

التربية الإعلامية المدرسية وبناء الهوية الثقافية للطلاب

إعداد:

أ. عائشة صالح آدم حمد

أ.د. فتوح محمود محمد فهيم

كلية التربية القبة - جامعة درنة

القبول: 15.5.2024

الاستلام: 13.4.2024

المستخلص:

تهدف الدراسة إلى معرفة دور التربية الإعلامية المدرسية في بناء الهوية الثقافية للطلاب والتوصل إلى نتائج تفيد القائمين على المؤسسات التعليمية من التوعية الرشيد لها، وتم استخدام المنهج تحليل النظم للعملية الإعلامية التي تهتم بدراسة النظام الإعلامي ككل في المجتمع فضلاً عن تكامل منهجي من خلال التحليل النقدي الفلسفي، وتوصلت الدراسة إلى أن حالة التعليم الإعلامي في العالم العربي متدهورة ومستويات الطلاب متدنية، بالإضافة إلى أن الجهود في هذا المجال لا تزال في بداياتها وتتطلب المزيد من البناء ونشر الوعي، كما أن لديها نقاط ضعف كمناهج دراسية للطلاب بشكل عام، ورغم أنه تم تطبيقه على فئات معينة من الطلاب، وفي حين أن هناك عدد قليل من المدارس تهتم بتقديم خدمات التعليم الإعلامي على مستوى المدارس، وفي حين هناك نقص في التعاون بين الإعلاميين والتربويين من حيث التنسيق بين قطاع التعليم وقطاع الإعلام، وكما تساعد التربية الإعلامية التربويين على ضبط المؤثرات المختلفة وترشيدها وجعلها ملموسة في إطار يخدم أهداف المدرسة المنشودة لدى الطلاب.

الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية المدرسية - الهوية الثقافية.

Abstract:

The study aims to know the role of school media education in building the cultural identity of students. The method was used: systems analysis of the media process, which is concerned with studying the media system as a whole, as well as systematic integration through critical philosophical analysis. The study concluded that the state of media education in the Arab world is deteriorating and the levels of students are low, in addition to the fact that efforts in this field are still in their beginnings and require more construction and spreading awareness. It also has weaknesses as curricula for students in general, while there are a small number of schools interested in providing media education services at the school level, and while there is a lack of cooperation between media professionals and educators in terms of coordination between the education sector and the media sector, media education als.

Keywords. school media education - cultural identity.

المقدمة:

شهد العالم تطوراً كبيراً في دور الإعلام، حيث بدأ كوسيلة ترفيهية ثم تحول إلى وسيلة توجيه وتعليم وتربية، في حين العصر الحالي يعتبر الإعلام السلطة المؤثرة في قيم ومعتقدات وتوجهات وممارسات الناس في مختلف الجوانب الاقتصادية والثقافية والاجتماعية، ومن هنا ظهرت التربية الإعلامية في أواخر الستينات، حيث كانت في البداية وسيلة تعليمية، ثم تم إضافة مهمة حماية الأطفال والشباب من المخاطر التي تنشأ عن وسائل الإعلام، وفي السنوات الأخيرة أصبحت التربية الإعلامية مشروعاً يهدف إلى تمكين الطلاب وتأهيلهم لفهم الثقافة الإعلامية المحيطة بهم، وتنمية مهاراتهم في التفاعل والتعامل معها، والمشاركة فيها بطريقة فعالة ومؤثرة، ويظهر الإعلام بشكل جديد كل يوم ويتجدد بأساليب مبتكرة، ويستخدم تقنيات مدهشة تتجاوز حدود الزمان والمكان، وهذا جعل التربية التقليدية تفقد سيطرتها، وأخذ الإعلام النصيب الأكبر في تنشئة المجتمع والتأثير والتوجيه وتربية الأجيال الصغيرة والكبيرة على حد سواء.

ثانياً: مشكلة الدراسة:

تلعب التربية الإعلامية المدرسية دوراً هاماً في مواجهة تأثيرات الإعلام والاختراق الإعلامي العالمي، الذي يؤثر بدوره على الهوية الثقافية للمدرسة ومكوناتها ودورها في النقل لطلابها الكثير من المعارف العلمية والقيم الشخصية في المراحل التعليمية المختلفة، ومما سبق تتضح مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي: ما دور التربية الإعلامية المدرسية في بناء الهوية الثقافية للطلاب: وتستطيع الدراسة الإجابة على التساؤل الرئيس السابق عندما تجيب على الأسئلة الفرعية:

- ما واقع التربية الإعلامية في المدارس وعناصرها؟
- ما أهمية وأهداف التربية الإعلامية المدرسية؟
- ما المعايير التي تقوم عليها التربية الإعلامية المدرسية؟
- ما مميزات التربية الإعلامية المدرسية؟
- ما مسئولية المدرسة نحو التربية الإعلامية ونشر المفهوم لدى الطلاب؟
- ما دور قواعد التربية الإعلامية المدرسية في تدعيم الهوية الثقافية لطلابها؟

ثالثاً: أهمية الدراسة:

- ترجع أهمية هذه الدراسة إلى مجموعة من الأسباب أهمها ما يلي:
1. حداثة مفاهيم التربية الإعلامية على الرغم من أهمية فهمها وتطبيقها في المؤسسات التربوية.
 2. تؤهل التربية الإعلامية المربين والتربويين لتحقيق التوازن في إطار تربوي قائم على أسس ومصادر ثابتة، مما يساعد على تكوين شخصية سوية ومتوازنة للطلاب.
 3. التعرف على أسس ومعايير الوعي الإعلامي خاصة مهارات التعرض النقدي لمضامين وسائل الإعلام المختلفة.

4. أهمية الإعلام التربوي الذي هو ضرورة تربوية لا يجوز تجاهلها في سلم تخطيط الأولويات، كما أنه مظهر من مظاهر تفاعل الإعلام مع التربية بفاعلية وإيجابية مما يساهم في إعداد الفكر الواعي التي تنشدها العملية التربوية المدرسية للمشاركة في بناء مستقبل أفضل.
5. في ظل التراكم القوي والمؤثر للمضامين الإعلامية، أصبح من الضروري وجود التربية الإعلامية لتوعية الطلاب وتحسينهم من تلك الشوائب الضارة الهدامة.

رابعاً: أهداف الدراسة:

- تهدف الدراسة الحالية إلى تحقيق الهدف الرئيس الآتي:
- دور التربية الإعلامية المدرسية في بناء الهوية الثقافية للطلاب.
- ويتفرع من الهدف الرئيسي الأهداف الفرعية الآتية:
1. التعرف على نشأة وتطور التربية الإعلامية المدرسية وعناصرها.
 2. التعرف على أهمية التربية الإعلامية المدرسية.
 3. تحديد معايير التي تقوم عليها التربية الإعلامية المدرسية.
 4. تحديد مميزات التربية الإعلامية المدرسية.
 5. التعرف على دور المدرسة نحو التربية الإعلامية ونشر مفهومها لدى طلابها.
 6. ما دور قواعد التربية الإعلامية المدرسية في تدعيم الهوية الثقافية لطلابها.

خامساً: منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على مدخل تحليل النظم للعملية الإعلامية، حيث تهتم بدراسة النظام الإعلامي ككل في المجتمع، وتدرس أيضاً المؤسسات التربوية كنظام اجتماعي تربوي في المجتمع، وتهدف هذه الدراسة إلى النظر إلى النظام الإعلامي كنظام مفتوح يتفاعل مع المؤسسات التربوية والتعليمية في المجتمع، والتي تؤثر في مدخلاته ومخرجاته، وهو عبارة عن منهج استدلائي يقوم على وصف العناصر بدقة وتحديد التعاملات والعلاقات بينها، والتي تؤدي إلى وجود الظاهرة أو المشكلة، ثم يتم اقتراح الحلول والبدائل التي تتفق مع خصائص هذه التفاعلات، بالإضافة إلى تكامل منهجي من خلال التحليل النقدي الفلسفي.

سادساً: مصطلحات الدراسة:

1- التربية الإعلامية Media Education: وتعني إعداد الإعلاميين لأداء العملية التربوية، إذ لا يكفي أن يتقن الإعلاميون العمل الإعلامي، دون أن تتسق مع قيم وأهداف المجتمع وتحقيق المشاركة بينهم وبين التربويين لا سيما في هذا الوقت الذي بدأت فيه الانحرافات الفكرية داخليا وخارجيا وما نجم عنها من اضطرابات تحاول أن تخل بوظائف المؤسسات الإعلامية والتربوية في تأمين حاجات الأفراد مثل الحاجة إلى الأمن الاجتماعي، والحاجة إلى سلوك تربوي رشيد، والحاجة لإعلام متوازن⁽¹⁾.

2- الإعلام التربوي: يعني به استثمار وسائل الإعلام من أجل تحقيق أهداف التربية في ضوء السياسات التعليمية الإعلامية (وزارة التربية والتعليم) كما يقصد به أيضا توظيف

(1) بدر بن أحمد كريم: "التربية الإعلامية، ورقة عمل قدمت في لقاء عن الصحافة والتربية" بمكة المكرمة الأحد 1434/8/4هـ.

وسائل الإعلام في توثيق العلاقة بين مجالات العمل المدرسي من جهة، والجهات التعليمية المعنية بها من جهة أخرى (وزارة التربية والتعليم وإداراتها) وذلك بتقديم الخدمات الإعلامية، والتوثيقية، والإنمائية لهذه المجالات⁽²⁾.

3- الهوية الثقافية: هي صيرورة إنجاز لنظام رمزي ولذلك فهي لا تورث ولا تكتسب نهائياً وخصوصاً في ظل تسارع التبادلات الإنسانية وعولمة الاتصال وتوسع عدم التجانس الثقافي، وبفضل حركية التبادل البيئي الثقافي لا أحد يكون مغلقاً في هوية خاصة، ونتيجة لذلك فإن منظومة قيمه وثقافته تمر عبر تشكيلات متجددة بفعل الاحتكاك الثقافي⁽³⁾.

4- المؤسسات التعليمية الرسمية: عبارة عن منظومة تربوية تحدث بداخلها العملية التعليمية من خلال التفاعل بين الطلاب والمعلمون وأولياء الأمور ويديرها مدير أو ناظر المدرسة وتخضع للإدارة التعليمية، والتي تنتمي بدورها إلى وزارة التربية والتعليم⁽⁴⁾.

سابعاً: الدراسات السابقة:

دراسة أم الزين حسين احمد بدوي⁽⁵⁾ دور الإدارة التربوية في التربية الإعلامية للمحافظة على الهوية الوطنية من وجهة نظر معلمات المرحلة الابتدائية بمكة المكرمة هدفت إلى الكشف عن دور الإدارة التربوية في التربية الإعلامية للمحافظة على الهوية الوطنية من وجهة نظر معلمات المرحلة الابتدائية بمكة، وتم تطبيق الدراسة على عينة (407) معلمة من معلمات المرحلة الابتدائية بالمدارس الحكومية في مدينة مكة، تضمنت أدوات الدراسة الاستبانة كأداة للدراسة، وأظهرت الدراسة إلى أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة تبعاً لمتغير الدرجة الوظيفية (معلم مساعد- معلم ممارس- معلم متقدم- معلم خبير) لصالح معلم خبير، كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة تبعاً لمتغير سنوات الخبرة (أقل من 5 سنوات- من 5 إلى 10 سنوات- من 10 إلى 15 عاماً/ أكثر من 15 عاماً) لصالح المعلم ذات الخبرة أكثر من 15 عاماً، كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول الدرجة الكلية للاستبانة الخاصة بالكشف عن دور الإدارة التربوية بمكة باختلاف متغير المؤهل، وجاءت الفروق لصالح المعلمات الحاصلات على دكتوراه.

دراسة محمد ناجي الدعيس، أحمد يحيى الشاطبي، دور الإدارة التربوية في التربية الإعلامية في ظل التحولات الإقليمية المعاصرة من وجهة نظر معلمي المرحلة الثانوية بمدارس أمانة العاصمة⁽⁶⁾، تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الإدارة التربوية في التربية الإعلامية في ظل التحولات الإقليمية المعاصرة، من وجهة نظر معلمي المرحلة الثانوية بمدارس أمانة

(2) حسن أبو بكر العولقي: دور المدرسة في التربية الإعلامية: الواقع والمأمول، قسم التربية، كلية التربية جامعة الملك سعود، 7/3/2007، ص.13

(3) إدغار موران، المنهج والإنسانية البشرية، الهوية البشرية، ترجمة هناء صبحي، أبو ظبي، هيئة أبو ظبي للثقافة والتراث، ط1، 2009، ص ص 193-195

(4) شريف درويش اللبان: الدور الإعلامي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات التعليمية في خدمة العملية التعليمية، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، العدد 7 يوليو 2016، الجزء 1، ص 54.

(5) أم الزين حسين احمد بدوي، دور الإدارة التربوية في التربية الإعلامية للمحافظة على الهوية الوطنية من وجهة نظر معلمات المرحلة الابتدائية بمكة المكرمة، مجلة دياتي للبحوث الإنسانية، العدد 98، المجلد 2، كانون الأول 2023م

(6) محمد ناجي الدعيس، أحمد يحيى الشاطبي، دور الإدارة التربوية في التربية الإعلامية في ظل التحولات الإقليمية المعاصرة من وجهة نظر معلمي المرحلة الثانوية بمدارس أمانة العاصمة- صنعاء مجلة الأندلس للعلوم الإنسانية والاجتماعية العدد (42) المجلد (8) ابريل- يونيو 2021م

العاصمة صنعاء بالجمهورية اليمنية، وتم اختيار عينة عشوائية طبقية بلغت (569) معلماً ومعلمة، مثلت نسبة (5%) من المجتمع الكلي البالغ (11380) فرداً، واستخدمت الاستبانة أداة لجمع المعلومات، وشملت مجالين هما: الصحافة المدرسية، والإذاعة المدرسية، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق أهداف الدراسة، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن قيمة المتوسط الحسابي لمجال الصحافة المدرسية بلغ (3,52) وبدرجة كبيرة، وبلغ مجال الإذاعة المدرسية (3,5) وبدرجة كبيرة، وأشارت النتائج إلى أنه لا توجد فروق دالة إحصائية لدور الإدارة التربوية في التربية الإعلامية في ظل التحولات الإقليمية المعاصرة، تعزى لمتغيري (النوع الاجتماعي، وسنوات الخبرة).

وكما هدفت دراسة فرح وآخرين لتعرف إلى دور معلمة قسم الطفولة المبكرة في استخدام الأنشطة اللاصفية لتعزيز القيم والهوية الوطنية لطفل الروضة في ضوء رؤية 2030، واعتمدت على المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من (226) معلمة من معلمات قسم الطفولة المبكرة في المناطق (الشمالية، الجنوبية، العربية، الشرقية) في السعودية، تم توزيع استبانة عليهن لجمع البيانات بعد التحقق من مؤشرات صدقها وثباتها، وأظهرت النتائج أن دور معلمة قسم الطفولة المبكرة في استخدام الأنشطة اللاصفية لتعزيز القيم والهوية الوطنية لطفل الروضة في ضوء رؤية 2030 م تبعاً لمتغيري المؤهل العلمي، والخبرة.

دراسة «أحمد جمال حسين محمد»⁽⁷⁾ التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية» نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، تهدف هذه الدراسة إلى معرفة تأثير نموذج التربية الإعلامية المقترح على مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، تم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من (32) طالباً من طلاب الفرقة الثانية في قسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية بجامعة المنيا، تضمنت أدوات الدراسة اختباراً تحصيلياً ومقياساً للمسؤولية الاجتماعية واستبانة لتقييم مصداقية مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية، بالإضافة إلى بطاقة تقييم لتحليل ونقد المضامين الإعلامية التي أنتجها الطلاب، أظهرت الدراسة أن هناك تأثيراً كبيراً لنموذج التربية الإعلامية المقترح على تحصيل طلاب الدراسة فيما يتعلق بالجانب العربي لموضوع التربية الإعلامية والمسؤولية الاجتماعية، كما أظهرت الدراسة أن هناك تأثيراً كبيراً لنموذج التربية الإعلامية المقترح على تنمية مستوى مصداقية مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية لدى طلاب الدراسة وتقليل تأثيراتها السلبية عليهم.

دراسة شريفة رحمة لله سليمان⁽⁸⁾ استخدام تكنولوجيا الاتصال في نشر مفهوم التربية الإعلامية بمدارس دولة الإمارات العربية المتحدة هدفت هذه الدراسة إلى قياس تأثير برنامج تضمين مفهوم التربية الإعلامية في المناهج الدراسية في مدارس دولة الإمارات العربية المتحدة على تطوير مهارة التفكير لدى الطلاب، يتم ذلك من خلال قياس مستوى استيعابهم وفهمهم وتقييمهم للمواد الإعلامية بعد تضمينها في المنهج المدرسي، ومن ثم قياس مهاراتهم النقدية والتحليلية والإدراكية تجاه ما تعرضوا له، وتم بتطبيق نموذج من هذا البرنامج في إحدى

(7) أحمد جمال حسين محمد: التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية، نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طالب الجامعة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنيا، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2015 م.

(8) شريفة رحمة لله سليمان: استخدام تكنولوجيا الاتصال في نشر مفهوم التربية الإعلامية بمدارس دولة الإمارات العربية المتحدة، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2013م.

مواضيع منهج التربية الوطنية لطلاب الصف التاسع في مدارس إمارة دبي، وتعتبر هذه الدراسة وصفية واستخدمت الباحثة فيها المنهج المسحي ومنهج البحوث الكيفية، واعتمدت على استبانة لجمع بيانات الدراسة من عينة تضم (187) طالباً وطالبة، أظهرت نتائج الدراسة استجابة عينة الدراسة للبرنامج التدريبي، وكان ذلك أكثر وضوحاً بين فئة الطلاب أكثر من فئة الطالبات، كما أشارت الدراسة إلى أهمية توفير الإمكانيات التقنية في المجتمع التعليمي، مثل وسائل الاتصال التكنولوجية التي يمكن استخدامها كأدوات تعليمية مساعدة في بعض المناهج الدراسية، وساهمت فئة الطلاب والطالبات في تحسين مهارة استيعاب الرسالة الإعلامية نتيجة لتقارب المرحلة العمرية، بالإضافة إلى ذلك، ساهم البرنامج في تقريب فكرة تضمين مفهوم التربية الإعلامية في إطار عام لإحدى مواضيع منهج التربية الوطنية للصف التاسع.

دراسة ريهام عبد الرازق محمود خطاب⁽⁹⁾ فاعلية استخدام برنامج للتربية الإعلامية في إدراك عينة من الأطفال المصريين للعنف التليفزيوني تهدف الدراسة إلى تطوير برنامج يساعد أطفال المرحلة المتأخرة من الطفولة على اكتساب مهارات التربية الإعلامية لفهم مظاهر العنف في الأفلام المصرية، اعتمدت الدراسة على المنهج شبه التجريبي وتشمل عينة من (23) طفلاً في الفئة العمرية بين (9 و 12) عاماً، أظهرت الدراسة وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسط درجات الأطفال قبل وبعد تطبيق برنامج التربية الإعلامية على مقياس إدراك العنف بالأفلام المصرية من خلال مهارات التربية الإعلامية، كما أظهرت الدراسة وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسط درجات الذكور والإناث بعد تعرضهم لبرنامج التربية الإعلامية.

دراسة رشا عبد اللطيف محمد عبد العظيم⁽¹⁰⁾ معايير التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها في مصر على المضامين التليفزيونية من منظور الخبراء، هدفت الدراسة إلى فهم الأسس والمهارات التي تحتاجها التربية الإعلامية، وكيفية توفيرها للجمهور لتمكينهم من تطوير الحس النقدي تجاه المحتوى الإعلامي الذي يتلقونه. وذلك بهدف حماية الجمهور، خاصة الأطفال والمراهقين والشباب، من تأثيرات الإعلام السلبية، تمت الدراسة باعتماد منهج المسح على عينة من الخبراء في مجال الإعلام والتربية والإعلام التربوي والإعلام المدرسي، حيث بلغ عددهم 200 خبير، وقد أظهرت الدراسة أن جميع الخبراء في العينة يرون أهمية التربية الإعلامية للمجتمع، وأيضاً أن الوالدين يعتبرون من أكثر الفئات بحاجة إلى التربية الإعلامية، حيث احتلوا المرتبة الأولى بنسبة (59.5%) وجاءت الأطفال في المرتبة الثانية بنسبة (53%)، كما أظهرت الدراسة أن الإدراك لتأثير وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع هو أحد المعايير الأساسية التي يجب أن تستند إليها التربية الإعلامية، وبالإضافة إلى ذلك، كشفت الدراسة عن صعوبة تطبيق التربية الإعلامية، نظراً لوجود العديد من العوقات في نشر ثقافة التربية الإعلامية في مصر، مثل إرهاق الطلاب بالمقررات الدراسية، وبناءً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يمكن القول أن هناك حاجة ماسة لتعزيز التربية الإعلامية في المجتمع المصري.

دراسة ويب Webb, et al⁽¹¹⁾ تم تنفيذ دراسة للحد من تأثيرات العنف بوسائل الإعلام

(9) ريهام عبد الرازق محمود خطاب: فاعلية استخدام برنامج للتربية الإعلامية في إدراك عينة من الأطفال المقربين للعنف التليفزيوني، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 2013م.
(10) رشا عبد اللطيف محمد عبد العظيم: معايير التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها في مصر على المضامين التليفزيونية من منظور الخبراء، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2011م.

(11) Web et al: Media Literacy as a violence- prevention Strategy; A pilot Evaluation. Unpublished PhD.

بمدارس التعليم الإعدادي عن طريق استخدام وسائل الإعلام، هدفت الدراسة إلى تزويد الطلاب بمهارات التفكير الناقد وتوفير معلومات حول حقيقة العنف في وسائل الإعلام والعنف الحقيقي، تم استخدام المنهج الوصفي في الدراسة وشملت عينة الدراسة (62) طالباً من مدارس التعليم الإعدادي في مدينة لوس أنجلوس الأمريكية، تم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات، أظهرت الدراسة وجود فروق دالة إحصائية بين متوسط درجات الاختبار للمجموعة الضابطة والمجموعة التجريبية بعد تطبيق البرنامج لصالح المجموعة التجريبية. دراسة نهي (2016) (12) التربية الإعلامية ودورها في بناء شخصية المعلم، تم اعتماد دراسة منهج تحليل النظم، وهو منهج استدلالي، بهدف إعداد معلمين قادرين على فهم وسائل الإعلام المستخدمة في مجتمعهم وكيفية عملها، وتم تدريبهم على استخدام وسائل الإعلام للتواصل مع الطلاب وتطوير أساليب التعليم قبل الجامعي، كما تم تشجيع التفاعل بين المعلم والطالب من خلال التحوار حول محتوى وسائل الإعلام، أظهرت الدراسة وجود حالة سيئة في التربية الإعلامية والرقمية في الوطن العربي، حيث يعاني الشباب من مستوى تعليم منخفض، يمكن للشباب الذين يشكلون الفئة العمرية الأكثر قدرة على تغيير الإعلام في الوطن العربي، أن يكونوا عنصراً محورياً في هذا الصدد، كما تشير الدراسة إلى أن الجهود في هذا المجال لا تزال في مراحلها الأولى وتحتاج إلى تأسيس مفهوم التربية الإعلامية والرقمية في جميع المؤسسات التعليمية ونشر الوعي حوله قبل البدء في تنفيذه.

دراسة حسن (2007) (13) تم تناول دور المدرسة في التربية الإعلامية « الواقع والمأمول» حيث تم التركيز على الواقع الحالي والمأمول في هذا المجال، تم استهداف النقاط التالية: الواقع الحالي للإعلام التربوي الموجه للتعليم العام والتحديات التي تواجه المدارس في هذا الصدد، كما تم التطرق إلى الصعوبات والمعوقات التي تواجه التربية الإعلامية في هذه المدارس، بالإضافة إلى ذلك، تم تناول التربية الإعلامية المطلوبة لمدارس التعليم العام. وأخيراً، تم تقديم توصيات ومقترحات لتفعيل هذا الدور.

يتضح من خلال استعراض الدراسات السابقة ذات الاتصال المباشر وغير المباشر بالدراسة الحالية أن بعضها تناول دور الإدارة التربوية في التربية الإعلامية كدراسة محمد ناجي الدعيس، أحمد يحيى الشاطبي، وبعضها تناول الهوية الوطنية وسبل تعزيزها بالتعليم كدراسة فرح وآخرون، في حين تناولت بعضها إلى استخدام تكنولوجيا الاتصال في نشر مفهوم التربية الإعلامية كدراسة شريفة رحمة الله، وبينما تناولت مضامين شبكات الاجتماعية، والمضامين التلفزيونية كدراسة كل من أحمد جمال حسين، رشا عبد اللطيف محمد، وبعضها تناول لفهم مظاهر العنف في بوسائل الإعلام والتي تتمثل في دراسة ريهام عبدالرازق، ويب، وبينما تناولت دراسة نهي التربية الإعلامية ودورها في بناء شخصية المتعلم، واتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في تناولها لبعض موضوعات كجزء من التربية الإعلامية، وبينما تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في تناولها التربية الإعلامية المدرسية وبناء الهوية الثقافية للطالب، وهذا ما لم تتناوله الدراسات السابقة، وفي المجمل استفادت الدراسة الحالية

California University, 2009.

(12) نهي السيد أحمد ناصر: التربية الإعلامية ودورها في بناء شخصية المعلم، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، العدد السادس، أبريل 2016م.

(13) حسن بن أبو بكر العولقي: دور المدرسة في التربية الإعلامية "الواقع والمأمول"، مرجع سابق، ص 12.

من الدراسات السابقة في إعداد الإطار النظري للدراسة، وكما استفادت منها في تفسير نتائج الدراسة الحالي

ثانياً: واقع التربية الإعلامية:

التربية الإعلامية بين النشأة والتطور: يعود تاريخ التربية الإعلامية إلى النصف الأول من القرن العشرين، تحديداً في عام 1933م، عندما اقترح كل من لي فيس وطومسون تعليم الشباب كيفية التمييز بين الثقافتين العليا والشعبية في بريطانيا خلال الخمسينيات، وفي نفس الفترة، ظهر مفهوم التربية الإعلامية في الولايات المتحدة لمواكبة تأثير وسائل الإعلام المتزايد مثل الراديو والتلفاز على حياة الناس، وخاصة في مجال التعليم⁽¹⁴⁾ فمنذ ستينيات القرن الماضي بدأت النظريات والمناقشات حول وسائل الإعلام تتضمن مفهوم التربية الإعلامية بهدف تنمية الثقافة والوعي الإعلامي، وعلى مر الأربعين سنة الماضية تطورت التربية الإعلامية من كونها اهتماماً هامشياً إلى حركة عالمية، وسرعان ما تم تضمين تعليم وتعلم وسائل الإعلام في مناهج التدريس بالجامعات في العديد من دول العالم، وأصبحت التربية الإعلامية ترتبط بالتساؤل: ما الذي يتعلمه الناس، وخاصة الشباب والمراهقين والأطفال، من وسائل الإعلام⁽¹⁵⁾، مع دخولنا في عصر الإنترنت، أصبح الشباب يعيشون في عالم التواصل الاجتماعي والثقافة والفكري، ويقضون الكثير من الوقت في التعامل مع وسائل الإعلام، وأصبحت القيم والعلاقات الاجتماعية تتأثر بشكل كبير بالإعلام⁽¹⁶⁾.

عناصر التربية الإعلامية: تقوم التربية الإعلامية على العديد من العناصر والتي تتمثل فيما يلي⁽¹⁷⁾:

1. مهارة التفكير الناقد الذي يتيح للمتلقي تنمية المهارات اللازمة كأدوات للدخول لوسائل الإعلام عن طريق تحليل مضمونها وإنتاجها مما يتيح للفرد منافذ ينظر منها على العالم المشبع بالإعلام.
2. الوعي الكامل بعملية الاتصال الجماهيري، ومضمون الرسائل المقدمة من مختلف وسائل الإعلام من خلال المعرفة بقواعدها وعناصرها والعلاقات بينها مما يتيح للفرد أن يصبح مشاركاً في عملية الاتصال.
3. تنمية استراتيجيات تسمح بتحليل ومناقشة رسائل الإعلام مما يتيح للمتلقي رؤية أوضح للمعنى الظاهر.

3. أهمية التربية الإعلامية:

1. تمكين المتلقي من مناقشة معاني الرسالة الإعلامية يتطلب مراعاة العوامل الفردية

(14) Bucht ,c.(2014): Media Education Development Among youth According to New Media Proceedings: A pilot Study Children, youth, Media in the World,(11),p.1-13

(15) Chappell, G, Feline &, R. (2013): Hobbs, Reflections on global developments in Media Literacy Education: Bridging theory and practice. Journal of Media Literacy Education (32) p.p 66-73.

(16) محمود عبد العاطي، عبد السلام محمد: تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكاديمية، رسالة دكتوراه، جامعة بنها، مصر، 2017م، ص 173.

(17) Silverblatt, A. (1995): Media literacy: Key elements to interpreting media messages. Praeger: London, PP;2-3.

- والاحتياجات الشخصية والخلفية الثقافية والقيم التي توجه سلوكه، وبالتالي، تتكون الرسالة الإعلامية من تجارب وانطباعات مختلفة للأفراد.
2. تيسير وصول الأفراد إلى المهارات والخبرات اللازمة لفهم كيفية تأثير وسائل الإعلام على إدراكهم من المشاركة كصانعي قرار ومشاركين في مجتمعات افتراضية وفقاً لأخلاقيات المجتمع وضوابط حرية الكلمة⁽¹⁸⁾.
3. تلعب التربية الإعلامية دوراً هاماً في تزويد الطلاب بالثقافة الاجتماعية النقية وتمكينهم من مهارات النقد والتقييم والتحليل وحل المشكلات وربط الأشياء والمتغيرات، بالإضافة إلى المهارات التركيبية ومهارات الحديث والقراءة والكتابة والمهارات الاجتماعية والثقافية⁽¹⁹⁾.
4. للتربية الإعلامية أهمية كبيرة في ظل الدور المتنامي لوسائل الاتصال كوسيلة رئيسية لنقل الثقافة، فوسائل الاتصال هي أدوات ثقافية تساعد في دعم المواقف أو التأثير فيها وتعزيز الأنماط السلوكية وتحقيق التكامل الاجتماعي⁽²⁰⁾.
4. المعايير التي تقوم عليها التربية الإعلامية: تركز التربية الإعلامية على معايير محددة تم تحديدها في ندوة عقدت في إسبانيا عام 2002م، وتتضمن ما يلي⁽²¹⁾:
1. يشمل التعليم الإعلامي جميع وسائل الإعلام، سواء المطبوعة أو المسموعة أو المرئية.
 2. يهدف إلى مساعدة الجمهور على التعرف على مصادر المحتوى الإعلامي وأهدافه السياسية والاجتماعية والاقتصادية والتجارية والثقافية، وتمكين جميع شرائح المجتمع من اختيار وسائل الإعلام المناسبة التي تعود بالنفع عليهم وتزودهم بالمعلومات القيمة والمعرفة والقيم المتنوعة.
 3. التربية الإعلامية لا تقتصر على عملية تعليم من خلال وسائل الإعلام، بل تتعلق بتدريس مهارات التعامل النقدي مع وسائل الإعلام، ولذلك يجب دعم التعليم الإعلامي من خلال أنظمة التعليم الرسمية وغير الرسمية.
 4. التربية الإعلامية عملية متعددة الأبعاد: أي أنها تعتمد على تداخل وتكامل أبعاد متعددة في إدراك وتحليل الرسالة الإعلامية وهي كالتالي:
- **البعد الأخلاقي:** يشير هذا البعد إلى مدى قدرة الفرد على استنباط القيم الأخلاقية التي تحكم المضامين الإعلامية.
 - **البعد الجمالي:** يشير إلى مدى قدرة الفرد على إدراك النواحي الفنية في المضامين الإعلامية والقدرة على تحرى الفرق بين الفن الحقيقي والفن المتكلف.
 - **البعد العاطفي:** مدى امتلاك الفرد لحس مرهف أثناء تعرضه للمضامين الإعلامية.
 - **البعد المعرفي:** يشير إلى العمليات العقلية التي يجب أن يقوم بها الجمهور من حيث القدرة

(18) شريف درويش اللبان: الدور الإعلامي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات التعليمية في خدمة العملية التعليمية، مرجع سابق، ص 54.
 (19) ربهام عبد الرازق محمود خطاب: فاعلية استخدام برنامج للتربية الإعلامية في إدراك عينة من الأطفال المقيمين للعنف التليفزيوني، مرجع سابق، ص 12.
 (20) تيسير أبو عرجة: الإعلام والثقافة العربية- المواقف والرسالة، ط 1، دار مجدولاني، 2003م، ص 113-114.
 (21) سحر أم الرثم، سامية عيواج: التربية الإعلامية والرقمية ضمن متطلبات التنشئة الاجتماعية، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 16، العدد 1، 2019م، ص 95.

على إدراك المعاني والرموز والدلالات والأساليب الاقناعية التي تحتويها المضامين الإعلامية⁽²²⁾

5. خصائص التربية الإعلامية: تتميز التربية الإعلامية بمجموعة من السمات التي تساعد الفرد على استخدام وسائل الإعلام بشكل واع، وتشمل ما يلي⁽²³⁾:

1. توضيح واقع المجال واحتياجاته: يعتبر العمل مع وسائل الإعلام جزءاً أساسياً من حياة الفرد في العصر الحديث، مما يجعل تعلم كيفية التعامل معها ضرورياً من خلال التعليم العام.
2. تحقيق وضوح نتائج التعلم: يساهم الوضوح في نتائج التعلم في تعزيز دافعية الفرد وجهده، حيث يمكن رؤية الوعي الإعلامي للشخص بسهولة في حياته اليومية وتأثيره على قدراته في حل المشكلات.

3. تعزيز الثقة بالنفس والإيجابية: يمنح التعليم الإعلامي المتعلمين فهماً شاملاً للبيئة الإعلامية ويساعدهم على استخدام الأدوات والتقنيات اللازمة للتفاعل مع وسائل الإعلام، مما يزيد من ثقتهم بأنفسهم وروحهم الإيجابية.

4. تعزيز الدراسة الذاتية والتعلم مدى الحياة: يضع التعليم الإعلامي الأسس اللازمة للمتعلمين ليكونوا قادرين على التعلم بشكل فردي ومستمر طوال حياتهم.

6- أساليب التربية الإعلامية:

يمكن تحقيق التربية الإعلامية بطرق عدة تتمثل فيما يلي⁽²⁴⁾:

أ. المنهج الرسمي: التعليم الإعلامي الرسمي هو التعليم المقدم داخل المدارس. يركز برنامج الموجهين على نهج نظامي يقوم بتدريب المعلمين على تدريس الثقافة الإعلامية للطلاب في الفصل الدراسي. ويتميز هذا المشروع بسهولة التكامل في برامج إعداد المعلم الحالي كما أنه أسهل في التنفيذ. التصميم والمراقبة والتطوير والتحديث.

ب. الأساليب غير الرسمية: وهي أوسع نطاقاً إذ تشمل مجموعة واسعة من الأنشطة التي تتم خارج إطار المنهج المدرسي، وتتبع التطور الهائل الذي تشهده تكنولوجيا الإعلام في الثلاثينيات الأخيرة، والذي يتجلى في محو الزمن والفضاء من خلال تكنولوجيا البث الفضائي وفي ظل المعوقات التي تتطور مفهوم الإعلام والمعرفة ليشمل المسؤوليات العامة، والتي تتجلى في السعي لتحقيق الأهداف العامة للتربية الاجتماعية والتمسك بالقيم الأخلاقية. ويعود هذا التطور إلى الأسباب التالية:

أ. تطور مفهوم التعليم، وأصبح أوسع نطاقاً وأكثر معنى من حيث السلوك وتعديله، كما أن النظرة إلى التعليم كعملية شاملة ومستدامة تحرر التعليم من قيود النماذج المؤسسية الرسمية.

(22) أحمد جمال حسين محمد، التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، مرجع سابق، ص 12.

(23) محمد علي العياد: الإعلام التربوي " مفهومه، تعريفه، علاقته بالعلوم الأخرى"، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2008، ص 33.

(24) محمد النذير عبدالله ثاني، الإعلام التربوي والتربية الإعلامية- مقارنة نسقية مفاهيمية، مجلة الدراسات الإعلامية - المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد السابع، مايو 2019م، ص 40.

- ب. يُظهر إعلامي على نطاق واسع وينمو على جذب الرسائل الإعلامية المستقبلية ويؤدي دور تربوي ليقوم المسؤول التعليمي.
- ج. تسرب بعض القيم والعادات السلبية التي تتعارض مع الثقافة الاجتماعية وخاصة في الدول التي تتمتع بنجم الحرية الإعلامية.
- 7- مهارات التربية الإعلامية:

- التحليل: هو تجزئة الرسالة إلى عناصر ذات معني، وعندما نتعرض للرسائل الإعلامية فإننا أن نقبل هذه الرسائل من أول وهلة أو أن نتعمق داخل الرسالة نفسها بتفتيت مكوناتها وفحص تركيب عناصرها التي شكلتها.
- التقييم: هو أخذ عناصر معلومات الرسالة ومقارنتها بالمعايير الخاصة بنا، فإذا توفرت معاييرنا في هذه الرسالة نستنتج أن الرسالة- أو الآراء المعبر عنها- جيدة، ولكن إذا قصرت الرسالة عن معاييرنا فإنها غير مقبولة.
- التجميع: هو تحديد التشابه الموجود بين العناصر الموجودة في الرسالة أو تحديد كيفية اختلاف مجموعة من العناصر عن المجموعات الأخرى.
- الاستقراء: هو استخدام الأفراد العناصر التي قد تعلموها في وسائل الإعلام لتكوين إدراكهم عن الحياة الواقعية.
- الاستنتاج: هو استخدام قواعد عامة في تفسير أحداث خاصة، فعندما يكون لدينا قواعد عامة خاطئة يؤدي ذلك إلى تفسير الأحداث الخاصة بطريقة خاطئة، وأحد المصادر العامة التي يعتقد في صحتها أغلب الأفراد هو الإعلام⁽²⁵⁾.

8- التربية الإعلامية عملية تفكير ناقد: للتربية الإعلامية دوراً بارزاً في زيادة قدرة الجمهور على تحليل الرسالة الإعلامية وفهمها وهذا سيؤدي بطبيعة الحال إلى زيادة نشاطهم تجاه الرسالة الاتصالية سواء كان هذا المساق في الحياة الاقتصادية أو السياسية أو الاجتماعية ففي الوقت الحالي أصبحت قضية منع المواقع أو المشاهد غير الجيدة من الأمور الخلافية، هل تصب في صالح النشء أو ضده باعتبار أن كل ممنوع مرغوب لذلك فتربية الفرد على النقد والتحليل وإعمال العقل هي الطريقة الفعالة ليكون هناك رقابة ذاتية من الفرد نفسه على نفسه⁽²⁶⁾، فالغرض الأساسي للتربية الإعلامية ليس فقط تكوين الوعي النقدي ولكن تكوين الحكم الذاتي المستقل بشأن الرسائل المختلفة في وسائل الإعلام، ويعنى تعلم عملية تكوين الأحكام الذاتية التي تمكنه من مواجهة وسائل الإعلام طيلة حياته، كما أن التفكير النقدي في بعض المهارات يجعل الأفراد يناقشون القضايا العامة بوسائل الإعلام حتى يقوموا بردود أفعال حاسمة تجاه هذه الوسائل⁽²⁷⁾.

(25) هاجر محمد الشافعي محمد، العلاقة بين أنماط التدخل الأبوي وطبيعة التأثيرات الناتجة عن تعرض الطفل المصري للقنوات الفضائية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2013م، ص 53-55.

(26) مي أبو مقل: في العالم الرقمي الحديث، التربية الإعلامية ضرورة لا رفاهية"، مجلة المرأة، 29 ديسمبر 2015 ص 55.

(27) عدلي سيد رضا: التربية الإعلامية ضرورة في عصر الفضائيات والإنترنت، 2009م، ص 501.

7- منطلقات التربية الإعلامية:

- يستند الإعلام التربوي إلى عدد من الأسس والمنطلقات أهمها ما يلي⁽²⁸⁾:-
1. الالتزام بالإسلام وتصوراتهِ الكاملة للكون والإنسان والحياة، والمحافظة على عقيدة الأمة، والإيمان بأن الرسالة المحمدية هي المنهج الأقوام للحياة الفاضلة التي تحقق السعادة لبني الإنسان، وتجنب وسائل الإعلام كل ما يناقض شريعة الإسلام
 2. الارتباط الوثيق بتراث الأمة الإسلامية وتاريخها وحضارتها، والإفادة من سير أسلافنا العظماء، وأثارنا التاريخية.
 3. تعميق عاطفة الولاء للوطن، من خلال التعريف برسالته، وخصائصه ومكتسباته، وتوعية المواطن بدوره في نهضة الوطن وتقدمه، والمحافظة على ثرواته ومنجزاته.
 4. التركيز على أركان العملية التعليمية في الرسالة الإعلامية (المدرسة - المنهج - المعلم- الطالب وولي الأمر) والمساهمة في التعريف بأدوارها في العملية التعليمية، وواجباتها، وحقوقها وطرح مشكلاتها ومعالجتها إعلامياً.
 5. التأكيد على أن اللغة العربية الفصحى هي وعاء الإسلام، ومستودع ثقافته، لذا ينبغي الالتزام بها لغة للتربية الإعلامية.
 6. الالتزام بالموضوعية في عرض الحقائق والبعد عن المبالغات، وتقدير شرف الكلمة ووجوب صيانتها من العبث.
 7. التفاعل الواعي مع التطورات الحضارية العالمية في ميادين العلوم والثقافة والآداب، والمشاركة فيه وتوجيهها بما يعود على المجتمع خاصة، والإنسانية عامة بالخير والتقدم.

ثالثاً: الهوية وعلاقته بالثقافية ومكوناتها:

- 1- مفهوم الهوية: تتمثل الهوية في مجموعة السلوكيات واللغة والثقافة التي تسمح للفرد بالتعرف على انتمائه لمجتمع معين والتماسي معه. وتشمل الهوية أيضاً العادات والمعتقدات واللغة والتراث المسجل والشفهي والإبداع الفكري والأدبي والفني، والتي توفر للفرد وسائل التعبير المفضلة له⁽²⁹⁾.
- 2- مفهوم الثقافة: تعرف الثقافة بعناصرها التي تتفاعل مع بعضها البعض كعنصر واحد غير قابل للتجزئة، تشمل هذه العناصر المعرفة، المعتقدات، القيم، الفنون، القوانين، العادات، الأخلاق وجميع أشكال المهارات التي يكتسبها الفرد من خلال المجتمع الذي يعيش فيه، تدعم هذه العناصر أيضاً الفرد من خلال اللغة، المؤسسات الاجتماعية والمخرجات المادية التي يحتاجها لممارسة حياته والرمزية للمجتمع. إذاً الثقافة ليست مجرد وعاء لأدوات حياته، بل إنها تمتد بالأبعاد التي يمكنه من خلالها فهم الحياة، لذلك سوف نتناول أهم هذه العناصر بشيء من التفصيل على النحو التالي⁽³⁰⁾:

(28) محمد عطية أبو فودة، دور الإعلام التربوي في تدعيم الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين في محافظات غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية جامعة الأزهر، غزة، 2006م، ص22.

(29) عزة مصطفى الكحكي: "الفتوات الفضائية الأجنبية وانعكاساتها على الهوية وأزمة القيم لدى عينة من الشباب العربي في مرحلة المراهقة"، المؤتمر السنوي التاسع، الإعلام المعاصر والهوية العربية، مايو، 2004م، ص336.

(30) Jean- Claude usunier, Julie Anne lee: "Marketing Across cultures", Fifth edition, prentice Hall, 2009,

1. اللغة **Language**: هي مرآة الثقافة في المجتمع ومظهر من مظاهر ثقافتها، ومحاولة فصل اللغة عن الثقافة يعد عملاً معاكساً لطبيعة كل منهما، تتمتع اللغة بأهمية كبيرة داخل عملية التسويق الدولي لعدة أسباب، منها⁽³¹⁾

- اللغة تعتبر أداة لجمع المعلومات وتقييم الجهود، وخاصة فيما يتعلق بأراء الآخرين، كما أنها تساعد على خلق الروابط وتوحيد الصلات بين الأشخاص، نظراً لارتباطها بالجوانب اللاشعورية التي تكشف عن ملامح الخلفية الاجتماعية والثقافية⁽³²⁾.
- اللغة تمكن المسوقين الدوليين من الوصول إلى الأسواق المعلننة. على الرغم من انتشار اللغة الإنجليزية على نطاق واسع، إلا أن مخاطبة المستهلك بلغته المحلية تحقق فارقاً كبيراً في النجاح، وهذا ما يظهر في تحقيق الشركات التي تترجم جهودها الدعائية والمعلوماتية لأرباح أكبر.
- تزداد أهمية اللغة في إجراء الاتصالات داخل وخارج المؤسسات التجارية. فاللغة ليست مجرد وسيلة للاتصال، بل هي آلية لتفسير المحتوى وتبادل الأفكار بين الأطراف المختلفة⁽³³⁾.

2. الدين: Religion

الدين يعتبر جزءاً لا يتجزأ من الثقافة، حيث تعكس جميع الثقافات معتقداتها وممارساتها الدينية من خلال مذاهبها وشعائرها. يظهر تأثير الدين على الثقافة من خلال العديد من الوظائف التي يقوم بها، مثل التحكم الاجتماعي وحل الصراعات الداخلية وتعزيز الروحانية والعاطفة للأفراد. هذه الوظائف تؤثر على جوانب مختلفة من حياة الأفراد، بدءاً من العمل وصولاً إلى السياسة والسلوك الاجتماعي كمستهلك داخل المجتمع⁽³⁴⁾.

3. القيم والاتجاهات **Values and Attitudes**: تختلف القيم المتبادلة في المجتمعات المختلفة، مثل قيم النجاح والعمل وحب الثروة والتغيير والمغامرة، في تفسيرها من دولة إلى أخرى ومن مجتمع إلى آخر. تؤثر ثقافة المجتمع وقيمه واتجاهاته على نمط حياة الأفراد داخل المجتمع وأيضاً على طريقة تنفيذ الأعمال داخل المؤسسة الواحدة، مثل تعزيز ثقة الأفراد بأنفسهم. ومن المعروف أن بعض المؤسسات العالمية تجد صعوبة في تعزيز قيم الأفراد وثقافتهم على مستوى العالم بسبب التباينات الثقافية⁽³⁵⁾.

4. المنظمات الاجتماعية **Social organization**: تعتبر المؤسسات الاجتماعية الإطار العام الذي ينظم المجتمع، ويجب على المسوقين أخذ العوامل المختلفة في الاعتبار عند التخطيط للوصول إلى الأسواق المستهدفة، تشمل هذه العوامل القوانين والأدوار الاجتماعية للذكور

PP. 4.

(31) غاده حسام الدين محمد: "أثر استخدام برنامج المشاهدة الناقدة على عينة من الأطفال المصريين" دراسة تجريبية، رسالة دكتوراه، معهد الدراسات العليا للطفولة والإعلام وثقافة الطفل، عين شمس، 2006م، ص83.

(32) محمود أبو زيد: "اللغة في الثقافة والمجتمع"، ط ١ القاهرة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2006م، ص 177.

(33) Michael R. Czinkota, Ilkka A. Ronkainen: "International marketing", Fifth edition, The Dryden press, 1998, PP. 67- 68.

(34) Larry A. Samovar, Richard E-porter and Edwin R. McDaniel: "Communication Between cultures", Seventh editions, wadsworth. Cengage. Learning, 2010 PP.25.

(35) Kiefer Lee, Steve Carter: "Global marketing Management. Changes. New challenges and Strategies", Second edition, 2009, PP. 110.

والإناث في المجتمع، بالإضافة إلى المؤسسات الاجتماعية الموجودة في المجتمع. يعتبر النظام الاجتماعي أحد الأسس الأساسية التي يعتمد عليها السوق عند تجزئة السوق. وبالتالي، ما ينطبق على المجتمعات الإسلامية قد لا ينطبق على المجتمعات الأخرى التي تتميز بالتنوع العرقي والثقافي⁽³⁶⁾.

5. الرموز Symbols هي العناصر التي تحمل معانٍ خاصة وتفهمها فقط أفراد من نفس الثقافة، وتشمل هذه الرموز الكلمات والإشارات والصور التي تعبر عن مفاهيم معينة، وتشمل الرموز أيضاً الأمور المعتادة داخل ثقافة معينة مثل اللباس وتسريحات الشعر. يمكن تطوير رموز جديدة واختفاء رموز قديمة بمرور الوقت⁽³⁷⁾.

3. علاقة وثيقة بين الهوية والثقافة:

لا يمكن فصل الهوية عن الثقافة، حيث تتلازم الاثنان معاً، فالهوية تعكس الثقافة التي ننتمي إليها، وقد تحتوي الهوية الواحدة على عدة ثقافات مختلفة، على سبيل المثال، الهوية الإسلامية تجمع بين ثقافات متعددة من الشعوب التي اعتنقت الإسلام مما يجعلها هوية شاملة ومتنوعة، وعندما نتحدث عن العلاقة بين الهوية والثقافة، فإننا نعني العلاقة بين الذات والإنتاج الثقافي فكل إنتاج ثقافي ينبع من تجربة الذات وتفاعلها مع البيئة المحيطة، وبالتالي يجب أن ندرك أن كل ما نفكر فيه ومنتجه يعكس تجاربنا ومعرفتنا التي اكتسبناها من خلال حواسنا وتفاعلنا مع العالم من حولنا⁽³⁸⁾.

4. التربية الإعلامية المدرسية وإسهاماتها في بناء الهوية الثقافية لدي طلابها:

تلعب التربية الإعلامية المدرسة دوراً هاماً في تنشئة الفرد وتأصيل هويته⁽³⁹⁾ وتستطيع بدورها في تشكيل الهوية الثقافية من خلال نقل المعارف والمفاهيم، وغرس القيم وتنميتها، مع تعزيز السلوكيات المقبولة اجتماعياً والتخلص من السلوكيات المرفوضة، بالإضافة إلى تنمية المهارات والقدرات⁽⁴⁰⁾ وتدريبهم وتعليمهم علي أساليب وسائل الإعلام وكيفية التعامل مع مضامينها بوعي⁽⁴¹⁾ بدورها في تشكيل الهوية الثقافية فإن ذلك يتطلب التركيز على المناهج الدراسية وأن تدرج ضمن مناهجها وبرامجها التعليمية مادة التربية الإعلامية كمادة مهمة وضرورية التي

(36) نهى السيد أحمد ناصر، التربية الإعلامية ودورها في بناء شخصية المعلم، المجلة العلمية، مرجع سابق، ص 814.

Marieke demooij: "Global Marketing and advertising understanding cultural paradoxes", third edition, (37) Sage, publication, inc, 2010, PP. 52.

(38) حسين المختار محمد الشاوش، الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي عالقة وأي تأثير، المؤتمر العلمي الثالث لكلية الآداب، جامعة الزاوية، 12-13 ديسمبر، 2021م، ص 65.

(39) محمد عبد الرؤوف عطية: التعليم وأزمة الهوية، ط1 مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2009م، ص 151-152.

(40) سعيد إسماعيل على: التربية اليماسية للأطفال، القاهرة، دار السلام، 2008م، ص 84.

(41)

أمال سعد المتولي: الإعلام المدرسي: الصحافة والإذاعة المدرسية، دار مكتبة الإسراء، طنطا، 2003م، ص 20.

ترسى قيم الهوية الثقافية وتعززها في نفوس طلابها، وكما يهتم الإعلام التربوي بتثقيف الطلاب بسبل فهم الأمور والتعايش مع الآخرين واستيعاب متطلبات العصر الحديث وآليات التفاعل مع العولمة، وإعدادهم لمواجهة الأحداث الجارية الطارئة وغير الطارئة في ظل ما يشهده العصر الحالي من تغيرات وتطورات تكنولوجية متسارعة، وكما يهتم الإعلام التربوي بمساعدة التلاميذ على فهم حقوقهم وواجباتهم، والتربية الإعلامية أحد أركان الإعلام التربوي حيث تعد مشروع تمكين يهدف إلى إعداد التلاميذ لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم⁽⁴²⁾، تركز التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية، بما في ذلك المدرسة، على الحفاظ على الهوية الثقافية والوطنية ودعم المقومات والقيم الثقافية الوطنية والمحلية⁽⁴³⁾، وتعتبر هذه العملية مستمرة لتعزيز الشعور بالواجب تجاه المجتمع وتنمية الانتماء للوطن والاعتزاز به، وزرع حب النظام والاتجاهات الوطنية والأخوة والتفاهم والتعاون، ويتضمن ذلك تعريف التلاميذ بمؤسسات بلدهم ومنظمتها الحضارية. ولتحقيق ذلك، يجب تضمين الهوية الوطنية في المناهج الدراسية من خلال الأنشطة اللاصفية التي تنفذ داخل المدرسة⁽⁴⁴⁾، مع ضرورة تبنى برامج وطنية خاصة لتشكيل الهوية الثقافية، ومن بين أهم ما تسعى إليه التربية الإعلامية المدرسية ما يلي:

- تزود الطلاب بالاتجاهات السلوكية البناءة، والنهوض بالمستوى التربوي والفكري والحضاري والوجداني لديهم⁽⁴⁵⁾.
- العمل على معالجة مشكلاتهم سواء كانت نفسية أو اجتماعية أو ثقافية.
- توفير بيئة تعليمية حقيقية قائمة على التفاهم والحوار والصراحة وإكسابهم القيم ومساعدتهم على تشكيل المفاهيم الصحيحة حول المواقف والأفراد والأشياء⁽⁴⁶⁾.
- ولذلك من المهم ترسيخ التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية وغير التعليمية ومناشدة السلطات والجهات المعنية بتطوير برامج التربية الإعلامية الشاملة ودعمها بدءاً من مرحلة ما قبل المدرسة إلى المرحلة الجامعية.
- دور مقررات تعليمية في تنمية التفكير بالمحتوى الإعلامي:

يعد المنهج هو الوسيلة التي تقود المجتمع رسالته التربوية المنهج هو الوسيلة التي تقود المجتمع رسالته التربوية إلى الثقافة ونقل المعرفة وتنمية القيم والاتجاهات والمهارات والأنماط التفكير التنافسي احتياجات الأفراد والمجتمع، وترجع عدم تنمية تفكير المتعلمين إلى قصور في المنهج، أو قصور في المنفذ، أو قصور في البيئة التعليمية وطرق التقييم، أو

(42) محمد ناجي الدعيس، أحمد يحيى الشاطبي، دور الإدارة التربوية في التربية الإعلامية في ظل التحولات الإقليمية المعاصرة من وجهة نظر معلمي المرحلة الثانوية بمدارس أمانة العاصمة- صنعاء، مرجع سابق، ص 143-174

(43) أم الزين حسين احمد بدوي، دور الإدارة التربوية في التربية الإعلامية للمحافظة على الهوية الوطنية من وجهة نظر معلمات المرحلة الابتدائية بمكة المكرمة، مرجع سابق، ص 309.

(44) فرج وآخرون، دور معلمة قسم الطفولة المبكرة في إدارة الأنشطة اللاصفية لتعزيز القيم والهوية الوطنية لطفل الروضة في ضوء رؤية 2030، مجلة العلوم التربوية، كلية التربية بالغرندقة، جامعة جنوب الوادي، (1)3، 2020م، ص 5.

(45) Senge, Peter and Others, Schools that learn A fifth Discipline Resource, New York: Doubleday, 2000, (45) P.78.

(46) حسن شحاتة، النشاط المدرسي: مفهومه، وظائفه، مجالات تطبيقه، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 1997م، ص 57.

العوامل المتعلقة بالمعلمين، بالإضافة إلى العديد من العوامل التي ذكرناها سابقاً⁽⁴⁷⁾. يذكر سكيفن وويول أن التفكير النقدي هو عملية عقلية منظمة تتميز بتكوين المفاهيم، وتطبيق، وتحليل، وتوليف، ومراجعة المعلومات التي يتم جمعها أو توليدها أو استنتاجها من الملاحظة المتعلقة بالعلاقات السببية والتقنية.

يستجيب التفكير النقدي للموضوعات والمشكلات والأهداف المتغيرة ويتكامل مع العديد من طرق التفكير الأخرى، بما في ذلك: العلوم والرياضيات والتاريخ والاقتصاد والأخلاق والفضيات والفلسفة والقدرة على:

- طرح الأسئلة المهمة وأدكرها بوضوح ودقة.

- جمع تقييم المعلومات المتطابقة، واستخدام الأفكار المجردة لتفسيرها، وتفسيرها بشكل فعال لإنتاج نتائج وحلول جيدة للسبب والنتيجة، واختبار هذه النتائج مقابل المعايير والمستويات المتطابقة.

- التواصل بشكل فعال مع الآخرين لاكتشاف حلول للمشكلات المعقدة - عندما يتأثر المحتوى الإعلامي بالتفكير النقدي، يستطيع الأفراد تحديد وتحديث الرسائل الإيجابية والسلبية لرسائل المحتوى الإعلامي الصريحة والمخفية التي لا شك أن هذه الرسائل المخفية هي محتوى المعلومات يسبب الضرر والتهديد للأفراد والمجتمع⁽⁴⁸⁾.

● الأساليب التي ينبغي الأخذ بها لتحقيق التربية الإعلامية المدرسية:

تتمثل الأساليب التي ينبغي الأخذ بها لتحقيق التربية الإعلامية المدرسية في عدة نقاط تتمثل فيما يلي⁽⁴⁹⁾:

1. تأهيل المعلمين للقيام برسالة التربية الإعلامية.
2. تصميم مقررات التربية الإعلامية من قبل خبراء في مجالي التربية والإعلام.
3. وضع برامج تدريبية تشرك الطلاب في قراءة الرسائل الإعلامية وتحليلها ونقدها من أجل تعزيز ثقافة التربية الإعلامية.
4. توفير الموارد المادية والبشرية اللازمة للتربية الإعلامية في التعليم.
5. إنشاء منافذ إعلامية ومختبرات وتطبيقات في البيئة التعليمية تتيح للطلاب فرص المشاركة والتعبير عن آرائهم
6. وضع أهداف للتربية الإعلامية تتماشى مع أهداف المراحل التعليمية المتضمنة في سياسة التعليم.
7. تعزيز استخدام الأنشطة الطلابية في التعليم الإعلامي.

(47) عبد الرحمن وآخرون، اتجاهات الأساتذة حول أبعاد التربية الإعلامية في المؤسسات التربوية دراسة ميدانية لعينة من أساتذة التعليم الابتدائي بوادي زنتاي، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائرية، 2023م، ص 55.

(48) احمد يحي حسين بن عايل، رؤى حول التربية والإعلام ودوار المناهج لتنمية التفكير في مضامين الإعلام لتحقيق التربية الإعلامية، المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، جدة، 2007م، ص 30.

(49) محمد بن سليمان الصبيحي، اتجاهات النخب الإعلامية والتربوية نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم ما قبل الجامعي دراسة ميدانية على عينة من الأكاديميين والقائدين والمهنيين السعوديين، المجلة العلمية لنشر البحوث، كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - الرياض، العدد السادس، 1-7-2022م، ص 35.

8. استخدام الخبرات الدولية في تصميم مقررات التربية الإعلامية في التعليم الثانوي والتعليم العام.

• معوقات وصعوبات التربية الإعلامية المدرسية:

وتتمثل في ضعف الإيمان الحقيقي بقيمة النشاطات المدرسية وأهميتها والنظرة السلبية لأولي الأمر، يعود إلى عدة عوامل منها⁽⁵⁰⁾:

1. عدم قدرة المعلمين على تنظيم النشاط المدرسي بمنهجية تؤدي إلى تحقيق أهدافه.
2. نقص الوقت المخصص في المنهج المدرسي لممارسة النشاط.
3. التركيز الزائد على نظام الامتحانات وأهميتها، مما يقلل من أهمية النشاط المدرسي.
4. ندرة المعلمين الكفؤين الذين يستخدمون التكنولوجيا في التعليم.
5. التباين الكبير بين الثقافة المدرسية والثقافة السائدة في وسائل الإعلام.
6. صعوبة تنسيق الجهود بين التربويين والإعلاميين بسبب التقدم التكنولوجي.
7. عدم مشاركة الآخرين في النشاطات المدرسية والدراسية.
8. تراجع الالتزام بالدور الاجتماعي وتجاوز الواجبات والحقوق الأخرى.

رابعاً: قواعد التربية الإعلامية المدرسية وبناء الهوية الثقافية تتضح فيما يلي:

تتضح قواعد التربية الإعلامية المدرسية وبناء الهوية الثقافية من خلال تأثير ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، فقد شهد العالم تحولات كبيرة وسريعة بسبب ثورة الاتصالات وزيادة كمية المعلومات المتاحة، تظهر هذه التحولات في استخدام الحواسيب والشبكات الإلكترونية والأنظمة الرقمية وغيرها من التقنيات الحديثة التي تسمح بنقل المعلومات وإدارة الأعمال والأموال بسرعة كبيرة عبر الإنترنت، وبينما كان العالم يتأثر سابقاً بالاقتصاد الصناعي ووسائل النقل التقليدية، فإنه اليوم يتأثر بالأقمار الصناعية ووسائل الإعلام والتكنولوجيا الرقمية⁽⁵¹⁾.

ويعود انتشار الثقافة الشعبية الأمريكية وتأثيرها على حياة الشباب على الصعيد العالمي إلى هذه التكنولوجيا الحديثة، فقد انتشرت العديد من عناصر الثقافة الشعبية الأمريكية مثل الموسيقى والأفلام والمسلسلات والأكلات السريعة والملابس الجينز والمشروبات الغازية على نطاق واسع بفضل وسائل الإعلام الحديثة والتكنولوجيا الرقمية، توجد عدة أسباب لهيمنة الشركات الإعلانية الأمريكية على التسويق العالمي، منها السيطرة على صناعة الموسيقى والأفلام والمسلسلات، واستخدام البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية، كما تشير الدراسات إلى أن الولايات المتحدة تصدر فقط السلع الثقافية الاستهلاكية⁽⁵²⁾، مما يؤدي إلى تهميش الثقافة الرفيعة وتراجع دور العملية الثقافية - الاجتماعية في المجتمعات التقليدية والنامية أيضاً بسبب الاختراق الكاسح للعمليات الاقتصادية والإعلامية والثقافية.

(50) Jordon Kathleen Bur son (2010) Measuring Media Literacy Among Collegiate Journalism Students , Maſter Thesis , Oklahoma State University, USA

(51) مؤيد عبد الجبار الحديثي، العولمة الإعلامية والأمن القومي العربي، العربية للنشر والتوزيع، 2002م، ص81.

(52) مصطفى محمد رجب: "العالم والمعلومات في الوطن العربي في ظل إرهاب العولمة" مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2007،

ومن الملاحظ أن الولايات المتحدة تسعى لتصدير ثقافة الاستهلاك وترويج المنتجات الثقافية الاستهلاكية تطور تكنولوجيا الاتصال، خاصة الإنترنت ساهم في زيادة الاعتماد على اللغة الإنجليزية كلغة عالمية، مما أدى إلى استعمار لغوي واستخدام الإعلانات لنشر اللغة الإنجليزية تكنولوجيا المعلومات أيضاً أدت إلى تأثير سلبي على القيم والثقافة، وتسببت في عدم المساواة في الحصول على الثروة المعلوماتية وخرق الخصوصية الشخصية وتأثير الإعلان على القيم والثقافة يعتبر أمراً مهماً، حيث يؤثر على سلوكيات الأفراد ويشكل جزءاً من ثقافة المجتمع تغير القيم يصاحبه تغيرات اجتماعية عديدة على مستوى الحراك الاجتماعي والتعليم والإعلام والعمل والأسرة والعلاقات الاجتماعية⁽⁵³⁾، وتسلط الاقتصاد الأمريكي وسيطرته الحصرية على السوق العالمية منذ الحرب العالمية الثانية، والإبداع في صناعة الترفيه وشركات الأقمار الصناعية التي تأثرت في كل تجمع عائلي وفي كل فرد من خلال البرامج التلفزيونية التي تلبي احتياجات الناس من مختلف الطبقات الاجتماعية، وقد قامت الولايات المتحدة الأمريكية بصناعة ثقافة شبابية تعتمد على نشر ثقافة الاستهلاك، واستخدام صناعة الإعلان ووسائل الإعلام لمراقبة ميول الأفراد ورغباتهم، وقد أظهرت الدراسات والاستطلاعات الأمريكية المنتشرة في العالم تفضيل الأفراد للمستوى المنخفض من الأنشطة الثقافية الأمريكية على عكس ما يحدث في أوروبا الغربية، مع توسع تكنولوجيا الاتصال العالمية وانتشار السلع الاستهلاكية الغربية، في جميع أنحاء العالم النامي، لعب الإعلان الدولي دوراً مهماً في هذه العملية، وقد شهدت عملية العولمة ازدهار الإعلان عن السلع الاستهلاكية الغربية داخل الدول النامية، مع تزايد صناعة التسلية فقط تدر على الولايات المتحدة دخلاً سنوياً يقدر بـ (150) بليون دولار، فهل هناك شك في أن سيطرة الشركات الأمريكية عابرة القارات على صناعة الإعلام والاتصال تزيد القوة الأمريكية؟ وهل من الطبيعي أن يكون مبدأ التدفق الحر للمعلومات غير قابل للتفاوض أو المناقشة بالنسبة للولايات المتحدة الأمريكية والتقدم في نظام الإعلام الدولي وثورة الاتصالات سيؤدي إلى انهيار العديد من الثقافات التقليدية، وستسود ثقافة عالمية تمثلها الثقافة الأنجلو-أمريكية⁽⁵⁴⁾، بالإضافة إلى ذلك، ساهم تطور تكنولوجيا الاتصال، وخاصة الإنترنت، في زيادة الاعتماد على اللغة الإنجليزية كلغة اتصال عالمية، مع تزايد الاعتماد على الاتصال عبر الإنترنت، أصبحت اللغة الإنجليزية تلعب دوراً مهماً في التواصل العالمي، فقد أصبحت تعتبر بمثابة جواز سفر لحياة أفضل بالنسبة للكثير من الناس، ووسيلة لفهم ونشر الثقافة العالمية ونتيجة لذلك أصبح تعلم اللغة الإنجليزية صناعة مزدهرة عبر العالم، ويعتبر استخدام اللغة الإنجليزية في الإعلانات التي تظهر على شبكة الإنترنت دليلاً على هذا الاستعمار اللغوي استخدام كثير من الإعلانات التي تظهر على شبكة المعلومات Linguistic colonialism، بفضل الانتشار الواسع للغة الإنجليزية عبر المواقع المختلفة كلغة اتصال دولية، والتي تم اعتمادها بشكل كبير بفضل تقدم التكنولوجيا والحواسيب الإلكترونية⁽⁵⁵⁾، ومن بين العيوب الرئيسية لتكنولوجيا المعلومات:

● أصبحت التكنولوجيا بمثابة دين جديد، له تأثير قوي على ضعف القيم الإنسانية، وظهور

(53) أحمد مجدى حجازي: "الثقافة العربية في زمن العولمة"، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 2001م، ص 19.

(54) سليمان صالح، الإعلام الدولي، مكتبة الفالح للنشر، 2003م، ص 270 -

(55) عبد الله بن يحيى المعلمي: "الاقتصاد والثقافة في الوطن العربي، نظرة مستقبلية"، ندوة مستقبل الثقافة في العالم العربي، مكتبة الملك عبد العزيز، الرياض، 2002، ص 510.

- إمبراطوريات جديدة للقوة وشركات عملاقة، مما يؤدي إلى استبدال قيم السوق بدلاً من القيم الإنسانية.
- تزايدت حالات عدم المساواة في الوصول إلى الثروة المعلوماتية بين طبقات المجتمع، مع سيطرة الثقافة الأمريكية واللغة الإنجليزية على المشهد المعرفي.
 - يسهم استخدام التكنولوجيا في انتهاك الخصوصية الشخصية واستغلال البيانات في أنشطة إجرامية⁽⁵⁶⁾.
 - تأثير الإعلان على القيم كجزء من ثقافة المجتمع يثير الكثير من الآراء والأفكار المتنوعة، يختلف الباحثون في مجالات العلم المختلفة حول مفهوم كلمة الثقافة وتعريفها⁽⁵⁷⁾، فليس هناك تعريف واحد متفق عليه الباحثون في مجالات العلم المختلفة يرون الثقافة بأشكال متنوعة، فمنهم من يعتبرها أسلوب الحياة في مجتمع معين، ومنهم من يراها تعبيراً عن المعرفة والتقاليد والمهارات والمعتقدات التي تشترك فيها جماعة من الناس في زمن معين. وتحرص كل جماعة على نقل ثقافتها من جيل لآخر، بقاء الثقافة واستمرارها يعتمد على فعالية الاتصال داخل الجماعة وبينها وبين الجماعات الأخرى⁽⁵⁸⁾، يمكن فهم خصوصية الثقافة من خلال تمثيلها لنظام القيم الأساسي للمجتمع كل نظام اجتماعي ثقافي يتميز بشخصيته الأساسية، وهي مجموعة من الصفات والميول والاتجاهات التي تختلف بين أفراد الثقافة يمكن تعميم خصائص السلوك والذهنية على أغلب أو كل أفراد الجماعة، مما يؤكد التفرد والخصوصية. هذا يساعد في تحليل دور الثقافة في عملية العولمة بغض النظر عن قوة العوامل الاقتصادية والإعلامية، الثقافة هي مجموعة القيم والأفكار والاتجاهات والرموز التي تم تطويرها واتباعها من قبل أمة معينة تختلف الثقافات من بلد إلى آخر وتساعد في تشكيل السلوكيات والمعتقدات للمجتمعات تساعد الثقافة في تحويل القيم الروحية والمادية إلى واقع ملموس يؤثر على سلوك الأفراد والمجتمعات، تأثير ثقافة المجتمع الذي ينشأ فيه الفرد على قيمه واتجاهاته لا يمكن إنكاره، فالثقافة تشمل المفاهيم المادية مثل الفن والأدب والمباني والأثاث والملابس والموسيقى، والمفاهيم غير المادية مثل التاريخ والمعرفة والقوانين والأخلاق والعادات، ومن خلالها يتعرف الناس على أسلوب حياة معين وتورث من جيل لآخر⁽⁵⁹⁾، وتظهر القيم كعنصر أساسي في البيئة الثقافية لأي مجتمع، حيث توجه وتحرك وتشكل اتجاهات وسلوكيات أفراد المجتمع، ويصاحب تغير القيم عبر الزمن العديد من التغيرات الاجتماعية، سواء على مستوى الحراك الاجتماعي أو المنظومة التعليمية أو المنظومة الإعلامية والثقافية أو منظمة العمل ومؤسسة الأسرة والعلاقات الاجتماعية بين الفئات والشرائح والجماعات الاجتماعية⁽⁶⁰⁾.

(56) نهله أحمد درويش: "العولمة وتغيير أنساق القيم - دراسة تطبيقية على الدراسات المصرية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الآداب، 2009، ص 160.

(57) مصطفى لبيب، الثقافة والإذاعة " مشكلات وقضايا"، مجلة الفن الإذاعي، العدد 2005، 178م، ص 123.

(58) - أحمد أبو زيد، الاتصال والإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق، الدار المصرية السعودية، 2010م، ص 73.

(59) نهى السيد أحمد ناصر، التربية الإعلامية ودورها في بناء شخصية المعلم، مرجع سابق، ص 789.

(60) شادية على فؤاد قناوي: " قضايا عربية معاصرة"، الدار المصرية السعودية، 2006، ص 229.

نتائج الدراسة:

1. وجد وضع متردي حول التربية الإعلامية والرقمية في الوطن العربي، ومستوى التربية لدي الطلاب منخفض، على الرغم من أنهم الفئة العمرية التي يمكنها تغيير الإعلام بشكل أكبر.
2. الجهود في مجال التربية الإعلامية لا تزال في بدايتها وتحتاج إلى تأسيس أفضل في المؤسسات التعليمية، ونشر الوعي بها قبل البدء في تنفيذها. إذا كان هذا هو الوضع في مجال تعليمي مهم مثل نشر العلم، فماذا عن الجماهير أنفسهم؟
3. تطبيق نماذج للتربية الإعلامية على بعض الطلاب أثبتت فعاليتها بشكل محدود، وهذا يشير إلى استعداد الطلاب لقبول المفهوم وممارسته بشكل واقعي، ولكن ليس بشكل كافٍ.
4. هناك تراجع في فهم التربية الإعلامية من الناحية الإعلامية والتربوية، على الرغم من أن الدين الإسلامي قد وضع العديد من الأسس لهذا المفهوم دون أن يلقى الاهتمام الكافي.
5. التربية الإعلامية ضعيفة كمنهج دراسي للطلاب في المرحلة العامة، على الرغم من أنها ضرورية في العملية التعليمية.
6. قلة قليلة من المدارس تهتم بتقديم خدمات التربية الإعلامية على مستوى المدرسة، على الرغم من أهميتها الكبيرة في تشكيل الذات وإعادة تشكيلها.
7. هناك ندرة في التعاون بين الإعلاميين والتربويين في تنسيق المحتوى الإعلامي التربوي الذي يمكن تقديمه للطلاب، وهذا يهدف إلى تحقيق التكامل في الأهداف والبرامج والأنشطة.
8. التربية الإعلامية تساعد المربين في التعامل مع التأثيرات المختلفة وتوجيههم لتحقيق الأهداف المرجوة للمدرسة تجاه الطلاب.
9. الإعلام السلطة المؤثرة بشكل كبير على القيم والمعتقدات والتوجهات والممارسات (الهوية الثقافية) في مختلف الجوانب الاقتصادية والثقافية والاجتماعية، وتلعب التربية الإعلامية المدرسية دوراً هاماً في مواجهة تأثيرات الإعلام والاختراق الإعلامي العالمي، والتأثير الذي ينتج عنه على الهوية الثقافية للمدرسة ومكوناتها، بفضل التأثير الإعلامي والمنتج الثقافي، يمكن للمدرسة نقل العديد من المعارف العلمية والقيم الشخصية وأنماط السلوك المختلفة لطلابها في المراحل التعليمية المتعددة.

الخاتمة:

على الرغم من أن التربية الإعلامية لها تأثير ملموس في إحداث التغييرات المنشودة في رؤية ومفهوم وتطبيق التربية المدرسية، وهي ذات أهمية بالغة في تشكيل الذات وإعادة تشكيلها، إلا أن قلة من المدارس تهتم بتقديم خدمات التربية الإعلامية على مستوى المدرسة، ويضاف إلى ذلك أن العصر الحديث يتميز بكثافة العوامل الثقافية وسرعة تدهورها وانتشارها وتداخلها وتأثيرها بسرعة كبيرة بحيث يستحيل مواكبتها.

والتربية الإعلامية تساعد المربين على ضبط هذه المؤثرات وترشيدها وبلورتها في إطار يخدم الأهداف المنشودة، إن من أبرز القضايا المعاصرة التي تنطوي عليها التربية الإعلامية هي كيفية فهم الأشياء وتقييمها، وكيفية التعايش مع الآخرين، وفهم متطلبات عصرنا وأليات التفاعل مع العولمة، وكيفية تعبئة الشباب لمواجهة الأحداث الجارية، الطارئة وغير الطارئة، و

للتفاعل، وكما تهدف التربية الإعلامية إلى مساعدة التلاميذ على فهم حقوقهم وواجباتهم وقيم التشاور والنزاهة وحب الوطن والإحساس الحقيقي بالانتماء، واحترام الآخر، والحرية، العادلة ومواجهة الشائعات والتضليل ومحاربة الانحراف الفكري.

وتوفر التربية الإعلامية مجموعة كبيرة من الفرص المواتية للطلاب لمعالجة المشكلات النفسية والثقافية والاجتماعية التي يعانون منها في الحياة المدرسية، وتلعب التربية الإعلامية دوراً مهماً في تثقيف التلاميذ اجتماعياً وتمكينهم من النقد والتقييم والتحليل وحل المشكلات والربط بين الأشياء والمهارات المتكاملة والتحدث والقراءة والكتابة وتنمية المهارات الاجتماعية والثقافية وتمكينهم من التواصل الفعال وفهم الخصوصيات الثقافية في علاقتها بالعموميات والمتغيرات الثقافية الأخرى، وتلعب دوراً مهماً.

بالإضافة إلى ذلك، تساعد التربية الإعلامية على تكوين القدوة الحسنة للطلاب في المدارس، وتمكينهم من تنمية مهارات الخطابة والعرض والحوار وتقييم الإنجازات والتسامح والمثابرة، وتعزيز المفاهيم الاجتماعية والصحية المهمة، وتهيئ التربية الإعلامية بأشكالها وألوانها المتعددة الطلاب ليصبحوا أعضاء فاعلين في مجتمعاتهم، ذوي اتجاهات إيجابية تجاه الناس والأشياء والعمل والإنتاج، وللتصدي بفاعلية للقضايا البيئية والاجتماعية، وتحقيق شروط المواطنة السليمة من خلال تصرفاتهم وسلوكهم .

توصيات الدراسة:

1. تُدرج التربية الإعلامية كأحد المناهج الدراسية للطلاب في مرحلة التعليم، ويتم وضع هذه المناهج بواسطة خبراء ومهتمين بمجال التربية الإعلامية، ويتم تصميم هذه المناهج بطريقة تتوافق مع العمر واهتمامات الطلاب، وتعكس ما يتعرضون له من وسائل إعلام مختلفة، والعمل على تطويرها وتحسينها لتصبح أكثر شمولية فتشمل التفكير النقدي وتعزيز الوعي بأهمية الإعلام.
2. تدعو المؤسسات التعليمية إلى استخدام إمكانات وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية بشكل أمثل في العملية التعليمية.
3. على الإعلاميين والتربويين التعاون والتنسيق بين قطاع التربية وقطاع الإعلام في تخطيط المحتوى الإعلامي التربوي الذي يقدم للطلاب، بهدف تحقيق التكامل في الأهداف والبرامج والأنشطة.
4. تنظيم دورات تدريبية لتعزيز وتطوير مهارات المعلمين العاملين في مجال الإعلام لتمكينهم من تدريس التربية الإعلامية ونقلها بشكل أكثر كفاءة وفعالية لطلابهم، وتقوم المؤسسات الإعلامية والجهات الرقابية بتقييم المحتوى الإعلامي الذي يستهدف الطلاب بشكل دوري، وذلك وفقاً للمعايير الإعلامية والتربوية والنفسية.
5. يجب على المعلمين أن يعملوا على تنمية أنماط سلوكية للطلاب تركز على التفكير الناقد والقيم الاجتماعية، وتمكنهم من التكيف مع التغيرات في الحياة وتزويدهم بالمهارات التي تمكنهم من النظرة الموضوعية والفاحصنة للأشياء والمواقف.
6. تهيئة الطلاب قبل استخدام وسائل الإعلام من خلال دمج تكنولوجيا الإعلام في العملية التعليمية وتوعيتهم بها.

7. وضع خطة موحدة للمدارس تحدد آليات التنفيذ الفعال لأنشطة التثقيف الإعلامي داخل المدارس.
8. توفير ميزانية لتحسين أنشطة التثقيف الإعلامي.
9. ينبغي التركيز بشكل أكبر على تعزيز وتسهيل استخدام وسائل الإعلام في المؤسسات التعليمية بحيث يكون الأطفال على دراية بها ويصبحون أكثر وعياً بتأثيرها المحتمل.
10. اعتمدت بعض الدول العربية ودول أخرى (مثل لبنان والأردن والمملكة العربية السعودية) هذا المقرر لطلاب مدارسها ويمكن اعتبارها نموذجاً يمكن الاستفادة من تجاربها في هذا الموضوع.
11. تحقيق أقصى استفادة ممكنة من خلال شرح وتبسيط المعدات الإعلامية والأسس الأساسية التي تبنى عليها هذه المعدات وكيفية عملها، وذلك لغرس روح الإبداع والابتكار لدى التلاميذ.

مراجع الدراسة:

- 1) أحمد جمال حسين محمد: التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية، نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طالب الجامعة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنيا، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، 2015م.
- 2) أحمد أبو زيد، الاتصال والإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق، الدار المصرية السعودية، 2010م.
- 3) أحمد مجدي حجازي: «الثقافة العربية في زمن العولمة»، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 2001م
- 4) احمد يحيى حسين بن عايل، رؤى حول التربية والإعلام وادوار المناهج لتنمية التفكير في مضامين الإعلام لتحقيق التربية الإعلامية، المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، جدة، 2007م.
- 5) إدغار موران، المنهج والإنسانية البشرية، الهوية البشرية، ترجمة هناء صبحي، أبو ظبي، هيئة أبو ظبي للثقافة والتراث، ط1، 2009م.
- 6) أم الزين حسين احمد بدوي، دور الإدارة التربوية في التربية الإعلامية للمحافظة على الهوية الوطنية من وجهة نظر معلمات المرحلة الابتدائية بمكة المكرمة، مجلة دبالى للبحوث الإنسانية، العدد98، المجلد 2، كانون الأول 2023م.
- 7) أمال سعد المتولي: الإعلام المدرسي: الصحافة والإذاعة المدرسية، دار مكتبة الإسراء، طنطا، 2003م.
- 8) بدر بن أحمد كريم، «التربية الإعلامية، ورقة عمل قدمت في لقاء عن الصحافة والتربية» بمكة المكرمة الأحد 1434/8/4هـ.
- 9) تيسير أبو عرجه: الإعلام والثقافة العربية- المواقف والرسالة، ط 1، دار مجدولاني، 2003م
- 10) حسن أبو بكر العولقي، دور المدرسة في التربية الإعلامية: الواقع والمأمول، قسم التربية، كلية التربية جامعة الملك سعود، 7/3/2007.
- 11) حسن شحاتة، النشاط المدرسي: مفهومه، وظائفه، مجالات تطبيقه، القاهرة، الدار المصرية

اللبنانية، 1997م.

- 12) حسين المختار محمد الشاوش، الإعلام الجديد والهوية الثقافية أي عاقلة وأي تأثير، المؤتمر العلمي الثالث لكلية الآداب، جامعة الزاوية، 13-12 ديسمبر، 2021م.
- 13) حمد النذير عبدالله ثاني، الإعلام التربوي والتربية الإعلامية- مقارنة نسقية مفاهيمية، مجلة الدراسات الإعلامية - المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد السابع، مايو 2019م،
- 14) ريهام عبد الرازق محمود خطاب، فاعلية استخدام برنامج للتربية الإعلامية في إدراك عينة من الأطفال المقربين للتعنف التلفزيوني، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 2013م.
- 15) رشا عبد اللطيف محمد عبد العظيم، معايير التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها في مصر على المضامين التلفزيونية من منظور الخبراء، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2011م.
- 16) سحر أم الرتم، سامية عيواج: التربية الإعلامية والرقمية ضمن متطلبات التنشئة الاجتماعية، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 16، العدد 1، 2019م.
- 17) سعيد إسماعيل علي: التربية السياسية للأطفال، القاهرة، دار السلام، 2008م.
- 18) سليمان صالح، الإعلام الدولي، مكتبة الفالح للنشر، 2003م.
- 19) شريف درويش اللبان، الدور الإعلامي للمواقع الإلكترونية للمؤسسات التعليمية في خدمة العملية التعليمية، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، العدد 7 يوليو 2016م.
- 20) شريفة رحمة لله سليمان: استخدام تكنولوجيا الاتصال في نشر مفهوم التربية الإعلامية بمدارس دولة الإمارات العربية المتحدة»، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2013م.
- 21) شادية على فؤاد قناوي: قضايا عربية معاصرة»، الدار المصرية السعودية، 2006م.
- 22) فرج وآخرون، دور معلمة قسم الطفولة المبكرة في إدارة الأنشطة اللاصفية لتعزيز القيم والهوية الوطنية لطفل الروضة في ضوء رؤية 2030، مجلة العلوم التربوية، كلية التربية بالخرقة، جامعة جنوب الوادي، 3(1)، 2020م.
- 23) عبد الرحمن وآخرون، اتجاهات الأساتذة حول أبعاد التربية الإعلامية في المؤسسات التربوية دراسة ميدانية لعينة من أساتذة التعليم الابتدائي بوادي زناتي، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائرية، 2023م
- 24) عبد الله بن يحيى المعلمي: «الاقتصاد والثقافة في الوطن العربي، نظرة مستقبلية»، ندوة مستقبل الثقافة في العالم العربي، مكتبة الملك عبد العزيز، الرياض، 2002م.
- 25) عدلي سيد رضا: التربية الإعلامية ضرورة في عصر الفضائيات والإنترنت، 2009م.
- 26) عزة مصطفى الكحكي: «القنوات الفضائية الأجنبية وانعكاساتها على الهوية وأزمة القيم لدى عينة من الشباب العربي في مرحلة المراهقة»، المؤتمر السنوي التاسع، الإعلام المعاصر والهوية العربية، مايو، 2004م.
- 27) غادة حسام الدين محمد: «أثر استخدام برنامج المشاهدة الناقدة على عينة من الأطفال المصريين» دراسة تجريبية، رسالة دكتوراه، معهد الدراسات العليا للطفولة والإعلام وثقافة الطفل، عين شمس، 2006م.

- 28) محمد بن سليمان الصبيحي، اتجاهات النخب الإعلامية والتربوية نحو إقرار مادة التربية الإعلامية في التعليم ما قبل الجامعي دراسة ميدانية على عينة من الأكاديميين والقياديين والمهنيين السعوديين، المجلة العلمية لنشر البحوث، كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - الرياض، العدد السادس، 1-7-2022م.
- 29) محمد ناجي الدعيس، أحمد يحيى الشاطبي، دور الإدارة التربوية في التربية الإعلامية في ظل التحولات الإقليمية المعاصرة من وجهة نظر معلمي المرحلة الثانوية بمدارس أمانة العاصمة- صنعاء، مجلة الأندلس للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد (42) المجلد (8) أبريل - يونيو 2021م.
- 30) 2021م.
- 31) محمود أبو زيد: «اللغة في الثقافة والمجتمع»، ط1، القاهرة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2006م.
- 32) نهى السيد أحمد ناصر: التربية الإعلامية ودورها في بناء شخصية المعلم، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، العدد السادس، أبريل 2016م.
- 33) محمود عبد العاطي، عبد السلام محمد: تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكاديمية، رسالة دكتوراه جامعة بنها، مصر، 2017م.
- 34) محمد علي العياد: «الأعلام التربوي» مفهومه، تعريفه، علاقته بالعلوم الأخرى»، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2008م.
- 35) محمد عطية أبو فودة، دور الإعلام التربوي في تدعيم الانتماء الوطني لدي الطلبة الجامعيين في محافظات غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية جامعة الأزهر، غزة، 2006م.
- 36) محمد عبد الرؤوف عطية: التعليم وأزمة الهوية، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر. 2009م.
- 37) مصطفى لبيبي، الثقافة والإذاعة « مشكلات وقضايا»، مجلة الفن الإذاعي، العدد 2005، 178م.
- 38) مؤيد عبد الجبار الحديثي، العولمة الإعلامية والأمن القومي العربي، العربية للنشر والتوزيع، 2002م.
- 39) مصطفى محمد رجب، الإعلام والمعلومات في الوطن العربي في ظل إرهاب العولمة «مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2007م.
- 40) مي أبو مقل: في العالم الرقمي الحديث، التربية الإعلامية ضرورة لا رفاهية»، مجلة المرأة، 29 ديسمبر 2015م.
- 41) نهله أحمد درويش: «العولمة وتغيير أنساق القيم -دراسة تطبيقية على الدراسات المصرية»، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الآداب، 2009م.
- 42) نهى السيد أحمد ناصر، التربية الإعلامية ودورها في بناء شخصية المعلم، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، العدد السادس أبريل، جزء أول، 2016م.
- 43) هاجر محمد الشافعي محمد، العلاقة بين أنماط التدخل الأبوي وطبيعة التأثيرات الناتجة عن تعرض الطفل المصري للقنوات الفضائية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2013م.

المراجع باللغة الإنجليزية:

- 1) Bucht ,c: Media Education Development Among youth According to New Media Proceedings: A pilot Study Children, youth, Media in the World, . 2014.
- 2) «Between cultures», Seventh editions, wadsworth. Cengage. Learning, 2010.
- 3) Chappell, G, Feline &, R: Hobbs, Reflections on global developments in Media Literacy Education: Bridging theory and practice. Journal of Media Literacy Education (32) ,2013.
- 4) Jean- Claude usunier, Julie Anne lee: «Marketing Across cultures», Fifth edition, prentice Hall, 2009.
- 5) Jordon Kathleen Bur son Measuring Media Literacy Among Collegiate Journalism Students, Master Thesis, Oklahoma State University, USA,2010.
- 6) Kiefer Lee, Steve Carter: «Global marketing Management. Changes. New challenges and Strategies», Second edition, 2009.
- 7) Senge, Peter and Others, Schools that learnA fifth Discipline Resource, New York: Doubleday,2000.
- 8) LarryA. Samovar, Richard E-porter and Edwin R. McDaniel: «Communication
- 9) Marieke demooij: «Global Marketing and advertising understanding cultural paradoxes», third edition, Sage, publication, inc, 2010.
- 10) Michael R. Czinkota, Ilkka A. Ronkainen: «International marketing», Fifth edition, The Dryden press, 1998.
- 11) Web et at:Media Literacy as a violence- prevention Strategy; A pilot Evaluation.Unpublished PhD.California University,2009.
- 12) Silverblatt, AMedia literacy: Key elements to interpreting media messages .Praeger: London. 1995.