

دور الإعلام الجامعي في تمكين المرأة لمواجهة الغزو الثقافي

1- أ.م.د. محمد فالح تايه

2- م.د. قصير جبار كاطع

kisaer@uomustansiriyah.edu.iq

mohammed.faleh@sadiq.edu.iq

جامعة الإمام جعفر الصادق (عليه السلام)، كلية الآداب، قسم الإعلام الجامعة المستنصرية، كلية الآداب، قسم الإعلام

المستخلص:

يسعى هذا البحث إلى تحليل وتقييم دور الإعلام الجامعي في تمكين المرأة الجامعية لمواجهة الغزو الثقافي الذي يستهدف قيمها وهويتها في ظل ما يشهده المجتمع من انفتاح رقمي واسع وتدفق إعلامي عابر للحدود، إذ تعد المرأة الجامعية أكثر فئات المجتمع تعرضاً للتأثيرات الثقافية الوافدة التي تعمل على تغيير القيم وتوجيه السلوك نحو أنماط استهلاكية وثقافات مغايرة للهوية الوطنية ومن هنا تبرز أهمية الإعلام الجامعي كوسيلة اتصال تثقيفية تسهم في تعزيز الوعي الثقافي وترسيخ الانتماء الوطني لدى الطالبات عبر تقديم مضامين إعلامية واعية تتصدى لمحاولات تشويه صورة المرأة ودورها في المجتمع، اعتمد البحث المنهج الوصفي واستعان باستبانة ميدانية شملت عينة من (300) طالبة في جامعتي بغداد والإمام جعفر الصادق (عليه السلام) للوقوف على اتجاهاتهن نحو فاعلية الإعلام الجامعي في تعزيز تمكينهن الثقافي، وتوصلت النتائج إلى وجود وعي نسبي بأهمية دور الإعلام الجامعي في مواجهة الغزو الثقافي إلا أن هذا الدور ما زال دون المستوى المطلوب بسبب محدودية الإمكانيات وضعف التخطيط الإعلامي المنظم وأوصى البحث بضرورة تطوير استراتيجية إعلامية جامعية تركز على تمكين المرأة ثقافياً وتعزيز هويتها الوطنية عن طريق توظيف الوسائل الإعلامية الجامعية التقليدية والرقمية بما يستجيب للتحديات الثقافية المعاصرة.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الجامعي، تمكين المرأة، الغزو الثقافي، الوعي الثقافي، الهوية الوطنية، الطالبات الجامعيات.

The Role of University Media in Empowering Women to Confront Cultural Invasion

¹Asst. Prof. Dr. Mohammed Faleh Tayeh

²Lect. Dr. Qayssar Jabbar Gatea

¹Department of Media , College of Arts, Imam Ja'far Al-Sadiq University

²Department of Media ,College of Arts, Mustansiriyah University

Abstract:

This study seeks to analyze and evaluate the role of university media in empowering female university students to confront the cultural invasion that targets their values and identity, in light of the wide digital openness and cross-border media flow witnessed in society. Female university students are considered among the most exposed social groups to incoming cultural influences that work to alter values and direct behavior toward consumerist patterns and cultures that contradict national identity. Hence, the importance of university media emerges as an educational communication tool that contributes to enhancing cultural awareness and strengthening national belonging among female students through the provision of conscious media content that counter attempts to distort the image of women and their role in society. The study employed the descriptive method and used a field survey that included a sample of (300) female students at the University of Baghdad and Al-Imam Ja'afar Al-Sadiq University to identify their attitudes

toward the effectiveness of university media in enhancing their cultural empowerment. The results revealed a relative awareness of the importance of the role of university media in confronting cultural invasion; however, this role remains below the required level due to limited capabilities and weak organized media planning. The study recommends the need to develop a university media strategy that focuses on empowering women culturally and strengthening their national identity by utilizing traditional and digital university media tools in a manner that responds to contemporary cultural challenges.

Keywords: University Media, Women Empowerment, Cultural Invasion, Cultural Awareness, National Identity, Female University Students

مقدمة:

يشهد العالم اليوم تغيرات متسارعة في أنماط الحياة وصراع الثقافات، بفعل الانفتاح الواسع على الثقافات العالمية بوساطة الوسائل الإعلامية الرقمية، فقد أحدثت الثورة المعلوماتية تقارباً كبيراً بين المجتمعات، حتى غدت المعمورة وكأنها قرية صغيرة، مما أدى إلى حدوث صدام بين الحضارات وهو ما أحدث ما يُعرف اليوم بالغزو الثقافي الذي يتغلغل في المجتمعات، مستهدفاً خصوصياتها وهويتها. وتُعد المرأة من أكثر الشرائح تعرضاً لتأثيرات هذا الغزو، سواء من حيث تغيير القيم أو تشويه الصورة النمطية لدورها. وهنا يظهر الدور الحيوي للإعلام، الذي يُعد منبراً توعوياً تثقيفياً مؤثراً، في تمكين المرأة فكرياً وثقافياً، وتعزيز وعيها لمواجهة هذه التحديات.

وفي ظل هذه التحديات المتزايدة، فإن المرأة الجامعية تعد أكثر شرائح المجتمع تعرضاً واستهدافاً من قبل الغزو الثقافي، لذا بات من الضروري توظيف كل الوسائل المتاحة لتحسين المرأة الجامعية، وعلى رأسها الإعلام الجامعي، الذي يمتلك قدرة كبيرة على التأثير في تشكيل وعي الطالبات وتوجيه سلوكهن، بحكم قربهن من البيئة الجامعية واحتكاكه اليومي بهن ومحوتهن. كما أن الإعلام الجامعي يُعد وسيلة فاعلة في نقل الرسائل التوعوية والثقافية والفكرية بلغة يفهمها ويتفاعل معها الطلبة، خصوصاً في المراحل العمرية الجامعية التي تشهد تبلور الاتجاهات والقيم الشخصية.

لقد تحول الإعلام، بما فيه الإعلام الجامعي، من مجرد وسيلة لنقل الأخبار والمعلومات إلى أداة للتشكيل الثقافي وبناء التصورات الاجتماعية، ما يجعله طرفاً محورياً في معركة الهوية والثقافة، خاصة في ظل ما يشهده العالم من تغلغل ثقافات دخيلة قد تُضعف الانتماء، وتُحدث شخراً في القيم والأعراف المحلية، مستهدفة في كثير من الأحيان دور المرأة ومكانتها المجتمعية. لذا نسعى عن طريق هذه الدراسة إلى محاولة فهم وتقييم الدور الذي يقوم به الإعلام الجامعي العراقي في التصدي لهذا الغزو الثقافي، وتعزيز تمكين المرأة الجامعية عبر بث رسائل إعلامية تنويرية، واعية، تحفظ للمرأة العراقية هويتها وتدعم مشاركتها الفاعلة في المجتمع، بما يحقق التوازن بين الانفتاح على الآخر والحفاظ على القيم الأصيلة.

المبحث الأول: الإطار المنهجي:

أولاً: مشكلة البحث:

تتبلور مشكلة البحث عندما يكون هنالك إحساس من الباحث بوجود ظاهرة في المجتمع تسبب تحدي وتؤثر سلباً في بنية المجتمع؛ لذا يتحتم على المؤسسات الفاعلة في المجتمع معالجة هذه الظاهرة عن طريق إجراء دراسات تحليلية ومسحية من أجل الوقوف على الأسباب والمعالجات، وفي ظل ما يشهده العالم من انفتاح إعلامي وثقافي متسارع، أصبح الغزو الثقافي أحد أبرز التحديات التي تواجه المجتمعات، لاسيما في النظم التعليمية والبيئات الجامعية. وتُعد المرأة الجامعية من الفئات الأكثر تأثراً بهذه التحولات، نظراً لما تستهدفه بعض الخطابات الإعلامية والثقافية من قيمها، وهويتها، وأدوارها المجتمعية. وعلى الرغم مما تمتلكه الجامعات من أدوات إعلامية داخلية، يُفترض بها أن تساهم في حماية وتحسين الطالبات وتعزيز وعيهن، لذا فإن مشكلة البحث تكمن في التساؤل الرئيس الاتي (إلى أي مدى يمارس الإعلام الجامعي دوره في تمكين المرأة من مواجهة الغزو الثقافي؟).

ثانياً: تساؤلات البحث:

- 1- ما هو مفهوم الغزو الثقافي؟ وما أبرز مظاهره وتأثيراته على المرأة الجامعية؟
- 2- ما مدى وعي القائمين على الإعلام الجامعي بأهمية دورهم في التصدي للغزو الثقافي الموجه للمرأة؟
- 3- ما نوعية المضامين الإعلامية التي يقدمها الإعلام الجامعي بشأن قضايا المرأة والهوية والثقافة؟
- 4- ما التحديات التي تحد من فعالية الإعلام الجامعي في تمكين المرأة من الحفاظ على هويتها ومواجهة الغزو الثقافي؟
- 5- ما أبرز المقترحات لتفعيل دور الإعلام الجامعي في تمكين المرأة ثقافياً وفكرياً؟

ثالثاً: أهمية البحث:

تكمّن أهمية هذا البحث في كونه يبرز الدور التوعوي والتنقيفي للإعلام الجامعي في تحصين المرأة من التأثيرات السلبية للغزو الثقافي من طريق تسليط الضوء على التحديات الثقافية التي تواجه المرأة الجامعية. بما يساعد في بناء استراتيجية إعلامية فعالة داخل الجامعات لتعزيز وعي الطالبات. ومن ثم يقدم توصيات لتعزيز المحتوى الإعلامي الجامعي بما يتناسب مع خصوصية المجتمع العراقي.

رابعاً: أهداف البحث:

- يهدف هذا البحث إلى الوقوف على مدى فاعلية الإعلام الجامعي في تحصين الطالبات فكرياً وثقافياً، وتعزيز هويتهن في ظل التحديات التي يفرضها الغزو الثقافي. والذي ينطلق من جملة أهداف أهمها:
- 1- التعريف بمفهوم الغزو الثقافي. وبيان مظاهره وتأثيراته على المرأة الجامعية.
 - 2- الوقوف على مدى وعي القائمين على الإعلام الجامعي بأهمية دورهم في التصدي للغزو الثقافي الموجه للمرأة الجامعية.
 - 3- تحديد نوعية المضامين الإعلامية التي يقدمها الإعلام الجامعي بشأن قضايا المرأة والهوية والثقافة.
 - 4- تشخيص التحديات التي تحد من فعالية الإعلام الجامعي في تمكين المرأة من الحفاظ على هويتها ومواجهة الغزو الثقافي.
 - 5- التعرف إلى أبرز المقترحات لتفعيل دور الإعلام الجامعي في تمكين المرأة ثقافياً وفكرياً.

خامساً: منهج البحث وأدواته:

يعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي، كونه الأنسب لدراسة الظواهر الاجتماعية والثقافية وتحليلها، بجمع المعلومات والبيانات حول دور الإعلام الجامعي في تمكين المرأة من مواجهة تحديات الغزو الثقافي، ومن ثم وصف هذا الدور وتحليله بهدف الوصول إلى نتائج موضوعية.

وقد اعتمد الباحثان على مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة المتعلقة بالإعلام الجامعي، والغزو الثقافي، وتمكين المرأة، لفهم الخلفية النظرية والتطبيقية لموضوع البحث في تصميم استبانة (مكونة من عدة محاور) موجهة لعينة من الطالبات الجامعيات، لجمع بيانات كمية وواقعية حول آرائهن وتصوراتهن حول الرسائل الإعلامية الجامعية ومدى إسهامها في توعيتهن وتمكينهن.

سادساً: مجتمع البحث وعينته:

اعتمد الباحثان في هذه الدراسة الطالبات الجامعيات في كل من جامعة بغداد وجامعة الإمام جعفر الصادق (عليه السلام) كمجتمع للبحث إذ شملت الدراسة شريحة المرأة الجامعية في المؤسسات الأكاديمية في العاصمة والتي تعد من أكثر الشرائح تعرضاً واستهدافاً من قبل الغزو الثقافي وتم اختيار هذه الجامعات لتشمل تمثيلاً متوازناً للبيئات الأكاديمية المختلفة في بغداد إذ تمثل جامعة بغداد نموذجاً للجامعات الحكومية الكبرى بينما تمثل جامعة الإمام جعفر الصادق (عليه السلام) نموذجاً للجامعات الأهلية مما يعزز من شمولية النتائج، وتم تطبيق البحث على عينة من الطالبات الجامعيات قوامها (300) طالبة موزعة على هذه الجامعات والكليات ذات الصلة إذ تم اختيار العينة باستخدام أسلوب العينة الحصصية وهو أسلوب غير احتمالي وقد تضمنت العينة تحديد حصص متساوية (50% لكل فئة) لضمان

تمثيل الفئات المستهدفة: (150) طالبة من جامعة بغداد و (150) طالبة من جامعة الإمام جعفر الصادق (عليه السلام)، كما تم ضمان تمثيل متساوٍ بين التخصص العلمي و التخصص الإنساني (150 طالبة لكل منهما). وساهم هذا الأسلوب في ضمان تحقيق التوازن والتناسب المقصود بين طبقات العينة الأساسية،

سابعا: حدود البحث.

1. المجال الزمني: امتدت مدة تنفيذ البحث من (15 كانون الثاني 2025 ولغاية 1 آذار 2025) وهي المدة التي قام فيها الباحثان بتصميم استمارة الاستبانة، وتوزيعها على عينة البحث، وجمع البيانات وتحليلها وتفسيرها إحصائياً.
2. المجال المكاني: تم تحديد المجال المكاني في جامعة بغداد وجامعة الإمام جعفر الصادق (عليه السلام) في محافظة بغداد لما تمثلانه من بيئتين أكاديميتين مختلفتين (أهلية وحكومية) تسهمان في تنوع الرؤى والتجارب الإعلامية الجامعية.
3. المجال البشري: تمثل المجال البشري للبحث ب الطالبات الجامعيات في جامعتي بغداد والإمام جعفر الصادق (عليه السلام) لكونهن الفئة الأكثر تعرضاً لتأثيرات الغزو الثقافي إذ تم اختيار عينة قوامها (300) طالبة توزعن بالتساوي بين الجامعتين وبالتناسب بين التخصصات العلمية والإنسانية.

ثامناً: الأدوات الإحصائية: اعتمد الباحثان في تحليل بيانات البحث على مجموعة من الأدوات الإحصائية الملائمة لطبيعة البيانات والأهداف وذلك باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) لإجراء المعالجات الكمية اللازمة، وتم توظيف الإحصاءات الوصفية لبيان الخصائص العامة لعينة البحث عن طريق استخدام التكرارات والنسب المئوية لوصف المتغيرات الديموغرافية (العمر، الجامعة، التخصص، المرحلة الدراسية).

واستعمل الباحثان المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لقياس اتجاهات الطالبات نحو دور الإعلام الجامعي في تمكين المرأة من مواجهة الغزو الثقافي ولتحديد مستوى موافقتهن على فقرات الاستبانة وترتيبها حسب قوة التأثير، وتم الاعتماد على المتوسط الحسابي الفرضي (3) كمعيار للحكم على مستوى الاستجابات لمعرفة ما إذا كانت آراؤهن تميل نحو الإيجابية أو السلبية. أما للتحقق من صدق وثبات الأداة، فقد تم استخدام معامل ألفا كرونباخ لقياس الاتساق الداخلي بين الفقرات مما يعزز من موثوقية النتائج ودقتها في تمثيل الظاهرة المدروسة.

تاسعا: الدراسات السابقة.

1. دراسة (جعفري، 2017): تناولت الدراسة "انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري - شبكة فيس بوك أنموذجاً" للباحثة نبيلة جعفري، وهدفت إلى معرفة طبيعة الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وموقع فيس بوك تحديداً، وتحليل أنماط استخدام الشباب الجامعي الجزائري لهذا الموقع، والكشف عن آثار استخدامه على بعض معالم الهوية الثقافية لديهم. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، معتمدة على أسلوب المسح بالعينة، حيث تم اختيار عينة قصدية مكونة من 147 طالباً وطالبة من جامعة العربي بن مهيدي بأم البواقي. وتوصلت الدراسة إلى أن أغلبية المبحوثين يفضلون استخدام اللهجة العامية بحروف أجنبية على موقع فيس بوك، وأن الإسلام والجزائر واللغة العربية تمثل المحددات الأساسية لهويتهم الثقافية، كما أن الموقع يشكل فضاءً افتراضياً مؤثراً في مظهرات الهوية الفردية والجماعية.

2. دراسة (حسين، 2013): تناولت "دور وسائل الاتصال في مواجهة الغزو الثقافي" للدكتور بدر ناصر حسين، وقد هدفت إلى الكشف عن أهمية التواصل بين الثقافات، وتبيان دور تكنولوجيا الإعلام في ترسيخ إعلام إسلامي علمي، وتحليل أنماط الاتصال البين-ثقافي في الحوار مع الآخر. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، مع توظيف الأدبيات النظرية والمفاهيم الاتصالية الحديثة. اعتمدت الدراسة على تحليل نوعي لمصادر متعددة دون تحديد عينة رقمية، بل ركزت على المفاهيم والمراجع الفكرية. وتوصلت إلى أن وسائل الاتصال

تلعب دوراً محورياً في التفاعل الثقافي، وأن الهيمنة الإعلامية الغربية تؤثر على الخصوصية الثقافية، كما أبرزت أهمية بناء إعلام قادر على مواجهة التحديات الثقافية العالمية.

3. دراسة (كنعان أ.، 2008): تناولت الدراسة (الشباب الجامعي والهوية الثقافية في ظل العولمة الجديدة) وهدفت الدراسة إلى (التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي نحو مفهوم العولمة ، والتعرف على إدراك الشباب الجامعي لمفهوم الهوية الثقافية ، والكشف عن تطلعات الشباب الجامعي المستقبلية) واستخدمت الدراسة المنهج (الوصفي التحليلي) واستخدمت العينة (461 طالباً وطالبة من طلبة جامعة دمشق) وتوصلت الدراسة إلى (ارتفاع نسبة موافقة الطلاب على حتمية وضرورة العولمة ، وارتفاع وعي الشباب واعتزازهم بالهوية الثقافية ، وكون التطلعات المستقبلية الأكثر أهمية هي قيام وطن عربي موحد)

المبحث الثاني: الإطار النظري للبحث.

الإعلام الجامعي كآلية للتمكين الثقافي للمرأة في مواجهة الغزو الثقافي

أولاً: مدخل مفاهيمي حول الإعلام الجامعي

يأخذ الإعلام الجامعي موقعاً فريداً عند تقاطع الممارسة الإعلامية والنظام التعليمي والفضاء الاجتماعي للشباب ويتجاوز التعريف الأكاديمي للإعلام الجامعي كونه مجرد منصات بث أو نشر داخل الحرم الجامعي ليصفه بأنه بالأساس منصة تعليمية وأداة اتصال (Sithole, 2025) وهو يشمل طيفاً واسعاً من الوسائط تتراوح من الأشكال التقليدية المطبوعة مثل الصحيفة والمجلة الجامعية إلى المنصات الرقمية مثل نظام اللوحات الإعلانية المدرسية (Zhao, 2019, p. 20) والمحطات الإذاعية الطلابية (Sithole, 2025).

ويتمحور دوره الأساس حول توفير تعلم تجريبي حيوي للطلاب خاصة أولئك المسجلين في برامج الإعلام إذ يُعد هذا الجانب أساسياً لممارستهم المهنية المستقبلية (Sithole, 2025) وبالنسبة للعديد من الطلاب يمثل الإعلام الجامعي أول تجربة لقوة الاتصال الجماهيري مما يتيح لهم فهماً عملياً لغرض الصحافة كأداة للوعي والمساءلة (Amin, 2025)

ويخدم الإعلام الجامعي أغراضاً متعددة تشمل: تعزيز الاستعداد المهني وتنمية المهارات القيادية والاتصالية والتطبيقية لدى الطلاب؛ دعم أهداف المؤسسة الجامعية عبر الاتصال الداخلي والدعاية والترويج؛ وخدمة المجتمع عبر تغطية القضايا الجامعية والاجتماعية وتعزيز المساءلة داخل الحرم الجامعي (كنعان ع.، 2025، صفحة 78).

وعلى الرغم من أهدافه التعليمية والمؤسسية والمجتمعية، يعاني الإعلام الجامعي من تحديات هيكلية تشمل نقص الدعم المالي واللوجستي والبنية التحتية، وتكمن المعضلة الأبرز في التوتر بين الاستقلالية التحريرية والرقابة المؤسسية إذ يحد هذا التوتر من معالجة الموضوعات الحساسة والمثيرة للجدل، وأظهرت دراسة إذاعة جامعة لوبان الحكومية مخاوف الطلاب من السيطرة المؤسسية وقطع النقاشات المهمة. يعيش الإعلام الجامعي في فضاء مزدوج بين كونه أداة للمساءلة وتطوير الفكر وبين كونه وسيلة للترويج المؤسسي فضلاً عن ذلك يركز التعليم الإعلامي غالباً على المهارات الإدارية مثل الميزانية وإدارة الوقت ما قد يحول دوره نحو تطبيع مهني لإعداد موظفين أكفاء بدل صحفيين نقديين قادرين على تحدي الهياكل الأبوية القائمة (Amin, 2025).

ثانياً: تمكين المرأة: الأبعاد النظرية والأهمية في السياق الثقافي

لا يمكن تحليل دور الإعلام الجامعي في تمكين المرأة دون تفكيك مفهوم التمكين نفسه الذي يُعد من أكثر المفاهيم تداولاً وإشكالية في دراسات التنمية والجنس، وإن تفكيك مفهوم التمكين من الوضع إلى العملية ليس حالة ثابتة بل عملية مستمرة إذ يُكسب النساء القوة والسيطرة على حياتهن والقدرة على اتخاذ خيارات استراتيجية، ويقوم على ثلاثة مبادئ أساسية: الانطلاق من موقع ضعف واكتساب التمكين بأنفسهن لا من الخارج وإملاك القدرة على اتخاذ قرارات مهمة والتصرف وفقاً (College, 2018)

المكونات الخمسة لتمكين المرأة

يشير الإطار النظري المعتمد في دراسات الاتحاد الأوروبي إلى أن تمكين المرأة يتكون من خمسة مكونات مترابطة تشكل أساس العملية التمكينية أول هذه المكونات تقدير الذات ويعني إحساس المرأة بقيمتها وقدرتها على المشاركة الفاعلة في المجتمع واتخاذ القرارات المتعلقة بحياتها (de la Maza, 2025) والمكون الثاني الحق في الاختيار والذي يعني امتلاك المرأة خيارات متعددة وتحديدها بحرية دون تدخل خارجي مما يعزز استقلاليتها وقدرتها على رسم مسار حياتها أما المكون الثالث فهو الوصول إلى الفرص والموارد ويشمل التعليم والتدريب والموارد الاقتصادية الضرورية لتمكين المرأة من تطوير مهاراتها وتحقيق أهدافها الشخصية والمهنية فضلاً عن المكون الرابع وهو السيطرة على الحياة ويعكس قدرة المرأة على إدارة مسار حياتها داخل المنزل وخارجه واتخاذ القرارات الحاسمة بشأن شؤونها اليومية والمستقبلية (كنعان ع.، 2025، صفحة 88) والمكون الخامس هو التأثير في التغيير الاجتماعي الذي يمكن المرأة من المشاركة في تشكيل السياسات والقرارات الاجتماعية والاقتصادية بما يسهم في خلق نظام أكثر عدالة ومساواة وإن هذه المكونات مجتمعة تؤكد أن التمكين ليس حالة ثابتة بل عملية ديناميكية مستمرة تتطلب توافر الفرص والقدرة على الاختيار والمشاركة الفاعلة (Oxaal & Baden, 1997)

ويتخذ التمكين أشكالاً متعددة منها التمكين الاقتصادي والتمكين السياسي والتمكين التعليمي والتنموي الذي يركز على تزويد النساء بالأدوات والمهارات وبرامج القيادة وفي هذا السياق يبرز التمكين الثقافي للمرأة كبعد محوري ويُعرف بأنه الحق في المشاركة في الحياة الثقافية ومتابعة التنمية الثقافية ولا يقتصر هذا التعريف على الاستهلاك الثقافي بل يشمل بشكل أساسي حق المرأة في تحديد والمشاركة والاستمتاع بالممارسات والمؤسسات والمنتجات الثقافية وحماية وتشجيع الإنتاج العلمي والأدبي والفني الذي تملكه وتسيطر عليه النساء (Gaipova, 2022, p. 35)

وللتمكين الثقافي أهمية في مواجهة التأثيرات الخارجية إذ تكمن في كونه خط الدفاع الأول لمواجهة التأثيرات الخارجية وهو حيوي للحفاظ على الهوية الثقافية والاجتماعية والتراث والآلية الجوهرية للتمكين الثقافي ليست مجرد الحفاظ السلبي على التراث بل هي عملية نشطة لاستعادة وإعادة كتابة السرديات الثقافية ففي دراسة حالة نساء الشيكانا وجد أن استعادة الأساطير الخاصة بهن ساهمت في تشكيل جيل جديد من النساء المتمكنات وهذه العملية تحول التمكين من رد فعل دفاعي إلى فعل إعادة تأليف للذات وهو ما يرتبط ارتباطاً وثيقاً بتطوير الوعي الناشط ويوضح الإطار كيف يمكن تطبيق المكونات الخمسة للتمكين بشكل خاص على مفهوم التمكين الثقافي (Matta, 2025, p. 26)

ثالثاً: الغزو الثقافي (الإمبريالية الثقافية) وآليات التأثير الإعلامي

يُجمع الباحثون والمختصون على أن الإعلام بكل وسائله أصبح يمتلك مكانة متميزة في تشيئة وتطوير المجتمعات عن طريق التدريب والتعليم وبناء المعايير الثقافية والاجتماعية فضلاً عن حماية النظم السياسية فهو أداة مهمة في ثقافة المرأة وتحسينها اتجاه ما تتعرض له من ثقافات دخيلة يمثلها الغزو الثقافي الذي يهدف إلى عولمة الثقافات، فالإعلام يمثل الوسيلة الناقلة للقيم والثقافات والعادات والتقاليد الموروثة من جيل إلى آخر والمساهمة في تطويرها وتشذيبها بما يتوافق ومتطلبات العصر (سالم، 2018، صفحة 77).

يواجه التمكين الثقافي للمرأة تحدياً مباشراً يتمثل في ظاهرة الغزو الثقافي أو ما يُعرف أكاديمياً بـ الإمبريالية الثقافية إذ تُعرّف الإمبريالية الثقافية بأنها فرض ثقافة مهيمنة عادة سياسية أو اقتصادية على مجتمع آخر غير مهيمن وهي شكل من أشكال هيمنة ثقافة على أخرى وتحدث عندما تطغى المنتجات الثقافية مثل الأفلام والتلفزيون والموسيقى لدولة قوية على ثقافات الدول الأقل قوة وتعمل على تحويلها والمثال الأكثر شيوعاً هو الأمركة إذ يهدف التصدير الجماعي للأفلام والموسيقى والملابس والطعام الأمريكي المنتجات المحلية ويؤدي إلى تغيير أو إطفاء ملامح طريقة الحياة التقليدية ويتم نشر هذا التأثير عبر قنوات الإعلام التي تنشأ غالباً من دول متقدمة اقتصادياً وتكنولوجياً (الهزايمة، 2012، صفحة 64)

ولا تعمل الإمبريالية الثقافية عن طريق القوة العسكرية بل عبر آليات معقدة ومتشابكة تشمل الآليات التكنولوجية والاقتصادية التي يسهل فيها التقدم التكنولوجي إنتاج وتوزيع واستهلاك المحتوى الإعلامي عالمياً وبسرعة وفي الوقت نفسه تخلق التبعية الاقتصادية وضعاً

تعتمد فيه الثقافات الأقل هيمنة على المحتوى الإعلامي الأجنبي المستورد بسبب قيود الإنتاج المحلي و تشمل الآليات السياسية التي قد تعطي السياسات الدولية مثل اتفاقيات التجارة الحرة الأولوية على حساب إجراءات الحماية الثقافية للمنتجات المحلية إضافة إلى الآليات النفسية الأكثر عمقاً وتأثيراً إذ لا يعمل الغزو الثقافي بالضرورة كمؤامرة بل عن طريق استغلال الحاجة الفطرية للانتماء ويقدم الاتجاهات الثقافية المهيمنة على أنها المجموعة التي يجب محاكاتها و يستغل الغزو الثقافي التطلع إلى التقدم إذ يتم تأطير مفهوم التقدم نفسه ثقافياً وتُقدم نماذج التنمية الغربية مثل التي تركز على الإنجاز الفردي والاستهلاك المادي كمعيار عالمي للسعادة والنجاح وهذا يخلق صراعاً ثقافياً عميقاً فبينما يتطلب التمكين الحقيقي للمرأة التأثير في التغيير الاجتماعي وهو عمل جماعي وهيكلية فإن سرديّة الغزو الثقافي تعيد توجيه طموحات المرأة نحو الإنجاز الفردي مما يضعف العمل الجماعي الضروري لتغيير الهياكل الأبوية (هوبر، 2024، صفحة 33)

رابعاً: تحليل العلاقة الجدلية: الإعلام الجامعي، تمكين المرأة، والمقاومة الثقافية

عند وضع المفاهيم الثلاثة (الإعلام الجامعي وتمكين المرأة والغزو الثقافي) في إطار تحليلي واحد تبرز علاقة جدلية معقدة، فالإعلام الجامعي ليس بطبيعته أداة للتمكين أو أداة للقمع بل هو ساحة يمكن أن تكون أياً منهما اعتماداً على هياكله وسياساته التحريرية.

خامساً: الإعلام الجامعي كأداة للتمكين: الإطار المعياري (دراسة حالة: إطار بيروت 2002)

يقدم اجتماع فريق خبراء الأمم المتحدة في بيروت عام 2002 إطاراً معيارياً لكيفية تحويل الإعلام إلى أداة لتمكين المرأة ويحدد الهدف الاستراتيجي بزيادة مشاركة المرأة ووصولها للتعبير وصنع القرار في الإعلام وعن طريقه ولتحقيق ذلك دعا الإطار إلى دعم تعليم المرأة وتدريبها وتوظيفها في المناصب الإعلامية وتطوير آليات تنظيمية تعزز صوراً متوازنة ومتنوعة للمرأة مع الإشارة إلى استمرار الاختلال الواضح في التوازن بين الجنسين في مناصب صنع القرار ووضع السياسات في المؤسسات الإعلامية ومن هذا المنطلق يمكن للإعلام الجامعي أن يكون التطبيق الأولي والمثالي لإطار بيروت فهو البيئة التي يمكن فيها توفير التدريب والممارسة العملية للطلابات ومنحهن مناصب صنع القرار الفعلية مثل رئاسة التحرير أو الإدارة وإنتاج محتوى يعزز صورة حقيقية وإيجابية للمرأة بعيداً عن الصور النمطية التي يفرضها الإعلام التجاري أو الغزو الثقافي (Women, 2002).

سادساً: الإعلام الجامعي كأداة لتعزيز القوالب النمطية (دراسة حالة تحذيرية: الصين)

يكشف في المقابل التحليل النقدي عن جانب مظلم إذ يمكن أن يتحول الإعلام الجامعي إلى سلاح ذي حدين وتقدم دراسة الحالة التحليلية لجائزة أجمل معلمة في الإعلام الجامعي الصيني نموذجاً تحذيرياً فظاهر هذه الجائزة يشيد بالنساء الأكاديميات لكن التحليل النقدي للخطاب المصاحب لها يكشف أنها مصاغة عبر خطابات تعيد إنتاج الأعراف الجندرية وتخضع النساء لمقاييس أداء متضاربة أي لا يكفي أن تكوني أكاديمية ناجحة بل يجب أن تكوني جميلة أيضاً وفق معايير محددة وتخلص الدراسة إلى أن هذه الجائزة تمثل تعبيراً عن الحكم العاطفي وأن أضرارها مخفية تحت ستار المساواة بين الجنسين وفي هذا النموذج لا يعمل الإعلام الجامعي على التمكين بل يُستخدم كأداة ناعمة لحكومة السلوك الجندري (Liu, 2014, p. 21).

سابعاً: بناء الجسر: الإعلام الجامعي كفضاء للمقاومة الثقافية

توضح المقارنة بين إطار بيروت المعياري (Women, 2002) ودراسة الحالة الصينية (Liu, 2014) أن دور الإعلام الجامعي مشروط ولكي يكون أداة تمكين ثقافي يجب أن يتبنى نموذج المقاومة وإعادة كتابة السرديات (Matta, 2025) ويكون منصة تمارس فيها الطالبات الحق في تحديد والمشاركة في ثقافتهن وأداة لإنتاج المعرفة العلمية والأدبية والفنية التي تسيطر عليها النساء مما يخلق وعياً ناشطاً (Matta, 2025) يتحدى الصور النمطية القادمة من مصدرين: سرديات الغزو الثقافي التي تركز على الفردية والاستهلاك والأعراف الأبوية المحلية التي قد تعززها المؤسسة نفسها لكن هذا الدور المثالي يصطدم بحاجز الرقابة المؤسسية، فقضايا تمكين المرأة

الحقيقية مثل تحدي الهياكل الأبوية وقضايا الغزو الثقافي مثل تحدي الهيمنة هي بطبيعتها موضوعات حساسة تتجنبها الإدارات الجامعية لذلك فإن المعركة من أجل الاستقلالية التحريرية للإعلام الجامعي ليست معركة هامشية بل شرط مسبق لأي دور فاعل يمكن أن يلعبه في تمكين المرأة ثقافياً ويعرض الجدول النماذج التحليلية الممكنة لدور الإعلام الجامعي في قضايا المرأة بناءً على الأهداف السائدة داخل المؤسسة.

ويرى الباحثان أن تحقيق السيادة الثقافية ومواجهة هذا الغزو الجديد يتطلب الانتقال من موقف المستهلك السلبي إلى المنتج الفاعل، عبر استراتيجيات لا تكتفي بنقد الهيمنة الغربية فحسب، بل تعمل على تفكيك أدواتها (كالاحتكار اللغوي والتتميط الجندي) واستبدالها بنظام إعلامي وطني عادل يحمي الهوية ويعيد الاعتبار للخصوصية الثقافية.

المبحث الثالث: الإطار العملي للبحث:

بعد توزيع استمارة البحث على عينة قوامها (300) طالبة من جامعة بغداد وجامعة الإمام جعفر الصادق (عليه السلام) في النصف الثاني من العام الدراسي (2024 - 2025) الشهر الثالث، وجمع الاستمارات وفرزها وإدخالها إلى البرنامج الإحصائي (SPSS) لغرض تحليل النتائج والتي كانت بالشكل التالي:

جدول رقم (1) العوامل الديمغرافية لعينة الدراسة:

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	أنثى	300	100%
الوظيفة	طالبة	300	100%
العمر	20 - 18 سنة	82	27%
	25 - 21 سنة	168	56%
	26 سنة فأكثر	50	17%
الجامعة	بغداد	150	50%
	الإمام جعفر الصادق (عليه السلام)	150	50%
التخصص الأكاديمي	علمي	150	50%
	إنساني	150	50%
المرحلة الدراسية	الأولى	35	12%
	الثانية	80	27%
	الثالثة	96	32%
	الرابعة فأكثر	89	29%
المجموع		300	100%

تبين نتائج الجدول (1) العوامل الديمغرافية لعينة البحث من حيث الجنس فقد كانت جميع عينة البحث من الإناث بما يتناسب مع طبيعة البحث، أما الوظيفة فقد اقتصر على الطالبات الجامعيات كون البحث يتناول دور الإعلام الجامعي في تمكين الطالبة الجامعية من مواجهة الغزو الثقافي، بينما تظهر النتائج أن الفئة العمرية من (21-25 سنة) هي الفئة الأكبر من بين الطالبات ضمن عينة البحث بتكرارات قدرها (168) وتكرار ونسبة مئوية بلغت (56%)، ثم الفئة من (18-20 سنة) بتكرارات قدرها (82) وتكرار ونسبة مئوية (27%)، تليه الفئة من الأكثر من 26 سنة بتكرارات قدرها (50) وتكرار ونسبة مئوية بلغت (17%)، أما فيما يتعلق بمجتمع البحث فقد اعتمد

الباحثان جامعتي بغداد وجامعة الإمام جعفر الصادق (عليه السلام) وينسب متساوية بلغت (50%) لكل جامعة، كذلك اعتمد الباحثان التقسيم المتساوي لعينة البحث حسب التخصص الأكاديمي حيث اعتمد التخصص العلمي والتخصص الإنساني بنسبة (50%)، بينما تظهر نتائج الجدول أن عدد طالبات المرحلة الثالثة ضمن عينة البحث جاءت أولاً بتكرارات قدرها (96) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (32%)، أما المرحلة الرابعة فقد جاءت ثانياً بتكرارات قدرها (89) تكراراً وبنسبة بلغت (29%)، بينما جاءت المرحلة الثانية ثالثاً بتكرارات قدرها (80) تكراراً وبنسبة مئوية بلغت (27%)، وأخيراً المرحلة الأولى بتكرارات قدرها (35) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (12%).

ثانياً: دور الإعلام الجامعي في تمكين المرأة لمواجهة الغزو الثقافي.

جدول (2): يبين مقياس دور الإعلام الجامعي في تمكين المرأة لمواجهة الغزو الثقافي

ت	فقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المجموع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	أرى أن الإعلام الجامعي بحاجة إلى تطوير في صناعة المحتوى الإعلامي.	176	78	25	12	9	300	4.33	1.00
2	أتابع الإعلام الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي	180	70	16	24	10	300	4.29	1.09
3	يستخدم الإعلام الجامعي التقنيات الحديثة في صناعة المحتوى الإعلامي	150	90	30	20	10	300	4.17	1.07
4	يقيم الإعلام الجامعي الكثير من الندوات لتوعية الطالبات بمخاطر الغزو الثقافي	132	100	50	14	4	300	4.14	0.95
5	أتابع بشكل منتظم الرسائل الإعلامية التي يقدمها الإعلام الجامعي	146	85	34	23	12	300	4.10	1.12
6	الإعلام الجامعي قادر على مواكبة التحديات الفكرية والثقافية الحديثة.	150	63	62	12	13	300	4.08	1.12
7	أشعر بأن الإعلام الجامعي يعكس اهتمامات المرأة الجامعية	123	67	90	5	15	300	3.93	1.11
8	يتناول الإعلام الجامعي موضوعات تتعلق بالحفاظ على الهوية الثقافية	89	126	57	26	2	300	3.91	0.94
9	الإعلام الجامعي يعزز ثقة المرأة بدورها في المجتمع	109	81	86	20	4	300	3.90	1.02

10	محتوى الإعلام الجامعي يبرز النماذج الإيجابية في الثقافة العراقية	123	64	67	23	23	300	3.80	1.26
11	هناك ضعف في المحتوى الموجه للمرأة ضمن وسائل الإعلام الجامعي.	123	56	51	40	30	300	3.67	1.38
12	الإعلام الجامعي جعلني افتخر بثقافتي الوطنية	97	69	81	36	17	300	3.64	1.21
13	يقدم الإعلام الجامعي محتوى إعلامي يمكن المرأة ثقافياً وفكرياً	95	72	78	38	17	300	3.63	1.21
14	يساهم الإعلام الجامعي في تعزيز الثقة بالنفس لمواجهة تحديات الثقافات الوافدة	84	79	81	36	20	300	3.57	1.20
15	تحفزني رسائل الإعلام الجامعي على التمسك بالقيم والمبادئ الثقافية الأصيلة.	74	86	90	36	14	300	3.57	1.12
16	يستخدم الإعلام الجامعي الوسائل الحديثة في تقديم المحتوى الإعلامي	79	69	97	35	20	300	3.51	1.19
17	احضر التجمعات الثقافية التي ينظمها الإعلام الجامعي	90	78	57	34	41	300	3.47	1.38
18	الإعلام الجامعي يساعدني على التمييز بين القيم الثقافية الأصيلة والدخيلة	78	65	89	45	23	300	3.43	1.24
19	الإعلام الجامعي يستخدم وسائل متنوعة (مقروءة، مرئية، مسموعة، رقمية)	67	47	137	36	13	300	3.40	1.09
20	أسهم الإعلام الجامعي في زيادة وعي المرأة بمخاطر الغزو الثقافي	80	71	47	68	34	300	3.32	1.37

تظهر نتائج الجدول (2) آراء عينة البحث من الطالبات الجامعيات في جامعتي بغداد والإمام جعفر الصادق (عليه السلام) وجرى ترتيب الفقرات وفقاً لقوة الآراء من الأعلى إلى الأدنى اعتماداً على المتوسطات الحسابية المحسوبة، مقارنةً بالمتوسط الفرضي البالغ (3)، وتوضح النتائج أن جميع المتوسطات الحسابية جاءت أعلى من المتوسط الفرضي مما يدل على اتجاهات إيجابية مرتفعة لدى أفراد العينة تجاه أداء الإعلام الجامعي في هذا المجال مع فروقات في درجة القوة بين المؤشرات.

وأظهرت النتائج أن الطالبات الجامعيات من عينة البحث يرّين أن الإعلام الجامعي بحاجة إلى تطوير في صناعة المحتوى الإعلامي وهو المؤشر الأعلى بمتوسط حسابي بلغ (4.33) وانحراف معياري (1.00) مما يشير إلى إدراك العينة لأهمية تحديث آليات العمل الإعلامي داخل الجامعات وعلى الرغم من هذا التقييم النقدي فإن العينة تتابع الإعلام الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي بانتظام بمتوسط حسابي (4.29) وانحراف معياري (1.09) وهو ما يعكس تقاعلا واضحا مع المنصات الإعلامية الجامعية الرقمية. وأشارت النتائج إلى أن الإعلام الجامعي يستخدم التقنيات الحديثة في صناعة المحتوى الإعلامي بمتوسط (4.17) وأنه يقيم ندوات توعوية لمواجهة الغزو الثقافي بمتوسط (4.14) ما يعزز من دوره التثقيفي والتوعوي داخل الوسط الأكاديمي، وأكدت العينة أنها تتابع الرسائل الإعلامية التي يقدمها الإعلام الجامعي بانتظام بمتوسط (4.10) وأن هذا الإعلام قادر على مواكبة التحديات الفكرية والثقافية الحديثة بمتوسط (4.08) ما يدل على وعي الطالبات بدناميكية الأداء الإعلامي الجامعي. وفيما يتعلق بالجوانب الاجتماعية والثقافية عبرت العينة عن شعورها بأن الإعلام الجامعي يعكس اهتمامات المرأة الجامعية (3.93) ويتناول موضوعات الحفاظ على الهوية الثقافية (3.91) ويعزز ثقة المرأة الجامعية بدورها في المجتمع (3.90) ويُبرز النماذج الإيجابية في الثقافة العراقية (3.80)، ورأت العينة أن المحتوى الإعلامي الموجه للمرأة ليس ضعيفا (3.67) وأن الإعلام الجامعي يسهم في تنمية الفخر بالثقافة الوطنية العراقية (3.64) فضلا عن كونه يقدم محتوى يمكن المرأة ثقافيا وفكريا (3.63). وتشير النتائج أيضا إلى أن الإعلام الجامعي يعزز الثقة بالنفس في مواجهة تحديات الثقافة الوافدة (3.57) ويحُث على التمسك بالقيم والمبادئ الأصيلة (3.57) ويستخدم الوسائل الحديثة في تقديم المحتوى (3.51)، وأظهرت العينة استعدادها للمشاركة في الأنشطة الثقافية التي ينظمها الإعلام الجامعي (3.47) وإدراكها لدوره في تمييز القيم الأصيلة عن الوافدة (3.43) واستعماله وسائل إعلامية متنوعة (3.40).

وتوصلت النتائج إلى أن الإعلام الجامعي يسهم في رفع وعي المرأة الجامعية بمخاطر الغزو الثقافي بمتوسط (3.32) وهو ما يعكس إدراكا معتدلا لأثر الإعلام الجامعي في هذا الجانب مقارنة بالمؤشرات السابقة ذات المتوسطات الأعلى، وعموما توضح النتائج أن الطالبات يمتلكن تقديرا إيجابيا واضحا لدور الإعلام الجامعي في تمكين المرأة وتعزيز هويتها الثقافية والوطنية مع الحاجة إلى مزيد من التطوير في صناعة المحتوى وأساليب توصيل الرسائل الإعلامية بما يواكب التحولات الثقافية والتقنية المعاصرة.

جدول رقم (3) اختبار الهدف الرئيس للبحث

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	هدف البحث
1.16	3.79	دور الإعلام الجامعي في تمكين المرأة لمواجهة الغزو الثقافي

تظهر نتائج الجدول أعلاه بأن عينة البحث من طالبات جامعتي بغداد وجامعة الإمام جعفر الصادق (عليه السلام) ترى وبصورة عامة أن الإعلام الجامعي يؤدي دور حيويًا في تمكين المرأة (الطالبة الجامعية) من مواجهة الغزو الثقافي، بمتوسط حسابي (3.39) مقارنة بالمتوسط الفرضي للبحث البالغ (3)، وانحراف معياري قدره (1.16).

نتائج البحث:

أظهر البحث جملة من النتائج نشير إلى أهمها:

1. أظهرت النتائج وجود اتجاهات إيجابية عامة لدى الطالبات نحو دور الإعلام الجامعي في تمكين المرأة لمواجهة الغزو الثقافي إذ تجاوز المتوسط الحسابي الكلي المتوسط الفرضي المعتمد.
2. بينت النتائج أن الطالبات يرّين أن الإعلام الجامعي بحاجة إلى تطوير نوعي في صناعة المحتوى الإعلامي لمواكبة التحديات الثقافية والفكرية المعاصرة.

3. كشفت النتائج عن متابعة مرتفعة لوسائل الإعلام الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ما يؤكد أهمية المنصات الرقمية في التأثير الثقافي على المرأة الجامعية.
4. أوضحت النتائج أن الإعلام الجامعي يستخدم التقنيات الحديثة ويقوم أنشطة وندوات توعوية إلا أن فاعلية هذه الجهود ما تزال متوسطة وتحتاج إلى تخطيط إعلامي أكثر تنظيماً.
5. أظهرت النتائج أن الإعلام الجامعي يساهم بدرجة متوسطة في تعزيز الهوية الثقافية الوطنية وإبراز النماذج الثقافية الإيجابية ودعم صورة المرأة في المجتمع.
6. بينت النتائج وجود إسهام محدود نسبياً للإعلام الجامعي في رفع الوعي المباشر بمخاطر الغزو الثقافي مقارنة ببقية أدواره الثقافية.
7. أثبت اختبار الهدف الرئيس للبحث أن دور الإعلام الجامعي في تمكين المرأة لمواجهة الغزو الثقافي تحقق بدرجة متوسطة ما يشير إلى الحاجة لتطوير استراتيجية إعلامية جامعية أكثر فاعلية.

استنتاجات البحث:

1. الإعلام الجامعي يمتلك قدرة فعلية على الإسهام في تمكين المرأة الجامعية ثقافياً ومساعدتها على مواجهة مظاهر الغزو الثقافي، إلا أن هذا الدور ما يزال في إطار التأثير المتوسط ولم يصل إلى مستوى التأثير البنوي العميق.
2. إن وعي الطالبات بأهمية الإعلام الجامعي مرتفع نسبياً، غير أن إدراكهن لحاجته إلى تطوير المحتوى يعكس فجوة بين التوقعات الوظيفية للإعلام الجامعي وبين أدائه الفعلي.
3. إن إسهام الإعلام الجامعي في تعزيز الهوية الثقافية الوطنية وبناء الثقة بدور المرأة في المجتمع موجود لكنه غير متكامل، ويعاني من ضعف في العمق التحليلي والاستمرارية.
4. إن الخطاب الإعلامي الجامعي يركز غالباً على المعالجة التوعوية العامة، ولا يتناول الغزو الثقافي بوصفه ظاهرة مركبة ذات أبعاد فكرية وإعلامية واقتصادية عميقة.

المقترحات والتوصيات:

- في ضوء النتائج والاستنتاجات التي أفرزها البحث فإن الباحثان يقترحان إجراء البحوث والاستطلاعات حول دور الإعلام في مواجهة الغزو الثقافي لفئات المجتمع الأخرى للوقوف على مدى قدرة الثقافة الدخيلة على أحداث تغيير في البنية القيمية للمجتمع العراقي وذلك لبناء استراتيجية فعالة لمواجهة الغزو الثقافي والمحافظة قيم وتقاليد المجتمع.
- وعليه فإن الباحثان يوصيان جميع الجهات ذات العلاقة مجلس الوزراء والوزارات ومنظمات المجتمع المدني والمؤسسات الدينية إلى تفعيل دورها في تمكين فئات المجتمع المختلفة ونشر الوعي بين أفرادها لمواجهة الغزو الثقافي.

المصادر العربية

- أحمد علي كنعان. (2008). الشباب الجامعي والهوية الثقافية في ظل العولمة الجديدة، مجلة دمشق عاصمة الثقافة العربية (رسالة ماجستير غير منشورة). 439-409. جامعة دمشق.
- اميرة حسن سالم. (يناير، 2018). دور وسائل الإعلام في تعزيز الثقافة الأمنية. *المجلة المصرية للدراسات المتخصصة العدد 18*، الصفحات 139-77.
- اية عبد الله احمد النويهى. (5 يونيو، 2014). الاعلام العربي والغربي ودوره في تشكل ثقافة المجتمع. *المركز الديمقراطي العربي لدراسات الاستراتيجية السياسية والاقتصادية*، الصفحات 1-25.
- بدر ناصر حسين. (2013). دور وسائل الاتصال في مواجهة الغزو الثقافي. 1-10. جامعة بابل.
- بول هوبر. (2024). *نحو فهم للعولمة الثقافية*. (طلعت الشايب، المترجمون) القاهرة مصر: هنداي للنشر والتوزيع.
- تركي نصار. (2008). دور وسائل الاعلام المسموعة المرئية في التنمية الثقافية. *مجلة اتحاد الجامعات العربية للاداب*، المجلد 5 العدد 2، الصفحات 557-589.
- علي عبد الفتاح كنعان. (2025). *الاعلام والمجتمع*. الاردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- محمد يوسف الهزايمة. (2012). *العولمة الثقافية واللغة العربية التحديات والآثار*. الاردن: الاكاديميون للنشر والتوزيع.
- نبيلة جعفري. (2017). انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري - شبكة فيس بوك أنموذجاً. *مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية*، عدد 31، الصفحات 81-85.

References

- Amin, A. (2025, October 17). *Building a Future Through Campus Media and Journalism*. Retrieved from Anais Amin: <https://2u.pw/7I7BHn>
- College, W. (2018). *Campus Media Head Learning Outcomes*. Retrieved from Whitman College: <https://2u.pw/Jrj2zB>
- de la Maza, M. J. (2025, June 10). Women's Empowerment: A Driver of Transformation in Companies. Retrieved from <https://2u.pw/QWALSZ>
- Foundation Kaiser Family. (2010). Media in the Lives of 8–18 Year-olds.
- Gaipova, A. (2022, August). Transnational Agency or Economic Empowerment? Experiences of Kyrgyz Domestic Workers in Turkey (Master's Thesis). Department of Sociology, Graduate School of Social Sciences: Middle East Technical University.
- Liu, F. (2014). From degendering to (re)gendering the self: Chinese youth negotiating modern womanhood. *Gender and Education*, 26(1), pp. 18-33. doi:10.1080/09540253.2013.860432
- Matta, K. (2025, April 14). Lo pasado me estirá pa' trás / y lo presente pa' 'delante': Analyzing Strategies of Cultural Subversion in Chicana Feminism. *Mitra FAMILY GRANT Recipient*.
- Oxaal, Z., & Baden, S. (1997). *Gender and Empowerment: Definitions, Approaches and Implications for Policy*. Brighton, UK: Institute of Development Studies, University of Sussex.
- Sithole, E. (2025, April 6). Ajen Symposium Highlights Crucial Role of Campus Media. *African Journalism Education Network (AJEN)*.

- Women, U. (2002). *Participation and Access of Women to the Media, and the Impact of Media on and its Use as an Instrument for the Advancement and Empowerment of Women: Report of the Expert Group Meeting*. Beirut: United Nations, Division for the Advancement of Women, Department of Economic and Social Affairs. Retrieved Nov 13, 2025, from <https://www.un.org/womenwatch/daw/egm/media2002/index.html>
- Zhao, Z. (2019). Effective Integration: University Media Platform and Media Professional Practice Teaching. *4th International Conference on Education & Education Research* (pp. 19-22). China: Francis Academic Press, UK.