296 – 301). Romania: Procedia - Social and Behavioral Science. Retrieved from file:///C:/Users/magazine/Desktop/Downloads/The_Impact_of_Mass-media_upon_Personality_Developm.pdf
2. Nurdin, A. (2020, November). The Influence of the Learning Environment in Student Character Building. *Tarbawi: Jurnal Keilmuan Manajemen Pendidikan, 16(2)*, 175-184. doi:<http://dx.doi.org/10.32678/tarbawi.v6i02.3042>
- 1.Bradea, A., & Blandula, V. C. (2015). The Impact of Mass-media upon Personality Development of Pupils from Primary School. *6th World Conference on Psychology Counseling and Guidance, 14 - 16 May* (pp. 296 – 301). Romania: Procedia - Social and Behavioral Science. Retrieved from file:///C:/Users/magazine/Desktop/Downloads/The_Impact_of_Mass-media_upon_Personality_Developm.pdf
- 2.Nurdin, A. (2020, November). The Influence of the Learning Environment in Student Character Building. *Tarbawi: Jurnal Keilmuan Manajemen Pendidikan, 16(2)*, 175-184. doi:<http://dx.doi.org/10.32678/tarbawi.v6i02.3042>
- 3.Al-Azhar Dayf, and Mohamed Deeb. (December, 2018). Media awareness and its role in drug control and prevention among youth. *Journal of Society and Sports, 1(2)*, pages 138-158. Retrieved from <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/493/1/2/76621>
4. Ahmed Al Khashab. (1968). social control. Egypt: Modern Cairo Library.
5. Bandar Awaid Al-Juaid, and Nima Fahd Ajaj. (2020). Twitter's effectiveness in media awareness campaigns against violence against women in Saudi Arabia. *The Egyptian Journal of Public Opinion Research, 19 (4)*, 345-394. doi:10.21608/JOA.2020.147778
6. Zainab Muhammad Al-Fiqi, Osama Ahmed Abdullah Al-Ghaweel, and Abdul-Malik Karim Amrallah. (2019). Character building in primary education. *The International Conference on Islamic Education (ICIED) kicks off. 4(1)*, pp. 386-391. November 6-7.
7. Samia Hassan Al-Saati. (1993). Culture and personality is an endless dialogue. Egyptian General Book Authority.
8. Sanad bin Lafi Shamani. (December 31, 2014). The role of university in building the student's personality: Taibah University as a model. *Taibah University Journal of Educational Sciences*, pages 247-264. Retrieved from <https://search.emarefa.net/detail/BIM-611319>
9. Syed Muhammad Ghoneim. (1975). Personal psychology: its determinants measured by its theories. Cairo, Faculty of Arts: Ain Shams: Dar Al-nahda Al-arabia.

10. Salah Ghoneim. (1968). Social Psychology. Cairo: Anglo-Egyptian Library.
11. Othman Labib Farraj, and Abdel Salam Abdel Ghaffar. (1966). Personality and mental health. Beirut: Al-Irfan Library.
12. Muhammad Theeb, Faris Fazza, and Al-Arabi Hajjam. (2020). The awareness-raising role of the media on the dangers of drug addiction among young people, 28-29 October. The National Forum on Drugs and Society: Diagnosing the Phenomenon and Ways of Prevention and Treatment (Pages 292-301). Homs: Alwady University. Retrieved from <http://dspace.univ-eloued.dz/bitstream/123456789/7554/1/%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%88%D8%B1%20%D8%A7%D9%84%D8%A%D9%88%D8%B9%D9%88%D9%8A%20%D9%84%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%20%D9%85%D9%86%20%D9%85%D8%AE%D8%A7%D8%B7%D8%B1%20%D9%88%D8%A7%D8%AF%D9%85%D8>
13. Mohammed Al Suwaidi. (1980). Introduction to the study of Algerian society. Algeria: University Press.
14. Muhammad Kirat. (2017). Media and issues: ways of raising awareness and mechanisms of confrontation. Wisdom for Media and Communication Studies (11).
15. Muhammad Masoud Kirat. (2011). Terrorism: A Study of National Programs and Strategies to Combat It: A Media Approach (Version 1st Edition). Riyadh: Naif Arab University for Security Sciences. Retrieved from <http://repository.nauss.edu.sa/handle/123456789/54288>
16. Mustafa Fahmy. (1961). Mental health in the family: school and society. Egypt: Dar Al Taqafa.
17. Mahmoud al-Dulaimi walked. (June - September, 2010). The effectiveness of free media in addressing social problems. Media Researcher, 2(9-10), 131-144