

الوعي الإعلامي والتمكين النفسي وعلاقتهما باتخاذ القرار لدى عينة من طلبة الجامعات السعودية

د/ محمد بن حسن المسعودي

أستاذ مساعد بقسم علم النفس
كلية التربية - جامعة الملك عبد العزيز

almasudi1972@gmail.com

الملخص. هدف البحث إلى الكشف عن العلاقة بين الوعي الإعلامي والتمكين النفسي واتخاذ القرار، والوقوف على الفروق في اتخاذ القرار بين مرتفعي ومنخفضي الوعي الإعلامي والتمكين النفسي، والفروق في الوعي الإعلامي في ضوء متغيرات: النوع، والتخصص، والمستوى الدراسي. وتكونت عينة البحث من (٥٣١) طالبا وطالبة من بعض الجامعات السعودية (الملك عبد العزيز، الملك سعود، الأميرة نورة، الطائف، جدة، الملك خالد، الباحه، افهام محمد بن سعود) وتمثلت أدوات البحث في مقياس الوعي الإعلامي (إعداد الباحث)، ومقياس التمكين النفسي إعداد (المعاني، ٢٠٢٢)، ومقياس اتخاذ القرار إعداد (عبدون، ٢٠٠٢)، وتطوير (العوادة، ٢٠١٦). وباستخدام معامل الارتباط واختبار "ت" وتحليل التباين أسفرت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين الوعي الإعلامي وكل من: التمكين النفسي واتخاذ القرار، ووجود فروق بين مرتفعي ومنخفضي الوعي الإعلامي والتمكين النفسي في اتخاذ القرار لصالح المرتفعين، ووجود فروق في الوعي الإعلامي ترجع للنوع لصالح الإناث، وعدم وجود فروق دالة إحصائية في الوعي الإعلامي تبعا لمتغيري التخصص والسنة الدراسية. وقد تمت مناقشة وتفسير النتائج مع تقديم بعض المقترحات والتوصيات.

الكلمات المفتاحية: الوعي الإعلامي، التمكين النفسي، اتخاذ القرار، طلبة الجامعة.

المقدمة

تعتبر مرحلة الدراسة الجامعية من أكثر مراحل الحياة أهمية لما لها من دور رئيس في صقل شخصية الطالب وتحديد مستقبله المهني، ولا تقتصر أهميتها على الإعداد الأكاديمي للطلبة فقط ، بل لا بد أن يشمل هذا الإعداد كافة جوانب شخصية الطالب الجامعي، الذي يواجه العديد من التحديات عند الانتقال من مرحلة التعليم المدرسي إلى التعليم الجامعي بمتطلباته ، واختلاف أساليب التعلم وطرق التدريس وتقويم الأداء ، وطبيعة الدور المناط بالطالب والمعلم ، ومن ثم الانتقال إلى الحياة العملية والمهنية، وتعتمد المرحلة الجامعية بدرجة كبيرة على تحمل الطالب لمسئوليته بشكل سليم (الرشيدى، ٢٠٢٤).

ومن التحديات التي تواجه طلاب الجامعة وسائل الإعلام المختلفة مثل التلفاز، الأفلام، الفيديو، المجالات، ألعاب الحاسوب، والموسيقى، أصبحت جزءا أساسيا من حياة الطلاب اليوم، لذا من الضروري أن يتعلم الطلاب منذ الصغر كيفية التعامل مع هذه الوسائل بشكل نقدي وواعٍ، مما يجعل الوعي الإعلامي أمرا ضروريا، فالوعي الإعلامي يساعد الطلاب على اختيار المعلومات وفهمها وتقييمها وإدارتها في ظل الكم الهائل من الرسائل التي يتم إنتاجها يوميا في ثقافة إعلامية معقدة (Marvin, 2014).

وبناء على ما أكدته توصيات مؤتمر التربية الإعلامية في مواجهة غزو العقول في العصر الرقمي بمصر (٢٠١٥م) من ضرورة الاهتمام بتعزيز الجهود المشتركة الرامية إلى تنمية مهارات الوعي الاعلامي لدى طلاب الجامعة لمواجهة أخطار الغزو الثقافي، وتعميق الانتماء للوطن وحفظ هويته الثقافية مع الانتقاء الجيد للثقافات، والتواصل بين المجتمعات، ونشر قيم التسامح والإخاء بينهم (جاد، ٢٠٢٤).

كما أشارت العديد من الدراسات إلى أهمية التمكين النفسي للطلبة الجامعية، وخاصة في ضوء إعدادها للخروج إلى الحياة المهنية، والحاجة إلى التعامل أنواع الضغوطات، وأن تمكين الطالبة الجامعية هو نقطة انطلاق لبناء عناصر بشرية مؤهلة قادرة على القيادة الذاتية، وأن التمكين النفسي يساهم في زيادة انخراط الطلبة الجامعيين في المجتمع ويساعدهم على تحديد الظروف التي تؤدي إلى الشعور بالعجز وإزالتها (الأغا، ٢٠٢٢ العنزي، ٢٠٢١؛ حسن، ٢٠١٨).

وتعد مهارة اتخاذ القرار من المهارات المهمة في حياة جميع الأفراد، فالفرد يمر بمواقف حياتية تحتاج إلى اتخاذ القرار حيث تحكم حياتنا قرارات متتالية، وقدرة الفرد على تحسين حياته متوقفة إلى حد

كبير على قدرة الفرد على اتخاذ القرار المناسب، وعليه تعلم كيفية اتخاذ القرار واختيار البديل الأمثل من بين الأبدال المتاحة (نوفل وسفيان، ٢٠١١).

مهارات اتخاذ القرار أحد مهارات التفكير العليا والتي تعد مهمة جدا في القرن الحادي والعشرين، حيث أصبحت المشكلات التي تواجه البشر في هذا القرن معقدة بشكل كبير، ويتطلب حل هذه المشكلات العديد من مهارات التفكير مثل مهارات التفكير الإبداعي، ومهارات التفكير الناقد، ومهارات اتخاذ القرار التي أصبحت أحد الكفاءات التي يجب أن يكتسبها الأفراد (Kurniawan et al., 2019).

وبناء على ما سبق يمكن صياغة مشكلة البحث في التساؤل الرئيس التالي: هل توجد علاقة بين

الوعي الإعلامي والتمكين النفسي باتخاذ القرار لدى عينة من طلبة الجامعات السعودية؟

ويتفرع من التساؤل الرئيس التساؤلات الفرعية التالية:

- (١) هل توجد علاقة بين الوعي الإعلامي واتخاذ القرار لدى عينة من طلبة الجامعات السعودية؟
- (٢) هل توجد علاقة بين التمكين النفسي واتخاذ القرار لدى عينة من طلبة الجامعات السعودية؟
- (٣) هل توجد علاقة بين الوعي الإعلامي والتمكين النفسي لدى عينة من طلبة الجامعات السعودية؟
- (٤) هل توجد فروق دالة إحصائية بين مرتفعي ومنخفضي الوعي الإعلامي في اتخاذ القرار لدى عينة من طلبة الجامعات السعودية؟
- (٥) هل توجد فروق دالة إحصائية بين مرتفعي ومنخفضي التمكين النفسي في اتخاذ القرار لدى عينة من طلبة الجامعات السعودية؟
- (٦) هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الوعي الإعلامي باختلاف النوع والتخصص والسنة الدراسية لدى عينة من طلبة الجامعات السعودية؟

أهداف البحث

يهدف البحث الحالي إلى معرفة العلاقة بين الوعي الإعلامي والتمكين النفسي واتخاذ القرار لدى عينة من طلبة الجامعات السعودية.

أهمية البحث

يمكن توضيحها من الناحيتين النظرية والتطبيقية على النحو الآتي:

تمثلت أهمية البحث من الناحية النظرية في الآتي:

- يتناول البحث متغيرات تؤثر بشكل مباشر على أداء طلبة الجامعة.

الوعي الإعلامي والتمكين النفسي وعلاقتها باتخاذ القرار لدى عينة من طلبة الجامعات السعودية

- تقديم أطر نظرية ودراسات وبحوث تعكس الجهود السابقة في الوعي الإعلامي والتمكين النفسي واتخاذ القرار، وتقديم أطارا نظريا حول هذه المتغيرات.
 - توطيد العلاقة النظرية بين كل من الوعي الإعلامي والتمكين النفسي باتخاذ القرار.
 - ندرة الدراسات العربية (في حدود ما تم الاطلاع عليه) التي بحثت العلاقة بين الوعي الإعلامي والتمكين النفسي باتخاذ القرار لدى طلبة الجامعة
- تمثلت أهمية البحث من الناحية التطبيقية:
- قد تفيد نتائج الدراسة الباحثين والمهتمين في إعداد برامج وأنشطة ترفع وتزيد من المتغيرات المدروسة لدى طلاب الجامعة أو المراحل التعليمية الأخرى.
 - قد تساعد نتائج هذه الدراسة الطلاب في زيادة وعيهم ببعض العوامل المؤثرة على تحصيلهم الأكاديمي كالمثابرة الأكاديمية والعمل على تحسينها.
 - قد تكون نتائج هذه الدراسة نقطة انطلاق للباحثين والدارسين في الاستفادة من أدواتها ونتائجها وتوصياتها في دراسات مستقبلية.
 - تقديم مقاييس جديدة تناسب طلبة الجامعة.
 - إمكانية الاعتماد على نتائج الدراسة الحالية في تصميم وتنفيذ دراسات لاحقة ذات صلة بالمتغيرات الحالية.
 - إمكانية الاعتماد على نتائج الدراسة الحالية في تقديم بعض التوصيات المفيدة للمختصين والعاملين في الميادين النفسية والتربوية.

مصطلحات البحث:

(١) الوعي الإعلامي: -

الوعي الإعلامي هو "إدراك ومعرفة طالب الجامعة للأفكار والحقائق التي تعرضها وسائل الإعلام المختلفة وقدرته على فهمها وتحليلها والحكم عليها والاستفادة من الجوانب الإيجابية، مما يساعده على حماية نفسه من أخطار الإعلام وتأثيراته السلبية"

(٢) التمكين النفسي: -

التمكين النفسي هو "معتقدات الفرد حول قدراته على القيام بمهمة ما بشكل جيد وإحساسه بتقرير المصير" (المعاني، ٢٠٢٢، ١٢٥).

(٣) اتخاذ القرار: -

اتخاذ القرار هو "قدرة الفرد على التوصل إلى حل مشكلة اعتراضية أو موقف محير وذلك باختيار حل من بدائل الحل الموجودة أو المبتكرة وهذا الاختيار يعتمد على المعلومات التي جمعها الفرد حول المشكلة وعلى القيم والعادات والخبرة والتعليم والمهارات الفردية" (عبدون، ٢٠٠٢).

حدود البحث: -

تمثلت حدود تعميم نتائج البحث الحالية في الآتي:

- (١) حدود خاصة بعينة البحث: تتحدد عينة البحث الحالية بطلاب بعض الجامعات السعودية (الملك عبد العزيز، الملك سعود، الأميرة نورة، الطائف، جدة، الملك خالد، الباحة، افهام محمد بن سعود).
- (٢) حدود خاصة بمتغيرات البحث: يتحدد البحث الحالي الوعي الإعلامي - التمكين النفسي - اتخاذ القرار).
- (٣) حدود خاصة بالأدوات: يتحدد البحث الحالي بالأدوات التالية: (مقياس الوعي الإعلامي - مقياس التمكين النفسي - مقياس اتخاذ القرار)
- (٤) حدود زمنية: وترتبط بفترة تطبيق البحث خلال العام الدراسي ٢٠٢٤/٢٠٢٥ م.
- (٥) حدود مكانية: وتتمثل في بعض الجامعات السعودية.

الإطار النظرية:

في ظل التقدم التكنولوجي المتسارع وثورة المعلومات، أصبحت وسائل الإعلام تؤثر بشكل كبير على تشكيل الوعي الفردي والجماعي، مما جعل مفهوم الوعي الإعلامي ضرورة ملحة في المجتمعات الحديثة، ويعد الوعي الإعلامي حجر الزاوية الذي يمكن الأفراد من التعامل النقدي والمسؤول مع المحتوى الإعلامي، والتمييز بين المعلومات الموثوقة والمضللة، في الوقت ذاته، يشكل التمكين النفسي عنصراً أساسياً في بناء شخصية الفرد، حيث يعزز من ثقته بنفسه وقدرته على مواجهة التحديات واتخاذ القرارات الصائبة وسوف نوضح في السطور التالية مفاهيم الدراسة (الوعي الإعلامي - التمكين النفسي - اتخاذ القرار)

أولاً الوعي الإعلامي:

في عصر يشهد طفرة غير مسبوقة في وسائل الاتصال والتكنولوجيا الرقمية، أصبح الإعلام جزءاً لا يتجزأ من حياة الأفراد والمجتمعات، مؤثراً في تشكيل القيم والمعتقدات والسلوكيات. ومع تنوع مصادر الإعلام وتزايد انتشار المعلومات، يبرز مفهوم الوعي الإعلامي كأحد الركائز الأساسية التي تمكن الأفراد من التعامل مع هذا الزخم الإعلامي بوعي ونقد.

مفهوم الوعي الإعلامي Media awareness

يعرف الوعي الإعلامي بأنه "اكتساب المعرفة والفهم والتطبيق الصحيح للمهارات والمواقف التي تسمح للطلاب بالتعامل مع العالم الإعلامي المعقد والمتغير بطريقة واعية هادفة، وكما يعبر عن

إكساب القدرة على استخدام الإعلام بطريقة نشطة وحيوية بهدف المشاركة الاجتماعية الفعالة (share, 2013,119)

وعرف الطائي (٢٠١٧، ١١١) الوعي الإعلامي بأنه "مدى إدراك الفرد للأوضاع التي تدور حوله والمحيط الذي يدركه، وبناء رأى عقلائي متزن وتحليل واضح يتوافق والمتغيرات وفق تصور علمي يتناسب وإمكانياته وتصوراته التي تخدم المجتمع.

كما يعرف الوعي الإعلامي بأنه "الوسائل التي تساعد الفرد على اكتساب الكفايات التي يحتاجها للحياة والعمل في عالم مشبع بوسائل الإعلام، وتشمل هذه الكفاءات القدرة على الوصول إلى محتوى ومعلومات الوسائط والبحث فيها وتحليلها وتقييمها واستخدام الوسائط والتقنيات لتبادل المعلومات، والتعبير عن ذواتهم (Wilson, 2019,75)

ويعرف الوعي الإعلامي بأنه "القدرة المعرفية لقراءة وتفسير وإنتاج أنواع النصوص والمنتجات الإعلامية، واكتساب الأدوات والقدرات الفكرية للمشاركة بشكل كامل في إنتاج الثقافة بالمجتمع بشكل صحيح، كالمهارات الناقدة ومهارات التحليل والقدرة على تفسير المعاني والأفكار والرموز اللفظية وغير اللفظية (Semenog, et al.,2020,225)

كما عرف الوعي الإعلامي هو "عمليات من المعرفة والتفكير والإدراك تتيح للمتلقي القدرة على فهم الممارسة الإعلامية فهما صحيحا، والإحاطة بخلفيات الرسالة الإعلامية وأهدافها ومن ثم تبني موقف صحيح إزاءها". (محمد، ٢٠٢٢، ١٨٣).

تعقيب عام على التعريفات التي تناولت الوعي الإعلامي

❖ تتفق معظم التعريفات التي تناولت مفهوم الوعي الإعلامي على كونه مهارة متعددة الأبعاد تعنى بفهم الرسائل الإعلامية وتحليلها نقديا، مع التركيز على تمكين الأفراد من التمييز بين الحقائق والمعلومات المضللة.

❖ وتتسع هذه التعريفات لتشمل إدراك تأثير الإعلام على الأفكار والمواقف والسلوكيات، مما يجعل الوعي الإعلامي أداة أساسية في مواجهة التحديات التي تفرضها بيئة إعلامية متشابكة ومتسارعة التغيير.

❖ يبرز من خلال هذه التعريفات الدور المحوري للوعي الإعلامي في تعزيز التفكير النقدي والقدرة على التعامل مع المحتوى الإعلامي بوعي ومسؤولية، إلى جانب أهميته في تعزيز استقلالية الفرد في اتخاذ القرارات.

❖ ومع أن التعريفات قد تختلف في بعض الصياغات أو التركيز على جوانب محددة، إلا أنها تتلاقى جميعها في التأكيد على أهمية تنمية الوعي الإعلامي كوسيلة أساسية لتمكين الأفراد في عصر المعلومات.

مستويات الوعي الإعلامي

(١) المستوى المعرفي يتعلق بفهم ومعرفة وإدراك محتوى الرسائل الإعلامية المختلفة ومعانيها وخلفياته وأهدافها بفهم.

(٢) المستوى الوجداني يتعلق بالدوافع النفسية المحفزة للتعرض للرسائل الإعلامية عبر الوسائط الإعلامية المختلفة، فعندما يتعرض الفرد للرسالة الإعلامية يكون محاطاً بمجموعة من الانفعالات والدوافع النفسية والرغبة التي حفزته للتعرض لتلك الرسالة الإعلامية.

(٣) المستوى السلوكي ويرتبط بالأثر الذي يتركه التعرض لتلك الرسائل الإعلامية، واثارها وانعكاسها على سلوك الفرد إما أن يتبنى أفكار تلك الرسالة ويرفضها بناء على المعطيات التي توفرت لديه نتيجة تحليل الرسالة الإعلامية ونقدها مما قد يسهم في اتخاذ القرار المناسب حولها.

أهمية الوعي الإعلامي

أشار سلفيربلات (Silverblatt, 2001) إلى أهمية الوعي الإعلامي في النقاط التالية:

(١) الوعي بتأثير تلك الوسائل على المجتمع ودفع أفرادها لاتخاذ مواقف معينة من التجارب التي يمرون بها.

(٢) فهم عملية الاتصال الجماهيري فهماً واعياً وشاملاً مبنياً على التربية الإعلامية بمقوماتها المختلفة

(٣) استخدام أساليب واستراتيجيات مناسبة، لتفسير المضامين الإعلامية.

(٤) مراعاة الجوانب الجمالية عند فهم وتقدير تلك المضامين في ضوء ما يتمتع به الأفراد من تذوق.

(٥) الفهم العميق للمعاني الخفية التي تحتويها الرسالة الإعلامية ، وترجمة المناسب منها في حياتنا اليومية.

ثانياً التمكين النفسي: -

في عالم مليء بالتحديات والضغوط النفسية والاجتماعية، أصبح التمكين النفسي ضرورة ملحة لتعزيز قدرة الأفراد على مواجهة تلك التحديات بفاعلية وثقة، يمثل التمكين النفسي عملية تنموية تهدف

إلى تعزيز الكفاءة الذاتية والقدرة على اتخاذ القرارات وإحداث التغيير الإيجابي في حياة الفرد، ولدى الشباب الجامعي، يعتبر التمكين النفسي عنصراً جوهرياً في تمكينهم من التعامل مع متطلبات الحياة الأكاديمية والاجتماعية، مما يجعل من هذا المفهوم حجر الزاوية في تعزيز قدراتهم على النجاح وتحقيق أهدافهم.

مفهوم التمكين النفسي: -

يعرف التمكين النفسي باعتباره دافع داخلي جوهري يتكون من عدة أبعاد: المعنى ، والكفاءة ، والاختيار ، والتأثير ، وتعكس تلك الأبعاد مواقف الأفراد تجاه المهام المختلفة التي يكلفون بها أو يؤدونها ، وقدرتهم على أداء تلك المهام (Didouni & Bergo, 2020).

يعرف حكيم (٢٠٢٠) التمكين النفسي بأنه حالة داخلية يشعر بها الفرد تؤدي إلى ارتفاع حالة الشعور بالمقدرة الذاتية وإزالة أي صعوبات تقف أمام توفيره أي معلومات فاعلة، وهو مجموعة من الخصائص النفسية التي تتضمن الأهمية والكفاءة والاستقلالية والتأثير.

وتعرفه الخالدي (٢٠١٨) بأنه شعور داخلي يدفع الأفراد العاملين نحو الإحساس بأهمية الأعمال المنوطة بهم ومدى ثقتهم بقدراتهم الذاتية وامتلاكهم للتأثير، وحرية التصرف أو الاستقلالية في تحديد السلوك المناسب لإنجاز تلك الأعمال.

تعقيب عام على تعريفات التمكين النفسي

- ❖ تتفق التعريفات التي تناولت مفهوم التمكين النفسي على كونه عملية ديناميكية تهدف إلى تعزيز شعور الفرد بالكفاءة الذاتية والقدرة على التحكم في مجريات حياته.
- ❖ وتبرز هذه التعريفات الدور الأساسي للتمكين النفسي في دعم النمو الشخصي وتعزيز المهارات اللازمة لتحقيق الأهداف الفردية والجماعية.
- ❖ كما تظهر الاتفاق العام على أن التمكين النفسي ليس مجرد حالة ثابتة، بل عملية مستمرة تتطلب توافر البيئة الداعمة والفرص التي تعزز من إدراك الفرد لقيمه وقدرته على التغيير.
- ❖ على الرغم من تباين الصياغات، إلا أن معظم التعريفات تتلاقى في التأكيد على أن التمكين النفسي يشكل أداة أساسية لتحسين جودة حياة الأفراد وتمكينهم من التأثير الإيجابي في بيئاتهم الاجتماعية.

أهمية التمكين النفسي

يعد التمكين النفسي أحد عوامل الدافعية الداخلية التي تعكس الدور النشط للعاملين في المنظمة ومدرعاتهم نحو أعمالهم، والذي يظهر في الشعور بأهمية الوظيفة والكفاءة والثقة في القدرة على أداء المهام المطلوبة والإستقلالية في أداء المهام المكلفين بها، فضلاً عن شعور الفرد بالتأثير على عمل الآخرين، فالتمكين مفهوم تحفيزي يمثل أحد أنواع التقييم الذاتي الإيجابي، الذي يؤدي إلى السلامة والصحة النفسية والدافعية في العمل لدى الأفراد العاملين، مما يؤدي إلى الحصول على نتائج عمل إيجابية (Chang & Liu, 2008).

إن أهمية التمكين النفسي تكمن في كونه عملية تمكن الأفراد والجماعات من إحداث تغيير في حياتهم يمكنهم من الحصول على السلطة والنفوذ والقوة التي تعزز قدرتهم على ممارسة الاختيار والحرية مما يساهم بشكل إيجابي في رفاهيتهم (Ganle, et al., 2015).

ويعمل التمكين النفسي، من خلال تعزيز الكفاءة الذاتية والمعنى والتأثير والاستقلالية، كآلية حماية ضد النتائج السلبية المحتملة للإرهاق (Tsang et al., 2022) كما أظهرت الدراسات والأبحاث السابقة أن التمكين النفسي يرتبط بشكل إيجابي بالإنجاز الشخصي ويرتبط عكسياً بالإرهاق العاطفي (2014, Bahrami & Khoshouei).

إن التمكين كسمة نفسية للأفراد، من شأنه أن يجعل الشخص متفائلاً مندمجاً في مهام عمله وملتزماً به، ولديه القدرة على مواجهة الصعاب والعقبات من خلال شعوره بالمسؤولية والكفاءة، فالشخص الذي يتسم بالتمكين النفسي، ينمو لديه إحساس بقيمة العمل الذي يؤديه، وبالتالي يزداد لديه الشعور بالرضا المهني، وكل هذا من شأنه أن يؤدي إلى النجاح في العمل والإبداع فيه (Nasrollahi & Verki, 2016).

مستويات التمكين النفسي

للتمكين النفسي ثلاث مستويات وهي

(١) تمكين علي مستوى الفرد : ويعني تمكن الفرد من مصادر القوة لديه ،كما يركز علي شعور الفرد الداخلي والذي يقاس من خلال اربعة ابعاد هي (الشعور بالمعني او القيمة ، والشعور بأثير ، والشعور بالكفاءة ، وتقدير المصير).

(٢) تمكين علي المستوي المؤسسات او المنظمات : ويهتم بالتمكين في بيئة المدرة ويهتم بالعوامل التي توجد في بيئة العمل والتي تؤثر بشكل مباشر وغير مباشر في تقييم الافراد لأدوارهم ومهامهم في المدرسة.

(٣) تمكين علي المستوى الاجتماعي: يقصد به التمكين الذي يبني علي تقاسم السلطة بين الافراد ، ويتحقق من خلال عضوية الفرد في المجتمع ، كما يعني تمكن الفرد من العمل التعاوني الذي يحسن من نوعية الحياة في المجتمع (الدلجى، ٢٠١٨)

ثالثاً: اتخاذ القرار:

مفهوم اتخاذ القرار:-

ويعرف الطبيب (٢٠٠٦، ٨٨) اتخاذ القرار بأنه " قدرة الفرد على اختيار البديل الأكثر صلاحية من بين البدائل المعروضة معتمداً على الإدراك الواعي والقدرات المتنوعة التي يمتلكها والخبرة والتفكير العلمي المنطقي.

بينما يرى جروان (٢٠٠٧، ١٠٥) بأنه "عملية تفكيرية مركبة تهدف إلى اختيار أفضل البدائل أو الحلول المتاحة في موقف معين، من أجل تحقيق الهدف المرجو".

وأشار (ati et al,2010) لاتخاذ القرار بأنه الأسلوب الذي يتبعه الفرد في تفسيره للمواقف التي يتعرض لها ، وطريقة استجابته لها .

ويعرفه كعبارة (٢٠١٤، ٦٨) بأنه "عملية عقلية معرفية مركبة يوظف فيها الفرد قدراته بغية فهم وتحليل المشكلة لتحديد البدائل الممكنة لحلها ونقد تلك البدائل لاختيار أنسبها في حل المشكلة في ضوء خبرات ومعارف وإمكانيات وسمات ومعتقدات متخذ القرار ومعايير المجتمع".

وتعرفه الدوسرى (٢٠٢٠، ٥٩) بأنها عملية تتضمن المفاضلة بين الخيارات المطروحة وتحديد الإجراءات المطلوب اتخاذها، والهدف من تلك العملية الوصول إلى حل أو إجابة أو استنتاج نهائي .

تعقيب عام على تعريفات اتخاذ القرار

تتعدد تعريفات اتخاذ القرار وتتنوع باختلاف المنطلقات النظرية والمدارس الفكرية التي تناولت هذا المفهوم. ورغم هذا التنوع، فإن معظم التعريفات تتفق على أن اتخاذ القرار هو عملية عقلية منهجية تهدف إلى اختيار أفضل البدائل المتاحة لتحقيق هدف معين أو حل مشكلة محددة.

❖ تبرز بعض التعريفات الطابع العقلاني للعملية، حيث يتم التركيز على التحليل المنطقي والتقييم الموضوعي للمعلومات.

❖ في حين تسلط تعريفات أخرى الضوء على الجوانب السلوكية والنفسية، مثل تأثير القيم، والمعتقدات، والمواقف الشخصية في عملية اتخاذ القرار.

❖ هناك أيضا من ينظر إليه من زاوية الإدارة والتنظيم، معتبرا أنه جوهر العملية الإدارية الذي يحدد مسار العمل ويؤثر على نجاح المؤسسات.

هذا التنوع في التعريفات يظهر شمولية مفهوم اتخاذ القرار، ولكنه في ذات الوقت يبرز تعقيد العملية، كونها تتداخل فيها عوامل عقلية، وعاطفية، وبيئية، مما يجعلها محط اهتمام الدراسات النفسية، والاجتماعية، والإدارية.

أطراف عملية اتخاذ القرار:-

وتقوم عملية اتخاذ القرار على ثلاثة أطراف كل طرف له أهميته في الحصول على قرار في موقف محدد وهذه الأطراف هي.

(١) الفرد المتخذ القرار: وقد يتبع أحد الأسلوبين وهما: التروي وعدم التسرع، أو الإقدام والشجاعة تبعا للموقف.

(٢) موقف اتخاذ القرار حيث تتعدد العوامل التي يتضمنها موقف اتخاذ القرار ومنها ارتباط الموقف بأحداث سابقة، أو نوعية الموقف، أو ضغوط العمل.

(٣) مجموعة العمل المشتركة في اتخاذ القرار، ويكون تأثيرهم من جانبيين هما:

(أ) قيام كل عضو في الجماعة بدوره بكفاءة.

(ب) الارتباط بدرجة تماسك وتوحد الجماعة حول أهداف العمل (السفياني، ٢٠١٢)

خصائص اتخاذ القرار

وهناك خصائص تتميز بها عملية اتخاذ القرار، ومن هذه الخصائص

- ❖ أنها عملية واقعية بحيث تقبل بالوصول إلى الحد المعقول.
- ❖ أنها عملية تتأثر بالعوامل المحيطة بها.
- ❖ أنها تتأثر بالعوامل الإنسانية الناتجة عن سلوكيات متخذ القرار .
- ❖ تعتبر معظم القرارات الإدارية امتدادا من الحاضر إلى المستقبل؛ لأن معظم القرارات الإدارية بالمنظمات هي مستمرة وامتدادها يكون من الماضي.
- ❖ أنها عملية شاملة وعامة وهذا يعني أنها تشمل معظم المنظمات على اختلاف تخصصاتها، وتشمل كل المناصب الإدارية في المنظمات (حسين، ٢٠٠٨).

منهج البحث

اعتمد البحث الحالي على المنهج الوصفي الارتباطي المقارن والذي حاول الباحث من خلاله الكشف عن العلاقة بين الوعي الإعلامي وكل من التمكين النفسي واتخاذ القرار، والتعرف على الفروق في الوعي الإعلامي التي تعزى إلى متغيرات: "النوع، والتخصص، والمستوى الدراسي" لدى طلبة بعض الجامعات السعودية.

المشاركون في البحث

المشاركون في حساب الخصائص السيكومترية:

بلغ عدد المشاركين في حساب الخصائص السيكومترية (١٣٠) طالبا وطالبة من طلبة بعض الجامعات السعودية، بمتوسط عمري قدره (٢٣,٣٧)، وانحراف معياري (٧,٠٨)، وراعى الباحث أن يتوزع المشاركون على المتغيرات الديموجرافية للبحث وهي (النوع، والتخصص، والمستوى الدراسي).

المشاركون في البحث الأساسي:

بلغ عدد المشاركين في البحث الأساسي (٥٣١) طالبا وطالبة من طلبة بعض الجامعات السعودية (الملك عبد العزيز، الملك سعود، الأميرة نورة، الطائف، جدة، الملك خالد، الباحثة، افمام محمد بن سعود)، بمتوسط عمري قدره (٢٢,٥١)، وانحراف معياري (٦,٣٥)، وراعى الباحث أن يكون المشاركون في البحث موزعين على المتغيرات الديموجرافية للبحث وهي: النوع، والتخصص، والسنة الدراسية.

أدوات البحث:

أولاً: مقياس الوعي الإعلامي (إعداد الباحث):

تم إعداد المقياس بعد الاطلاع على بعض البحوث والدراسات والأطر النظرية التي تناولت الوعي الإعلامي واهتمت بإعداد مقاييس له مثل (العبويني، ٢٠٠٤)، (عبد الله، ٢٠١٢)، (UNESCO, 2013) (البياتي وآخرين، ٢٠١٧)، (العديلي، ٢٠١٨)، (نصار، ٢٠٢٣)، (ابن لاغة ونصار، ٢٠٢٣)، وصاغ الباحث تعريف إجرائي للوعي الإعلامي وفي ضوءه صاغ الباحث (٣٠) عبارة في صورة تقرير ذاتي، وأمام كل عبارة خمسة بدائل (دائما، غالبا، أحيانا، نادرا، أبدا)، ويحصل المستجيب على الدرجات التالية بنفس الترتيب في جميع عبارات المقياس (١-٢-٣-٤-٥).

حساب الخصائص السيكومترية للمقياس

أولاً: صدق المقياس:

اعتمد الباحث في حساب صدق المقياس على ما يلي:

(١) **صدق المحكمين:** تم عرض المقياس في صورته الأولية على (٩) محكمين من الأساتذة المتخصصين في مجال علم النفس التربوي والإعلام والاتصال ببعض الجامعات السعودية، لإبداء الرأي حول مدى مناسبة عبارات المقياس من الناحية العلمية ومدى مناسبتها للتعريف الإجرائي الذي تبناه الباحث للوعي الإعلامي، مع إمكانية الإضافة أو الحذف أو التعديل لما يرويه مناسباً. وتراوحت نسب اتفاق المحكمين على عناصر التحكيم بين (٧٧,٧% - ١٠٠%)، وهي نسب اتفاق مرتفعة؛ مما يدعو إلى الثقة في نتائج المقياس، مع إجراء بعض التعديلات التي اقترحها المحكمون في صياغة بعض عبارات المقياس.

(٢) **الصدق العاملي الاستكشافي:** تم إجراء التحليل العاملي الاستكشافي بعد التأكد من توافر جميع الشروط الخاصة به من حساب مصفوفة الارتباط وكفاية حجم العينة. وبناء على بناء على Scree Plot والذي يحدد عدد العوامل البارزة في التحليل تم التوصل إلى تشعب المقياس على ثلاثة عوامل وكانت قيمة الجذر الكامن لها (٤,٧٨٠)، (٤,٥٣٧)، (٣,٥٢٨) بنسبة تباين إجمالي قدره (٤٢,٨٢٠%). وتشعب على العامل الأول (١٣) عبارة أرقام (٣-١٤-١٦-٢٠-٢١-٢٢-٢٣-٢٤-٢٦-٢٧-٢٨-٢٩-٣٠) وتكشف مضامينها عن القدرة على متابعة وسائل الإعلام الرسمية والتركيز على الآراء البناءة واختيار وسائل الإعلام المناسبة والوعي بأضرار بعض ما يتم عرضه على وسائل التواصل والأهداف التي تكمن خلفها، ويمكن تسمية هذا العامل ب (المراقبة الإعلامية). وتشعب على العامل الثاني (١٠) عبارات أرقام (٤-٧-١٠-١١-١٢-١٣-١٥-١٧-١٨-١٩)، وتكشف مضامينها عن الانتباه للشائعات المنتشرة والابتعاد عما يشجع على العنف ومعرفة أساليب الإقناع التي تستخدمها وسائل الإعلام والوعي بأهمية نقل الأخبار الصحيحة والحرص على المصادقية عند نشر الأخبار، ويمكن تسمية هذا العامل ب (الإدراك الإعلامي). وتشعب على العامل الثالث (٦) عبارات أرقام (١-٥-٦-٨-٩-٢٥)، وتكشف مضامينها عن التخطيط للمحتويات الإعلامية التي سيتم متابعتها ومعرفة فوائدها وما يتم عرضه في وسائل الإعلام والقدرة على كشف الزيف والتضليل والتمييز بين وسائل الإعلام من حيث المصادقية والمشاركة بالرأي، ويمكن تسمية هذا العامل ب (التقييم الإعلامي). كما يتضح أن العبارات رقم (٢) لم يكن لها أي تشعب وبالتالي تم حذفها من المقياس وأصبح المقياس يتكون من (٢٩) عبارة بعد إجراء التحليل العاملي الاستكشافي.

ثانياً: الثبات

لحساب الثبات استخدم الباحث معامل ألفا كرونباخ، وبلغ معامل ثبات بعد المراقبة الإعلامية (٠,٨٧١)، وبعد الإدراك الإعلامي (٠,٨١٢)، وبعد التقييم الإعلامي (٠,٦٥٣)، والدرجة الكلية للمقياس (٠,٩٠٦)، وهي معاملات ثبات مرتفعة إحصائياً مما يؤكد صلاحية هذا المقياس للاستخدام.

الصورة النهائية للمقياس

بعد حساب الخصائص السيكمترية للمقياس من صدق وثبات، أصبح المقياس في صورته النهائية يتكون من (٢٩) عبارة، موزعة على ثلاثة أبعاد، بعد المراقبة الإعلامية (١٣ عبارة)، وبعد الإدراك الإعلامي (١٠ عبارات)، وبعد التقييم الإعلامي (٦ عبارات).

تصحيح المقياس

يصحح المقياس بأن يحصل المستجيب على (٥) إذا وضع علامة تحت دائماً و(٤) إذا وضع علامة تحت غالباً و (٣) إذا وضع علامة تحت أحياناً و (٢) إذا وضع علامة تحت نادراً و(١) إذا وضع علامة تحت أبداً، وذلك في جميع عبارات المقياس، وتدل الدرجة المرتفعة على المقياس على ارتفاع مستوى الوعي الإعلامي، والدرجة المنخفضة على انخفاض مستوى الوعي الإعلامي لدى طلبة بعض الجامعات السعودية.

ثانياً: مقياس التمكين النفسي (إعداد المعاني، ٢٠٢٢)

يتكون مقياس التمكين النفسي من (٤٠) عبارة موزعة على أربعة أبعاد (١) المعنى: وهو استشعار الفرد قيمة العمل الذي يقوم به ومعناه، (٢) الكفاءة: وهي معتقدات الطالب الجامعي بأن مهاراته وقدراته ضرورية لأداء الوظيفة أو المهام بطريقة مناسبة، (٣) حرية التصرف: وهو قدرة الطالب الجامعي على التصرف بحرية في المواقف المختلفة، (٤) التأثير: وهو درجة تأثير الطالب الجامعي في نتائج المحيط الذي يكون فيه، ويتضمن كل بعد (١٠) عبارات بالترتيب. وقامت معدة المقياس بالتأكد من صدق المقياس باستخدام صدق المحكمين، والاتساق الداخلي، كما قامت معدة المقياس بالتأكد من الثبات باستخدام طريقتي إعادة التطبيق ومعامل ألفا ونتج عنها تمتع المقياس بدرجة مقبولة من الصدق والثبات.

حساب الخصائص السيكومترية للمقياس في البحث الحالي:

أولاً: صدق المقياس

اعتمد الباحث في حساب صدق المقياس على الاتساق الداخلي من خلال:

- حساب معاملات الارتباط بين كل عبارة والبعد الذي تنتمي إليه، وتراوحت قيم معاملات الارتباط بين (٠,٥١٦، ٠,٨٠٥) وهذه القيم مقبولة إحصائياً.
- حساب معاملات الارتباط بين الأبعاد والدرجة الكلية للمقياس، وتراوحت قيم معاملات الارتباط بين (٠,٨٦٦، ٠,٩٢٨) وهذه القيم مقبولة إحصائياً.
- حساب معاملات الارتباط بين كل عبارة والدرجة الكلية للمقياس، وتراوحت قيم معاملات الارتباط بين (٠,٣٩٥، ٠,٨٢١) وهذه القيم مقبولة إحصائياً. وبذلك تم التحقق من الاتساق الداخلي للمقياس، وأصبح المقياس كما هو يتكون من ٤٠ عبارة.

ثانياً: الثبات

لحساب الثبات استخدم الباحث معامل ألفا كرونباخ، وبلغ معامل ثبات بعد المعنى (٠,٨٦٠)، وبعد الكفاءة (٠,٩٠٧)، وبعد حرية التصرف (٠,٨٨٤)، وبعد التأثير (٠,٨٩٧)، والدرجة الكلية للمقياس (٠,٩٦٥)، وهي معاملات ثبات مرتفعة إحصائياً مما يؤكد صلاحية هذا المقياس للاستخدام.

الصورة النهائية للمقياس

بعد حساب الخصائص السيكومترية للمقياس من صدق وثبات، أصبح المقياس في صورته النهائية يتكون من (٤٠) عبارة، موزعة على أربعة أبعاد، لكل منها (١٠) عبارات.

تصحيح المقياس

يصحح المقياس بأن يحصل المستجيب على (٥) إذا وضع علامة تحت أوافق بشدة و (٤) إذا وضع علامة تحت أوافق و (٣) إذا وضع علامة تحت نوعاً ما و (٢) إذا وضع علامة تحت لا أوافق و (١) إذا وضع علامة تحت لا أوافق بشدة، وذلك في جميع عبارات المقياس، وتدل الدرجة المرتفعة على المقياس على ارتفاع مستوى التمكين النفسي، والدرجة المنخفضة على انخفاض مستوى التمكين النفسي لدى طلبة بعض الجامعات السعودية.

الوعي الإعلامي والتمكين النفسي وعلاقتها باتخاذ القرار لدى عينة من طلبة الجامعات السعودية

ثانياً: مقياس اتخاذ القرار (إعداد (عبدون، ٢٠٠٢) وتطوير العاودة، ٢٠١٦):

يتكون مقياس اتخاذ القرار من (٢٧) عبارة من نوع التقرير الذاتي. وقامت مطورة المقياس بالتأكد من صدق المقياس باستخدام صدق المحكمين، والاتساق الداخلي، كما قامت بالتأكد من الثبات باستخدام طريقتي إعادة التطبيق ومعامل ألفا ونتج عنها تمتع المقياس بدرجة مقبولة من الصدق والثبات.

حساب الخصائص السيكومترية للمقياس في البحث الحالي:

أولاً: صدق المقياس:

اعتمد الباحث في حساب صدق المقياس على الاتساق الداخلي من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل عبارة والدرجة الكلية للمقياس، وتراوح قيم معاملات الارتباط بين (٠,٦٥٧، ٠,١٨١) وهذه القيم مقبولة إحصائياً. وبذلك تم التحقق من الاتساق الداخلي للمقياس، وأصبح المقياس كما هو يتكون من ٢٧ عبارة.

ثانياً: الثبات

لحساب الثبات استخدم الباحث معامل ألفا كرونباخ، وبلغ معامل ثبات الدرجة الكلية للمقياس (٠,٨٠٠)، وهو معامل ثبات مرتفع إحصائياً مما يؤكد صلاحية هذا المقياس للاستخدام.

الصورة النهائية للمقياس

بعد حساب الخصائص السيكومترية للمقياس من صدق وثبات، أصبح المقياس في صورته النهائية يتكون من (٢٧) عبارة.

تصحيح المقياس

يصحح المقياس بأن يحصل المستجيب على (٥) إذا وضع علامة تحت دائماً و(٤) إذا وضع علامة تحت غالباً و (٣) إذا وضع علامة تحت أحياناً و (٢) إذا وضع علامة تحت نادراً و(١) إذا وضع علامة تحت أبداً، وذلك في جميع عبارات المقياس، ما عدا العبارات أرقام (٢٠-٢١-٢٢-٢٣-٢٥-٢٦-٢٧) فيتم عكس مفتاح التصحيح، وتدل الدرجة المرتفعة على المقياس على ارتفاع قدرة الفرد

على اتخاذ القرار، والدرجة المنخفضة على انخفاض القدرة على اتخاذ القرار لدى طلبة بعض الجامعات السعودية.

طريقة تحليل البيانات

للإجابة على أسئلة البحث اعتمد الباحث على معاملات الارتباط، واختبار الفروق بين عینتين مستقلتين T Test ، وتحليل التباين.

نتائج البحث:

السؤال الأول: هل توجد علاقة بين الوعي الإعلامي واتخاذ القرار لدى عينة من طلبة الجامعات السعودية؟

وللإجابة على هذا السؤال تم حساب معاملات الارتباط بين درجات الطلبة على مقياس الوعي الإعلامي ودرجاتهم على مقياس اتخاذ القرار، وجدول (١) يوضح معاملات الارتباط:

جدول ١

معاملات الارتباط بين الوعي الإعلامي واتخاذ القرار (ن=٥٣١)

اتخاذ القرار	الوعي الإعلامي
** ٠,٥٩٦	بعد المراقبة الإعلامية
** ٠,٥٥٤	بعد الإدراك الإعلامي
** ٠,٤٠٧	بعد التقييم الإعلامي
** ٠,٦٠٥	الدرجة الكلية

** مستوى دلالة ٠,٠١ * مستوى دلالة ٠,٠٥

يتضح من جدول (١) وجود معاملات ارتباط موجبة ودالة إحصائية بين جميع أبعاد الوعي الإعلامي والدرجة الكلية واتخاذ القرار، حيث كانت جميع معاملات الارتباط موجبة ودالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١).

ويفسر الباحث ذلك بأن قدرة الأفراد على تحليل المعلومات الإعلامية، تقييم مصادرها، وفهم الرسائل الإعلامية بشكل نقدي، هذه المهارات تبدو مرتبطة بتحسين عملية اتخاذ القرار من خلال تمكين

الوعي الإعلامي والتمكين النفسي وعلاقتها باتخاذ القرار لدى عينة من طلبة الجامعات السعودية

الأفراد من التمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة فالوعي الإعلامي يعزز الوظائف المعرفية مثل التفكير النقدي وحل المشكلات، وهما عنصران أساسيان في اتخاذ القرارات المدروسة، الأفراد الأكثر وعياً إعلامياً قد يكونون أكثر قدرة على فهم التأثيرات الاجتماعية والثقافية للإعلام، مما يدعم اتخاذ قرارات أكثر مسؤولية ووعياً.

وتتفق نتائج البحث مع أشار إليه (Potter, 2013) من أن الوعي الإعلامي يتضمن مهارات التفكير النقدي، والتحليل، والتقييم، يعد عاملاً أساسياً في تحسين قدرة الأفراد على اتخاذ قرارات مدروسة ومبنية على معلومات دقيقة، كما تتفق نتائج البحث مع ما أوضحته دراسة لـ (Buckingham (2003 أن الوعي الإعلامي يتيح للأفراد التمييز بين المعلومات الموثوقة والمعلومات المضللة، مما يعزز عملية اتخاذ القرار، كما أن الأفراد الذين يمتلكون مستويات عالية من الوعي الإعلامي يكونون أكثر قدرة على فهم الرسائل الإعلامية وتحليلها، وهو ما ينعكس إيجابياً على جودة قراراتهم، كما وجدت دراسة أجراها

(Livingstone & Helsper, 2007) أن هناك ارتباطاً وثيقاً بين اكتساب مهارات الوعي الإعلامي والتحسين في القدرات المعرفية، مثل التفكير النقدي، وهو ما يساهم بشكل كبير في اتخاذ قرارات رشيدة.

السؤال الثاني: هل توجد علاقة بين التمكين النفسي واتخاذ القرار لدى عينة من طلبة الجامعات السعودية؟

وللإجابة على هذا السؤال تم حساب معاملات الارتباط بين درجات الطلبة على مقياس التمكين النفسي ودرجاتهم على مقياس اتخاذ القرار، وجدول (٢) يوضح معاملات الارتباط:

جدول ٢

معاملات الارتباط بين التمكين النفسي واتخاذ القرار (ن=٥٣١)

التمكين النفسي	اتخاذ القرار
المعنى	٠,٥٨٩ *
الكفاءة	٠,٦٤٧ *
حرية التصرف	٠,٦٠٢ *
التأثير	٠,٦٣٠ *
الدرجة الكلية	٠,٦٨٣ *

*مستوى دلالة ٠,٠١ *مستوى دلالة ٠,٠٥

يتضح من جدول (٢) وجود معاملات ارتباط موجبة ودالة إحصائية بين جميع أبعاد التمكين النفسي والدرجة الكلية واتخاذ القرار، حيث كانت جميع معاملات الارتباط موجبة ودالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١).

ويفسر الباحث ذلك بأنه عندما يشعر الفرد بقدرته على الإنجاز، يصبح أكثر جرأة وثقة في اتخاذ قراراته، والتمكين النفسي يمنح الأفراد شعوراً بالتحكم في حياتهم، مما يساهم في تحسين قدرتهم على اتخاذ قرارات واعية ومبنية على أسس منطقية، فالأفراد الممكّنون نفسياً يكونون أكثر مرونة في التفكير، وأكثر ميلاً لاختيار القرارات القائمة على تحليل دقيق للمواقف، كما يعزز الشعور بالتمكين الدافعية الداخلية، مما يساعد الأفراد على مواجهة التحديات المرتبطة بالقرارات المهمة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Thomas & Velthouse, 1990) من أن الأفراد الذين يتمتعون بتمكين نفسي عال يظهرون مستويات أعلى من الثقة في قراراتهم والقدرة على تحمل مسؤولية نتائجها. كما اتفقت نتائج البحث مع ما أكدته دراسة (Zimmerman, 2000) أن التمكين النفسي لا يقتصر على تعزيز الثقة، بل يشمل أيضاً تحسين مستوى الوعي بالأهداف والقدرة على تحليل الخيارات المتاحة، مما يؤدي إلى اتخاذ قرارات أكثر فعالية.

السؤال الثالث: هل توجد علاقة بين التمكين النفسي والوعي الاعلامي لدى عينة من طلبة الجامعات السعودية؟

وللإجابة على هذا السؤال تم حساب معاملات الارتباط بين درجات الطلبة على مقياس التمكين النفسي ودرجاتهم على مقياس الوعي الاعلامي، وجدول (٣) يوضح معاملات الارتباط:

الوعي الإعلامي والتمكين النفسي وعلاقتها باتخاذ القرار لدى عينة من طلبة الجامعات السعودية

جدول ٣

معاملات الارتباط بين الوعي الإعلامي والتمكين النفسي (ن=٥٣١)

الوعي الإعلامي/التمكين النفسي	المعنى	الكفاءة	حرية التصرف	التأثير	الدرجة الكلية للتمكين النفسي
المراقبة الإعلامية	٠,٥٥٨ **	٠,٥٦٢ **	٠,٥١٥ **	٠,٤٩٨ **	٠,٥٨٩ **
الإدراك الإعلامي	٠,٥١١ **	٠,٤٧٥ **	٠,٤٣٦ **	٠,٤٤٥ **	٠,٥١٥ **
التقييم الإعلامي	٠,٤٣١ **	٠,٤٥٨ **	٠,٤٦٧ **	٠,٤٥٦ **	٠,٥٠١ **
الدرجة الكلية للوعي الإعلامي	٠,٥٧٦ **	٠,٥٧٢ **	٠,٥٣٦ **	٠,٥٢٧ **	٠,٦١١ **

** مستوى دلالة ٠,٠١ * مستوى دلالة ٠,٠٥

يتضح من جدول (٣) وجود معاملات ارتباط موجبة ودالة إحصائية بين جميع أبعاد الوعي الإعلامي والدرجة الكلية وجميع أبعاد التمكين النفسي والدرجة الكلية، حيث كانت جميع معاملات الارتباط موجبة ودالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١).

ويفسر الباحث ذلك بأن الوعي الإعلامي يعزز قدرة الفرد على مواجهة التحديات النفسية والاجتماعية، إذ يصبح الفرد أكثر وعياً بواقعه وأكثر قدرة على اتخاذ قرارات مستنيرة، ويمكن اعتبار الوعي الإعلامي عاملاً محورياً في تعزيز التمكين النفسي، حيث يساعد الفرد على التصدي للتأثيرات السلبية للإعلام، مثل التضليل أو المحتوى الذي يروج للشعور بالعجز، عندما يمتلك الفرد أدوات نقدية لتحليل المعلومات الإعلامية، فإنه يشعر بقدرة أكبر على فهم العالم من حوله والسيطرة على مسار حياته، والوعي الإعلامي لا يعزز فقط التفكير النقدي، بل يعزز أيضاً الثقة بالنفس والشعور بالكفاءة الذاتية، وفي المقابل الأفراد المتمكنون نفسياً أكثر قابلية لتطوير وعي إعلامي عالٍ، نظراً لأن لديهم دافعية داخلية أكبر لتحليل المعلومات ومقاومة التأثيرات السلبية، هذه العلاقة المتبادلة تشير إلى أهمية التركيز على تطوير كلا الجانبين بشكل متزامن، خاصة في البيئات التعليمية والمجتمعات التي تواجه تحديات إعلامية ونفسية.

وتفق هذت النتيجة مع ما أشارت إليه (Bergsma,2004) من أن الوعي الإعلامي يعد أداة قوية لتمكين الأفراد نفسياً، حيث يساعدهم على فهم الأبعاد الخفية للرسائل الإعلامية، مما يعزز شعورهم بالسيطرة على المعلومات التي يتلقونها. كما تتفق نتيجة البحث الحالي مع أشارت إليه دراسة Hobbs (2010)، من أن برامج الوعي الإعلامي التي تنفذ بشكل فعال تمكن الأفراد من تطوير مهارات التفكير النقدي والتحليل، وهو ما يؤدي إلى تحسين الشعور بالتمكين النفسي.

إضافة إلى ذلك يتفق مع نتيجة البحث ما أوضحتته دراسة (Ashley et al,2013) أن الوعي الإعلامي يرتبط بشكل مباشر بالتمكين النفسي من خلال تعزيز الشعور بالسيطرة والتحكم فالأفراد الذين يتمتعون بوعي إعلامي عال يكونون أكثر قدرة على التعامل مع الضغوط النفسية والاجتماعية التي قد تنشأ نتيجة التعرض المتكرر للمحتوى الإعلامي السلبي.

السؤال الرابع: هل توجد فروق دالة إحصائية بين مرتفعي ومنخفضي الوعي الإعلامي في اتخاذ القرار لدى عينة من طلبة الجامعات السعودية؟

وللإجابة على هذا السؤال قام الباحث بحساب قيمة " ت " لعينتين مستقلتين ودلالاتها الإحصائية بين كل مجموعة في اتخاذ القرار، ويوضح الجدول التالي (٤) قيمة اختبار " ت " T –test ودلالاتها الإحصائية في اتخاذ القرار بين مرتفعي ومنخفضي الوعي الإعلامي..

جدول ٤

قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين مرتفعي ومنخفضي الوعي الإعلامي في اتخاذ القرار (ن=٢٦٦)

اتخاذ القرار	المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة " ت "	مستوى الدلالة
اتخاذ القرار	مرتفعي الوعي الإعلامي	١٣٣	١٠٩,١٩	٨,٧٢	١٥,٤٩٣	٠,٠١
	منخفضي الوعي الإعلامي	١٣٣	٩١,٣٨	٩,٩٨		

يتضح من جدول (٤) أن قيمة "ت" للفروق بين بين مرتفعي ومنخفضي الوعي الإعلامي في اتخاذ القرار بلغت (١٥,٤٩٣)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠١)، وهذا يعني أن اتجاه الفروق في اتخاذ القرار التي ترجع لمستوى الوعي الإعلامي هي لصالح مستوى الوعي الإعلامي المرتفع.

الوعي الإعلامي والتمكين النفسي وعلاقتها باتخاذ القرار لدى عينة من طلبة الجامعات السعودية

ويفسر الباحث ذلك بأن اتخاذ القرار يتم بناء على مستوى الوعي الإعلامي، فالأشخاص ذوو الوعي الإعلامي المرتفع قادرون على تحليل المعلومات بشكل نقدي، مما يساعدهم في اتخاذ قرارات مدروسة أكثر، فالأفراد الذين يمتلكون مستوى مرتفع من الوعي الإعلامي يستطيعون تقييم الرسائل الإعلامية بشكل أفضل، مما يعزز قدرتهم على اتخاذ قرارات مبنية على معلومات دقيقة وموثوقة، وتشير النتيجة

السابقة بوضوح إلى أن تعزيز الوعي الإعلامي يمكن أن يكون له تأثير إيجابي كبير في اتخاذ القرار، حيث يمكن أن يعمل كأداة لتمكين الأفراد من التعامل مع المعلومات بشكل أكثر فعالية ودقة، مما يعزز قدرتهم على اتخاذ قرارات عقلانية ومدروسة.

السؤال الخامس: هل توجد فروق دالة إحصائية بين مرتفعي ومنخفضي التمكين النفسي في اتخاذ القرار لدى عينة من طلبة الجامعات السعودية؟

وللإجابة على هذا السؤال قام الباحث بحساب قيمة "ت" لعينتين مستقلتين ودلالاتها الإحصائية بين كل مجموعة في اتخاذ القرار، ويوضح الجدول التالي (٥) قيمة اختبار "ت" T-test ودلالاتها الإحصائية في اتخاذ القرار بين مرتفعي ومنخفضي التمكين النفسي.

جدول ٥

قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق بين مرتفعي ومنخفضي التمكين النفسي في اتخاذ القرار

(ن=٢٦٦)

اتخاذ القرار	المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
اتخاذ القرار	مرتفعي التمكين النفسي	١٣٣	١١٠,٣٦	٨,١١	١٧,٩٨٣	٠,٠١
	منخفضي التمكين النفسي	١٣٣	٨٩,٩٣	١٠,٢٨		

يتضح من جدول (٥) أن قيمة "ت" للفروق بين بين مرتفعي ومنخفضي التمكين النفسي في اتخاذ القرار بلغت (١٧,٩٨٣)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠١)، وهذا يعني أن اتجاه الفروق في اتخاذ القرار التي ترجع لمستوى التمكين النفسي هي لصالح مستوى التمكين النفسي المرتفع.

ويمكن تفسير النتيجة السابقة بأن الأشخاص الذين يتمتعون بتمكين نفسي مرتفع عادة ما يكون لديهم ثقة أكبر في قدراتهم على التأثير في مواقف حياتهم، مما يمنحهم الثقة في اتخاذ قرارات مدروسة وأكثر تأثيراً، فالتمكين النفسي يعزز الشعور بالكفاءة والتحكم، ما يجعل الأفراد أكثر قدرة على تحديد أولوياتهم واتخاذ القرارات المناسبة، وهذه النتيجة تدعم أهمية التمكين النفسي في تعزيز قدرة الأفراد على اتخاذ القرارات بشكل أفضل، حيث يعزز الشعور بالكفاءة الذاتية والثقة في اتخاذ القرارات.

السؤال السادس: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الوعي الإعلامي باختلاف النوع والتخصص والسنة الدراسية لدى عينة من طلبة الجامعات السعودية؟

وللإجابة على هذا السؤال تم الاعتماد على تحليل التباين الأحادي في (ن) اتجاه، والجدول التالي (٦) يوضح تحليل التباين الأحادي في (ن) اتجاه لمجموعات الدراسة في الدرجة الكلية للوعي الإعلامي:

جدول ٦

نتائج تحليل التباين في (ن) اتجاه لمجموعات الدراسة في الوعي الإعلامي (ن=٥٣١)

الوعي الإعلامي	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	مستوى الدلالة
الوعي الإعلامي	النوع	٩١٧,١٩٩	١	٩١٧,١٩٩	٣,٩٣١	٠,٠٥
	التخصص	٢٤٢,٦٨٩	١	٢٤٢,٦٨٩	١,٠٤٠	غير دالة
	السنة الدراسية	٧,١٠٥	١	٧,١٠٥	٠,٠٣٠	غير دالة
	الخطأ داخل المجموعات	١٢٢٩٦٣,٨٦٩	٥٢٧	٢٣٣,٣٢٨		
	المجموع الكلي	١٢٤٤٣٤,٥٤٢	٥٣٠			

يتضح من نتائج الجدول (٦) أنه لا توجد فروق بين عينة الدراسة ترجع إلى التخصص، والسنة الدراسية، في حين كانت هناك فروق ترجع إلى النوع حيث بلغت قيمة "ف" (٣,٩٣١) وهي قيمة دالة إحصائياً عن مستوى (٠,٠٥).

ولمعرفة اتجاه الفروق التي ترجع للنوع قام الباحث بحساب قيمة "ت" لعينتين مستقلتين ودلالاتها الإحصائية بين كل مجموعة في الدرجة الكلية للوعي الإعلامي. ويوضح الجدول التالي (٧) قيمة اختبار "ت" T-test ودلالاتها الإحصائية للدرجة الكلية للوعي الإعلامي التي ترجع للنوع.

جدول ٧

قيمة "ت" ودلالاتها الإحصائية للفروق في الدرجة الكلية للوعي الإعلامي التي ترجع للنوع (ذكور - إناث) (ن=٥٣١)

المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
ذكور	٣٠٧	١١٧,٢٢	١٦,٤٨	٢,٢٩٥	٠,٠٥
إناث	٢٢٤	١٢٠,٢٩	١٣,٤٠		

يتضح من جدول (٧) أن قيمة "ت" للفروق بين الذكور والإناث في الدرجة الكلية للوعي الإعلامي بلغت (٢,٢٩٥)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٥)، وهذا يعني أن اتجاه الفروق في الوعي الإعلامي التي ترجع للنوع هي لصالح الإناث.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن عدم وجود فروق بناء على التخصص إلى أن مستوى الوعي الإعلامي في عينة الدراسة كان موحداً عبر التخصصات المختلفة، قد يكون هذا ناتجا عن أن الوعي الإعلامي ليس مرتبطاً ارتباطاً قوياً بتخصص معين، بل هو مهارة يمكن تطويرها في مختلف المجالات الأكاديمية، وهذا يشير إلى أن جميع الطلاب، بغض النظر عن تخصصاتهم الأكاديمية، يمتلكون تقريبا نفس القدرة على تحليل وفهم المحتوى الإعلامي.

كما أن عدم وجود فروق بناء على السنة الدراسية يشير إلى أن الوعي الإعلامي في عينة الدراسة لا يتأثر بشكل كبير بتقدم الطلاب في سنوات الدراسة، ربما يرجع ذلك إلى أن برامج التعليم، على الرغم من تطورها على مر السنين، لا تركز بشكل كاف على تعزيز المهارات الإعلامية بشكل كبير، مما يؤدي إلى تساوي مستوى الوعي الإعلامي بين السنوات الدراسية المختلفة.

وأيضاً وجود فروق بناء على النوع لصالح الإناث يشير ذلك إلى أن الإناث أظهرن مستوى أعلى من الوعي الإعلامي مقارنة بالذكور، قد تكون الإناث أكثر تفاعلاً مع المحتوى الإعلامي التثقيفي والاجتماعي، مما يجعلهن أكثر وعياً بالمحتوى الإعلامي وتداعياته. قد يكون لديهن اهتمام أكبر بمحتوى الأخبار، قضايا الصحة، والتثقيف الاجتماعي، مما يعزز قدرتهن على تحليل وفهم الرسائل الإعلامية، وقد

تشارك الإناث في مناقشات ومجموعات على وسائل التواصل الاجتماعي التي تركز على القضايا الإعلامية بشكل أكبر، ما يعزز وعيهن الإعلامي مقارنة بالذكور.

التوصيات والدراسات المقترحة:

- توجيه نظر المسؤولين إلى ضرورة الاهتمام بالوعي الإعلامي لدى الشباب السعودي، ووضع البرامج المناسبة لتنميته.
- توجيه عناية الباحثين في مجال علم النفس الإعلامي لتصميم وتنفيذ بحوث لاحقة لتنمية الوعي الإعلامي لدى الشباب السعودي.
- توجيه عناية الباحثين للكشف عن طبيعة العلاقة بين الوعي الإعلامي وبعض المتغيرات النفسية.
- بعض المتغيرات المسهمة في الوعي الإعلامي لدى طلاب الجامعة.
- أثر برنامج تدريبي قائم على التمكين النفسي في الوعي الإعلامي لدى طلاب الجامعة.
- أثر برنامج تدريب قائم على الوعي الإعلامي في اتخاذ القرار لدى الشباب السعودي.

المصادر المراجع

المراجع العربية

- الأغا، نهى فضل. (٢٠٢٢). *البقطة العقلية والتمكين النفسي كمنبئات بالكفاءة الأكاديمية لدى الطلبة المتفوقين في الجامعات الفلسطينية*. رسالة ماجستير غير منشورة. غزة: جامعة الأقصى.
- بيان، محمد العديلي وهادي، محمد طوالبه و سميح، محمود كراسنة (٢٠١٨). *تطوير وحدات تعليمية في ضوء التربية الإعلامية في كتب التربية الوطنية والمدنية للمرحلة الأساسية وقياس أثرها في تنمية الوعي الإعلامي لدى الطلبة*، *مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية* (٢٦)، ع (٥) ٣٥٢.
- البياني، رائد أحمد، ومراد، كامل خورشيد، ومحمود، عالية علي إدريس (٢٠١٧). *درجة وعي طلبة الإعلام في الجامعات الأردنية بأساليب التضليل الإعلامي في البرامج الإخبارية للفضائيات العربية. المؤتمر الإعلامي الدولي: الإعلام بين خطاب الكراهية والأمن الفكري، الزرقاء: جامعة الزرقاء-كلية الصحافة والإعلام، ٣١٥-٣٣٩.*

الوعي الإعلامي والتمكين النفسي وعلاقتها باتخاذ القرار لدى عينة من طلبة الجامعات السعودية

- جاد، حاتم فرغلي ضاحي (٢٠٢٤). رؤية مستقبلية لتنمية مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب كليات التربية في ضوء مستجدات الإعلام الرقمي الجديد، *مجلة العلوم التربوية، جامعة جنوب الوادي، ع (٢)*، ص ص ٧١ - ٢٣٧.
- جروان، فتحي عبد الرحمن (٢٠٠٧). *تعليم التفكير مفاهيم وتطبيقات (ط٣)*، عمان : دار الفكر للنشر والتوزيع .
- حسن، أماني عبد التواب. (٢٠١٨) . فعالية برنامج قائم على مهارات التمكين النفسي في تحسين الكمالية التكيفية والتوجه نحو الحياة لدى طالبات الجامعة. *مجلة التربية جامعة الأزهر، ١٨٠ (٢)*، ١٢ - ٧٢.
- حسين علي (٢٠٠٨). *نظرية القرارات الإدارية*. عمان: دار زهران للنشر والتوزيع.
- حكيم، أحمد بن ناصر (٢٠٢٠). فعالية برنامج إرشادي قائم على التمكين النفسي لتحسين جودة الحياة المدرسية لدى طلاب المرحلة الثانوية بمدارس إدارة تعليم جازان، *دراسات تربوية نفسية، ع (١٠٩)*، ١٩٧ - ٢٣٢.
- الخالدي، خيرية عبد فضل (٢٠١٨) التمكين النفسي وتأثيره على السلوك الإبداعي: دراسة تطبيقية في بيئة القادسية مجلة *المثلى للعلوم الإدارية والاقتصادية، ٨ (١)*، ٦٨ - ٨٨.
- الدليجي، خالد بن غازي (٢٠١٨). المساندة الاجتماعية وعلاقتها بالتمكين النفسي لدى أمهات الأطفال ذوي الإعاقة العقلية في برامج التربية الفكرية بمحافظة الدوادمي، *مجلة علوم الانسان والمجتمع، جامعة محمد خيضر بسكرة، ع (٢)*، ص ص ١٦١ - ١٩٩.
- الدوسري، فطمة بنت علي (٢٠٢٠). عادات العقل وعلاقتها بالقدرة على اتخاذ القرار لدى طالبات كلية التربية بجامعة الأميرة نورة، *مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية، مج (٤)*، ع (٩)، ٤٥ - ٧١.
- الرشيدي، أنور بنت حماد (٢٠٢٤). فاعلية برنامج قائم على التمكين النفسي في تنمية اليقظة الذهنية وتأكيد الذات لدى طالبات جامعة الأمير سطام بالخروج، *مجلة العلوم التربوية، جامعة الأمير سطام بن عبد العزيز، مج (١١)*، ع (٢)، ٤٧ - ٦٩.
- السفياني، ماجد (٢٠١٢). درجة مشاركة المعلمين في اتخاذ القرارات المدرسية. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة أم القرى المملكة العربية السعودية.
- الطائي، حاتم علو ا (٢٠١٧). الوعي الإعلامي للطلبة في تجاوز الأعمال الإرهابية، *مجلة الباحث الإعلامي، جامعة بغداد، ج (٩)*، ع (٣٥)، ص ١١١ .
- الطبيب، مصطفى عبد العظيم خليفة (٢٠٠٦). القدرات الوجدانية والمعرفية والاجتماعية المسهمة في التنبؤ بفاعلية اتخاذ القرار لمديري المدارس في ليبيا. (رسالة دكتوراه غير منشورة) . كلية التربية، جامعة طنطا.
- عبد الله، أيمن يحيى (٢٠٢١). مستوى الوعي الإعلامي لدى الراشدين الصم بنادي سمو الأمير علي بن الحسين في إربد وعلاقته ببعض المتغيرات. *مجلة جامعة الشارقة، ١٠ (٢)*، ١٥٩ - ١٣١.
- عبدون، سيف الدين يوسف (٢٠٠٢). *مقياس اتخاذ القرار، كراسة التعليمات، القاهرة: دار الفكر العربي*.
- العبويني، بسمه موسى (٢٠٠٤). *مستوى الوعي الإعلامي بين الراشدين الصم باختلاف الجنس والعمر بنادي المير علي بن الحسين للصم*. رسالة ماجستير، كلية الدراسات التربوية العليا، جامعة عمان العربية.

د/ محمد بن حسن المسعودي

العديلي، بيان محمد (٢٠١٨). تطوير وحدات تعليمية في ضوء التربية الإعلامية في كتب التربية الوطنية والمدنية للمرحلة الأساسية وقياس أثرها في تنمية الوعي الإعلامي ونمط الهوية لدى الطلبة. رسالة دكتوراه، كلية التربية، جامعة اليرموك.

العنزي، فرحان بن سالم (٢٠٢١). التمكين النفسي وعلاقته بجودة الحياة الأكاديمية لدى عينة من طلاب جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. مجلة العلوم التربوية، ٢٨، ٩١ - ١٩٢.

العواودة، شذى سلامة عبد الله (٢٠١٦). عادات العقل وعلاقتها بالقدرة على اتخاذ القرار والالتزان الانفعالي لدى طلبة جامعة مؤتة. رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة مؤتة.

كعبارة، أحمد جمعة (٢٠١٤). أثر التدريب على بعض استراتيجيات الحل الابتكاري للمشكلة في فاعلية الذات ومهارات اتخاذ القرار لدى طلاب المرحلة الثانوية (رسالة دكتوراه غير منشورة). كلية التربية، جامعة الأزهر.

محمد، بسمة محمود (٢٠٢٢). برنامج مقترح للتربية الإعلامية لتنمية الوعي الإعلامي لدى الشباب الجامعي، مجلة بحوث في التربية النوعية، جامعة القاهرة، ع (٤١)، ١٨١ - ٢٠٠.

المعاني، فرح كمال (٢٠٢٢). قوة الأنا وعلاقتها بقلق المستقبل والتمكين النفسي لدى عينة من طلبة الدراسات العليا في جامعة مؤتة. رسالة دكتوراه، كلية الدراسات العليا، جامعة مؤتة.

نصار، عالية علي (٢٠٢٣). قياس مستوى التربية الإعلامية لدى طلبة جامعة السلطان قابوس: دراسة ميدانية خلال عام ٢٠٢٢. رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس.

نصار، عالية علي، وابن لاغة، فاتن (٢٠٢٣). قياس العوامل المؤثرة في مستوى التربية الإعلامية لدى طلبة جامعة السلطان قابوس: دراسة تحليلية. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع ١٤، ٣٩٥ - ٤٢٥.

نوفل، محمد؛ وسيفان، محمد. (٢٠١١). دمج مهارات التفكير في المحتوى الدراسي. دار المسيرة: عمان.

Ashley, S., Maksl, A., & Craft, S. (2013). Developing a news media literacy scale. *Journalism & Mass Communication Educator*, 68(1), 7-21. <https://doi.org/10.1177/1077695812469802>

Bergsma, L (2004) . Empowerment Education The Link between Media Literacy and Health Promotion, *American Behavioral Scientist* 48(2):152-164

Chang, L. & Liu, C., (2008). Employee empowerment, innovative behavior and job productivity of public health nurses: A cross-sectional questionnaire survey. *International Journal of nursing studies*, 45(10), 1442-1448.

Country Readiness and Competencies

Didouni, Y. & Bergo, Z. (2020). Psychological empowerment and its impact on job performance. *Entrepreneurship Journal of Business Economics*. 6 (2), 46-59.

empowerment: An “interpretive” model of intrinsic task motivation. *Academy of Management Review*, 15(4), 666-681.

Ganle, J & Kwadwo, A & Segbefia, A. (2015). Microcredit: Empowerment and Disempowerment of Rural Women in *Development*. 66. 335-345.

الوعي الإعلامي والتمكين النفسي وعلاقتها باتخاذ القرار لدى عينة من طلبة الجامعات السعودية

- Gati, I. Landman, S. Davidovitch, S. Peretz, L. A. & Gadassi, R. (2010). From career decision-making styles to career decision making profiles: A multidimensional approach. *Journal of Vocational Behavior*, (76), 277–291.
- Hobbs, R. (2010). *Digital and Media Literacy: A Plan of Action*. The Aspen Institute.
- Khoshouei, M.S., Bahrami. M. (2014). The role of psychological empowerment and organizational commitment in teachers' job burnout. *J Sch Psychol*. 3(1), 37-54.
- Kurniawan, A., Suhandi, A & Kaniawati, I. (2019). Effect of Application of Dilemmatic Problem Solving Oriented Learning Model in Physics Teaching on Improvement Decision Making Skills Senior High School Students, *Journal of Physics: Conf. Series* 1157.
- Marvin, w (2014). Media Awareness for Pedagogical Evolutions, international peer reviewed journal, (1), 1 -14.
- Semenog, Olena; SEMENIKHINA, Olena; OLESHKO, Petro; PRIMA, Raisa; VARAVA, Olena & PYKALIUK, Roman. (2020). Formation of Media Educational Skills of a Future Teacher in the Professional Training. *Revista Românească pentru Educație Multidimensională*. 12(3), 219-245.
- share, j. (2013). *Media literacy is elementary-Teaching youth to critically read and create media*. New York: peter lang.
- Silverblatt. A. (2001). *Media literacy: keys to interesting Media Messages* (2ne Ed) Westport, CT Praeger, p. 8
- Tsang, K. K., Wang, G. Q., & Bai, H. (2022). Enabling school bureaucracy, psychological empowerment, and teacher burnout: A mediation analysis. *Sustainability*, 14(4), 2047.
- UNESCO (2013). *Global Media and Information Literacy Assessment Framework: Country Readiness and Competencies*. Paris: UNESCO.
- Verki, E., & Nasrollahi, M. (2016). Investigating factors affecting psychological empowerment of employees. *Bulletin Society Royale Sciences deliege*, 85, 697-705.

- Wilson, Carolyn. (2019). *Media and Information Literacy: Challenges and Opportunities for the World of Education*. the Canadian Commission for UNESCO, Idea Lab, November.
- Zimmerman, M. A. (2000). Empowerment theory: Psychological, organizational and community levels of analysis. In J. Rappaport & E. Seidman (Eds.), *Handbook of community psychology* (pp. 43–63).

المراجع العربية بالحروف اللاتينية

- Abdoun, S. (2002). *Decision-making scale, instruction booklet*, Cairo: Dar Al Fikr Al Arabi.
- Abdullah, A. (2021). The level of media awareness among deaf adults at the Prince Ali bin Al-Hussein Club in Irbid and its relationship to some variables. *Sharjah University Journal*, 10(2), 131-159.
- Agha, N. (2022). *Mental alertness and psychological empowerment as predictors of academic competence among outstanding students in Palestinian universities*. Unpublished master's thesis. Gaza: Al-Aqsa University.

- Al-Abouini, B. (2004). *Level of media awareness among deaf adults according to gender and age at Al-Mir Ali bin Al-Hussein Club for the Deaf*. Master's thesis, College of Higher Education Studies, Arab University of Amman.
- Al-Adeli, B. (2018). *Developing educational units in light of media education in national and civic education books for the basic stage and measuring their impact on developing media awareness and identity pattern among students*. PhD thesis, College of Education, Yarmouk University.
- Al-Anzi, F. (2021). Psychological empowerment and its relationship to the quality of academic life among a sample of students at Imam Muhammad bin Saud Islamic University, *Journal of Educational Sciences*, 28, 91 - 192.
- Al-Awawdeh, S. (2016). *Habits of Mind and Their Relationship to Decision-Making Ability and Emotional Balance among Mu'tah University Students*. Master's Thesis, College of Graduate Studies, Mu'tah University.
- Al-Bayani, R., Murad, K., & Mahmoud, A. (2017). The degree of awareness of media students in Jordanian universities of the methods of media deception in news programs of Arab satellite channels. *International Media Conference: Media between Hate Speech and Intellectual Security*, Zarqa: Zarqa University - Faculty of Journalism and Media, 315-339.
- Al-Dosari, F. (2020). Habits of mind and their relationship to decision-making ability among female students of the College of Education at Princess Noura University, *Journal of Educational Sciences and Humanities*, Vol. (4), No. (9), 45 – 71.
- Al-Dulaiji, K. (2018). Social support and its relationship to psychological empowerment among mothers of children with mental disabilities in intellectual education programs in Al-Dawadmi Governorate, *Journal of Human and Social Sciences, Muhammad Khaider University, Biskra, Issue (2)*, pp. 161 – 199.
- Al-Khalidi, K. (2018) Psychological empowerment and its impact on creative behavior: An applied study in the Qadisiyah environment, *Al-Muthanna Journal of Administrative and Economic Sciences*, 8 (1), 68 – 88.
- Al-Maani, F. (2022). *Ego Strength and Its Relationship to Future Anxiety and Psychological Empowerment among a Sample of Graduate Students at Mu'tah University*. PhD Thesis, College of Graduate Studies, Mu'tah University.
- Al-Rashidi, A. (2024). The effectiveness of a program based on psychological empowerment in developing mindfulness and self-assertion among female students of Prince Sattam University in Al-Kharj, *Journal of Educational Sciences, Prince Sattam bin Abdulaziz University, Vol. (11), No. (2)*, pp. 47-69.
- Al-Sufyani, M. (2012). *The degree of teachers' participation in school decision-making*, unpublished master's thesis. Umm Al-Qura University, Kingdom of Saudi Arabia
- Al-Tabib, M. (2006). *Emotional, cognitive and social abilities contributing to predicting the effectiveness of decision-making for school principals in Libya* (unpublished doctoral thesis). Faculty of Education, Tanta University.
- Al-Taie, H. (2017). Media awareness of students in overcoming terrorist acts, *Journal of the Media Researcher, University of Baghdad, Vol. (9), No. (35)*, p. 111.

- Bayan, M., Hadi, M & Samih, M. (2018). Developing educational units in light of media education in national and civic education books for the primary stage and measuring their impact on developing media awareness among students, *Journal of the Islamic University for Educational and Psychological Studies*, (26), No. (5) 352.
- Hakmi, A. (2020). The effectiveness of a guidance program based on psychological empowerment to improve the quality of school life among secondary school students in Jazan Education Administration schools, *Educational and Psychological Studies*, No. (109), 197-232.
- Hassan, A. (2018). The effectiveness of a program based on psychological empowerment skills in improving adaptive perfectionism and life orientation among female university students. *Journal of Education, Al-Azhar University*, 180(2), 12 – 72.
- Hussein A. (2008). *Theory of Administrative Decisions*. Amman: Dar Zahran for Publishing and Distribution.
- Jad, H. (2024). A future vision for developing digital media literacy skills among students of colleges of education in light of new developments in digital media, *Journal of Educational Sciences, South Valley University*, (2), pp. 71-237.
- Jarwan, F. (2007). *Teaching Thinking: Concepts and Applications* (3rd ed.), Amman: Dar Al Fikr for Publishing and Distribution.
- Kabbara, A. (2014). *The Effect of Training on Some Innovative Problem-Solving Strategies on Self-Efficacy and Decision-Making Skills among High School Students* (Unpublished PhD Thesis). Faculty of Education, Al-Azhar University.
- Muhammad, B. (2022). A Proposed Media Education Program to Develop Media Awareness among University Youth, *Research Center in Specific Education, Cairo University*, No. (41), 181-200.
- Nassar, A. (2023). *Measuring the Level of Media Education among Sultan Qaboos University Students: A Field Study During 2022*. Master's Thesis, College of Arts and Social Sciences, Sultan Qaboos University.
- Nassar, A., and Ibn Lagha, F. (2023). Measuring the factors affecting the level of media education among students of Sultan Qaboos University: An analytical study. *The Egyptian Journal of Media Research*, Issue 84, 395-425.
- Noufal, M., & Sifan, M. (2011). *Integrating thinking skills into the curriculum content*. Dar Al Masirah: Oman.

Media awareness, psychological empowerment and their relationship to decision-making among a sample of Saudi university students

Dr. Mohamed bin Hassan Al Masoudi

*Assistant Professor in the Department of Psychology
College of Education - King Abdulaziz University*

almasudi1972@gmail.com

Abstract. The research aimed to reveal the relationship between media awareness, psychological empowerment and decision-making, and to identify the differences in decision-making between those with high and low media awareness and psychological empowerment, and the differences in media awareness in light of the variables: gender, specialization, and academic level. The research sample consisted of (531) male and female students from some Saudi universities (King Abdulaziz, King Saud, Princess Noura, Taif, Jeddah, King Khalid, Al-Baha, Imam Muhammad bin Saud). The research tools were represented in the media awareness scale (prepared by the researcher), the psychological empowerment scale prepared by (Al-Maani, 2022), the decision-making scale prepared by (Abdoun, 2002), and developed by (Al-Awawda, 2016). Using the correlation coefficient, t-test and analysis of variance, the results showed a positive and statistically significant correlation between media awareness and each of: psychological empowerment and decision-making, and the existence of differences between those with high and low media awareness and psychological empowerment in decision-making in favor of those with high awareness, and the existence of differences in media awareness due to gender in favor of females, and the absence of statistically significant differences in media awareness according to the variables of specialization and academic year. The results were discussed and interpreted, with some suggestions and recommendations being presented.

Keywords: Media awareness, psychological empowerment, decision making, university students