



جامعة المنصورة
كلية التربية



**معوقات دور الإعلام التربوي في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال
لدى طلاب التعليم الثانوي الفني بمحافظة الشرقية
(دراسة ميدانية)**

إعداد

حاتم محمد محمد عثمان شلبي

إشراف

أ.د/ أشرف السعيد أحمد

أستاذ ورئيس قسم أصول التربية
كلية التربية - جامعة المنصورة

أ.د/ على عبد ربه حسين

أستاذ أصول التربية وعميد ووكيل الكلية
للدراسات العليا والبحوث
كلية التربية - جامعة المنصورة

مجلة كلية التربية – جامعة المنصورة

العدد ١٢٧ – يوليو ٢٠٢٤

معوقات دور الإعلام التربوي في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلاب التعليم الثانوي الفني بمحافظة الشرقية (دراسة ميدانية)

حاتم محمد عثمان شلبي

ملخص البحث:

هدف البحث إلى الكشف عن معوقات دور الإعلام التربوي في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلاب التعليم الثانوي الفني بمحافظة الشرقية. وتحقيقاً لهدف البحث استخدم الباحث المنهج الوصفي، واعتمد على استبانة طبقت على عينة قوامها (387) من مديري ومعلمي مدارس التعليم الثانوي الفني بمحافظة الشرقية. وتوصل البحث إلى العديد من النتائج أهمها: اتفاق استجابات أفراد العينة حول معوقات دور الإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلابها، وقد جاءت جميع أبعاده بدرجة موافقة مرتفعة، ولم توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد العينة طبقاً لمغيري الوظيفة وسنوات الخبرة، وانتهت الدراسة إلى وضع تصور مقترح لتطوير دور الإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلابها. وأوصي البحث بالعديد من التوصيات، منها: اتفاق استجابات أفراد العينة حول مؤشرات معوقات دور الإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلابها، وقد جاءت جميع أبعاده بدرجة موافقة مرتفعة، وانتهت الدراسة إلى التعرف على معوقات دور الإعلام التربوي في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلاب التعليم الثانوي الفني بمحافظة الشرقية.

الكلمات المفتاحية: الإعلام التربوي – ثقافة ريادة الأعمال.

Abstract:

The research aimed to reveal the obstacles to the role of educational media in promoting the culture of entrepreneurship among technical secondary education students in Sharkia Governorate. To achieve the research objective, the researcher used the descriptive approach and relied on a questionnaire applied to a sample of (387) directors and teachers of technical secondary education schools in Sharkia Governorate. The research reached many results, the most important of which are: agreement of the sample members' responses regarding the obstacles to the role of educational media in technical secondary education schools in promoting the culture of entrepreneurship among their students. All its dimensions came with a high degree of agreement, and there were no statistically significant differences between the average responses of the sample members according to the variables of job and years of experience. The study concluded with a proposed vision to develop the role of educational media in technical secondary education schools in promoting the culture of entrepreneurship among their students. The study recommended several recommendations, including: agreement of the sample members' responses regarding the indicators of the obstacles to the role of educational media in technical secondary schools in promoting the culture of entrepreneurship among their students. All of its dimensions came with a high

degree of agreement. The study concluded with identifying the obstacles to the role of educational media in promoting the culture of entrepreneurship among Governorate.

Keywords: Educational media - Entrepreneurship culture.

مقدمة البحث:

شهد العالم مع أواخر الألفية الثانية وبداية الألفية الثالثة نقلة نوعية في مجال المبادرة وخلق فرص العمل ، وزادت أهمية القدرة التنافسية ليس فقط علي مستوي الدول، بل أيضاً علي المستوي الفردي، وصارت فرص العمل سريعة التبدل وتغيرت علاقات العمل، من خلال التوجه نحو العمل عن بعد، والعمل الحر ، ، واستجابة لتلك التأثيرات؛ فقد بدأت المؤسسات المختلفة تدرك بشكل متزايد أهمية التنافسية البشرية كضرورة للبقاء والنجاح، ودعا هذا الأمر إلى ضرورة الاهتمام بالموارد البشري كأصل تنافسي استراتيجي يتم تطويره وتحفيزه واستثماره ، وأصبحت الحاجة أكثر لتقافة متطورة تستجيب لكل هذه المعطيات.

البطالة من أخطر المشكلات التي تواجه المجتمع المصري لما لها من آثار سلبية على المستويين الاقتصادي والاجتماعي؛ حيث تشير إحصائيات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء المصري (٢٠٢٢، ١) حسب تقديرات الربع الثالث من عام ٢٠٢٢م إلى أن نسبة البطالة في مصر بلغت ٧,٢%، وجاءت نسبة ٨٤,٩% من إجمالي المتعطلين من حملة المؤهلات خلال الربع الثالث لعام ٢٠٢٢.

ويُعد العنصر البشري أداة الحضارة وعمادها، وأساس النشاط الإنتاجي والتكوين الاقتصادي، فمن يعتقد أن تقدم وتطور الحضارة الغربية جاء بفعل التكنولوجيا وحدها فهو مجافٍ للحقيقة؛ لأن التكنولوجيا لا تنشأ من فراغ بل تحتاج إلى إنسان ليصنعها ويستخدمها؛ فالنقد الذي بلغته الدول الغربية جاء نتيجة لاهتمامها بالعنصر البشري والاستثمار فيه وتوفير الظروف الملائمة التي تساعده على الابتكار والإنتاج (عبد الحي، ومطر، ٢٠١٨، ١٣).

وتهدف منظومة التعليم الفني إلى تنمية القدرات الفنية لدى الدارسين في مجالات الصناعة، والزراعة، والتجارة، والإدارة والخدمات السياحية، وتماشياً مع توجه الدولة في دستور ٢٠١٤م، حيث ينص على أن تلتزم الدولة بتشجيع التعليم الفني والتقني والتدريب المهني وتطويره، والتوسع في أنواعه كافة وفقاً لمعايير الجودة العالمية، وبما يتناسب مع احتياجات سوق العمل بالتشغيل (دستور جمهورية مصر العربية، ٢٠١٤).

وقد أدركت الدولة أهمية الإعلام التربوي المدرسي داخل المجتمع، ونظراً لدور أخصائي الإعلام التربوي، وتقديراً لرسالته لدى جماهير الحقل التعليمي والمهتمين به؛ كان من الضرورة تفعيل البرامج، والأنشطة الإعلامية في المدارس، حيث يعتبر الإعلام المدرسي أحد المحاور الرئيسية والمهمة في بناء شخصية الطلاب.

وأشارت دراسة عبد الرحمن (٢٠١٥، ١٠)، إلى أن ممارسات وسلوكيات ريادة الأعمال والمشاريع الريادية بحاجة إلى ترسيخ ثقافة ريادة الأعمال وبخاصة في البلدان النامية، حيث يقدم التعليم الفني قناة عملية موجهة نحو ريادة الأعمال، والتي من خلالها يكتسب الطلاب المعرفة الأساسية عن ريادة الأعمال، وتطوير المهارات للعمل بسلوك ريادي في مكان العمل، وإلى قدرة الفرد على تحويل الأفكار إلى أفعال، والابتكار والإبداع وتحمل المخاطر، وكذلك القدرة على التخطيط وإدارة المشروعات بما يحقق الأهداف المطلوبة.

مما سبق، يتضح وجود انتباه متنامي بأهمية بناء جيل من رواد الأعمال لصناعة التغيير الاجتماعي وخلق القيمة المضافة، ويظهر جلياً أن للإعلام التربوي دوراً مهماً في تعزيز نشر ثقافة ريادة الأعمال بين طلاب التعليم الثانوي الفني، للتغلب على حجم البطالة المتزايد.

مشكلة الدراسة:

في ظل التدهور الاقتصادي الذي مر به المجتمع المصري نتيجة الظروف السياسية بالإضافة إلى تزايد حدة البطالة، وهجرة الكفاءات إلى الخارج، تأتي أهمية ريادة الأعمال بالنسبة لمصر من خلال بعض الإحصائيات حيث أن نسبة السكان بين أعمار (٢٥ - ٦٠) عام تبلغ حوالي ٥٠%، وتبلغ نسبة البطالة حوالي ١٢,٨% حسب تقديرات الربع الثالث من عام ٢٠١٧، كما تحتاج مصر إلى أكثر من ٧٠٠,٠٠٠ وظيفة سنوياً، وذلك مع الأخذ في الاعتبار أن الاتجاه الحالي هو عدم تقديم وظائف في القطاع الإداري (شتا، ٢٠١٦، ٦).

ومن خلال عمل الباحث كأخصائي إعلام تربوي في إحدى المدارس الثانوية الفنية بمحافظة الشرقية، فقد لاحظ أن هناك بعض الأدوار المفقودة ما بين تخصصه (الإعلام التربوي)، وبيئة العمل بمدارس التعليم الثانوي الفني، وأهمها عدم تحقيق بعض وظائف الإعلام التربوي المتمثلة في (التثقيف، والتوجيه والإرشاد، وتنمية الوعي الإعلامي، وغرس القيم التربوية) لمواجهة أخطر المشكلات التي تواجه خريجي هذه المدارس وهي مشكلة البطالة، وعلية تبلورت مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي:

ما معوقات دور الإعلام التربوي في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلاب التعليم الثانوي الفني بمحافظة الشرقية؟

ويتفرع من التساؤل الرئيس الأسئلة الآتية:

- ١- ما الأسس الفكرية الحاكمة لمنظومة الإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني؟
- ٢- ما البنية الفكرية الحاكمة لثقافة ريادة الأعمال بالتعليم الثانوي الفني؟
- ٣- ما معوقات دور الإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلابها بمحافظة الشرقية؟

أهداف البحث:

يتمثل الهدف الرئيسي للبحث في التعرف على معوقات دور الإعلام التربوي في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلاب التعليم الثانوي الفني بمحافظة الشرقية، ويتفرع من الهدف الرئيس الأهداف الآتية:

- التعرف على الأسس الفكرية الحاكمة لمنظومة الإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني.
- الوقوف على الإطار الفكري لثقافة ريادة الأعمال.
- تحديد معوقات تطوير دور الإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلابها.

أهمية البحث:

تتمحور أهمية الدراسة فيما يلي:

- ١- طبيعة موضوع الدراسة حيث إنها تتفق مع سياسات الدولة في إصلاح نظم التعليم بشكل عام والتعليم الفني بشكل خاص، وأنه يتزامن مع التغيرات التي يشهدها المجتمع المصري لتحقيق التنمية المستدامة والتي تستوجب تطوير التعليم الثانوي الفني طبقاً لرؤية مصر ٢٠٣٠.

٢- أهمية توطين ثقافة ريادة الأعمال لدى طلاب التعليم الثانوي الفني، بم يؤدي إلى تحفيزهم على البدء مشاريع ريادية، وتشكيل اتجاهات إيجابية لديهم نحو العمل الحر.

٣- ندرة الدراسات السابقة في هذا الموضوع حيث لم يتوصل الباحث -على حد علمه- إلى أي دراسات تناولت موضوع تطوير دور الإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني لتعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلابها، في الوقت الذي يعتبر فيه تطوير دور الإعلام التربوي، ونشر ثقافة ريادة الأعمال لطلاب التعليم الفني من القضايا المحورية والحيوية في المجال التربوي.

٤- قد تفيد هذه الدراسة القائمين على تطوير دور الإعلام التربوي بمديرية التربية والتعليم، وكذا وزارة التربية والتعليم من خلال النصوص المقترحة والاستفادة من استخدام الفنون الإعلامية في نشر ثقافة ريادة الأعمال لطلاب مدارس التعليم الثانوي الفني.

منهج البحث:

وفقاً لطبيعة البحث الحالي، وما تقضيه الإجابة عن تساؤلاته، وتحقيق أهدافه، يستخدم البحث الحالي المنهج الوصفي وذلك من أجل التعرف على الإطار الفكري لثقافة ريادة الأعمال بمدارس التعليم الثانوي الفني، والتعرف الأسس الفكرية الحاكمة لمنظومة الإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلابها، للوقوف على معوقات تطوير دور الإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني لتعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلابها.

أدوات البحث:

يعتمد البحث الحالي على استبانة موجهة إلى عينة من مديري ومعلمي بعض مدارس التعليم الثانوي الفني بمحافظة الشرقية؛ بهدف الوقوف على معوقات تطوير دور الإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني لتعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلابها.

مصطلحات البحث:

تمثلت مصطلحات البحث الحالي فيما يلي:

(١) الإعلام التربوي: Educational Media

يمكن تعريف الإعلام التربوي بأنه: الأنشطة الإعلامية اللاصفية التي يمارسها الطلاب داخل المجتمع المدرسي، المتمثلة في الصحافة والإذاعة المدرسية، والمناظرات والبرلمان المدرسي، تحت إشراف أخصائي الإعلام المدرسي، بهدف اكتشاف المواهب وتنميتها وتدريبهم على العمل الإعلامي، وتقديم رسائل إعلامية ذات أهداف تربوية، لإحداث توعية اجتماعية وثقافية وتربوية وسياسية لأفراد المجتمع المدرسي.

(٢) ثقافة ريادة الأعمال: Entrepreneurial culture

تعرف الأنشطة الطلابية إجرائياً في هذا البحث: بأنها البرامج والأنشطة اللامنهجية والتي تقام داخل الحرم الجامعي ويمارسها الطلاب باختيارهم وتعبير عن ميولهم وقدراتهم ورغباتهم الشخصية، وذلك تحت إشراف النشاط الطلابي بالجامعة بهدف إكساب الطلاب القيم والخبرات والمعارف التي تسهم في تحقيق الأهداف التعليمية.

الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات السابقة التي تتناول بعض جوانب هذا البحث، وقد استفاد منها الباحث في اختيار موضوع البحث، ويمكن عرض هذه الدراسات مرتبة ترتيباً تصاعدياً من الأحدث إلى الأقدم في محورين، هما: (الإعلام التربوي، ثقافة ريادة الأعمال)، وذلك من خلال عرض الهدف من كل دراسة، والمنهج المستخدم فيها، وبعض النتائج والتوصيات التي توصلت إليها الدراسة، وذلك على النحو التالي:

المحور الأول: دراسات حول الإعلام التربوي:

١- دراسة البنا (٢٠٢٢)، بعنوان: " دور الإعلام التربوي في التعليم الثانوي الفني في تجديد لغة الخطاب التربوي لدي طلابه".

هدفت الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس وهو تقديم تصور مقترح لتفعيل دور الإعلام التربوي في تجديد لغة الخطاب لدي طلبة التعليم الثانوي الفني لمواجهة التغييرات المجتمعية المعاصرة، ولتحقيق هذا الهدف استخدمت المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت استبانتيين أحدهما طبقت علي عينة من المعلمين قوامها (٥٠٠) مفردة والأخرى طبقت علي عينة من طلبة التعليم الثانوي الفني بمدارس محافظة أسيوط قوامها (١٥٠٠) طالب وطالبة، في ست إدارات ، وتوصلت الدراسة الي عدة نتائج أهمها عزوف بعض الطلبة عن المشاركة في الأنشطة الإعلامية بمدارس التعليم الثانوي الفني، وُبعد الأنشطة الإعلامية عن اهتمامات الطلبة وقصور دور الفنون الإعلامية (أنشطة الإذاعة المدرسية والصحافة والندوات والملصقات) عن جذب اهتمام الطلبة وضعف فاعلية أنشطة الإعلام المدرسي في تقديم أنشطة جاذبة تغير في بعض السلوكيات غير المرغوب فيها من بعض الطلاب مثل العنف اللفظي.

٢- دراسة سليمان (٢٠٢٣)، بعنوان: " بعض وظائف الإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني في ضوء المشاركة المجتمعية بمحافظة كفر الشيخ".

هدفت الدراسة إلى التعرف علي الأسس النظرية للإعلام التربوي والمشاركة المجتمعية بمدارس التعليم الثانوي الفني في ضوء الفكر الإداري المعاصر، والتعرف علي العلاقة بين الإعلام التربوي والمشاركة المجتمعية بمدارس التعليم الثانوي الفني وتحقيق هذا الهدف استخدمت المنهج الوصفي ، من خلال استبانة مكونة من أربع محاور متمثلة في (٤٦) عبارة حول الوظائف التنقيفية للإعلام التربوي والتوجيه والإرشاد وتنمية الوعي وغرس القيم التربوية في ضوء المشاركة المجتمعية، وتوصلت الدراسة إلي عدة نتائج أهمها قلة التواصل بين إدارة مدارس التعليم الثانوي الفني وأعضاء المجتمع المحلي مما يجعل حضورهم للندوات والمحاضرات التنقيفية ضعيف جداً، وضعف خطط توعية المعلمين بأهمية المشاركة المجتمعية، افتقار مدارس التعليم الثانوي الفني لمستلزمات عمل أخصائي الإعلام التربوي مثل (المسرح المدرسي، حجرة النشاط، كتب ومراجع التخصص، الإنترنت وميكروفونات الإذاعة)، مع ضعف ميزانية الأنشطة، وضعف تعاون المدرسين وتفهمهم للدور الهام للإعلام التربوي بالمدرسة.

المحور الثاني: دراسات حول ثقافة ريادة الأعمال في التعليم الثانوي الفني:

١- دراسة زيدان (٢٠٢١)، بعنوان: " مهارات سوق العمل اللازمة لطلاب المدارس الثانوية الفنية الصناعية بمصر على ضوء الثروة الصناعية الرابعة ومتطلبات تنميتها".

هدفت الدراسة إلى الوقوف على أهم ملامح الثورة الصناعية الرابعة وانعكاساتها على التعليم الثانوي الفني الصناعي، وإعداد قائمة بمهارات سوق العمل الواجب توافرها لطلاب المدارس الثانوية الفنية الصناعية بمصر على ضوء الثورة الصناعية الرابعة ومتطلبات تنميتها.

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي باعتباره أحد مناهج البحث العلمي التي تهدف إلى جمع معلومات وحقائق مفصلة تصف ظاهرة ما، واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات للوصول إلى قائمة بمهارات سوق العمل الواجب توافرها لطلاب المدارس الثانوية الفنية الصناعية بمصر.

وتوصلت الدراسة إلى ضرورة إشراك الطلاب في مناقشة مشكلات المجتمع المحلي من خلال عقد اللقاءات المنتظمة بحضور المسؤولين وتأمين بيئة صافية آمنة بها قدر من الحرية تشجع الطلاب على اكتشاف ذواتهم وتنمية مهاراتهم.

٢- دراسة السبكي (٢٠٢٢)، بعنوان: "معوقات تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدي طلاب المدرسة الثانوية الفنية وسبل التغلب عليها".

هدفت الدراسة إلى التعرف على معوقات تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدي طلاب المدرسة الثانوية الفنية وسبل التغلب عليها.

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي لجمع المعلومات حول معوقات تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدي طلاب مدارس الثانوية الفنية، وسبل التغلب عليها، والتحديات الحالية والمستقبلية، واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات للوصول إلى تحديد معوقات تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدي طلبة المدارس الثانوية الفنية في مصر.

وتوصلت الدراسة إلى أبرز هذه المعوقات والمتمثلة في وجود قصور عند نشر ثقافة ريادة الأعمال داخل البيئات التعليمية، ووجود ضعف في التعلم القائم على الابتكار والإبداع والنقد والاستنتاج والاستنباط والاستقراء ومن ثم طرحت الدراسة عدة إجراءات للتغلب على هذه المعوقات من أهمها التوسع في برامج التدريب التي من شأنها تنمية وتطوير الذات، وبناء القدرات الشخصية واكتساب مهارات العمل الأساسية، مثل مهارات الاتصال والتخطيط والتسويق.

أولاً الإطار النظري للبحث:

تتضمن الإطار النظري للبحث الجوانب والموضوعات التالية:

أولاً: مفهوم الإعلام التربوي

يعد الإعلام ساحة مفتوحة للكثير من المعارف والعلوم المختلفة التي تستفيد من التقنية والحرفية في نشرها بين أكبر عدد من الناس، ولقد أنتج الالتقاء بين الإعلام والتربية كيان جديد هو الإعلام التربوي، هو كيان إعلامي يحقق الأهداف التربوية للعملية الإعلامية، ويتسم بالصدق والموضوعية ويسعى إلى تكوين المعرفة والوعي والإدراك والاتجاهات لدي المتلقين، وذلك ما يدفع إلى أهمية تعريف الإعلام:

١- تعريف الإعلام

أضحى للإعلام منذ بدايته الأولى مكانة هامة لدى الأفراد، وان الهدف الأساسي للإعلام لا يقتصر على مجرد تزويد الأفراد بالحاجات الأساسية وانما الهدف الرئيسي هو الرغبة في الاتصال بمن حوله من البشر لنقل أفكاره وعاداته وعقائده.

ويعرف السعيد، وعبادة (٢٠١٨، ٥٧)، الإعلام بأنه: "العملية الإعلامية التي تبدأ بمعرفة معلومات ذات أهمية (الخبر الصحفي)، أي معلومات جديدة بالنشر والنقل، ثم تتوالى مراحلها: تجميع المعلومات من مصادرها، ثم نقلها، والتعامل معها وتحريرها، ثم نشرها وإطلاقها أو إرسالها عبر صحيفة، أو وكالة، أو إذاعة، أو محطة تلفزيونية".

٢- الإعلام التربوي

الإعلام التربوي تعبير يطلق على الأنشطة المدرسية ذات الطابع الإعلامي والتي يمارسها الطلاب داخل المدرسة، وأحياناً خارجها مثل (الصحافة المدرسية، والإذاعة المدرسية، المسرح المدرسي، والألقاء، الندوات، المناظرات)، تحت إشراف متخصص في علوم الاتصال في المؤسسات التعليمية، والإعلام التربوي مجال خصب يجذب إليه نخبة متميزة من الطلاب في المدرسة، من الذين يتمتعون بحس إعلامي وموهبة صحفية وإذاعية كامنة، أو الذين يمتلكون أدوات لغوية أو فنية خاصة تحتاج الظهور إلى حيز الوجود.

وعرفته وزارة التربية والتعليم والتعليم الفني في الخطة العامة المنظمة للإعلام التربوي بأنه "عملية توظيف وسائل الاتصال بطريقة مثلى من أجل تحقيق الأهداف التربوية المرسومة في السياسة التعليمية والسياسة الإعلامية للدولة" (وزارة التربية والتعليم، ٢٠١٧، ١).

و يتبنى البحث الحالي التعريف الإجرائي التالي للإعلام التربوي:
يُعرف الإعلام التربوي بأنه: "الأنشطة الإعلامية اللاصفية التي يمارسها الطلاب داخل المجتمع المدرسي، المتمثلة في الصحافة والإذاعة المدرسية، والمناظرات والبرلمان المدرسي، تحت إشراف أخصائي الإعلام المدرسي، بهدف اكتشاف المواهب وتنميتها وتدريبهم على العمل الإعلامي، وتقديم رسائل إعلامية ذات أهداف تربوية، لإحداث توعية اجتماعية وثقافية وتربوية وسياسية لأفراد المجتمع المدرسي".

ثانياً: أهداف الإعلام التربوي في المؤسسات التعليمية

الإعلام التربوي هو أداة قوية وفعالة تسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف النبيلة داخل المؤسسات التعليمية، هذه الأهداف تتجاوز مجرد نقل المعلومات، بل تهدف إلى تشكيل عقول ووجدان الطلاب، وتزويدهم بالمهارات والمعارف التي تمكنهم من التعامل مع تحديات العصر. يري البناء؛ ومحمود (٢٠٢٢، ٢٨٣-٢٨٤) أن من أهداف الإعلام التربوي في مؤسسات التعليم ما يلي:

- ١- تعريف الطلاب بواقع مجتمعهم وتاريخهم وأمجادهم.
- ٢- إثراء العملية التعليمية وزيادة عائدتها، ودعم المناهج الدراسية في تحقيق أهدافها.
- ٣- غرس القيم الديمقراطية لدى الطلاب وتدريبهم على إبداء الرأي واحترام الرأي الآخر.
- ٤- تنمية الاتجاهات السلوكية البناءة، والمثل العليا ونشرها في المجتمع.
- ٥- التعريف بجهود الدولة تجاه الوطن وتنمية الأساس القومي والانتماء لدى الطلاب.
- ٦- الاهتمام بعناصر العملية التعليمية (المعلم، الطالب، المنهج، المبنى المدرسي، ولي الأمر). مما سبق؛ يتضح أن الإعلام التربوي يلعب دوراً مهماً في المؤسسات التعليمية، وله عدة أهداف رئيسية يسعى الي تحقيقها على رأسها: تعزيز الثقافة العامة بين الطلاب والمجتمع، وتشجيع الروح الابتكارية وتلمس مشكلات المجتمع.

ثالثاً: أهمية الإعلام التربوي في المؤسسات التعليمية

هناك الكثير من الباحثين ممن تطرق إلى أهمية الإعلام التربوي؛ في الحفاظ على النسيج الاجتماعي للمجتمع، الإسهام في تحقيق الأهداف التربوية والتعليمية والإعلامية، والحد من انتشار الأمية، وتوصيل المعارف والأفكار والآراء بطريقة صحيحة وصادقة وسليمة (الغنامي، ٢٠٢٠، ٤٥ - ٨٠).

وتتضح أهمية الإعلام التربوي في مؤسسات التعليم فيما يلي:

- ١- العمل على إثراء الخبرات المقدمة، ونشر مفهوم التعليم بشكل جزري في ظل التطور التكنولوجي والنفوذ الإلكتروني، وتحسين المتلقي بالمعلومات الصادقة والسليمة والصحيحة (بصفر وآخرون، ٢٠١١، ٧٩).
- ٢- يشجع الإعلام التربوي الهوايات العلمية والفنية المختلفة لدى الطلاب وتوفير فرص لتكوين شخصيات الطلاب، وبنائها الاجتماعي السليم، واكتشاف الميول والقدرات، ولذلك يجد كل طالب نفسه وذاته أثناء النشاط المسرحي أو الإذاعي أو الصحفي، وتُظهر قدراتهم على الإبداع، والابتكار (غازي، ٢٠٢٢، ٦٦).
- ٣- يعمل على إشباع الكثير من حاجات الطلاب، وإثارة اهتماماتهم نحو موضوعات الدراسة، تطوير مخرجات العملية التعليمية من الطلاب، والبحثية والارتقاء بكفاءة وفعالية الخدمات التعليمية والمجتمعية (طبيوني، ٢٠١٧، ٥٣).

وهكذا فإن أهمية الإعلام التربوي تتنوع حسب طبيعة الفعل التربوي في اتجاهاته المختلفة؛ وذلك من خلال تنمية مهارات الابتكار والإبداع لدى الطلاب عبر ما يقدمه هذا الإعلام من برامج تعليمية تعود بالنفع والفائدة على المعلمين والإدارة المدرسية والأسرة والمجتمع.

رابعاً: عناصر ووسائل الاتصال في الإعلام التربوي

يسعى الإعلام التربوي إلى الحصول على المعلومات وتبادلها ونشرها من خلال عناصر الاتصال الإعلامية المتنوعة لتحقيق أهداف التربية، وتكوين قدر مناسب من الوعي والمعرفة والإدراك لدى المستقبلين، بحيث يراعي اهتماماتهم ورغباتهم، فالإعلام التربوي يربط بين الإنسان وبيئته من خلال القيم والثقافات المجتمعية.

والإعلام التربوي يعتمد على مجموعة من العناصر والوسائل لتحقيق أهدافه التعليمية والتربوية، وتمر العملية الإعلامية التربوية بثلاث مراحل هي (السعدي، ٢٠١٢، ٧):

- المرحلة الأولى: استقبال المعلومات والمعارف.
- المرحلة الثانية: انتقاء المعلومات وتحليلها إلى مواد إعلامية يتم بثها وفق أهداف وسياسات الوسيلة الإعلامية.
- المرحلة الثالثة: إرسال المعلومات لكافة الجمهور المتلقي ومنها جمهور الطلبة، وتعتمد هذه المراحل الثلاثة على وجود عناصر مكونة لها، وضعها (هارولد لاسويل) بصيغة أسئلة: من who، وبأي تأثير what، وبأي أسئلة which، وبأي قناة channel، ولمن to whom، ويعتمد الإعلام التربوي على عدة عناصر للإجابة على الأسئلة، وهذه العناصر تتمثل في:

أ- العناصر الأساسية للإعلام التربوي:

- (١) المتصل أو القائم بالاتصال أو المرسل (Sender):
- (٢) الرسالة (Message):
- (٣) الوسيلة أو القناة الحاملة للرسالة (Medium or Channel):
- (٤) المستقبل (Receiver):
- (٥) رجع الصدى أو التغذية الراجعة (back Feed):
- (٦) بيئة الاتصال والسياق الذي يتم فيه (Communicational Environment and Context):

ب- وسائل الاتصال للإعلام التربوي:

وتستخدم التربية إعلامها لتحقيق الوعي لدى الأفراد عن طريق نشر المعلومات الثقافية والاجتماعي والبيئية لحماية البيئة والمجتمع وتنمية الاتجاهات والمسئولية الإيجابية، وذلك من خلال وسائل الاتصال المختلفة، والعمل على خدمة المجتمع، وإرساء القيم الأخلاقية، وتطوير مخرجات العملية التعليمية، ويمكن شرح أبرز تلك الوسائل كما أشارت لها السيد (٢٠١١، ٣٨ - ٣٩) بالآتي:

- **الوسائل المرئية:** وتشمل التلفزيون التربوي، ويعد التلفزيون الوسيلة الإعلامية الأولى من حيث الفعالية في الاتصال والتأثير على الطالب.

- **الوسائل المقروءة:** كالصحف والمجلات والمطويات والملصقات، واللافتات، ويعتمد بعضها على الجملة المعبرة الواضحة، وبعضها على الموضوعات المحددة المطولة، وتعد من أفضل وسائل الإعلام في المناسبات العامة، ويكثر استخدامها لأغراض التوعية في المدرسة وللإسهام في تحقيق الأهداف التربوية (أبو سمرة، ٢٠١٠، ١٧٧).

- **الوسائل المسموعة:** كالإذاعة المدرسية التي تتميز بانتشارها الواسع بين الطلبة، وبانخفاض تكلفة إنتاج برامجها وسهولة استقبال رسائلها الإعلامية، إضافة إلى أهميتها في تأصيل القيم التربوية ونشر الثقافة بمفهومها الواسع في المدرسة.

- **الوسائل التفاعلية:** هي الوسائل المعتمدة على الأنشطة الطلابية وهي الأنشطة التي يمارسها الطلبة داخل المدرسة، مثل (الأنشطة الكشفية، والزيارات الميدانية للمتاحف والمعارض أو إقامتها، والرحلات العلمية، الثقافية، الاجتماعية، الفنية، الرياضية، والمسرح المدرسي) والتي تمتاز بالقدرة على إيصال الأهداف التربوية بشكل غير مباشر وبأسلوب مشوق، والتي تقام داخل مرافق المدرسة طوال العام الدراسي (الذيفاني، ٢٠٠٨، ٣٢).

ثانياً: وسائل الإعلام الرقمي:

وسائل الإعلام الرقمي عديدة ومتطورة باستمرار على شبكة الانترنت، ومن أنواع وسائل الإعلام الرقمي وفقاً لما تناولته الشمايلة وآخرون (٢٠١٥، ٢٠) ما يلي:

- ١- الإعلام الرقمي القائم على شبكة الإنترنت Online وتطبيقاتها.
- ٢- الإعلام الرقمي القائم على الأجهزة المحمولة بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب.
- ٣- الإعلام القائم على استخدام الشبكة العنكبوتية، وشبكات التواصل الاجتماعي.
- ٤- الإعلام القائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون بعد إضافة مميزات جديدة لها.
- ٥- الإعلام الرقمي القائم على منصة الحاسب الآلي Offline ويتم تداول هذا النوع إما شبكياً أو بوسائل الحفظ المختلفة ويشمل العروض البصرية، والعباب الفيديوي، والكتب الإلكترونية، وغيرها.

كما يضيف الباحث إلى تلك الوسائل استخدام الشبكة العنكبوتية، وشبكات التواصل الاجتماعي، وسائر وسائل الإعلام الجديد، بصفتها أكثر الوسائل استخداماً وانتشاراً بين أفراد المجتمع والتي تتمثل في الوسائل التالية:

- ١- مواقع التواصل الاجتماعي (Social Media)
- ٢- المدونات (Blogs)
- ٣- المواقع الإلكترونية الأكاديمية (Website)
- ٤- البريد الإلكتروني (E-mail)

مما سبق؛ يتضح أن الإعلام التربوي يعتمد على مجموعة من العناصر والوسائل لتحقيق أهدافه التعليمية والتربوية، وتلك العناصر الأساسية للإعلام التربوي.

خامساً: معوقات الاعلام التربوي

تتعدد المعوقات التي تواجه الأنشطة الاعلامية في المدارس بصفة عامة حيث يمكن التعرض لها فيما يلي، عبده (٢٠١٦، ٦٧):

- ١- قلة توافر الامكانيات المادية إذ ما ازلت التخصيصات المالية لا تتناسب مع ما يقدمه مسؤولي الاعلام التربوي من تغطية النشاطات التربوية والتي يتطلب بعضها السفر.
- ٢- ضعف رغبة مسؤولي الاعلام بإقامة الندوات والورش التدريبية الاعلامية والتربوية.
- ٣- الاهمال المتعمد من بعض الإدارات للنشاطات اللاصفية التي من خلالها تبنى شخصية الطالب وتنمي مواهبه الابداعية.
- ٤- عدم وجود حوافز تشجيعية تدفع الطلبة للتنافس فيما بينهم لتقديم ابداعاتهم ونشاطهم المميز.
- ٥- ضعف ايمان بعض المسؤولين في مجال التعليم بالعملية الاعلامية وأهميتها.

ثانياً: الإطار الفكري لثقافة ريادة الأعمال في التعليم الثانوي الفني

يتمتع التعليم الفني في الدول المتقدمة بأهمية كبيرة إذ تسعى هذه الدول للحصول منه على عمالة متعلمة ومدربة على أحدث الوسائل التكنولوجية؛ فالتعليم الفني يقع على عاتقه مسئولية إعداد الكوادر البشرية المؤهلة اللازمة لخدمة خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدولة، والمزودة بمهارات سوق العمل المتغيرة (عباس، ٢٠٢١، ٥٧٥).

وإن ريادة الأعمال تُعد محورا رئيساً للتغلب على بطالة الشباب حيث إنها تعمل علي تحسين سبل العيش وتمكين الشباب اقتصاديا (البكاتوشي، ٢٠١٨، ٤٥٤). ومن ثم فإن المجتمعات في حاجة إلى ريادة الأعمال: ثقافة، وواقعاً إيجابياً نافعا في جميع المؤسسات ومنها التعليمية. إن تبني ريادة الأعمال في المجتمعات يتطلب سن التشريعات والقوانين والإجراءات التي تسهل إنشاء المشروعات الصغيرة سواء بتوفير الفرص أم تسهيل استقدام العمالة أم الاستثناء من الرسوم (سماحة، ٢٠٢٠، ٣٢١).

١ - مفهوم ثقافة ريادة الأعمال:

لقد انطلقت ثقافة ريادة الأعمال من حقيقة تمكين الإنسان من أن يكون فاعلا ومعتدا على نفسه وشريكا حقيقيا في النشاط الاقتصادي وفي خلق فرص العمل بدلا من البحث عنها، ويتطلب ذلك تعزيز وتشجيع الروح الريادية من خلال تحرير مواهب وخيال وإبداع الشباب كقادة للتغيير (خيرى، ٢٠١٩، ٤٢٢).

أشارت دراسة بلال؛ عبد الحميد (٢٠٢٠، ٨٠)، في رسدها لمفهوم ثقافة الأعمال إلى كونها "مجموعة من القيم والمعتقدات والمواقف الشائعة في المجتمع والتي تدعم ضرورة نظام حياة رواد الأعمال، وبالتالي البحث عن سلوك ريادي فعال من قبل الأفراد أو المجموعات، كما تعد اتجاهاً اجتماعياً إيجابياً نحو المغامرة الشخصية التجارية والمخاطرة والاستقلال، والإنجاز، وغيرها، الأمر الذي يمكن من حدوث تغييرات وابتكارات جذرية في المجتمع". وتعرف ثقافة ريادة الأعمال في هذا البحث إجرائياً بأنها: مجموعة المعارف والقيم والمعتقدات والاتجاهات والمواقف الشائعة في المجتمع والممارسات التي تشكل وعي الطلاب ووجدانهم، وترتبط إدارة المدرسة الثانوية الفنية أن تغرسها في نفوس طلابها من خلال ممارسة أنشطة الإعلام التربوي (المدرسي)، من أجل دعم ممارسة العمل الحر لديهم والارتقاء بثقافة العمل الريادي الفعال المبني على المغامرة الشخصية والمخاطرة والاستقلال، والإنجاز، وغيرها، لتوفير فرص عمل أفضل.

٢ - أهمية تعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلاب مدارس التعليم الثانوي الفني

وترجع أهمية ثقافة ريادة الأعمال في أنها تكسب الأفراد معرفة بعالم الأعمال، وتعزز من جاهزيتهم لسوق العمل من خلال تزويدهم بالمعارف والمهارات المطلوبة لعمل المشروعات، كما أنها تزكي روح المبادرة والمنافسة لدى الأفراد، وتحفزهم على التوظيف الذاتي والاعتماد على أنفسهم في إدارة شؤون حياتهم العملية، ومن ثم يشعرون بالرضا الذاتي عن أنفسهم ووظائفهم التي صنعوها لأنفسهم.

وفي تقرير منظمة اليونسكو، بالتعاون مع مكتب العمل الدولي، والمعنون " نحو ثقافة ريادية للقرن الحادي والعشرين"، تم التأكيد على أهمية إنشاء ثقافة ريادية لدى الشباب من خلال تعزيز الوعي بأهمية المشاريع الريادية والعمل الذاتي وتطوير الاتجاهات الإيجابية نحوهما، وتقديم المعارف والمعلومات حول الممارسات الفعالة لبدء وتشغيل المشاريع الريادية (UNESCO & ILO , 2006).

ولذلك اعتبرت كيربي وإبراهيم Kirby & Ebrahim (٢٠١١، ٤٠٣) أن الحاجة إلى تطوير ثقافة ريادة وتطوير المهارات والاتجاهات والسلوكيات الضرورية لإعداد الشباب وغيرهم لمتابعة الفرص، تمثل أحد التحديات الرئيسية التي تواجه جميع الاقتصادات.

٣- أهداف تعزيز ثقافة ريادة الأعمال بمدارس التعليم الثانوي الفني:

لكي يتم نشر وتعزيز ثقافة ريادة الأعمال في مدارس التعليم الثانوي الفني، فإن عليها إعادة النظر في أهدافها لكي تتلاءم مع توجهها الريادي الجديد، فنشر ثقافة ريادة الأعمال لها أغراض وأهداف، وهي على النحو التالي:

- تنمية الكفايات الريادية للطلاب عن طريق تدريب رواد أعمال المستقبل على إنشاء مشاريعهم وأعمالهم الخاصة وتعزيز ثقافة ريادة الأعمال والعقلية الريادية لديهم في كل مجالات التعليم.

- تطوير المهارات الشخصية للطلاب، والتي تتمثل فيما يلي:

- الرؤية المستقبلية والمرونة في بناء فرق العمل العلاقات الإيجابية في بيئة سليمة.
- المثابرة والمواظبة والثقة العالية بالنفس والنظرة التفاؤلية.

- الحاجة إلى الإنجاز والميل للاستقلال (شاهين، ٢٠٢٠، ١٢٦).

- تحقيق الريادة الاجتماعية: من خلال معالجة المخاوف الاجتماعية، بما في ذلك الحد من الفقر والبطالة والجريمة، من خلال برامج تعليمية داعمة لثقافة ريادة الأعمال (عبد الوهاب، ٢٠١٨، ٧٧١).

- توفير مصادر التمويل الذاتي، وإيجاد مصادر تمويلية غير تقليدية وتوفير بدائل تمويلية في ظل تناقص التمويل الحكومي على مستوى العالم، ومن ثم تحقيق القيمة المضافة لها

- توفير المعارف والخبرات في مجال ريادة الأعمال.

- إعداد أفراد رياديين لتحقيق النجاح عبر مراحل مستقبلهم الوظيفي ورفع قدراتهم للتخطيط للمستقبل (عيد، ٢٠١٤، ١٥٤).

- تزويد الأفراد بمهارات الأعمال الأساسية للعمل الحر أو الإدارة الذاتية والمعارف التي تساعدهم على كيفية بدء وتطوير مشروعهم الريادي الخاص (عثمان، ٢٠١٨، ٣٧٠).

٤- أبعاد تعزيز ثقافة ريادة الأعمال

بمراجعة الأبحاث والدراسات العلمية والأدبيات التي تناولت تعزيز ثقافة ريادة الأعمال تم التوصل إلى مجموعة من الأبعاد المتمثلة فيما يلي:

أ- زيادة معارف ريادة الأعمال:

فريادة الأعمال أصبحت أكثر من مجرد سلوك ومجموعة من المهارات والممارسات بل هي نظام تعليمي يتم الحصول عليه من خلال مستويات النظم التعليمية المختلفة (Asli& Abdelaziz, 2019, 368).

ب- إكساب مهارات ريادة الأعمال:

تتطلب ريادة الأعمال من الشخص الريادي اكتساب بعض المهارات التي تمكنه من إتقان العمل الذي سيقوم به من أجل خفض احتمالية المخاطرة وزيادة فرص نجاح المشروع والتي تتمثل فيما يلي:

١- مهارات إدارية: مثل التخطيط ووضع الأهداف والقدرة على التحكم بنفسه وسلوكه وتحمل المخاطرة والمواظبة والتوجه نحو التغيير والقدرة على إدارة التغيير.

٢- **مهارات فنية:** تشمل مهارات الكتابة والاتصال الشفوي والسيطرة والتحكم بالبيئة المحيطة، وإدارة العمل الفني والتكنولوجيا والعلاقة ما بين الافراد وإدارة فريق العمل.

٣- **مهارات ريادة الأعمال:** المتمثلة في بدء العمل وتطويره وإدارته بالإضافة إلى مهارات اتخاذ القرار والتسويق والتمويل والمحاسبة والإنتاج والتفاوض (توفيق؛ مرسي، ٢٠١٧، ٢١-٢٢).

ج - **تسهيل الإجراءات الإدارية:** من خلال تذليل العقبات التي تقف أمام الأفراد للحصول على التمويل الازم وتقديم تسهيلات الدفع والسادد بالإضافة إلى إعفاءات السنوات الأولى لعمل المشروع الريادي.

د- **التغلب على المعوقات:** من خلال متابعة ومساندة الريادي الراغب في ممارسة العمل الحر لإتمام إنشاء المشروع والاستعانة بمجموعة متميزة من المستشارين المتخصصين من ذوي الخبرة لإبداء الرأي والمساعدة في حل المشكلات (علام، ٢٠٢٢، ١٤٨).

و ثقافة ريادة الأعمال هي اتجاه اجتماعي إيجابي نحو المغامرة الشخصية التجارية، وتعتبر الثقافة الريادية من العوامل المهمة التي تحدد اتجاهات الأفراد نحو مبادرات ريادة الأعمال، فالثقافة التي تشجع السلوكيات الريادية كالمخاطرة والاستقلالية، والإنجاز تساعد على الترويج لإمكانية حدوث تغييرات جذرية في المجتمع (العنبي، وموسى، ٢٠١٥، ٦٢٨).

وعليه فإن بناء ثقافة ريادة الأعمال لدي المنتسبين للمجال التعليمي التربوي تتطلب مجموعة من المعارف والمعلومات، أهمها، معرفة مجالات ريادة الأعمال، والمتطلبات اللازمة لإنشاء المشروع الريادي، واسس إدارته، وكيفية تسويق المنتجات والخدمات، وأساليب دراسة احتياجات السوق وتحديدها، والمخاطر التي قد تواجه المشروعات، والجهات الداعمة للمشروعات الريادية في المجتمع المحيط (عبد الحي، مطر، ٢٠١٨، ٢٥).

٥- **معوقات نشر ثقافة ريادة الأعمال:**

تواجه عملية نشر وتعزيز ثقافة ريادة الأعمال في الوقت الحاضر في المجتمع البشري بشكل عام وفي الدول النامية بشكل خاص مجموعة من المعوقات التي تحول بينها وبين تحقيق الأهداف المنشودة، وتتنوع هذه المعوقات، فمنها ما يتعلق بالأمور الإدارية والتنظيمية والتشريعية، ومنها ما يتعلق بالمديرين والمعلمين بمدارس التعليم الثانوي الفني، ومنها ما يتعلق بالطلاب والمجتمع (معوقات مجتمعية): والتي تفرضها خصائص البيئة المجتمعية ومنظومتها الإدارية، وتتمثل هذه التحديات فيما يأتي:

- ١- غياب التعلم التطبيقي أدي إلى وجود فجوة بين احتياجات التنمية وسياسات التعليم.
- ٢- وجود ضعف في التعلم القائم على الابتكار والإبداع والنقد والاستنتاج والاستقراء.
- ٣- وجود قصور عند نشر ثقافة ريادة الأعمال في البيئات التعليمية (المبيريك والجاسر، ٢٠١٤، ١٤).
- ٤- وجود قصور في مخصصات البحث العلمي في الدول النامية - ومنها مصر - والنظر إلى الأبحاث بأنها ليست ذات جدوى (محمد، ٢٠١٨، ١٣١٥ - ١٣١٦).
- ٥- قلة توافر الموارد التكنولوجية، أي المعوقات الفنية التقنية، التي يمكن استخدامها لإحداث تغيير في قيم المادة والسلوك من حالة حاضرة إلى حالة مستقبلية (عبد الفتاح، ٢٠١٦، ٦٣٤).
- ٦- القصور في دعم المواهب والخوف من الجديد، حيث يخشى كثير من الأفراد عبء تجربة جديدة لا يعرفون نتائجها.
- ٧- وجود موروثات ثقافية في بعض الأمثال الشعبية تحض الأفراد على التمسك بالوظائف

الحكومية باعتبارها أكثر أمثاً، وقلّة التجديد والابتعاد عن المخاطرة (السبكي، ٢٠٢٢، ٣٢٧-٣٢٨).

٨- قلّة احترام قيم العمل وضعف الإيمان بالجديد وندرة الاعتراف بأهمية المرأة ودورها في المجتمع مما ينتج عنه تعطيل طاقات نصف المجتمع بجانب قلّة احترام وتقدير قيمة الوقت.

٩- تعقد الإجراءات والاستغراق في الروتين والبطء الشديد في إصدار القرارات والقصور في الكفاءات الإدارية (عبد العظيم، ٢٠١٦، ٢٢).

١٠- ندرة القيادات الإدارية القادرة على تحريك الأفراد والجماعات وإثارتهم نحو تحقيق هدف مشترك جديد لتحسين مستواهم (عبد الرحمن؛ المبيريك، ٢٠١٩، ٢٧-٢٨).

المحور الثاني: الإطار الميداني للبحث:

يتناول هذا المحور أهداف البحث الميداني، وعينته، وأداته، والنتائج، وتفسيرها كما يلي:

أولاً: أهداف البحث الميداني

تمثلت أهداف الدراسة الميدانية في تحديد معوقات دور الإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلابها.

ثانياً: مجتمع البحث وعينته

تمثل مجتمع الدراسة من مديري مدارس التعليم الثانوي الفني نظام الثلاث سنوات، ومعلميها، على مستوى محافظة الشرقية، والبالغ عددهم (٤٢) مديراً، (٣٣٦٧) معلماً وفقاً للإحصاء الصادر من (مديرية التربية والتعليم بمحافظة الشرقية ٢٠٢٣)، بتحديد حجم العينة، باستخدام أسلوب المعاينة العشوائية الطبقية مستخدماً معادلة "سنتيفن ثامبسون"، وبتطبيق المعادلة فيما يخص كل فئة من فئات مجتمع الدراسة فقد جاء حجم العينة ونسبتها كما هو مبين بالجدول التالي:

الجدول (٢): عينة الدراسة ونسبتها من المجتمع الأصلي

الفئات	مجتمع الدراسة	حجم العينة	النسبة
مديرو المدارس	٤٢	٤٢	١٠٠%
المعلمون	٣٣٦٧	٣٤٥	١٠,٢%
الإجمالي	٣٤٠٨	٣٨٧	١١,٣٥%

يلاحظ من الجدول (٢) السابق أن الباحث قد قام باختيار جميع المفردات لفئة مديري المدارس الثانوية الفنية الصناعية والزراعية ضمن عينة الدراسة، والبالغ عددهم (٤٢) مدير مدرسة؛ وذلك لأهمية تعرف آرائهم حول دور الإعلام التربوي في نشر ثقافة ريادة الأعمال، باعتبارهم أصحاب خبرة بمجال الدراسة وأهل اطلاع على جل اللوائح والتعليمات الواردة بهذا الشأن، إضافة إلى (٣٤٥) معلماً بنسبة (١٠,٢%). وتم اختيار جميع أفراد العينة ممن هم على رأس العمل من هذه الفئات.

ثالثاً: أداة البحث (الاستبانة):

اعتمد البحث على الاستبانة في مسعي لتحقيق أهدافه الميدانية، المتمثلة في التعرف على معوقات دور الإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلابها. وقد اشتملت الاستبانة في صورتها النهائية على المحور الآتي:

معوقات تفعيل دور الإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلابها، وقد تضمن (٢٤) عبارة موزعة بين ثلاث أبعاد فرعية:

- البعد الأول: معوقات إدارية تنظيمية، وتتضمن (٩) عبارات.

- البعد الثاني: معوقات تعليمية، وتتضمن (٩) عبارات.

- البعد الثالث: معوقات مادية وتقنية، وتتضمن (٦) عبارات.

وقد تم استخدام مقياس ليكرت الثلاثي (موافق، موافق الي حد ما، غير موافق)، للتعرف على درجة الموافقة على كل مفردة من مفردات أبعاد المحور الأول للاستبانة.
رابعاً: إجراءات تقنين الاستبانة:

اعتمد الباحث للتحقق من صدق أداة البحث على طريقتين هما:

صدق المحكمين: بعد الانتهاء من إعداد الاستبانة، وبناء عباراتها، وعرضها على المشرفين على الدراسة، ثم عرضها في صورتها الأولية على (٢٧) من المحكمين من ذوي الاختصاص والخبرة من أعضاء هيئة التدريس بجامعة المنصورة وعدد من الجامعات المصرية الأخرى، وتم استعادة النسخ المحكمة من السادة المحكمين، وفي ضوء اقتراحات بعض المحكمين، أعادت الباحثة صياغة الاستبانة.

صدق الاتساق الداخلي: تراوحت قيم معاملات الارتباط بين العبارات المتمثل في " معوقات تفعيل دور الإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلابها " وأبعادها قد جاءت قيمًا عالية؛ أن قيم معاملات الارتباط للعبارات جاءت دالة عند مستوى دلالة (٠,٠١)، حيث جاءت معاملات الارتباط بين العبارات وأبعادها بقيم عالية، حيث تراوحت قيم معاملات ارتباط البعد الأول ما بين (٠,٤١٨ - ٠,٦٩٦) وتراوحت قيم معاملات ارتباط البعد الثاني ما بين (٠,٥٤٢ - ٠,٧٧٠)، وتراوحت قيم معاملات ارتباط البعد الثالث ما بين (٠,٣٦١ - ٠,٨٠٤) ، مما يشير إلى قوة الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه ، وهو ما يؤكد صدق الاتساق الداخلي للاستبانة، وصلاحيته لجمع المعلومات حول معوقات تفعيل دور الإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلابها.

خامساً: نتائج البحث الميداني:

تمثلت نتائج الدراسة الميدانية فيما يلي:

تم ترتيب أبعاد المحور المتمثل في " معوقات تفعيل دور الإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلابها " طبقاً للمتوسط الحسابي، وذلك من خلال جدول (١) التالي:

جدول (٤)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لأبعاد المحور الثاني

م	الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	ترتيب الأبعاد
١	معوقات إدارية تنظيمية	٢,٤١٦	٠,٤١٩	مرتفعة	٣
٢	معوقات تعليمية	٢,٤٦٧	٠,٤٢٦	مرتفعة	١
٣	معوقات مادية وتقنية	٢,٤٦٦	٠,٤٤٨	مرتفعة	٢
	إجمالي المحور الثاني	٢,٤٥٠	٠,٢٩٧	مرتفعة	=

ينضح من الجدول (٤) السابق ما يلي:

- اتفاق استجابات أفراد العينة حول المحور الثاني بدرجة مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام للمحور (٢,٤٥٠) بانحراف معياري (٠,٢٩٧)، وهذه القيمة للانحراف المعياري تشير إلى درجة عالية من الاتساق حول محور "معوقات تفعيل دور الإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلابها".
وتراوحت المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة لهذه الأبعاد ما بين (٢,٤١٦ - ٢,٤٦٧)، كما تراوحت قيم الانحرافات المعيارية لها بين (٠,٤٤٨ - ٠,٤١٩) وهي قيم تشير إلى مدى تجانس استجابات أفراد العينة حول الأبعاد الثلاثة لهذا المحور.

ووفقا للمتوسط الحسابي تم ترتيب هذه الأبعاد على النحو التالي:

- جاء في الترتيب الأول البُعد الثاني (معوقات تعليمية)، حيث بلغ المتوسط الحسابي له (٢،٤٦٧) بانحراف معياري (٠،٤٢٦)، ويرجع ذلك إلى وجود قصور في الجوانب التعليمية التي تمس جوهر العملية التعليمية بشكل مباشر فالمقررات الدراسية قد تكون لا تدعم ثقافة ريادة الأعمال بالشكل الكافي وبالتالي يكون من الصعب تحقيق الأهداف المرجوة.

- جاء في الترتيب الثاني البُعد الثالث (معوقات مادية وتقنية)، حيث بلغ المتوسط الحسابي له (٢،٤٦٦) بانحراف معياري (٠،٤٤٨)، ويرجع ذلك إلى قلة المعدات والأدوات والبنية التحتية التكنولوجية اللازمة لدعم الإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني، وقد تحققت برودة مرتفعة إلا أنها جاءت في الترتيب الثاني بعد المعوقات التعليمية لأنها تعتبر وسائل مساندة وليست أساسية.

- جاء في الترتيب الثالث البُعد الأول (معوقات إدارية تنظيمية)، حيث بلغ المتوسط الحسابي له (٢،٤١٦) بانحراف معياري (٠،٤١٩)، حصل هذا البعد على ويرجع ذلك إلى أن الإدارة قد تكون ناجحة في أداء دورها إلا أن هناك بعض المعوقات التي تحد من قدرتها على تحقيق هذا الدور بكفاءة.

وأظهرت نتائج الدراسة اتفاقاً مرتفعاً بين آراء المشاركين حول وجود معوقات تحول دون تفعيل دور الإعلام التربوي في تعزيز ريادة الأعمال لدى الطلاب، وتأتي المعوقات التعليمية والمادية في الصدارة، فقد أشارت النتائج إلى أن المعوقات التعليمية والمادية هي الأكثر تأثيراً في هذا السياق، حيث حصلت على أعلى متوسطات حسابية، ومن حيث تجانس الآراء: دلت قيم الانحراف المعياري المنخفضة على تجانس آراء المشاركين حول الأبعاد الثلاثة للمحور، مما يعزز ثقة الباحث في نتائج الدراسة.

البُعد الأول: معوقات إدارية تنظيمية

تم حساب التكرارات والنسب المئوية والوزن النسبي لكل عبارة من عبارات البُعد الأول (معوقات إدارية تنظيمية)، وحساب قيمة (كأ)، مع ترتيب هذه العبارات وفق الوزن النسبي لكل منها، وقد جاءت هذه البيانات والقيم على النحو المبين بالجدول التالي:

الجدول (٧)
التكرارات والنسبة المئوية والوزن النسبي وقيمة (كا^٢) لعبارات البعد الأول
معوقات إدارية تنظيمية

م	العبارات	استجابات أفراد العينة (ن=٣٨٧)			الوزن النسبي	الترتيب	كا ^٢
		موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق			
١	انخفاض فعالية برامج ريادة الأعمال لأخصائي الإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني.	٢١٧	١٢٨	٤٢	٨١,٧	٤	**١١٨,٧١٣
		%	٥٦,١	٣٣,١	١٠,٩		
٢	ضعف بنية المعلومات حول الإعلام التربوي ونشر ثقافة ريادة الأعمال بمدارس التعليم الثانوي الفني	٢٠٤	١٤٦	٣٧	٨١,١	٥	**١١١,٤٥٧
		%	٥٢,٧	٣٧,٧	٩,٦		
٣	بطء تحديث وتطوير المقررات الدراسية بما يتفق مع التوجهات العالمية والتوجهات الريادية	١٨٩	١٣٧	٦١	٧٧,٧	٨	**٦٤,٢٤٨
		%	٤٨,٨	٣٥,٤	١٥,٨		
٤	غياب اللوائح المنظمة لنشاط الإعلام التربوي وللمشاريع الريادية للطلاب	٢٠٥	١٣١	٥١	٧٩,٩	٦	**٩١,٩٦٩
		%	٥٣	٣٣,٩	١٣,٢		
٥	ضعف آليات الشراكة بين نشاط الإعلام التربوي وقطاع التعليم الفني ومواقع الإنتاج والخدمات	١٨٤	١٤٥	٥٨	٧٧,٥	٩	**٦٤,٥١٢
		%	٤٧,٥	٣٧,٥	١٥		
٦	ندرة الملتقيات السنوية لنشاط الإعلام ومؤسسات التوظيف بمشاركة منظمات العمل المحلية	٢٠٢	١١٩	٦٦	٧٨,٤	٧	**٧٢,٨٥٣
		%	٥٢,٢	٣٠,٧	١٧,١		
٧	قصور قاعدة بيانات المدرسة الإلكترونية عن تسهيل تواصل أخصائي الإعلام التربوي مع المعلمين	٢٢٥	١٢٣	٣٩	٨٢,٧	٢	**١٣٤,٥١٢
		%	٥٨,١	٣١,٨	١٠,١		
٨	نقص عدد المتخصصين في الإعلام التربوي بوجه عام وبمدارس التعليم الثانوي الفني بوجه خاص	٢٣٤	١١٦	٣٧	٨٣,٦	١	**١٥٢,٣٨٨
		%	٦٠,٥	٣٠	٩,٦		
٩	قلة البرامج التدريبية لأخصائي الإعلام التربوي حول نشر ثقافة ريادة الأعمال	٢٢٤	١٢٠	٤٣	٨٢,٣	٣	**١٢٧,٩٢٢
		%	٥٧,٩	٣١	١١,١		

** دال عند ٠,٠١ * دال عند ٠,٠٥

يتضح من الجدول (٧) السابق وجود فروق دالة إحصائية بين استجابات أفراد العينة عند مستوى دلالة (٠,٠١) على جميع العبارات لصالح البديل (موافق)، هذا يعني أن النتائج التي تم الحصول عليها ليست وليدة الصدفة، بل هناك احتمال ضئيل للغاية (١%) أن تكون هذه الفروق قد حدثت بالصدفة. وبالتالي، يمكننا القول بثقة أكبر أن هناك اختلافات حقيقية بين استجابات أفراد العينة، لصالح البديل (موافق) الذي يشير إلى أن غالبية أفراد العينة وافقوا على العبارات المطروحة في الجدول، مما يعزز من قوة النتائج.

وقد جاء ترتيب عبارات البعد الأول حسب الوزن النسبي لها كالتالي:

- جاءت العبارة (٨): "نقص عدد المتخصصين في الإعلام التربوي بوجه عام وبمدارس التعليم الثانوي الفني بوجه خاص" في الترتيب الأول بين عبارات هذا البعد، وفق الوزن النسبي لها الذي بلغت قيمته (٨٣،٦)، ويرجع ذلك إلى وجود عجز في أعداد أخصائيي الإعلام التربوي المعيّنين بوزارة التربية والتعليم والتعليم الفني، بسبب قلة الإقبال على تخصصات الإعلام التربوي بعد رفع التكليف عن كليات التربية النوعية، وقلة وجود بدلات وحوافز كافية لجذب الكفاءات وتناسب مع مجهوداتهم، وعدم كفاية ميزانيات التطوير في هذا المجال؛ الأمر يمثل مشكلة بالغة الأهمية بالنسبة لأفراد العينة، حيث حصلت هذه العبارة على أعلى وزن نسبي.
- جاءت العبارة (٧): "قصور قاعدة بيانات المدرسة الإلكترونية عن تسهيل تواصل أخصائي الإعلام التربوي مع المعلمين" في الترتيب الثاني، حيث بلغ الوزن النسبي لها (٨٢،٧)، وربما يعزى ذلك إلى عدم وجود نظام موحد لقاعدة البيانات، مع نقصها وعدم دقتها؛ مما يؤدي إلى صعوبة الوصول الي البيانات واستخدامها بالطريقة المناسبة التي تمكن أخصائي الإعلام التربوي من التفاعل مع المعلمين، وهو ما أشار إليه (البطل، ٢٠١٨)، من ضرورة توفير الإمكانيات المادية والتقنية والمرافق المخصصة لوسائل الإعلام التربوي في المدرسة، حيث تلعب قاعدة البيانات الإلكترونية دوراً حيوياً في تسهيل عملية اتخاذ القرارات والتواصل بين أخصائي الإعلام التربوي والمعلمين، من خلال تبادل المعلومات والموارد التعليمية.
- جاءت العبارة (٩): " قلة البرامج التدريبية لأخصائي الإعلام التربوي حول نشر ثقافة ريادة الأعمال" في الترتيب الثالث، حيث بلغ الوزن النسبي لها (٨٢،٣)، يعكس هذا الترتيب أهمية دور أخصائي الإعلام التربوي في نشر ثقافة ريادة الأعمال بين الطلاب، وما تشير إليه نتائج استجابات المشاركين في الاستبيان، أن قلة البرامج التدريبية لأخصائي الإعلام التربوي حول نشر ثقافة ريادة الأعمال تمثل مشكلة كبيرة، وأن الربط بين الإعلام التربوي وريادة الأعمال يعكس أهمية دور أخصائي الإعلام التربوي في نشر ثقافة ريادة الأعمال بين الطلاب، مع أهمية دمج مفاهيم ريادة الأعمال في العملية التعليمية، وذلك من خلال الاستفادة من أدوات وأساليب الإعلام التربوي.
- وربما تعزى ندرة المقررات والبرامج التدريبية الداعمة لتعزيز نشر ثقافة ريادة الأعمال إلى كونها نتاجاً لعوامل مثل، عدم إدراك أهمية ريادة الأعمال، نقص الموارد المالية والبشرية، عدم وجود برامج تدريبية متخصصة؛ مما ينتج عنه ضعف الأنشطة التربوية الموجودة بالمرحلة الثانوية الفنية.

البعد الثاني: معوقات تعليمية

تم حساب كل من التكرارات والنسب المئوية والوزن النسبي لكل عبارة من عبارات البعد الثاني (معوقات تعليمية)، وحساب قيمة (كا^٢)، مع ترتيب هذه العبارات وفق الوزن النسبي لكل منها، وقد جاءت هذه البيانات والقيم على النحو المبين بالجدول التالي:

الجدول (٨):
التكرارات والنسبة المئوية والوزن النسبي وقيمة (كا^١) لعبارات البعد الثاني "معوقات تعليمية"

م	العبارات	استجابات أفراد العينة (ن=٣٨٧)			الوزن النسبي	الترتيب	كا ^١
		موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق			
١	ندرة المقررات الخاصة بنشاط الإعلام التربوي وريادة الأعمال	٢٤٩	١١٨	٢٠	١	٨٦,٤	**٢٠٤,٦٦٧
		٦٤,٣%	٣٠,٥	٥,٢			
٢	ضعف الاهتمام بنشاط الإعلام التربوي في نشر الثقافة الريادية	٢١٢	١٤٥	٣٠	٥	٨٢,٣	**١٣١,٣٦٤
		٥٤,٨%	٣٧,٥	٧,٨			
٣	ندرة تناول موضوعات ريادة الأعمال في الفنون المختلفة للإعلام التربوي	٢٠٦	١٤٢	٣٩	٧	٨١,١	**١١٠,٠٦٢
		٥٣,٢%	٣٦,٧	١٠,١			
٤	ضعف مواكبة بعض أخصائي الإعلام التربوي للمناهج الدراسية بمدارس التعليم الثانوي الفني	١٩٥	١٥٢	٤٠	٨	٨٠	**٩٩,٢٧١
		٥٠,٤%	٣٩,٣	١٠,٣			
٥	ضعف وعي أخصائي الإعلام التربوي بأهمية نشر ثقافة ريادة الأعمال بين الطلاب	١٩٢	١٥٨	٣٧	٨	٨٠	**١٠٢,٨٩٩
		٤٩,٦%	٤٠,٨	٩,٦			
٦	ضعف مهارات استخدام التكنولوجيا لدى أخصائي الإعلام التربوي	٢١٧	١٢٩	٤١	٦	٨١,٨	**١٢٠,٠٦٢
		٥٦,١%	٣٣,٣	١٠,٦			
٧	ضعف اهتمام بعض أخصائي الإعلام التربوي بالمشاركة المجتمعية	٢١٨	١٣٤	٣٥	٤	٨٢,٤	**١٣٠,٠٩٣
		٥٦,٣%	٣٤,٦	٩			
٨	ضعف تدريب أخصائي الإعلام التربوي على المهارات الحديثة لنشر ثقافة ريادة الأعمال	٢٢٠	١٣٦	٣١	٣	٨٢,٩	**١٣٩,٠٢٣
		٥٦,٨%	٣٥,١	٨			
٩	ضعف الرغبة لدى بعض أخصائي الإعلام التربوي في تطوير مهاراتهم لنشر ثقافة ريادة الأعمال	٢٢٧	١٢٦	٣٤	٢	٨٣,٣	**١٤٤,٤٨١
		٥٨,٧%	٣٢,٦	٨,٨			

* دال عند ٠,٠٥

** دال عند ٠,٠١

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠١)، بين متوسطات استجابات أفراد العينة حول جميع عبارات البعد الثاني (معوقات تعليمية)، وذلك لصالح البديل (موافق)، وقد جاء ترتيب عبارات البعد الثاني حسب الوزن النسبي لها كالتالي:

- جاءت العبارة (١): "ندرة المقررات الخاصة بنشاط الإعلام التربوي وريادة الأعمال" في الترتيب الأول وفق الوزن النسبي الذي بلغت قيمته (٨٦,٤)، حيث تشير هذه العبارة إلى مشكلة جوهرية تواجه العملية التعليمية، وهي نقص المقررات الدراسية التي تهتم بتطوير مهارات الإعلام التربوي وريادة الأعمال لدى الطلاب، وترجع ندرة هذه المقررات إلى التركيز التقليدي على المناهج النظرية وإغفال تطوير المهارات العملية مثل الإعلام التربوي وريادة الأعمال.

- بينما العبارة (٩) ومضمونها "ضعف الرغبة لدى بعض أخصائي الإعلام التربوي في تطوير مهاراتهم لنشر ثقافة ريادة الأعمال" في الترتيب الثاني، حيث بلغ الوزن النسبي لها (٨٣,٣)، وربما يعزى ذلك إلى النمطية في الأداء بين أوساط أخصائي الإعلام التربوي مما يجعلهم الكثير منهم غير متقبل محاولات التطوير، وتتفق هذه النتيجة مع ما ورد بدراسة (دوابه، ٢٠١٧)، حيث إن أحد المعوقات هو ندرة الكوادر في مجال الإعلام التربوي وهو ما أكد عليه بضرورة

إعداد كوادر إعلامية تربوية مؤمنة بثقافة الاختلاف لتسهيل نشر وتعزيز ممارسات والسلوكيات الداعمة لريادة الأعمال بمدارس التعليم الثانوي الفني.

- وتلاها في الترتيب الثالث العبارة (٨) والمتمثلة في " ضعف تدريب أخصائي الإعلام التربوي على المهارات الحديثة لنشر ثقافة ريادة الأعمال"، حيث بلغ الوزن النسبي لها (٨٢,٩) حيث؛ تشير هذه العبارة إلى نقطة ضعف أساسية في عملية نشر ثقافة ريادة الأعمال في المؤسسات التعليمية، وهي ضعف تدريب أخصائي الإعلام التربوي؛ فهو الشخص المسؤول عن استخدام التكنولوجيا والوسائط المتعددة في العملية التعليمية، وتزويد الطلاب بالمهارات والمعارف اللازمة لريادة الأعمال، ومن خلال هذه المهارات مجموعة واسعة من الأدوات والتقنيات التي تستخدم في ريادة الأعمال، مثل التسويق الرقمي، تصميم الأعمال، إدارة المشاريع، وغيرها.

إن ضعف تدريب أخصائي الإعلام التربوي على المهارات الحديثة لنشر ثقافة ريادة الأعمال يمثل عائقاً كبيراً أمام تحقيق أهداف التعليم في مجال ريادة الأعمال؛ لذلك يجب بذل كثير من الجهود لتطوير قدرات هؤلاء الأخصائيين وتمكينهم من القيام بدورهم في تنمية روح الابتكار لدى الطلاب.

- البُعد الثالث: معوقات مادية وتقنية

تم حساب التكرارات والنسب المئوية والوزن النسبي لكل عبارة من عبارات البُعد الثالث (معوقات مادية وتقنية)، وحساب قيمة (كا)، مع ترتيب عبارات هذا البُعد وفق الوزن النسبي لكل منها، وقد جاءت هذه البيانات والقيم على النحو المبين بالجدول التالي:

الجدول (٩)

التكرارات والنسبة المئوية والوزن النسبي وقيمة (كا) لعبارات البعد الثالث " معوقات مادية وتقنية "

م	العبارات	استجابات أفراد العينة (ن=٣٨٧)			الترتيب	الوزن النسبي	(كا)
		موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق			
١	قصور محتوى الموقع الإلكتروني للمدرسة عن الوفاء بمتطلبات نشر ثقافة ريادة الأعمال	ك	٢٢٢	١٤٧	١٨	٨٤,٢	٢
		%	٥٧,٤	٣٨	٤,٧		
٢	ندرة وجود الكتيبات والمراجع بالمكتبات المدرسية التي تعزز ثقافة ريادة الأعمال بين الطلاب	ك	٢١٢	١٤٣	٣٢	٨٢,٢	٣
		%	٥٤,٨	٣٧	٨,٣		
٣	محدودية توافر الإنترنت ببعض مدارس التعليم الثانوي الفني من أجل اكتساب المعارف والمهارات	ك	٢٠٣	١٢٤	٦٠	٧٨,٩	٦
		%	٥٢,٥	٣٢	١٥,٥		
٤	ضعف شبكة الاتصال بالإدارة التعليمية والمديرية والوزارة مما يُحد من انسيابية المعلومات	ك	٢١٨	١٠٣	٦٦	٧٩,٨	٥
		%	٥٦,٣	٢٦,٦	١٧,١		
٥	قصور قاعدة بيانات العاملين بالمدرسة حول المهام التي مارسوها لنشر ثقافة ريادة الأعمال	ك	١٨٨	١٦٧	٣٢	٨٠,١	٤
		%	٤٨,٦	٤٣,٢	٨,٣		
٦	ضعف الدعم المادي اللازم لتطوير الإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني	ك	٢٧٤	٨٨	٢٥	٨٨,١	١
		%	٧٠,٨	٢٢,٧	٦,٥		

* دال عند ٠,٠٥

** دال عند ٠,٠١

يتضح من الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠١)، بين متوسطات استجابات أفراد العينة حول جميع عبارات البُعد الثالث "معوقات مادية وتقنية" وذلك لصالح البديل (موافق)، وهذا يعني أن غالبية أفراد العينة موافقون على وجود معوقات مادية وتقنية تعيق تطوير الإعلام التربوي في مدارس التعليم الثانوي الفني. وقد جاء ترتيب عبارات البُعد الثالث حسب الوزن النسبي كالتالي:

- جاءت العبارة (٦): "ضعف الدعم المادي اللازم لتطوير الإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني" في الترتيب الأول وفقاً للوزن النسبي الذي بلغ (٨٨,١)؛ وذلك بسبب قلة الموارد المالية المخصصة لتحسين أو تحديث الأدوات والوسائل الإعلامية المستخدمة في العملية التعليمية بمدارس التعليم الثانوي الفني، وهذا يشير إلى نقص الموارد المالية وهو المعوق الرئيسي الذي يواجه تطوير الإعلام التربوي في هذه المدارس، ويتطلب تطوير الإعلام التربوي مواكبة التطورات التكنولوجية المتسارعة، ومزيداً من الاستثمارات المستمرة في التدريب والتأهيل، وتوفير الأجهزة والبرامج الحديثة، وهو ما قد يكون عبئاً مالياً كبيراً على المؤسسات التعليمية، وقد جاءت هذه النتيجة متفقة مع دراسة (الحوشان، ٢٠١٥) من حيث أهمية الدعم المادي في إحداث عملية التطوير للإعلام التربوي والتي بدورها تؤثر في عدم توفر الإمكانيات المادية والتقنية والمرافق المخصصة لوسائل الإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني،

جاءت العبارة (١): "قصور محتوى الموقع الإلكتروني للمدرسة عن الوفاء بمتطلبات نشر ثقافة ريادة الأعمال" في الترتيب الثاني، حيث بلغ الوزن النسبي لها (٨٤,٢)، ويعني ذلك أن محتوى الموقع الإلكتروني للمدرسة لا يحتوي على معلومات كافية حول ريادة الأعمال؛ مما يعوق نشر هذه الثقافة في البيئة التعليمية، ولا يقدم أمثلة عملية لرواد أعمال ناجحين، مما يعوق نشر هذه الثقافة في البيئة التعليمية، وتؤكد هذه النتيجة ضرورة تطوير محتوى الموقع ليشمل ورش عمل تفاعلية، وقصص نجاح، ودليلاً عملياً، بما يتوافق مع دراسة (الحوشان، ٢٠١٥) التي أكدت على أهمية توفير الكوادر التربوية المؤهلة لتنفيذ دور وسائل الإعلام التربوي في نشر ثقافة ريادة الأعمال في المدرسة.

- جاءت العبارة (٢): "ندرة وجود الكتيبات والمراجع بالمكتبات المدرسية التي تعزز ثقافة ريادة الأعمال بين الطلاب" في الترتيب الثالث، حيث تشير العبارة إلى وجود نقص حاد في الكتب والمراجع التي تدعم ثقافة ريادة الأعمال في المكتبات المدرسية، هذا النقص يؤدي إلى تقييد فرص الطلاب في فهم وتطوير مهارات ريادة الأعمال، والعبارة تربط بين نقص الموارد وتأثيرها السلبي على فرص الطلاب، حيث بلغ الوزن النسبي لها (٨٢,٢) والذي يشير إلى أهمية هذه المشكلة، ويعطي مصداقية أكبر للنتائج.

نتائج البحث

تمثلت أبرز نتائج معوقات دور الإعلام التربوي في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلاب التعليم الثانوي الفني بمحافظة الشرقية وفقاً للدراسة الميدانية فيما يلي:

- اتفق استجابات أفراد العينة وتجانسها حول محور "معوقات دور الإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلابها" بدرجة موافقة مرتفعة، والذي اشتمل على ثلاثة أبعاد، هي: المعوقات الإدارية والتنظيمية، المعوقات التعليمية، المعوقات المادية والتقنية، وقد جاءت جميعها بدرجة موافقة مرتفعة، وجاءت المعوقات المادية والتقنية في الترتيب الأول من حيث درجة الموافقة، بينما جاءت المعوقات المجتمعية في الترتيب الأخير.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠,٠٥) بين متوسطات استجابات أفراد العينة، حول محور "معوقات دور الإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلابها"، وجميع أبعاده طبقاً لمتغير "الوظيفة".
- لا توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد العينة عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بالنسبة لإجمالي محور "معوقات دور الإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال لدى طلابها" وأبعاده تعزى لمتغير سنوات الخبرة.
- حول بعد المعوقات الإدارية والتنظيمية جاءت العبارة "نقص عدد المتخصصين في الإعلام التربوي بوجه عام ومدارس التعليم الثانوي الفني بوجه خاص" في الترتيب الأول، والعبارة "قصور قاعدة بيانات المدرسة الإلكترونية عن تسهيل تواصل أخصائي الإعلام التربوي مع المعلمين" في الترتيب الثاني والعبارة "قلة البرامج التدريبية لأخصائي الإعلام التربوي حول نشر ثقافة ريادة الأعمال" في الترتيب الثالث.
- حول بعد المعوقات التعليمية جاءت العبارة "ندرة المقررات الخاصة بنشاط الإعلام التربوي وريادة الأعمال" في الترتيب الأول بينما العبارة "ضعف الرغبة لدى بعض أخصائي الإعلام التربوي في تطوير مهاراتهم لنشر ثقافة ريادة الأعمال" في الترتيب الثاني، وتلاها في الترتيب الثالث العبارة "ضعف تدريب أخصائي الإعلام التربوي على المهارات الحديثة لنشر ثقافة ريادة الأعمال".
- حول بعد المعوقات المادية والتقنية جاءت العبارة "ضعف الدعم المادي اللازم لتطوير للإعلام التربوي بمدارس التعليم الثانوي الفني" في الترتيب الأول كما جاءت العبارة "قصور محتوى الموقع الإلكتروني للمدرسة عن الوفاء بمتطلبات نشر ثقافة ريادة الأعمال" في الترتيب الثاني، وجاءت العبارة "ندرة وجود الكتيبات والمراجع بالمكتبات المدرسية التي تعزز ثقافة ريادة الأعمال بين الطلاب" في الترتيب الثالث.

توصيات البحث

- ١- إعداد خطة لتحويل مدارس التعليم الثانوي الفني إلي مدارس ريادية.
- ٢- تفعيل الشراكة التكنولوجية والتقنية بين مدارس التعليم الثانوي الفني ومؤسسات الإنتاج بما يسهم في تطوير الأفكار الريادية لسد احتياجات سوق العمل من العمالة الماهرة المدربة.
- ٣- تفعيل دور الإعلام التربوي في تعزيز نشر ثقافة ريادة الأعمال من خلال عقد الندوات والمحاضرات بشكل دوري بحضور ممثلي المجتمع المدني ورجال الاستثمار لعرض التجارب المتميزة في مجال ريادة الأعمال على طلاب مدارس التعليم الثانوي الفني.
- ٤- تنويع أساليب التواصل مع الجهات المانحة والمؤسسات الداعمة للتعليم لتوفير الدعم المادي للمدارس الفنية لتحويلها إلى مدارس ريادية باعتبارها مشروعاً قومياً يعود بالنفع على المجتمع.
- ٥- العمل على الاستفادة من خبرات الدول الرائدة في تحويل المدارس الفنية الي مدارس ريادية.

المراجع

- أحمد، أشرف السعيد (٢٠١٨): دور الجامعات المصرية في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال الاجتماعية لدي طلابها، مجلة كلية التربية، جامعة كفر الشيخ، مج ١٨، ع ٢٤.
- أبو سمرة، محمد (٢٠١٠): الإعلام التربوي " دور الإذاعة المدرسية في العملية التعليمية"، الأردن، دار الراية للنشر والتوزيع.

- جمعة، محمد حسن (٢٠٢٠): متطلبات تطوير التعليم الثانوي الفني الصناعي بمصر على ضوء بعض التوجهات الاستثمارية المعاصرة: رؤية مقترحة، المجلة التربوية، كلية التربية، جامعة سوهاج، ج٧٧، ص. ص ١٩٥٩- ٢٠١٤.
- دوابه، إيمان عز الدين محمد (٢٠١٧): دور قسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية في نشر الوعي بثقافة الاختلاف لدى الطلاب، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج ١٦، ع ٢٤، ٢٤٥ - ٣٠٩.
- عبد العاطي، علاء محمد (٢٠٢١): رؤية مستقبلية لتفعيل دور أخصائي الإعلام التربوي في تطبيق التربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الإعدادية، دراسة ميدانية على الممارسين والأكاديميين، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام بالقاهرة، ع ٥٨٤، ج ٢. البناء، حازم أنور (٢٠١٥): اتجاهات أخصائي الإعلام التربوي نحو المهنة وعلاقته بمستوى الدافعية نحو تطوير قدراته المهنية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، المجلد الرابع عشر، العدد الرابع، أكتوبر - ديسمبر، ص ١٠٥.
- زيدان، أسماء صالح (٢٠٢١): مهارات سوق العمل اللازمة لطلاب المدارس الثانوية الفنية الصناعية بمصر على ضوء الثورة الصناعية الرابعة ومتطلبات تنميتها، المجلة التربوية، كلية التربية، جامعة سوهاج، ج ٨٥، ص. ص ٢٧٣ - ٣٣٤.
- السعيد، عصام سيد أحمد (٢٠١٥): التعليم الريادي: مدخل لدعم توجه الطلاب نحو الريادة والعمل الحر، مجلة كلية التربية، بور سعيد، ع ١٨، ص ١٦٦.
- السيد، محمود عثمان (٢٠١٧): اتجاهات أخصائي الإعلام التربوي بالمدارس الحكومية نحو تطبيق معايير الجودة في الأنشطة الإعلامية، مجلة دراسات الطفولة بمعهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، مجلد ٢٠، العدد ٧٥.
- عبد الحميد، سمر الأمير غازي (٢٠٢٠): دور ريادة الأعمال في تحقيق أهداف التنمية المستدامة (مع الإشارة إلى الواقع المصري)، مجلة التجارة والتمويل، جامعة طنطا، عدد خاص.
- عبد الحي، أسماء الهادي ومطر، محمد إبراهيم (٢٠١٨): متطلبات نشر ثقافة ريادة الأعمال التعليمية لدى طلاب قطاع كليات التربية بجامعة المنصورة، مجلة تطوير الأداء الجامعي، جامعة المنصورة، مج ٦، ع ٤٤، ص ٢.
- الضبياني، عامر محمد، (٢٠١٩): الإعلام التربوي وتطبيقاته في المؤسسات التعليمية، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، ٣(١)، الصفحات ١١ - ٣٤، اليمن.
- العامري، ربيعة مسلم، (٢٠١٣): تصور مقترح لتطوير دور الإعلام التربوي في المدارس الثانوية بإمارة أبو ظبي في دولة الإمارات العربية المتحدة من وجهة نظر الطلاب، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة مؤتة، الأردن.
- سالم، دعاء عبد الله محمد، (٢٠١٧): "ممارسة أنشطة الإعلام التربوي وعلاقتها بتنمية مهارات التربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الثانوية"، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، العدد العاشر إبريل ٢٠١٧ الجزء الأول، ص ٣-٣٢، مصر.
- عبد القادر، مها محمد أحمد محمد، (٢٠١٣): دور الإعلام التربوي في تنمية الوعي البيئي لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية الأزهرية في ضوء متطلبات التنمية المستدامة، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، ٤(١٥٦)، الصفحات ١١-١١٧، مصر.
- علي، أشرف رجب عطا، (٢٠١٧): الكفايات المهنية لدى أخصائي الإعلام التربوي في إطار متطلبات التربية الإعلامية ومهارات القرن الحادي والعشرين، دراسة حالة، مجلة العلوم التربوية، ٣(٣)، الصفحات ١٩٧-٢٥٠، مصر.

-
- علي، هناء السيد محمد، (٢٠١٦): "الدور التربوي للإعلام المدرسي في تنمية القدرات الإبداعية للطلاب"، المجلة العلمية، كلية التربية النوعية، العدد (٦) أبريل، جزء أول، ص ٧٥٣-٧٧٢، مصر.
- صالح، فاطمة الزهراء؛ حسن، أحمد جمال (٢٠١٩): "الإعلام المتخصص"، دار المعارف للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، مصر.
- محمد، وآخرون، (٢٠٢٠): "الإعلام التنموي ودوره في خدمة المجتمع المصري وتنميته (الواقع والمأمول)"، مجلة الدراسات والأبحاث البيئية، ١٠(١)، ص ٤٩-٦٢، مصر.
- وزارة التربية والتعليم، (٢٠٠٦): "دليل الإذاعة المدرسية"، المديرية العامة للتربية والتعليم لمنطقة جنوب الباطنة. سلطنة عمان: دائرة البرامج التعليمية.
- عثمان، السيد محمود (٢٠١٨): اتجاهات أخصائي الاعلام التربوي بالمدارس الحكومية نحو تطبيق معايير الجودة في الأنشطة الإعلامية دراسة ميدانية، مجلة دراسات الطفولة، مصر، العدد ٧٥، ٧٩-٩٤.
- وزارة التربية والتعليم والتعليم الفني (٢٠١٤): الخطة الاستراتيجية للتعليم قبل الجامعي ٢٠١٤-٢٠٣٠، مطبعة وزارة التربية والتعليم والتعليم الفني، القاهرة، مصر، ص. ص ٨٤، ٩٠.
- وزارة التربية والتعليم الفني (٢٠٢١): اللائحة التنفيذية المنظمة للإعلام التربوي، الإدارة العامة للأنشطة الثقافية والفنية.