

الفصائيات المصرية (الرسمية والخاصة) ودورها في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب المصري

د. رشا عادل لطفي

مدرس الإذاعة والتلفزيون بكلية الآداب - جامعة كفر الشيخ.

مقدمة:

تأتي وسائل الإعلام في مقدمة مصادر المعرفة والفكر في المجتمع، حيث يؤكد علماء الاجتماع أن إحداه أي تغيير في المجتمع، لا يمكن أن يتم بمعزل عن استخدام وسائل الإعلام، التي تُعد من الأدوات المهمة والرئيسية في مخاطبة الناس، وشرح ونقل تلك التغيرات الجديدة التي ستحدث في المجتمع، وفي بنيانه ووظائفه وتعبئة الرأي العام بشكل إيجابي وفعال حتى يعرف كل فرد دوره ومكانته وفقاً للتغيير الذي سيطرأ على المجتمع.

ويُعد موضوع المواطنة من الموضوعات ذات الأبعاد السياسية والاجتماعية والأمنية التي تُعبر عن معايير الانتماء، ومستوى المشاركة من قبل الأفراد في حماية الوطن، وكذلك وعيهم بالحقوق والواجبات نحو الآخر، وصيانة المرافق العامة والحرص على المصلحة الوطنية، كما تعكس قيم المواطنة، ومدى إدراك المواطن لدوره في مواجهة التحديات التي تواجه المجتمع، والدولة في آن واحد، ويقع على عاتق وسائل الإعلام - خاصة الرسمية منها - مسؤولية تعزيز قيم المواطنة لدى أفراد المجتمع - وبخاصة الشباب - من خلال البرامج التي تقدمها، حيث تقوم هذه البرامج بتعميق أبعاد المواطنة وتزويد من تماسك المجتمع الواحد وتكاتفه.

كما يعتبر الشباب ثروة بشرية هائلة قادرة على مواجهة التحديات في الحاضر والمستقبل، وعلى تغيير وتحديث المجتمع في ظل الظروف التي نعيشها، له حقوق كما عليه -أيضاً- واجبات، فالشباب هم مستقبل الأمة الواعد، وقادة الغد ورجالها الذين يقع على عاتقهم تطور المجتمع في كافة المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وعلى أيديهم تتحقق أهداف المجتمع وطموحاته، في عالم متطور تسوده تحولات وتحديات سريعة ومتباينة، ويعتمد ذلك على ما يوجه للشباب من خلال تنمية وتعزيز قيم المواطنة والانتماء لديهم، وهذا ما يسعى هذا البحث للتأكيد عليه.

الدراسات السابقة:

١- فريق يونس صالح (٢٠١٦)^(١)، هدفت الدراسة لمحاولة الوقوف على مدى تأثير وسائل الإعلام الرسمية على تعزيز الهوية الوطنية الفلسطينية (دراسة حالة على تلفزيون فلسطين)، باستخدام منهج الوصف التحليلي، طبقت الدراسة على عينة عشوائية طبقية من طلبة الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية بلغ قوامها (٤٣٥) مفردة، وكان من

أهم النتائج: هناك مسؤولية تقع على عاتق وسائل الإعلام فيما يتعلق بتعزيز قيم الهوية الوطنية الفلسطينية، وقد أثبتت الدراسة عدم وجود تأثير للفضائيات الرسمية الفلسطينية على طلبة الجامعات الفلسطينية فيما يتعلق بالهوية.

٢- محمد عبد البديع سيد (٢٠١٦)^(٦)، يهدف هذا البحث للتعرف على مفهوم المواطنة الرقمية ودور وسائل الإعلام الجديدة في دعمها لدى طلاب الجامعة، والتعرف على مدى قدرتهم على الاستخدام الأمثل والواعي لهذه التكنولوجيا الحديثة، وجاءت العينة عمدية بالمصادفة، حيث بلغت (١٥١ مفردة)، روعي فيها أن تتنوع إقامتهم في القرى والمدن، وجاءت أبرز النتائج كالتالي (٩١,٤ ٪) من طلاب وطالبات الجامعة عينة الدراسة اجمعوا على أنهم لا يعرفون معنى المواطنة الرقمية سواء كانوا ذكوراً أو إناثاً، ولا فرق بين طلاب الكليات العملية والكليات النظرية، طالبت نسبة ٤٥,٤ ٪ من طلاب وطالبات الجامعة بفرض رقابة على استخدام وسائل الإعلام الجديدة، كما أكدوا أن وسائل الإعلام الجديدة تسهم في ازدياد الأديان.

٣- دراسة حنان تيتي (٢٠١٤)^(٧)، وتتحدد إشكالية الدراسة في تسليط الضوء حول مدى تأثير وسائل الإعلام على قيم المواطنة لدى الرأي العام العربي، من خلال المعالجة الإعلامية للثورات العربية في الفترة الزمنية (٢٠١١م)، التي قامت بها كل من القنوات الإخبارية العربية (الجزيرة والعربية)، أو الأجنبية الناطقة بالعربية (فرانس ٢٤)، وافترضت الدراسة أن الرأي العام يتأثر تشكيل قيم المواطنة لديه طردياً مع تأثير وسائل الإعلام، وقد اعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة، ثم تم الانتقال للإطار التحليلي، والذي تم فيه التعرض للمعالجة الإعلامية للثورات وانعكاسها على قيم المواطنة العربية، كما تم- أيضاً- تقييم أداء قناة الجزيرة في تغطيتها للثورات العربية وانعكاسها على الرأي العام العربي، وقد توصلت الدراسة إلى أن تأثير وسائل الإعلام على تفعيل قيم المواطنة يتم وفق توفير المناخ الديمقراطي في الدولة، كذلك فإن وسائل الإعلام أثرت على قيم الانتماء لدى الشعوب من خلال النقص في الولاء للأنظمة السياسية.

٤- عمران على عليان (٢٠١٤)^(٨)، تهدف الدراسة إلى معرفة درجة تمثل طلبة جامعة الأقصى لقيم المواطنة، وعلاقتها بمتغيرات الجنس، والسنة الدراسية، والكلية، وحالة المواطنة (مواطن- لاجئ)، وتكونت العينة من (٧٧٦) طالباً وطالبة، وتوصلت الدراسة إلى أن درجة تمثل طلبة جامعة الأقصى لقيم المواطنة كانت مرتفعة، وفي جميع أبعادها، حيث جاء بعد الولاء بالمرتبة الأولى ثم بعد الانتماء بالمرتبة الثانية.

٥. دراسة جمال عيسى مليود (٢٠١٤)^(٩)، ركزت مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤل الرئيسي ما الدور الذي تؤديه القنوات الفضائية الليبية في تنمية مستوى الوعي بحقوق وواجبات المواطنة لدى الشباب الجامعي الليبي، وذلك من خلال دراسة ميدانية لعينة قوامها

(٢٠٠) مفردة من الشباب الجامعي الليبي، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح الإعلامي، من خلال مسح عينة من الشباب الجامعي الليبي، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج العامة منها: كثافة المشاهدة لدى الشباب -عينة الدراسة- كانت في المستوى المتوسط، جاءت دوافع مشاهدة البرامج التي تتناول حقوق وواجبات المواطنة لدى الشباب من الدوافع النفعية.

٦-دراسة ثريا البدوي (٢٠١١)^(٦)، حيث حاولت الدراسة الإجابة على تساؤل: هل تضعف المنتجات الاتصالية الأمريكية المنتشرة عبر الفضائيات الإماراتية الهوية الوطنية لشباب الجامعي المواطن بمجتمع دولة الإمارات؟، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وطبقت على عينة عمدية بالمصادفة قوامها (٢٠٠) طالب من طلاب جامعتي الشارقة، والجامعة الأمريكية بالشارقة، وتوصلت الدراسة إلى أن هوية الشباب عينة الدراسة تأثرت بالمضامين الغربية والأمريكية المنتشرة عبر الفضائيات الإماراتية.

٧-دراسة Arnold Brown (٢٠١١)^(٧)، وقد عرضت الدراسة مدى تأثير تكنولوجيا الاتصال وثورة الاتصالات المصاحبة لها على هوية المجتمعات، وقد توصلت الدراسة إلى أن الإنترنت قد أعاد تشكيل الحياة الاجتماعية بشكل جذري، عبر الانتقال إلى عالم افتراضي تتم فيه التفاعلات التقليدية بشكل جديد، وبالتالي فإن الإنترنت يسهم في تغيير هوية المجتمعات بصورة تدريجية.

٨-دراسة Necla Mora (٢٠١١)^(٨)، وقد أظهرت هذه الدراسة أن استخدام الدول المتقدمة للمنتجات والأفكار الثقافية في الدول النامية يكمن من وراءه إحداث تغيير وتفكيك للقيم الثقافية الخاصة بها، حيث يتم ذلك من خلال تصدير المضامين الأجنبية عبر وسائل الإعلام لإحداث ارتباك للعقول وإحلال الثقافة الأجنبية محل القيم الأصلية، وإضعاف الشعور بالانتماء الاجتماعي، وإحداث خلل في الهوية الثقافية والاجتماعية.

٩--دراسة محمد سلطان الفضلي (٢٠١٠)^(٩)، وهدفت الدراسة للتعرف على دور الفضائيات الكويتية الخاصة في تشكيل الرأي السياسي للمواطن الكويتي نحو القضايا المحلية، ومعرفة مدى اعتماد الجمهور الكويتي على هذه القنوات في الحصول على المعلومات لإشباع حاجاته، وبناء رأيه لسياسي تجاه القضايا المحلية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وكانت العينة قوامها (١١٢٤) من الكويتيين ممن بلغت أعمارهم ٢٠ سنة فأكثر في محافظات الكويت الست، وقد توصلت الدراسة إلى أن القنوات الفضائية الكويتية الخاصة أدت دوراً في تشكيل الرأي السياسي للمواطن الكويتي نحو القضايا الداخلية، كما أن هناك ارتباطاً كبيراً بين أولويات القنوات الفضائية الكويتية، وأولويات جمهورها من المواطنين، الاعتماد على قناة فضائية بعينها يزيد الإشباع المتحققة للمواطن الكويتي، وكذلك يزداد اعتماده على تلك القنوات أثناء فترات الأزمات المحلية.

١٠- محمد كامل القرعان (٢٠١٠)^(١٠)، سعت الدراسة للكشف عن مسؤولية الصحف الأردنية المطبوعة في نشر القيم الوطنية في المجتمع، وقد تم تحديد مجتمع الدراسة في جميع المواد الإخبارية المنشورة في جريدتي الرأي والغد خلال فترة سنة ميلادية، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي باستخدام تحليل المضمون، وقد خلصت الدراسة إلى أن هناك دورًا واضحًا وبارزًا للصحافة في تعزيز قيم الولاء والانتماء داخل الوطن، كذلك أظهرت النتائج أن قيمة التمسك بالثوابت الإسلامية جاءت في المرتبة الأخيرة من القيم التي تسهم الصحافة في تعزيزها.

١١- دراسة Magick Hanray (٢٠٠٧)^(١١)، والتي تهدف إلى التعرف على تأثير الجامعة في تعليم الطلاب حقوق وواجبات المواطنة وأدوارهم في المجتمع، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: أن ممارسة الطلاب للأنشطة المختلفة داخل الجامعة واشتراكهم في الحوارات والمناقشات مع المعلمين واشتراكهم في قضايا ومشكلات المجتمع وفهم الموضوعات الاجتماعية والسياسية داخل الجامعة وخارجها وإعدادهم للتعامل مع التحديات التي تواجههم في الحياة وتعليمهم الأسلوب الديمقراطي؛ أسهم في غرس وتدعيم قيم المواطنة لديهم.

١٢- دراسة: كيلفرت روبرت Calvert Robert (٢٠٠٦)^(١٢)، والذي تناول دور الجامعة في تعليم الطلاب الأمريكيين السياسة والديمقراطية والثقة بالنفس وتكوين العلاقات الطيبة والمشاركة الإيجابية في قضايا المجتمع وتنمية إحساسهم بالمواطنة وتحمل المسؤولية، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها أن الجامعة من خلال أنشطتها ومشروعاتها التي تتيحها للطلاب من خلال دراستهم تساعدهم في تنمية القدرة على التعبير وإبداء الآراء وتساهم في ارتباطهم بالجامعة وتشعرهم بالأهمية والتقدير لديهم.

التعقيب على الدراسات السابقة : أظهرت نتائج الدراسات السابقة أن:

- ✓ هناك مسؤولية تقع على عاتق وسائل الإعلام فيما يتعلق بتعزيز قيم الهوية الوطنية.
- ✓ تأثير وسائل الإعلام في تفعيل قيم المواطنة يتم وفق توفير المناخ الديمقراطي في الدولة.
- ✓ وسائل الإعلام تؤثر في قيم الانتماء لدى الشعوب من خلال النقص في الولاء للأنظمة السياسية
- ✓ يأتي بُعد الولاء بالمرتبة الأولى لدى الشباب الجامعي من حيث الاهتمام، ثم يليه بُعد الانتماء بالمرتبة الثانية.
- ✓ كانت دوافع مشاهدة البرامج التي تتناول حقوق وواجبات المواطنة لدى الشباب من الدوافع النفعية.

- ✓ هوية الشباب تتأثر بالمضامين الغربية والأمريكية المنتشرة عبر الفضائيات.
- ✓ تشابهت أغلب هذه الدراسات مع الدراسة الحالية في اختيارها للشباب كعينة يتم التطبيق عليها.
- ✓ أثبتت إحدى الدراسات الأجنبية أن استخدام الدول المتقدمة للمنتجات والأفكار الثقافية في الدول النامية يكمن من وراءه إحداث تغيير وتفكير للقيم الثقافية الخاصة بها، وهو احد أسباب إجراء الدراسة الحالية لمناهضة مثل هذه الأهداف.

وقد استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تحديد النقاط التالية:

- تحديد وبلورة مشكلة البحث وأهم متغيراتها تحديداً دقيقاً.
- تحديد المفاهيم الخاصة بالبحث.
- تحديد المناهج والأدوات البحثية الأكثر ملاءمة للبحث.

مشكلة البحث:

للإعلام دور بالغ الأهمية في بناء الإنسان عبر تعزيز انتمائه الوطني وتنقيفه وتعريفه بحقوقه وواجباته في الميادين كافة، وكذلك في بناء المجتمع من خلال الارتقاء بالرؤى والتصورات التي تساعد الناس على أن يصبحوا قيمة مضافة في عملية التنمية وانصهار الجماعة الوطنية. ويمثل الإعلام المنبر الجماهيري الأضخم للتعبير عن آراء المواطن وهمومه وعرض قضاياها وشكواه، بل إن وسائل الإعلام الحديثة، في ضوء حرية تدفق المعلومات وعصر السماوات المفتوحة، باتت هي أبرز الأدوات لانتقال الثقافات وتبادل الخبرات بين مواطني مختلف الدول في شتى بقاع الأرض، يسلط هذا البحث الضوء على ما تقوم به وسائل الإعلام المصرية ممثلة في القنوات الفضائية في تعزيز وإرساء دعائم وأسس المواطنة لدى الشباب المصري، حيث تتمثل مشكلة البحث في «التعرف على الدور الذي تقوم به الفضائيات المصرية (الرسمية والخاصة) في تعزيز أبعاد المواطنة في المجتمع المصري خاصة لدى الشباب الذي يتعرض لمحاولات زعزعة قيمة المواطنة والانتماء لديهم».

أهمية البحث : تأتي أهمية البحث من كونه:

- ✓ يسلط الضوء على فئة كبيرة ومهمة من فئات المجتمع المصري ألا وهي فئة الشباب، حيث يعتبر الشباب ثروة وطاقمة بشرية وعنصرًا هامًا يعتمد عليه في بناء المجتمع ولذلك فإن دراسة الشباب ضرورة مجتمعية مهمة من أجل تحسين مستوى الإنسان للمستقبل، وبناء شخصيته بناءً صحيحاً من الناحية النفسية والاجتماعية والعقلية، في ظل تعرض هذه الفئة لكم هائل من القنوات الفضائية التلفزيونية التي انتشرت وأصبحت تمارس هيمنة

بفضل التقدم الكبير في تكنولوجيا الاتصال.

- ✓ يتناول موضوع المواطنة والتي تُعد من القضايا ذات الأبعاد الاجتماعية والسياسية التي تعبر عن معايير الانتماء ومستوى المشاركة من قبل الأشخاص في حماية الوطن.
- ✓ يُفصح عن الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في غرس قيم الانتماء والولاء للدولة خاصة بعد ما مرت به المنطقة العربية من ثورات متلاحقة، ربما تكون قد أدت إلى تحولات جذرية لدى الأفراد.
- ✓ إمكانية الوصول إلى نتائج واضحة حول موضوع دور وسائل الإعلام المصرية في تعزيز الهوية الوطنية.
- ✓ تُساعد أصحاب القرار في المؤسسات الإعلامية المصرية (الرسمية والخاصة)، في التعرف على الدور المتوقع منها لنشر القيم الوطنية، وفي مقدمتها قيمة المواطنة والولاء والانتماء.

أهداف البحث:

يسعى هذا البحث إلى تحقيق الأهداف التالية:

١. التعرف على دور الفضاءات المصرية في تعزيز أبعاد الانتماء والمواطنة لدى الشباب المصري.
٢. التعرف على دور الفضاءات المصرية في تحديد قيم المواطنة وثقافتها مثل: الثقافة السياسية، الجغرافية، التاريخية، التراثية، القيمية، والدينية.
٣. إدراك دور الفضاءات في نشر وعي المشاركة الفعالة في الحياة السياسية التي تُعد مكوناً أساسياً من مكونات المواطنة.
٤. التعرف على مستويات مشاهدة الشباب المصري للفضائيات الرسمية منها والخاصة أو معدلات مشاهدتهم.
٥. إدراك مفهوم المواطنة لدى الشباب المصري.
٦. معرفة مدى إسهام الفضاءات المصرية في التعرف على أحوال المجتمع المصري.

الإطار النظري:

يعتمد هذا البحث في بنائه النظري وتطوير فروضه على نظرية الغرس الثقافي، وفيما يلي عرض للمبادئ الأساسية لتلك النظرية مع التطبيق على موضوع الدراسة الحالية.

نظرية الغرس الثقافي:

يمكن وصف عملية الغرس بأنها نوع من التعلم العرضي الذي ينتج عن التعرض التراكمي (لوسائل الإعلام) خاصة التلفزيون حيث يتعرف مشاهد التلفزيون دون وعي على حقائق الواقع الاجتماعي لتصبح بصفة تدريجية أساساً للصور الذهنية والقيم التي يكتسبها عن العالم الحقيقي، وعملية الغرس ليست عبارة عن تدفق موجة من تأثيرات التلفزيون إلى جمهور المتلقي، ولكنها جزء من عملية مستمرة وديناميكية للتفاعل ب الرسائل والسياقات، وفيما يتعلق بالمرحلة العمرية فإن تأثير التلفزيون يكون أكبر على الصغار في الجماعات والأسر غير المتماسكة أو بين الأطفال الذين يقل لديهم الانتماء إلى الأسرة أو الجماعة، وكذلك بين الجماعات الهامشية أو الأقليات أو بين من يصورهم التلفزيون ضحايا.^(١٣)

يعتبر جورج جيرنر (Gerbner George)، أول من أشار إلى هذه النظرية في كتاباته التي بينت أن التلفزيون يعتبر قوة مهيمنة في تشكيل المجتمع الحديث، وكانت هذه الأفكار نتيجة الجهود التي قام بها هو ومجموعة من الباحثين في بحث تأثيرات التلفزيون على المجتمع الأمريكي، ووفقاً لميلر (Milar) فإن نظرية الغرس الثقافي لم تنتشأ لدراسة الآثار المستهدفة والمحددة، بل لدراسة تأثير التلفزيون التراكمي والشامل بشأن الطريقة التي نرى بها العالم الذي نعيش فيه. ولذلك ظهر مصطلح نظرية الغرس الثقافي^(١٤)

وقد أستهدف جورج جيرنر (Gerbner George)، ما يلي:^(١٥)

١- تحليل العملية المؤسسية للإعلام، أي دراسة سياسات الاتصال وتأثيرها على إنتاج مضمون الرسائل الإعلامية، ومعرفة إن كانت الدراما الموجهة مخططاً لها أم لا.

٢- تحليل محتوى الرسائل الإعلامية وتحديد الأفكار والقيم والصور الذهنية الأكثر شيوعاً وتكراراً في الرسائل الإعلامية، وخاصة في عالم التلفزيون والمحتوى الدرامي بشكل أساسي.

٣- تحديد الإسهام المستقل للتلفزيون في تكوين مفاهيم المشاهدين عن الواقع الاجتماعي.

فروض نظرية الغرس الثقافي: قامت نظرية الغرس الثقافي على جملة من الفرضيات يمكن إيجازها كما يلي^(١٦)

أ- يُعد التلفزيون وسيلة فريدة للغرس الثقافي مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى وذلك لشيوع وجوده في المنازل وسهولة استخدامه والتعرض له.

ب- يقدم التلفزيون عالماً متمثالاً من الرسائل والصور الذهنية التي تعبر عن الاتجاه السائد إذ أن التلفزيون يعكس الاتجاه السائد لثقافة المجتمع في حياة الأفراد (كمرأة)، حيث يقلل أو يضيق الاختلاف من القيم والاتجاهات والسلوك بين المشاهدين إلى الحد الذي يعتقدون فيه أن الواقع الاجتماعي يسير على الطريقة التي يعبر عنها العالم التلفزيون، أي أن التلفزيون من خلال رسائله المتنوعة يعمل على ربط الفئات المختلفة للجمهور (الصفوة والجمهور العام) وذلك بتقديم العديد من الآراء والتصورات الذهنية والثقافات الفرعية التي تشاهدها كل الفئات والمستويات الاجتماعية والاقتصادية المختلفة للمجتمع.

ج- تحليل مضمون الرسائل الإعلامية يقدم علامات لعملية الغرس إذ يفترض جرينر أن أسئلة المسح المستخدمة في تحليل الغرس تعكس ما يقدمه التلفزيون في الرسائل التلفزيونية لجماعات كبيرة من المشاهدين على فترات زمنية طويلة مع الاهتمام طبعاً بالتركيز على قياس المشاهدة الكلية وأسئلة المسح المستخدمة في تحليل الغرس يجب أن تتجه نحو اعتبارات العالم الواقعي، كما توجه أهمية موازية للعالم الرمزي الذي يقدمه التلفزيون، (أي أن فهم سبل وطريق التلفزيون في عملية الغرس يقف على إجراءات تحليل المحتوى التلفزيوني لإجراء المقارنات بين الصور الذهنية والقيم التي تنبثها الرسائل، هذا بالإضافة إلى تحديد حجم التعرض للتلفزيون من خلال إعداد صحيفة الاستبيان التي تقيس إدراك المبحوثين للواقع الحقيقي).

د- يركز تحليل الغرس على تدعيم استقرار المجتمع وتجانسه بحيث يعمل التلفزيون على تحقيق الاتجاهات الثقافية الثابتة كما يعمل على تنمية المفاهيم والسلوكيات المتماسكة في المجتمع، أي أن مساهمة التلفزيون كوحدة للتنمية الاجتماعية وكأنها تحقق التجانس داخل الفئات الاجتماعية المختلفة ويمكن ملاحظة هذا التماسك من خلال مقارنة كثيفة المشاهدة بقليل المشاهدة من نفس الجماعات وكيفية تفاعلها في الحياة اليومية، (يعد العالم الرمزي الذي يقدمه التلفزيون من خلال الرسائل المتكررة المصدر المهم في التنشئة الاجتماعية وتنمية المفاهيم والسلوكيات في المجتمع).

الفرضية الرئيسية للنظرية:

يشير الفرض الرئيسي للنظرية أن الأفراد الذين يتعرضون لمشاهدة التلفزيون بدرجة كثيفة هم أكثر استعداداً لتبني معتقدات عن الواقع الاجتماعي تتطابق مع الصور الذهنية والأفكار والأنماط الثقافية التي يقدمها التلفزيون عن الواقع الفعلي للمجتمع أكثر من ذوي المشاهدة المنخفضة وبالتالي فإن نظرية الغرس الثقافي في أبسط أشكالها تشير إلى أن التعرض للتلفزيون يزرع بمهارة مع مرور الوقت مفاهيم المشاهدين للواقع بل ويؤثر على ثقافتهم كلها لأن عملية الغرس كما يرى جرينر نوع من التعلم العرضي، كما أن مداومة التعرض لوسائل الإعلام خاصة التلفزيون ولفترات طويلة تنمي لدى المشاهد اعتقاداً بان العالم الذي يراه في

التلفزيون ما هو إلا صور مماثلة للعالم الواقعي الذي يعيش فيه.

الانتقادات التي وجهت إلى نظرية الغرس الثقافي^(١٧): منذ نهاية سبعينيات القرن الماضي وجهت الكثير من الانتقادات إلى النظرية الثقافية رغم تأييد الكثير من دارسي الظواهر الإعلامية ومن تلك الانتقادات نذكر ما يلي :

أ- أن نظرية الغرس الثقافي أهملت متغير الدوافع، (متغير التعرض والمشاهدة «مستقل» / متغير الغرس «تابع» / متغيرات وسطية «النسب، الإدراك، الخصائص»)، ذلك أن النظرية لم تفرق بين الذين يشاهدون التلفزيون بطريقة روتينية والذين يشاهدون التلفزيون بطريقة انتقائية نشطة وفي هذه الحالة يصبح الغرس متغيرا تابعا لمتغير الدوافع وليس التعرض للتلفزيون.

ب- ضعف التحكم الدقيق لحيرينر وزملائه في متغير دراساته، وذلك يبرز من خلال اختلاف نتائج أبحاثه بعد عمليات التحليل المتوالية، خاصة بعد إدخال متغيرات ديموغرافية أخرى والتي أثرت على العلاقة بين التعرض للتلفزيون وتأثيرات الغرس.

ج- نظرية الغرس الثقافي اهتمت بتأثيرات التلفزيون بشكل عام من خلال عدد ساعات المشاهدة الكلية أو كثافة المشاهدة، دون الاهتمام بنوعية البرامج التي يتعرض لها المشاهد، إذ أن التعرض لنوع معين من البرامج يكون أكثر تأثيرا في حدوث عملية الغرس وليس المشاهدة الكلية، (الاهتمام بالنوع وليس الكم).

د- التركيز على التأثير كنتيجة فقط دون تركيزها على عملية التأثير نفسها.

هـ- تشكيك الكثير من الدارسين ونتائج الأبحاث في إمكانية حدوث الغرس في أي مكان آخر غير وسائل الإعلام وهذا الاختلاف في استخدام التلفزيون من جهة ومحتواه من جهة أخرى بين البيئات الاجتماعية المختلفة (أي بصفة موجزة تأثيرات النظام الإعلامي القائم في كل نظام اجتماعي التي تبرز طرق استخدام وسائل الإعلام وتحدد طبيعة نشاطها ومحتوياتها الإعلامية)

فروض البحث:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة بين الشباب المصري من حيث السمات الديموجرافية (النوع - السن - محل الإقامة- المستوى التعليمي) فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو:

أ- دور الفضائيات المصرية الرسمية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب.

ب- دور الفضائيات المصرية الخاصة في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية بين تعرض الشباب المصري للفضائيات المصرية

الرسمية وغرس قيم المواطنة لديهم.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية بين تعرض الشباب المصري للفضائيات المصرية الخاصة وغرس قيم المواطنة لديهم.

تساؤلات البحث:

يتمثل التساؤل الرئيسي لهذا البحث في: ما دور البرامج المختلفة في الفضائيات المصرية الرسمية والخاصة في تعزيز روح المواطنة لدى الشباب المصري بأبعادها المتنوعة من وجه نظر المبحوثين؟، ويتفرع من هذا التساؤل الرئيسي تساؤل فرعي هو:

ماذا تعنى المواطنة من وجهة نظر الشباب المصري؟ وما هي أبرز قيم المواطنة كما يراها الشباب المصري؟

الإطار المنهجي:

نوع البحث: يُعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تهدف لوصف طبيعة وسمات وخصائص مجتمع ما أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بظاهرة ما والحصول على بيانات كافية عنها، إضافة إلى تصنيف هذه البيانات وتحليلها واستخلاص نتائج منها. (١٨)

منهج البحث: يعتمد البحث على منهج المسح الإعلامي: في إطار البحوث الوصفية لإلقاء المزيد من الضوء عليها بهدف تحديد المشكلة بدقة ووضع الفروض لاختبارها. (١٩) وسيتم ذلك من خلال: مسح عينة من الشباب المصري.

أدوات جمع البيانات: تتمثل أدوات جمع البيانات في هذا البحث في: إعداد استمارة استبيان يتم تطبيقها على عينة من الشباب المصري لمعرفة الدور الذي تقوم به الفضائيات الرسمية والخاصة في تعزيز قيم المواطنة، حيث تم تصميم استمارة مقننة، تنوعت فيها الأسئلة ما بين المغلقة والمفتوحة، ومقياسيه لضمان دقة القياس لمعرفة آراء الشباب.

مجتمع البحث: الشباب المصري.

حجم وتوزيع عينة البحث: قامت الباحثة بتطبيق استمارة الاستبيان على عينة عمدية من الشباب المصري ممن يتعرضون للفضائيات المصرية (الرسمية والخاصة)، وقد بلغ قوام هذه العينة (٤٢٠) شاب وفتاة من أعمار مختلفة، وقد استطاعت الباحثة جمع (٤٠٠) استمارة فقط والتي تُعد عينة البحث، من محافظات الجيزة - كفر الشيخ - المنيا، حيث تمثل هذه المحافظات تنوع في الثقافات والأفكار داخل جمهورية مصر العربية، خلال الفترة من يناير ٢٠١٦ م وحتى مارس ٢٠١٦ م، قد وزعت العينة كالتالي:

جدول (١) يوضح توزيع العينة من حيث النوع

النوع	ك	%
ذكر	٢٠٠	٥٠,٠
أنثي	٢٠٠	٥٠,٠
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠,٠

توضح بيانات الجدول السابق: أنه تم توزيع العينة مناصفة بين الذكور والإناث حيث بلغت نسبة كلا منهم (٥٠%) من إجمالي العينة.

جدول (٢) توزيع العينة من حيث العمر

العمر	ك	%
من ١٨ سنة إلى ٢٣ سنة	١٥٢	٣٨,٠
من ٢٤ سنة إلى ٢٩ سنة	٩٤	٢٣,٥
من ٣٠ سنة إلى ٣٥ سنة	١٥٤	٣٨,٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠,٠

توزعت المعدلات العمرية للمبحوثين بين مستويات عدة كانت كالآتي: كانت الفئة العمرية من (٣٠:٣٥) في المقدمة بنسبة بلغت (٣٨,٥%)، وكانت الباحثة قد ركزت على هذه الفئة العمرية تحديداً حيث تعتبر هذه الفترة هي أكثر فترات الشباب نضوجاً ووعياً وثباتاً للقيم التي تم الاستفادة منها، كما أن هذه الفترة هي الخاصة بتربية النشء الجديد وتكوين أسرة خاصة بعد ارتفاع معدلات سن الزواج، تلتها الفئة العمرية من (١٨: ٢٣) بنسبة بلغت (٣٨,٥%)، حيث تأتي هذه الفترة في مقدمة فترة الشباب، وهي المرحلة التي يتم بها تشكيل الوعي السياسي والثقافي للشباب وتتعدد مصادر الحصول على المعلومات لديهم، ثم جاءت الفئة العمرية من (٢٩:٢٤) بنسبة (٢٣,٥%).

جدول (٣) توزيع العينة من حيث المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	ك	%
أمي	٢٨	٧,٠
يقراً ويكتب	٢٤	٦,٠
مؤهل متوسط	٦٦	١٦,٥
مؤهل جامعي	١٣٤	٣٣,٥
مؤهل فوق جامعي	١٤٨	٣٧,٠
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠,٠

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن: توزيع المبحوثين المشاركين في البحث ضمن العينة توزعوا حسب متغير المستوى التعليمي كالآتي: نسبة من يحملون مؤهل فوق جامعي من أفراد العينة (٣٧,٠%) وقد تم التركيز على هذه الفئة باعتبارهم قادة رأى يؤثرون في المجتمع المحيط بهم، كما أن لديهم القدرة على تحليل وتقييم ما هو مقدم لهم، بينما بلغت نسبة من يحمل مؤهل جامعي (٣٣,٥%)، وكانت نسبة من يحمل مؤهل متوسطة (١٦,٥%)، ثم كانت فئة ممن لديهم أمية بلغت نسبتهم (٧,٠%)، بينما بلغت نسبة من يقرأ ويكتب ضمن أفراد العينة (٦,٠%).

جدول(٤) توزيع العينة من حيث الإقامة

الإقامة	ك	%
حضر	٢٠٠	٥٠,٠
ريف	٢٠٠	٥٠,٠
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠,٠

توضح بيانات الجدول السابق إلى أن: توزيع المبحوثين المشاركين في البحث ضمن العينة توزعوا حسب متغير الإقامة كالآتي: من يقيمون في الحضر بلغت نسبتهم (٥٠,٠%)، بينما بلغت نسبة المقيمين في الريف (٥٠,٠%).

جدول (٥) توزيع العينة من حيث معدلات مشاهدة القنوات الفضائية المصرية الرسمية والخاصة

الفضائيات الخاصة		الفضائيات الرسمية		معدل المشاهدة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
		٤١,٥%	١٦٦	منخفض
١٦,٥%	٦٦	٢٥,٠%	١٠٠	متوسط
٥٤,٥%	٢١٤	٣١,٥%	١٣٤	مرتفع
١٠٠,٠	٤٠٠	١٠٠,٠	٤٠٠	الإجمالي

تشير نتائج الجدول السابق أن القنوات الفضائية المصرية الرسمية كانت قد حصلت على معدلات منخفضة من المشاهدة بدرجة كبيرة حيث جاءت نسبة الأولى (٤١,٥%)، بينما جاءت نسبة الثانية (٣٠%)، في حين جاءت الفضائيات الرسمية في المقدمة في معدلات المشاهدة المتوسطة عن الفضائيات الخاصة فكانت الأولى بنسبة (٢٥,٠%)، بينما كانت معدلات المشاهدة في الثانية بنسبة (١٦,٥%)، وجاءت الفضائيات الخاصة في المقدمة من حيث معدلات المشاهدة المرتفعة بنسبة (٥٤,٥%)، في حين حصلت الفضائيات الرسمية على نسبة (٣١,٥%)، وتوضح هذه النتيجة ارتفاع معدلات مشاهدة القنوات الخاصة لدى أفراد العينة عن القنوات الرسمية.

الأساليب الإحصائية:

- حساب التكرارات واستخراج النسبة المئوية.
 - المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
 - اختبار «T.test» للمجموعات المستقلة لقياس الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من أفراد العينة في أحد المتغيرات.
 - تحليل التباين ذو البعد الواحد (ANOVA) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من أفراد العينة في أحد المتغيرات.
- وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أى عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل.

الصدق والثبات: تم تحقيقه من خلال ما يلي:

- ١- تصميم الاستمارة في ضوء أهداف وفروض الدراسة.
- ٢- عرض الاستمارة على عدد من المحكمين من أسانذة الإعلام.
- ٣- تم إجراء اختبار قبلي pre-test للاستمارة على عينة شملت (٣٠) مفردة من المجتمع الأصلي للبحث.
- ٤- تم قياس الثبات بإعادة تطبيق الاستمارة على عدد من الأفراد بلغ ٣٪ بأسلوب اختيار أسئلة وسؤال المبحوثين عنها، وقد ثبت أن معامل الثبات قد وصل إلى (٠,٩٣) وهو معامل ثبات مرتفع يدل على صلاحية الاستمارة للتطبيق.

التعريفات الإجرائية :

القنوات الفضائية: هي محطات تلفزيونية تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية لكي يتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لمنطقة الإرسال، حيث يمكن استقباله في مناطق أخرى عبر أجهزة خاصة باستقبال والتقاط الإشارات الوافدة من القمر الصناعي هذه الأجهزة التي تقوم بمعالجة تلك البيانات وعرضها على شاشة التلفزيون. (٢٠)

المواطنة: مع تداخل مفهومي المواطنة والوطنية، لم يكن هذا المفهوم ثابتاً وإنما هو مفهوم متطور عبر التاريخ، وجاء تعريف دائرة المعارف البريطانية كالاتي « بأنها هي العلاقة بين الفرد والدولة التي تتحدد من خلال القانون، وما تتضمنه هذه العلاقة من واجبات وحقوق.» (٢١)

الشباب: هو مصطلح يطلق على مرحلة عمرية هي ذروة القوة والحيوية والنشاط بين جميع مراحل العمر لدى البشر، وتعتبر مرحلة الشباب من أهم المراحل التي يمر بها الفرد، حيث تبدأ شخصية الإنسان بالتبلور، وتتنضح معالم هذه الشخصية من خلال ما يكتسبه الفرد من مهارات ومعارف، ومن خلال النضوج الجسماني والعقلي، والعلاقات الاجتماعية التي يستطيع الفرد صياغتها ضمن اختياره الحر، وإذا كان معنى الشباب أول الشيء، فإن مرحلة الشباب تتلخص في أنها مرحلة التطلع إلى المستقبل بطموحات عريضة وكبيرة، ويحددها بعض العلماء بأنها المرحلة العمرية من (١٨) سنة وحتى (٣٥) سنة.

نتائج البحث: أولاً الإجابة على التساؤل الرئيسي للبحث: ما دور البرامج المختلفة في الفضائيات المصرية الرسمية والخاصة في تعزيز روح المواطنة لدى الشباب المصري بأبعادها المتنوعة من وجه نظر المبحوثين؟، وقد بينت نتائج تحليل فقرات الاستبيان مجتمعة نتائج الوسط الحسابي لكل فقرة على حدة، كما في الجدولين (٦)، (٧)

جدول (٦) المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لفقرات مشاهدة المبحوثين في القنوات الفضائية الرسمية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						البرامج المقدمة في الفضائيات المصرية الخاصة
				معارض		محايد		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٧٨٤١٣.	٤٧٧٣.	١٠٠,٠	٣٥٢	١٨,٢	٦٤	١٥,٩	٥٦	٦٥,٩	٢٣٢	تسهم في تعزيز المعارف والثقافة
٧٢٥٤٤.	٥٩٦٦.	١٠٠,٠	٣٥٢	١٤,٢	٥٠	١١,٩	٤٢	٧٣,٩	٢٦٠	تسهم في المعرفة بأحوال المجتمع المصري
٨٠٢٠١.	١٧٠٥.	١٠٠,٠	٣٥٢	٢٥,٠	٨٨	٣٣,٠	١١٦	٤٢,٠	١٤٨	تسهم في رفع مستوى الوعي السياسي لدى.
٦٥٤٥١.	٥٦٨٢.	١٠٠,٠	٣٥٢	٩,١	٣٢	٢٥,٠	٨٨	٦٥,٩	٢٣٢	تسهم في التعرف على التاريخ الوطني
٦٢٠١٥.	٦١٩٣.	١٠٠,٠	٣٥٢	٧,٤	٢٦	٢٣,٣	٨٢	٦٩,٣	٢٤٤	تساعد على التعرف بالجغرافيا المكانية لمصر
٥٧٢٠٥.	٦٩٣٢.	١٠٠,٠	٣٥٢	٥,٧	٢٠	١٩,٣	٦٨	٧٥,٠	٢٦٤	تسهم في تعزيز المعرفة بالتراث المصري.
٦٥٠٠٥.	٣٥٢٣.	١٠٠,٠	٣٥٢	٩,٧	٣٤	٤٥,٥	١٦٠	٤٤,٩	١٥٨	تسهم في تعزيز التماسك الاجتماعي بين شرائح المجتمع وطوائفه المتنوعة.
٧٥٨٧٧.	٣٠١١.	١٠٠,٠	٣٥٢	١٨,٢	٦٤	٣٣,٥	١١٨	٤٨,٣	١٧٠	تسهم في تعميق القيم العربية الأصيلة للشباب المصري أمام ما يتعرضون له من موجات التغريب والعولمة.
٦٩٦٦٨.	٤٣١٨.	١٠٠,٠	٣٥٢	١١,٩	٤٢	٣٣,٠	١١٦	٥٥,١	١٩٤	تسهم في تعميق قيم الدين الإسلامي أمام موجات التغريب والعولمة والتشويه التي يتعرض لها الشباب المصري.
٦٤٩١٢.	٦٠٨٠.	١٠٠,٠	٣٥٢	٩,١	٣٢	٢١,٠	٧٤	٦٩,٩	٢٤٦	تسهم في التعريف بالمؤسسات والشخصيات السياسية الفاعلة في مؤسسات الدولة والمجتمع المدني
٦٥٧٤٥.	٤٧١٦.	١٠٠,٠	٣٥٢	٩,١	٣٢	٣٤,٧	١٢٢	٥٦,٣	١٩٨	تسهم في تعزيز قيم المواطنة المصرية والانتماء للوطن

تشير بيانات الجدول السابق إلى أنه وفقاً للمتوسطات الحسابية للعبارات السابقة : فقد جاءت عبارة (تعزيز المعرفة بالتراث المصري) في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (٠,٦٩) وانحراف معياري (٠,٥٧) وكانت نسبة الموافقة من قبل أفراد العينة على هذه العبارة هي الأعلى حيث بلغت (٧٥,٠%)، بينما جاءت عبارة (تساعد على التعرف بالجغرافيا المكانية لمصر) في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ (٠,٦٢) وانحراف معياري قيمته (٦٢٠,١٥)، وأن الجمهور قد أعطي هذه العبارة مستوى موافقة مرتفع، حيث بلغت نسبة «أوافق» (٦٩,٣%)، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة (تسهم في التعرف بالمؤسسات والشخصيات السياسية الفاعلة في مؤسسات الدولة والمجتمع المدني) بمتوسط حسابي (٦٠٨,٠) وانحراف معياري قيمته (٦٤٩١٢,٠)، وكان أفراد العينة قد أعطوا هذه العبارة درجة موافقة مرتفعة حيث بلغت نسبة الموافقة عليها (٦٩,٩%)، وفي الترتيب الرابع جاءت عبارة (تسهم في المعرفة بأحوال المجتمع المصري) بمتوسط حسابي بلغ (٥٩٦٦,٠) وانحراف معياري قيمته (٧٢٥٤٤,٠) وكان أفراد العينة قد أعطوا هذه العبارة درجة موافقة حيث جاءت نسبة «أوافق» هي الأعلى (٧٣,٩%)، وفي الترتيب الخامس جاءت عبارة (تسهم في التعرف على التاريخ الوطني) بمتوسط حسابي بلغ (٥٦٨٢,٠) وانحراف معياري قيمته (٦٥٤٥١,٠) وكان أفراد العينة قد أعطوا هذه العبارة درجة موافقة حيث جاءت نسبة «أوافق» في المقدمة بنسبة (٦٥,٩%)، وفي الترتيب السادس جاءت عبارة (تسهم في تعزيز المعارف والثقافة) بمتوسط حسابي بلغ (٤٧٧٣,٠) وانحراف معياري قيمته (٧٨٤١٣,٠) وكان أفراد العينة قد أعطوا هذه العبارة درجة موافقة حيث جاءت نسبة «أوافق» (٦٥,٩%)، وفي الترتيب السابع جاءت عبارة (تسهم في تعزيز قيم المواطنة المصرية والانتماء للوطن) بمتوسط حسابي بلغ (٤٧١٦,٠) وانحراف معياري قيمته (٦٥٧٤٥,٠) وكان أفراد العينة قد أعطوا هذه العبارة درجة موافقة حيث جاءت نسبة «أوافق» (٥٦,٣%)، وفي الترتيب الثامن جاءت عبارة (تسهم في تعميق قيم الدين الإسلامي أمام موجات التغريب والعولمة والتشويه التي يتعرض لها الشباب المصري) بمتوسط حسابي بلغ (٤٣١٨,٠) وانحراف معياري قيمته (٦٩٦٦٨,٠) وكان أفراد العينة قد أعطوا هذه العبارة درجة موافقة حيث جاءت نسبة «أوافق» (٥٥,١%)، وفي الترتيب التاسع جاءت عبارة (تسهم في تعزيز التماسك الاجتماعي بين شرائح المجتمع وطوائفه المتنوعة) بمتوسط حسابي بلغ (٣٥٢٣,٠) وانحراف معياري قيمته (٦٥٠٠٥,٠) وكان أفراد العينة قد أعطوا هذه العبارة درجة محايدة حيث جاءت نسبة «محايد» (٤٥,٥%)، وفي الترتيب قبل الأخير جاءت عبارة (تسهم في تعميق القيم العربية الأصيلة للشباب المصري أمام ما يتعرضون له من موجات التغريب والعولمة) بمتوسط حسابي بلغ (٣٠١١,٠) وانحراف معياري قيمته (٧٥٨٧٧,٠) وكان أفراد العينة قد أعطوا هذه العبارة درجة موافقة حيث جاءت نسبة «أوافق» (٤٨,٣%)، وفي الترتيب الأخير جاءت عبارة (تسهم في رفع مستوى الوعي السياسي لدى) بمتوسط حسابي بلغ (١٧٠٥,٠) وانحراف معياري قيمته (٨٠٢٠١,٠) وكان أفراد العينة قد أعطوا هذه العبارة درجة موافقة حيث جاءت نسبة «أوافق» (٤٢,٠%)، ويتضح فيما سبق اتفاق أفراد العينة حول قيام

برامج الفضائيات المصرية الرسمية بالإسهام في تحقيق نوع من المعرفة بالتراث وجغرافية مصر وأهم الشخصيات والمؤسسات الفاعلة بها سواء الحكومية أو التابعة للمجتمع المدني، وهو الدور المنوط به المؤسسات الإعلامية الحكومية للحفاظ على الهوية من خلال الحفاظ على التراث والتوعية بالجغرافية والتاريخ لمصر.

جدول (٧) المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لفقرات مشاهدة المبحوثين في القنوات الفضائية الخاصة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإجمالي		درجة الموافقة						البرامج المقدمة في الفضائيات المصرية الخاصة
				معارض		محايد		موافق		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٦٩١٥٠.	٥٥٥٠.	١٠٠,٠	٤٠٠	١١,٥	٤٦	٢١,٥	٨٦	٦٧,٠	٢٦٨	تسهم في تعزيز معارفي وثقافتي
٦٥٩٣١.	٥٨٠٠.	١٠٠,٠	٤٠٠	٩,٥	٣٨	٢٣,٠	٩٢	٦٧,٥	٢٧٠	تسهم في معرفتي بأحوال المجتمع المصري
٧٩٠٣٦.	٣٧٠٠.	١٠٠,٠	٤٠٠	١٩,٥	٧٨	٢٤,٠	٩٦	٥٦,٥	٢٢٦	تسهم في رفع مستوى الوعي السياسي لدى.
٦٦٢٩٥.	٤٦٠٠.	١٠٠,٠	٤٠٠	٩,٥	٣٨	٣٥,٠	١٤٠	٥٥,٥	٢٢٢	تسهم في التعرف على التاريخ الوطني
٧٣٨٢٢.	٤٢٠٠.	١٠٠,٠	٤٠٠	١٥,٠	٦٠	٢٨,٠	١١٢	٥٧,٠	٢٢٨	تساعد على التعرف بالجغرافيا المكانية لجمهورية مصر العربية
٧٢٩٥٩.	٤٠٥٠.	١٠٠,٠	٤٠٠	١٤,٥	٥٨	٣٠,٥	١٢٢	٥٥,٠	٢٢٠	تسهم في تعزيز المعرفة بالتراث المصري.
٨٤٠٠٤.	٣١٠٠.	١٠٠,٠	٤٠٠	٢٤,٥	٩٨	٢٠,٠	٨٠	٥٥,٥	٢٢٢	تسهم في تعزيز التماسك الاجتماعي بين شرائح المجتمع وطوائفه المتنوعة.
٨٢٦٦٢.	٢٢٠٠.	١٠٠,٠	٤٠٠	٢٥,٥	١٠٢	٢٧,٠	١٠٨	٤٧,٥	١٩٠	تسهم في تعميق القيم العربية الأصيلة للشباب المصري أمام ما يتعرضون له من موجات التغريب والعولمة.
٦٨٤٦٠.	١٥٠٠.	١٠٠,٠	٤٠٠	١٧,٠	٦٨	٥١,٠	٢٠٤	٣٢,٠	١٢٨	تسهم في تعميق قيم الدين الإسلامي أمام موجات التغريب والعولمة والتشويه التي يتعرض لها الشباب المصري.
٥٩٩٧٣.	٥٣٥٠.	١٠٠,٠	٤٠٠	٥,٥	٢٢	٣٥,٥	١٤٢	٥٩,٠	٢٣٦	تسهم في التعرف بالمؤسسات والشخصيات السياسية الفاعلة في مؤسسات الدولة والمجتمع المدني
٧٣٥٣٤.	٣٢٥٠.	١٠٠,٠	٤٠٠	١٦,٠	٦٤	٣٥,٥	١٤٢	٤٨,٥	١٩٤	تسهم في تعزيز قيم المواطنة المصرية والانتماء للوطن

توضح بيانات الجدول السابق أنه وفقاً للمتوسطات الحسابية للعبارات السابقة في الفضاءيات المصرية الخاصة : فقد جاء في الترتيب الأول عبارة (تسهم في معرفتي بأحوال المجتمع المصري) بمتوسط حسابي بلغ (٥٨٠٠٠)، وانحراف معياري قيمته (٦٥٩٣١) وكان أفراد العينة قد أعطوا هذه العبارة درجة موافقة حيث جاءت نسبة «أوافق» (٦٧,٥)، وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة (تسهم في تعزيز معارفي وثقافتي) بمتوسط حسابي بلغ (٥٥٥٠٠)، وانحراف معياري قيمته (٦٩١٥٠)، وقد أعطت العينة درجة موافقة حيث بلغت نسبة «أوافق» (٦٧٪)، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة (تسهم في التعرف بالمؤسسات والشخصيات السياسية الفاعلة في مؤسسات الدولة والمجتمع المدني) بمتوسط حسابي بلغ (٥٣٥٠٠)، وانحراف معياري قيمته (٥٩٩٧٣)، وقد أعطت العينة درجة موافقة حيث بلغت نسبة «أوافق» (٥٩,٠٪)، وفي الترتيب الرابع جاءت عبارة (تسهم في التعرف على التاريخ الوطني) بمتوسط حسابي بلغ (٤٦٠٠٠) وانحراف معياري قيمته (٦٦٢٩٥) وكان أفراد العينة قد أعطوا هذه العبارة درجة موافقة حيث جاءت نسبة «أوافق» (٥٥,٥٪)، وفي الترتيب الخامس جاءت عبارة (تساعد على التعرف بالجغرافيا المكانية لجمهورية مصر العربية) بمتوسط حسابي بلغ (٤٢٠٠٠) وانحراف معياري قيمته (٧٣٨٢٢) وكان أفراد العينة قد أعطوا هذه العبارة درجة موافقة حيث جاءت نسبة «أوافق» (٥٧,٠٪)، وفي الترتيب السادس جاءت عبارة (تسهم في تعزيز المعرفة بالتراث المصري) بمتوسط حسابي بلغ (٤٠٥٠٠) وانحراف معياري قيمته (٧٢٩٥٩) وكان أفراد العينة قد أعطوا هذه العبارة درجة موافقة حيث جاءت نسبة «أوافق» (٥٥,٠٪)، وفي الترتيب السابع جاءت عبارة (تسهم في رفع مستوى الوعي السياسي لدى) بمتوسط حسابي بلغ (٣٧٠٠٠) وانحراف معياري قيمته (٧٩٠٣٦) وكان أفراد العينة قد أعطوا هذه العبارة درجة موافقة حيث جاءت نسبة «أوافق» (٥٦,٥٪)، وفي الترتيب الثامن جاءت عبارة (تسهم في تعزيز قيم المواطنة المصرية والانتماء للوطن) بمتوسط حسابي بلغ (٣٢٥٠٠) وانحراف معياري قيمته (٧٣٥٣٤) وكان أفراد العينة قد أعطوا هذه العبارة درجة موافقة حيث جاءت نسبة «أوافق» (٤٨,٥٪)، وفي الترتيب التاسع جاءت عبارة (تسهم في تعزيز التماسك الاجتماعي بين شرائح المجتمع وطوائفه المتنوعة) بمتوسط حسابي بلغ (٣١٠٠٠) وانحراف معياري قيمته (٨٤٠٠٤) وكان أفراد العينة قد أعطوا هذه العبارة درجة موافقة حيث جاءت نسبة «أوافق» (٥٥,٥٪)، وفي الترتيب قبل الأخير جاءت عبارة (تسهم في تعميق القيم العربية الأصيلة للشباب المصري أمام ما يتعرضون له من موجات التغريب والعولمة) بمتوسط حسابي بلغ (٢٢٠٠٠) وانحراف معياري قيمته (٨٢٦٦٢) وكان أفراد العينة قد أعطوا هذه العبارة درجة موافقة حيث جاءت نسبة «أوافق» (٤٧,٥٪)، وفي الترتيب الأخير جاءت عبارة (تسهم في تعميق قيم الدين الإسلامي أمام موجات التغريب والعولمة والتشويه التي يتعرض لها الشباب المصري) بمتوسط حسابي بلغ (١٥٠٠٠) وانحراف معياري قيمته (٦٨٤٦٠) وكان أفراد العينة قد أعطوا هذه العبارة درجة محايدة حيث جاءت نسبة «محايد في المقدمة» (٥١,٠٪).

جاء ترتيب العبارات التي تعبر عن قيام الفضائيات الرسمية بدور في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب المصري وفقاً لأراء الجمهور كالاتي: تعزيز المعرفة بالتراث المصري، ثم تساعد على التعرف بالجغرافيا المكانية لمصر، ثم التعريف بالمؤسسات والشخصيات السياسية الفاعلة في مؤسسات الدولة والمجتمع المدني، تسهم في المعرفة بأحوال المجتمع المصري، تسهم في التعرف على التاريخ الوطني، ثم تعزيز المعارف والثقافة، ثم تعزيز قيم المواطنة المصرية والانتماء للوطن، ثم تعميق قيم الدين الإسلامي أمام موجات التغريب والعولمة والتشويه التي يتعرض لها الشباب المصري، ثم تعزيز التماسك الاجتماعي بين شرائح المجتمع وطوائفه المتنوعة، تعميق القيم العربية الأصيلة للشباب المصري أمام ما يتعرضون له من موجات التغريب والعولمة، تسهم في رفع مستوى الوعي السياسي لدى الفرد.

بينما جاء ترتيب العبارات التي تعبر عن قيام الفضائيات الخاصة بدور في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب المصري وفقاً لأراء الجمهور كالاتي: التعرف على أحوال المجتمع المصري، ثم تعزيز المعارف والثقافة، ثم التعريف بالمؤسسات والشخصيات السياسية الفاعلة في مؤسسات الدولة والمجتمع المدني، ثم التعرف على التاريخ الوطني، ثم التعرف بالجغرافيا المكانية لجمهورية مصر العربية، ثم تعزيز المعرفة بالتراث المصري، ثم رفع مستوى الوعي السياسي لدى، ثم تعزيز قيم المواطنة المصرية والانتماء للوطن، ثم تعزيز التماسك الاجتماعي بين شرائح المجتمع وطوائفه المتنوعة، تعميق القيم العربية الأصيلة للشباب المصري أمام ما يتعرضون له من موجات التغريب والعولمة، ثم تعميق قيم الدين الإسلامي أمام موجات التغريب والعولمة والتشويه التي يتعرض لها الشباب المصري.

ويلاحظ مما سبق أن الفضائيات المصرية الرسمية في دعمها لقيم المواطنة قد ركزت على الجانب القيمي والمعرفي حيث سعت لغرس هذه القيم من خلال عرض التراث وما يحويه من حضارة تشعر الفرد بالعزة والافتخار، والتعريف بالمكانة الجغرافية لمصر ومدى أهمية هذه المكانة، بينما سعت الفضائيات المصرية الخاصة لدعم قيم المواطنة من خلال الجانب السلوكي، ومن خلال معرفة الواقع الحالي للمجتمع وإبراز الشخصيات الفاعلة وكذلك المؤسسات الحكومية ومؤسسات المجتمع المدني.

جدول (٨) يوضح الفرق بين متوسطات المقياسين

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مرتفع		متوسط		ضعيف		القنوات
		%	ك	%	ك	%	ك	
٦٦٣٤٥.	٢,٦٢٥٠	٧٢,٧	٢٥٦	١٧,٠	٦٠	١٠,٢	٣٦	رسمية
٦٩٣٦٧.	٢,٤٩٥٠	٦١,٠	٢٤٤	٢٧,٥	١١٠	١١,٥	٤٦	خاصة

تظهر بيانات الجدول السابق الفرق بين المتوسطات الحسابية لكلا المقياسين الخاصين بالفضائيات المصرية الرسمية والخاصة والذي يوضح مدى اهتمام الفضائيات المصرية الرسمية بتعزيز قيم المواطنة من خلال برامجها وذلك بعد حساب المتوسط الحسابي للعبارة والذي بلغ (٢,٦٢٥٠) وانحراف معياري قيمته (٦٦٣٤٥٠)، في حين جاء المتوسط الحسابي للفضائيات المصرية الخاصة بقيمة (٢,٤٩٥٠)، وانحراف معياري قيمته (٦٩٣٦٧٠)، وهو ما يظهر اهتمام الفضائيات المصرية الرسمية بتعزيز قيم المواطنة لدى الشباب المصري أكثر من الفضائيات المصرية الخاصة، حيث تسعى الفضائيات الخاصة وفقاً لوجهة نظرها بعرض الواقع ومعايشته ظناً منها بأن ذلك يساعد على التقدم والتنمية للدولة.

وفيما يتعلق بالإجابة على التساؤل الفرعي:

ماذا تعني المواطنة من وجهة نظر الشباب المصري؟ وما هي قيم المواطنة؟

جاءت الإجابة على هذا التساؤل متمثلة في أن المواطنة بالنسبة للشباب المصري تعني الانتماء للوطن وحبه والعمل على رفعة وخدمة مصالح مجتمعه، في حين أظهر الشباب أن قيم المواطنة تتمثل في: الإخلاص في العمل - الحقوق والواجبات نحو الوطن - العدالة الاجتماعية - المساواة - الحرية - الديمقراطية

وتظهر هذه الإجابات أنه لا يزال هناك قصور من قبل وسائل الإعلام في غرس قيم المواطنة مع التعريف بهذه القيم بشكل دقيق حتى يعي الشباب هذه القيم بشكل صحيح، وهو ما يتفق مع ما أظهرته نتائج دراسة محمد بديع (٢٠١٦) من أن طلاب وطالبات الجامعة اجمعوا على أنهم لا يعرفون معنى المواطنة.^(٢٣)

ثانياً: توضيح الدور الذي تقوم به كل من الفضائيات الرسمية والخاصة في تدعيم قيم المواطنة من خلال قياس بعض العبارات:

١- الإسهام في تعزيز معارف الشباب المصري وثقافتهم

جدول (٩) يوضح إسهام الفضائيات المصرية الرسمية والخاصة في تعزيز معارف الشباب المصري وثقافتهم

نوع الفضائية	الفقرة في الاستبيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
رسمية	معارفي وثقافتي	٤٧٧٣.	٧٨٤١٣.
خاصة	معارفي وثقافتي	٥٥٥٠.	٦٩١٥٠.

تشير نتائج الجدول السابق إلى تقدم القنوات الخاصة في قدرتها على إمداد الشباب وتزويدهم بالمعرفة والثقافة حيث جاء المتوسط الحسابي للعبارة في القنوات الخاصة في المقدمة وبلغ (٥,٥٥٥٠) بينما بلغت قيمته في الفضائيات الرسمية (٥,٤٧٧٣) وذلك وفقاً لآراء العينة. وهنا نجد أن الإجابة على هذا التساؤل قد تمثلت في أن رأي الشباب عن مدى إسهام الفضائيات المصرية في دعم وتعزيز المعارف والثقافة لهم قد جاء لصالح الفضائيات الخاصة عن الفضائيات الرسمية، وهو ما يوضح مدى تأثير الفضائيات الخاصة في هؤلاء الشباب، وهو ما يتفق مع ما توصلت إليه دراسة رفيق يونس (٢٠١٦) من أنه لا يوجد تأثير للفضائيات الرسمية على الشباب فيما يتعلق بالهوية.^(٢٢)

٢- الإسهام في التعريف بأحوال المجتمع المصري:

جدول (١٠) مدى إسهام الفضائيات المصرية الرسمية والخاصة في التعرف على أحوال المجتمع المصري

نوع الفضائية	الفقرة في الاستبيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
رسمية	المعرفة بأحوال المجتمع المصري	٥٩٦٦.	٧٢٥٤٤.
خاصة	المعرفة بأحوال المجتمع المصري	٥٨٠٠.	٦٥٩٣١.

تظهر نتائج الجدول السابق إلى تفوق القنوات الرسمية في قدرتها على تعريف الشباب بأحوال المجتمع المصري حيث جاء المتوسط الحسابي للعبارة في القنوات الرسمية في المقدمة وبلغ (٥٩٦٦) بينما بلغت قيمته في الفضائيات الرسمية (٥٨٠٠) وذلك وفقاً لآراء العينة، مما سبق نجد تفوق القنوات الرسمية في تعريف الشباب بأحوال المجتمع المصري.

٣- الإسهام في رفع مستوى الوعي السياسي لدى الشباب المصري:

جدول (١١) يوضح إسهام الفضائيات المصرية الرسمية والخاصة في رفع مستوى الوعي لدى الشباب

نوع الفضائية	الفقرة في الاستبيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
رسمية	رفع مستوى الوعي	١٧٠٥.	٨٠٢٠١.
خاصة	رفع مستوى الوعي	٣٧٠٠.	٧٩٠٣٦.

تشير نتائج الجدول السابق إلى تفوق القنوات الخاصة في قدرتها على رفع مستوى الوعي لدى الشباب حيث جاء المتوسط الحسابي للعبارة في القنوات الخاصة في المقدمة وبلغ (٣٧٠٠) بينما بلغت قيمته في الفضائيات الرسمية (٣٧٠٠) وذلك وفقاً لآراء العينة، مما سبق نجد تفوق القنوات الخاصة في رفع مستوى الوعي لدى الشباب، وهو ما يمكن إرجاعه إلى كم وكيف البرامج التي تقدمها الفضائيات الخاصة.

٤- الإسهام في التعريف بالتاريخ الوطني لمصر لدى الشباب المبحوثين:

جدول (١٢) يوضح إسهام الفضائيات المصرية الرسمية والخاصة في التعريف بالتاريخ الوطني لمصر

نوع الفضائية	الفقرة في الاستبيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
رسمية	التعريف بالتاريخ الوطني لمصر	٥٦٨٢.	٦٥٤٥١.
خاصة	التعريف بالتاريخ الوطني لمصر	٤٦٠٠.	٦٦٢٩٥.

تظهر نتائج الجدول السابق أن القنوات الرسمية كان لها القدرة على التعريف بالتاريخ الوطني لمصر حيث جاء المتوسط الحسابي للعبارة في القنوات الرسمية في المقدمة وبلغ (٥٦٨٢) بينما بلغت قيمته في الفضائيات الخاصة (٤٦٠٠) وذلك وفقاً لآراء العينة، مما سبق نجد تفوق القنوات الرسمية في التعريف بالتاريخ الوطني لمصر عند الشباب.

٥- تعزيز المعرفة بالجغرافيا الوطنية المصرية للشباب المبحوثين :

جدول (١٣) إسهام الفضائيات المصرية الرسمية والخاصة في تعزيز المعرفة بالجغرافيا الوطنية المصرية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة في الاستبيان	نوع الفضائية
٦٢٠١٥.	٦١٩٣.	تعزيز المعرفة بجغرافية مصر	رسمية
٧٣٨٢٢.	٤٢٠٠.	تعزيز المعرفة بجغرافية مصر	خاصة

تظهر نتائج الجدول السابق أن القنوات الرسمية كان لها القدرة على تعزيز المعرفة بالجغرافيا الوطنية المصرية حيث جاء المتوسط الحسابي للعبارة في القنوات الرسمية في المقدمة وبلغ (٦١٩٣) بينما بلغت قيمته في الفضائيات الخاصة (٤٢٠٠) وذلك وفقاً لآراء العينة، مما سبق نجد تفوق القنوات الرسمية في تعزيز المعرفة بالجغرافيا الوطنية المصرية.

٦- الإسهام في التعريف بالتراث المصري من وجهة نظر الشباب:

جدول (١٤) يوضح إسهام الفضائيات المصرية الرسمية والخاصة في التعريف بالتراث المصري

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة في الاستبيان	نوع الفضائية
٥٧٢٠٥.	٦٩٣٢.	التعريف بالتراث المصري	رسمية
٧٢٩٥٩.	٤٠٥٠.	التعريف بالتراث المصري	خاصة

تأتي نتائج الجدول السابق لتوضح تفوق الفضائيات الرسمية في قدرتها على التعريف بالتراث المصري حيث جاء المتوسط الحسابي للعبارة في الفضائيات الرسمية في المقدمة وبلغ (٦٩٣٢) بينما بلغت قيمته في الفضائيات الخاصة (٤٠٥٠) وذلك وفقاً لآراء العينة، مما سبق نجد قيام القنوات الرسمية بالتعريف بالتراث المصري.

٧- الإسهام في تدعيم قيم الترابط الاجتماعي بين شرائح المجتمع المختلفة :

جدول (١٥) يوضح إسهام الفصائيات المصرية الرسمية والخاصة في تدعيم قيم الترابط الاجتماعي

نوع الفصائية	الفقرة في الاستبيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
رسمية	تدعيم قيم الترابط الاجتماعي	٣٥٢٣.	٦٥٠٠٥.
خاصة	تدعيم قيم الترابط الاجتماعي	٣١٠٠.	٨٤٠٠٤.

تشير نتائج الجدول (١٥) إلى إسهام الفصائيات الرسمية في تدعيم قيم الترابط الاجتماعي حيث جاء المتوسط الحسابي للعبارة في الفصائيات الرسمية في المقدمة وبلغ (٣٥٢٣) بينما بلغت قيمته في الفصائيات الخاصة (٣١٠٠) وذلك وفقاً لآراء العينة، مما سبق نجد قيام الفصائيات الرسمية بتدعيم قيم الترابط الاجتماعي.

٨- الإسهام في تدعيم القيم العربية الأصيلة لدى الشباب:

جدول (١٦) مدى إسهام الفصائيات المصرية الخاصة والرسمية في تدعيم القيم العربية

نوع الفصائية	الفقرة في الاستبيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
رسمية	تدعيم القيم العربية	٣٠١١.	٧٥٨٧٧.
خاصة	تدعيم القيم العربية	٢٢٠٠.	٨٢٦٦٢.

تشير نتائج الجدول (١٦) إلى إسهام الفصائيات الرسمية في تدعيم قيم الترابط الاجتماعي حيث جاء المتوسط الحسابي للعبارة في الفصائيات الرسمية في المقدمة وبلغ (٣٥٢٣) بينما بلغت قيمته في الفصائيات الخاصة (٣١٠٠) وذلك وفقاً لآراء العينة، مما سبق نجد قيام الفصائيات الرسمية بتدعيم القيم العربية.

٩- الإسهام في تعميق قيم الدين الإسلامي لدى الشباب:

جدول (١٧) مدى إسهام الفصائيات المصرية الرسمية والخاصة في تعميق قيم الدين الإسلامي

نوع الفصائية	الفقرة في الاستبيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
رسمية	تعميق قيم الدين الإسلامي	٤٣١٨.	٦٩٦٦٨.
خاصة	تعميق قيم الدين الإسلامي	١٥٠٠.	٦٨٤٦٠.

تأتي نتائج الجدول السابق لتوضح تفوق الفضائيات الرسمية في قدرتها على تعميق قيم الدين الإسلامي حيث جاء المتوسط الحسابي للعبارة في الفضائيات الرسمية في المقدمة وبلغ (٤٣١٨.) بينما بلغت قيمته في الفضائيات الخاصة (١٥٠٠.) وذلك وفقاً لآراء العينة، مما سبق نجد قيام الفضائيات الرسمية بتعميق قيم الدين الإسلامي.

١٠- الإسهام في التعريف بالمؤسسات والشخصيات السياسية الفعالة داخل الدولة لدى الشباب:

جدول (١٨)

مدى إسهام الفضائيات المصرية الرسمية والخاصة في التعريف بالمؤسسات والشخصيات الفعالة

نوع الفضائية	الفقرة في الاستبيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
رسمية	التعريف بالمؤسسات والشخصيات الفعالة	٦٠٨٠.	٦٤٩١٢.
خاصة	التعريف بالمؤسسات والشخصيات الفعالة	٥٣٥٠.	٥٩٩٧٣.

تأتي نتائج الجدول السابق لتوضح اهتمام الفضائيات الرسمية في التعريف بالمؤسسات والشخصيات الفعالة حيث جاء المتوسط الحسابي للعبارة في الفضائيات الرسمية في المقدمة وبلغ (٦٠٨٠.) بينما بلغت قيمته في الفضائيات الخاصة (٥٣٥٠.) وذلك وفقاً لآراء العينة، مما سبق نجد قيام الفضائيات الرسمية بالتعريف بالمؤسسات والشخصيات.

١١- الإسهام في تدعيم المواطنة لدى الشباب :

جدول (١٩) يوضح مدى إسهام الفضائيات المصرية الرسمية والخاصة في تدعيم المواطنة

نوع الفضائية	الفقرة في الاستبيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
رسمية	تدعيم المواطنة	٤٧١٦.	٦٥٧٤٥.
خاصة	تدعيم المواطنة	٣٢٥٠.	٧٣٥٣٤.

توضح نتائج الجدول (١٩) اهتمام الفضائيات الرسمية بتدعيم المواطنة حيث جاء المتوسط الحسابي للعبارة في الفضائيات الرسمية في المقدمة وبلغ (٤٧١٦.) بينما بلغت قيمته في الفضائيات الخاصة (٣٢٥٠.) وذلك وفقاً لآراء العينة، مما سبق نجد قيام الفضائيات الرسمية بتدعيم المواطنة بصورة أكبر من الفضائيات الخاصة.

ثالثاً: فروض البحث:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة بين الشباب المصري من حيث السمات الديموجرافية (النوع - السن - محل الإقامة- المستوى التعليمي) فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو:

أ- دور الفضائيات المصرية الرسمية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب.

ب - دور الفضائيات المصرية الخاصة في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب.

جدول (٢٠) الفرق بين الشباب من حيث النوع والدور الذي تقوم به الفضائية في تعزيز قيم المواطنة.

الفضائيات	النوع	العدد N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية df	مستوي المعنوية sig
الرسمية	ذكر	١٧٩	٢,٥٨١٠	٧٠٩٣٩.	١,٢٦٧	٣٥٠	٢٠٦.
	أنثي	١٧٣	٢,٦٧٠٥	٦١١٠٤.			
الخاصة	ذكر	٢٠٠	٢,٣٨٠٠	٧٨٦٥٧.	٣,٣٥٨	٣٩٨	٠٠١.
	أنثي	٢٠٠	٢,٦١٠٠	٥٦٥٢٤.			

يتضح من نتائج الجدول رقم (٢٠) أن الفروق بين نوع المبحوثين من الشباب المصري من حيث وجهة نظرهم عن دور الفضائيات المصرية الرسمية والخاصة في تعزيز قيم المواطنة لديهم كانت كالاتي: جاءت الفروق لصالح مجموعة الإناث فيما يتعلق بدور الفضائيات الرسمية في تدعيم قيم المواطنة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لها (٢,٦٧٠٥) بانحراف معياري (٦١١٠٤.)، بينما كان المتوسط الحسابي لمجموعة الذكور (٢,٥٨١٠) بانحراف معياري قيمته (٧٠٩٣٩.)، وبتطبيق اختبار T.test تبين عدم دلالة هذه الفروق حيث بلغت قيمة (ت) (١,٢٦٧)، عند مستوى معنوية (٢٠٦.)، وكانت درجة الحرية بين المجموعات (٣٥٠)، في حين جاءت الفروق لصالح مجموعة الإناث فيما يتعلق بدور الفضائيات الخاصة في تدعيم قيم المواطنة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لها (٢,٦١٠٠) بانحراف معياري (٥٦٥٢٤.)، بينما كان المتوسط الحسابي لمجموعة الذكور (٢,٣٨٠٠) بانحراف معياري قيمته (٧٨٦٥٧.)، وبتطبيق اختبار T.test تبين دلالة هذه الفروق حيث بلغت قيمة (ت) (٣,٣٥٨)، عند مستوى معنوية (٠٠١.)، وكانت درجة الحرية بين المجموعات (٣٩٨)، ومما سبق يمكن القول بأنه : لم يكن هناك فروق بين المبحوثين من حيث النوع فيما يتعلق بدور الفضائيات الرسمية لتدعيم قيم المواطنة، بينما ظهرت هذه الفروق فيما يتعلق بدور الفضائيات الخاصة عند قيامها بهذا الدور.

وهو ما يمكن إرجاعه لزيادة معدل تعرض الإناث للقنوات التلفزيونية الخاصة عن الذكور، وهو ما يتفق مع ما توصلت إليه دراسة السيد محمد الخاطري (٢٠٠٩) من أن الإناث هم الأكثر عرضة للفضائيات الخاصة عن الذكور من الشباب.^(٢٤)

مما سبق: يثبت عدم صحة هذا الجزء من الفرض الأول من أن هناك فروق بين الشباب من حيث النوع فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو الدور الذي تقوم به الفضائيات المصرية في تعزيز قيم المواطنة.

جدول (٢١)

الفرق بين الشباب من حيث محل الإقامة والدور الذي تقوم به الفضائية في تعزيز قيم المواطنة.

الفضائيات	الإقامة	العدد N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية
الرسمية	حضر	١٨٣	٢,٥٥٧٤	٧٢٣٠٤.	١,٩٩٨	٣٥٠	٠٤٦.
	ريف	١٦٩	٢,٦٩٨٢	٥٨٥٥٩.			
الخاصة	حضر	٢٠٠	٢,٥٦٥٠	٧٦٠٧٠.	٢,٠٢٦	٣٩٨	٠٤٣.
	ريف	٢٠٠	٢,٤٢٥٠	٦١٣٤٠.			

تشير نتائج الجدول رقم (٢١) أن الفروق بين مقر الإقامة المبحوثين من الشباب المصري من حيث وجهة نظرهم عن دور الفضائيات المصرية الرسمية والخاصة في تعزيز قيم المواطنة لديهم كانت كالآتي: جاءت الفروق لصالح المقيمين في الريف فيما يتعلق بدور الفضائيات الرسمية في تدعيم قيم المواطنة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لها (٢,٦٩٨٢) بانحراف معياري (٥٨٥٥٩.)، بينما كان المتوسط الحسابي للمقيمين في الحضر (٢,٥٥٧٤) بانحراف معياري قيمته (٧٢٣٠٤.)، وتطبيق اختبار T.test تبين دلالة هذه الفروق حيث بلغت قيمة (ت) (١,٩٩٨)، عند مستوى معنوية (٠٤٦.)، وكانت درجة الحرية بين المجموعات (٣٥٠)، في حين جاءت الفروق لصالح المقيمين في الحضر يتعلق بدور الفضائيات الخاصة في تدعيم قيم المواطنة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لها (٢,٥٦٥٠) بانحراف معياري (٧٦٠٧٠.)، بينما كان المتوسط الحسابي للمقيمين في الريف (٢,٤٢٥٠) بانحراف معياري قيمته (٦١٣٤٠.)، وتطبيق اختبار T.test تبين دلالة هذه الفروق حيث بلغت قيمة (ت) (٢,٠٢٦)، عند مستوى معنوية (٠٤٣.)، وكانت درجة الحرية بين المجموعات (٣٩٨)، ومما سبق يمكن القول بأنه: كانت هناك فروق بين المبحوثين من حيث محل الإقامة فيما يتعلق بدور الفضائيات الرسمية لتدعيم قيم المواطنة، بينما ظهرت هذه الفروق فيما يتعلق

بدور الفصائيات الخاصة عند قيامها بهذا الدور، وهو ما يمكن تفسيره فيما يتعلق بالاهتمامات التي تختلف بين شباب الريف والحضر، وكذلك معدلات التعرض للفصائيات حيث تزداد هذه المعدلات لشباب الحضر (لارتفاع معدلات البطالة وارتفاع نسبي في المعدلات الاقتصادية) بينما تقل لدى شباب الريف معدلات التعرض.

كما سبق : يثبت صحة هذا الجزء من الفرض الأول من أن هناك فروق بين الشباب من حيث النوع فيما يتعلق بوجهة نظرهم عن الدور الذي تقوم به الفصائيات المصرية في تعزيز قيم المواطنة.

جدول (٢٢)

الفرق بين الشباب من حيث العمر والدور الذي تقوم به الفصائية في تعزيز قيم المواطنة.

الفصائيات	العمر	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة F	درجات الحرية df	مستوي المعنوية sig
الرسمية	من ١٨ سنة: ٢٣	١١٤	٢,٥٤٣٩	٦٢٥٩٩.	٤,٠١٥	٢,٣٤٩	٠.١٩.
	٢٤ : ٢٩ سنة	٩٤	٢,٧٨٧٢	٥٠٥٢٩.			
	٣٠ : ٣٥ سنة	١٤٤	٢,٥٨٣٣	٧٦١٨٥.			
	المجموع	٣٥٢	٢,٦٢٥٠	٦٦٣٤٥.			
الخاصة	من ١٨ سنة: ٢٣	١٥٢	٢,٥٣٩٥	٥٩٦٧٠.	١٥,٥٥٠	٢,٣٩٧	٠.٠٠٠
	٢٤ : ٢٩ سنة	٩٤	٢,٧٦٦٠	٥١٦٩٣.			
	٣٠ : ٣٥ سنة	١٥٤	٢,٢٨٥٧	٨٠٦١٤.			
	المجموع	٤٠٠	٢,٤٩٥٠	٦٩٣٦٧.			

تشير نتائج الجدول رقم (٢٢) أن الفروق بين أعمار الباحثين من الشباب المصري من حيث وجهة نظرهم عن دور الفصائيات المصرية الرسمية والخاصة في تعزيز قيم المواطنة لديهم كانت كالآتي: جاءت الفروق لصالح الفئة العمرية (من ٢٤ : ٢٩ سنة) فيما يتعلق بدور الفصائيات الرسمية في تدعيم قيم المواطنة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لها (٢,٧٨٧٢) بانحراف معياري (٥٠,٥٢٩)، تلتها الفئة العمرية (من ٣٠ : ٣٥ سنة) بمتوسط حسابي (٢,٥٨٣٣) بانحراف معياري قيمته (٧٦١٨٥)، تلتها الفئة العمرية (من ١٨ : ٢٣ سنة) بمتوسط

حسابي (٢,٥٤٣٩) وانحراف معياري قيمته.٦٢٥٩٩))، وبتطبيق اختبار انوفا أحادي الاتجاه تبين دلالة هذه الفروق حيث بلغت (f) (٤,٠١٥) عند مستوى معنوية (٠.١٩)، وكانت درجة الحرية بين المجموعات (٢,٣٤٩)، وعن دور الفضائيات الخاصة في تدعيم قيم المواطنة جاءت الفروق أيضاً لصالح الفئة العمرية (من ٢٤ : ٢٩ سنة) حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لها (٢,٧٦٦٠) بانحراف معياري (٥١٦٩٣). تلتها الفئة العمرية (من ٣٥ : ٣٠ سنة) بمتوسط حسابي (٢,٢٨٥٧) وانحراف معياري قيمته.٨٠٦١٤))، تلتها الفئة العمرية (من ١٨ : ٢٣ سنة) بمتوسط حسابي (٢,٥٣٩٥) وانحراف معياري قيمته.٥٩٦٧٠))، وبتطبيق اختبار انوفا أحادي الاتجاه تبين دلالة هذه الفروق حيث بلغت (f) (١٥,٥٥٠) عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وكانت درجة الحرية بين المجموعات (٢,٣٩٧)، ومما سبق يمكن القول بأنه : كانت هناك فروق بين المبحوثين من حيث العمر فيما يتعلق بدور الفضائيات الرسمية لتدعيم قيم المواطنة، مما سبق : يثبت صحة هذا الجزء من الفرض الأول من أن هناك فروق بين الشباب من حيث العمر فيما يتعلق بوجهة نظرهم عن الدور الذي تقوم به الفضائيات المصرية في تعزيز قيم المواطنة، وهو ما يوضح مدى تأثير وسائل الاتصال الأخرى مثل الإنترنت على الشباب، حيث تأتي هذه الوسيلة في مقدمة الوسائل التي يستخدمها الشباب، وهو ما يتفق مع ما توصلت إليه دراسة Arnold Brown (٢٠١١) من أن الإنترنت يُسهم في تغيير هوية المجتمعات بصورة تدريجية. (٢٥)

جدول (٢٣)

الفرق بين الشباب من حيث المستوى التعليمي والدور الذي تقوم به الفصائية في تعزيز قيم المواطنة.

مستوي المعنوية	درجات الحرية	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد N	التعليم	الفصائيات
٠٢٢.	٤,٣٤٧	٢,٩٠٧	٢٩٤٢٤.	٢,٩٠٩١	٢٢	أمي	الرسمية
			٦٧٠٩٨.	٢,٥٤٥٥	٢٢	يقرأ ويكتب	
			٤٨٦٩٣.	٢,٧٨١٣	٦٤	مؤهل متوسط	
			٥٩٥٧٢.	٢,٦٢٧٥	١٠٢	مؤهل جامعي	
			٧٨٧٤٨.	٢,٥٢١١	١٤٢	مؤهل فوق جامعي	
			٦٦٣٤٥.	٢,٦٢٥٠	٣٥٢	المجموع	
٠٢٠.	٤,٣٩٥	٢,٩٤٣	٥٠٣٩٥.	٢,٤٢٨٦	٢٨	أمي	الخاصة
			٧٦١٣٩.	٢,٦٦٦٧	٢٤	يقرأ ويكتب	
			٤٦٣٠٩.	٢,٦٩٧٠	٦٦	مؤهل متوسط	
			٦٣٤١٩.	٢,٥٠٧٥	١٣٤	مؤهل جامعي	
			٨١٩٨٧.	٢,٣٧٨٤	١٤٨	مؤهل فوق جامعي	
			٦٩٣٦٧.	٢,٤٩٥٠	٤٠٠	المجموع	

تشير نتائج الجدول رقم (٢٣) أن الفروق بين الباحثين من الشباب المصري فيما يتعلق بمستوياتهم التعليمية من حيث وجهة نظرهم عن دور الفصائيات المصرية الرسمية والخاصة في تعزيز قيم المواطنة لديهم كانت كالتالي: جاءت الفروق لصالح المستوى التعليمي (الأمي) فيما يتعلق بدور الفصائيات الرسمية في تدعيم قيم المواطنة حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي له (٢,٩٠٩١) بانحراف معياري (٢٩٤٢٤.)، تلاه المستوى التعليمي (المؤهل المتوسط) بمتوسط حسابي (٢,٧٨١٣) بانحراف معياري قيمته (٤٨٦٩٣.)، تلاه المستوى التعليمي (الجامعي) بمتوسط حسابي (٢,٦٢٧٥) وانحراف معياري قيمته (٥٩٥٧٢.)، ثم جاء المستوى التعليمي (يقرأ ويكتب) بمتوسط حسابي (٢,٥٤٥٥) بانحراف معياري قيمته (٦٧٠٩٨.)، ثم جاء المستوى التعليمي (فوق الجامعي) بمتوسط حسابي (٢,٥٢١١) بانحراف معياري قيمته (٧٨٧٤٨.)، وبتطبيق اختبار انوفا أحادي الاتجاه تبين دلالة هذه الفروق حيث بلغت (f) (٢,٩٠٧) عند مستوى معنوية (٠,٢٢.)، وكانت درجة الحرية بين المجموعات (٤,٣٤٧)، وتظهر هذه الفروق

الاعتماد المباشر من قبل المستويات التعليمية المنخفضة (الأمية) على الفضائيات الرسمية في الحصول على المعلومات، وعن دور الفضائيات الخاصة في تدعيم قيم المواطنة جاءت الفروق لصالح المستوى التعليمي (المتوسط) حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي لها (٢,٦٩٧٠) بانحراف معياري (٤٦٣٠٩٠) تلاه المستوى التعليمي (يقراً ويكتب) بمتوسط حسابي (٢,٦٦٦٧) وانحراف معياري قيمته (٧٦١٣٩)، ثم جاء المستوى التعليمي (الجامعي) بمتوسط حسابي (٢,٥٠٧٥) وانحراف معياري قيمته (٦٣٤١٩)، تلاه المستوى التعليمي (الأمي) حيث بلغ المتوسط الحسابي له (٢,٤٢٨٦)، وانحراف معياري قيمته (٥٠٣٩٥)، تلاه المستوى التعليمي (فوق الجامعي) بمتوسط حسابي (٢,٣٧٨٤) وانحراف معياري قيمته (٨١٩٨٧) وبتطبيق اختبار انوفا أحادي الاتجاه تبين دلالة هذه الفروق حيث بلغت (f) (٢,٩٤٣) عند مستوى معنوية (٠,٢٠)، وكانت درجة الحرية بين المجموعات (٢,٩٤٣)، ومما سبق يمكن القول بأنه : كانت هناك فروق بين الباحثين من حيث المستوى التعليمي فيما يتعلق بدور الفضائيات الرسمية لتدعيم قيم المواطنة، مما سبق : يثبت صحة هذا الجزء من الفرض الأول من أن هناك فروق بين الشباب من حيث المستوى التعليمي فيما يتعلق بوجهة نظرهم عن الدور الذي تقوم به الفضائيات المصرية في تعزيز قيم المواطنة.

إجمالاً يمكن القول بأنه : ثبت صحة الفرض الأول باستثناء الجزء القائل بأن هناك فروق بين الشباب من حيث النوع فيما يتعلق بوجهة نظرهم عن الدور الذي تقوم به الفضائيات المصرية في تعزيز قيم المواطنة.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية بين تعرض الشباب المصري للفضائيات المصرية الرسمية وغرس قيم المواطنة لديهم.

جدول (٢٤) يوضح العلاقة بين معدل تعرض الباحثين للفضائيات المصرية الرسمية وغرس قيم المواطنة لديهم

الاتجاهات نحو الفضائيات الرسمية	معدل التعرض
٣١٣. ٠٠٠. ٣٥٢	معامل الارتباط مستوي الدلالة العدد

من الجدول السابق نجد أنه توجد علاقة طردية بين معدل تعرض الباحثين للفضائيات المصرية الرسمية وبين اتجاههم نحو الدور الذي تقوم به هذه الفضائيات في تدعيم قيم المواطنة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠,٣١٣) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠)، أي أنه كلما زاد معدل تعرض الباحثين للفضائيات المصرية الرسمية دل ذلك على

الدور الذي تقوم به هذه الفضائيات في غرس قيم المواطنة لديهم.

مما سبق يمكن القول أنه : قد ثبت صحة الفرض الثاني.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية بين تعرض الشباب المصري للفضائيات المصرية الخاصة وغرس قيم المواطنة لديهم.

جدول (٢٥) يوضح العلاقة بين معدل تعرض المبحوثين للفضائيات المصرية الخاصة وغرس قيم المواطنة لديهم

الاتجاهات نحو الفضائيات الخاصة	معدل التعرض
٣٥٤. ٠٠٠. ٤٠٠	معامل الارتباط مستوي الدلالة العدد

من الجدول السابق نجد أنه توجد علاقة طردية بين معدل تعرض المبحوثين للفضائيات المصرية الخاصة وبين اتجاههم نحو الدور الذي تقوم به هذه الفضائيات في تدعيم قيم المواطنة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠,٣٥٤) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠)، أي أنه كلما زاد معدل تعرض المبحوثين للفضائيات المصرية الخاصة دل ذلك على الدور الذي تقوم به هذه الفضائيات في غرس قيم المواطنة لديهم.

مما سبق يمكن القول أنه : قد ثبت صحة الفرض الثالث.

نتائج عامة :

- جاءت معدلات مشاهدة الفضائيات المصرية الخاصة أعلى من معدلات مشاهدة الفضائيات المصرية الرسمية.
- الفضائيات المصرية الرسمية في دعمها لقيم المواطنة قد ركزت على الجانب القيمي والمعرفي حيث سعت لغرس هذه القيم من خلال عرض التراث وما يحويه من حضارة تشعّر الفرد بالعزة والافتخار، والتعريف بالمكانة الجغرافية لمصر ومدى أهمية هذه المكانة، بينما سعت الفضائيات المصرية الخاصة لدعم قيم المواطنة من خلال الجانب السلوكي من خلال معرفة الواقع الحالي للمجتمع وإبراز الشخصيات الفاعلة وكذلك المؤسسات الحكومية ومؤسسات المجتمع المدني.
- كان اهتمام الفضائيات المصرية الرسمية بتعزيز قيم المواطنة لدى الشباب المصري

أكثر من الفضائيات المصرية الخاصة.

- تسهم الفضائيات المصرية الخاصة في تعزيز معارف الشباب المصري وثقافتهم.
- تفوق الفضائيات الرسمية في تعريف الشباب بأحوال المجتمع المصري.
- تسهم الفضائيات الخاصة في رفع مستوى الوعي لدى الشباب أكثر من الرسمية.
- تساعد الفضائيات الرسمية في التعريف بالتاريخ الوطني لمصر عند الشباب.
- تسهم الفضائيات الرسمية بصورة أكبر من الفضائيات الخاصة في غرس قيم المواطنة من خلال مجموعة من النقاط كان منها :
 - تعزيز المعرفة بالجغرافيا الوطنية المصرية
 - للتعريف بالتراث المصري
 - التماسك الاجتماعي بين شرائح المجتمع وطوائفه المتنوعة.
 - تدعيم القيم العربية الأصيلة للشباب المصري أمام ما يتعرضون له من موجات التغريب والعولمة.
 - تعميق قيم الدين الإسلامي أمام موجات التغريب والعولمة والتشويه التي يتعرض لها الشباب المصري.
 - التعريف بالمؤسسات والشخصيات السياسية الفاعلة في مؤسسات الدولة والمجتمع المدني.
- جاء مفهوم المواطنة لدى الشباب ليعني : حب الوطن والعمل على رفعة وخدمة مصالح مجتمعه، بينما تمثلت قيم المواطنة لديهم في : الإخلاص في العمل - الحقوق والواجبات نحو الوطن - العدالة الاجتماعية - المساواة - الحرية - الديمقراطية.
- توجد علاقة طردية بين معدل تعرض المبحوثين للفضائيات المصرية الرسمية وبين الدور الذي تقوم به هذه الفضائيات في غرس قيم المواطنة لديهم.
- توجد علاقة طردية بين معدل تعرض المبحوثين للفضائيات المصرية الخاصة وبين الدور الذي تقوم به هذه الفضائيات في غرس قيم المواطنة لديهم.

نتائج الفروض:

- صحة الفرض الأول باستثناء الجزء القائل بأن هناك فروق بين الشباب من حيث النوع فيما يتعلق بوجهة نظرهم عن الدور الذي تقوم به الفضائيات المصرية في تعزيز قيم المواطنة.

- ثبت صحة الفرض الثاني والقائل بأنه « كلما زاد معدل تعرض المبحوثين للفضائيات المصرية الرسمية دل ذلك على الدور الذي تقوم به هذه الفضائيات في غرس قيم المواطنة لديهم».
- ثبت صحة الفرض الثالث والقائل بأنه: « كلما زاد معدل تعرض المبحوثين للفضائيات المصرية الخاصة دل ذلك على الدور الذي تقوم به هذه الفضائيات في غرس قيم المواطنة لديهم».

الخاتمة:

يأتي الاهتمام بقيم المواطنة اليوم من قبل وسائل الإعلام لأنها تستحث المواطن في كل وقت وفي أي مرحلة عمرية، من أجل تعزيز الانتماء الوطني، كما يتوجب على وسائل الإعلام أن تقوم بالمساعدة في إظهارها من خلال ما يلي :

- الدعوة إلى تعزيز مكانة الوطن عن طريق إبراز الشخصيات التاريخية التي ساهمت في رفعته.
- الحرص على الإسهام في كل عمل يساعد على رفعة شأن الوطن.
- الحفاظ على سمعة الوطن والغيرة على كرامته ومصالحته وممتلكاته.
- التأكيد على أهمية التفوق والابتكار باعتبار المواطن أحد لبنات تقدم الوطن ورفعته.
- الدعوة للمشاركة في الخدمة العامة.
- النقد البناء للمظاهر السلبية.

وتتحقق المواطنة عبر وسائل الإعلام، ليس فقط من خلال التعبير عن المواطنين وقضاياهم، وتقديم المعلومات وتفسيرها، ومراقبة السلطات التنفيذية والتشريعية والقضائية، وإنما أيضاً من خلال اتساع المجال العام للنقاش وتبادل الآراء وإتاحة الفرصة للمواطنين لكي يعبروا عن أفكارهم وآرائهم وتأكيد حرية التعبير، ودفع الحوار الفعال بين مختلف الفئات في المجتمع، وتنوع الأصوات الإعلامية وتعبيرها عن الرأي العام أياً كانت درجات التباين بين فئاته، وإتاحة فرصة ممارسة المواطنين لحياتهم الفردية، وحثهم على الفعل والمشاركة بعد توعيتهم وإعلامهم.

تغرس وسائل الإعلام في وجدان الفرد -المواطن شعوراً بالأصالة والمسئولية، ومن هنا يأتي دور الفرد لممارسة صفة المواطنة والتمسك بها والدفاع عنها، حيث ترتبط بصفة المواطنة عدد من المقومات من أهمها الانتماء إلى الوطن - المشاركة في السلطة العامة - المساواة بين جميع المواطنين في الحقوق والواجبات. ويناط بوسائل الإعلام أدوار عديدة ومتشعبة

للهوض بقيم المواطنة ولكن أهمها تعزيز القيم العامة التي تربط المواطن بوطنه وتحرضه على الالتزام بواجباته والمطالبة بحقوقه ونشر ثقافة الأمل والتفاؤل ومناهضة اليأس والإحباط.

الهوامش:

١- رفيق يونس صالح (٢٠١٦)، تأثير وسائل الإعلام الرسمية على تعزيز الهوية الوطنية الفلسطينية (فضائية فلسطين دراسة حالة)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا- جامعة النجاح الوطنية

٢- محمد عبد البديع سيد (٢٠١٦)، دور وسائل الإعلام الجديدة في دعم المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعة، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط - الجمعية المصرية للعلاقات العامة - مصر، العدد ١٢، ص ٩٩ : ١٠٢

٣- حنان تيتي (٢٠١٤)، دور وسائل الإعلام في تفعيل قيم المواطنة لدى الرأي العام «حالة الثورات وقيم الانتماء لدى الشعوب العربية»، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خضير، بسكرة، الجزائر.

٤- جمال مليود عيسى (٢٠١٤)، دور القنوات الفضائية الليبية في تنمية مستوى الوعي بحقوق وواجبات المواطنة لدى الشباب الجامعي الليبي، مجلة جامعة عمر المختار للعلوم الإنسانية، العدد ٢٧.

٥- عمران على عليان (٢٠١٤)، درجة تمثل طلبة جامعة الأقصى لقيم المواطنة في ظل العولمة» دراسة تطبيقية على عينة طلبة جامعة الأقصى بقطاع غزة، مجلة جامعة الأقصى، مجلد ١٨، العدد ٢، ص ٣٤ : ١

٦- ثريا البدوي (٢٠١١)، دور الفضائيات العربية في دعم الهوية الوطنية (رؤية من واقع مجتمع دولة الإمارات العربية المتحدة في سياق مدخل بناء المعنى)، المجلة المصرية لبحوث الإعلام عدد ٣٧، ص ٣٥ : ١

7-Arnold Brown(2011),”relationships ,community ,and identity in the new virtual society”. Futurist, Mar/Apr 2011, vol: 45, issue: 2

8-Necla Mora(2011),” media and globalization”, electronic journal of social sciences, spring2011, vol: 10, issue: 36

٩-محمد سلطان الفضلي (٢٠١٠)، دور القنوات الفضائية الكويتية الخاصة في تشكيل الرأي السياسي للمواطن الكويتي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط

١٠- محمد كامل القرعان (٢٠١٠)، الصحافة اليومية الأردنية ومسئوليتها في نشر القيم الوطنية في المجتمع: صحيفتنا الرأي والغد نموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط.

11-Magick Hanray (2007) : post 16 citizenship in colleges an introduction

to effective practice, learning and skills network, united state

12- Calvert Robert (2006) : to Restore American Democracy Political

Education and the modern university, Roman and little Field Educa-
tion,united state

- ١٣- عبد الحافظ عواجي (٢٠١٢)، «نظريات التأثير الإعلامية»، ص ص ٢٦ : ٢٨
- 14- Miller, K. (2005), **Communications theories: Perspectives, processes, and contexts**. New York: McGraw-Hill, p 282
- 15- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). **Living with television: The violence profile. Journal of Communication**, 26(2), 172199-
- (١٦) يمكن الرجوع إلى :
- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد (٢٠٠٨)، الاتصال ونظرياته المعاصرة «، القاهرة : الدار المصرية اللبنانية.
- M., & Signorielli, N. (1986), **Living with television: The dynamics of the cultivation process**. In J. Bryant & D. Zillman (Eds.), *Perspectives on media effects* (pp. 17–40). Hilldale, NJ: Lawrence Erlbaum Associate
- 17- Signorielli, N.& Morgan, M.,(1995),” **Television and its viewers: Cultivation theory research**”. Newbury Par., Canada, p : 14
- ١٨- سامى طايح (٢٠٠١)، بحوث الإعلام، (القاهرة : دار النهضة العربية)، ص ١٦٧.
- ١٩- محمد عبد الحميد (٢٠٠٠)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: عالم الكتب) ط ١ ص ١٥٧
- ٢٠-رشا عادل لطفي (٢٠٠٧)، «التغطية الإخبارية للشؤون العربية:دراسة مقارنة بين قنوات الجزيرة والنيل للأخبار و cnn»، رسالة ماجستير غير منشورة، (المنيا: كلية الآداب، جامعة المنيا).
٢١. الموسوعة البريطانية (٢٠٠٣)، ج ٢، ص ٦١٤
- ٢٢- رفيق يونس صالح (٢٠١٦)، مرجع سابق.
- ٢٣- محمد عبد البديع (٢٠١٦)، مرجع سابق.
- ٢٤- السيد محمد السيد سالم الخاطري (٢٠٠٩)، استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية المصرية الخاصة والإشباع المتحققة منها: دراسة تطبيقية على قناتي دريم الثانية والمحور، رسالة ماجستير غير منشورة، الزقازيق: كلية الآداب).
- 25- Arnold Brown(2011), op. cit