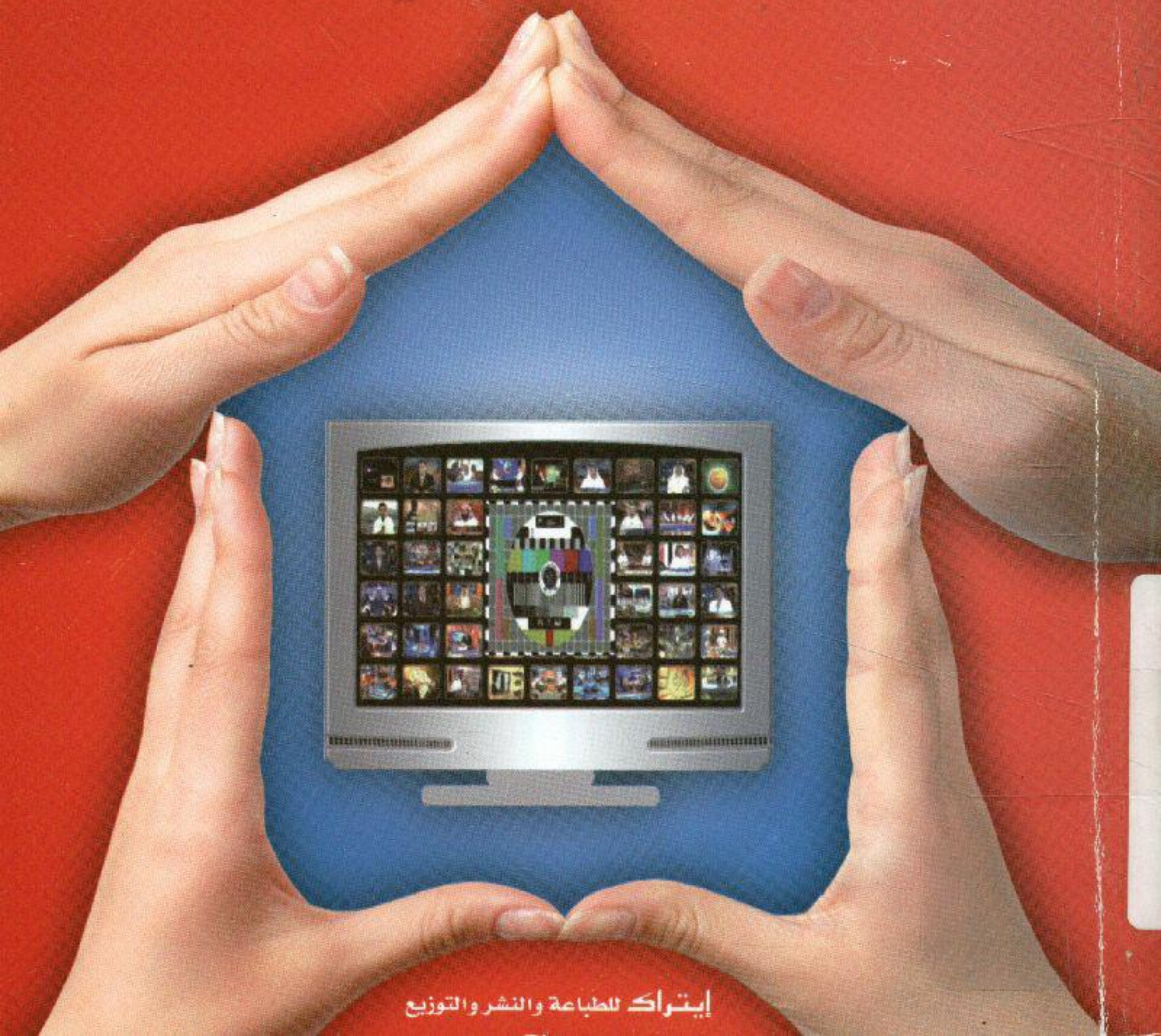


القنوات الفضائية وُنسق القيم فى المجتمع المحلى

د. أيمن البارودي



القنوات الفضائية
ونسق القيم
في المجتمع المحلي

القنوات الفضائية

ونسق القيم

في المجتمع المحلي*

دراسة ميدانية على عينة من مشاهدي القنوات الفضائية

بمدينة بنى سويف

إعداد

دكتور/ أيمن على طه حسن

بطاقة فهرسة
فهرسة أثناء النشر
إعداد / الهيئة العامة لدار الكتب والوثائق القومية

حسن ، ايمن علي طه.

القنوات الفضائية ونسق القيم في المجتمع المحلي : دراسة ميدانية علي عينة من مشاهد القنوات الفضائية .

إعداد : ايمن علي طه حسن ، اشرف جلال مديولي ، حسن ابراهيم - بني سويف -
جامعة بني سويف ، كلية الاداب ، قسم الاجتماع ، ط ١
القاهرة : دار إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع ٢٠١٤ .

٢٨٢ صفحة ، ١٧ × ٢٤ سم .

تدمك ٦ ٢٨٣ ٢٨٣ ٩٧٧ ٩٧٨

١- القنوات التليفزيونية الفضائية

٢- جامعة بني سويف - الرسائل الجامعية

١- مديولي، جلال (مشرفا) ب- ابراهيم ، حسن (مشارك)

٣٨٤,٥٥

اسم الكتاب: القنوات التليفزيونية الفضائية

اسم المؤلف: حسن ايمن علي طه

رقم الطبعة: الأولى

السنة: ٢٠١٤

رقم الإيداع: ٢٠١٣/١٦٨٨٣

الترقيم الدولي: ٦- ٢٨٣ - ٢٨٣ - ٩٧٧ - ٩٧٨

اسم الناشر: إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع

العنوان: ٢ اش حسين كامل سليم - المازة - مصر الجديدة

المحافظة: القاهرة

التليفون: ٢٤١٧٢٧٤٩

اسم المطبعة: الدار الهندسية

العنوان: زهراء المعادي - المنطقة الصناعية - قطعة رقم ٢٥٣، ٢٥٥،

٢٥٦،

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

﴿ سَتُزِيهِمْ ءَايَاتِنَا فِي الْأَفَاقِ وَفِي أَنْفُسِهِمْ

حَتَّىٰ يَتَبَيَّنَ لَهُمْ أَنَّهُ الْحَقُّ ۗ أَوَلَمْ يَكْفِ بِرَبِّكَ

أَنَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ شَهِيدٌ ۗ

[سورة فصلت: الآية 53]

صدق اللّٰم العظيْم

للباحث أن يتعلم من علم سيادته الكثير.

ويتقدم الباحث بالشكر إلى السيد الأستاذ الدكتور/ عميد الكلية، والسادة الوكلاء على ما يوفرونه للباحثين من مناخ علمي يسمح لهم بإنجاز أعمالهم، كما لا ينسى الباحث أن يوجه شكره وتقديره إلى أسرة علم الاجتماع بالكلية.

وأخيراً أتوجه بخالص شكري إلى أسرتي.. جدي وجدتي، وأبي وأمي وإخوتي، الذين تحملوا معي أعباء الرسالة فجميع الشكر والتقدير.

مقدمتہ

مقدمة

شهدت السنوات الأخيرة من القرن العشرين تطورا ملحوظا للقنوات الفضائية على الساحة الإعلامية الدولية، وواكب هذا النمو الاستخدام السلمى للأقمار الصناعية، ودخول العالم عصر جديد تعددت مسمياته - عصر المعلومات Information Age، عصر العولمة Globalization Age، عصر الفضاء Satellite Age - ولم تكن الدول العربية بمعزل عن هذا النمو، فلقد أخذت على عاتقها إطلاق القمر العربى الذى يحمل عدیدا من القنوات الفضائية العربية إلى شعوب العالم العربى والمناطق المجاورة للدول العربية، ثم تبع ذلك إطلاق آخر لعدد من الأقمار الخاصة ببعض الدول العربية، ومن بينها مصر التى امتلكت هذه التكنولوجيا، حيث أطلقت قمرين (النيل سات 1، النيل سات 2)، وهذه الأقمار أتاحت أمام المشاهد المصرى الممتلك للهوائيات فرصا جمة لرؤية العالم وما يحدث به، والتعرف على ثقافات المجتمعات الأخرى العربية والأجنبية.

ومن ناحية أخرى، أفسحت المجال لعدد من الثقافات أن تغزو المجتمع المصرى، وتحمل هذه الثقافات من القيم ما يغير طبيعة القيم السائدة لدى المشاهد المصرى، مما ينذر بان تترك هذه القنوات الفضائية تأثيرا على نسق القيم القائم فى المجتمع، لاسيما القنوات الفضائية الأجنبية التى تقدم مضامين متنوعة، وتخالف القيم القائمة فى المجتمع المصرى، وهذا لا يعنى ألا تؤثر مشاهدة بعض القنوات العربية على قيم المشاهد سلبا أو إيجابا، لذا أضحت دراسة تأثير مشاهدة القنوات الفضائية مطلبا بحثيا جنيرا بالاهتمام.

وتحاول الدراسة للراهنة التعرف على تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية والأجنبية على بعض القيم القرابية كقيمة الانتماء الأسرى، وقيمة الفردية، وبعض

القيم السياسية كقيمة الولاء السياسي، وقيمة الانتماء السياسي، وقيمة الاغتراب السياسي، لدى عينة من المشاهدين بالمجتمع المحلي الحضري في ضوء مجموعة من المتغيرات الديموجرافية كالنوع والسن والحالة الزوجية، والحالة التعليمية، بالإضافة إلى معدل للمشاهدة ومدى إجادة اللغات الأجنبية.

وتعد القنوات الفضائية أحد مظاهر الثورة التكنولوجية الحديثة، ووسيلة اتصال معاصرة تتميز بالفاعلية والشيوع والكونية. وهذا يؤدي من وجهة نظر "انتوني جيدنز A.Giddens" إلى فصل المكان عن الهوية، والقفز فوق الحدود الثقافية للمجتمعات، والتقليل من مشاعر الانتساب والانتماء⁽¹⁾.

ومما يزيد من خطورة القنوات الفضائية، ما ذهب إليه "دانيال بيل D.Bell" في القول بان وصول البث الفضائي المباشر إلى البيوت سيؤدي إلى حدوث تغيرات عميقة في القيم، لأن القيم المسيطرة فيه، هي قيم الدول المحتكرة للمواد الإعلامية، وتختلف عن القيم السائدة في المجتمعات المصدر إليها هذه المواد الإعلامية، مما يعمق من خطورة التأثير بعد أن أصبح لنقل القيم من مجتمع لآخر أمراً ميسوراً. ومن أبرز التأثيرات غرس القيم الراقدة ومحو القيم الأصلية مما يوسع الفجوة بين الأجيال، ويدعم من الفردية كقيمة من قيم الرأسمالية العالمية، ويؤدي إلى دخول الشباب في معارك مع البنى الاجتماعية وخاصة الأسرة والنظام السياسي⁽²⁾.

ولم يكن علماء سوسيولوجيا الاتصال بمعزل عن هذه المستجدات التي

(1) محمد شومان: عولمة الإعلام ومستقبل الإعلام العربي، عالم الفكر، المجلس الأعلى للثقافة والفنون والآداب، الكويت، أكتوبر - ديسمبر 1999، ص 161.

(2) ليد شاكز البكري: عام 2000 حرب المحطات الفضائية، دار الشروق، طرابلس، 1999، ص ص 252-253.

تمخضت عن التغير السريع في تكنولوجيا الاتصال خلال نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين، حيث اتجهت أبحاثهم إلى دراسة هذه المستجدات على المسارين النظري والتطبيقي، إلا أنه بالرغم من ذلك لم تكن إسهاماتهم في دراسة الوسائل الحديثة كالإنترنت والقنوات الفضائية بنفس القدر الذي حظيت به الوسائل التقليدية للاتصال، مما يفرض ضرورة دراسة للقنوات الفضائية وتحديد تأثيراتها (1).

وإزاء هذا الموقف، تبلور الاهتمام لدى الباحث بضرورة دراسة للتأثيرات المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية في مدينة بني سويف للمبررات الآتية:

1- الإقبال الشديد والواضح على اقتناء الهوائيات في المجتمع الحضري (مدينة بني سويف).

2- الحاجة الملحة لدراسات اجتماعية عن تأثيرات القنوات الفضائية.

3- الحاجة الملحة لمزيد من الدراسات الاجتماعية في ميدان سوسيوولوجيا الاتصال كتخصص أكاديمي.

وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التفسيرية التي تحاول تحديد خصائص الظاهرة المدروسة، وتعتمد الدراسة على منهج المسح الاجتماعي باستخدام العينة، بجانب للمقارنة، كما تتخذ الدراسة من الملاحظة المباشرة وغير المباشرة (المقابلة)، أدوات لجمع البيانات، معتمدة على أسلوب التحليل الكمي والكيفي معا.

وتكتسب الدراسة أهميتها على المستويين النظري والتطبيقي، فمن الناحية النظرية تتجه الدراسة إلى:

(1) عبد الله عبد الرحمن: سوسيوولوجيا الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية،

- 1- محاولة لاختبار فروض بعض المداخل النظرية في علم اجتماع الاتصال، والتي يتخذها الباحث إطارا مرجعيا للدراسة كالمنظور الوظيفي، ومنظور الصراع، ونظرية الغرس الثقافي، ونظرية الاستخدمات والاستمالات.
- 2- توضيح الغموض والجدل حول تأثيرات القنوات الفضائية مما يثرى المعرفة النظرية.
- 3- إضافة بيانات نظرية جديدة في مجال علم اجتماع الاتصال تتعلق بموضوع للدراسة.

وتكتسب الدراسة أهميتها التطبيقية:

- 1- توضيح مدى خطورة تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على البناء الثقافي للمجتمع من خلال توضيح تأثيراتها على نسق القيم.
- 2- إبراز الدور الذي تلعبه القنوات الفضائية في النظام السياسي من خلال توضيح تأثير المشاهدة على القيم السياسية.
- 3- إلقاء الضوء على أهمية القنوات الفضائية في تنمية ثقافة المشاركة السياسية.
- 4- إلقاء الضوء على مدى خطورة مشاهدة القنوات الفضائية على النسق القيمي على مستوى البناء الأسري.

هذا ومن شأن النقاط الأربعة السابقة أن تسهم في لفت نظر المسؤولين في كافة المجالات الحياتية إلى أهمية القنوات الفضائية وخطورتها معا.

وقد خرجت للدراسة الحالية في بايين يتضمنان ستة فصول: الباب الأول يعرض للأسس النظرية للدراسة ويتضمن ثلاثة فصول، يقدم الفصل الأول أهداف الدراسة ومفوماتها الأساسية، ويقدم الفصل الثاني المداخل النظرية المفسرة لتأثير

الاتصال، ويقدم الفصل الثالث استعراضاً نقدياً للدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة.

أما الباب الثاني فيقدم خطة الدراسة الميدانية ونتائجها ويتضمن أربعة فصول فيقدم الفصل الرابع خطة الدراسة الميدانية، أما الفصل الخامس فيعرض لنتائج مشاهدة القنوات الفضائية على القيم القرآنية، وفي الفصل السادس يتضح تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على القيم السياسية، ثم مناقشة للنتائج العامة للدراسة، بجانب مجموعة من التوصيات التطبيقية والبحثية. كما ذيلت الدراسة بقائمة من المراجع والملاحق والخرائط والجداول، وملخصين باللغة العربية والأجنبية للدراسة ونتائجها.

الفصل الأول

أهداف الدراسة

ومفهوماتها الأساسية

أولاً: موضوع الدراسة وأهدافها

ثانياً: تساؤلات الدراسة وفروضها

ثالثاً: مفاهيم الدراسة

الفصل الأول

أهداف الدراسة ومفهوماتها الأساسية

أولاً: موضوع الدراسة وأهدافها:

تهتم الدراسة بالكشف عن طبيعة العلاقة بين الاتصال والثقافة، وذلك من خلال تحليل تأثير مشاهدة القنوات الفضائية (العربية - الأجنبية) على نسق القيم، وخاصة بعض القيم القرابية كـ (الانتماء الأسرى - للفردية)، وبعض القيم السياسية كـ (الولاء السياسي - الانتماء السياسي - الاغتراب السياسي) لدى عينة المشاهدين.

وفي ضوء ذلك فإنها تسعى إلى تحقيق الأهداف الآتية:-

1- التعرف على التأثيرات الإيجابية والسلبية المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية.

2- التعرف على مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على القيم القرابية.

3- التعرف على مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على القيم السياسية.

ثانياً: تساؤلات الدراسة وفروضها:-

أ- يمكن صياغة أهداف الدراسة في عدة تساؤلات على النحو التالي:

1- ما هي نوعية البرامج المثيرة لاهتمام المبحوثين في القنوات الفضائية؟

2- ما هي عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين أمام القنوات الفضائية؟

3- ما هي الوظائف والإشباع المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية

العربية؟

4 - ما هي الوظائف والإشباع المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية؟

5- ما هي السلبيات المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية العربية؟

6- ما هي السلبيات المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية؟

7- هل تؤدي مشاهدة القنوات الفضائية العربية إلى تدعيم قيمة الانتماء الأسرى؟

8- هل تؤدي مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية إلى تدعيم قيمة الفردية؟

9- هل تؤدي مشاهدة القنوات الفضائية العربية إلى تدعيم قيمة الانتماء السياسي؟

10- هل تؤدي مشاهدة القنوات الفضائية العربية إلى تدعيم قيمة الولاء السياسي؟

11- هل تؤدي مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية إلى تدعيم قيمة الاغتراب السياسي؟

12- هل تختلف درجة التغير في القيم القرابية باختلاف المبحوثين في النواحي الديموجرافية؟

13- هل تختلف درجة التغير في القيم السياسية باختلاف المبحوثين في النواحي الديموجرافية؟

14- هل تختلف درجة التغير في القيم السياسية والقرابية باختلاف المبحوثين في معدل المشاهدة؟

15- هل تختلف درجة التغير في قيمة الاغتراب للسياسي باختلاف المبحوثين في مدى إجادة اللغات الأجنبية؟

ب- تحلّل الدراسة اختبار صحة الفروض الآتية:

1- يوجد ارتباط إيجابي بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية العربية وتغير قيمة الانتماء الأسرى.

2- يوجد ارتباط سلبي بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية الأجنبية وتغير قيمة الفردية.

3- يوجد ارتباط سلبي بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية العربية وتغير قيمة الولاء السياسي.

4- يوجد ارتباط سلبي بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية العربية وتغير قيمة الانتماء السياسي.

5- يوجد ارتباط إيجابي بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية الأجنبية وتغير قيمة الاغتراب السياسي.

ثالثاً: المفاهيم :

أ: مفهوم القنوات الفضائية: **Satellite Channels**

من الأهمية بمكان الإشارة إلى وجود خلط بين مفهومى الوسيلة والقناة لدى بعض باحثى الاتصال من الاجتماعيين والإعلاميين وغيرهم من المهتمين بدراسة الاتصال وتأثيراته، فهم ينظرون إلى القناة والوسيلة كمتراكبين، وهذا للتصور خاطئ لأن وسيلة الاتصال أعم وأشمل من القناة، فالوسيلة الواحدة تضم أكثر من

قناة، والتليفزيون مثلاً يضم قنوات عدة، والتليفزيون وسيلة، أما للقناة الأولى مثلاً فهي مجرد قناة بين عدة قنوات، فالقناة جزء من للوسيلة، وليست الوسيلة ذاتها.

ومن أبرز التعاريف التي توضح هذا الخلط تعريف القناة بأنها (وسيلة الاتصال التي يمكن بواسطتها نقل الرسالة من المصدر Source إلى المستقبل Receiver) أو هي (الخط أو المسار الذي تتخذه الرسالة عند تحركها من المصدر إلى المستقبل)⁽¹⁾. أما الوسيلة فتعرف على أنها (القناة التي من خلالها تنتقل للرسالة من المصدر إلى المستقبل)⁽²⁾، وبالرغم من الخلط الشائع السابق فهناك من الباحثين من يميز بينهما، ويحاول الباحث عبر السطور القادمة توضيح المقصود بكل منهما على حدة.

الوسيلة: Medium

الوسيلة في اللغة تعنى الوصلة أو القربى، وجمعها وسائل، وتشير الوصلة أو القربى إلى ما يتوصل به، ويتقرب به إلى الشيء. يعرف مجمع اللغة العربية الوسيلة بأنها (الطرق التي يمكن بها إيصال فكرة أو رأي إلى عدد كبير من الأفراد للمستقبلين والمنتشرين في أماكن بعيدة ومتفرقة كالصحف والإذاعة والتليفزيون والسينما)⁽³⁾، وتعرف وسائل الاتصال بأنها (طرق مرور الأفكار والمعلومات والاتجاهات من شخص إلى شخص آخر ومنها الإذاعة المرئية، الأفلام، اللاسلكي،

(1) أحمد زكي، أحمد خليفة: معجم مصطلحات الإعلام، دار الجيل، القاهرة، 1985، ص 43.

(2) Joseph R. Dominick: The Dynamics of Mass Communicating, 5th edition, N. Y: The McGraw-Hill Company, Inc., 1996, P. 25.

(3) إبراهيم منكور "محرراً": المعجم الوهيز، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1996، ص 36

التعريف الكهربائي⁽¹⁾.

والتعريف السابقة تؤكد على أن وسائل الاتصال ما هي إلا طرق ووسائط لنقل الرسائل الاتصالية بين القائمين بالاتصال والجمهور، ومن أبرزها للتليفزيون، والراديو، الصحف، الكتب، المجلات، الدوريات، القنوات، شبكة الإنترنت، وغير ذلك.

القناة: Channel

القناة: (مرر إلكتروني لنقل البرامج الإذاعية أو التليفزيونية، ويشار إليها عادة برقم معين على جهاز الاستقبال حتى يتسنى للمشاهد معرفة رقم القناة التي يرغب في مشاهدتها)⁽²⁾، كما تعرف للقناة بأنها (المسبل الذي تسلكه الرسالة الإعلامية من المرسل إلى المستقبل)⁽³⁾، وتشير للقناة كذلك إلى (وسيط من خلاله يتم تبادل الرسائل)⁽⁴⁾.

وتتفق التعاريف السابقة على أن القناة مرر أو معبر أو طريق تنقل من خلاله الرسالة من المرسل - فرد أو هيئة - إلى المستقبل - فرد أو جماعة أو مجتمع محلي أو مجتمع عالمي - ويرى للباحث أن القناة (جزء من الوسيلة، تختص بعرض برامج معينة، وذات إدارة خاصة بوضع برامجها وتنظيم العمل بداخلها).

(1) غريب سيد أحمد: علم اجتماع الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1999، ص 11.

(2) أحمد زكي، أحمد خليفة، معجم مصطلحات الإعلام، مرجع سابق، ص 36 - 37.

(3) كرم شلبي: معجم المصطلحات الإعلامية، ط 2، دار الجيل، بيروت، 1994، ص 201.

(4) Kenneth, E., Anderson: Introduction to Communication Theory, Communing Publishing Company inc, U.S.A, 1992, P. 11.

أنماط قنوات الاتصال: Patterns of Channels

تتخذ القنوات الاتصالية عدة أنماط أو مستويات فمنها: القنوات الشخصية، والمحلية، والجماهيرية، والعالمية، وفيما يلي توضيح للمقصود بكل نوع:

1. القنوات الشخصية: Personal Channels

(قنوات يتم الاتصال فيها عن طريق الكلمة المنطوقة بين أعضاء الأسرة، والجيران، والأصدقاء، والمدرسين، وهو اتصال مباشر متبادل بين الأشخاص، وهو مفيد جدًا للإفناع وتبادل المعلومات).

2. القنوات المحلية: Local Channels

(قنوات إذاعية أو تليفزيونية تخصص للمناطق المحيطة بالعواصم، ويرخص للعمل بهذه القنوات بقوة تتراوح ما بين 100 إلى 200 وات، وتوجد في المدن الصغيرة والمناطق الزراعية كالقناة السابعة الخاصة بشمال الصعيد⁽¹⁾).

3. القنوات الجماهيرية: Mass Channels

(قنوات يكون الاتصال فيها عن طريق الطباعة والكهرباء بين فردًا أو مجموعة من الأفراد، وهي قنوات قوية لنشر الأخبار بسرعة وأكثر تأثيرًا في القيم والأفكار والمعارف والمعلومات).

4. القنوات العالمية الفضائية: Satellite Channels

(قنوات ذات منابع خارج النسق الاجتماعي Social System المباشر للجمهور أي مصدرها نسق اجتماعي آخر⁽²⁾)، وهي قنوات عالمية قد تعبر عن

(1) أحمد زكي، أحمد خليفة: معجم مصطلحات الإعلام، مرجع سابق، ص 37.

(2) سامية جابر، نعلت عثمان: الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003،

ثقافتها المحلية أو القومية أو تعبر عن ثقافة مجتمعات أخرى، ومن أهم خصائصها أيضا تخطى الحدود مستهدفة الجمهور للعالمى)، وتنقسم القنوات الفضائية إلى نمطين:

أ- القنوات الفضائية المشفرة: **Closed Satellite Channels**

(قنوات ذات إشارة مركبة بطريقة خاصة لا يمكن للمشاهد استقبالها، إلا إذا كان لديه جهاز لفك هذه الشفرة، ولا يحصل عليه إلا إذا دفع الأجر المحدد لاستخدامها) وهو نظام لجأت إليه كثير من الدول لتحقيق موارد أخرى لقنواتها سواء كانت حكومية أو خاصة⁽¹⁾.

ب- القنوات الفضائية المفتوحة: **Free Satellite Channels**

(قنوات ليست عليها قيود، ويمكن لأي فرد أن يستقبلها)⁽²⁾ ما دام هذا المشاهد يمتلك أدوات الاستقبال.

ويرتبط بمفهوم القنوات الفضائية مفهومان على درجة كبيرة من الأهمية، لذا يجب توضيحهما على النحو التالي:

أ- مفهوم البث المباشر: **Direct Broadcasting**

(نظام يتيح للمشاهدين استقبال البرامج التليفزيونية والإذاعية من القمر الصناعي بواسطة محطات أرضية صغيرة قليلة التكلفة، تمكنهم من مشاهدة البرامج فى منازلهم من خلال أجهزة استقبال بسيطة "الدش" دون الحاجة إلى أجهزة

(1) سوزان القاينى: الإعلام الدولى، ط2، دن، القاهرة، 2000، ص34.

(2) احمد نكى بدوى: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1985، ص41.

حكومية⁽¹⁾.

ب- مفهوم الدش أو الطبق: Dish

(عبارة عن هوائى على شكل طبق له قدرة فائقة على التقاط الإشارات التليفزيونية المتعددة عبر الأقمار الصناعية)⁽²⁾.

ويتبنى الباحث تعريفاً إجرائياً للقنوات الفضائية بأنها (قنوات تليفزيونية فضائية عربية أو أجنبية مفتوحة عابرة للحدود الجغرافية والقومية، وتعمل على نقل القيم المختلفة بين المجتمعات من خلال ما تقدمه من برامج حوارية أو درامية أو إخبارية مثالية كانت أو واقعية... الخ وتؤدي لى تدعيم بعض القيم أو نشر قيم جديدة أو إحداث تغييرات فى بعض القيم).

ب: مفهوم نسق القيم: Value System

إن فكرة نسق القيم قد انبثقت من تصور مؤداه، أنه لا يمكن دراسة قيمة معينة أو فهمها بمعزل عن القيم الأخرى، فهناك مدرج أو نسق هرمى تنتظم فيه القيم مرتبة حسب أهميتها بالنسبة للفرد والمجتمع⁽³⁾.

ويعرف نسق القيم بأنه عبارة عن (نموذج منتظم للقيم فى مجتمع ما أو جماعة

(1) سامية جابر، ونعمات نعمان: الاتصال والإعلام، دار المعرفة للجامعية، الإسكندرية، 2003، ص 109.

(2) كرم شلبى، معجم المصطلحات الإعلامية، مرجع سابق، ص 288.

(3) عبد اللطيف محمد خليفة: "ارتقاء القيم: دراسة نفسية"، عالم الفكر، ع160، المجلس الأعلى للثقافة والفنون والآداب، الكويت، إبريل 1992، ص 61.

ما، وتتميز القيمة الفردية فيه بالارتباط المتبادل الذي يجعلها تدعم بعضها البعض، وتكون كلاً متكاملًا) كما يضع نسق القيم إطارًا تحليليًا للمعايير والمثل والسلوك الاجتماعي⁽¹⁾.

ويرى البعض أن نسق القيم يعنى (مجموعة للقيم المترابطة التي تنظم سلوك الأفراد وتصرفاتهم دون وعى الفرد) وبمعنى آخر (الترتيب الهرمي لمجموعة القيم التي يتبناها الفرد أو أفراد المجتمع وتحكم سلوكهم دون الوعى بذلك)⁽²⁾.

ومن خلال تحليل التعريفات السابقة نجد أنها تؤكد على أن نسق القيم يتضمن الآتي:

1- مجموعة من القيم المترابطة والمتناسقة.

2- أن نسق القيم يوجه الأفراد نحو الأفعال المطلوب القيام بها، ويحدد لهم وسائل تحقيقها.

ونسق القيم من وجهة نظر الباحث عبارة عن (مجموعة من القيم القرابية والسياسية لدى المشاهد والتي من المحتمل أن تتغير نتيجة مشاهدته للقصوات الفضائية التليفزيونية العربية أو الأجنبية).

ج: مفهوم القيم وخصائصها:

القيم مفهوم جوهرى فى تراث العلوم الاجتماعية والإنسانية Human and Social Sciences معاً، على الرغم من حداثة دراسته فى علم الاجتماع، ولما كانت للقيم موضوعاً مشتركاً بين مجالات معرفية متعددة فإنه من المنطقى أن تتعدد

(1) محمد عاطف غيث: فلبوس علم الاجتماع، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1979، ص506.

(2) عبد اللطيف محمد خليفة: "ارتقاء القيم: دراسة نفسية"، مرجع سابق، ص61.

رؤى النظر إلى مفهوم القيم.

يرى "هيرتزال Hertzler" أن علماء الاقتصاد هم رواد الدراسة العلمية للقيم فلقد اهتموا بدراسة دور القيم في إنتاج السلع وعمليات التسويق والتوزيع وتحديد الأسعار، وتعمقوا في تحليل ما يتصل بها من إشباع للحاجات والرغبات إلى الدرجة التي وصف فيها علم الاقتصاد Economic بأنه علم القيم⁽¹⁾.

وبالرغم من أن القيم موضوع مرتبط بالفلسفة منذ أقدم العصور، إلا أن اهتمام الفلاسفة الأوائل انحصر على دراسة القيم الثلاثة (الخير والحق والجمال)، باعتبارها قيم مجردة ومثالية، أما فلاسفة العصور الوسطى فاصطبغت تصوراتهم بالطابع الديني⁽²⁾.

ومن ناحية أخرى جاء اهتمام علماء النفس بالقيم مرتبطا لدى بعضهم بمفاهيم الحاجات والرغبات والمويل والمعتقدات⁽³⁾. وعلى الرغم من هذا الاهتمام الذي أولاه علماء الاقتصاد Economics وعلماء النفس Psychologists والفلاسفة Philosophers بالقيم، نجد أن علماء الاجتماع Sociologists ظلوا يتجنبون التعامل مع القيم بحثيا على أساس اعتقادهم بأنها أشياء ذاتية لا تدخل ضمن الحقائق الاجتماعية Social Facts، مما يتعارض مع الحياد العلمي الذي يسعى علماء الاجتماع نحو تحقيقه.

(1) فوزية دياب: القيم والعادات الاجتماعية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2003، ص20.

(2) أحمد نور: الإنفتاح وتغير القيم في مصر، مصر العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1992، ص17.

(3) عبد اللطيف محمد خليفة: "ارتقاء القيم: دراسة نفسية"، مرجع سابق، ص41.

ومع ظهور الدراسة التي قام بها توماس Thomas، وزنانيتسكي Znaniecki ونشرت في كتاب "الفلاح البولندي في أوروبا وأمريكا The Polish Peasant in Europe and America" عام 1918، وضع حجر الأساس لدراسة القيم اجتماعيًا. إلا أنه يعتبر عام 1949 البداية الحقيقية لدراسة القيم دراسة علمية اجتماعية⁽¹⁾. ومع ذلك التاريخ لتضح أن القيم تمثل حقائق أساسية في البناء الاجتماعي، وعناصر بنائية هامة في التفاعل الاجتماعي وتمثل أساسًا جوهريًا في النظرية الاجتماعية وموضوعًا ضروريًا للبحث الاجتماعي⁽²⁾.

ومن خلال الاهتمامات المتنوعة لكلا من الفلاسفة وعلماء الاقتصاد والنفس والاجتماع ظهرت قاعدة كبيرة من التعريفات صنفها الباحث في خمسة أبعاد (المثالي، الذاتي، الاجتماعي، الثقافي، المادي). تمثل جوانب للقيم، ولكن قبل عرض تلك الأبعاد يوضح الباحث المعنى المعجمي لمفهوم القيم:

1. المعنى المعجمي لمفهوم القيمة:

يشق الأصل المعجمي لكلمة "القيمة" من الفعل "قوم"، وتعني في اللغة العربية ثمن الشيء بالتقويم، حيث يقال "كم قامت ناقك" أي كم بلغت من الثمن⁽³⁾. وهذا المعنى يطرح دلالة مادية للقيمة، في حين نجد معنى آخر ذو دلالة معنوية مفاده أن قيمة الشيء قدره، وقيمة الإنسان طوله، وقيمة المتاع ثمنه، وما له قيمة له ثبات ودوام على الأمر⁽⁴⁾. ويعطى المعنى العربي للقيمة دلالتان، إحداهما معنوية

(1) David. L. Sills: International Encyclopedia of Social Science, Macmillan Company, N.Y, 1968, V. 16, P.285.

(2) Duncan, Mitchell: A Dictionary of Sociology, London: Routledge and Kegan Poul, 1968, P. 218.

(3) ابن منظور: لسان العرب، دار صادر، بيروت، 1986، ص500.

(4) إبراهيم منكور "محررًا": المعجم الوسيط، ط2، ج2، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1996، ص768.

والأخرى مادية.

وتشير كلمة قيمة Value في اللغة الإنجليزية إلى جدارة وفائدة الشيء وأهميته⁽¹⁾. فالمعنى المعجمي في اللغة الإنجليزية يشير إلى الجانب المعنوي للقيمة، وتعتبر كلمة القيمة هي الترجمة العربية للكلمة الإنجليزية Value والفرنسية Valeur⁽²⁾ والألمانية Werte⁽³⁾.

2. مفهوم القيم: Value Concept

يتم تعريف مصطلح القيم من خلال التعرف على أبعاد القيم الخمسة على النحو التالي:

أولاً: البعد المثالي:

يرى بعض العلماء أن القيم مثل عليا مجردة، يجب السعى من أجل تحقيقها، بالرغم من أنها صعبة المنال، فعلى سبيل المثال يذهب "توماس الأكويني" إلى القول بأن قيمة السعادة لا تتحقق إلا برؤية الإنسان لله، وهي قيمة لا يمكن تحقيقها إلا لمن اصطفاه الله وكرمه برؤية وجهه الكريم، ومن ثم تظل السعادة كقيمة مجردة ومثالية بالنسبة لجميع البشر غير المصطفين⁽⁴⁾.

ومن العلماء الذين أبرزوا الجانب المثالي للقيم كلاً من "تود"، و"توركاييم"،

(1) Merio Pei: The Webster Reference Dictionary of English Language, U. S. A., The Delair Publishing Company, Vol. 11, Inc., 1981, P. 1093.

(2) أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مرجع سابق، ص 438.

(3) صلاح قنصوه: نظرية القيمة في الفكر المعاصر، دار الثقافة العربية للطباعة والنشر، القاهرة، 1981، ص 14.

(4) أحمد نور: الإنفتاح وتغير القيم في مصر، مرجع سابق، ص 17.

فالتقييم من وجهة نظر 'دود Dodd' (تشير إلى المرغوب فيه)، بمعنى أى شئ مرغوب فيه أو مختار من شخص ما فى وقت ما⁽¹⁾. وينظر 'دوركاييم Durkheim' إلى القيم على إنها (مثاليات يسعى الأفراد نحو تحقيقها وبدونها لا تقوم للمجتمع قامة ولا يمكن تطويره)⁽²⁾.

فالتقييم مقولات للإبراك وميكانيزمات للتضامن الاجتماعي Social Solidarity⁽³⁾ فى المجتمعات التى يسودها التضامن الألى تلعب القيم دورا هاما فى ضبط أفعال أعضاء للمجتمع من خلال الضمير الجمعى، أما للمجتمعات التى يسودها التضامن العضوى، فتنوع القيم وتخرج عن نطاق الأفعال الخاصة وتتدخل فى شكل الأسس الهامة التى تصل إلى درجة المثل الأكثر تجريدا وعمومية داخل المجتمع⁽⁴⁾ " فدوركاييم" قد جعل القيم مثاليات اجتماعية أى معايير اجتماعية Social Norms يجب السعى نحو تحقيقها، فهى مثاليات ولكن لا بد من تحقيقها لأنها قابلة للتحقق. وتتفق التعريفات السابقة للقيم فى النظر إليها على إنها (مثاليات مرغوب فيها أو مرغوب عنها قد يحققها الفرد أو لا يحققها).

(1) على عبد الرازق جلى وآخرون: علم الاجتماع الثقافى، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2000، ص 141.

(2) نادية رضوان: الثقافة المصرية وأزمة القيم، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1997، ص 115.

(3) محمد أحمد بيومى: علم اجتماع القيم، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1990، ص 10.

(4) عبد الباسط عبد المعطى: "عرض تحليل لمفهوم للقيم فى علم الاجتماع"، المجلة الاجتماعية القومية، ع 1، مج 7، يناير، 1975، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، ص 106.

ثانياً: البعد الذاتي:

ينظر في ضوء هذا البعد إلى القيم على إنها رغبات، أو حاجات، أو معتقدات، أو دوافع، أو تفضيلات، ومن أبرز ممثلي تلك الاتجاه الموسوعة النفسية، "فيرتشيلد"، "فيذر"، "بيل روكيتش"، "مالينوفسكى"، "يونج"، "سمنر".

تعرف القيم في الموسوعة النفسية بأنها (كل ما نُؤثره، ونفضله، ونختاره من موضوعات، نتجه إليها رغباتنا، وتمليها علينا حاجاتنا)⁽¹⁾. ووفقاً لهذا التعريف نجد أن الرغبة والحاجة مصادر أساسية للقيم

ويعرف "فيرتشيلد Fairchild" القيم بأنها عبارة عن (قدرة يعتد بها في موضوع معين، بحيث تشبع الرغبة الإنسانية، فهي أشياء بديهية ملازمة للطبيعة البشرية ومصدر للسلوك العقلي الواعي)⁽²⁾.

ويعرف "فيذر Feather" القيم بأنها (بناء مترابط يتضمن الوجدان والحالة التي يعيش فيها الفرد والتي تكون ما يراه حسناً أو سيئاً، إيجابياً أو سلبياً). أما "بيل روكيتش" فيعرف القيم بأنها عبارة عن (معتقد ثابت نسبياً يحمل في فحواه تفضيلاً شخصياً أو اجتماعية لغاية من غايات الوجود أو لشكل من أشكال القول المؤدية إلى هذه الغاية)⁽³⁾.

ويذهب "مالينوفسكى Malinowski" إلى القول بأن القيم تتطوى على اتصال قوى وحتمي بموضوعات أو أشخاص ينظر إليهم باعتبارهم وسيلة لإرضاء حاجات

(1) عبد المنعم الحفني: الموسوعة النفسية: علم النفس في حياتنا اليومية، مكتبة مدبولي، القاهرة، 1995، ص 89.

(2) Henry Fairchild: Dictionary of Sociology, Macmillan, U.S.A, 1950, P. 50.

(3) عبد اللطيف محمد خليفة: "ارتقاء القيم: دراسة نفسية"، مرجع سابق، ص 47.

الكائن الحي⁽¹⁾، وتبرز رؤية "ماليينوفسكى" علاقة القيم بالحاجات الإنسانية Human Needs التي ستتضح من خلال رؤية كلاً من 'يونج Young، "وسمنر Sumner" حيث نظرا إلى القيم من خلال البواعث "Drives" التي تدفع الإنسان إلى السلوك الجمعي Collectiv Behaviour لإشباع حاجات الفرد، وهذه البواعث يعبر عنها من خلال ثلاثة أو أربعة حاجات بيولوجية (المأكل، والمشرب، والسكن، والجنس)، والحاجة إلى الأمن، والحاجة إلى تقدير الذات⁽²⁾.

في حين تعرف القيم في المعجم الموسوعي لعلم الاجتماع على أنها (تصور جمعي وفردى لما هو مرغوب فيه، مشتملاً على العناصر الرمزية والعاطفية التي تمثل القيم مستوى منها حيث ينطوى على معنى ذاتي يحدده الأفراد لها)⁽³⁾.

وفي ضوء التعاريف السابقة لاحظ الباحث أن القيم عبارة عن (رغبات، وحاجات، وتفضيلات ذات أهمية يجب إشباعها على مستوى الفرد والمجتمع، وهي معيار لتحديد ما هو إيجابي وما هو سلبي).

ثالثاً: البعد المادى للقيم: Material Dimension

يتضح البعد المادى للقيم من خلال النظر إليها على إنها تقدير مادى للشيء، وذلك ما جاء في آراء بعض العلماء أمثال "آدم سميث"، و"بارك"، و"برجس".

يرى "آدم سميث A. Smith" أن القيم تشير إلى (الشيء المرغوب فيه أو

(1) محمد احمد بيومي: علم اجتماع القيم، مرجع سابق، ص 149.

(2) عبد الباسط محمد عبد المعطى: "عرض تحليلي لمفهوم القيم في علم الاجتماع"، مرجع سابق، ص 109.

(3) Richard A. Wanner: The Encyclopedic Dictionary of Sociology, 3rd edition, U. S. A.: Dushkin Publishing, 1986, P. 33.

للشيء ذو المنفعة التي ترضى وتلبى المطالب الإنسانية⁽¹⁾. ويرى بيرجس Burges، وبارك Park " أن للقيم (أى شيء قيمته قابلة للتقدير)⁽²⁾.

ويتجسد المعنى المادى للقيم فى علم الاقتصاد، حيث تأخذ القيم معنيان هما:

الأول: قيمة الشيء للمنفعة: Value in use وتعنى صلاحية الشيء لإشباع حاجة.

الثانى: قيم الشيء للتبادل: Value in Exchange أى قيمته كمتاع للتبادل فى السوق⁽³⁾.

والمعنيان ذو دلالة مادية، فالقيمة فى ضوء تلك الرؤى تأخذ طابعاً مادياً، ولكن ليست القيم قاصرة على البعد المادى، والذاتى، والمثالى فقط، بل هناك أبعاد أخرى منها الاجتماعى والثقافى.

رابعاً: البعد الاجتماعى: Social Dimension

من أهم التعريفات التى توضح البعد الاجتماعى للقيم تعريفات كلاً من " توماس، و"زنانيكى"، و"بارسونز"، و"ميرتون"، و"كلايد كلاهون"، وفيما يلى يتضح ذلك.

يرى " توماس، وزنانيكى Thomas & Zanenky أن القيم عبارة عن (أى شئ له محتوى من السهل الوصول إليه، وله معنى لدى أعضاء الجماعة الاجتماعية

(1) محمد أحمد بيومى: علم اجتماع القيم، مرجع سابق، ص 74 - 75.

(2) على عبدالرزاق جلى وأخرون: علم الاجتماع الثقافى، مرجع سابق، ص 141.

(3) إبراهيم منكور: "محرراً" معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة للعلمة للكتاب، القاهرة، 1975، ص 473.

Social Group، فالقيم ذات محتوى اميريقى من السهل الوصول إليها بالنسبة لأعضاء الجماعة، وله معنى يصبح من اجله موضوعا للنشاط⁽¹⁾.

يعرف " تالكوت بارسونز T. Parsons" القيم بأنها (عنصر فى نسق رمزى مشترك، يؤخذ كمعيار للاختيار بين بدائل توجهات الفعل، ويظهر دوره بشكل جوهرى فى موقف الفعل)⁽²⁾. والقيم فى ضوء ذلك، عبارة عن توجهات للفاعل، تلزمه بالمحافظة على معايير الجماعة، والمجتمع، وتساعد على الاختيار بين الأفعال الاجتماعية.

ويرى "بارسونز" أن القيم عنصر من عناصر الثقافة Culture يعتمد عليها كمعيار للاختيار بين ما هو أفضل وسيئ من الأفعال.

ومن ناحية أخرى يرى "بارسونز" أن البناء الاجتماعى Social Structure يتشكل من وحدات اجتماعية، والعلاقات التى تنشأ بين هذه الوحدات، وهذه العلاقات تنطوى على مستويين:

المستوى الأول: يضم القيم التى تمثل للنمط المعيارى الذى يحدد السلوك المرغوب فيه بالنسبة للنسق وعلاقته بالبيئة.

المستوى الثانى: للعرف الذى يحدد للسلوك المرغوب فيه بالنسبة للوحدة أو مجموعة الوحدات⁽³⁾.

يرى "بارسونز" أن القيم كظاهرة اجتماعية تؤثر على الأنماط الاجتماعية

(1) على عبد الرزق جلى وأخرون: علم الاجتماع الثقافى، مرجع سابق، ص 141.

(2) Talcott Parsons: The Social System, N. Y.: Macmillan Company, 1972, P. 12.

(3) على ليلة: البنائية الوظيفية بين علم الاجتماع والأثرولوجيا: المفاهيم والقضايا، دار

للمعارف، للقاهرة، 1982، ص 345.

الأخرى الموجودة بالمجتمع، فهي تلعب دورًا وظيفيًا هامًا، يتجسد في تحديد أهداف الأفراد داخل المجتمع، والوسائل المسموح بها لتحقيق هذه الأهداف، وتقلل في الوقت نفسه من حدة الصراع وانتشار الفوضى في المجتمع⁽¹⁾.

ولقد أدى الاهتمام الذي أولاه "بارسونز" بالقيم إلى القول بأن علم الاجتماع الذي قدمه "بارسونز" انصب حول دور القيم في تحديد الحياة الاجتماعية والتنظيم الاجتماعي Social Organization، فالقيم لدى "بارسونز" هي مصدر كل المعاني لأي فعل اجتماعي Social Action والمحدد النهائي لظروف الفعل المختلفة⁽²⁾.

ولقد اهتم "روبرت ميرتون R. Merton" بدراسة القيم لدورها المهم في تحقيق التوازن المجتمعي، وخاصة عندما يلتزم بها الأفراد ويتفقون عليها، كما أنها قد تحقق اللاتوازن عندما تكون قيم سلبية، ويذهب "ميرتون" إلى القول بأن المجتمعات البدائية Primitive Societies تسودها حالة من الالتزام القيمي من قبل الأفراد، أما المجتمعات الصناعية Industrial Societies فإنها تعيش حالة من الأنومي (اللامعيارية) Anomie نتيجة عدم الالتزام القيمي أو الاتفاق القيمي فهي مجتمعات غير متوازنة.

ومن ناحية أخرى، يرى "ميرتون" في ضوء نظريته البنائية للمجتمع، أن المجتمع يتكون من نمطين من الأبنية:

الأول: البناء الاجتماعي Social Structure وهو عبارة عن مجموعة من

(1) نوال محمد عمر: دور الإعلام الديني في تغير بعض قيم الأسرة الربوية الحضرية، نهضة الشرق، القاهرة، 1984، ص 112 - 113.

(2) جي روشيه: علم الاجتماع الأمريكي: دراسة لأعمال تالكوت بارسونز، (ترجمة) محمد الجوهري وآخرون، دار المعارف، القاهرة، 1981، ص 245 - 246.

العلاقات الاجتماعية، التي يشترك فيها أعضاء الجماعة أو المجتمع باستمرار).

الثقافي: البناء الثقافي Cultural Structure وهو عبارة عن (مجموعة القيم المعيارية المنظمة التي تحكم السلوك، والشائعة بين أعضاء جماعة أو مجتمع معين)⁽¹⁾، ويتكون البناء الثقافي من عنصرين هامين هما:

أ. الأهداف المحددة ثقافياً.

ب. الوسائل المحددة لتحقيق هذه الأهداف.

ففي المجتمع المتوازن يوجد تكامل بين الأهداف والوسائل المتاحة لتحقيقها، في حين يسود في المجتمع غير المتوازن عدم تكامل بين الأهداف والوسائل المتاحة لتحقيقها⁽²⁾. إننا فالقيم من وجه نظر "ميرتون" عبارة عن (وسائل لتحقيق التوازن المجتمعي من خلال تعريف الأفراد بالطرق المشروعة لتحقيق أهدافهم).

وقد لاحظ الباحث أن هؤلاء العلماء قد ربطوا بين القيم، والمعايير، والأفعال الاجتماعية، على أساس أنها تعكس القيم التي يؤمن بها الأفراد، وقد تم صياغتها في شكل معايير يلتزم بها الأفراد في أفعالهم الاجتماعية.

خامساً: البعد الثقافي Culture Dimension

لقد عبر العلماء عن البعد الثقافي للقيم في إشارات ضئيلة ومتفرقة، وجاءت هذه الإسهامات لدى كلاً من "روث بندكت"، و"الفريد كروبر" و"كلايد كلهون" وغيرهم.

(1) على ليلة: البنائية الوظيفية في علم الاجتماع والأنثروبولوجيا، مرجع سابق، ص 416 - 420.

(2) أحمد أنور: الافتتاح وتغير القيم في مصر، مرجع سابق، ص 27.

فالقيم لدى البعض تمثل لب الثقافة فهي عبارة عن (فكرة أو معيار ثقافي يقارن على أساسه الأشياء في المجتمع من مشاعر، وأفكار، وأعمال، وصفات، وأشخاص، وجماعات، وأهداف، ووسائل، ولذلك يرتبط بها الأفراد ارتباطاً عاطفياً؛ فهم يسبغون على هديها في توجيه حياتهم، وفي اتخاذ القرارات المتعلقة بشئون حياتهم والحكم على الأشياء)⁽¹⁾.

ومن ناحية أخرى فالقيم (عبارة عن عناصر ثقافية تعبر عن اتجاهات الأفراد واعتقاداتهم، ومثلهم، وأحكامهم، وهذه العناصر تحدد مجموعة من المبادئ التي يضعها المجتمع لتحديد ما هو مرغوب فيه، وما هو مرغوب عنه من أنماط السلوك)⁽²⁾.

ولقد ذهب بعض العلماء إلى جعل القيم الثقافية نفسها ومن هؤلاء " فولسوم J. V. Folsom فالقيم من وجهة نظره (نمط أو موقف أو جانب من جوانب السلوك الإنساني أو المجتمع أو الثقافة أو البيئة الطبيعية أو العلاقات التي تمارس بين شخصين أو أكثر، كما لو كانت غاية في حد ذاتها، فالقيم شيء يحاول الناس حمايته والتزود به والحصول عليه ويشعرون بالسعادة عندما يتجهون إلى ذلك)⁽³⁾. من خلال تحليل التعاريف السابقة التي قدمت عبر الأبعاد الخمسة للقيم، وجد الباحث إنها اتفقت حول الوظائف التي تحققها القيم في المجتمع والتي من أهمها:-

(1) جلال مديوني: " القيم الاجتماعية والتنمية بين الريف والحضر"، المجلة الاجتماعية القومية، مج 23، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، يناير - مايو - سبتمبر 1986، ص 50.

(2) السيد عبدالمعطي السيد: المجتمع والثقافة والشخصية: دراسة في علم الاجتماع الثقافي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص 17.

(3) محمد أحمد بيومي: علم اجتماع القيم، مرجع سابق، ص 149.

1- تعيين الطرق المشروعة لتحقيق الأهداف وحث الأفراد على اتباعها.

2- توفير الأمن والضبط الاجتماعي Social Control.

3- تحقيق الترابط الاجتماعي داخل المجتمع.

كما وجد الباحث أن المهتمين بتعريف القيم اختلفوا في أربعة فرق وهم:

الفريق الأول: ينظر إلى القيم على إنها مثاليات من الممكن تحقيقها، وهم

الفلاسفة.

الفريق الثاني: ينظر إلى القيم على إنها تفضيلات، ورغبات، وحاجات،

ومبول يجب إشباعها وهم علماء النفس.

الفريق الثالث: ينظر إلى القيم على أنها أشياء مادية ذات قيمة وهم علماء

الاقتصاد.

الفريق الرابع: ينظر إلى القيم على أنها معايير للفعل، يجب الالتزام بها، أو

هي أفعال اجتماعية تعكس معايير معينة. وهم علماء الاجتماع والثقافة.

ويتفق الباحث مع الفريق الرابع، في النظر إلى القيم على أنها معايير للفعل

يجب الالتزام بها، كما يتناول الباحث القيم إجرائيا على أنها (مجموعة من موجبات

الفعل الاجتماعي، المرتبطة بالحياة الأسرية والسياسية للمشاهد، والتي قد تتأثر

بمشاهدته للقنوات الفضائية العربية والأجنبية).

2- خصائص القيم:

في ضوء ما سبق من تعريفات، يمكن توضيح بعض من خصائص القيم،

كعنصر ثقافي مهم في المجتمع. فالقيم كأساليب، وقوالب، وأوضاع للتفكير والعمل

الإنساني، تعمل على تحديد الغايات المرغوبة والمستحقة اجتماعيا، والتي يجب على

الأفراد أن ينجزونها، وتتسم القيم بالخصائص الآتية:

أ- "الثقافية":

فالقيم من صنع المجتمع، وليست من صنع فرد أو جماعة، بالرغم من أنها ذات طبيعة فردية حيث ترتبط بحاجات الإنسان المباشرة الحيوية والنفسية، وترتبط أيضاً بالحاجات الاجتماعية في إطار المحيط الاجتماعي الذي يعيش فيه الإنسان⁽¹⁾.

ب- "النسبية":

تختلف القيم عند الشخص الواحد بالنسبة لحاجاته، ورغباته، وتثقلته، فضلاً عن اختلافها من شخص لآخر، ومن زمن لآخر، ومن مكان لآخر ومن ثقافة لآخرى.

ج- "الذاتية والموضوعية":

فالقيم ذاتية شخصية، تتطوى على تقدير شخصي، وتعبّر عن عناصر شخصية⁽²⁾. وفي نفس الوقت توجد خارج ذات الأفراد وعند تجسيداتهم الفردية.

د- "التاريخية والاجتماعية والثقافية":

توجد القيم في كثير من المجتمعات البشرية قديمها وحديثها، متأخرة ومتقدمة، وهي التي تحدد سلوك الإنسان لأنها موجودة في سلوكه وترسم مقوماته.

(1) نوال محمد عمر: دور الإعلام الديني في تغير بعض قيم الأسرة الربطية والحضرية، مرجع سابق، ص 171.

(2) فوزية دياب: القيم والعادات الاجتماعية، مرجع سابق، ص 29 - 31.

هـ- "الإلزام والقهر":

تعكس للقيم مدى الضبط السائد في المجتمع⁽¹⁾

د: أنماط القيم: Patterns of Value

يميل بعض الباحثين في العلوم الاجتماعية، إلى تصنيف القيم في أنماط متعددة من خلال توزيعها في فئات أو مجموعات، وفقاً لبعدها من الأبعاد التي يحددها كل باحث، وعلى الرغم من عدم الاتفاق على الأبعاد المتعددة للتصنيفات، إلا أن التصنيف في حد ذاته يساعد الباحث في فهم الظاهرة التي يدرسها⁽²⁾، ويوضح الجدول التالي أنماط القيم.

(1) عبد اللطيف محمد خليفة: "ارتقاء القيم: دراسات نفسية"، مرجع سابق، ص 46.

(2) أحمد أنور: الإنفتاح وتغير القيم في مصر، مرجع سابق، ص 33.

جدول رقم (1): تصنيف سداسي الأبعاد للقيم (*)

الأبعاد	المحتوى Content	المقصود Intent	الشدة Intensity	العومية Generality	الوضوح Explicitness	الدوام Permanency
أنماط القيم	1. قيم نظرية Theoretical Values 2. قيم اقتصادية Economic Values 3. قيم سياسية Political Values 4. قيم اجتماعية 'Social Values' 5. قيم دينية 'Religious Values' 6. قيم جمالية aesthetical Values	1. قيم وسائطية Instrumental Values 2. قيم غائية Ultimate Values	1. قيم تفضيلية Preferential Values 2. قيم مثالية أو طوبائية Utopian Values 3. قيم ملزمة Categorical Values أو أمرية	1. قيم عامة Public Values 2. قيم خاصة Special Values	1. قيم ظاهرة Explicit Values 2. قيم منفية Implicit Values	1. قيم دائمة Preeminent Values 2. قيم عابرة Transient Values

(*) للمزيد من التفاصيل حول هذا التصنيف يمكن الرجوع إلى المصدر التالي: فوزية دياب: القيم

والعادات الاجتماعية، مرجع سابق، ص 70 - 92.

ويمكن توضيح أنماط للقيم في البعد الأول "المحتوى" على النحو التالي:

أ- القيم النظرية: Theoretical Values

تتجسد في اهتمام الفرد وميله إلى اكتشاف الحقيقة، ويتخذ في سبيل ذلك اتجاهًا معرفيًا من العالم المحيط به.

ب- القيم الجمالية: Aesthetical Values

تتجسد في اهتمام الفرد وميله إلى ما هو جميل من ناحية الشكل، وينظر ويقدر العالم المحيط به من ناحية التكوين، والتنسيق، والتوافق الشكلي.

ج- القيم الاقتصادية: Economic Values

تتجسد في اهتمام الفرد وميله إلى كل ما هو نافع، ويتخذ من العالم المحيط به وسيلة للحصول على الثروة وزيادتها عن طريق الإنتاج، والتسويق، واستهلاك البضائع، واستثمار الأموال، ومن أهمها قيمة العمل والجدية والتفاني.

د- القيم الاجتماعية: Social Values

تتجسد في اهتمام الفرد وميله إلى غيره من الناس، فهو يحبهم، ويميل إلى مساعدتهم، ويجد في ذلك إشباعًا له، ومن أهمها قيمة احترام معايير المجتمع.

هـ- القيم السياسية: Political Values

تتجسد في اهتمام الفرد وميله إلى الحصول على القوة بهدف السيطرة والتحكم في الأشياء أو الأشخاص، ومن أهمها قيمة الانتماء والولاء السياسي.

و- القيم الدينية: Religious Values

تتجسد في اهتمام الفرد وميله إلى الحصول على معرفة ما وراء العالم الظاهري فهو يرغب في معرفة أصل الإنسان ومصيره ويرى أن هناك قوة تسيطر

على العالم الذي يعيش فيه ويحاول ربط نفسه بهذه القوة، ومن أمثلتها قيمة للتكين (1).

وتركز الدراسة على نمطى القيم القرابية، والقيم السياسية، ومسدى تأثيرهما بالقنوت للفضائية للوافدة سواء كانت عربية أو أجنبية، ويركز الباحث على هذين النمطين لأن القيم القرابية من أهم وأقوى القيم التى تؤثر على للبناء الاجتماعى، فالأسرة هى اللبنة الأولى للمجتمع، إذا ترابطت وتماسكت، ترابط المجتمع وتماسك، والعكس صحيح، فقيمة الانتماء الأسرى، قيمة إيجابية تتمتع بها للمجتمعات العربية كجزء من ثقافتها.

ومجتمع الدراسة ضمن هذه المجتمعات، وكذلك بالنسبة للقيم السياسية، كقيمة الولاء السياسى والانتماء السياسى، الذين بدونهما يهدد استقرار النظام السياسى والمجتمع ككل، ويعرض لاهتزازات من الداخل والخارج، وخاصة فى ظل عصر العولمة Globalization، والنظام العالمى الجديد، اللذين يتخذان من القنوت الفضائية وسيلة لفرض ثقافة عالمية، ولتحقيق هيمنة سياسية لدول بعينها، تتولى قيادة للعالم، وتسعى لتحقيق هذه الهيمنة وفرض تلك الثقافة مثلما حدث فى مجال الاقتصاد والتكنولوجيا على المستوى العالمى.

ذ- القيم القرابية Kinship Value:

يعتبر النسق القرابى Kinship System أحد الأنساق الرئيسية فى المجتمع بوجه عام، وفى المجتمع الريفى على وجه خاص، ويلعب النسق القرابى دوراً هاماً فى تشكيل طابع الحياة الريفية، وفى توجيه سلوك القروى وشخصيته، ويتجسد النسق القرابى فى العديد من الظواهر، والنظم، والعلاقات القرابية مثل الزواج

(1) فوزية دياب: القيم والعادات الاجتماعية، مرجع سابق، ص ص 78 - 79.

والمصاهرة والنسب وغير ذلك⁽¹⁾.

والقيم القرابية قد تشير إلى تلك السلوكيات المرغوب فيها والمطلوب من الشخص القيام بها تجاه أقاربه للعاصبون، ومن أبرز القيم القرابية، قيمة العصبية، وقيمة الزواج من الأقارب، وقيمة احترام كبار السن، وقيم إنجاب الكثير من الأبناء، وقيمة تفضيل الذكور على الإناث. ولما كانت قيمة الانتماء الأسرى من أهم القيم القرابية، نظرا لأنها تؤثر في كل القيم الأخرى، ويتجه الباحث نحو تعريف مفهوم الانتماء الأسرى في ضوء معنى للعصبية أو الجمعية عند بن خلدون.

1. مفهوم الانتماء الأسرى: Family Belongingness

تشتق كلمة العصبية في اللغة العربية من المصدر "عصب"، وعصب الرجل بنوه وقرابته لأبيه⁽²⁾، والعصبية الذين يرثون الرجل عن كلاله من غير والد ولا ولد، وتعني أيضا أي العصبية "شدة ارتباط المرء بعصبية أو جماعته والجد في نصرتها"⁽²⁾، وعصب كلمة تعد مصدر لكلمة عصبية وتعني "جمع واجتمع وتجمع في مكان ما" ويطلق في اللغة العربية على الأفعال للناجمة عن العصب، من تعاضد وتضبع اسم عصبية⁽³⁾.

وفي الحقيقة يعد "ابن خلدون" أول من استخدم هذا المفهوم، وتناوله بالدراسة العلمية في مقدمته الشهيرة^(*) ويشير مفهوم العصبية لديه إلى (الشعور والسوعي

(1) كمال التبعي: دراسات في علم الاجتماع الريفي، دار المعارف، القاهرة، 1993، ص 263.

(2) ابن منظور: لسان العرب، مرجع سابق، ص 605.

(3) صلاح الدين بسيوني: السياسة والاقتصاد عند ابن خلدون، دار فباء للطباعة والنشر، القاهرة، 1999، ص 42.

(*) المقدمة عنوانها كتاب العبر وديوان المبتدأ والخبر في أيام العرب والعجم والبربر ومن عاصرهم من نوى للسلطان الأكبر.

بالانتماء إلى الجماعة والتوحد معها⁽¹⁾ ويشير التوحد إلى المشاركة والتجانس الفكري معها.

والعصبية معانٍ متعددة لدى "لين خلدون"، عرضها شراح مقدمته، فقد تشير إلى روح التضامن *Esprit de Corps*، وتظهر بين الأفراد المنتمين إلى المهنة الواحدة، كما ترجمها "تموتية" بأنها روح للتضامن القبلي *Esprit de dan* الذي يظهر بين أفراد القبيلة الواحدة أو الطائفة الواحدة، وهناك استعمالات أخرى منها للتضامن *Solidarity* والولاء للجماعة *Group Loyalty* والشعور الجمعي *Group Feeling*، وتعكس هذه المترادفات معانٍ متعددة مثل الوفاء للجماعة، والرغبة في الدفاع عنها، أو الإرادة الجماعية في الحصول على السلطة أو خير الجماعة.

وتؤدي العصبية أو النزعة الجمعية *Collectivism* من وجهة نظر "بن خلدون" وظائف كثيرة، منها تحقيق الحماية والمدافعة والحصول على الملك، وفي ذلك يقول "بن خلدون" "الرئاسة لا تكون إلا بالغلب، والغلب إنما يكون بالعصبية"، و"الملك إنما يحصل بالغلب، والغلب إنما يكون بالعصبية"⁽²⁾. كما تؤدي العصبية إلى التكتل والتضامن الاجتماعي والوحدة والإسراع في تقديم يد العون والمساندة إلى كل من يحتاج إليهم من أعضاء المجتمع، والدفاع عنه وحمايته، كما أنها تؤدي إلى الحفاظ على العصبية واستمرارها في الوجود، كوحدة متميزة وقائمة بذاتها اجتماعيًا وثقافيًا، فهي تفرض للترادات الاجتماعية على الأفراد العاصبون تجاه

(1) السيد حامد: الغربة عند بن خلدون وروبرت تسون سميث، المركز الغربي للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 1996، ص 43.

(2) صلاح الدين بسيولي: السياسة والاقتصاد عند بن خلدون، مرجع سابق، ص 41 - 43.

عصبيتهم⁽¹⁾.

ويرى باحثى الثقافات عابرة المجتمعات أن الجمعية أو العصبية تمثل رابطة أو نزعة أو ثقافة تربط الفرد بالجماعة، وتظل ملازمة له طوال حياته. وترتكز النزعة للجمعية على قيم الانسجام والإذابة فى حياة الجماعة، وتحل فيها الأهداف المجتمعية محل الأهداف الفردية من أجل خدمة الجماعة، والجمعية كرابطة عاطفية توجد فى الجماعات الأولية Primary Groups كالأسرة وجماعة الجوار، ويتسم الأشخاص الجمعويون^(*) بأنهم ليسوا أفرادًا منعزلين، بل هم أعضاء نشطين معتمدين على غيرهم فى شكل متبادل. والنزعة الجمعية أو العصبية تقوم على قيم المشاركة والتعاون كأساس لبناء الجماعة واستمرارها.

والشخص الجمعوي موجه من قبل الجماعة التى ينتمى إليها أى يتأثر بها ويخضع لها، فهو يمنح عضويتها من خلال التزامه بالوفاء بالواجبات والالتزامات الاجتماعية التى تتطلبها الجماعة، كما أن الشخص الجمعوي يخضع لشكل من التنشئة الاجتماعية Socialization، يؤكد على تعلم أساليب المشاركة والتعاون والانسجام، فالآباء الجمعويون يعلمون أبنائهم أهمية العصبية والنسب، وقيم المجتمع الجمعوي أو الثقافة الجمعية التى تؤمن بسيطرة رب الأسرة، وتحدد مكانة الأبناء حسب الجنس والعمر⁽²⁾.

(1) السيد حامد: القرابة عند بن خلدون وروبرت تسون سميت، مرجع سابق، ص 43.

(*) الجمعويون: أشخاص يتسمون بحبهم الشديد للجماعة الأسرية أو القبلية، ويرتبطون بها، يشاركونها جميع الأنشطة، ويسهمون فى حل مشكلاتها، ملتزمون بمعاييرها، وخاضعون لأوامرها.

(2) James W. Neulip: Intercultural Communication: Acontextual Approach, Houghton, Mifflin Company, N.Y., 2000, PP. 32 – 36.

ولكن هل العصبية قاصرة في وجودها على المجتمع البدوي والريفى فقط، أم توجد أيضاً بالمجتمع الحضري؟ يرد بن خلدون على هذا التساؤل بأن العصبية توجد فى كل المجتمعات فهى أمر طبيعى "إن صلة الرحم طبيعى فى البشر إلا فى القليل" فهى موجودة بالمجتمع الحضري وتعتمد على الصداقة والمحبة والعقيدة⁽¹⁾.

ويشير مفهوم الانتماء الأسرى إلى (الانضمام أو الانتساب إلى جماعات الأسرة، والقراية، والصداقة، والزواج، والمنظمات الاختيارية Voluntary Organizations التى يرتبط بها الفرد)⁽²⁾.

وفى ضوء ما سبق يتبنى الباحث مفهوماً إجرائياً لقيمة الانتماء الأسرى على أنها (توجه قيمى يدفع بالفرد إلى الإقامة مع الأسرة، والمشاركة فى حل مشكلاتها، والسماح للأسرة بمشاركته فى اتخاذ قراراته المعيشية).

ويقصد الباحث بالأسرة هنا أسرة التوجيه (أسرة الأب والأم والأخوة والأخوات سواء كان المشاهد متزوج أو أعزب).

2. مفهوم الفردية: Individualism

نمت الفردية وترعرعت فى القرنين الرابع والخامس عشر، وهى تجسد حق الاختيار الفردى الذى يصفه الألمان بثورة "روميو، وجوليت" الذى ساد فى الغرب فى القرن التاسع عشر الميلادى من أجل المطالبة بحقوق متساوية للجميع حتى إن أفقر الفقراء فى إنجلترا له حياة خاصة يحيها مثل أغنى الأغنياء⁽³⁾.

(1) السيد حامد: القراية عند بن خلدون ودور تسون سميت، مرجع سابق، ص 46.

(2) نجلاء عبدالحميد راتب: الانتماء الاجتماعى للشباب المصرى، مركز المحروسة للبحوث والتدريب والنشر، القاهرة، 1999، ص 152.

(3) سموئيل هنتجتون: هيدام الحضارات وإعادة صنع للنظام العالمى، (ترجمة) احمد للشايب، دار الكتب المصرية، القاهرة، 1998، ص 118.

يرى "نوركاييم" أن للفردية تنمو في المجتمع الذي يسوده للتضامن العضوي، حيث تقسيم العمل وزيادة معدلات التخصص، في حين تنمو بشكل ضعيف جدا في المجتمعات التي يسودها للتضامن الآلي حيث يتشابه الأفراد في قيمهم ومعتقداتهم التي تمثل موجهاً للفعل الاجتماعي⁽¹⁾.

وارتبطت الفردية بالمعيشة في المدن ومن أهم مظاهرها تعبير الفرد عن ذاته بشكل لافت، وتتجسد الفردية في المدينة كنتيجة لانحسار سلطة المجتمع وضوابطه غير الرسمية، واختلاف الميول والأفكار، والقيم الحضارية خير دليل على ذلك على عكس للقيم السائدة في المجتمع الريفي⁽²⁾.

ويشير مفهوم للفردية إلى (اهتمام الفرد بشئونه ومصالحه فقط، دونما النظر لمصالح الآخرين)، ومن أبرز مخاطر الفردية، إنها تحطم البناء الاجتماعي، حيث يصبح الفرد أكثر معرفة بمسئوليياته نحو نفسه وأقل معرفة بمسئوليياته تجاه الأسرة والمجتمع⁽³⁾.

وتشير الفردية إلى (اهتمام الفرد بنفسه، ومحافظته على ذاتيته، واستقلاليتها، وكيانه)، ويرى أنصار المذهب الفردي بان الإنسان فردي للفرقة، وان المجتمع مفروض عليه من الخارج متحكم فيه بغير إرادته⁽⁴⁾.

(1) سامية جابر، نعمات عثمان: الاتصال والإعلام، مرجع سابق، ص 54.

(2) سامية الساعاتي: الاختيار للزواج والتغير الاجتماعي، القاهرة: مكتبة سعيد رافت، 1989، ص 108.

(3) سناء الخولي: لتغير الاجتماعي والتحديث، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1993، ص 186.

(4) أبو زيد بن محمد مكي: ظاهرة الصراع في الفكر الغربي بين الفردية والجماعية، 2005/5/12.

والفردية كمذهب وسياسة تؤكد على النزعة الذاتية أو الشخصية دون غيرها، وهي كأيدولوجيا ترتبط بمذهب اللذة والمنفعة، وترتبط بمؤيدي التعاقدات الحرة والأنشطة التنافسية ومنهم أنصار مبدأ "دعه يعمل دعه يمر" Laisser Faire، و"Laisser Passer"⁽¹⁾. ويؤكد أنصار المذهب للفردى على أن خير المجتمع يتحقق عن طريق حماية حقوق الأفراد، واتساع المجال لتمتعهم بملكيتهم، ويؤكد أنصار هذا المبدأ أن المجتمع يعتبر تجمعا إرلانيا، قد يرفض من أى فرد إذا ما غير رأيه لأى سبب من الأسباب، ويرى أنصار هذا المذهب أن الفردية هى الوسيلة الوحيدة التى تضمن الالتزام السياسى وتقيم أسسه⁽²⁾.

وتبقى الفردية علامة مميزة للغرب بين حضارات القرن العشرين، ففى تحليل تضمن عينات مماثلة من خمسين دولة، كانت أعلى عشرين دولة فى قائمة الدول الأكثر ممارسة للفردية بين أفرادها، جميع الدول الغربية، ماعدا البرتغال بالإضافة إلى إسرائيل، وفى تقرير آخر، أظهرت إحدى الدراسات أن الفردية تزرعة تسود المجتمعات الغربية فى حين تسود الجماعية مناطق أخرى من العالم، كما أظهرت الدراسة أن القيم الأكثر أهمية فى الغرب هى تلك الأقل فى أنحاء العالم⁽³⁾.

وفى ضوء ما سبق يتبنى الباحث مفهوما إجرائيا لقيمة الفردية على أنها (توجه قيمى يدفع الفرد إلى القيام بأفعال من أجل تحقيق مصالحه الشخصية، وليس من أجل أسرته، كما أنه لا يخضع فى قيامه بأفعاله لأية سلطة أسرية).

(1) Henery Fairchild, Op. Cit., P. 153.

(2) على الدين هلال، نفين سعد: معجم المصطلحات السياسية، مركز البحوث والدراسات السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، 1994، ص144.

(3) صموئيل منتجتون: هدام الحضارات، مرجع سابق، ص118.

هـ: القيم السياسية: Political Value

1- مفهوم الولاء السياسي Political Loyalty

يستخدم مصطلح الولاء للدلالة على الصلات والعواطف التي تربط الفرد بالجماعة (كالأسرة - العمل - الوطن) أو شعائرها أو الإخلاص لما يعتقد الفرد أنه صواب، فقد يكون الولاء طبيعياً Natural، ويجب على كل مواطن نحو السلطة للحاكمة ونحو الوطن الذي يقيم فيه مقابل تمتعه بالحماية والأمن، وقد يكون الولاء واقعياً Actual وهو الولاء الذي يتوقع من الأجنبي نحو حكومة البلاد التي اختارها لإقامته⁽¹⁾.

ويشير الولاء إلى (شعور بالارتباط لشيء ما خارج نطاق الذات "جماعة، منظمة، قضية، فكرة" مما يدفعه إلى إعلان تأييده للأهداف التي يخلص لها أو يرتبط بها الفرد مع الإصرار على تأييدها طوال الوقت وتحت كل الظروف التي تحدد درجة الأخلاقيات والعاطفة والتضحية المادية للأفراد).⁽²⁾ ويوضح هذا التعريف البعد الاجتماعي والسياسي للولاء المتجسد في تأييد الفرد، ومناصرتة لأفكار جماعه اجتماعية يشعر نحوها بالولاء.

كما يشير الولاء إلى (إخلاص وحب شديدين يوجههما الفرد نحو موضوع معين كالوطن أو مذهب ديني أو حزب سياسي أو زعيم سياسي، بحيث يضحى للفرد لصالح موضوع ولأته، بمصالحه الشخصية، وقد تصل عاطفة الولاء هذه إلى حد أن يضحى الفرد بحياته، بل وبجياة أسرته دفاعاً عن موضوع ولأته، فالولاء عاطفة تلقائية وقناعة ذاتية يتبناها للفرد قلباً وعقلاً دون أن تعرض عليه من سلطة

(1) أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مرجع سابق، ص 16.

(2) نجلاء عبد الحميد راتب: الإلتزام الاجتماعي للشباب المصري، مرجع سابق، ص 152.

لا يستطيع مقاومتها أو الوقوف في وجهها⁽¹⁾.

كما يشير الولاء السياسي إلى (الخضوع السياسي المصحوب بالوفاء)⁽²⁾، كما يشير إلى تلك الواجبات القانونية التي يخضع لها الفرد تجاه سيادة الدولة التي يحمل جنسيتها⁽³⁾، وهذا الخضوع، وتلك الواجبات إرادية وليست جبرية، يقوم بها الفرد نتيجة شعوره بالولاء ورغبته في تجسيد هذا الشعور.

والولاء السياسي يشير إلى (علاقة تربط بين الحاكم والمحكوم، وتتطوى هذه العلاقة على قوة عاطفية يشعر بها الفرد تجاه موضوع ولائه، كما أنها واجب على كل فرد تجاه السلطة الحاكمة)⁽⁴⁾.

تؤكد التعريفات السابقة على وجود ثلاثة أنماط من الولاء وهي:

1- الولاء الطبيعي: Natural Loyalty

عبارة عن حب واحترام موجه نحو المجتمع الذي يعيش فيه الفرد مقابل تمتعه بالأمن والحماية.

2- الولاء الواقعي: Actual Loyalty

عبارة عن ولاء الشخص الأجنبي المهاجر إلى بلد الولاء غير بلده الأصلية.

(1) فرج عبد القادر: موسوعة علم النفس والتحليل النفسي، دار سعاد الصباح، الكويت، 1993، ص 448 - 449.

(2) فردريك معنوق: معجم العلوم الاجتماعية، لكانيميا، بيروت، 1993، ص 219.

(3) إبراهيم منكور: معجم العلوم الاجتماعية، مرجع سابق، ص 647.

(4) Roger Scraton: A dictionary of Political thought, London: the Macmillan Press, 1982, PP. 12 - 13.

3- الولاء السياسي: Political Loyalty

الولاء للموجه نحو الدولة ومؤسساتها للسياسية بناء على انتساب الفرد لها. وفي ضوء ما سبق يتبنى الباحث مفهومًا إجرائيًا لقيمة الولاء للسياسي على أنه (توجه قيمى يؤدي إلى المزيد من مشاعر الحب والارتباط، يوجهها الفرد لمجتمعه، وتتجسد في عدم رغبته في البعد عن موطنه الأصلي، وتفضيله للبقاء فيه، والعمل من أجل رفع شأنه والدفاع عنه).

2- مفهوم الانتماء السياسي Political Belongingness

يعد موضوع الانتماء بوجه عام، والانتماء للسياسي بوجه خاص من الموضوعات التي تحتل مكانة ذات أهمية محورية في العديد من العلوم الإنسانية، وفي الوقت الراهن ونظرًا لما أحدثته الثورة التكنولوجية الثالثة "الثورة الاتصالية" من تهديدات لأنساق القيم وخاصة قيم الانتماء، ونتيجة لما سمحت به لبعض الدول من إمكانية التأثير الفكرى والثقافى والاقتصادى على شعوب الدول الأخرى⁽¹⁾. فبعدما كان الإعلام القومى مهتمًا بغرس القيم ونشر الأفكار والمعايير التي تدعم استمرار المجتمع وتقدمه وتماسكه، وخاصة قيم الانتماء والولاء، فقد أصبح يواجه تحديًا خارجيًا، قد لا يكون قادرًا على مولكته في بعض الجوانب وقد يسايره في جوانب أخرى.

والانتماء مصطلح يشتق في اللغة العربية من الفعل "تمى" ويقال "انتمى إليه" أى انتسب إليه، ونما إلى أبيه نميًا، أى تمتع بعزوته ونسبته إليه⁽²⁾، وفي اللغة

(1) عبد الهادى الجوهري وآخرون: علم الاجتماع السياسي: قضايا ودراسات، للمكتب الجامعى للحديث، الإسكندرية، 2001، ص217.

(2) ابن منظور: لسان العرب، مرجع سابق، مج15، ص342.

الإنجليزية تعتبر كلمة الانتماء هي الترجمة العربية للكلمة الإنجليزية Belongingness والمصطلح الفرنسي Appartenance، وفي بعض الأحيان يستخدم البعض مصطلح Affiliation للإشارة إلى الانتماء، وهو كمصطلح يعنى (العلاقة الشرعية أو الشكلية أو التعاونية بين جماعتين أو أكثر أو الانضمام إلى جمعية أو رابطة لمجرد التأييد والمساندة الأدبية دون بلوغ حد العضوية الفعلية)⁽¹⁾.

ويذهب "فيرتشيلد" في تعريفه للانتماء إلى القول بأن الانتماء ترجمة لمصطلح Affiliation وتعنى (حالة من العلاقات للتعاونية والرسمية والقانونية بين اثنين أو أكثر من الجماعات الاجتماعية المنظمة)⁽²⁾ والمعنيان السابقان للانتماء في الحقيقة يقفان عند المستوى الشعوري والرسمي للانتماء دون الإشارة إلى توجهات وممارسات فعلية تعبر عن الانتماء.

كما يشير مصطلح الانتماء إلى (انتساب الفرد لجماعة معينة والولاء لقضاياها والنفاني في خدمتها)، ولا يعنى ذلك أن الانتماء هو الولاء أو العكس، وإنما للولاء هو مؤشر من مؤشرات الانتماء، وتتعدد دوائر الانتماء لدى الفرد، وتتداخل، وتنترج فقد ينتسب الفرد إلى أسرته وإن ينتسب إلى جمعية ما أو حزب ما، والانتماء ينطوي على روح وعاطفة تدفع المنتمى إلى القيام بسلوك معين، يجسد من خلاله الفرد انتمائه للجماعة)⁽³⁾.

ومن ناحية أخرى فالانتماء يشير إلى (فعل يحدد انتماء الكائن للبشرى

(1) أحمد زكى بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مرجع سابق، ص 10.

(2) H. Fairchild: Dictionary of Sociology, OP. Cit., P. 5.

(3) أحمد الأنصاري: الانتماء، سلسلة للشباب، ج 9، الأمل للطباعة والنشر، القاهرة، 2004، ص 7.

ولارتباطه)، كما يشير إلى معنى (التبني للأفكار والآراء والقيم)⁽¹⁾. فالانتماء الحقيقي هو القائم على أساس الأفعال المتجسدة في مشاركة الفرد المنتمى في قضايا ومشكلات مجتمعه، أو الهيئة، أو الجماعة التي ينتمى إليها، وقيامه بالمساعدة في حل مشكلاتها، والانتماء كقيمة يمكن قياسها من خلال مجموعة من القيم الأخرى المرتبطة بها كقيمة الولاء، وقيمة الجماعية، وقيمة التعاون وغيرها من القيم⁽²⁾

وفي ضوء ما سبق يمكن القول بأن التعريفات السابقة تتفق على كون

الانتماء:

- 1- عملية مشاركة بين الفرد والجماعة أو المجتمع الذي ينتمى إليه.
- 2- تحدث المشاركة نتيجة شعور الفرد بالانتماء لوطنه.
- 3- أن الفرد المنتمى الحقيقي هو الذي يثق في حكوماته وسياساتها ويشاركها أنشطتها المختلفة وخاصة السياسية منها.
- 4- أن الشخص المنتمى هو الشخص المتعاون الذي يهتم بأسرته ومجتمعه على حد سواء.

ويتخذ الانتماء أنماطا متعددة: فهناك انتماءً سياسياً، وآخر دينياً، وثالث على أساس مسقط رأسه للجغرافى، فنقول ذلك إسكندراني، وهذا سويفى، وذلك صعيدى، وغير ذلك، وقد تكون الأيديولوجيا التي ينتمى إليها الفرد هي أساس تحديد انتماؤه، فهناك من يقال له إنك اشتراكياً أو ماركسياً أو ليبرالياً.

(1) Webster's Encyclopedic Un abridged Dictionary of the English Language.
N. Y.: Portland House, 1987, P. 24.

(2) أحمد زايد، اعتماد علام: مقاييس العمل: الإطار النظري: دليل المقاييس، الأنطو المصرية،
للقاهرة، 1992، ص8.

ومن خلال التعريفات السابقة يمكن للباحث تبني المفهوم الإجرائي التالي لقيمة الانتماء السياسي على إنها (توجه قيمي يدفع الفرد إلى المشاركة في الحياة السياسية لمجتمعه عبر مستويات متتالية من المشاركة، تبدأ بالإمام بما يدور في المجتمع من أحداث، انتقالات إلى التصويت في الانتخابات، مروراً بعضوية أحزاب الأحزاب السياسية، تمهيداً للوصول إلى تقلد منصب سياسي معين مع الافتخار بهذا الانتماء).

3- علاقة الانتماء بالولاء:

في الحقيقة هناك دائرة مشتركة بين الانتماء والولاء، فكلاهما يتطلب ارتباطاً عاطفياً والتزاماً أخلاقياً نحو الوطن، كما أن اللفظان يكاد يكونا مترادفان، حيث يحملان معنى الإخلاص، والارتباط بشيء ما والتفاني في خدمته إلى حد التضحية بالذات، لكنهما يختلفان من الناحية اللغوية، فالانتماء يعنى الانتساب، أما الولاء فيعنى الموالية⁽¹⁾. كما أن الانتماء يتطلب ارتباطاً جذرياً عميقاً في محتوى الثقافة التي ينتمي إليها الفرد، عكس الولاء الذي لا يتطلب ضرورة توافر للهوية الوطنية لدى الفرد مع من تربطه بهم علاقة الولاء، فهو مجرد مشاعر من المحبة والصداقة والقرب، فقد يكون الولاء لدولة أخرى غير تلك التي أحمل هويتها أو لثقافة غير ثقافته أو لجماعة غير تلك التي أعمل بداخلها⁽²⁾. فالولاء مؤشر من مؤشرات الانتماء.

4- مفهوم الاغتراب السياسي: Political Alienation

يقابل الاغتراب السياسي كلا من الانتماء والولاء السياسي، ويطلق أحيانا على الاغتراب معنى اقرب وهو عدم الانتماء أو اللامنتمي. والاغتراب كمصطلح، ارت

(1) احمد الأنصاري: الانتماء، مرجع سابق، ص 8.

(2) علياء رضا رافع: الانتماء والتنمية فيريف المصري: الجنور، دار صادق للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 1993، ص 19.

فلسفى استعاره "ماركس" ليعبر به عن طبيعة الوجود الإنسانى فى ظل النظام الرأسمالى.

ويشير مفهوم الاغتراب لدى "ماركس" إلى (عملية استلاب للذات تحدث عندما يرى الناس أنفسهم مجرد وسائل لتحقيق غايات دون الاهتمام بذواتهم الإنسانية)⁽¹⁾. والاغتراب الذى تحدث عنه "ماركس" هو اغتراب العمال فى ظل الإنتاج الرأسمالى والناجم عن الأسباب الآتية:

- 1- شعور العمال بأنهم يعملون من أجل الرأسماليين مقابل مادي ضئيل.
 - 2- عدم استفادة العمال من المنتجات التى ينتجونها والتى تذهب إلى الرأسماليين.
 - 3- عدم القدرة على التعاون مع الآخرين عن طريق إقامة علاقات اجتماعية فيما بينهم فيعيشون أثناء العمل.
 - 4- الإحساس بأنهم مجرد آلات وأدوات للإنتاج وليسوا بشر⁽²⁾.
- ويعرف "سيجموند فرويد S. Freud" الاغتراب بأنه (الوضع الذى يجد فيه الإنسان نفسه نتيجة لضغوط الحضارة متوائما مع الأدوار والتوقعات المطلوبة منه لكى يصبح مقبولا من الآخرين وفى ذات الوقت كابتا لغرائزه الحيوية مما يجعله غريبا عن ذاته)⁽³⁾.

(1) على الدين هلال، نفين سعد: معجم المصطلحات السياسية، مرجع سابق، ص 98.

(2) جورج رينتر: كارل ماركس، (ترجمة) فائق أحمد على، فى محمد الجوهري وآخرون، روك علم الاجتماع، دار المعرفة للجامعة، الإسكندرية، 1999، ص 116-118.

(3) على الدين هلال، نفين سعد: معجم المصطلحات السياسية، مرجع سابق، ص 99.

ومن ناحية أخرى يشير الاغتراب إلى (إصابة الفرد في لحظات ما، أو تحت ضغوط معينة بالإحساس بعد للرضا، ومن ثم يضيع شعوره بالفخر والاعتزاز بكل ما يفعله، وتضعف قوة الأنا لدية، ويغترب عن تراثه وهويته). ويؤكد هذا التعريف إلى أن الاغتراب حالة مؤقتة يمكن التغلب عليها من خلال مؤسسات التنشئة التي تغرز في نفوس الأفراد قيمة الانتماء للوطن والتمسك به والأيمان بقيمته من أجل مواجهة الغزو الخارجي الذي يهدف إلى تدمير البنية الثقافية للمجتمعات⁽¹⁾.

ويشير الاغتراب للسياسي في بحث آخر إلى (شعور الفرد بأن المجتمع لا يحس به، ولا يعنيه أمره، وبأنه لا قيمة له في المجتمع، ويؤدي ذلك إلى تقليل الفرد من أهدافه وطموحاته، وفقدان الحماس، والدافع، والباعث على المشاركة الفعالة والتفاعل مع المجتمع)⁽²⁾.

كما يعنى الاغتراب السياسي (تباعد وتقاوس الفرد عن أداء الأدوار السياسية Political Roles ليس لعدم قدرته، وإنما لتقييمه لذاته وللموقف السياسي، فمن ناحية الذات يؤمن الفرد إيمانا راسخا بأنه لا فائدة من قيامه بأى نوع من الفعل، لأنه لن يكون مؤثرا، ومن ناحية الموقف السياسي، فإنه يرى أنه لا يشعر به، ولا يهتم بمشاكله، وبالتالي فالاغتراب السياسي يعبر عن سلبية ولا مبالاة مطلقة)⁽³⁾.

ويستخدم الاغتراب في العلوم الاجتماعية بمعان متعددة أبرزها ما كتبه

(1) سامية خضر صالح: الشخصية المصرية: تحديات الحاضر والمستقبل المنظور، الهيئة المصرية للعلمة للكتاب، للقاهرة، 2005، ص 56.

(2) عبد الهادي الجوهري وآخرون: علم الاجتماع السياسي: قضايا ودراسات، مرجع سابق، ص 274.

(3) نبيل رمزي اسكندر: الاغتراب وأزمة الإيمان المعاصر، دار المعرفة للجامعية، الإسكندرية، 1988، ص ص 221-222.

"سيمان Seeman" حيث ميز بين خمسة استخدامات للاغتراب في مقال بعنوان "مفهوم الاغتراب" وهذه المعاني هي:-

1- انعدام القوة:

ويعنى شعور الفرد بعدم قدرته في التأثير في المواقف الاجتماعية المحيطة به

2- انعدام المعنى:

يعنى عجز الفرد عن الوصول إلى قرار، أو معرفة ما ينبغي أن يفعله، أو إدراك ما يجب أن يعتقد موجهها لسلوكه.

3- انعدام المعايير:

يعنى لجوء الفرد إلى استخدام أساليب غير مشروعة، وغير موافق عليها اجتماعيا لتحقيق أهدافه.

4- العزلة:

تشير إلى انفصال الفرد عن الثقافة السائدة، وتبنى مبادئ ومفاهيم تجعله غير قادر على مسايرة الأوضاع القائمة.

5- غربة الذات:

تشير إلى إدراك الفرد بأنه أصبح مغتربا حتى عن ذاته⁽¹⁾.

ويتبنى الباحث مفهومًا إجرائيًا للاغتراب السياسي على أنه (توجه قيمي يدفع الفرد إلى عدم الاهتمام بالأمور السياسية، وعدم الاقتناع بدوره في الحياة السياسية لمجتمعه، نتيجة إحساس بعدم قيمة العمل السياسي، وقيمة دوره في المشاركة السياسية).

(1) محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، مرجع سابق، ص 21.

و- مفهوم المجتمع المحلي: Community

1. تعريف المجتمع المحلي:

مصطلح المجتمع المحلي من المصطلحات الجوهرية بالنسبة لعلم الاجتماع، الذي يوجه كل جهده نحو دراسة المجتمع، ويمثل بؤرة اهتمامه الأساسية، ولقد أفرد علماء الاجتماع لدراسة المجتمع المحلي ثلاثة علوم فرعية هي:

1. علم الاجتماع الريفي: يدرس المجتمع الريفي "القرية".

2. علم الاجتماع الحضري: يدرس المجتمع الحضري "المدينة".

3. علم الاجتماع البدوي: يدرس المجتمعات البدوية وهم بدو الصحراء.

وبالرغم من شيوع استخدام هذا المصطلح إلا أنه لم يقع في بؤرة اهتمام الباحثين إلا منذ مائتي عام فقط، وعلى الرغم من ذلك تعددت تعريفاته، ويذكر أحد الباحثين أن هناك أربعة وتسعون محاولة علمية لتحديد تعريف لمصطلح المجتمع المحلي⁽¹⁾. ويعتبر "فريدياند تونيز F.Tonnies" أول من استخدم مصطلح المجتمع المحلي، الذي يعد للترجمة العربية للكلمة الألمانية Gemeinschaft، والكلمة الإنجليزية Community، والكلمة الفرنسية Communate⁽²⁾.

وفي الحقيقة هناك قدر كبير من الإسهامات المطروحة حول تعريف المجتمع المحلي، منها تعريف المجتمع المحلي بأنه (جماعة من الناس، يقيمون في منطقة جغرافية، ويشتركون معاً في مجموعة من الأنشطة السياسية والثقافية والاقتصادية، ويشكلون وحدة اجتماعية ذات سيادة ذاتية، فضلاً عن وجود بعض القيم والخبرات

(1) Lan Barnard & Janathan Spencer: Encyclopedia of Social and Cultural anthropology, N. Y.: Routledge, 1996, P. 144.

(2) أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مرجع سابق، ص 3.

العامية ومياداة الشعور بالانتماء للجماعة)⁽¹⁾.

ويرى " فلويد دوتسون F. Dotson أن المجتمع المحلي يشير إلى وحدة إقليمية مكانية داخل التنظيم الاجتماعي)⁽²⁾. ويعرف " ميشيل مان" المجتمع المحلي بأنه (مجموعة من العلاقات الاجتماعية التي تقع كلها أو معظمها في إطار حدود مساحة من الأرض المحلية)⁽³⁾ ويشير المجتمع المحلي إلى (مجموعة من الناس يقيمون على رقعة معينة من الأرض، وتربطهم علاقات دائمة نسبياً من النوع العارض، ولهم نشاطاً منظماً وفقاً لقواعد وأساليب متعارف عليها وتسود بينهم روح جمعية تشعرهم بأن كلاً منهم ينتمى لهذا المجتمع)⁽⁴⁾.

تتفق اغلب التعريفات السابقة على ضرورة توافر ثلاثة عناصر حتى ينشأ

المجتمع المحلي وهي:

1- جماعات من الأفراد.

2- منطقة جغرافية.

3- شبكة علاقات اجتماعية قائمة نسبياً.

وبالرغم من هذا الاتفاق إلا إنها اختلفت في مدى توافر الشعور بالانتماء للمجتمع أو وجود تنظيم اجتماعي أو سياسي.

ويقصد بالمجتمع المحلي في هذه الدراسة للمجتمع المحلي الحضري (مدينة بنى سويف) وهذا المجتمع المحلي الحضري يختلف عن المجتمع المحلي الريفي.

(1) Duncan, Mitchell: A dictionary of Sociology, Op. Cit., P. 32.

(2) Folyed Dotson: Article on the Encyclopedia Dictionary of Sociology, 3rd edition, U. S. A.: Dushkin Publishing, 1986, P. 53.

(3) ميشيل مان: موسوعة علم الاجتماع، مرجع سابق، ص 133.

(4) أحمد زكى بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مرجع سابق، ص 73.

2- المجتمع المحلي الحضري: Urban Community

يعرف المجتمع المحلي الحضري بأنه (تجمعا لأشخاص تتشأ بينهم صلات وظيفية، ويعيشون معا في منطقة جغرافية محلية، خلال فترة من الزمن، ويشتركون معا في ثقافات عامة، ويوجد بينهم شكل من أشكال التنظيم للأدوار والعلاقات الاجتماعية، وهم على وعى بذاتهم كجماعة مستقلة) (1).

ويعرف " ماكيفر Maciver " المجتمع المحلي الحضري بأنه (وحدة اجتماعية Social Unit تجمع بين أعضائها مجموعة من المصالح المشتركة، وتسود بينهم قيم عامة وشعور بالانتماء، بالدرجة التي تمكنهم من المشاركة في الظروف الأساسية للحياة الاجتماعية المشتركة) (2).

يرى "تونيز" أن المجتمع الحضري يشير إلى (تركيب صناعي معقد، يتكون من وحدات كثيفة وعناصر متعددة، ويتألف من جماعات وهيئات ومنظمات تقوم على أساس إرادي وليس تلقائي، والروابط فيه فاترة وغير متكافئة، والعلاقات بين الأفراد قائمة على الحذر والمنفعة الخاصة) (3).

ويتميز للمجتمع الحضري عن المجتمع الريفي بمجموعة من الاختلافات قنمها كلاً من " بتريم سوروكين P. Sorokin"، و"زيمرمان Zimmerman" انطلاقاً من ثمانى قنات، وهى (المهنة - البيئة - حجم المجتمع - كثافة السكان - التجانس

(1) اشرف البيهى: علم الاجتماع الحضري، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص 18.

(2) السيد عبدالعاطى السيد: علم الاجتماع الحضري: الجزء الأول، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص 33.

(3) إبراهيم منكور "محرراً": معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مرجع سابق، ص 98.

واللاتجانس - الحراك - نسق التفاعل - التدرج الاجتماعي) وفيما يلي توضيح لذلك:

1. **المهنة: Occupation** تسود الزراعة المجتمع الريفي بجانب الصيد والتعدين، في حين تسود للصناعة وبعض الوظائف الإدارية المجتمع الحضري.
2. **البيئة: Environment** تسيطر البيئة الطبيعية على الإنسان في المجتمع الريفي ويسيطر الإنسان عليها في المجتمع الحضري.
3. **حجم المجتمع: Size Of Society** المجتمع الريفي كبير الحجم أما المجتمع الحضري صغير الحجم.
4. **كثافة السكان: Population** ترتفع الكثافة السكانية في المجتمع الحضري عن المجتمع الريفي نظراً لتوافر أوجه الرعاية الصحية.
5. **التجانس واللاتجانس السكاني: Hetrogenity-Hemogenity** سكان المجتمع الريفي أكثر تجانساً في ثقافتهم وخصائصهم النفسية والاجتماعية، أما سكان المجتمع الحضري فهم أكثر تنوعاً واختلافاً وبالتالي أقل تجانساً.
6. **التدرج الاجتماعي: Social Stratification** يقوم التدرج الاجتماعي على أساس المكانة الشعبية والأسرية في المجتمع الريفي، أما المجتمع الحضري فنجد ان الكفاءة والقدرة والفاعلية معايير للمتانة الاجتماعية.
7. **الحراك الاجتماعي: Social Moblity** الحراك في المجتمع الريفي جامد، أما في المجتمع الحضري فهو أكثر فاعلية.
8. **تساق التفاعل: Interaction** تتسم العلاقات الاجتماعية في الريف بأنها

علاقات أولية مباشرة وبسيطة، وهى علاقات قرابية، أما المجتمع الحضري فعلاقاته ثانوية ومسطحية وقائمة على المنفعة والفردية والأناثية⁽¹⁾.

وفى ضوء التعريفات المطروحة للمجتمع المحلى الحضري، يتبنى الباحث التعريف الإجرائى التالى: (جماعات من الأفراد، يعيشون على مساحة محددة من الأرض، تسود بينهم شبكة من العلاقات الاجتماعية، ويسعون نحو تحقيق العديد من الأهداف الشخصية والمجتمعية).

إن عملية تحليل المفاهيم وتوضيحها تعد مدخلا هاما لفهم النظرية الاجتماعية، لذا يعرض الباحث فى الفصل التالى لعدد من المداخل النظرية التى تفسر تأثير عملية الاتصال التى سيعتمد عليها الباحث كإطار مرجعى للدراسة.

(1) كمال للزيات: علم الاجتماع الحضري: الأسس النظرية والتطبيقية، دار الثقافة العربية، بنى

سويف، 2003، ص ص 37 - 44.

الفصل الثاني

المدخل النظرية المفسرة

لتأثير عملية الاتصال

مقدمة

أولاً: المدخل الاجتماعي

ثانياً: المدخل الإعلامي

الفصل الثاني

المدخل النظرية المفسرة لتأثير عملية الاتصال

مقدمة:

حظيت الظاهر الإعلامية باهتمام عدد قليل من رواد علم الاجتماع، وقد يرجع ذلك إلى تأخر إبداع الأثر الذي تحدثه وسائل الاتصال في المجتمع، والذي ترايد مع التقدم التكنولوجي في وسائل الاتصال.

يرى بعض الباحثين انه باستقراء للتراث البحثي، وجد أن للبحوث التي تتطرق من علم اجتماع الاعلام، تلجأ غالباً نحو النظرية البنائية الوظيفية، ونظريات التأثير، والنظريات النقدية، ونظرية التبعية، ونظرية مجتمع المعلومات، في حين تتطرق بحوث علم الاعلام من مسلمات فرعية من النظريات الكبرى في علم الاجتماع، وهذه المسلمات شكلت مجموعة من النظريات الفرعية مثل: نظريات التعلم، ونظرية الغرس الثقافي، ونظرية الاستخدامات والاستمالات، ونظرية دوامة الصمت، ونظرية العنف الإعلامي، ونظرية ترتيب الأولويات⁽¹⁾.

ويحاول الباحث الاستعانة ببعض المنظورات والنظريات المرتبطة بالاتجاهين السابقين، حيث يستخدم المنظور الوظيفي، ومنظور الصراع، بجانب نظرية الغرس الثقافي، ونظرية الاستخدامات والاستمالات من أجل تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها، ومن ثم تمثل بعض فروض هذه المنظورات والنظريات إطاراً مرجعياً لموضوع الدراسة الحالية.

(1) فاطمة القليني، محمد شومان: الاتصال الجماهيري: اتجاهات نظرية ومنهجية، دار الكتب

العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص 81.

العديد من الدراسات الإمبريقية التي تم إجراؤها، أو التي مازالت تجرى في أجزاء مختلفة من المجتمعات الإنسانية، والتي لا يمكن أن تتوقف، أو تقف عند حد معين نظراً لارتباط الاتصال بالتقدم التكنولوجي الذي يسير بدون توقف.

ويحاول الباحث توضيح أهم إسهامات هؤلاء العلماء في ضوء ما ذهبت إليه البنائية الوظيفية في رؤيتها لنظام الاتصال.

المنظور الوظيفي ونظام الاتصال:

لقد اتجه الوظيفيون اتجاهات أربعة في تناول نظام الاتصال ووظائفه داخل المجتمع، وهذه الاتجاهات الأربعة⁽¹⁾ هي:

الاتجاه الأول:

يتناول الاتصال كعملية اجتماعية، محاولاً تحديد تأثيراتها على المجتمع بشكل عام، مع مقارنتها بمثيلاتها من نظم الاتصال في مجتمعات أخرى، ولقد ساهم كلاً من " روبرت ميرتون، وبول لازار سفيلد " في تدعيم هذا الاتجاه، ويركز الاتجاه الأول على تناول كل وسائل الاتصال بطريقة إمبريقية.

الاتجاه الثاني:

يهتم بتناول وسيلة واحدة فقط من وسائل الاتصال، ويخضعها للتحليل الوظيفي، ومن أهم الدراسات التي أجريت في إطار هذا الاتجاه دراسة "مالكوم ويلي M.Wiley" لوظائف الصحافة.

(1) محمود عودة: أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، دار للنهضة العربية، بيروت، 1970،

الاتجاه الثالث:

يهتم بتحليل البنائى Structural Analysis للوسيلة الاتصالية، من خلال التعرف على أقسام المؤسسة الاتصالية، والعمليات التى تجرى داخل المؤسسة، وكيفية صياغة الرسالة الاتصالية.

الاتجاه الرابع:

تهتم بتحليل وظائف الاتصال فى ضوء نموذج "تشارلز رايت"، و"هارولد لازويل" معتمدين على مفهومات التحليل الوظيفى التى قدمها "ميرتون، وبارسونز". ويعتمد الباحث على الاتجاهين الأول والرابع.

ولكن قبل الخوض فى قضايا العلماء الوظيفيون فى تحليلهم لنظام الاتصال، يجب أن يقف الباحث على العوامل التى دفعت بهم إلى الاهتمام بدراسة وسائل الاتصال وتأثيراتها. ومن أبرز تلك العوامل، الدور الوظيفى لوسائل الاتصال فى المجتمع، وهذا ما يمكن ملاحظته فى علاقة نسق الاتصال بغيره من الأنساق الأخرى، فمثلاً نجد أن هناك علاقة بين نسق الاتصال والنسق السياسى Political System تدور حول دور الاتصال فى التأثير على الحكام والمحكومين، كما أنه يكشف فى الوقت ذاته على مدى احتكار الدولة لوسائل الاتصال، وتحكمها فى عملية نشر المعلومات أو ما يعرف بالشفافية.

كما تلعب وسائل الاتصال دوراً بارزاً فى عمليات لختيار للقادة السياسيين، كما أنها تدعم عملية الاتفاق حول الاهتمامات "القيم" داخل النسق السياسى، كما تساعد وسائل الاتصال على خلق وسائل سياسية مناسبة لحل مشكلات المجتمع، كما تطرح المشكلات السياسية على مائدة المناقشة الجماعية مما يدعم القرارات السياسية

ويحقق مصداقيتها⁽¹⁾.

كما تعمل وسائل الاتصال على تحقيق التوازن الاجتماعي Social Equilibrium بالنسبة للمجتمع العام، وقد يترتب عليها تنافر وعدم انسجام من خلال دورها في الإثارة والتحريض على ممارسة السلوك المنحرف. ويرتبط نسق الاتصال بالنسق الاقتصادي Economic System من خلال دور وسائل الاتصال في تقديم الخدمات والمنتجات الصناعية عن طريق الدعاية والإعلان، وهذه الأنوار الوظيفية المتعددة ليست كل ما يقدمه نسق الاتصال ولكن يرتبط بشبكة من العلاقات مع كلاً من النسق الدينى والتربوى، ويرتبط أيضاً بالأمره كنظام أساسى داخل أى مجتمع⁽²⁾.

وبعد استعراض أسباب الاهتمام بدراسة الاتصال، وعلاقته بغيره من النظم الاجتماعية، فمن الضرورى توضيح جذور التحليل الوظيفى Functional Analysis لنظام الاتصال، فمن خلال الاطلاع على بعض الكتابات تبين للباحث أن جذور التحليل للوظيفى لوسائل الاتصال ترجع إلى القرن الثامن عشر، وبداية القرن للتاسع عشر، فى وقت كانت هناك ندرة فى وسائل الاتصال، واتصب البحث العلمى على تناول الصحف والدوريات السياسية، والتي كانت الوسائل المتاحة فى ذلك الوقت، ولقد ظل المنظور الوظيفى لفترة من الزمن مرتبطاً بالنموذج الكلاسيكى لـ "هارولد لازويل" (1948) الذى حدد فيه ثلاث وظائف رئيسية للاتصال، إلا أن المنظور الوظيفى قد تطور فى عقد الستينات والسبعينات داخل

(1) Games Curran & David Morlery and Valerie Walker dine: Cultural Studies and Communication, Arnold Publishing, New York, 1996, P. 126.

(2) حسن عماد مكارى، وليلى السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص ص 127 - 128.

نظرية النسق System Theory، وأخيراً تطور في إطار بحث الاستمالات والاستخدامات في ثمانينات وتسعينات القرن العشرين⁽¹⁾.

ويحاول الباحث خلال السطور التالية تقديم رؤية تحليلية لأهم إسهامات بعض العلماء الوظيفيين والتي قدمت خلال المراحل المختلفة لتطور المنظور الوظيفي، حيث يعرض لرؤية "هارولد لازويل" رائد المنظور الوظيفي في مجال الاتصال، ثم "تشارلز رايت" الرائد الثاني باعتبارهما سيطرا على المرحلة الأولى الكلاسيكية، ثم يتناول إسهام "روبرت ميرتون، وبول لازارسفيلد" في إطار نظرية النسق، وأخيراً وجهة نظر "جفرى الكسندر Jeffery Alexander" لدور وسائل الاتصال وهو من الرواد المعاصرين للوظيفية، ثم يتناول الباحث أهم إسهامات المنظور الوظيفي المحدث المتجسد في بحث الاستمالات والاستخدامات الذي طور كمرحلة حديثة من مراحل تطور المنظور الوظيفي في ميدان الاتصال.

يرى "هارولد لازويل H. Lasswell" أن للاتصال وظائف ثلاثة هي⁽²⁾:

1- مراقبة البيئة وتقديم تحذيرات بالتهديدات القيمة المحتملة.

2- تحقيق ترابط بين أجزاء المجتمع.

3- نقل التراث الاجتماعي Social Heritage.

وتسمى هذه الوظائف بلغة أخرى:

1- الوظيفة الإخبارية: The NewsFunction ونشير إلى الإحاطة بالبيئة.

(1) Games Curran & etal: Cultura Studies and Communication, Arnold Publishing, N.Y, 1996, P. 126.

(2) Denis M. Quail: Mc quails' Mass Communication Theory, 4th edition, Sage Publication, London, 2000, P. 79.

2- الوظيفة التحريرية: The Editorial Function وتسير إلى خلق الاستجابة نحو البيئة.

3- وظيفة التنشئة الاجتماعية: Socialization وتتم من خلال نقل الثقافة من جيل لآخر.

وهذه الوظائف الثلاثة التي قدمها "لازويل" قام بتطبيقها "تشارلز رايت" Charles Wright على مستويات اجتماعية مختلفة⁽¹⁾. ولقد أضاف إليها وظيفة رابعة وهي وظيفة الاستمتاع، وهي تخلق نوعاً من الاسترخاء والتكيف ونقل من التوتر وتتيح للأفراد فرص التعامل بسهولة مع مشكلات الحياة الواقعية، وتجنب التفكك والانهيار، وتوصل "رايت" إلى وجود وظيفة خامسة للاتصال هي التعبئة⁽²⁾. وفي هذا السياق قدم "تشارلز رايت" نموذجاً تصورياً يتضمن إطاراً تحليلياً وظيفياً لوسائل الاتصال، ويوضح هذا النموذج الوظائف الرئيسية لنظام الاتصال، والتي يمكن أن تؤثر على أربعة وحدات اجتماعية تأثيراً سلبياً أو إيجابياً، وهذه الوحدات هي المجتمع Society، الثقافة Culture، الفرد Individual، الجماعة الاجتماعية Social Group، ويرى "رايت" أن من المحتمل أن يؤدي الاتصال إلى تأثيرات سلبية كامنّة أو واضحة، و يحقق الاتصال من وجه نظر "رايت" الوظائف التالية:

1- مراقبة البيئة: Surveillance

توجه وسائل الاتصال إلى الفرد والجماعة والمجتمع تحذيرات بالأخطار

(1) James Lull: Media, Communication, Culture a global approach, Polity Press, Great Britain, 1995, P. 94.

(2) Denis M. Quail, Mc quails' Mass Communication Theory, Op. Cit., P. 79.

القيمية، والتي قد تؤدي إلى شيوع القلق والتوتر، و تدعم من الاتصال الثقافي Cultural Communication بين الأفراد والجماعات والمجتمعات، في الوقت نفسه تسمح بالغزو الثقافي، مما يؤثر على عناصر الثقافة الأصلية وتهدد استقرار المجتمع.

2- تحقيق الترابط والتكامل الاجتماعي: Social Integration

تحرر وسائل الاتصال الفرد من الميل إلى الخصوصية، كما تشجع على التغيير والتجديد، ومن ناحية أخرى تشجع على السلبية واللامبالاة.

3- النقل الثقافي:

تدعم وسائل الاتصال من عملية الاتصال الثقافي، وتدعم عملية التكامل الثقافي من خلال التعرض المستمر للمعايير المشتركة، وتقلل من حالة تضارب القيم أو الانوميا الاجتماعية Social Anomie، ومن خلال توحيد المعايير تؤدي سلبيا الى تقليل فرص التنوع الثقافي.

4- الاستمتاع والترفيه:

تتيح وسائل الاتصال فرصة كبيرة للترويح والراحة، ومن ناحية أخرى قد تؤدي إلى إبعاد الناس عن العمل الاجتماعي والسياسي، والعزوف عن المشاركة السياسية على المستوى الفردي وزيادة السلبية⁽¹⁾.

وتعد فكرتي الوظائف واللاوظائف، والوظيفة الواضحة والكامنة، من أبرز المفاهيم التي أضافها كلاً من "بول لازارسفيلد P.Lazarsfeld"، و"روبرت ميرتون R. Merton" على التحليل الوظيفي بشكل عام، وتحليلهم لنظام الاتصال

(1) محمود عودة: أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، مرجع سابق، ص 52-56.

بوجه خاص، ويرى كلاً منهما أن نظام الاتصال يكون وظيفياً عندما يؤدي إلى التوافق والتكيف مع النسق القائم، في حين يكون لا وظيفياً حينما يؤدي إلى الانشقاق وعدم التوافق مع النسق الاجتماعي العام، وهو ما يعرف بالتحذير اللوظيفي وهو مرض اجتماعي ينتج عن وسائل الإعلام الجماهيرية Mass Media.

ويرى "ميرتون" أن الوظائف الواضحة للاتصال، تلك الوظائف المتفق عليها والمرغوب فيها، في حين تمثل الوظائف غير المرغوب فيها وغير للمتفق عليها وظائف كامنة⁽¹⁾. ويرى "ميرتون" أن وسائل الاتصال قد تؤدي إلى خفض مستوى الذوق، نتيجة لما تعرضه من برامج تتضمن عنف أو مشاهد إجرامية وإباحية، كما أنها قد ترفع من مستوى الذوق من خلال تقديمها لمواد إعلامية ترقى بسلوكيات الجمهور المتلقي مثل الدراما التليفزيونية الهادفة⁽²⁾.

ويرى "دينيس ماكويل Denis M Quail" أن وظائف الاتصال متعددة منها الإيجابي ومنها السلبي، ومن أهم تلك الوظائف ما يلي:

1. نشر المعلومات: مما يؤدي إلى خلق نسق معلوماتي حول الأحداث والأحوال في المجتمع والعالم بشكل عام، وتوضح العلاقات المتبادلة بين الدول وتسهل مهمة التجديد والتكيف والتقدم.

2. التربط: يتم من خلال الوعي بالأحداث، وضرورة المحافظة على النظام،

(1) Arnold Mattelart and Michele Mattelart: Theory of Communication: A short Introduction (Trans.) by Susan Gruenheck Taponier and James A. Cohen., Sage Publications, London, 1998, P. 29.

(2) فاطمة القليني، محمد شومان: الاتصال الجماهيري: اتجاهات نظرية ومنهجية، مرجع سابق،

مما يفرض ضرورة التساند بين السلطة الشرعية والمعايير وعمليات
التنشئة الاجتماعية وضرورة التنسيق بين الأنشطة المتباينة.

3. التماسك: يتم ذلك من خلال التأكيد على الثقافة السائدة وإعادة تنظيم
الثقافات الفرعية والتصورات الثقافية الجديدة ورفض التزييف.

4. الاستمتاع والترفيه: من خلال توفير وسائل الراحة والمتعة والتسلية
واللهو.

5. التعبئة: تتم من خلال المشاركة في الاهتمامات المجتمعية في مجالات
السياسة والتنمية والعمل⁽¹⁾.

ويرى " جيمس كاري Games Carey " أن كل وسائل الاتصال ذات معنى
طقوسي يجذب الناس معا وليس بشكل فردي، كما يؤكد على استمرارية الأشياء،
وهذا الرأي يتفق مع أحد أعلام الوظيفة المحدثون وهو " جيفيري ألكسندر
J.Alexander " حينما قال إن وسائل الاتصال تساعد الناس على رؤية المجتمع من
خلال التليفزيون وارتباطهم به وتخلق شعور بعملياته من خلال المشاركة في فهمه،
فالصورة الاتصالية تخلق من وجهة نظره بدائل وظيفية Alternatives من خلال
الاتصال الجماعي الفعلي بين المجتمعات المتباينة، وهذا الاتصال وذلك الشعور
بالانتماء ينشأ من خلال الصورة الذهنية الرمزية للوحدة والهوية القومية مثل
الأسرة العالمية Global Family، التي نشأت من خلال وسائل الاتصال،
فالالاتصال لا يؤدي فقط إلى تحقيق الشعور بالانتماء القومي "نحن" ولكن يخلق
الشعور بالتكامل المعياري القيمي من خلال توضيح ما هو مقبول وما هو خاطئ،

(1) Denis Mcquail: Mc quails' Mass Communication Theory, Op. Cit., P. 79.

ووضع حدود لما هو معيارى⁽¹⁾.

ويلاحظ الباحث فى ضوء ما تقدم أن الاتصال ووسائله سلاح ذو حدين، فقد يؤدى إلى تدعيم النزعة الفردية أو يقلل منها داعماً للنزعة الجمعية، فى حين آخر قد يؤدى إلى تماسك المجتمع ويبقى على ثقافته الأصلية، فى حين قد يساهم بنصيب كبير فى دفع عجلة التقدم وتغير القيم التقليدية وإحلال قيم حديثة جديدة فى ضوء التحديث والتجديد، ومن ناحية ثالثة قد يدعم السلبية والانعزالية وقد يدعم المشاركة ويزيد من الوعي بأهميتها، وتعتمد الدراسة الحالية على التحليل الوظيفى لوسائل الاتصال من خلال البحث عن الوظائف الإيجابية والسلبية التى تحققها القنوات الفضائية فى المجتمع.

وبالرغم من الانتقادات التى تعرض لها المنظور الوظيفى، فمزال قائماً يمارس تأثيره على أبحاث الاتصال شأنها فى ذلك شأن الأبحاث الأخرى فى ميادين علم الاجتماع، فالمنظور الوظيفى مزال يحمل العديد من الأسس النظرية التى تفيد البحث الاتصالى فى ميدان الاتصال. ويحاول الباحث خلال السطور القادمة استجلاء ملامح منظور الصراع فى رؤيته لنظام الاتصال ووسائله وتأثيراته.

ب- منظور الصراع: Conflict Perspective

منظور الصراع من المنظورات الأساسية فى علم الاجتماع، يوازي المنظور الوظيفى فى الأهمية بالنسبة للدراسات الاجتماعية، ويختلفا فى رؤيتهما للظواهر الاجتماعية، وتحليلهما للواقع الاجتماعى، فمنظور الصراع ينظر إلى المجتمع على أنه مكون من جماعات متصارعة، وانه مكون من بنائين هما:

(1) Games Curran & David Morlery and Valerie Walker dine: Cultural Studies and Communication, Op. Cit., P. 128.

أ- البناء الفوقى: **Super Structure** يضم كافة النظم الاجتماعية ما عدا النظام الاقتصادى.

ب- البناء التحتى: **Lower Structure** يضم للنظام الاقتصادى فقط.

ويؤكد منظور الصراع وفقا للرؤية الماركسية التقليدية على إن البناء التحتى هو الذى يشكل البناء الفوقى ويسيطر عليه، وينظر " كارل ماركس K.Marx " إلى وسائل الاتصال على إنها أحد مكونات البناء الفوقى، تعتمد عليها الطبقة الحاكمة فى تزييف وعى الجماهير وتشكيلهم وفقا للوجهة المرغوب فيها⁽¹⁾.

وتعتبر وسائل الاتصال إحدى وسائل الإنتاج الرأسمالى **Capitalist Production**، ويساعد احتكار الطبقة الحاكمة لوسائل الاتصال على الترويج لأفكارها، والتعبير عن مصالحها، والتقليل من أفكار الطبقات الأخرى، تلك التى تدعوا إلى التغيير وتساهم فى تنمية وعى الطبقات العاملة أو المقهورة⁽²⁾.

ويوجد فى المجتمعات الرأسمالية من وجه نظر " ماركس " طبقتان:

1- الطبقة البرجوازية: طبقة مهيمنة على وسائل الإنتاج، ومن بينها وسائل الاتصال وتستغل الطبقات الأخرى الموجودة بالمجتمع.

2- الطبقة العاملة: طبقة مستغلة من قبل الطبقة البرجوازية، تستخدم وسائل الإعلام ومؤسسات التعليم كوسائل للهيمنة الأيديولوجية، عن طريق نشر معتقداتها الأيديولوجية، وتقديم تبريرات لها من أجل مزيد من السيطرة

(1) فاطمة القلبنى، محمد شومان: الاتصال الجماهيرى: اتجاهات نظرية ومنهجية، مرجع سابق، ص 30.

(2)² طه نجم: الاتصال الجماهيرى، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1998، ص 65.

على الطبقات الأخرى⁽¹⁾.

ويرى " انطونيو جرامشي A.Gramsci " بان الطبقة الحاكمة تسعى بصورة مستمرة للحفاظ على مصادر القوة من اجل إقناع وإجبار الطبقة العاملة على الخضوع والافتتاع بأفكارها، والنظر إليها على إنها صحيحة ويجب الحفاظ عليها وتأييدها، ومن أهم مصادر القوة وسائل الاتصال⁽²⁾.

وفي بعض الأحيان تتحرر وسائل الاتصال الجماهيرى، وتتمتع باستقلالية عن النظام السياسى، مما يتيح لها دورا هاما فى تشكيل وعى طبقى Class Consciousness يساعد الطبقات المقهورة على تحولها من طبقة فى ذاتها، إلى طبقة لذاتها، أى تعى حقوقها وأهدافها، ووسائل تحقيقها⁽³⁾.

وهكذا لا تبقى وسائل الاتصال فى قبضة الطبقة المسيطرة فى كل الفترات أو فى كل الأحوال، فعندما تتمتع باستقلاليتها خلال فترة ما، فإن ذلك يساعدها على تجسيد دورا هاما فى كشف الزيف والتبريرات للخاطئة التى تدفقها الطبقة المهيمنة، وخاصة فى الوقت الحالى حيث عصر السموات المفتوحة، وتعالى صيحات حرية الرأي والتعبير، وحرية تدفق المعلومات من الداخل والخارج، مما اسهم فى بلورة وعى كونى بالأحداث الداخلية والخارجية لدى المشاهدين فى كافة أرجاء المعمورة، واصبح المواطن يحصل على المعلومات من الداخل والخارج، والخارج غالبا ما

(1) مصطفى خلف (مترجم): قراءات معاصرة فى نظرية علم الاجتماع، مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، جامعة القاهرة، 2002، ص ص 143-145.

(2) عبد الله عبد الرحمن: سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، مرجع سابق، ص 155.

(3) فاطمة القلبنى، محمد شومان: الاتصال الجماهيرى: اتجاهات نظرية ومنهجية، مرجع سابق، ص 31.

يكون أدق وأكثر واقعية.

وتؤدي وسائل الاتصال إلى حدوث الصراع بين الجماعات المتباينة ثقافياً، والتي تنتمي إلى جماعات ثقافية مختلفة، وهذا الصراع يترتب عليه وظيفة إيجابية تتمثل في إحداث نمو بنائي ثقافي واجتماعي للجماعات والمجتمعات فسي الوقت ذاته⁽¹⁾. ولقد أتاحت وسائل الاتصال للدول الكبرى فرص الدعوى لقيمتها، ومبادئها، وفلسفتها، وطريقتها في الحياة مستخدمة الدعاية، والبرامج الثقافية لاستمالة الرأي العام في الدول النامية وغير النامية⁽²⁾.

ويلاحظ الباحث في ضوء ما سبق أن القنوات الفضائية تلعب دوراً هاماً في إنكاء روح الصراع الثقافي Cultural Conflict بين الجماعات والمجتمعات المتباينة ثقافياً، مما يؤدي إلى حدوث صراع قيمي Value Conflict بين هذه المجتمعات وداخلها، نتيجة استقبالها لقيم غريبة لا تنتمي لأنماطها الثقافية، مما يؤدي إلى تغير بعض القيم وإحلال قيم أخرى بدلا منها، أو ظهور قيم جديدة لم تكن موجودة من قبل، كما أن هيمنة الدول الكبرى على وسائل الإعلام من شأنه أن يحقق لها الهيمنة ونتجها الولاءات والانتماءات إليها، ويعيش المواطن داخل مجتمعه مغتربا نتيجة بعده الثقافي عن ثقافته القومية التي غابت في خضم الثورة الاتصالية المتنامية، والتي لا تلاحقها وسائل الاتصال القومية. وهذا ما تحاول الدراسة الحالية التعرف عليه.

(1) جلال مدبولي: الاتصال الإنساني والتنمية، دار الثقافة العربية، القاهرة، 1991، ص 63.

(2)² سامية خضر: الشخصية المصرية: تحديات الواقع والمستقبل المنظور، مرجع سابق، ص

ثانياً: المدخل الإعلامي:

أ- نظرية الاستخدامات والامتيازات: Uses and Gratifications Theory

ظهرت نظرية الاستخدامات والامتيازات في عقد السبعينات من القرن العشرين، ولقد مارست تأثيراً قوياً على أجندة البحث الدولي لسنوات عديدة، ولهذه النظرية رؤية تفاؤلية حول تأثير وسائل الاتصال، حيث تحدد النظرية التقليدية في رؤيتها التشاؤمية لتأثير وسائل الاتصال على الجمهور، وتذهب إلى القول بأن جمهور وسائل الاتصال ليس جمهوراً سلبياً، وليسوا ضحايا لوسائل الاتصال، بل هم إيجابيين يستخدمون وسائل الاتصال لإشباع حاجات إنسانية معينة⁽¹⁾.

ويذهب أنصار نظرية الاستخدامات أمثال " دينيس ماكويل Denis Mcquail " و"جاي بولمر Jay Bulmler " على نحو معارض للرؤية التقليدية التي تصف جمهور وسائل الاتصال بالسلبية، وعدم القدرة على النقاش والجدل، وضعف رؤيتهم النقدية، وتهتم نظرية الاستخدامات بمستقبل الرسائل الاتصالية أكثر من اهتمامها بكيفية صناعة الرسالة الإعلامية، وتحاول الكشف عن مدى استخدام الجماهير وسائل الاتصال لإشباع حاجاتهم.

وتتعلق هذه النظرية من فرضية أن أغلب الاستجابات نحو وسائل الاتصال ناجمة عن رغبة ذاتية، يتم التعبير عنها في صورتى الرقص والقبول لبعض البرامج دون غيرها، لأسباب متباينة ويشاهدونها في أوقات وبأشكال متباينة أيضاً⁽²⁾. وتشتمل نظريات الاستخدامات والامتيازات على أبعاد سيكولوجية،

(1) Games Lull, Media, Communication, Cultural: A global a approach, Polity Press, Great Britain, 1995, P. 90.

(2) James Watson: Media Communication: an Introduction to Theory and Process, Macmillan Press, London, 1995, P. 62.

واجتماعية، وثقافية ترتبط بحاجات ودوافع الجمهور.

وتقوم نظرية الاستخدامات على الافتراضات الآتية:

1- يتم اختيار مضمون وسائل الاتصال بطريقة عقلانية Rational موجهة نحو تحقيق أهداف معينة وإشباعات محددة أيضاً.

2- إن جمهور وسائل الاتصال على وعى بمدى العلاقة بين وسائل الاتصال وإشباع الحاجات المرتبطة بالظروف الشخصية والاجتماعية والتي يمكن التعبير عنها بمفهوم للدوافع.

3- إن النقاش الحر والمنفعة الشخصية يمثلان حاجات حتمية ذات أهمية عن العوامل الأخلاقية والثقافية لدى الجمهور.

4- يمكن قياس دوافع المشاهدين والإشباعات المحققة لهم وكذلك الاختيارات الإعلامية ومتغيرات الخلفية المرجعية Background⁽¹⁾.

وفي بحث لكلاً من " بولمر، وكاتز Katz " قدما وصفاً تفصيلياً لطبيعة الحاجات التي تشبعها وسائل الاتصال، وفيما يلي عرض موجز لهذه الحاجات التي تشبعها وسائل الاتصال.

(1) التسلية: Diversion

يرى " بولمر، وكاتز " أننا نستخدم وسائل الاتصال للهروب من روتين الحياة، والهروب Escape من نطاق المشكلات الشخصية، ولتقليل التوتر والاضطرابات حتى في حالة مشاهدة برامج الجريمة فإنها تفيدنا في تحديد الكيفية التي يمكن من

(1) Denis Mcquail, Mcquails' Mass Communication Theory, Op. Cit., PP. 386-387.

خلالها يتم تحقيق الأمن في حجرات معيشتنا⁽¹⁾.

(2) تكوين العلاقات الشخصية: Personal Relation ship

تمد وسائل الاتصال الجمهور بالكثير من المعلومات عن شخصيات درامية أو واقعية، أكثر ما تمد الجمهور بمعلومات عن نفسه، مما يخلق لديه معرفة أكثر بالآخرين، وتجذبنا نحو محاولة التعرف على أخبارهم في كل مكان، فهي تخلق صداقة بين الجمهور والشخصيات الدرامية أو بتعبير آخر تخلق عملية تفاعل اجتماعي خارجي External Social Interactive.

(3) الهوية الشخصية: Personal Identity

تعمل للدراما التليفزيونية بكافة أشكالها على نقل الهوية الشخصية وتقديم أسلوب حياة وطريقة سريعة لتقييم قراراتنا، فالعمل الدرامي يعرض علينا مشكلات قد لا تتعلق بنا، ولكن قد نواجهها مشكلة مماثلة في وقت ما، ومن خلال متابعتنا للطريقة التي نتعامل بها الشخصيات الدرامية مع المشكلات وتحدياتهم الحياتية (كالبطالة - المرض - هجر الحبيب - خيبة الأمل) يمكننا أن نصبح من تصرفاتنا وقراراتنا بما يتماشى مع الحل الصحيح ونتأكد من مدى صحة رؤيتنا وقيمنا، ومن خلال استجابتنا فإننا نشارك للملايين من البشر عبر العالم، في أسلوب حياة صنعه التليفزيون.

(4) مراقبة البيئة الخارجية: Surveillance

تمدنا وسائل الاتصال بمعلومات حول العالم يمكننا رؤية العالم كله من خلالها⁽²⁾.

(1) James Watson: Media Communication: an Introduction to Theory and Process, Op. Cit., PP. 62 - 63.

(2) James Watson: Media Communication: an Introduction to Theory and Process, Op. Cit., PP. 63 - 64.

وفي ضوء ما سبق نجد أن لوسائل الاتصال أهمية كبيرة، فهي ذات تأثيرات إيجابية وسلبية، وكلاهما يتوقف على المستخدم "الجمهور" نفسه.

النقد الموجه لنظرية الاستخدامات والامتيازات:

تعرضت هذه النظرية للنقد، نظراً لنزعتها الوظيفية السلوكية، ونظراً لعدم توصلها إلى تنبؤات ناجحة، كما أنها لم تقدم تفسير سببي يوضح أسباب اختيار وسيلة معينة، فالعلاقة بينهم ضعيفة وغير مؤكدة. ومن ناحية أخرى فمقولة أن سلوك الجماهير يسترشد بدوافع معينة قول محل جدل ونقاش، حيث يرى أحد الباحثين إن بعض جمهور وسائل الاتصال قد يختار برنامجاً معيناً مسترشداً بالأطر المرجعية* في حين يتعرض الآخرون لنفس البرنامج أو لغيره كعادة بدون دوافع⁽¹⁾.

ب- نظرية الغرس الثقافي Cultivation Theory

مقدمة:

نظرية الغرس الثقافي من النظريات الحديثة في دراسة تأثير وسائل الاتصال، تعكس إسهامات علماء الاجتماع والإعلام في بحوث الاتصال الجماهيري، ويتناول الباحث النظرية في ضوء العناصر التالية:

أولاً: الأصول الاجتماعية والفكرية لنظرية الغرس الثقافي.

ثانياً: سيطرة التليفزيون في ضوء نظرية الغرس الثقافي.

ثالثاً: مفاهيم نظرية الغرس الاجتماعي.

(*) الأطر المرجعية: مجموعة الأفكار والقيم والاهتمامات والدوافع التي لدى الفرد وتؤثر على سلوكياته في المواقف الحياتية المختلفة.

(1) Denis Mcquail: Mcquails' Mass Communication Theory, Op. Cit., P.388.

رابعًا: فروض نظرية الغرس الثقافي.

خامسًا: مناهج نظرية الغرس الثقافي.

سادسًا: رؤية نقدية لنظرية الغرس الثقافي.

وفيما يلي يتناول الباحث بشيء من التفاصيل هذه العناصر.

أولاً: الأصول الاجتماعية والفكرية لنظرية الغرس الثقافي:

انتابت الولايات المتحدة الأمريكية موجه من الاضطرابات وزيادة في جرائم العنف وتغيرات في أنساق القيم، دفعت الرأي العام الأمريكي إلى الضغط على الكونجرس ليقدّم حلاً لتلك الظروف، وتم توفير الدعم المادي اللازم للقيام بالأبحاث لتقصي الحقائق حول هذه الظروف، من قبل بعض الهيئات والمعاهد القومية الأمريكية، في ذات الوقت تعالت الأصوات بأن وسائل الاتصال وخاصة التليفزيون هو المسئول الأول عن هذه الظروف، لذا اتجهت الأبحاث نحو تناول تأثيرات التليفزيون في بعض المجالات الاجتماعية كالـتعليم والصحة والسلوك الانحرافي، وتم طباعة حوالي 60 دراسة في خمس مجلدات عام 1971 تحت عنوان "التليفزيون والسلوك الاجتماعي"⁽¹⁾.

وكان من هؤلاء الباحثين " لاري كروز Lary Cross"، و" ميشيل مورجان Michael Morgan"، و" نانسي سجنوريالى Nancy Signorialli"، و"جورج جربنر G. Grebener" وجميعهم من مدرسة أنبرج للاتصال بجامعة بنسلفانيا، وكانت أبحاثهم تدور حول الطريقة التي تؤثر بها وسائل الاتصال على رؤية

(1) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 1997،

أعضاء المجتمع للواقع والعالم الخارجي، واستغرقت هذه الأبحاث ثلاثة عقود، حاول الباحثون من خلالها للكشف عن الروابط المحتملة بين كثافة المشاهدة التليفزيونية وقصص الغرس الثقافي⁽¹⁾.

ثانياً: سلطوية التليفزيون في ضوء نظرية الغرس الثقافي:

ناقش "جربنر" كيف أصبح التليفزيون ذو سلطة ثقافية مركزية في المجتمع الأمريكي، موضحاً كيف أنه أضحي عضواً أساسياً في كل أسرة، فهو مصدر الأخبار والروايات في كل الأوقات⁽²⁾. فالتليفزيون يفرض بيئة رمزية بديلة للواقع الاجتماعي من خلال رسائله، وهذه البيئة تساعد الناس على الانسجام والاقتراب منها، حيث تغرس معايير وقيم وسلوكيات جديدة مكان قيم ومعايير الواقع المعاش، فالتليفزيون ليس مجرد نافذة ينظر من خلالها الجمهور بل يعكس العالم الخارجي نفسه، ويعمل التليفزيون على تدعيم قيم وسلوكيات ومعتقدات قد تكون مطلوبة بالنسبة للمجتمع، ومن الممكن أن يفرض قيم وسلوكيات ومعتقدات من الخارج⁽³⁾.

ثالثاً: المفاهيم المرتبطة بنظرية الغرس الثقافي:

ترتبط بنظرية الغرس الثقافي بعض المفاهيم من أبرزها الغرس الثقافي، والاتجاه السائد، والرنين أو الصدى، ويحاول الباحث عرض نبذة مختصرة عن كل مفهوم.

(1) Games Watson: Media Communication: an Introduction to Theory and Process, Op. Cit., PP. 67 – 68.

(2) W. J. Severin & G. W. Tankard: Communication Theories, Origins, Method and Uses, Op. Cit., P. 249.

(3) Denis Mcquail: Mcquails' Mass Communication Theory, Op. Cit., PP. 264 – 265.

1- مفهوم الغرس الثقافي:

الغرس الثقافي (عملية تعلم تحدث بطريقة عرضية نتيجة التعرض المكثف لوسائل الاتصال الجماهيري وخاصة التليفزيون لما له من تأثير على المشاهد عن طريق غرس وإتماء أفكار واتجاهات وصور ذهنية عن العالم المحيط به)⁽¹⁾. كما يعرف "جربنر" الغرس الثقافي بأنه (عملية اكتساب المعرفة أو السلوك من خلال الوسط الثقافي الذي يعيش فيه الإنسان)⁽²⁾.

هذا وتعد نظرية الغرس الثقافي تفسيراً نظرياً لدور وسائل الاتصال كوسيط للتنشئة الاجتماعية، وتحقق عملية الغرس أهداف عملية التنشئة الاجتماعية، من خلال إكساب الفرد الاتجاهات والقيم والسلوكيات المناسبة لدوره الاجتماعي، لتمكينه من مسايرة جماعته الاجتماعية والتوافق معها، وتكسيبه الطابع الاجتماعي، وتيسر له الاندماج في الحياة الاجتماعية، وقد عرفت هذه النظرية في الولايات المتحدة الأمريكية بنظرية الأعراف أو القيم الثقافية Cultural Morels⁽³⁾.

2- مفهوم الاتجاه السائد: Main Stream

ظهر مفهوم الاتجاه السائد كرد فعل للنقد الذي تعرضت له نظرية الغرس الثقافي من قبل النقاد نظراً لعدم أخذها العوامل الاجتماعية في الاعتبار، وتركيزها على كثافة المشاهدة فقط، ويظهر الاتجاه السائد عندما تتقارب وجهات نظر

(1) سوزان القليني: الإعلام الدولي، ط2، دن، دت، 2000، ص46.

(2) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص264.

(3) أمانى السيد فهمي: "الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتليفزيون"، جامعة القاهرة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع6 - أكتوبر - ديسمبر، 1999، ص221.

المشاهدين عبر جماعات اجتماعية مختلفة⁽¹⁾. ويترتب على الاتجاه السائد تلاحشي الاختلافات الناجمة عن العوامل الاجتماعية (السن - النوع - التعليم - المكانة الاجتماعية والاقتصادية) بين الأفراد كثيفي المشاهدة⁽²⁾.

ويتحقق الاتجاه السائد في ضوء ما سبق من خلال ثلاثة عمليات هي:

- 1- **الإذابة: Blurs** يقصد بها عملية إخفاء التمايزات الاجتماعية التقليدية.
- 2- **التوليف: Blends** يقصد بها عملية دمج الجماعات المتباعدة في اتجاه واحد.

- 3- **التشكيل: Bends** يقصد بها عملية تحقيق الاتفاق القيمي من خلال توحيد اهتمامات الوسيلة نحو الاتجاه الذي يهتم به التليفزيون⁽³⁾.

ويعرف الاتجاه السائد بأنه هو "التجانس بين الأفراد ذو درجة الكثافة العالية في المشاهدة التليفزيونية في اكتساب الخصائص الثقافية المشتركة للمجتمع التي يقدمها التليفزيون كقناة ثقافية حديثة". وبالتالي يمكننا الكشف عن التباين في إدراك العالم الخارجي بين الذين يشاهدون التليفزيون بدرجة أقل من الذين يشاهدون بدرجة أكبر، ويقترّب مفهوم الاتجاه السائد لدى جربنر من وجهة نظر الباحث من مفهوم للضمير الجمعي لدى "توركاييم".

(1) W. J. Severin & G. W. Tankard: Communication Theories, Orgions, Method and Uses, Op. Cit., P. 250.

(2) J. R. Dominick: The Dynamics of Mass Communication, Op. Cit., P. 537.

(3) James Watson: Media Communication: an Introduction to Theory and Process, Op. Cit., PP. 67.

2- مفهوم الرنين أو رجع الصدى: Resonance

يقصد به التأثيرات المضافة عن المشاهدة بجانب الخبرات الأصلية الموجودة فعلاً لدى المشاهدين، ويمكن للمشاهدة أن تؤكد الخبرات السابقة للفرد من خلال استدعائها بالأعمال التليفزيونية سواء كانت إيجابية أو سلبية⁽¹⁾.

رابعاً: فروض نظرية الغرس الثقافي:

يرى أنصار نظرية الغرس الثقافي أن كثافة المشاهدة تعمل على غرس القيم والمعتقدات بطريقة مماثلة بين جماعات متباعدة ومتفاوتة بشكل يجعلها أكثر تجانساً، وذلك من خلال الصورة التليفزيونية التي تعمل على غرس القيم الثقافية والأيدولوجية والرؤى حول العالم، مما يؤدي إلى تقارب رؤى الناس حول الواقع ورؤى وسائل الاتصال.

واستناداً إلى ما سبق تفترض نظرية الغرس وجود علاقة إيجابية بين كثافة المشاهدة وغرس القيم والاتجاهات التي يعكسها مضمون البرامج التليفزيونية⁽²⁾.

وتؤدي مشاهدة التليفزيون بشكل تدريجي إلى تبني المعتقدات والقيم التي تقدمها البرامج التليفزيونية حول الواقع الاجتماعي⁽³⁾، ولقد تم تحليل هذه الدراسات على المستوى القومي والعالمي وركز الباحثون على تأثيرات المدى الطويل دون المدى القصير⁽⁴⁾ ويعد " ميشيل مورجان M.Morgan " من أبرز الباحثين الذين

(1) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 265.

(2) Games Watson: Media Communication: an Introduction to Theory and Process, Op. Cit., P. 67.

(3) Denis Mcquail: Mcquails' Mass Communication Theory, Op. Cit., P. 466.

(4) Joseph R. Dominick: The Dynamics of Mass Communication, Op. Cit., P. 533.

اهتموا بدراسة تأثير المشاهدة التليفزيونية على المشاهد الدولي باختلافات السياسات والثقافات الدولية⁽¹⁾.

كما تفترض نظرية الغرس أن للتليفزيون يؤدي إلى تقارب الرؤى لدى المشاهدين وإلى تلاشي الاختلافات كما تؤدي إلى تشكيل الاتجاه السائد، ولقد اتخذ الباحثين منهجان لدراسة فروض نظرية الغرس على النحو التالي.

خامسا: مناهج نظرية الغرس الثقافي:

اعتمد الباحثون في اختبارهم لقضايا النظرية على منهجين أساسيين، تحليل المضمون Content Analsysis، والمسح الاجتماعي Social Survey. ويستخدم المنهج الأول لتحليل البرامج التليفزيونية من أجل تحديد القضايا السائدة والمهيمنة في البرامج، والتي من المحتمل أن يكون لها تأثير على الجمهور. ويستخدم المنهج الثاني لتحديد تأثير التعرض المكثف لبرامج التليفزيون على المشاهدين من خلال تحليل إجابات الجمهور، والتي تنقسم إلى شكلين من الإجابات:

أ. إجابات التليفزيون: T. V Answers

وهي إجابات مرتبطة بالصورة المقدمة عن العالم الحقيقي من وجهة نظر التليفزيون.

ب. إجابات الواقع: Real answers

وهي إجابات ممثلة للمواقف في الحياة الواقعية الفعلية للجمهور.

وخير مثال على ذلك يمكن أن نتعرف عليه من خلال ما قدمه "جربنر"

(1) سوزان القليني: الإعلام الدولي، مرجع سابق، ص 46.

وزملائه في دراستهم من تساؤلات وكان من بينها تساؤل حول نسبة الشخصيات النسائية للعامة في مجال القضاء ومكافحة الجريمة، وكانت الإجابة التليفزيونية التي قدمها للباحثون من خلال تحليل المضمون للبرامج 10% أما الإجابة الواقعية فهي 1%، ولاحظ الباحثون أن إجابات كثيفي المشاهدة جاءت ممثلة لإجابة التليفزيون 10%، في حين كانت إجابة قليلة المشاهدة ممثلة للواقع الفعلي⁽¹⁾.

سادساً: رؤية نقدية تحليلية لنظرية الغرس الثقافي:

لاقت نظرية الغرس الثقافي تأييد من بعض الباحثين، كما تعرضت للنقد من البعض الآخر، فلم تكن النتائج التي توصل إليها "جربنر" وزملائه مرضية لكل الباحثين، فلقد تعرض بحثه للنقد من قبل أحد النقاد الذي وصف بحث "جربنر" بأنه عمل غير كاف لا يمكن من خلاله التحكم في المتغيرات الديموجرافية، والتي من الممكن أن تجعل الغرس ضئيل جداً وهو ما دفع "جربنر" إلى مفهوم الاتجاه المساند⁽²⁾، كما أن الاهتمام المتزايد بالتأثيرات أدى إلى عدم الاهتمام بنوعية البرامج التي يتم مشاهدتها⁽³⁾.

ولقد دفع هذا كل من "روبن Robin"، و"بارس Pars"، و"تايلور Taylor" إلى الشك في عمومية نتائج كثافة المشاهدة، بالرغم من تأكيدهم على وجود تأثيرات للمشاهدة، إلا أن هذه التأثيرات ترتبط بنوعية البرامج، فمشاهدي البرامج الصباحية أكثر إدراكاً للغيرية، والإيثارية، والثقة بالآخرين، ومشاهدي البرامج الدرامية المسائية أكثر اهتماماً بأصحاب النفوذ للسياسي، ففي حين نجد أن مشاهدي

(1) Joseph R. Dominick: The Dynamics of Mass Communication, Op. Cit., P. 466.

(2) W. J. Severin & G. W. Tankard: Communication Theories, Op. Cit., P. 250.

(3) سوزان القليني: الإعلام الدولي، مرجع سابق، ص 48.

المغامرات والأحداث أكثر شعورًا بالأمن، كما لاحظ أن المشاهدة النشطة لها دور فعال في تحديد تأثيرات الغرس الثقافي (1).

ومن ناحية المنهج المستخدم، فإن الاعتماد على المسح بالعينات ينتابه الشك في إمكانية الاعتماد على هذه النتائج ومحاولة تعميمها على كل الجماعات والثقافات، ولم تحدد لها أطر نظرية ومنهجية خاصة أكثر من كونها مجرد فروض مستقاة من النظرية الكلية لدور وسائل الاتصال في بناء الأفكار والمعاني كأداة من أدوات التفاعل الرمزي داخل المجتمعات (2).

وأخيرًا نجد أن أنصار نظرية الغرس الثقافي ينظرون للإنسان نظرة سلبية، على اعتبار أنه من وجهة نظر أنصارها مستسلم وبدون إرادة ويقبل ما يقدمه التليفزيون دون مناقشة أو تحليل متجاهلين القدرة الانتقائية للبرامج لدى المشاهد، كما تصور التليفزيون على أنه كائن سلطوي لا يقهر من قبل المجتمع أو الجمهور وتقترب من الحتمية التليفزيونية وتدخل أيضًا ضمن نظريات التأثير القوي لوسائل الإعلام (3).

وبالرغم من النقد الذي تعرضت له نظرية الغرس في مجتمعات مختلفة، إلا أن ذلك لا يقلل من أهمية النظرية في التراث العلمي لدراسة وسائل الاتصال الجماهيري.

(1) Games Watson: Media Communication, Op. Cit., P. 250.

(2) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 269 - 272.

(3) جمال جاسم: "نشأة المداخل العلمية لدراسة تأثير وسائل الإعلام وتطورها: دراسة نقدية تحليلية"، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، مجلس النشر العلمي، ع(46)، لسنة الثانية عشر، شتاء، الكويت، 1994، ص 168.

تعقيب:

لقد استفاد الباحث من المنظورات السابقة كل الاستفادة، فمن المنظور الوظيفي استفاد من فرضية أن نظام الاتصال يؤدي وظائف متعددة تساعد على استمرار النظام وتكامله في حال كونها إيجابية، كما استفاد من منظور الصراع في فرضية انه يؤدي إلى الصراع الذي يؤدي بدوره الى التغير نتيجة لبعض الوظائف السلبية التي يحققها نظام الاتصال في المجتمع، كما استفاد الباحث من نظرية الاستمالات والاستخدامات في التعرف على الاشباعات التي يحققها نظام الاتصال في المجتمع، كما استفاد الباحث من نظرية الغرس الثقافي في فرضها الرئيسي القائل بوجود علاقة بين كثافة التعرض وغرس القيم.

الفصل الثالث

استعراض نقدي

لدراسات السابقة

مقدمة

أولاً: دراسات تناولت تأثير مشاهدة القنوات الفضائية
على القيم

ثانياً: دراسات تناولت تأثير مشاهدة القنوات الفضائية
على التنشئة والمشاركة السياسية

ثالثاً: دراسات تناولت تأثير مشاهدة القنوات الفضائية
على الثقافة

رابعاً: دراسات تناولت تأثير مشاهدة القنوات
الفضائية على مدى رضا المشاهدين عن
التليفزيون

خامساً: تعقيب على الدراسات السابقة

الفصل الثالث

استعراض نقدي للدراسات السابقة

مقدمة:

يهدف هذا الفصل إلى تقديم رؤية نقدية للدراسات السابقة، حيث تعد عملية تحليل الدراسات السابقة من الخطوات المهمة في البحث الاجتماعي، وضرورة بحثية تفرض على الباحث الالتزام بالموضوعية في تناوله الجهود السابقة، التي اقتربت من موضوع بحثه، سواء كانت تلك الأبحاث، أو تلك الدراسات تم نشرها في دوريات علمية، أو جاءت في صورة رسائل ماجستير، أو دكتوراه منشورة، أو غير منشورة.

وعندما يتعرض الباحث لمثل هذه الأبحاث، فإنه يتناولها بالتحليل والنقد للوقوف على الجوانب التي درست في الظاهرة، وتلك التي لم تدرس بعد، أو تلك التي هي موضع خلاف. ومن ثم يسعى الباحث نحو إيجاد حلول لتلك المشكلات أو توصيف لبعض جوانب الظاهرة⁽¹⁾. وهذا التوجه يحقق سمة مهمة من سمات العلم، وهي السمة التراكمية، فالبحث العلمي حلقات متواصلة لا ينتهي بالوصول إلى نتائج معينة، بل يبدأ من حيث أنتهى الآخرون، ويضع بدايات لأبحاث أخرى في حاجة إلى مزيد من الدراسة.

ولقد اختلف الباحثين فيما بينهم حول هذه القضية وهناك رأيان:-

الأول: يؤكد على ضرورة تناول موضوع جديد لم يطرق من قبل.

الثاني: يؤكد على ضرورة تناول موضوعات سبق تناولها من أجل التأكد من

(1) عبد الباسط حسن: أصول البحث الاجتماعي، مكتبة وهبه، القاهرة، ط12، 1998، ص 158.

صدق نتائجها في مجتمعات أخرى⁽¹⁾. وأيا كان الوضع، فالاطلاع على البحوث والدراسات المسابقة يفيد الباحثين في القضايا التالية:-

1- بلورة مشكلة البحث وتحديد أبعادها، مما يجنب التكرار والوقوع في مزالق الآخرين.

2- تمنح الباحثين فرصة أكبر للإلمام بالأطر النظرية، والقروض العلمية التي اعتمد عليها الباحثون السابقون، مما يعطيهم طمأنينة في التقدم بأبحاثهم معتمدين على ما زودتهم به هذه الأبحاث من أفكار.

3- تزويد الباحثين بالأدوات المنهجية اللازمة والمناسبة لموضوع بحثهم.

4- تزويد الباحثين بالكثير من المصادر والمراجع المهمة لموضوع بحثهم⁽²⁾.

ولقد حظيت ظاهرة القنوات الفضائية باهتمام العديد من الخبراء والباحثين في تخصصات علمية مختلفة، كعلم النفس، وعلم الاجتماع، وعلم الإعلام، والانتروبولوجيا، إلا أن الطابع الإعلامي قد غلب على هذه الأبحاث وتلك الدراسات، ومن ناحية أخرى لقد أجرى الباحثون هذه الدراسات في مجتمعات متباينة منها المتقدمة والنامية، والأخيرة هي الأكثر تضررا من الناحية الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية.

وبالرغم من ضخامة الجهود، إلا أن حجم التأثير الناجم عن انتشار الفضائيات اضخم بكثير من تلك الجهود، كما أن تلك الأبحاث في تناولها للقنوات الفضائية، قد

(1) نفس المرجع السابق، ص 159.

(2) نوقان عبيدات وآخرون: البحث العلمي: مفهومه - أدواته - أساليبه، دار الفكر للنشر

والتوزيع، عمان، 1990، ص ص 74-75.

اهتمت بجوانب غير تلك التي يسعى الباحث إلى دراستها، ويتناول الباحث الدراسات السابقة في ضوء مجموعة من الأبعاد وهي كالآتي:-

1- مشكلة الدراسة وأهدافها.

2- تساؤلات الدراسة وفروضها.

3- البناء المنهجي للدراسة.

4- النتائج التي توصلت إليها الدراسة.

5- تحليل نقدي للدراسة في ضوء أهداف الدراسة الحالية.

ويرى الباحث انه بمسح التراث البحثي، تبين أن هناك عدة دراسات ارتبطت بشكل مباشر أو غير مباشر بموضوع الدراسة، ويمكن تصنيفها في أربعة أقسام على النحو التالي:-

أولاً: دراسات تناولت تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على القيم:

الدراسة الأولى

" تأثير مضمون القنوات الفضائية

على النسق القيمي في الريف المصري⁽¹⁾ "

مشكلة الدراسة:

تتجسد مشكلة الدراسة في معرفة تأثير مضمون القنوات الفضائية على إدراك المشاهدين- في إحدى القرى بصعيد مصر- للنسق القيمي الذي تقدمه برامج القنوات الفضائية.

فروض الدراسة:

- 1- تؤثر عدد ساعات المشاهدة على إدراك المشاهدين للنسق القيمي الذي تقدمه برامج القنوات الفضائية.
- 2- هناك علاقة دالة إحصائية بين نوافع للمشاهدة، وإدراك المشاهدين للنسق القيمي الذي تقدمه برامج القنوات الفضائية.
- 3- تؤثر نوعية المضمون على إدراك المشاهدين للنسق القيمي الذي تقدمه برامج القنوات الفضائية.
- 4- يؤثر المستوى الاجتماعي الاقتصادي على إدراك المشاهدين للنسق القيمي الذي تقدمه برامج القنوات الفضائية.
- 5- يؤثر المستوى التعليمي على إدراك المشاهدين للنسق القيمي الذي تقدمه برامج القنوات الفضائية.

(1) صابر سليمان عسران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري، مجلة كلية الآداب، جامعة الزقازيق، ع 184، 1997.

6- الذكور أكثر إدراكاً للنسق القيمي الذي تقدمه برامج القنوات الفضائية من الإناث.

7- كبار السن أقل إدراكاً للنسق القيمي الذي تقدمه برامج القنوات الفضائية من صغار السن.

البناء المنهجي للدراسة:-

أ- المنهج: يعتمد البحث على منهج المسح الاجتماعي.

ب- الأدوات: يستخدم الباحث الاستبيان كأداة لجمع البيانات⁽¹⁾.

نتائج الدراسة:-

كشفت نتائج الدراسة عن عدم وجود علاقة بين كثافة المشاهدة، وبين إدراك المشاهدين للنسق القيمي الذي تقدمه برامج القنوات الفضائية. وهذا ما يؤكد خطأ الفرض الرئيسي لنظرية الغرس للتقاضي.

تبين من نتائج الدراسة أن هناك علاقة بين نوافع المشاهدة، وإدراك المشاهدين للنسق القيمي الذي تقدمه القنوات الفضائية، وكذلك العلاقة بين مضمون البرامج والنسق القيمي المقدم من خلالها.

أوضحت الدراسة وجود علاقة بين المستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي ومدى إدراك المشاهد للنسق القيمي الذي تقدمه برامج القنوات الفضائية.

أوضحت للدراسة أن صغار السن والذكور أكثر إدراكاً للنسق القيمي المقدم

(1) نفس المرجع السابق، ص ص 260 - 263.

في برامج القنوات الفضائية من الإناث وكبار السن⁽¹⁾.

رؤية نقدية:

لقد اتجهت الدراسة نحو اختبار فروض نظرية الغرس الثقافي، ولقد تمكن الباحث من إثبات معظم فروض الدراسة، فيما عدا الفرض الأول الذي يربط بين كثافة المشاهدة ودرجة التأثير، وهذه الدراسة السابقة بالرغم من كونها دراسة تحليلية متعمقة، إلا إنها اكتفت بمعرفة التأثير على المستوى الإدراكي، دون الخوض في مدى التشبع بهذه القيم، ومعرفة تأثيرها على سلوكيات الأفراد. وهذا ما نتجته الدراسة الحالية نحو تحقيقه، كما أن الدراسة السابقة، قد اختبرت بعض من فروض نظرية الغرس الثقافي في المجتمع الريفي، فإن الدراسة الحالية تختبر بعض فروض نظرية الغرس في المجتمع الحضري.

(1) صابر سليمان عسران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف

المصري، مرجع سابق، ص ص 265-287.

الدراسة الثقافية

القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية

وأنماط السلوك الاستهلاكي

في المجتمع السعودي 1998 - 1418 هـ⁽¹⁾

مشكلة الدراسة وأهدافها:

تهدف الدراسة إلى التعرف على التأثيرات الاجتماعية والاقتصادية لاستقبال البث المباشر عبر القنوات الفضائية في المجتمع السعودي، وخاصة في مجال أنماط القيم الاجتماعية، وأنماط السلوك الاستهلاكي، ومن ثم فهي تهدف إلى:

- 1- تقديم فهم سوسيولوجي للعوامل التي تدفع السعوديين لاقتناء أجهزة استقبال البث المباشر، وما يرتبط بها من تفضيلات في المشاهدة وأنماطها وعاداتها.
- 2- التعرف على التأثيرات الناجمة عن مشاهدة ما تبثه القنوات الفضائية في مجال أنماط القيم الاجتماعية، وأنماط السلوك الاستهلاكي وحدود هذه التأثيرات ومداهها في المجتمع السعودي.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما الأسباب والدوافع المسئولة عن اقتناء المواطنين السعوديين وحيازتهم لأجهزة الهوائيات؟
- 2- ما للتفضيلات الشائعة في المشاهدة فيما بين ما تبثه القنوات الفضائية لدى المواطنين السعوديين؟

(1) فارس بن محمد الغزي، عبد الله محمد حسين: " القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكي في المجتمع السعودي 1998 - 1418 هـ "، مجلة الخدمة الاجتماعية، ع 10، للقاهرة، 1999.

3- ما حجم الفترات الزمنية التي يستغرقها السعوديين في مشاهدة القنوات الفضائية؟ وما هي أنماط وعادات مشاهدتهم؟

4- ما التغيرات التي طرأت على الأسرة السعودية بكل أشكالها ومستويات وجودها من جراء حيازتهم لأجهزة استقبال للفضائيات ومشاهدة ما تبثه؟

5- هل ثمة تغيرات طرأت على الأنماط الاستهلاكية للسعوديين بفعل مشاهدة ما تبثه القنوات الفضائية؟

6- ما الجوانب الإيجابية والسلبية التي لاحظتها، ورصدها السعوديين المترتبة على شيوع اقتناء أجهزة استقبال للفضائيات ومشاهدة ما تبثه⁽¹⁾؟

7- هل أثرت مشاهدة القنوات الفضائية والانقطاع لها على معدلات الإنتاجية والتحصيل الدراسي في المجتمع السعودي⁽²⁾؟

البناء المنهجي للدراسة:

أ- المنهج: لقد استخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي بالعينة

ب- الأدوات: استمارة المقابلة على عينة مساحية تتكون من 100 فرد⁽³⁾.

نتائج الدراسة:

1. توصلت الدراسة إلى أن من أهم أسباب اقتناء الهوائيات لدى السعوديين هو معرفة ما يحدث في الخارج، ومشاهدة البرامج العلمية والثقافية، ورغبة في

(1) نفس المرجع السابق، ص 321-326.

(2) فارس بن محمد الغزي، عبد الله محمد حسين: "القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكي في المجتمع السعودي"، مرجع سابق، ص 337.

(3)³ نفس المرجع السابق، ص 343.

- اكتساب خبرات وتجارب ومهارات جديدة، وإيقاء الأبناء في الداخل، والاستفادة مما تقدمه في مجال العمل، وتحسين مستواهم في اللغة الأجنبية.
2. كشفت نتائج الدراسة أن 60% من أفراد العينة يفضلون الجمع بين المشاهدة الفردية والجماعية للقنوات الفضائية، في حين أن 29% من أفراد العينة يفضلون المشاهدة الجماعية، و 11% يفضلون المشاهدة للفردية.
3. كشفت نتائج الدراسة عن أن أصحاب المشاهدة الجماعية يفضلون مشاهدة للفتيات الإخبارية، والبرامج الثقافية، والرياضية، والأفلام، والمسلسلات، والحفلات، في حين يفضل أصحاب المشاهدة الفردية تمثيلات السهرة، والبرامج العلمية، والمصارعة الحرة، وأنواع خاصة من الأفلام⁽¹⁾.
4. كشفت نتائج الدراسة عن أن من أهم التغيرات التي لحقت بالأسرة نتيجة اختفاء الهوائيات، اتساع أفق الأسرة، وتغير أساليب التفكير، وتغير نظرة الأفراد نحو العالم المحيط بهم كنواحي إيجابية، في حين تحولت الأسرة إلى بيئة ثانوية وليست أولية.
5. كشفت نتائج الدراسة عن أن الفضائيات تؤدي إلى القيم الإيجابية الآتية:
- أ. اتساع الأفق، وتغير للنظر نحو العالم، ونضج الوعي.
- ب. تحقيق التواصل مع الحضارات.
- ج. ترسيخ قيم التسامح وقبول الحق في الاختلاف والتعايش مع الآخر.
6. كشفت نتائج الدراسة عن أن القنوات الفضائية تؤدي إلى شيوع القيم السلبية الآتية:

(1) نفس المرجع السابق، ص ص 260 - 355.

- زيادة حدة الغريزة الجنسية لدى الشباب.
 - التقليد الأعمى للقيم الغربية.
 - الانحلال الخلقي في المجتمع.
 - للرغبة الدائمة في الهجرة.
 - تنحى المستوى التعليمي وتغير أساليب تنشئة الأبناء.
 - زيادة حدة الصراع بين الأجيال.
 - ظهور قيم الفردية والأثنية.
 - ضعف روح التضامن والانتماء وقيمة الجمعية والتعاونية، واختفاء قيم القرابة والجيرة.
 - إحجام الشباب السعودي عن الزواج وكرهية الجنس الآخر.
7. كشفت نتائج الدراسة عن أن مشاهدة القنوات الفضائية أثرت على الإنتاج نتيجة السهر الطويل، وشيوع مشاعر الكسل والخمول وعدم الجدية في العمل وتفشي ظاهرة اللامبالاة والبطالة وزيادة النزعة الاستهلاكية وخاصة فيما يتعلق بالمنتجات ذات الطابع الترفيهي وعدم الإقبال على المنتجات المحلية⁽¹⁾.

(1) فارس بن محمد الغزي، عبد الله محمد حسين: "للتقنيات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكي في المجتمع السعودي"، مرجع سابق، ص 360-366.

روية نقدية:

تتفق الدراسة مع الدراسة الحالية في تناول الجوانب الإيجابية والسلبية للقنوات الفضائية، وفي تناولها لتأثير المشاهدة على بعض القيم كالجمعية والفردية، إلا أن الدراسة الحالية تختلف عن السابقة في أنها تتناول القيم السياسية كالانتماء والولاء السياسي، والاعتزاز السياسي، مما يضيف على الدراسة الحالية بعدًا اجتماعيًا سياسيًا مغايرًا للبعد الاجتماعي الاقتصادي الذي تتسم به الدراسة السابقة في ضوء عدد من المتغيرات الديموجرافية.

الدراسة عن أن مشاهدة القنوات الفضائية أثرت على الإنتاج نتيجة المسهر الطويل، وشيوع مشاعر الكسل والخمول وعدم الجدية في العمل ونفسي ظاهرة اللامبالاة والبطالة وزيادة النزعة الاستهلاكية وخاصة فيما يتعلق بالمنتجات ذات الطابع الترفيهي وعدم الإقبال على المنتجات المحلية⁽¹⁾.

روية نقدية:

تتفق الدراسة مع الدراسة الحالية في تناول الجوانب الإيجابية والسلبية للقنوات الفضائية، وفي تناولها لتأثير المشاهدة على بعض القيم كالجمعية والفردية، إلا أن الدراسة الحالية تختلف عن السابقة في أنها تتناول القيم السياسية كالانتماء والولاء السياسي، والاعتزاز السياسي، مما يضيف على الدراسة الحالية بعدًا اجتماعيًا سياسيًا مغايرًا للبعد الاجتماعي الاقتصادي الذي تتسم به الدراسة السابقة في ضوء عدد من المتغيرات الديموجرافية.

(1) فارس بن محمد الغزي، عبد الله محمد حسين: "القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكي في المجتمع السعودي"، مرجع سابق، ص 360-366.

الدراسة الثالثة

أثر القنوات الفضائية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية⁽¹⁾

مشكلة الدراسة وأهدافها:

تهدف الدراسة إلى التعرف على تأثير القنوات التليفزيونية الوافدة على بعض قيم الأسرة المصرية، ومن لبرز أهداف البحث ما يلي:-

1- التعرف على أي للقنوات التليفزيونية الوافدة أكثر فاعلية وتأثيرًا واستقطابًا للمشاهدين ومعرفة أي الأشكال الفنية أكثر مشاهدته.

2- الوقوف على دور التليفزيون المصري في مواجهة القنوات التليفزيونية الوافدة وآراء المشاهدين بشأن تطوير هذه البرامج المصرية.

3- إلقاء الضوء على نشأة القنوات التليفزيونية الوافدة وتطورها ومدى تأثيرها في القيم⁽²⁾.

تساؤلات الدراسة:

1- ما هو تأثير مشاهدة القنوات الوافدة على العلاقات الأسرية؟ وهل أدت المشاهدة إلى اتباع أفراد الأسرة لسلوك العنف أو إيمان المخدرات؟

2- هل تؤدي مشاهدة القنوات الفضائية الوافدة إلى زيادة الوعي الاقتصادي لدى المشاهد؟ وما تأثير المشاهدة على السلوك الاستهلاكي؟

⁽¹⁾ محمد عبد البديع السيد: أثر القنوات التليفزيونية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية،

(رسالة دكتوراه منشورة، كلية الآداب، جامعة الزقازيق)، 1998.

⁽²⁾ محمد عبد البديع: أثر القنوات التليفزيونية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية، مرجع

سابق، ص 3.

3- ما تأثير مشاهدة القنوات الوافدة على الوعي السياسي؟ وما مدى مصداقية عرض الانتخابات المحلية وعدالة تناول القضية الفلسطينية؟

4- هل أثرت مشاهدة القنوات الوافدة على عقيدة المشاهد؟ وإلى أى مدى دفعت بالمشاهد إلى سلوكيات يرفضها الدين؟

5- هل أدت مشاهدة القنوات الوافدة إلى زيادة قيمة العلم والعلماء؟ وهل أدت إلى زيادة الوعي المعرفي بقضايا العصر كالإرهاب والمخدرات؟ وهل شمل تأثيرها الأميين والمتعلمين معا⁽¹⁾؟

البناء المنهجي للدراسة:

أ- المنهج: استعان الباحث بمنهج المسح الاجتماعي بالعينة، والمنهج التاريخي، والمنهج المقارن.

ب- الأدوات: الاستبيان⁽²⁾.

نتائج الدراسة:

1. كشفت نتائج الدراسة عن أن مشاهدة القنوات الفضائية الوافدة أثرت على العلاقات الأسرية (علاقة الزوج بالزوجة- علاقة الأبناء الذكور الإناث)، فلقد أضعفت روح الانتماء الأسري، وزادت من الرغبة في التحرر من القيود الأسرية، كما إنها بثت روح العنف والعدوان الأسري، فأحاطت أفراد الأسرة بأساليب الجريمة، وهذا يؤكد على وجود علاقة سلبية بين متابعة القنوات الوافدة والتغيرات التي طرأت على قيم الأسرة.

(1) نفس المرجع السابق، ص 27.

(2) نفس المرجع السابق، ص ص 27- 31.

2. كشفت نتائج الدراسة على أن مشاهدة القنوات للواقعة أدت إلى زيادة الوعي الاقتصادي، وزادت من الرغبة الاستهلاكية، وفي نفس الوقت أدت على التأخر عن مواعيد العمل مما يؤدي إلى ضعف الإنتاج.
3. كشفت نتائج الدراسة عن دور المشاهدة في زيادة الوعي السياسي وحب الوطن، وأكدت على أهمية المشاركة في أوقات الانتخابات ومصداقيتها، إلا أنها لم تكن عادلة تمامًا في عرضها لقضية السلام بين العرب وإسرائيل.
4. كشفت نتائج الدراسة عن أن مشاهدة القنوات الفضائية شوهدت صورة عقيدة الإسلام في نفوس المشاهدين في حي السيدة زينب ودمياط ولم تستطع تشويهاها في حي الزمالك، حيث تقدم الإسلام على أنه دين عنف ورمز للتخلف والرجعية والتعصب، كما كشفت الدراسة على تشجيع القنوات للواقعة على شرب الخمر من وجهة نظر بعض أفراد العينة في حين تشجع على تشبه الرجال بالنساء، كما كشفت عن اتجاه المرأة نحو الملابس العصرية نتيجة مشاهدتها للقنوات الواقعة⁽¹⁾.

5. كشفت نتائج الدراسة عن أن مشاهدة القنوات الفضائية رفعت من قيمة العلم والعلماء في نفوس المشاهدين، كما أنها عملت على زيادة المعلومات عن قضايا العصر وخاصة حول قضية الصراع العربي الإسرائيلي، وقضية تلوث البيئة، كما أن الأميين يعتبرون من الضحايا الأكثر سهولة بالنسبة للفضائيات فهم أكثر تأثرًا وتقليدًا لما يشاهدونه، كما أنها تؤثر أيضًا على المتعلمين في زيادة وعيهم الاقتصادي والسياسي والثقافي والعلمي وزيادة

(1) محمد عبد البديع: إثر القنوات التليفزيونية الواقعة في بعض أحياء الأحياء المصرية، مرجع

سابق، ص ص 226-250.

الطموح والرغبة في الهجرة وفتح مجالات للعمل والاتصالات بالعالم الخارجي والاطلاع على التقدم العلمي والتكنولوجي في العالم وحافز لتعلم اللغات الأجنبية وتمييزها⁽¹⁾.

رؤية نقدية:

الدراسة السابقة دراسة شمولية، تناولت تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على أشكال متعددة من القيم سواء كانت اجتماعية، سياسية، دينية، علمية، فضلاً عن توضيحها للجوانب الإيجابية والسلبية لكثافة المشاهدة في سلوكيات المشاهدين.

إلا أن الدراسة السابقة لم تتعمق في تناول قيم سياسية كالانتماء السياسي، والاعتزاز السياسي، فاهتمت بالولاء السياسي على المستوى الشعوري، وليس من خلال الكشف عن الممارسة الفعلية للمشاركة السياسية كمؤشر للانتماء السياسي، وهذا ما سوف توضحه الدراسة الحالية؛ كما اهتمت الدراسة بالعلاقة بين الأبناء والآباء ولم توضح مدى تأثير تلك القيم بالقنوات الفضائية، ومدى تأثيرها على قيم الفردية. بالإضافة إلى اختلاف المجال الجغرافي والزماني للدراسة السابقة والحالية.

(1) نفس المرجع السابق، ص من 251 - 270.

الدراسة الرابعة

" البث التلفزيوني المباشر وأثره على القيم الاجتماعية لدى الأسرة المصرية (1) "

مشكلة الدراسة وأهدافها:

تحدد مشكلة الدراسة في الكشف عن العلاقة للتأثيرية بين البث التلفزيوني المباشر، والقيم الاجتماعية لدى عينة من الأسر المصرية. بمحاظفة المنيا، ومن أهم أهداف الدراسة:

- 1- التعرف على أى الشرائح المجتمعية تشاهد برامج الدش، وللوقوف على خصائصهم الاجتماعية والاقتصادية والثقافية.
- 2- التعرف على برامج وقنوات الدش المفضلة لدى المشاهدين.
- 3- التعرف على تأثير القيم الوافدة على للقيم الاجتماعية السائدة فى المجتمع بشكل عام، والقيم الأسرية بشكل خاص.
- 4- الوقوف على إمكانية ظهور قيم جديدة قد تعارض القيم التقليدية، وذلك من خلال الكشف عن التأثيرات السلبية والإيجابية للدش على للقيم الاجتماعية فى محيط الأسرة المصرية.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما هو تأثير الدش على للقيم الاجتماعية لدى الأسرة المصرية؟
- 2- ما هى الشرائح الاجتماعية الأكثر مشاهدة للدش؟

(1) أمل محمد توفيق عليوة: البث التلفزيوني المباشر وأثره على القيم الاجتماعية لدى الأسرة

المصرية، (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنيا)، 2001.

3- ما هي البرامج والتقنيات الأكثر جذباً للمشاهدين؟

4- ما هو عنصر الجذب في تلك البرامج والتقنيات؟

5- ما هي نوعية القيم الوافدة، ومدى توافقها مع طبيعة المجتمع وخصائصه؟

6- ما هي الجوانب الإيجابية أو السلبية ومدى وعي المواطنين بها؟

البناء المنهجي للدراسة:-

أ- المنهج: اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي بالعينة، واتخذت عينة عشوائية منتظمة قوامها 100 مفردة من أرباب الأسر.

ب- الأدوات: استخدمت الدراسة استمارة المقابلة في جمع البيانات الميدانية⁽¹⁾.

نتائج الدراسة:

1- كشفت نتائج الدراسة أن هناك تأثير للثبث التليفزيوني المباشر على القيم الاجتماعية ومن أبرز مظاهر هذا التأثير ما يلي:

أ- بالنسبة لقيم زواج الأقارب:

فلقد تراجع وأصبح المستوى التعليمي والاقتصادي المرتفع وتقارب السن والإحساس بالحب من أهم مؤشرات الاختيار الزواجي، وبالرغم من ذلك فإنه يمكن التضحية بهم لارضاء الوالدين، مما يشير إلى أن قيم الاختيار الزواجي المستقل ضعيفة، وأن الأسرة مازالت تتدخل في اختيار الزوجة، وفي الوقت نفسه احتلت

(1) أمل محمد توفيق عليوة: الربث التليفزيوني المباشر وأثره على القيم الاجتماعية لدى الأسرة

المصرية، مرجع سابق، ص من 141-146.

قيمة للتدين كمؤشر للاختيار المركز الأول، مما يوحي بأن الدين مازال الإطار المرجعي للموجه لسلوك الأفراد.

ب- بالنسبة للعلاقة بين الزوجين:

فلقد أتاحت مشاهدة البث المباشر مزيدا من المعرفة والثقافة، مما اثر على طبيعة العلاقة بين الزوجين، وادى إلى بلورة رؤى جديدة بينهم، كما اثر على العلاقة بين الأبناء والآباء من حيث اتساع الفجوة المعرفية، إلا انه لم يؤثر على قيم الاحترام والانتماء الأسرى.

ج- أوضحت نتائج الدراسة أن للبث المباشر تأثير على توزيع الأدوار بين الرجل والمرأة داخل الأسرة، كما انه ذو تأثير على رؤية أفراد العينة لبعض القضايا الأسرية، ومنها خروج المرأة للعمل.

2- كشفت نتائج الدراسة أن الغالبية العظمى من أفراد العينة من الذكور فى الفئة العمرية (36-45) ومعظمهم من الحضر، كما انهم من نوى للتعليم العالى، وانهم ذو مستوى لقتصادى مرتفع لتعدد مصادر الدخل.

3- كشفت نتائج الدراسة أن القنوات الإخبارية والثقافية احتلت المركز الأول فى القنوات الفضائية المفضلة للمشاهدة، ولبن أفراد العينة يمتلكون دشا يتيح مشاهدة من 90- 120 قناة.

4- كشفت نتائج الدراسة أن من أهم عوامل الجذب الإذاعة المباشرة للبرامج، التخصص فى القنوات.

5- كشفت نتائج للدراسة أن من أهم القيم التقليدية التى ما زالت قائمة لدى أفراد العينة (احترام الوالدين - الانتماء الأسرى)، أما القيم للمستحدثة فهى (الزواج العرفى - اندثار زواج الأقارب).

6- كشفت نتائج الدراسة أن من أهم إيجابيات مشاهدة الدش ما يلي:

أ- وحدة العالم وجعله قرية صغيرة واحدة.

ب- للتخصص في البرامج.

ج- تحدى برامج القنوات المحلية وهو في صالح المشاهد.

أما عن السلبيات فقد أكدت الدراسة أن مشاهدة الدش تؤدي إلى تشبه الرجال بالنساء، تفجر للفرائز، تقليد الأزياء العالمية، وأسلوب الحياة في المجتمعات الغربية⁽¹⁾.

رؤية نقدية:-

تناولت الدراسة المسالفة تأثير الدش بوجه عام على القيم الاجتماعية دون ما توضيح نوع القنوات التي يؤثر على قيم الأفراد، مما يؤكد على جدوى الدراسة الحالية، كما إنها ركزت على القيم الاجتماعية فقط دون الاهتمام بالقيم السياسية، التي تسعى للدراسة الحالية إلى توضيح لثر القنوات الفضائية العربية والأجنبية عليها.

(1) أمل محمد توفيق عليوة: لبث التلفزيوني المياثر وثره على القيم الاجتماعية لدى الأسرة

العصرية، مرجع سابق، ص ص 195-206.

ثانياً: دراسات تناولت تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على المشاركة والتشغلة

السياسية.

الدراسة الأولى

تأثير وسائل الإعلام الأخبارية

على معرفة المواطن بسياسات الدولة والحكومة⁽¹⁾

مشكلة الدراسة وأهدافها:-

تركز الدراسة على العلاقة بين مدى توفر الوسائل الإعلامية الإخبارية (الصحافة - التلفزيون) في البيئة الإقليمية، ومعرفة المواطن بسياسات الدولة والحكومة، ولتر ذلك على وعى ومعرفة المواطن بالحكومة وأعضاؤها وسياساتها. ومن ثم تسعى الدراسة إلى الكشف عن تأثير بيئة الإعلام الأخباري على معرفة المواطنين بسياسات الدولة وحكومتها.

ومن اجل تحقيق ذلك، اتخذت الدراسة من ولاية فرجينيا مجالا جغرافيا لدراستها، وتم تقسيمها إلى ثلاث مناطق (ريشموند عاصمة ولاية فرجينيا - منطقة شمال فرجينيا - مناطق أخرى تقع أسفل فرجينيا بالقرب من ولاية كارولينا)، وتم التركيز على منطقتين هما "ريشموند، وشمال فرجينيا"، ففي الأولى تتوفر ثلاث محطات تلفزيونية بجانب بعض الصحف مثل "نيز باتشي" أما الثانية فلا تتوفر بها محطات تلفزيونية، وتوجد بها بعض الصحف منها "فيرفاكس" وهي تتناول القضايا السياسية بشكل أقل من "نيز باتشي"⁽²⁾.

(1) Delli Carpini, Michael x& et: "Effects of the News Media Environment on Citizen knowledge of State Politics and Government"., (journalism quarterly, vol.71, n.2, summer 1994), pp. 443-456.

(2) Ibid, P. 343.

فروض الدراسة: - تحاول الدراسة اختبار مدى صحة الفروض الآتية:-

1- إن سكان ريتشموند أكثر إماما ومعرفة بسياسات الدولة وحكومتها من أولئك الذين يعيشون في مناطق أخرى من الدولة.

2- إن سكان منطقة شمال فيرجينيا أقل معرفة بسياسات الدولة وحكومتها ممن يعيشون في مناطق أخرى من الدولة.

البناء المنهجي:

اعتمد الباحثون على منهجين هما:

أ- المنهج: المسح الاجتماعي، منهج تحليل المضمون.

ب- الأدوات: تم تصميم استمارة مقابلة.

نتائج الدراسة:

1- كشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة إيجابية بين البيئة الإعلامية الأخبارية ومعرفة المواطنين بسياسات الدولة والحكومة، وأنه كلما زادت فترة الإقامة كلما زادت درجة المعرفة وكذلك بالنسبة للتعليم. وهذا ما اتضح في منطقة "ريتشموند" مما يؤكد صحة الفرض الأول.

2- كشفت الدراسة عن أن عدم توافر البيئة الإعلامية الأخبارية يؤدي إلى ضعف الإمام بسياسة الدولة وحكوماتها، وهذا ما ظهر في منطقة شمال "فيرجينيا" حيث كان المواطنون أكثر معرفة بالسياسات العامة للدولة من إمامهم بسياسات لولاية نفسها، وهذا يؤكد صحة الفرض الثاني⁽¹⁾.

(1) Delli Carpini, Michael x& et: "Effects of the News Media Environment on Citizen knowledge of State Politics and Government", pp. 443-453.

رؤية نقدية:-

تتاولت الدراسة السابقة تأثير التعرض للأخبار على المعرفة السياسية، وهي من مؤشرات الانتماء الذي تحاول الدراسة الحالية معرفة مدى تأثيره بالقنوات الفضائية، ولقد كشفت الدراسة عن الدور الهام الذي تلعبه وسائل الإعلام في المعرفة السياسية، مما يؤكد على جدوى الدراسة الحالية التي تتناول جوانب أخرى كمؤشرات لدراسة الانتماء السياسي فضلا عن كونها تتناول قيم أخرى كالقيم القرابية.

الدراسة الثانية

" تأثيرات الإعلام على الثقة السياسية والاجتماعية"⁽¹⁾

مشكلة الدراسة:-

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في الكشف عن العلاقة بين وسائل الاتصال والسياسة في المجتمعات الديمقراطية، وذلك من خلال التعرف على تأثير وسائل الإعلام على الثقة السياسية والاجتماعية لدى المواطنين.

تساؤلات الدراسة وفروضها:

انطوت الدراسة على تساؤل واحد فقط، وأربعة فروض، وضعا في مجموعتين إحداهما ترتبط بالثقة السياسية، والأخرى ترتبط بالثقة الاجتماعية، ويمكن عرض ذلك على النحو التالي:-

المجموعة الأولى: الثقة السياسية:

- 1- هناك علاقة إيجابية بين قراءة الصحف والثقة السياسية.
- 2- هناك علاقة سلبية بين مشاهدة البرامج الترفيهية والإخبارية التلفزيونية وسماع البرامج الحوارية السياسية الإذاعية والثقة السياسية.

المجموعة الثانية: الثقة الاجتماعية:

- 1- هناك علاقة إيجابية بين قراءة الصحف ومشاهدة البرامج الترفيهية التلفزيونية والثقة الاجتماعية.

(1) Moy, Patricia & Scheufele, A. Dietram. "Media Effects on Political and Social Trust", Journalism Mass Communication Quarterly, Vol.77, NO.4, Winter 2000.

2- هناك علاقة سلبية بين مشاهدة البرامج الإخبارية للتلفزيونية والنقطة الاجتماعية.

التساؤل: ما هو تأثير البرامج الحوارية السياسية الإذاعية على النقطة الاجتماعية؟

البناء المنهجي:-

استخدم الباحثان منهج المسح الاجتماعي لدراسة جميع الناخبين، وفقاً للمفهوم القانوني لحق الانتخاب في المجتمع الأمريكي، وتمت الدراسة على مرحلتين قبل الانتخابات وبعد الانتخابات الأمريكية⁽¹⁾.

نتائج الدراسة:-

1- كشفت الدراسة عن وجود علاقة ضعيفة بين تأثير وسائل الإعلام والنقطة السياسية، وارجع الباحثان ذلك إلى طبيعة الأسس التي اعتمدا عليها في تحديد مدى استخدام وسائل الإعلام، مما يؤكد خطأ الفرض الأول والثاني.

2- كشفت الدراسة عن وجود علاقة بين قراءة الصحف، ومشاهدة البرامج الترفيهية والنقطة الاجتماعية مما يؤكد صحة الفرض الرابع.

3- كشفت الدراسة عن وجود علاقة بين مشاهدة البرامج الإخبارية وقلة النقطة الاجتماعية، كما أكدت على وجود تأثير للحوارات الإذاعية على النقطة الاجتماعية. من ناحية أخرى أكدت الدراسة عن وجود علاقة بين النقطة الاجتماعية والنقطة السياسية فكلا منهما يؤثر في الآخر، فعندما تقل النقطة

(1) Moy, Patricia & Scheufele, A. Dietram: "Media Effects on Political and Social Trust" PP. 744-748.

الاجتماعية نقل معها الثقة السياسية(1).

رؤية نقدية:-

لوضحت الدراسة بشدة مدى للتباين في تأثير وسائل الإعلام على الجماهير فيما بين الثقافات والمجتمعات، حيث من المتوقع أن تكون وسائل الإعلام الحكومية ذات دور في زيادة الثقة في الحكومة وقراراتها، ولكن أوضحت الدراسة وجود علاقة ضعيفة وهذا قريب من ما تحاول الدراسة الحالية توضيحه، حيث تأخذ الثقة كمؤشر للانتماء السياسي، فالثقة عاملاً مهماً في تدعيم الولاء والانتماء السياسيين، مما يكشف عن تأثير الإعلام على الانتماء، وتختلف الدراسة الحالية عن السابقة في تناول تأثير القنوات الفضائية على قيم الاغتراب السياسي والقيم القرابية مما يؤكد جدوى الدراسة الحالية.

(1) Ibid: pp. 750-752.

الدراسة الثالثة

" المحددات الاجتماعية للانتماء لدى الشباب" (1)

مشكلة الدراسة وأهدافها:

تتناول الدراسة قضية الانتماء لدى الشباب، من خلال التعرف على المؤسسات التي تدعم هذه القيم، وتلك التي تقلل من وجودها، ومن ثم تحاول تحقيق الأهداف التالية:

- 1- تحديد درجة الانتماء لدى الشباب.
- 2- إلقاء الضوء على دور الأسرة ووسائل الإعلام في تأثيرها على انتماء الشباب.
- 3- إلقاء الضوء على العلاقة بين إشباع الحاجات وتوعيتها، ومدى الرضا ودرجة الانتماء.
- 4- إلقاء الضوء على العلاقة بين الاعتقاد في شرعية النظام والانتماء لدى الشباب.

تساؤلات الدراسة:-

- تسعى الدراسة إلى الإجابة على التساؤل المعورى التالي:
- ما هي المحددات المجتمعية التي تؤثر على انتماء الشباب؟ ويتفرع من هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية على النحو التالي:

(1) هانى فوفى العربي: المحددات الاجتماعية للانتماء لدى الشباب العربي: دراسة ميدانية بمحافظة المنيا، (رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنيا)، 2004.

1- ما هي درجة الانتماء لدى الشباب؟

2- ما هو دور الأسرة ووسائل الإعلام في التأثير على انتماء الشباب؟

3- ما هي العلاقة بين إشباع الحاجات، والرضا، ونوعية للحياة والانتماء لدى الشباب؟

4- ما العلاقة بين الاعتقاد في شرعية النظام والانتماء لدى الشباب (1)؟

البناء المنهجي للدراسة:

أ- المنهج: المسح الاجتماعي بالعينة.

ب- الأداة: استبيان بالمقابلة.

نتائج الدراسة:-

كشفت نتائج الدراسة عن دور وسائل الإعلام في التأثير على انتماء الشباب، فلقد ساهمت الصحف في تنقيف الشباب سياسياً، وإمامه بقضايا المجتمع، في حين أدى البث المباشر إلى القضاء على الانتماء لدى الشباب عن طريق ما تقدمه من أنماط للشخصية المستهترّة، المتمردة، والمنحرفة، مما جعل الشباب يفقد الثقة بالذات، ويشعر بالاغتراب، كما تقدم الثقافة الغربية بصورة اكبر من الثقافة العربية(2).

(1) هاني فوقى العربي: المحددات الاجتماعية للانتماء لدى الشباب العربي، مرجع سابق، ص 235-236.

(2) نفس المرجع السابق، ص 308 - 324.

رؤية نقدية:

حاولت الدراسة السابقة التعرف على دور مؤسسات التنشئة في تدعيم أو تقليل قيمة الانتماء لدى الشباب، وهنا محور التلاقى مع الدراسة الحالية، في حين أغفلت تحديد نوع القنوات الفضائية التي تمارس التأثير سواء كان سلبيا أو إيجابيا، كما إنها لم تربط التأثير بطبيعة المشاهدة من حيث القلة أو الكثافة، وهذا ما تحاول الدراسة الحالية الاهتمام به، بجانب تناول تأثير مشاهدة القنوات الفضائية بنوعيهما العربية أو الأجنبية على القيم السياسية والقرابية.

الدراسة الرابعة

من يهتم بالسياسات المحلية؟

تأثير وسائل الإعلام على المشاركة في السياسة المحلية والوعي

بقضاياها وثبات توجهات الجماهير⁽¹⁾

مشكلة الدراسة وأهدافها:-

تهتم الدراسة بتناول العوامل المختلفة المؤثرة في المشاركة السياسية، والوعي بالقضايا المحلية من خلال الوقوف على أي من العوامل الآتية أكثر تأثيراً:-

1- العوامل الديموجرافية (السن-التعليم-المستوى الاجتماعي-الاقتصادي).

2- الأيديولوجيا السياسية (النزعات الأيديولوجية للأفراد).

3- الروابط المجتمعية والشبكات النقاشية.

4- استخدام وسائل الإعلام.

ومن ثم تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الهدف الرئيسي التالي:

الكشف عن المصادر المتنوعة المؤثرة في درجة مشاركة الأفراد السياسية، ووعيهم بالقضايا السياسية، ومدى ثبات اتجاهاتهم أو موقفهم حيال عدد من القضايا السياسية المحلية.

تساؤلات الدراسة:

1- أي العوامل تلعب دوراً كبيراً في تدعيم للمشاركة السياسية؟ وينبثق من هذا

(1) Scheufele A.Dietra, etal: " Who Cares about Local Politics ?Media Influences on Local Political Involvement, Issue Awareness, and Attitude Strength ", Journalism Mass C ommunication Quarterly, Vo.79, No.2, Summer, 2002.

سؤال آخر هو: هل المشاركة السياسية نتيجة للوضع الاقتصادي الاجتماعي والأيديولوجية السياسية أم هي نتيجة للروابط المجتمعية واستخدام وسائل الإعلام؟

- 2- ما هو تأثير العوامل البنائية الاجتماعية (الروابط المجتمعية - مدة الإقامة) واستخدام وسائل الإعلام في الوعي بالقضايا السياسية وبلورة الرأي العام؟
- 3- إلى أي حد يمكن للتبؤ بأن نشر الوعي والآراء بين الجماهير يتم من خلال العوامل البنائية واستخدام وسائل الإعلام⁽¹⁾؟

البناء المنهجي للدراسة:

- أ- المنهج: استخدم الباحثون منهج المسح التليفوني.
- ب- الأدوات: صاغ الباحثون مجموعة من المقاييس لقياس الوضع الاجتماعي والاقتصادي والتعليمي للأفراد وتحديد لفتماواتهم الأيديولوجية.

نتائج الدراسة:

- 1- كشفت الدراسة عن أهمية ودور للعوامل الديموجرافية، وخاصة الوضع الاقتصادي في تدعيم المشاركة السياسية، كما أوضحت دور الروابط المجتمعية والجماعات النقاشية واستخدام وسائل الإعلام في تدعيم المشاركة السياسية وخاصة قراءة الصحف، في حين أظهرت الدراسة تدنى دور التليفزيون والأيديولوجيا السياسية.
- 2- كشفت الدراسة عن دور المتغيرات الديموجرافية وخاصة السن والتعليم في نشر الوعي بالقضايا السياسية، وكذلك دور الروابط المجتمعية واستخدام

(1) Ibid: pp. 428-429.

للصحف في زيادة الوعي الجماهيري بالقضايا السياسية المحلية.

3- كشفت الدراسة عن دور الأيديولوجيا السياسية وقراءة الصحف في تدعيم وثبات الاتجاهات عكس الروابط المجتمعية والعوامل الديموجرافية⁽¹⁾.

رؤية نقدية:-

للدراسة السابقة دراسة دقيقة وقريبة من الدراسة الحالية، خاصة في تناولها لتأثير وسائل الإعلام على المشاركة السياسية، التي هي متغير تابع في الدراسة السابقة، في حين تعتمد الدراسة الحالية عليها كمؤشر على انتماء الأفراد للوطن، كما تتناول تأثير العوامل الديموجرافية وهو ما يتشابه مع ما تذهب إليه الدراسة الحالية، ولكن من رؤية نظرية مختلفة وتتناول تأثير عامل واحد فقط وهو وسائل الإعلام وخاصة القنوات الفضائية.

(1) Ibid:pp 432-439.

ثالثاً: دراسات تناولت تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الثقافة :-

الدراسة الأولى

الفضائيات، الثقافة الوافدة وسلطة الصورة

دراسة حالة مدينة الزاوية الغربية في ليبيا⁽¹⁾

مشكلة الدراسة وأهدافها:

تَهَمّ الدراسة بالتعرف على تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على سلوك الشباب في مدينة الزاوية الغربية بالمجتمع الليبي، وتهدف الدراسة إلى:

- 1- التعرف على نوعية الأفلام التي يقبل على مشاهدتها شباب الجامعي.
- 2- التعرف على حجم الوقت الذي يقضيه الشباب في مشاهدة القنوات الفضائية.
- 3- التعرف على دور الأسرة والجماعات الاجتماعية الأخرى في عملية للتوجيه.

فروض الدراسة:

- 1- إن التعرض للقنوات الفضائية باستمرار يؤدي إلى نتائج سلبية في حياة الشباب الاجتماعية
- 2- يشاهد الشباب نوعية رديئة من الأفلام والبرامج المقدمة عبر الفضائيات.
- 3- تؤثر أفلام العنف، والجريمة، والجنس عادة في سلوك الشباب ومظهرهم الخارجي.

(1) ياس خضير البياتي: الفضائيات: " للثقافة الوافدة وسلطة الصورة: دراسة حالة لمدينة الزاوية الغربية في ليبيا"، المستقبل العربي، ع 267، مركز دراسات الوحدة العربية ن القاهرة، مايو 2001.

4- المدة التي يقضيها الشباب في المشاهدة طويلة.

البناء المنهجي للدراسة:

أ- المنهج: المنهج الاستطلاعي.

ب- الأدوات: المقابلة الشخصية، والاستبيان.

نتائج الدراسة:

1- أوضحت نتائج الدراسة أن الفضائيات أثرت في المظهر الخارجي للشباب، من حيث الاهتمام الزائد بالمظهر الخارجي القائم على التقليد والمحاكاة، وزيادة النزعة الاستهلاكية، انخفاض مستوى الدراسة، ضعف الروابط الاجتماعية الأسرية، زيادة الشعور بالاغتراب والإحباط.

2- تبين من نتائج الدراسة أن الشباب يفضل مشاهدة أفلام العنف والجريمة بعدها الأفلام الاجتماعية، ثم أفلام الخيال العلمي والرعب النفسي، كما احتلت البرامج الثقافية والموسيقية والغنائية المرتبة الأولى.

3- كشفت نتائج الدراسة عن وجود دور للأمرة في اختيار البرامج، إلا أن دورها في الرقابة ضعيف، ويشاهد الشباب الفضائيات لمدة طويلة يوميًا فلقد بلغت نسبة المشاهدة بين الشباب ثلاث ساعات يوميًا حوالي 45%، أما من يشاهدون بنسبة أربعة ساعات فبلغت نسبتهم 39.5%، في حين بلغت نسبة من يشاهدون لمدة ساعة واحدة فقط يوميًا 15.5%⁽¹⁾.

(1) ياس خضير البياتي: الفضائيات: الثقافة الوالدة وسلطة الصورة، مرجع سابق، ص ص

رؤية نقدية:

اهتمت الدراسة بتناول جوانب هامة توضح مدى جدوى الدراسة الحالية، فقد كشفت الدراسة عن أثر مشاهدة القنوات الفضائية في ضعف الروابط الاجتماعية وزيادة الشعور بالاغتراب وكلها مؤشرات تدل على أهمية وجدوى دراسة تأثير الفضائيات على قيم الانتماء والقيم القرابية، ولقد ركزت هذه الدراسة على الجوانب السلبية، وأغفلت إيجابيات المشاهدة وهي كثيرة ومتنوعة.

الدراسة الثانية

تأثير الفضائيات على ثقافة المجتمع المصري⁽¹⁾

مشكلة الدراسة وأهدافها:-

تحدد مشكلة الدراسة في الكشف عن طبيعة العلاقة بين القنوات الفضائية والثقافة المصرية، ويمكن التعرف على أبعاد المشكلة من خلال التعرف على الأهداف التي تسعى للدراسة إلى تحقيقها على النحو التالي:-

- 1- التعرف على مدى تأثير مضمون القنوات الفضائية على الثقافة المصرية، وذلك من خلال معرفة الأساليب التي تتبعها الفضائيات للتأثير، بالإضافة إلى الوسائل المباشرة، وغير المباشرة المستخدمة في هذا التأثير.
- 2- التعرف على اثر المتغيرات الديموجرافية كمتغيرات وسيطة قد تزيد أو تنقص من تأثير الفضائيات كالعن، النوع، التعليم، الدخل، الدين، المستوى الاجتماعي والاقتصادي.
- 3- معرفة أي من جوانب الثقافة أكثر تأثرا بالفضائيات.
- 4- التعرف على محددات اختيار البرامج لدى المشاهد، وتفعيل قناة عن أخرى كالتعليم، الفن، النوع، المستوى الاقتصادي.
- 5- معرفة معدلات وحجم المشاهدة للفضائيات، كمادات المشاهدة، وعدد ساعات المشاهدة، وأي من القنوات التي يفضل مشاهدتها، ونمط المشاهدة، ونوعية البرامج المفضلة، إيجابيات وسلبيات البرامج.

(1) عبير مختار شاكر: تأثير الفضائيات على ثقافة المجتمع المصري، (رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة عين شمس)، 2002.

6- للوقوف على مشكلة الثقافة في ظل العولمة، وآلياتها التي أصبحت تكتسح المجتمعات.

7- معرفة آراء المشاهدين حول الآليات التي تستخدمها الدولة لمواجهة الغزو الثقافي من أجل الحفاظ على ثقافة المجتمع⁽¹⁾.

تساؤلات الدراسة:-

1- ما هي الآليات التي تؤثر بها الفضائيات على الثقافة المصرية؟

2- ما هي جوانب الثقافة التي تتأثر بالفضائيات؟

3- ما هي محددات البرامج لدى المشاهد؟

4- ما هي سياسة الدولة لمواجهة الغزو الثقافي؟

البناء المنهجي للدراسة:-

أ- المنهج: اعتمدت الدراسة على المسح الاجتماعي بالعينة.

ب- الأدوات: استخدمت الدراسة للمقابلة المتعمقة، الملاحظة البسيطة، التحليل الإحصائي.

نتائج الدراسة:-

1- كشفت نتائج الدراسة عن أن الفضائيات تستخدم نوعين من الوسائل: المباشرة كالإعلان، وغير المباشرة كالأفلام والمسلسلات، وكلها تحتوي على مضامين تسعى نحو تغيير الاتجاهات والأفكار والمعتقدات والقيم كما أوضحت أنه من أبرز وسائل الجذب (الجنس، الإسفاف اللفظي، التنوع في

¹(1) نفس المرجع السابق، ص ص 4-6.

للمواد المعروضة).

2- كشفت نتائج الدراسة عن أن القيم أكثر جوانب الثقافة تأثرا بالفضائيات، حيث أدت المشاهدة إلى ظهور قيم جديدة مثل الاستهلاك الترفي، واقتناء السلع الأجنبية، والعزوف عن العمل للمنتج، وتحول القيمة الاجتماعية للتعليم إلى قيمة مادية، ظهور قيمة العنف السياسي والتسطيح السياسي.

3- كشفت نتائج الدراسة عن أن المتغيرات الديموجرافية أثرت على اختيار المضامين الإعلامية.

4- كشفت نتائج الدراسة عن أن الأسرة لا تتدخل في ضبط نوع المشاهدة، فالمشاهد يتمتع بحرية في اختيار المضمون الذي يناسبه⁽¹⁾.

رؤية نقدية:

اتخذت الدراسة السابقة للفضائيات كمتغير مستقل مما جعلها تشترك مع الدراسة الحالية، كما إنها اهتمت بالقيم كعنصر من عناصر الثقافة كمتغير تابع، إلا إنها اهتمت ببعض القيم التي تختلف عن القيم التي تركز عليها للدراسة الحالية، كما أغفلت الدراسة السابقة اثر كثافة المشاهدة في عملية تغير القيم واهتمت فقط بالمتغيرات الديموجرافية.

(1) عبير مختار شاكر: تأثير الفضائيات على ثقافة المجتمع المصري، مرجع سابق، ص ص

الدراسة الثالثة

القنوات الفضائية الدولية والهوية الثقافية العربية

دراسة ميدانية على جمهور القنوات الفضائية الدولية في مصر⁽¹⁾

مشكلة الدراسة وأهدافها:

تهدف الدراسة إلى التعرف على إلى أي مدى تهدد القنوات الفضائية الدولية الهوية الثقافية وللذات الوطنية في مصر.

فروض الدراسة:

- 1- هناك علاقة ارتباطية بين التعرض للقنوات الأجنبية من ناحية، وبين معرفة اللغة الأجنبية للمبحوثين من ناحية أخرى.
- 2- في إطار الغزو الثقافي يتوقع أن تحظى البرامج الترفيهية بنسب مشاهدة أكبر من التعرض للأخبار والبرامج الثقافية.
- 3- يعد التعرض للقنوات الفضائية في مصر أحد العوامل التي تهدد الأمن الثقافي، والهوية الثقافية في المجتمع.
- 4- تحظى المعلومات الواردة عبر القنوات الفضائية بمصداقية أكبر من البرامج المحلية.

البناء المنهجي للدراسة:

(أ) المنهج: اعتمدت للدراسة على منهج المسح الاجتماعي.

(1) نسمة احمد البطريق: "القنوات الفضائية الدولية والهوية الثقافية العربية: دراسة ميدانية على جمهور القنوات الفضائية في مصر"، بحث منشور في "التلفزيون والمجتمع والهوية الثقافية"، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1999.

(ب) الأدوات: اعتمدت الدراسة على صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات.

نتائج الدراسة:

1- كشفت نتائج الدراسة عن صحة الفرض الأول مؤكدة على وجود علاقة بين معرفة اللغة الأجنبية والتعرض للقنوات الفضائية، فضلاً عن أن هناك بعض من أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية بدون الإلمام بلغة القناة معتمدين على اللغة الدرامية.

2- أوضحت نتائج الدراسة أن المضمون الترفيهي يحظى بتفضيل أكبر من المضمون السياسي والثقافي⁽¹⁾.

3- بينت نتائج الدراسة أن مشاهدة القنوات الفضائية أدت إلى تقليل مشاهدة التليفزيون المصري والراديو، في حين لم تقلل من قراءة الصحف، ومن ناحية أخرى تؤكد الدراسة أن مشاهدة الدش تعمل على تخلي المشاهدين المصريين تدريجياً عن البرامج المحلية، مما قد يؤدي إلى إبعادهم عن واقعهم الثقافي فتزداد احتمالات تهديد الأمن الثقافي والفكري ويساعد على ذلك القضايا التي تواجه الشباب وتصيبه بالإحباط.

4- أوضحت الدراسة أثر القنوات الفضائية في تخلي المشاهدين تدريجياً عن قيمهم لصالح القيم الأجنبية، كما أكدت الدراسة على دور العامل الاقتصادي في افتتاء الهوائيات⁽²⁾.

⁽¹⁾ نفس المرجع السابق، ص ص 117-118.

⁽²⁾ نسمة البطريق: القنوات الفضائية الدولية والهوية الثقافية العربية، مرجع سابق، ص ص 308-324.

رؤية نقدية:

تؤكد الدراسة السابقة على خطورة القنوات الفضائية على الهوية الثقافية، كوسيلة من وسائل الغزو الثقافي، فمن الواضح أنها قد تقضى على بعض من قيم المجتمع المصري، فلقد أثرت المشاهدة على تفضيلات المشاهدين ودفعتهم نحو الاهتمام بالبرامج الترفيهية على حساب البرامج الواقعية والسياسية.

ورأت هذه الدراسة أن العامل المادى هو الأساس فى اقتناء الهوائى، وهذا أمراً غير صحيح فالهوائى الآن متاح للجميع - أصحاب الدخول المادية الكبيرة والصغيرة على حد سواء - ومن ناحية أخرى فتأكيد الدراسة على تأثير القنوات الفضائية على تفضيلات المشاهدين من الممكن أن يؤثر أيضاً على قيمهم السياسية والقرايبية، أى روابطهم مع غيرهم من أبناء المجتمع وعلاقاتهم بأسرهم وأقاربهم، مما يوضح جدوى الكثف عن ذلك وهذا ما سوف تؤكد الدراسة الحالية.

رابعاً: دراسات تناوت تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على مدى الرضا عن

التليفزيون:

الدراسة الأولى

"تأثير التعرض للقنوات الفضائية على علاقة جمهور المشاهدين
بالقنوات المركزية والإقليمية المصرية"⁽¹⁾

مشكلة الدراسة:

يهدف البحث إلى التعرف على:

- 1- ما مدى تأثير استخدام القنوات التليفزيونية الفضائية على استخدامات الجمهور للقنوات المركزية والإقليمية؟
- 2- المقارنة الواقعية بين الاستخدامات والإشباع التي تحققها كل نوعية من هذه القنوات لدى الجمهور.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما هي درجة المشاهدة والاستخدام لجمهور القنوات المركزية والإقليمية في مقابل درجة المشاهدة والاستخدام للقنوات الفضائية؟
- 2- ما هي نوافع استخدام القنوات المركزية والإقليمية مقابل القنوات الفضائية؟
- 3- ما هي درجة تأثير مشاهدة الجمهور للقنوات المركزية والإقليمية نتيجة مشاهدة القنوات الفضائية؟

(1) نبيل محمد طلب: "تأثير التعرض للقنوات الفضائية على علاقة جمهور المشاهدين بالقنوات المركزية والإقليمية المصرية"، مجلة كلية الآداب، جامعة الزقازيق، ع 22، 1998.

4- ما هي اتجاهات الجمهور نحو القنوات المركزية والإقليمية مقارنة باتجاهاته نحو القنوات الفضائية؟

5- ما هي الإشباعات المحققة من خلال القنوات المركزية والإقليمية مقارنة بالإشباعات المحققة من خلال القنوات الفضائية؟

6- ما هو تأثير المتغيرات الديموجرافية كعوامل وسيطية على استخدامات الجمهور لكل من قنوات التليفزيون المركزية والإقليمية مقابل للقنوات الفضائية⁽¹⁾؟

البناء المنهجي للدراسة:

أ- المنهج: اتبع الباحث منهج المسح باستخدام العينة.

ب- الأدوات: الاستقصاء.

نتائج الدراسة:

1- أكدت الدراسة على تفوق مشاهدة الجمهور المصري للقنوات الفضائية بنسبة 88.8%، عن مشاهدته للقنوات المحلية بنسبة 83.1% (الإقليمية والمركزية).

2- أوضحت الدراسة أن عدم وجود وقت كافٍ من عوامل البعد عن مشاهدة القنوات الفضائية لدى البعض، بجانب عدم الرضا عن مضمونها، ومن ناحية أخرى يرى البعض أن تواضع مستوى القنوات المحلية، وعدم وجود وقت كافٍ من عوامل عدم مشاهدتها.

(1) نفس المرجع السابق، ص ص 383 - 385.

3- أكدت الدراسة أن 73.9% من أفراد العينة أكدوا أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية تغنيهم عن مشاهدة القنوات المصرية المركزية والإقليمية، في حين يؤكد حوالي 21.1% من أفراد العينة أن مشاهدتهم لمثل هذه القنوات لم تغنيهم عن مشاهدتهم للقنوات المحلية المصرية، مما يؤكد على تباين الاتجاهات ومثدتها.

4- أكدت الدراسة أن القنوات الفضائية تنمي حصيلة المشاهدين بالمعرفة عن الأحداث العالمية، في حين تثرى للقنوات المحلية معرفة الأفراد المشاهدين بالمعلومات حول الأحداث المحلية.

5- أوضحت الدراسة أن المشاهدين الحضريين كانوا أكثر تحولاً في مشاهدتهم فيما بين الفضائيات والمحليات من المشاهدين الريفيين، في حين أكدت الدراسة على ضعف العلاقة بين درجة التأثر والفئة العمرية.

6- كشفت الدراسة عن العديد من السلبيات التي تحيط بالفضائيات، كالخروج عن العادات والتقاليد، الاهتمام بالعنف والإثارة، تحيزها ضد الدول العربية وخاصة مصر، رتابة بعض برامجها، عدم الاهتمام بالبرامج الدينية، كثرة الإعلانات، عرض نماذج حياتية تفوق إمكانيات المشاهدين المصريين قد يشعرهم بالإحباط.

7- أوضحت الدراسة أن القنوات الفضائية الأجنبية تتمتع بنسبة مشاهدة أكبر من ناحية البرامج الإخبارية عن القنوات المحلية، وكذلك من حيث الدراما المقدمة سواء مسلسلات أو أفلام⁽¹⁾.

(1) نبيل محمد طلب: تأثير التعرض للقنوات الفضائية على علاقة الجمهور بالقنوات المركزية والإقليمية المصرية، مرجع سابق، ص 399-402.

رؤية نقدية:

كشفت الدراسة السابقة النقاب عن التأثيرات السلبية والإيجابية للقنوات الفضائية من خلال التعرف على اتجاهاتهم نحو برامجها سواء كانت سلبية أو إيجابيات ولكنها لم تهتم بتأثير المشاهدة على القيم.

اتجهت الدراسة السابقة نحو التعرف على مدى التغير في كثافة المشاهدة بشكل مقارنة فيما بين القنوات الفضائية والإقليمية والمحلية في ضوء بعض المتغيرات الديموجرافية كالسن والإقامة وأهميت التعليم والنوع ومدى إجادة اللغة، وهو ما تركز عليه الدراسة الحالية بجانب توضيح التأثيرات الإيجابية والسلبية على القيم السياسية والقرايبية للمشاهدين في المجتمع الحضري.

الدراسة الثانية

"استخدام الشباب المصري للقنوات الفضائية

والإشباع المتحققة منها"⁽¹⁾

مشكلة الدراسة وأهدافها:

تتناول الدراسة استخدامات الشباب المصري والإشباع المتحققة له من جراء مشاهدته أو استخدامه للقنوات الفضائية، وبالتالي يهدف البحث إلى:

1. الكشف عن كيفية استخدام الشباب للقنوات الفضائية؟ وما هي دوافعهم من وراء تلك المشاهدة وهل هي دوافع نفعية تحقق وتُسبغ حاجته من المعلومات والمعرفة؟ أم هي دوافع طقوسية تستهدف قضاء الوقت والتنفيس والاسترخاء والهروب من المشكلات اليومية؟
2. التعرف على الإشباع المتحققة لديهم من جراء هذا الاستخدام؟

فروض الدراسة:

1. هناك علاقة ارتباط إيجابية بين التعرض لمشاهدة القنوات الفضائية وبين واقع دوافع الشباب وإشباعاته.
2. هناك علاقة ارتباط عكسية بين التوافق النفسي الاجتماعي للشباب، ودوافع تعرضهم وإشباعاتهم.
3. كلما زادت البدائل الوظيفية لقضاء وقت الفراغ لدى الشباب، زادت دوافع التعرض للقنوات الفضائية وإشباعاته⁽²⁾.

(1) جيهان يسري: "استخدامات الشباب المصري للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة منها"،

مجلة بحوث الاعلام، جامعة الأزهر، ع 8، 2000.

(2) نفس المرجع السابق، ص 181.

4. تختلف دوافع تعرض الشباب للقنوات الفضائية باختلاف السن والنوع.
5. كلما اختلفت كيفية التعرض كلما اختلفت دوافع هذا الجمهور وإشباعاته.

البناء المنهجي للدراسة:

(أ) المنهج: استخدمت الباحثة المسح الاجتماعي بالعينة بجانب منهج دراسة العلاقات المتبادلة كأحد الطرق المستخدمة في دراسة العلاقات الارتباطية.

(ب) الأدوات: صحيفة الاستقصاء.

نتائج الدراسة:

أكدت الدراسة على ما يأتي:

- 1- توجد علاقة بين دوافع للمشاهدة والإشباع المحققة، فكلما زاد الدافع للاسترخاء كلما زادت الرغبة في المشاهدة وإشباع الحاجة إلى الاسترخاء والتعلم من جراء هذا الاستخدام مما يؤكد على صحة الفرض الأول.
- 2- توجد علاقة بين التوافق النفسي والاجتماعي للشباب ودوافع تعرضهم فكلما زاد التوافق قلت دوافع المشاهدة مما يؤكد صحة الفرض الثاني.
- 3- أكدت الدراسة على أنه كلما زادت البدائل الوظيفية لقضاء وقت الفراغ كلما زاد دافع التعرض للقنوات الفضائية بهدف الاسترخاء وزاد الإشباع المتحقق منه مما يؤكد صحة الفرض الثالث.
- 4- لا تختلف دوافع تعرض الشباب المصري للقنوات الفضائية باختلاف السن والنوع مما ينفي صحة الفرض الرابع.
- 5- أكدت للدراسة على وجود علاقة بين كيفية التعرض ودوافع الاسترخاء والإشباع المتحقق منه ودوافع الصحبة وإشباع التقيم والتسلية، إلا أنه

يرفض فيما يتعلق بالعلاقة بين كيفية التعرض ودافع الحصول على المعلومة وقضاء الوقت والإشباع المتحققة منه⁽¹⁾.

رؤية نقدية:

حاولت الدراسة توضيح وظائف البث الفضائي عبر القنوات التليفزيونية الفضائية ومدى تحقيقها لإشباع الأفراد، وهي دراسة حاولت اختبار نظرية الإشباع والاستخدامات، وهي رؤية معاصرة للنظرية الوظيفية فيما يتعلق بتأثير وسائل الإعلام. وهذا هو محور الاتفاق مع الدراسة الحالية حيث الاهتمام بالوظائف والإشباع، كما إنها دراسة أجريت في نطاق المجتمع الحضري.

واختلفت الدراسة السابقة عن الدراسة الحالية في أنها تناولت جوانب نفسية اجتماعية منجسدة في الإشباع الخاصة بحاجات الأفراد دون الاهتمام بأثر تلك الإشباع على السلوك الفعلي للشباب، ولم تهتم بالقيم التي تركز عليها الدراسة الحالية سواء القرابية أو السياسية.

(1) جيهان يسرى: استخدام الشباب للمصري للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة منها، مرجع سابق، ص 182 - 202.

خامسا: تعقيب على الدراسات السابقة؛

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة وجد الباحث إنها اهتمت بالأبعاد الآتية:

أولا: أوضحت نتائج بعض الدراسات أن من أهم أسباب ودوافع اقتناء

الهوائى (الدش) ما يلي:

1- الرغبة فى الانفتاح على العالم الخارجى لمعرفة ما يحدث به، والتعرف على ثقافات الشعوب الأخرى.

2- اكتساب خبرات وتجارب ومهارات جديدة.

3- الحاجة إلى الاسترخاء والاستمتاع.

4- أوضحت بعض الدراسات أن ارتفاع المستوى المادى للأسرة يعد سندا

قويا ودافعا لاقتناء الهوائى إلى جانب ارتفاع المستوى الثقافى والتعليمى،

بجانب التنوع فى المواد والبرامج المقدمة عبر الفضائيات.

ثانيا: أوضحت نتائج بعض الدراسات السابقة أن المشاهدة اتخذت

نمطين هما:

1- المشاهدة الفردية: حيث ينفرد بها شخص واحد فقط.

2- المشاهدة الجماعية: تكون بصحبة الأصدقاء أو الأسرة.

وتعتبر مشاهدة القنوات والبرامج الإخبارية من أفضل القنوات والبرامج لدى

المشاهدين، فالإنسان من وجه نظر الباحث وفى ضوء الدراسات السابقة أخبارى

بطبعه يميل إلى معرفة الأخبار الجديدة، ونشرها وأخبار الآخرين بها. وهذا ما يتفق

مع السبب الأول لاقتناء الدش وهو الانفتاح على العالم الخارجى لمعرفة ما يحدث

به.

ثالثا: أوضحت نتائج بعض الدراسات أن مشاهدة القنوات الفضائية ذات تأثيرات كبيرة إيجابية أو سلبية ويمكن توضيحها في ميادين مختلفة على النحو التالي:

أ- ميدان العلاقات الأسرية:

لقد أدت مشاهدة بعض القنوات الفضائية إيجابيا إلى اتساع أفق الأسرة العصرية، وتغير أساليب التفكير والنظر وخاصة فيما يتعلق بعمل المرأة، كما أدت إلى ظهور أدوار جديدة للرجل والمرأة، واتساع مدارك الأطفال والشباب، حيث أدت إلى زيادة إحاطتهم بقضايا العصر وزيادة معلوماتهم السياسية والاقتصادية والعلمية.

ومن ناحية أخرى لقد أدت مشاهدة بعض القنوات الفضائية سلبيا إلى زيادة حدة الصراع بين الأبناء والآباء نتيجة لاتساع الهوة المعرفية بينهم، وإلى ضعف الانتماء الأسري، كما قللت من رغبة الشباب في الزواج، وزيادة استقلالهم في اتخاذ القرارات بعيدا عن الأسرة كما زادت من رغبتهم في الخروج عن المعايير والتقاليد سعيا وراء التقليد الأعمى للغرب.

ب- السلوك الاستهلاكي:-

أدت مشاهدة بعض القنوات الفضائية إلى زيادة الرغبة في الاستهلاك، وخاصة الاستهلاك الترفي للمنتجات المستوردة، كما أدت إلى ضعف معدلات الإنتاج نتيجة للسهر لساعات طويلة ليلا، وما يترتب على ذلك من مشاعر كسل وتأخر في إنجاز الأعمال.

ج- مشاهدة القنوات المحلية والإقليمية:

أدت مشاهدة القنوات الفضائية إلى قلة فرص مشاهدة القنوات المحلية والإقليمية، مما جعل المشاهد يتعرض لتقافات غير محلية وغير إقليمية تختلف عن ثقافة المجتمع المصري، مما يهدد الأمن الثقافي المصري، وسيؤدي إلى غياب الوعي بقضايا المجتمع المصري، وزيادة الوعي بالمجتمع الخارجي.

د- القيم:

أوضحت نتائج بعض الدراسات أن مشاهدة القنوات الفضائية أدت إلى تدعيم قيم المعرفة واحترام العلم والعلماء واحترام الأبوين، في حين دعمت من وجود بعض القيم السلبية كالفردية والأنانية، وضعف قيم التعاون والجمعية، وقيم الزواج بالأقارب.

ومن ناحية أخرى لاحظ الباحث أن الدراسات السابقة أغفلت الجوانب الآتية:

- 1- عدم التمييز بين تأثير القنوات الفضائية العربية والأجنبية.
- 2- لم تدرس تأثير المشاهدة على قيم الفردية، الولاء للسياسي، الانتماء للسياسي، الاغتراب السياسي، وهذا ما يؤكد على جدوى دراسته الحالية وأهميتها.

وفي سياق القراءة المنهجية للدراسات السابقة، تبين للباحث أن معظمها اتخذ من المسح الاجتماعي بالعينة منهجا للدراسة، كما اعتمدت معظم الدراسات السابقة على الاستبيان أو المقابلة كأدوات لجمع البيانات، وهذا ما أكد للباحث جدوى المنهج والأداة التي اعتمد عليهم والتي سوف يوضحه الباحث خلال الفصل الرابع.

الفصل الرابع

خطة الدراسة الميدانية

أولاً: مجالات الدراسة

ثانياً: منهج الدراسة

ثالثاً: أدوات جمع البيانات

رابعاً: أساليب تحليل البيانات

خامساً: عينة الدراسة وخصائصها

الفصل الرابع

خطة الدراسة الميدانية

يهدف هذا الفصل إلى التعرف على الاستراتيجية المنهجية للدراسة، حيث يعرض لمجالات الدراسة، المناهج المستخدمة في الدراسة، أدوات جمع البيانات، أساليب معالجة البيانات، عينة للدراسة وخصائصها، وفيما يلي توضيح لذلك.

أولاً: مجالات الدراسة:

ترتبط أية ظاهرة اجتماعية بثلاثة أبعاد تتشكل بهما وتتميز عن غيرها من الظواهر، فالظاهرة الاجتماعية لا بد أنها تحدث في إقليم جغرافي معين (ريفى - حضرى - بدوى) خلال فترة زمنية معينة، وترتبط بجماعات من الناس داخل المجتمع، جرى العرف العلمى على تسمية هذه الأبعاد الثلاثة بمجالات الدراسة، وهم (المجال الجغرافى - المجال البشرى - المجال الزمنى)، وبتطبيق هذا على الدراسة الحالية وجد الباحث الآتى:-

1- المجال الجغرافى:

تم تحديد المجال الجغرافى بالحدود الإقليمية لمدينة بنى سويف، من بين المدن السبعة التابعة(*) لمجتمع محلى محافظة بنى سويف، ويرجع اختيار مدينة بنى سويف للأسباب الآتية:-

1- الهوائيات أكثر انتشار فى مدينة بنى سويف عن غيرها من المدن الأخرى داخل المحافظة.

2- تمثل مدينة بنى سويف عاصمة المحافظة، وبالتالي فهى أكثر المدن داخل

(*) تضم المحافظة المدن التالية: للواسطى، ناصر، ببا، بنى سويف، اهناسيا، سمسطا، الفشن.

المحافظة تحضرا وأكثرها انفتاحا على التكنولوجيا بشكل اكبر من غيرها.
وتقع مدينة بنى سويف بالنسبة لمدن المحافظة فيما بين مدينة ناصر شمالا،
ومدينة ببا جنوبا، ومدينة إهناسيا غربا، والهضبة الشرقية شرقا. أما عن موقع
محافظة بنى سويف بالنسبة للمحافظات الأخرى، فيحدها شمالا محافظة الجيزة،
وجنوبا محافظة المنيا، وشرقاً محافظة البحر الأحمر، وغرباً محافظة الفيوم
والجيزة. وتقع مدينة بنى سويف عند ملتقى خط عرض 29.12 شمالا، وخط طول
31.12 شرقاً⁽¹⁾. ومدينة بنى سويف تتوسط المحافظة وسميت قديماً بوفيسيا⁽²⁾.

وقد عرفت في العصر القبطى بـ " بوفيا " وتعنى " منية بونيس " ثم حرفت إلى
نفوسية وبنسوية⁽³⁾، وعندما دخل العرب مصر حرفت إلى منفوسية، ثم حرفت مرة
أخرى فى القرن التاسع الهجرى والخامس عشر الميلادى إلى بنى سويف، وسجلت
بهذا الاسم فى الدواوين المصرية تسهيلا للكتابة والنطق⁽⁴⁾.

ولقد نشأت مدينة بنى سويف كقرية صغيرة على ضفاف النيل، وتواكب عليها
السكان بعد أن أمنوا عائلة الفيضان الذى تحول تجاه الشرق، وبدأ تعمير المدينة
بالسكان منذ عهد الرومان وبالتحديد فى العصر القبطى⁽⁵⁾، ومن ناحية العمران، فقد

(1) وزارة الإسكان والتعمير: التخطيط الهيكلى الابتدائى لمدينة بنى سويف: التقرير العام،

الهيئة العامة للتخطيط العمرانى، القاهرة، 1976، ص 1.

(2) ديوان عام المحافظة: دائرة معارف أعلام بنى سويف، الهيئة العامة للاستعلامات، القاهرة،

2001، ص 12.

(3) وزارة الإسكان والتعمير: التخطيط الهيكلى الابتدائى لمدينة بنى سويف، مرجع سابق ص 2.

(4) حامد زيان: كلمات الافتتاحية، مؤتمر بنى سويف على مر العصور، جامعة القاهرة، كلية

الأدب، فرع بنى سويف، 27-28/4/2002، ص 18.

(5) وزارة الإسكان والتعمير: التخطيط الهيكلى الابتدائى لمدينة بنى سويف، مرجع سابق، ص 2.

كانت المدينة قديماً تضم حيان هما الرحبة وميدان حارث، ولكن مع تحول مجرى النيل شرقاً، توالت الأحياء الأخرى في الظهور، حيث تضم حالياً ثمانية أحياء أو شياخات (الجزيرة الغربية، الرحبة، للجبالى، الغمراوى، المرماح، بنى عطية، سوق الخضار، مقبل، مولد النبي) (1).

ولقد اختار الباحث حى مقبل من بين هذه الأحياء أو الشياخات ليكون مجالاً جغرافياً للدراسة، وتم اختياره للأسباب الآتية:-

1- انتشار الهوائيات فى هذا الحى بشكل كبير.

2- يعتبر من أقدم الأحياء للحضرية بمدينة بنى سويف.

ويقدم الباحث نبذة مختصرة عن حى مقبل:

حى مقبل:

سمى بهذا الاسم نسبة إلى مقبل باشا صاحب الأراضى التى نشأ عليها هذا الحى، ولقد تكونت تلك الأراضى بفعل رواسب نهر النيل التى حولت الأراضى الواقعة شمال ميدان حارث قديماً إلى أراضى زراعية ذات حدائق غناء، وهى أراضى كانت ملك للدائرة السينية والتى قامت ببيعها للأتراك، وكان من أشهرهم مقبل باشا، وكان هذا الحى قديماً يضمن مشلق كبير يطل على خور النيل كان مقراً للوالى، كما كان يضم مصنعا للغزل والنسيج وخاصة الأقمشة والكتان وتحول حالياً إلى مدرسة النيل الثانوية (2).

(1) الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء: النتائج النهائية لتعداد سكان محافظة بنى

سوف، ج. م. ع، ديسمبر 1998، ص 2.

(2) وزارة التربية والتعليم: محافظة بنى سويف: بحث تاريخى، اقتصادى، علمى، قومى، أولاد

العميرى، بنى سويف، 1961، ص ص 26-27.

2- المجال الزمني:

اختلف الباحثون حول ماهية المجال الزمني، فربطه البعض بالفترة الزمنية التي يستغرقها للباحث في جمع البيانات من مفردات عينة البحث، أي من بداية جمع البيانات حتى الانتهاء منها، والبعض الآخر رأى أنه يرتبط بالظاهرة التي يدرسها الباحث أي منذ ظهور الظاهرة وحتى وقت انتهاء الباحث من جمع البيانات من مفردات العينة. ولقد حاول الباحث الجمع بين الطريقتين لأنهما على صواب فبالنسبة للرأي الأول فيحدد المجال الزمني بالفترة من (11 / 6 / 2007 إلى 11 / 9 / 2007).

أما في ضوء الرأي الثاني فإن المجال الزمني للدراسة يبدأ منذ ظهور امتلاك جمهورية مصر العربية للقناة الفضائية المصرية عام 1991 مروراً بإطلاق القمر للمصرى "النيل سات" عام 1998 وما أتاحه من فرصة أكبر لتعاظم نمو القنوات الفضائية المصرية والعربية والأجنبية وزيادة قدرة التلفزيون المصرى والمشاهد المصرى على استقبال القنوات الفضائية (العربية والأجنبية)، وحتى وقت الانتهاء من جمع المادة الميدانية بتاريخ 11 / 9 / 2007.

3- المجال البشرى:

تحدد المجال البشرى للدراسة على أنه يضم بعض الأسر المالكة للهواتف فى حي مقل، حيث تمكنهم من مشاهدة القنوات الفضائية (العربية والأجنبية معاً) فى مساكنهم المعيشية، ولقد أجرى الباحث المقابلات مع بعض من أرباب الأسر، بجانب بعض من الشباب والشابات داخل نفس الأسر.

ثانياً: المنهج: Method

تعد الدراسة من نوع الدراسات الوصفية التفسيرية لذا تعين على الباحث الاعتماد على منهج المسح الاجتماعي بالعينة، الذي يعد من نسب المناهج لذلك للنوع من الدراسات الاجتماعية والإعلامية. ويهتم منهج المسح الاجتماعي بدراسة الظروف الاجتماعية التي تؤثر في مجتمع ما بهدف للحصول على بيانات ومعلومات كافية يمكن الاستفادة منها في وضع وتنفيذ مشروعات إنشائية للإصلاح الاجتماعي.

ولما كان منهج المسح الاجتماعي الشامل من المناهج التي تتطلب مزيد من الجهد والوقت والمال، لذا أضحى المسح الاجتماعي بالعينة أكثر ملائمة للدراسة، حيث يركز على عدد محدود من الحالات التي تنطبق عليهم خصائص العينة المطلوبة، كما أنه يهيئ للباحث فرصة أكبر لجمع معلومات واقية دقيقة تمنحه القدرة على إصدار أحكام أكثر عمقا، كما أنه يعطي فرصة لإجراء دراسات أخرى على المفردات التي لم تخضع للدراسة⁽¹⁾.

ولقد تأكد للباحث من خلال قراءة بعض مصادر التراث المنهجي في علم الاجتماع، أن منهج المسح الاجتماعي من أكثر المناهج ملائمة للدراسات الوصفية، حيث يشاع استخدامه معها، بجانب أنه يسهم في تحقيق أهداف علم الاجتماع (التفسير، التنبؤ، التحكم).

(1) عبد الباسط حسن: أصول البحث الاجتماعي، مرجع سابق، ص من 221-438.

ثالثاً: الأدوات:

اعتمدت للدراسة على الأدوات الآتية:

الملاحظة: observation

تستخدم الملاحظة في هذه الدراسة من أجل التعرف على مشاهدي القنوات الفضائية عن طريق الربط بين وجود للهوائى لدى المشاهد فى محل إقامته -الذى يوجد غالباً اعلى العمارة أو المنزل الذى يعيش بداخله أو فى الشرفة بداخل الشقة- و مدى الفرصة المتاحة لمشاهدة القنوات الفضائية نفسها.

والملاحظة كأداة منهجية من أقدم أدوات جمع البيانات، وتحتل مكانة هامة بين غيرها من الأدوات، وترجع تلك الأهمية إلى عدم وجود أداة تحقق ما كانت تحققه الملاحظة للباحث، حيث لا يمكن الاستغناء عن الاندماج الشخصى للباحث فى ميدان بحثه، ولم تكن هناك أداة تعادل الملاحظة فى قدرتها على توليد الأفكار فى ذهن الباحث، كما أنه مازال من الصعب تصور وجود دراسة جادة للسلوك الاجتماعى لا يوجد للملاحظة دور فيها.

ولقد قدم تاريخ البحث الاجتماعى شواهد بحثية تؤكد أهمية الملاحظة، حيث انطلقت العديد من البحوث معتمدة عليها وخاصة بحوث مدرسة شيكاغو⁽¹⁾. إلا أنه قد تضائل دور الملاحظة فى البحوث مع ظهور الاعتماد على المقابلة والاستبيان، إلا إنها أداة ذات أهمية ولا يمكن الاستغناء عنها، ومما يوضح أهميتها إنها تستخدم فى جميع أنماط البحوث الاجتماعية الكشفية والوصفية والتجريبية. وتعرف بأنها

(1) تيودور كابلو: البحث الاجتماعى: الأسس النظرية والخبرات الميدانية، (ترجمة) محمد

الجوهري، دار للمعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1993، ص 116.

(المشاهدة الدقيقة لظاهرة ما، مع الاستعانة بأساليب للبحث والدراسة التي تتلاءم مع طبيعة هذه الظاهرة)⁽¹⁾.

ويعتمد الباحث على الملاحظة المباشرة المقننة، حيث يقوم بمشاهدة الهوائيات التي يعتبرها مؤشرا أساسيا لامتلاك الهوائى، ويمكن ذلك الباحث من التعرف على نوع الهوائى الذى يعتمد عليه المشاهد، ونوع القنوات التي يمكنه مشاهدتها، ومن ثم تعتبر الملاحظة أداة منهجية مناسبة لنوع الدراسة ولطبيعة مجتمع البحث.

2- المقابلة: interview

تعد المقابلة من أكثر الأنواع استخداما في البحوث المسحية، وتعرف المقابلة بأنها (تفاعل لفظي بين القائم بالمقابلة والمبحوث الهدف استثارة للطرف الأول معلومات الطرف الثاني وخاصة المتعلقة بآرائه ومعتقداته)⁽²⁾.

ويرى الباحث أن هذه الأداة مناسبة لدراسة الموضوع ولمجتمع البحث فمجتمع البحث يضم مستويات تعليمية متباينة. وهذا وضع تتناسب معه المقابلة حيث تتيح فرص جمع البيانات من الأميين وليس للمثقفين فقط⁽³⁾.

ومن بين أنواع المقابلات تم اختيار المقابلة للمقننة التي تتم من خلال استخدام الباحث استمارة مقابلة (الاستبار) interviewing schedual ذات أسئلة محددة من قبل توجه الأسئلة والعبارات بها إلى المبحوث بنفس الصياغة والترتيب سواء كانت

(1) طلعت ليراهيم لطفى: أساليب وأدوات البحث الاجتماعي، دار غريب، القاهرة، 1995، ص 76-77.

(2) عبد الباسط حسن: أصول للبحث الاجتماعي، مرجع سابق، ص 331-335.

(3) سمير نعيم: المنهج العلمي في البحوث الاجتماعية، ط4 مزيدة ومنقحة، مكتبة سعيد رالت، القاهرة، 1987، ص209.

الأسئلة مفتوحة أو مغلقة⁽¹⁾.

وتشبه استمارة المقابلة، استمارة الاستبيان Questionnaire، من حيث التصميم، ولكنها تختلف عنها في الاستخدام الميداني، ففي الاستبيان يقوم الباحث بإلقاء الأسئلة على المبحوث وتكوين إجابات المبحوث في الاستمارة، في حين يترك للمبحوث تدوين الإجابة بنفسه على استمارة الاستبيان، ولا يتطلب الأمر وجود للباحث مع المبحوث عكس الاستبيان⁽²⁾.

أ- توصيف استمارة المقابلة:

من أجل تفعيل استخدام هذه الأداة، قام الباحث بتصميم استمارة المقابلة والتي يمكن توصيفها على النحو التالي:

1- تضمنت استمارة المقابلة أربعة بنود أساسية، تمت صياغتها في نحو (30) سؤالاً بعضها من النوع المفتوح Open Questions، وغالبيتها من النوع المغلق Close Questions، بجانب ذلك تم تصميم مقياس للقيم على طريقة مقياس "ليكرت"، ويمكن عرض البنود الأربعة على النحو التالي:

أولاً: البيانات الأولية: تضمنت في الأسئلة من (1-7).

ثانياً: بيانات عن القنوات الفضائية: وتضم الأسئلة من (8-14) وينقسم هذا البند إلى:

1- أسئلة تتعلق بطبيعة المشاهدة: وتضم الأسئلة من (8-10).

2- أسئلة تتعلق بنتائج المشاهدة: وتضم الأسئلة من (11-14).

(1) غريب سيد احمد: تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1989، ص 303.

(2) سمير نعم: المنهج العلمي في البحوث الاجتماعية، مرجع سابق، ص 222.

ثالثًا: بيانات عن القيم القرابية: وتضم الأسئلة من (15-19).

رابعًا: بيانات تتعلق بالقيم السياسية: وتضم الأسئلة من (20-30).

2- إجراءات الصدق والثبات في استمارة المقابلة: اتخذ الباحث مجموعة من الإجراءات المنهجية لتحقيق درجة من الصدق والثبات في استمارة المقابلة على النحو التالي:

ب- لتحقيق درجة عالية من الصدق:

قام الباحث بعرض الاستمارة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين، من أساتذة علم الاجتماع وعلم الإعلام في عدد من الجامعات المصرية المختلفة(*)، ولقد أبدى هؤلاء الأساتذة ملاحظاتهم التي استفاد منها الباحث، وتم إعادة صياغة الاستمارة في ضوءها، وذلك لضمان درجة عالية من الصدق.

ج- لتحقيق درجة عالية من الثبات قام الباحث بالآتي:

1- تم عمل اختبار قبلى بعدى (Test-Retest Reliability)، حيث تم تطبيق استمارة المقابلة على عينة مكونة من 20 مبحوث من مشاهدي القنوات الفضائية، من أجل التعرف على مدى وضوح الأسئلة، وعدم ازدواجيتها، ومدى ثبات إجابات المبحوثين، وتم إعادة تعديل بعض الأسئلة التي كشف التحليل البسيط عن تولي إجابات المبحوثين حولها، وهي الأسئلة التي

(*) أ.د/ كمال عبد الحميد الزيات - أستاذ علم الاجتماع بجامعة بنى سويف.

أ.د/ محمود مصطفى كمال - أستاذ علم الاجتماع بجامعة المنيا.

أ.د/ مصطفى خلف عبد الجواد - أستاذ علم الاجتماع بجامعة المنيا.

أ.د/ حسن عماد مكاوي - أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة.

أ.د/ سلوى إمام - أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة.

كانت الإجابة عليها بنسبة تتراوح من 90% - 100%، كما تم إعادة تطبيق الاستمارة على نفس المبحوثين مرة أخرى بعد خمسة عشر يوماً من الاختبار الأول لتحديد معدل ثبات إجابات المبحوثين، فقد جاءت الإجابات مطابقة في الحالتين مما يشير إلى معدل ثبات مرتفع.

2- تم إضافة بعض الأسئلة للمراجعة **Checking Questions** من أجل كشف صدق البيانات التي يدلي بها المبحوثين.

3- تم استبعاد الاستمارات التي لاحظ الباحث وجود تناقض بين إجابات المبحوثين من أجل تحقيق الاتساق الداخلي في الاستمارة.

ب- مقياس القيم:

قام الباحث بعمل مقياس للقيم **Scale of Value** في ضوء مقياس " ليكربرت Likert " وهو من المقاييس اللفظية **Verbal Techniques** من أجل تفهم طريقة صياغة الأسئلة، كما تم الاطلاع على مقياس الانتماء السياسي للباحثة "إيمان عليوة" (*)، وتميز المقياس الذي صاغته، بأنه تمت صياغته بعد الاطلاع على مجموعة من المقاييس حول الولاء السياسي والانتماء السياسي، والاعتزاز السياسي لعدد من الباحثين السابقين لها (**).

(*) إيمان عليوة: الانتماء السياسي لدى طلاب الجامعة ودور مؤسسات التنشئة السياسية في

دعمه، (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنيا، 2004)، ص 155.

(**) بعض من المقاييس التي عرضتها الباحثة في رسالتها، نقلاً عن المرجع السابق نفسه.

1- مقياس الانتماء للأسرة الإلهامى عبد العزيز إمام.

2- مقياس الولاء للوطن طارق محمد المرسي.

3- مقياس الانتماء للوطن السيد احمد السيد

4- مقياس الاعتزاز السياسي احمد فاروق احمد

وجاء المقياس الخاص بالدراسة الحالية مكون من خمس وعشرين عبارة، تم صياغتها في ضوء المفاهيم الإجرائية الخاصة بكل مفهوم على حدة، وفي شكل عبارات عامة، منها ما هو سلبي ومنها ما هو إيجابي، لتعبر عن القيم التي يسعى الباحث نحو التعرف على مدى تأثيرها بمشاهدة القنوات الفضائية، وهذه القيم هي (الانتماء الأسري - الفردية - الولاء السياسي - الانتماء العيامي - الاغتراب السياسي)، ويضم المقياس نوعان من البيانات:

أولاً: بيانات تتعلق بالقيم القرابية:

وهي تضم عبارات تتعلق بتأثير المشاهدة على الانتماء الأسري وعلى الفردية ولقد وضع الباحث مجموعة من المؤشرات لقياس مدى التأثير وهي على النحو التالي:-

1- قيمة الانتماء الأسري:- تم صياغة خمسة عبارات تتضمن المؤشرات الآتية:

أ- مشاركة الأسرة في مشاكلها.

ب- الرجوع إلى الأسرة عندما تواجه الفرد مشكلات يصعب عليه حلها.

ج- السماح للأسرة في التدخل لاختيار الزوجة.

د- حب الإقامة مع الأسرة.

هـ- زيارة الأسرة والتردد عليها.

2- قيمة الفردية:- تم صياغة خمسة عبارات تتضمن للمؤشرات الآتية:

أ- الاهتمام بالمشاكل الشخصية فقط.

ب- الرغبة الدائمة في الإقامة المستقلة.

ج- الحرية المطلقة في اختيار للزوجة.

د- عدم الاهتمام بزيارة الأسرة.

هـ- عدم تقديم المساعدة للأسرة لحل مشكلاتها.

ثانياً:- بيانات عن القيم السياسية:

وهي تضم عبارات متعلقة بتأثير المشاهدة على القيم السياسية (الولاء السياسي- الانتماء السياسي- الاغتراب السياسي)، ولقد وضع الباحث بعض المؤشرات لقياس مدى تأثر هذه القيم بمشاهدة القنوات الفضائية على النحو التالي:

1- قيمة الولاء السياسي: تم صياغة خمسة عبارات تتضمن المؤشرات الآتية:

أ- حب المجتمع الذي يعيش فيه الفرد.

ب- التألم من سماع أخبار سيئة عن المجتمع.

ج- السعي نحو تصحيح الأقوال الخاطئة عن المجتمع.

د- عدم الرغبة في الهجرة للعمل في الخارج.

هـ- تفضيل الموت على تراب الوطن.

2- قيمة الانتماء السياسي: تم صياغة خمسة عبارات تتضمن المؤشرات الآتية:

أ- الرضا عن سياسات الحكومة وقراراتها.

ب- متابعة الأحداث السياسية داخليا وخارجيا.

ج- المشاركة في الانتخابات.

د- عضوية أحد الأحزاب السياسية.

هـ- تقلد منصب سياسي.

3- قيمة الاغتراب السياسي:

أ- الاهتمام بالمجتمعات الأخرى عن المجتمع الذي يعيش فيه الفرد.

ب- تكنى قيمة للعمل مع الأحزاب السياسية.

ج- عدم جنوى المشاركة فى الانتخابات.

د- الرغبة الدائمة فى الهجرة خارج المجتمع.

هـ- عدم الثقة فى قرارات الحكومة.

مفتاح تصحيح المقياس:

1- قسمت عبارات المقياس على خمسة قيم متساوية، لكل قيمة خمسة عبارات، ورتبت العبارات ترتيباً دائرياً، وهذا ما يوضحه جدول رقم (2)، ووضع أمام كل عبارة ثلاث اختيارات (إجابات) تتمثل فى (أوافق إلى حد كبير - أوافق إلى حد ما - لا أوافق)، ويأخذ الاختيار الأول ثلاث درجات، والثانى درجتان، والثالث درجة واحدة.

2- يتم حساب الدرجة التى يحصل عليها المبحوث فى كل قيمة على حدة على النحو التالى:

أ- يتم تجميع العبارات الخاصة بكل قيمة، وإعطائها الدرجات المختلفة التى حصل عليها المبحوث.

ب- تجمع الدرجات للخمس لتحديد الدرجة التى يحصل عليها المبحوث فى القيمة الواحدة.

ج- يتم حساب درجة كل قيمة من قيم الدراسة، فإذا حصل المبحوث على درجة تقع ما بين (1-5) تعتبر القيمة ضعيفة، وإذا حصل على درجة تقع ما بين (6-10) تعتبر القيمة متوسطة، وإذا حصل على درجة تقع ما بين (11-15) تعتبر القيمة قوية.

د- من أجل حساب القيمة الرقمية للقيم كلها لدى المبحوث، فإنه إذا حصل المبحوث على درجة تقع ما بين (5-25) في القيم الخمسة تكون قيمه ضعيفة، وإذا ما حصل على درجة تقع ما بين (26-50) تعتبر قيمه متوسطة، وإذا ما حصل على درجة تقع ما بين (51-75) تعتبر قيمه قوية.

هـ- يتم تحويل القيمة المادية إلى قيمة كيفية، أي من قيمة رقمية (5-7-12) إلى قيمة كيفية (ضعيف - متوسط - قوي).

و- يتم حساب مدى التغير في القيمة الواحدة لدى جميع المبحوثين من خلال تجميع تكرارات القيمة الكيفية للقيمة نفسها لدى جميع المبحوثين.

جدول رقم (2)

توزيع أرقام عبارات قيم الدراسة في المقياس

م	القيم	أرقام العبارات	عدد العبارات
1	الانتماء الأسرى	1، 6، 11، 16، 21	5
2	الفردية	2، 7، 12، 17، 22	5
3	الولاء السياسي	3، 8، 13، 18، 23	5
4	الانتماء السياسي	4، 9، 14، 19، 24	5
5	الاغتراب السياسي (عدم لولاء وعدم الانتماء السياسي)	5، 10، 15، 20، 25	5

رابعاً: أساليب تحليل البيانات:

تعتمد الدراسة على أسلوبى التحليل الكمي والكيفى معاً، حيث يتجه الباحث بعد جمع البيانات إلى تصنيفها وتقريرها في جداول إحصائية منها البسيط ومنها المركب، ثم أجرى عليها مجموعة من التحليلات الإحصائية، كالنسب المئوية ومقياس الدلالة الإحصائية "كاسكوير" مستعيناً ببرنامج spss.

ولما كان التحليل الكيفى ضرورة لتعميق الفهم للظواهر وخاصة عند دراسة المواقف والقيم الاجتماعية، لذا تكبته العديد من الباحثين إلى أهمية الجمع بين التحليل الكيفى والتحليل الكمي من أجل تعميق النظرة وتقديم رؤية شمولية، تساعد على دقة التحليل⁽¹⁾. وبالتالي أضحت الاعتماد على التحليل الكيفى مطلباً ضرورياً وبعد جوهرياً للدراسة.

خامساً: العينة وخصائصها:

لاحظ الباحث مدى تباين مجتمع البحث وعدم معرفة مفرداته، حيث انها غير مدونة في إحصاءات رسمية يمكن اعتبارها إطاراً مرجعياً لمجتمع البحث للاختيار من بينها، ولقد فرض ذلك الوضع على الباحث ضرورة اللجوء إلى أسلوب العينات غير العشوائية لأنه يناسب هذا الوضع الذى يصعب معه إتاحة فرص متكافئة لجميع مفردات البحث للاختيار من بينها⁽²⁾.

ومن بين العينات غير العشوائية Non-Random Sample تم اختيار العينة العمدية أو الغرضية purposive sample، وهى عينة يتم اختيار مفرداتها فى

(1) طلعت إبراهيم لطفى: أساليب وأدوات البحث الاجتماعى، مرجع سابق، ص 119.

(2) سمير نعيم: المنهج العلمى فى البحوث الاجتماعية، مرجع سابق، ص 146.

ضوء رؤية ومعرفة الباحثين التي توجههم نحو اختيار أفراد يعتقدون في ضوء معرفتهم، بأنهم انسب الأفراد لتمثيل مجتمع للدراسة⁽¹⁾. وفي العينة العمدية لا تتاح فرص متكافئة للاختيار بين الأفراد ضمن مفردات العينة، كما لا توجد شروط مسبقة تحدد حجم العينة العمدية حيث يتسم الحجم بالمرونة، فالباحث يختار مفردات غنية بالمعلومات أو البيانات حتى يصل إلى الحجم الذي يحصل فيه على إجابات كافية حول الأسئلة التي كانت الدافع الأساسي وراء الدراسة⁽²⁾.

ولقد وضع الباحث بعض الشروط في الأفراد الذين يمثلون عينة الدراسة على النحو التالي:

1- امتلاك الهوائى الذى يتيح فرص متكافئة لمشاهدة القنوات العربية والأجنبية.

2- مرور سنة كاملة على امتلاك الهوائى من اجل اكتساب للخبرة فى استخدامه.

3- أن يكون الهوائى خاص بالأسرة وليس مجرد الاشتراك فى خدمة للتليفزيون الكابل(*) أو مشاهدة الهوائى فى أماكن عامة.

(1) Matthew David & Carole D. Sutton: Social Research., Sage Publication Led, London, 2004, P. 152.

(2) دبرك لايدر: قضايا التنظير فى البحث الاجتماعى، (ترجمة) على السمرى، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2000، ص ص 109-110.

(*) التليفزيون الكابل: إحدى التكنولوجيات التليفزيونية الحديثة التى يتم من خلالها نقل الإشارات التليفزيونية من هوائى ضخم إلى المنازل عبر أسلاك تسمى "بالكابلات" مقابل اشتراكات شهرية. للمزيد انظر: حسن عماد مكاوى: تكنولوجيا الاتصال الحديثة فى عصر المعلومات، الدر المصرية اللبنانية، القاهرة، 1993، ص ص 79-83.

ولما كانت حدود مجتمع البحث للبشرية غير محددة، فقد استطاع الباحث الوصول إلى (200) حالة ممن تنطبق عليهم للشروط السابقة داخل حي مقبل بمجتمع محلي مدينة بنى سويف.

ويعتبر الفرد المشاهد للقنوات الفضائية وحدة العينة العمدية، ويرجع اختيار الفرد إلى أن بعض الإحصائيون يرون أن الباحث يحصل على أدق النتائج إذا كانت وحدة العينة هي الفرد نفسه وكلما كبر حجم وحدة العينة قلت دقة نتائج الدراسة⁽¹⁾. واختيار الفرد داخل الأسرة لا يتعارض مع وحدة الدراسة في علم الاجتماع، لأن الفرد لا يعيش بمفرده، بل يعيش وسط جماعة اجتماعية (الأسرة)، وهذا الفرد قد يكون رب أسرة أو ربة أسرة أو شاب أو شابة أو خلفه.

خصائص عينة الدراسة:

يحاول الباحث توضيح خصائص عينة الدراسة من مشاهدي القنوات الفضائية في ضوء مجموعة المتغيرات كـ(النوع، السن، الحالة الزوجية، المستوى التعليمي)، ومدى إجادة اللغات الأجنبية، ومعدل مشاهدة كلا من القنوات الفضائية العربية والأجنبية على النحو التالي:-

1- توزيع أفراد العينة حسب النوع:

بتوزيع أفراد العينة من مشاهدي القنوات الفضائية حسب النوع، تبين أن نسبة الذكور 59%، في حين بلغت نسبة الإناث 41% وهذا ما يكشف عنه للجدول التالي:

(1) عبد الباسط حسن: أصول البحث الاجتماعي، مرجع سابق، ص 440.

جدول رقم (3)

توزيع أفراد العينة حسب النوع

النوع	ك	%
ذكر	118	59
أنثى	82	41
المجموع	200	100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق رقم (2) أن غالبية المبحوثين في عينة الدراسة من الذكور، وإن أقلية فقط من الإناث.

2- توزيع أفراد العينة حسب السن:

بتوزيع أفراد العينة من مشاهدي القنوات الفضائية حسب السن، تبين أن نسبة 48.5% يقعون في الفئة العمرية (16-30)، وإن نسبة 43.5% يقعون في الفئة العمرية (31-45)، في حين بلغت نسبة 8% من المشاهدين يقعون في الفئة العمرية (46-60)، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (4)

توزيع أفراد العينة حسب السن

السن	ك	%
16-30 سنة	97	48.5
31-45 سنة	87	43.5
46-60 سنة	16	8
المجموع	200	100

يكشف الجدول السابق أن غالبية المبحوثين يقعون في الفئة العمرية (16-30 سنة)، وأن أقلية من المبحوثين يقعون في الفئة العمرية (46-60 سنة)، فالمشاهدة تقل لدى كبار السن نظرا للظروف الصحية التي يعاني منها المسنين.

3- توزيع أفراد العينة حسب الحالة الزوجية:

بتوزيع أفراد العينة من مشاهدي القنوات الفضائية حسب الحالة الزوجية، تبين أن نسبة 37.5% من العزاب، وأن نسبة 58.5% من المتزوجين، وأن نسبة 2.5% من الأرمال، وأن 1.5% من المطلقين، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (5)

توزيع أفراد العينة حسب الحالة الزوجية

الحالة الزوجية	ك	%
أعزب	75	37.5
متزوج	117	58.5
أرمل	5	2.5
مطلق	3	1.5
المجموع	200	100

ويكشف الجدول السابق، عن أن غالبية أفراد العينة من المتزوجين، وأن أقل نسبة من المطلقين.

4- توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي:

بتوزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي، تبين أن نسبة غير المتعلمين 15%، وأن نسبة الحاصلين على شهادة الثانوية العامة أو الدبلوم 30%، كما بلغت نسبة الحاصلين على مؤهل فوق متوسط 8%، في حين بلغت نسبة الحاصلين على

مؤهل جامعي 43.5%، وأخيراً جاءت نسبة الحاصلين على مؤهل ما بعد الجامعي بنسبة 3.5% وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:-

جدول رقم (6)

توزيع أفراد العينة حسب الحالة الزوجية

المستوى التعليمي	ك	%
غير متعلم	30	15
ثانوية عامة أو دبلوم	60	30
مؤهل فوق متوسط	16	8
مؤهل جامعي	87	43.5
مؤهل ما بعد الجامعي	7	3.5
المجموع	200	100

يكشف الجدول السابق عن غالبية المبحوثين من الحاصلين على مؤهل جامعي، وإن أقلية هم الحاصلين على مؤهلات ما بعد الجامعي.

5- توزيع أفراد العينة حسب مدى إجادة اللغات الأجنبية:-

بتوزيع أفراد العينة حسب مدى إجادة اللغات الأجنبية، تبين أن نسبة 61% من المبحوثين ممن يجيدون لغات أجنبية بجانب اللغة العربية، وإن نسبة 39% من المبحوثين ممن يجيدون اللغة العربية(*) فقط، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

(*) يقصد باللغة العربية هنا اللغة العربية للدارجة أو العامية وليست الفصحى.

جدول رقم (7)

توزيع أفراد العينة حسب مدى إجادة اللغات الأجنبية

إجادة اللغات	ك	%
يجيدون لغات أجنبية	122	61
لا يجيدون غير العربية	78	39
المجموع	200	100

ويكشف الجدول السابق عن أن غالبية المبحوثين في عينة الدراسة ممن يجيدون اللغات الأجنبية بجانب اللغة العربية، في حين كان من يجيدون العربية فقط أقلية.

6- توزيع أفراد العينة حسب معدل مشاهدة القنوات الفضائية العربية:

بتوزيع أفراد العينة حسب معدل مشاهدة القنوات الفضائية العربية، تبين أن نسبة 57.5% من العينة، ممن يشاهدون القنوات الفضائية العربية بمعدل أقل من 4 ساعات في اليوم الواحد، ولن نسبة 42.5% من عينة الدراسة، ممن يشاهدون القنوات الفضائية العربية بمعدل من 4 ساعات فأكثر في اليوم الواحد، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (8)

توزيع أفراد العينة حسب معدل مشاهدة القنوات الفضائية العربية

معدل للمشاهدة	ك	%
أقل من 4 ساعات في اليوم الواحد	115	57.5
4 ساعات فأكثر في اليوم الواحد	85	42.5
المجموع	200	100

يكشف الجدول السابق عن أن غالبية المبحوثين من قليلي المشاهدة للقنوات الفضائية، وهم من يشاهدون القنوات الفضائية لمدة أقل من 4 ساعات في اليوم

لواحد، وإن أقلية هم من كثيفي المشاهدة، وهم من يشاهدون القنوات الفضائية لمدة من 4 ساعات فأكثر في اليوم الواحد.

7- توزيع أفراد العينة حسب معدل مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية:

بتوزيع أفراد العينة حسب معدل مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية في اليوم الواحد، تبين أن نسبة 615%، ممن يشاهدون القنوات الفضائية الأجنبية بمعدل أقل من 4 ساعات في اليوم الواحد، وأن نسبة 385% من عينة الدراسة، ممن يشاهدون القنوات الفضائية الأجنبية بمعدل من 4 ساعات فأكثر في اليوم الواحد، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي

جدول رقم (9)

توزيع أفراد العينة حسب معدل مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية

معدل المشاهدة	ك	%
أقل من 4 ساعات في اليوم الواحد	123	61.5
4 ساعات فأكثر في اليوم الواحد	77	38.5
المجموع	200	100

يكشف الجدول السابق عن أن غالبية المبحوثين من قليلي المشاهدة للقنوات الفضائية، وهم من يشاهدون القنوات الفضائية لمدة أقل من 4 ساعات في اليوم الواحد، وإن أقلية هم من كثيفي المشاهدة، وهم من يشاهدون القنوات الفضائية الأجنبية لمدة من 4 ساعات فأكثر في اليوم الواحد.

ومن أجل توضيح الوظائف المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية، وتوضيح مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية والأجنبية على القيم القرآنية والسياسية، محور اهتمام الدراسة يحاول الباحث خلال الفصول التالية توضيح ذلك بشيء من التفصيل.

الفصل الخامس القتوات الفضائية والقيم القرابية

أولاً: طبيعة مشاهدة القتوات الفضائية والنتائج

المتربة على المشاهدة

ثانياً: تأثير مشاهدة القتوات الفضائية على القيم

القربية

الفصل الخامس

القنوات الفضائية والقيم القرابية

يهدف هذا الفصل على التعرف على طبيعة مشاهدة القنوات الفضائية، ومدى تأثيرها على القيم القرابية، ويتضح ذلك على النحو التالي:-

أولاً: طبيعة مشاهدة القنوات الفضائية والنتائج المترتبة على المشاهدة:

أ- طبيعة مشاهدة القنوات الفضائية:

يتباين للمبحوثين فيما بينهم، من حيث نوعية البرامج المفضلة للمشاهدة فى القنوات الفضائية، وكذلك فى عدد الساعات المخصصة للمشاهدة لديهم خلال اليوم الواحد.

وبسؤال المبحوثين عن أهم البرامج التى تثير اهتمامهم فى القنوات الفضائية العربية والأجنبية، فقد جاءت إجاباتهم بأن البرامج للسياسية هى الأكثر إثارة للاهتمام، حيث بلغت نسبة مشاهدتها 34.5%، بينما أشارت نسبة 11% من المبحوثين بأن البرامج الاجتماعية هى الأكثر إثارة للاهتمام، وبنفس النسبة جاءت إجابات المبحوثين نحو البرامج الدينية أى بلغت نسبة مشاهدتها 11%، فى حين أوضحت نسبة 5.5% من المبحوثين بأن البرامج للترفيهية هى الأكثر إثارة للاهتمام، بينما جاءت إجابات 3% من المبحوثين بأن البرامج الثقافية هى الأكثر إثارة للاهتمام، ولقد أكدت نسبة 35% من المبحوثين أن البرامج السابقة جميعاً تثير اهتمامهم، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (10)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة طبقاً لأهم البرامج المثيرة للاهتمام

نوعية البرامج المثيرة للاهتمام	ك	%
للبرامج السياسية	69	34.5
البرامج الاجتماعية	22	11
للبرامج الدينية	22	11
للبرامج الترفيهية	11	5.5
البرامج الثقافية	6	3
البرامج السابقة جميعها	70	35
المجموع	200	%100

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن أن كل من البرامج السياسية، والاجتماعية، والدينية، والترفيهية، والثقافية، تثير اهتمام المبحوثين، ولكن بنسب متباينة، فقد احتلت البرامج السياسية المرتبة الأولى، يليها كل من البرامج الاجتماعية والدينية، ثم البرامج الترفيهية، وأخيراً البرامج الثقافية، وهذا ما يجيب على التساؤل للقاتل ما هى نوعية البرامج المثيرة لاهتمام للمشاهدين فى القنوات الفضائية؟

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة أمل توفيق بعنوان (البيث التليفزيونى المباشر وأثره على القيم الاجتماعية لدى الأسرة المصرية) والتي توصلت إلى أن القنوات الإخبارية أكثر تفضيلاً للمشاهدة عن غيرها من القنوات الأخرى⁽¹⁾،

(1) أمل محمد توفيق: البيث التليفزيونى المباشر وأثره على القيم الاجتماعية لدى الأسرة

المصرية، مرجع سابق، ص 167-206.

كما تتفق مع ما أكده فارس بن محمد الغزى فى دراسته بعنوان (القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكى فى المجتمع السعودى) حيث أكد على أن أصحاب المشاهدة الجماعية يفضلون نشرات الأخبار عن غيرها من البرامج. ومن ناحية أخرى تختلف النتيجة السابقة مع ما توصل إليه فارس الغزى فيما يتعلق بتفضيل أصحاب المشاهدة الفردية للبرامج الاجتماعية والعلمية عن غيرها من البرامج الأخرى⁽¹⁾. كما تختلف النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة ياس البياتى بعنوان (الفضائيات: الثقافة الوافدة وسلطة الصورة)، حيث توصلت إلى أن البرامج الثقافية الموسيقية تحتل المرتبة الأولى بين جميع البرامج لدى المشاهدين الليبيين⁽²⁾، كما تختلف مع ما توصلت إليه نسمه البطريق فى دراستها بعنوان (القنوات الفضائية الدولية والهوية الثقافية العربية)، فلقد توصلت إلى أن البرامج الترفيهية تحظى بتفضيل أكبر من البرامج السياسية والثقافية⁽³⁾.

وبسؤال المبحوثين عن طبيعة مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية، من حيث عدد ساعات المشاهدة فى اليوم الواحد، فلقد جاءت إجابات من يشاهدون القنوات الفضائية العربية لمدة أقل من 4 ساعات فى اليوم الواحد بنسبة 57.5%، فى حين جاءت إجابات من يشاهدون القنوات الفضائية العربية لمدة 4 ساعات فأكثر فى اليوم الواحد بنسبة 42.5% وهذا ما يكشف عنه الجدول التالى:

-
- (1) فارس بن محمد الغزى: القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكى فى المجتمع السعودى، ص 53.
 - (2) ياس خضير البياتى: الثقافة الوافدة وسلطة الصورة، مرجع سابق، ص 75.
 - (3) نسمه البطريق: القنوات الفضائية الدولية والهوية الثقافية العربية، مرجع سابق، ص 118.

جدول رقم (11)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً لعدد ساعات مشاهدة القنوات الفضائية العربية في اليوم الواحد

عدد ساعات المشاهدة	ك	%
أقل من 4 ساعات في اليوم الواحد	115	57.5
من 4 ساعات فأكثر في اليوم الواحد	85	42.5
المجموع	200	%100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق أن غالبية المبحوثين من قبلي المشاهدة للقنوات الفضائية العربية وهم من يشاهدون القنوات الفضائية العربية أقل من 4 ساعات في اليوم الواحد، في حين كان كثيفي المشاهدة وهم من يشاهدون القنوات الفضائية العربية من 4 ساعات فأكثر في اليوم الواحد يمثلون أقلية، وهذا ما يجيب على التساؤل القائل ما هي عدد للساعات التي يقضيها للمشاهدين أمام القنوات الفضائية العربية؟

وبسؤال المبحوثين عن عدد ساعات مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية، فقد تبين أن نسبة 61.5% من المبحوثين يشاهدون القنوات الفضائية الأجنبية لمدة أقل من 4 ساعات في اليوم الواحد، وأن نسبة 38.5% يشاهدون القنوات الفضائية الأجنبية لمدة من 4 ساعات فأكثر في اليوم الواحد، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (12)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة طبقاً لعدد ساعات مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية فى اليوم الواحد

عدد ساعات المشاهدة	ك	%
أقل من 4 ساعات فى اليوم الواحد	123	61.5
4 ساعات فأكثر فى اليوم الواحد	77	38.5
المجموع	200	%100

وتكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن أن أكثرية من المبحوثين هم قليلي المشاهدة للقنوات الفضائية الأجنبية، فى حين يمثل كثيفي المشاهدة للقنوات الفضائية الأجنبية أقلية، وهذا ما يجيب على التساؤل القائل ما هى عدد الساعات التى يقضيها المشاهدين أمام القنوات الفضائية الأجنبية؟

ب- النتائج الإيجابية المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية:

1- النتائج الإيجابية المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية العربية:

بسؤال المبحوثين عن الاشباع المحققة لهم من وراء مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية، فلقد أجابت نسبة 20.5% من عينة الدراسة بأن مشاهدتهم أفادتهم فى التعرف على العالم الخارجى وما يحدث فيه، بينما أشارت نسبة 29% من المبحوثين بأن مشاهدتهم أفادتهم كثيراً فى الإلمام بما يدور فى المجتمع المصرى من مشكلات وقضايا، فى حين أكدت نسبة 17.5% بأن مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية مكنتهم من التسلية والترفيه، وأجابت نسبة 10% بأن مشاهدتهم أتاحت لهم فرص للتنقيف والتعرف على ثقافات المجتمعات العربية، فى حين أكدت نسبة 20.5% بأن مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية مكنتهم من متابعة الأحداث

الرياضية، وأخيراً أجابت نسبة 1.5% من أفراد العينة بأن مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية حققت لهم كل ما سبق، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (13)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة طبقاً للفوائد المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية العربية

الفوائد المترتبة على المشاهدة	ك	%
التعرف على العالم الخارجى وما يحدث فيه	41	20.5
الإمام بما يدور بالمجتمع المصرى من مشكلات وقضايا	58	29
التسلية والترفيه	35	17.5
للتثقيف والتعرف على ثقافات المجتمعات العربية	22	11
متابعة الأحداث الرياضية	41	20.5
فوائد أخرى	3	1.5
المجموع	200	%100

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن أن الإمام بما يدور بالمجتمع المصرى من مشكلات وقضايا كانت أكبر إشباع ووظيفة إيجابية محققة، يلى ذلك فائدة التعرف على العالم الخارجى وما يحدث فيه، وهما يمثلان الوظيفة الإخبارية للقنوات الفضائية العربية، يليها متابعة الأحداث الرياضية والتسلية والترفيه، وهما معاً يمثلان الوظيفة الترفيهية للقنوات الفضائية، وأخيراً وظيفة التثقيف من خلال التعرف على ثقافات المجتمعات العربية، وبالتالي فمشاهدة القنوات الفضائية العربية تحقق العديد من الإشباع والوظائف منها الإخبارية والترفيهية والتثقيفية، وهذا ما يجيب على التساؤل القائل ما هى الوظائف والإشباع المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية العربية؟.

ب- النتائج الإيجابية المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية:

بمؤال المبحوثين عن الفوائد المترتبة على مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية، فقد أجابت نسبة 27% بأنهم تمكنوا من معرفة الأخبار التي لا يمكن بثها في القنوات الفضائية العربية من خلال مشاهدتهم للقنوات الأجنبية، بينما أجابت نسبة 30% من المبحوثين بأن مشاهدتهم أفادتهم في التعرف على العالم الخارجي وما يحدث فيه، ولقد أشارت نسبة 8% بأن مشاهدتهم أفادتهم في تحقيق التسلية والترفيه، في حين أكدت نسبة 10% من المبحوثين بأن مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية أتاحت لهم فرصة التواصل مع الثقافات الأجنبية المتعددة، كما أكدت نسبة 20% من المبحوثين بأن مشاهدتهم ساعدتهم على متابعة الأحداث الرياضية، وأخيراً ذكرت نسبة 5% من المبحوثين بأن مشاهدتهم حققت لهم كل ما سبق، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (14)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً للفوائد المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية

الفوائد المترتبة على المشاهدة	ك	%
معرفة الأخبار التي لا يمكن بثها في القنوات الفضائية العربية	54	27
التعرف على العالم الخارجي وما يحدث فيه	60	30
التسلية والترفيه	16	8
للتواصل والتعرف على الثقافات الأجنبية المتعددة	20	10
متابعة الأحداث الرياضية	40	20
فوائد أخرى	10	5
المجموع	200	%100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن الوظيفة الإخبارية للمشاهدة تمثل أكبر فائدة وهي تتحقق من خلال التعرف على للعالم الخارجي وما يحدث به، ومعرفة الأخبار التي لا يمكن بثها في القنوات الفضائية العربية، أما الوظيفة الترفيهية فلقد جاءت في المرتبة الثانية حيث تتحقق من خلال التسلية والترفيه، ثم متابعة الأحداث الرياضية، أما الوظيفة الثقافية فقد جاءت ادنى الوظائف وتتحقق من خلال التواصل والتعرف على الثقافات الأجنبية المتعددة، وذلك بجانب وظائف أخرى، وهذا ما يؤكد على أن مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية تؤدي إلى العديد من الإشباعات والوظائف الإيجابية، وهذا ما يجيب على التساؤل القائل ما هي الوظائف والإشباعات المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية؟.

وتتفق النتيجة السابقة مع ما ذهب إليه أنصار البنائية الوظيفية في تحليلهم لوظائف عملية الاتصال، فلقد رأى "لازويل Lasswell"، و"رايت Wright" أن وسائل الاتصال تساعد على الإحاطة بما يدور في البيئة الخارجية من أحداث ومراقبة هذه البيئة⁽¹⁾. وتتفق أيضا النتيجة السابقة مع ما ذهب إليه "ماكوييل Mcquail" من أن وسائل الاتصال تعمل على نشر المعلومات حول البيئة مما يزيد من الوعي بالأحداث في المجتمع وبالعالم ككل، وتوضح طبيعة العلاقات بين الدول⁽²⁾.

وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصل إليه "رايت" من أن وسائل الاتصال تؤدي إلى الاستمتاع وتقليل التوتر⁽³⁾، كما تتفق النتيجة السابقة مع ما توصل إليه أنصار

(1) Games Lull: Media Communication & Culture: A global Approach, Op. Cit., P. 94.

(2) Denis Mc quail: Mc quails' Mass Communication Theory, Op. Cit., P. 79.

(3) Games Lull: Media Communication & Culture: A global Approach, Op. Cit., P. 94.

نظرية الاستخدامات والاستمالات فلقد ذهب كل من " كاتز Katz، وبلومر Bulmer" إلى أن وسائل الاتصال تؤدي إلى الاستمتاع والتسلية عن طريق إتاحة الفرصة أمام المشاهدين للهروب من روتين الحياة والخروج من نطاق المشكلات الشخصية، مما يقلل من التوتر والقلق حتى ولو عند مشاهدتهم لبرامج الجريمة⁽¹⁾.

وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة فارس الغزى وزميله في دراستهما بعنوان (القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكي في المجتمع السعودي) حيث تؤدي مشاهدة القنوات الفضائية إلى اتساع الأفق، ونضج الوعي، وتحقيق التواصل مع الحضارات⁽²⁾. كما تتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة أمل محمد توفيق بعنوان (البث التليفزيوني المباشر وأثره على القيم الاجتماعية لدى الأسرة المصرية)، والتي أكدت على أن مشاهدة القنوات الفضائية أدت إلى وحدة العالم وجعله قرية صغيرة⁽³⁾.

كما تتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة نبيل طلب بعنوان (تأثير التعرض للقنوات الفضائية على علاقة جمهور المشاهدين بالقنوات المركزية والإقليمية المصرية)، والتي أكدت الدراسة على أن مشاهدة القنوات الفضائية ترمي حصيلة للمشاهد المعرفية بالأحداث العالمية⁽⁴⁾. كما تتفق النتيجة السابقة مع ما

(1) Games Watson: Media Communication: An Introduction to theory and Process, Op. Cit., PP. 62 - 63.

(2) فارس بن محمد للغزى وعبدالله حسنين: القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكي في المجتمع السعودي، مرجع سابق، ص ص 355 - 362.

(3) أمل محمد توفيق: البث التليفزيوني المباشر وأثره على القيم الاجتماعية لدى الأسرة المصرية، مرجع سابق، ص ص 167 - 206.

(4) نبيل محمد طلب: تأثير التعرض للقنوات الفضائية على علاقة جمهور المشاهدين بالقنوات المركزية والإقليمية المصرية، مرجع سابق، ص ص 401 - 402.

توصلت إليه دراسة جيهان يسرى بعنوان (استخدام الشباب المصري للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة منها)، حيث توصلت إلى أن مشاهدة القنوات الفضائية تساعد على الاسترخاء والاستمتاع⁽¹⁾.

ج- النتائج السلبية المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية:

1- النتائج السلبية المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية العربية:

بسؤال المبحوثين عن الأضرار المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية العربية، فلقد أجابت نسبة 47.5% بأن كشف القنوات الفضائية العربية عن الحقائق يقلل من الثقة بالمستولين عن الوطن، بينما قد أشارت نسبة 26.5% بأن بعض القنوات الفضائية العربية يقدم أفكار تقلل من الرغبة في المشاركة السياسية، في حين أكدت نسبة 10.5% بأن بعض برامجها يدعم الاهتمام بالذات وحب النفس، بينما أوضحت نسبة 14% بأن برامجها تزيد من الرغبة الاستهلاكية، وأخيراً فلقد ذكرت نسبة 1.5% بأن هناك أضرار أخرى وهي:

1. كثرة الفتاوى وغياب الرقابة.

2. البعد عن الجانب الديني.

3. غير مفيدة ومضيعة للوقت.

وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

(1) جيهان يسرى: استخدام الشباب المصري للقنوات الفضائية والإشباع المتحققة منها،

مرجع سابق، ص 181.

جدول رقم (15)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة طبقاً للأضرار المترتبة
على مشاهدة القنوات الفضائية العربية(*)

الأضرار المترتبة على المشاهدة	ك	%
كشفها عن الحقائق يقلل من ثقى بالمسئولين عن الوطن	95	47.5
بعضها يقدم أفكاراً تقلل من رغبتى فى المشاركة السياسية	53	26.5
تدعم بعض برامجها الاهتمام بالذات وحب النفس	21	10.5
تزيد من حدة الرغبة الاستهلاكية	28	14
أضرار أخرى	3	1.5
المجموع	200	%100

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن أن مشاهدة القنوات الفضائية العربية يترتب عليها وظائف سلبية، منها تدعيم عدم الثقة فى المسئولين عن الوطن نتيجة الكشف عن الحقائق غير المعلنة، يليها أن بعض برامجها تقدم أفكار تقلل من الرغبة فى المشاركة السياسية، وهما يؤيدان إلى ضعف الانتماء والولاء السياسى لدى المشاهدين، كما أشارت البيانات الواردة بالجدول السابق إلى أن بعض برامجها تؤدي إلى حب الذات، وزيادة النزعة الاستهلاكية، وهذه النتيجة تمثل إجابة على التساؤل القائل ما هى السلبيات المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية العربية؟

وتتفق النتيجة السابقة مع ما أشار إليه بعض أنصار منظور الصراع بأن وسائل الاتصال عندما تتحرر من قبضة الطبقة الحاكمة وتنتقل فى عملها، تستطيع

(*) لبعض المبحوثين أكثر من اختيار حيث يرون أن مشاهدة القنوات الفضائية العربية تحقق أكثر من ضرر.

لأن تكشف الزيف والتبريرات الخاطئة التي تنشرها الطبقة الحاكمة⁽¹⁾، مما يقلل من الثقة بالمسؤولين المنتمين لهذه الطبقة. كما تتفق النتيجة السابقة مع ما ذهب إليه أنصار الوظيفية في القول بأن وسائل الاتصال قد تؤدي إلى زيادة السلبية واللامبالاة والعزوف عن المشاركة السياسية⁽²⁾.

2- النتائج السلبية المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية:

بسؤال المبحوثين عن الأضرار المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية، فقد أجابت نسبة 22.5% بأن المشاهدة جعلتهم يحبون المجتمعات الأجنبية عن المجتمع المصري، بينما أشارت نسبة 25.5% بأن مشاهدتهم جعلتهم يهتمون بذاتهم عن الآخرين، في حين أكدت نسبة 20% بأن مشاهدتهم قللت من مشاركتهم في الاهتمام بحل مشاكل مجتمعهم، ولقد أوضحت نسبة 10% بأن مشاهدتهم زادت من رغبتهم الاستهلاكية، في حين ذكرت نسبة 10.5% بأن المشاهدة دعمت من رغبتهم في الهجرة لإحدى الدول الأجنبية، بينما أكدت نسبة 11% بأن مشاهدتهم للقنوات الأجنبية تثير من غرائزهم الجنسية، وأخيراً أكدت نسبة 0.5% من المبحوثين أنه لا توجد أضرار ترتبت على مشاهدتهم، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

(1) جلال مديوني: الاتصال الإنساني والتنمية، مرجع سابق، ص 63.

(2) محمود عودة: أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، مرجع سابق، ص 52 - 56.

جدول رقم (16)

التوزيع التصكاري لأفراد العينة طبقاً للأضرار المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية

الأضرار المترتبة على المشاهدة	ك	%
جعلتني أحب المجتمعات الأجنبية عن المجتمع المصري	45	22.5
جعلتني أفضل ذاتي وأهتم بها عن الآخرين	51	25.5
أضعفت من مشاركتي في حل مشاكل مجتمعي	40	20
زيادة الرغبة الاستهلاكية	20	10
دعمت من رغبتى في الهجرة إلى إحدى الدول الأجنبية	21	10.5
إثارة الرغبة الجنسية	22	11
أضرار أخرى	1	0.5
المجموع	200	%100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية تؤدي إلى العديد من اللوظائف (السلبيات)، من أكثرها الاهتمام بالذات دون الآخرين، وأقلها إثارة الرغبة الجنسية، مما يؤكد على أن مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية يترتب عليها العديد من السلبيات، مما يجيب على التساؤل القائل ما هي السلبيات المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية؟

ويتفق النتيجة السابقة مع ما ذهب إليه أنصار منظور الصراع، حيث يرون أن وسائل الاتصال الحديثة تعمل على نشر قيم ومبادئ للدول المتقدمة⁽¹⁾، وهذا ما قد

(1) سامية خضر: الشخصية المصرية: تحديات الحاضر والمستقبل المنظور، مرجع سابق،

يترتب عليه غرس قيمة الفردية وحب الذات كقيمة سائدة في الدول المتقدمة تدعوا إلى نشرها من خلال القنوات الفضائية الأجنبية، كما قد يؤدي ذلك إلى الانشقاق وعدم التوافق مع المجتمع وذلك ما أشار إليه روبرت ميرتون Merton⁽¹⁾ ويحدث عندما يكون الاتصال غير وظيفي⁽¹⁾.

وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة فارس الغزى وزميله بعنوان (القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكي في المجتمع السعودي)، حيث توصلت إلى أن مشاهدة القنوات الفضائية تزيد من الرغبة في الهجرة، وشيوع قيم الأنانية والفردية، وزيادة حدة الغريزة الجنسية لدى الشباب، وزيادة النزعة الاستهلاكية⁽²⁾.

وتتفق للنتيجة السابقة مع ما توصلت إليه عبير شاكر في دراستها بعنوان (تأثير الفضائيات على ثقافة المجتمع المصري)، حيث توصلت إلى أن مشاهدة القنوات الفضائية تزيد من الاستهلاك الترفيهي واقتناء السلع الأجنبية⁽³⁾. وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه أمل محمد توفيق في دراستها بعنوان (البيت التلفزيوني المباشر وأثره على القيم الاجتماعية لدى الأسرة المصرية)، حيث توصلت إلى أن مشاهدة القنوات الفضائية تفجر الغرائز الجنسية⁽⁴⁾.

(1) Arnold Mattelart & Michele Mattelart: Theory of Communication: A short Introduction, Op. Cit., P. 29.

(2) فارس بن محمد الغزى وعبدالله حسنين: القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكي في المجتمع السعودي، مرجع سابق، ص 355 - 366.

(3) عبير شاكر: تأثير الفضائيات على ثقافة المجتمع المصري، مرجع سابق، ص 81.

(4) أمل محمد توفيق: البيت التلفزيوني المباشر وأثره على القيم الاجتماعية لدى الأسرة المصرية، مرجع سابق، ص 167-206.

وتتفق للنتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة محمد عبدالبدیع بعنوان (أثر القنوات الفضائية لواقعة على بعض قيم الأسرة المصرية)، حيث أكدت على أن مشاهدة القنوات الفضائية الواقعة تؤدي إلى زيادة للرغبة في الهجرة الخارجية، وتفجر الغرائز والبحث عن سبل غير شرعية لإرضائها⁽¹⁾. وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة ياس البياتي بعنوان (الفضائيات: الثقافة الواقعة وسلطة الصورة)، حيث رأت أن مشاهدة القنوات الفضائية تؤدي إلى زيادة النزعة الاستهلاكية⁽²⁾.

ثانياً: تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على القيم القرابية:

1- مشاهدة القنوات الفضائية العربية والعلاقات الأسرية:

بسؤال المبحوثين عن مدى تأثير مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية على تدعيم علاقاتهم بأسرهم، فأجابت نسبة 35% بالموافقة إلى حد كبير، وأشارت نسبة 41% بالموافقة إلى حد ما، في حين أشارت نسبة 24% من المبحوثين بعدم الموافقة، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

(1) محمد عبدالبدیع: أثر القنوات الفضائية الواقعة على بعض قيم الأسرة المصرية، مرجع سابق، ص 56 - 58.

(2) ياس خضير البياتي: الفضائيات: الثقافة الواقعة وسلطة الصورة، مرجع سابق، ص 75.

جدول رقم (17)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً لمدى الموافقة
على تدعيم مشاهدة القنوات الفضائية العربية للقيم القرابية

مدى الموافقة	ك	%
أوافق إلى حد كبير	70	35
أوافق إلى حد ما	82	41
لا أوافق	48	24
الجملة	200	%100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن أغلبية المبحوثين يوافقون على أن مشاهدتهم تدعم علاقاتهم بالأسرة، وأن أقلية هم الذين لا يوافقون على ذلك. وبسؤال المبحوثين عن مظاهر هذا التدعيم للعلاقات الأسرية تبين أن نسبة 38.1% من المبحوثين أكدوا على أن مشاهدتهم زادت من ارتباطهم بالأسرة، بينما أشارت نسبة 34.2% بأن مشاهدتهم أوضحت أهمية الرجوع إلى الأسرة عند اتخاذ القرارات، كما أشارت نسبة 26.3% بأن مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية أكدت على أهمية الوقوف مع الأسرة لحل مشكلاتها، في حين أجابت نسبة 1.4% بأن كل ما سبق يعتبر من مظاهر تدعيم مشاهدة القنوات الفضائية للعربية للعلاقات الأسرية، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (18)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة طبقاً لمظاهر تدعيم
المشاهدة للعلاقة بالأسرة

مظاهر تدعيم المشاهدة للعلاقة بالأسرة	ك	%
زادت من الارتباط بالأسرة	58	38.1
أوضحت أهمية الرجوع إلى الأسرة فى اتخاذى لقراراتى	52	34.2
أكدت على أهمية الوقوف مع الأسرة لحل مشكلاتها	40	26.3
غير ذلك	2	1.4
الجملة	152	%100

يكشف الجدول السابق أن أغلب مظاهر تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية

على تدعيم العلاقة بالأسرة هو زيادة الارتباط بالأسرة.

2- مشاهدة القنوات الفضائية وقيمة الانتماء الأسرى:

وعن علاقة مشاهدة القنوات الفضائية العربية بقيمة الانتماء الأسرى تبين أن

نسبة 64.5% من المبحوثين لديهم انتماء أسرى قوي، وأن نسبة 34% من

المبحوثين لديهم انتماء أسرى متوسط، وأن نسبة 1.5% لديهم انتماء أسرى

ضعيف، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (19)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً لمدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قيمة الانتماء الأسري

الانتماء الأسري	ك	%
انتماء أسري قوي	129	64.5
انتماء أسري متوسط	68	34
انتماء أسري ضعيف	3	1.5
للمجملة	*200	%100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق أن غالبية المشاهدين لديهم انتماء أسري قوي نتيجة لمشاهدتهم القنوات الفضائية العربية، مما يؤكد على أن مشاهدة القنوات الفضائية العربية تدعم من قيمة الانتماء الأسري، مما يجب على التساؤل القائل هل تؤدي مشاهدة القنوات الفضائية العربية إلى تدعيم قيمة الانتماء الأسري؟، ويؤكد على صحة الفرض القائل "يوجد ارتباط إيجابي بين مشاهدة بعض القنوات العربية وتغير قيمة الانتماء الأسري".

وتتفق النتيجة السابقة مع ما ذهب إليه أنصار نظرية العرس الثقافي من أن وسائل الإعلام تعمل كوسيط للتنشئة الاجتماعية، حيث تعمل على إكساب الفرد الاتجاهات والقيم والسلوكيات المناسبة لدوره الاجتماعي ليتمكن من مسايرة جماعته الاجتماعية ويتوافق معها⁽¹⁾. وتختلف النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة فارس الغزوي وزميله بعنوان (القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط

(1) أماني السيد فهمي: الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون،

مرجع سابق، ص 221.

السلوك الاستهلاكي في المجتمع السعودي)، حيث أكدت الدراسة أن مشاهدة هذه القنوات الفضائية أضعفت الترابط الأسري، حيث حولت الأسرة إلى بيئة ثانوية⁽¹⁾، كما تتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة أمل محمد توفيق في دراستها بعنوان (البيت التلفزيوني المباشر وأثره على القيم الاجتماعية لدى الأسرة المصرية)، حيث توصلت إلى أن مشاهدة القنوات الفضائية لم تؤدي إلى ضعف الترابط الأسري، فمازالت الأسرة تعمل كموجه للأفراد عند اختيارهم لزوجاتهم⁽²⁾.

وتختلف مع ما توصلت إليه دراسة محمد عبد البديع بعنوان (أثر القنوات الفضائية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية)، حيث أكدت على أن مشاهدة القنوات الوافدة أضعفت من الانتماء الأسري⁽³⁾، كما تتفق مع ما توصلت إليه دراسة ياس خضير البياتي بعنوان (الفضائيات: الثقافة الوافدة وسلطة الصورة)، حيث أكدت على أن مشاهدة القنوات الفضائية أضعفت من الروابط الأسرية⁽⁴⁾.

3- معدل مشاهدة القنوات الفضائية العربية وقيمة الانتماء الأسري:

بتحليل العلاقة بين معدل مشاهدة القنوات الفضائية العربية والتغير في قيمة الانتماء الأسري تبين أن في فئة قليلة المشاهدة كانت نسبة من لديهم انتماء أسري قوي 63.5%، في حين بلغت نسبة من لديهم انتماء أسري متوسط 36.5%، وفي

(1) فارس بن محمد الغزي وعبدالله حسنين: القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط

السلوك الاستهلاكي في المجتمع السعودي، مرجع سابق، ص 345.

(2) أمل محمد توفيق: البيت التلفزيوني المباشر وأثره على القيم الاجتماعية لدى الأسرة

المصرية، مرجع سابق، ص ص 195-200.

(3) محمد عبد البديع السيد: أثر القنوات الفضائية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية، مرجع

سابق، ص 200.

(4) ياس خضير البياتي: الفضائيات: الثقافة الوافدة وسلطة الصورة، مرجع سابق، ص 126.

فئة كثيفي المشاهدة كانت نسبة من لديهم انتماء أسرى قوى 65.9% أما من كان لديهم انتماء أسرى متوسط فبلغت نسبتهم 30.6%، في حين بلغت نسبة 3.5% من للمبحوثين لديهم انتماء أسرى ضعيف. وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (20)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً للعلاقة بين معدل مشاهدة القنوات الفضائية العربية وقيمة الانتماء الأسرى

مستوى الدلالة	المجموع		ضعيف		متوسط		قوى		معدل المشاهدة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
ك ² = 4.609	100	115	-	-	36.5	42	63.5	73	قليل المشاهدة
د. ح = 2	100	85	3.5	3	30.6	26	65.9	56	كثيفي المشاهدة
غير دالة	100	200	1.5	3	34	68	64.5	129	المجموع

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن اختلاف للمبحوثين في معدل مشاهدتهم بجانب اختلاف قيمة الانتماء الأسرى لديهم، وبالرغم من هذا الاختلاف إلا أنه لم يكن ذو دلالة إحصائية، حيث أنه بتطبيق اختبار ك² لتحديد مستوى للدلالة الإحصائية تبين أن قيمة ك² = 4.609 عند درجة حرية (2) وهي غير دالة، مما يؤكد على عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة بين المبحوثين، مما يؤكد على أن اختلاف المبحوثين في معدل مشاهدتهم للقنوات الفضائية لم يؤثر على تغير درجة قيمة الانتماء الأسرى لديهم. وهذا ما يجيب على التساؤل للقائل هل تختلف درجة التغير في القيم القرابية قيمة الانتماء الأسرى باختلاف المشاهدين في معدل مشاهدة القنوات الفضائية العربية؟

وتختلف النتيجة السابقة مع الفرض الرئيسي لنظرية الغرس الثقافي القائل بوجود علاقة إيجابية بين كثافة للمشاهدة وغرس القيم التي يعكسها المضمون التليفزيوني بحيث تؤدي المشاهدة تدريجياً إلى تبني القيم التي تقدمها للبرامج

التليفزيونية حول الواقع الاجتماعي⁽¹⁾.

وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان عسران بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري)، حيث أكدت على عدم وجود علاقة بين كثافة المشاهدة وبين إدراك المشاهد للنسق القيمي الذي تقدمه برامج القنوات الفضائية⁽²⁾.

4- المتغيرات الديموجرافية وقيمة الانتماء الأسري:

1- النوع وقيمة الانتماء الأسري:

بالمقارنة بين الذكور والإناث في عينة الدراسة ومدى التغير في قيمة الانتماء الأسري تبين أن نسبة 65.3% من الذكور لديهم انتماء أسري قوي، بينما بلغت نسبة من لديهم انتماء أسري متوسط 34.7%، ولم يظهر بين الذكور من لديهم انتماء أسري ضعيف، أما بالنسبة للإناث فبلغت نسبة من لديهم انتماء أسري قسوى 64.4%، ومن لديهم انتماء أسري متوسط 32.9%، أما من لديهم انتماء أسري ضعيف فبلغت نسبتهم 3.7%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

(1) Joseph. R. Dominick: The Dynamics of Mass Communication, Op. Cit., P. 533.

(2) صابر سليمان عسران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري، مرجع سابق، ص 260.

جدول رقم (21)

التوزيع التكراري لأفراد العينة

طبقاً للعلاقة بين النوع وقيمة الانتماء الأسري

ك ² ومستوى الدلالة	لمجموع		ضعيف		متوسط		قوي		الانتماء الأسري النوع
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
ك ² = 4.39	100	118	-	-	34.7	41	65.3	77	ذكر
د. ح = 2 غير دلالة	100	82	3.7	3	32.9	27	64.4	52	أنثى
	100	200	1.5	3	34	68	64.5	129	المجموع

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن تباين نسب قيمة الانتماء الأسري لدى الذكور والإناث، وبالرغم من ذلك لم تكن بينهم فروق ذات دلالة إحصائية، حيث تم تطبيق اختبار ك² على العلاقة بين النوع وقيمة الانتماء الأسري، فكانت قيمة ك² تساوي 4.390 عند درجة حرية تساوي (2)، وهي غير دالة إحصائياً مما يشير إلى عدم وجود فروق جوهرية بين المبحوثين فيما يتعلق بالعلاقة بين قيمة الانتماء الأسري والنوع، وهذا ما يؤكد على عدم وجود علاقة بين اختلاف المبحوثين في النوع ودرجة التغير في القيم القرابية قيمة الانتماء الأسري باختلاف المشاهدين في النواحي الديموجرافية "النوع"؟

وتختلف للنتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان بعنوان (تأثير مضمون القنول الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري)، حيث أكدت على أن الذكور أكثر إراكاً للنسق القيمي المقدم عبر القنول الفضائية عن الإناث⁽¹⁾.

(1) صابر سليمان عسران: تأثير مضمون القنول الفضائية على النسق القيمي في الريف

المصري، مرجع سابق، ص 261.

2- السن وقيمة الانتماء الأسري:

بالمقارنة بين الفئات العمرية المختلفة في عينة الدراسة والتغير في قيمة الانتماء الأسري تبين أن نسبة 59.8% ممن يقعون في الفئة العمرية (16 - 30 سنة) لديهم انتماء أسري قوي، وأن نسبة 37.1% في نفس الفئة لديهم انتماء أسري متوسط، وأن نسبة 3.1% في نفس الفئة لديهم انتماء أسري ضعيف، أما بالنسبة للفئة العمرية (31 - 45 سنة) فكانت نسبة من لديهم انتماء أسري قوي 72.4% ومن لديهم انتماء أسري متوسط 27.6%، أما في الفئة العمرية (46 - 60 سنة) فبلغت نسبة من لديهم انتماء أسري قوي 50%، ومن لديهم انتماء أسري متوسط 50%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (22)

التوزيع التكراري لأفراد العينة

طبقاً للعلاقة بين السن وقيمة الانتماء الأسري

قيمة الانتماء الأسري	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		السن
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
من 15 - 30 سنة	58	59.8	36	37.1	3	3.1	97	100	من 15 - 30 سنة
من 30 - 45 سنة	63	72.4	24	27.6	-	-	87	100	من 30 - 45 سنة
من 45 - 60 سنة	8	50	8	50	-	-	16	100	من 45 - 60 سنة
المجموع	129	64.5	68	34	3	1.5	200	100	

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن تباين الفئات العمرية في قيمة الانتماء الأسري، إلا أنه بالرغم من هذا الاختلاف فلم تكن له دلالة، فمن خلال تطبيق اختبار χ^2 تبين أن قيمة $\chi^2 = 7.419$ عند درجة حرية (4)، وهي غير دالة إحصائياً، مما يؤكد على عدم وجود علاقة بين اختلاف المبحوثين في السن

ودرجة التغير في قيمة الانتماء الأسري، وهذا ما يجيب على التساؤل القائل (هل تختلف درجة التغير في القيم القرابية قيمة الانتماء الأسري باختلاف للمشاهدين في النواحي الديموجرافية "السن"؟

وتختلف النتيجة السابقة عما توصلت إليه دراسة صابر سليمان عسران بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري)، حيث أكدت على أن صغار السن أكثر إیراکاً للنسق القيمي المقدم في القنوات الفضائية عن كبار السن⁽¹⁾.

3- الحالة الزوجية وقيمة الانتماء الأسري:

بالمقارنة بين للمبحوثين طبقاً لحالتهم الزوجية والتغير في قيمة الانتماء الأسري تبين أن في فئة أعزب بلغت نسبة من لديهم انتماء أسري قوى 62.7%، ومن لديهم انتماء أسري متوسط بلغت نسبتهم 34.7%، في حين بلغت نسبة من لديهم انتماء أسري ضعيف 2.6%، وفي فئة متزوج تبين أن نسبة من لديهم انتماء أسري قوى 65.8%، أما من لديهم انتماء أسري متوسط فبلغت نسبتهم 33.3%، أما من لديهم انتماء أسري ضعيف فبلغت نسبتهم 0.9%، وفي فئة أرمل كانت نسبة من لديهم انتماء أسري قوى 40% ومن لديهم انتماء أسري متوسط 60%، وفي فئة مطلق فبلغت نسبة من لديهم انتماء أسري قوى 100%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

(1) صابر سليمان عسران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري، مرجع سابق، ص 261.

جدول رقم (23)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة

طبقاً للعلاقة بين الحالة الزوجية وقيمة الانتماء الأسرى

قيمة الانتماء للأسرى	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		قيمة ك ² ومستوى الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
أعزب	47	62.7	26	34.7	2	2.6	75	100	ك ² = 4.286
متزوج	7	65.8	39	33.3	1	0.9	117	100	د. ح = 6
ارمل	2	40	3	60	-	-	5	100	غير دالة
مطلق	3	100	-	-	-	-	3	100	
المجموع	129	64.5	68	34	3	1.5	200	100	

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن اختلاف المبحوثين فى الحالة الزوجية وفى اختلاف قيمة الانتماء الأسرى لديهم، وبتطبيق اختبار الدلالة الإحصائية ك² على العلاقة بين قيمة الانتماء الأسرى والحالة الزوجية، تبين أن قيمة ك² = 4.286 عند درجة حرية (6) وهى غير دالة إحصائياً، مما يشير إلى عدم وجود فروق فردية جوهرية بين المبحوثين فى التغير فى قيمة الانتماء الأسرى لاختلافهم فى الحالة الزوجية، مما يؤكد على عدم وجود علاقة بين اختلاف المبحوثين فى الحالة الزوجية واختلاف درجة التغير فى قيمة الانتماء الأسرى نتيجة مشاهدة هذه الفئات الفضائية العربية. وهذا ما يجيب على التساؤل القائل هل تختلف درجة التغير فى القيم القرابية وقيمة الانتماء الأسرى باختلاف المشاهدين فى النواحي الديموجرافية "للحالة الزوجية"؟.

4- المستوى التعليمي وقيمة الانتماء الأسري:

بالمقارنة بين المبحوثين في عينة الدراسة طبقاً للمستوى التعليمي والتغير في قيمة الانتماء الأسري، تبين أن فئة غير المتعلمين بلغت نسبة من لديهم انتماء أسري قوي 66.7%، ونسبة 30% لديهم انتماء أسري متوسط، ونسبة 3.3% لديهم انتماء أسري ضعيف، أما في فئة الحاصلين على شهادة الدبلوم أو الثانوية العامة فبلغت نسبة من لديهم انتماء أسري قوي 60%، ونسبة 38.3% لديهم انتماء أسري متوسط، ونسبة 1.7% لديهم انتماء أسري ضعيف، وفي فئة الحاصلين على مؤهل متوسط فبلغت نسبة من لديهم انتماء أسري قوي 75%، ونسبة 25% ممن لديهم انتماء أسري متوسط، أما فئة الحاصلين على مؤهل جامعي، فبلغت نسبة من لديهم انتماء أسري قوي 66.7%، ونسبة 32.2% ممن لديهم انتماء أسري متوسط، ونسبة 1.1% لديهم انتماء أسري ضعيف، أما فئة الحاصلين على مؤهلات ما بعد الجامعية، فبلغت نسبة من لديهم انتماء أسري قوي 42.9%، ونسبة 57.1% لديهم انتماء أسري متوسط. وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (24)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً للعلاقة
بين المستوى التعليمي وقيمة الانتماء الأسري

مستوى الدلالة ك ²	المجموع		ضعيف		متوسط		قوي		قيمة الانتماء الأسري المستوى التعليمي
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
ك ² = 4.286	100	30	3.3	1	30	9	66.7	20	غير متعلم
د. ح-6 غير دالة	100	60	1.7	1	38.3	23	60	36	ثقوية عامة أو علوم
	100	16	-	-	25	4	75	12	مؤهل متوسط
	100	87	1.1	1	32.2	28	66.7	58	مؤهل جامعي
	100	7	-	-	57.1	4	42.9	3	ما بعد الجامعي
	100	200	1.5	3	34	68	64.5	129	المجموع

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن مدى للتباين بين المبحوثين في المستوى التعليمي بجانب اختلافهم في درجة الانتماء الأسري، إلا أنه بالرغم من ذلك فإن هذا الاختلاف غير دال إحصائياً، حيث تم تطبيق اختبار ك² لتوضيح مدى أثر الاختلاف في المستوى التعليمي على تباين المبحوثين في درجة الانتماء الأسري، فتبين أن قيمة ك² = 4.196 عند درجة حرية (8) وهي غير دالة إحصائياً، مما يؤكد على عدم وجود علاقة بين اختلاف المبحوثين في المستوى التعليمي واختلاف درجة التغير في قيمة الانتماء الأسري، وهذا ما يجيب على التساؤل للقائل هل تختلف درجة التغير في القيم القرابية قيمة الانتماء الأسري باختلاف المشاهدين في النواحي الديموجرافية "المستوى التعليمي"؟

وتختلف النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان عمران بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النمق القيمي في الريف المصري)، حيث أكدت على وجود علاقة بين المستوى التعليمي للمشاهد وإدراكه للنسق القيمي

المقدم عبر القنوات الفضائية⁽¹⁾. وتختلف النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة محمد عبدالبدیع بعنوان (أثر القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري) حيث أكدت على وجود علاقة بين المستوى التعليمي وتأثير القنوات التلفزيونية الوافدة، فالأميين أكثر ضحايا هذه القنوات عكس المتعلمين⁽²⁾.

ب- تأثير مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية على قيمة الفردية:-

1- تأثير مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية على العلاقات الأسرية:

بمؤال المبحوثين عن مدى تأثير مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية على علاقاتهم الأسرية، أجابت نسبة 19% بأنهم يوافقون إلى حد كبير على أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية أضعف من علاقاتهم الأسرية، وأجابت نسبة 40.5% بأنهم يوافقون إلى حد ما، في حين أجابت نسبة 40% بأنهم لا يوافقون على أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية أضعفت من علاقاتهم الأسرية، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

(1) صابر سليمان عمران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف

المصري، مرجع سابق، ص 261.

(2) محمد عبدالبدیع: أثر القنوات الفضائية الوافدة على بعض قيم الأسرة المصرية، مرجع

سابق، ص 263.

جدول رقم (25)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة طبقاً لمدى الموافقة
على تأثير القنوات الفضائية الأجنبية على ضعف العلاقات الأسرية

مدى الموافقة	ك	%
أوافق إلى حد كبير	39	19.5
أوافق إلى حد ما	81	40.5
لا أوافق	80	40
الجملة	200	100

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن أن غالبية أفراد العينة يوافقون على أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية أضعفت من علاقاتهم الأسرية، فى حين أن أقلية من المبحوثين لا يوافقون على أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية أضعفت من علاقاتهم الأسرية.

وبسؤال المبحوثين عن مظاهر أضرار مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية بالعلاقات الأسرية، فقد أجابت نسبة 26.7% بأن مشاهدتهم جعلتهم لا يهتمون بزيارة الأسرة، وأشارت نسبة 42.5% بأن مشاهدتهم أدت إلى عدم لحوثهم إلى الأسرة لنيل مساعدتها فى اتخاذ القرارات، فى حين أشارت نسبة 29.1% بأن مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية جعلتهم لا يهتمون بمساعدة الأسرة فى حل مشكلاتها، وأخيراً أجابت نسبة 1.7% بأن مشاهدتهم أدت إلى ما يلى:

1. زيادة اهتمام الفرد بنفسه دون الآخرين.
2. زيادة حدة الأنانية لدى والاهتمام بذاتى أولاً قبل كل شيء.

وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (26)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة طبقاً لمظاهر تأثير مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية على علاقة المبحوث بالأسرة

مظاهر الأضرار بعلاقة المبحوث بأسرته	ك	%
عدم الاهتمام بزيارة الأسرة	32	26.7
عدم اللجوء إلى الأسرة لتليل مساعدتها واتخاذ القرارات	51	42.5
عدم الاهتمام بمساعدة الأسرة فى حل مشكلاتها	35	29.1
غير ذلك	2	1.7
الجملة	120	100

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن أن الاعتماد على النفس وعدم اللجوء إلى الأسرة لتليل مساعدتها فى اتخاذ القرارات يمثل أكثر مظاهر الأضرار التى لحقت بعلاقة المبحوث بأسرته من جراء مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية، وإن كان هذا الضرر يمثل نمط وأسلوب حياة أو مبدأ ينشأ عليه المواطن فى المجتمعات الغربية ويلى ذلك كلاً من عدم الاهتمام بمساعدة الأسرة أو زيارتها.

2- مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية وقيمة الفردية:

بتحليل العلاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية وقيمة الفردية تبين أن قيمة الفردية لدى المبحوثين كانت قوية بنسبة 31.5%، ومتوسطة بنسبة 68.5%، وضعيفة بنسبة 0.5%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالى:

جدول رقم (27)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً للعلاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية وقيمة الفردية

قيمة الفردية	ك	%
قوي	63	31.5
متوسط	136	68.5
ضعيف	1	0.5
للمجملة	200	100

تكشف البيانات الواردة في الجدول للمسبق عن ارتفاع قيمة الفردية لدى غالبية المشاهدين في حين يمثل من لديهم قيمة الفردية ضعيفة أقلية فيما بين المشاهدين، وهذا يؤكد على خطأ الفرض القائل "هناك ارتباط سلبي بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية الأجنبية وتغير قيمة الفردية"، كما يجيب على التساؤل القائل هل تؤدي مشاهدة بعض القنوات الفضائية الأجنبية إلى تدعيم قيمة الفردية؟.

3- معدل مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية وقيمة الفردية:

وعن مدى تأثير معدل مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية على قيمة الفردية لدى المبحوثين، فلقد تبين من خلال تحليل عبارات المقياس الخاصة بقيمة الفردية، تبين أن فئة قليلة المشاهدة كانت قيمة الفردية مرتفعة وقوية بنسبة 14.6%، ومتوسطة بنسبة 84.6%، وضعيفة بنسبة 0.8%، أما فئة كثيفة المشاهدة فلقد كانت قيمة للفردية قوية بنسبة 58.4%، ومتوسطة بنسبة 41.6%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (28)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً للعلاقة بين معدل مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية وقيمة الفردية

قيمة الفردية معدل المشاهدة	قوي		متوسط		ضعيف		للمجموع		كا ² ومستوى للدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
قليل المشاهدة	18	14.6	104	84.6	1	0.8	123	100	كا ² = 42.349 د. ح = 2 دالة عند مستوى 0.01
كثيف المشاهدة	45	58.4	32	41.6	-	-	77	100	
المجموع	63	31.5	136	68	1	0.5	200	100	

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن وجود تباين بين المبحوثين في معدل مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية وفي قيمة الفردية لديهم، وبتطبيق اختبار الدلالة الإحصائية كا²، تبين أن قيمة كا² = 42.349 عند درجة حرية (2) وهي دالة عند مستوى 0.01 مما يشير إلى وجود فروق جوهرية بين المبحوثين في قيمة الفردية نتيجة لاختلافهم في معدل المشاهدة، وهذه النتيجة تجيب على التساؤل القائل هل تختلف درجة التغير في القيم القرائية "قيمة الفردية" باختلاف المشاهدين في معدل المشاهدة؟

كما توضح النتيجة السابقة أن هناك علاقة ارتباط بين المشاهدة وتغير قيمة الفردية، فكلما زادت معدلات المشاهدة للقنوات الفضائية الأجنبية زادت قيمة الفردية لدى المشاهد وهذا ما يؤكد خطأ للفرض القائل "يوجد ارتباط سلبى بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية الأجنبية وتغير قيمة الفردية" ويشير إلى وجود ارتباط

إيجابي بين مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية وقيمة الفردية ويجيب أيضا على التساؤل القائل هل تؤدي مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية إلى تدعيم قيمة الفردية؟ وتختلف النتيجة السابقة عما توصلت إليه دراسة صابر سليمان عسران بعنوان (تأثير مضمون للقنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري)، حيث أكدت على وجود علاقة بين كثافة المشاهدة وإدراك المشاهدين للنسق القيمي الذي تقدمه برامج القنوات الفضائية⁽¹⁾. وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة فارس بن محمد الغزي وزميله بعنوان (القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكي في المجتمع السعودي) حيث أكدت الدراسة على أن مشاهدة القنوات الفضائية دعمت قيمة الفردية والأنانية بنسبة 67% من أفراد عينة الدراسة⁽²⁾.

4- المتغيرات الديموجرافية وقيمة الفردية:

1- النوع وقيمة الفردية:

بالمقارنة بين الذكور والإناث في عينة الدراسة تبين للباحث أن قيمة الفردية جاءت لدى الذكور قوية بنسبة 27.1% ومتوسط بنسبة 72% وكانت ضعيفة بنسبة 62.2% وفي فئة الإناث فكانت قوية بنسبة 37.8%، ومتوسطة بنسبة 62.2%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

(1) صابر سليمان عسران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف

المصري، مرجع سابق، ص 260.

(2) فارس بن محمد الغزي وعبدالله حسنين: القنوات الفضائية وتغير القيم الاجتماعية وأنماط

السلوك الاستهلاكي في المجتمع السعودي، مرجع سابق، ص 53.

جدول رقم (29)

التوزيع التكراري لأفراد العينة

طبقاً للعلاقة بين النوع وقيمة الفردية

قيمة الفردية النوع	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		مستوى الدلالة كا ²
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
ذكر	32	27.1	85	72	1	0.8	118	100	كا ² = 3.138
أنثى	31	37.8	51	62.2	-	-	82	100	د. ح=2 غير دالة
المجموع	63	31.5	136	68	1	0.5	200	100	

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن قيمة الفردية متوسطة لدى الذكور الإناث على الرغم من اختلافهم في النوع، وبتطبيق مقياس الدلالة الإحصائية كا² تبين أن قيمتها تساوي 3.138 عند درجة حرية (2) وهي غير دالة إحصائياً، مما يؤكد على أنه ليس هناك فروقاً جوهرية بين الذكور والإناث في درجة التغير في قيمة الفردية، وهذا ما يؤكد على أن اختلاف المشاهدين للقنوات الأجنبية في النوع لم يؤدي إلى اختلافهم في قيمة الفردية. وهذه النتيجة تجيب على التساؤل القائل هل تختلف درجة التغير في القيم القرابية "الفردية" باختلاف المشاهدين في النواحي الديموجرافية "النوع"؟

وتختلف النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان عسران بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري)، حيث أكدت على أن الذكور أكثر إراكاً للنسق القيمي المقدمة عبر القنوات الفضائية من الإناث⁽¹⁾.

(1) صابر سليمان عسران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري، مرجع سابق، ص 261.

2- السن وقيمة الفردية:

بالمقارنة بين فئات السن المختلفة ودرجة التغير في قيمة الفردية تبين أنه في الفئة العمرية من (16 - 30 سنة) كانت قيمة الفردية قوية بنسبة 38.1%، ومتوسطة بنسبة 60.8%، وضعيفة بنسبة 1%، أما في الفئة العمرية (31 - 45 سنة)، فلقد جاءت قيمة الفردية قوية بنسبة 24.1%، ومتوسطة بنسبة 75.9%، وفي الفئة العمرية (46 - 60 سنة) كانت قيمة الفردية قوية بنسبة 31.3% ومتوسطة بنسبة 68.8%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (30)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة

طبقاً للعلاقة بين السن وقيمة الفردية

K ² ومستوى الدلالة	المجموع		ضعيف		متوسط		قوي		السن
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
K ² = 3.138	100	118	0.8	1	72	85	27.1	32	من 15 - 30 سنة
د. ح = 2 غير دالة	100	82	-	-	62.2	51	37.8	31	من 30 - 45 سنة
	100	16	-	-	68.8	11	31.3	5	من 45 - 60 سنة
	100	200	0.5	1	68	136	31.5	63	المجموع

تكشف للبيانات الواردة في الجدول السابق عن تباين المبحوثين في الفئات العمرية التي ينتمون لها وفي قيمة الفردية لديهم، وبالرغم من ذلك فليس لهذه الاختلافات فروق ذات دلالة إحصائية، حيث أنه بتطبيق اختبار ك² تبين أن قيمتها تساوي 5.445 عند درجة حرية

(4) وهي غير دالة إحصائياً، مما يعنى عدم وجود فروق جوهرية بين المبحوثين في قيمة الفردية نتيجة لاختلافهم في الفئة العمرية، وهذه النتيجة تمثل

إجابة للتساؤل القائل هل تختلف درجة التغير في القيمة القرائية وقيمة الفردية باختلاف المشاهدين في النواحي الديموجرافية "السن"؟

وتختلف النتيجة المتابعة مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان عمران بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري)، حيث أكدت على أن صغار السن أكثرًا إبداعًا للنسق القيمي من كبار السن⁽¹⁾.

3- الحالة الزوجية وقيمة الفردية:

بالمقارنة بين المبحوثين طبقًا لحالتهم الزوجية وقيمة الفردية تبين أنه في فئة أعزب جاءت قيمة الفردية قوية بنسبة 37.3% ومتوسطة بنسبة 61.3% وضعيفة بنسبة 1.3%، أما في فئة متزوج فلقد جاءت قيمة الفردية قوية بنسبة 29.9% ومتوسطة بنسبة 70.1%، أما فئة أرمل فلقد جاءت قيمة الفردية متوسطة بنسبة 100%، أما فئة مطلق فقد جاءت قيمة الفردية متوسطة بنسبة 100%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

(1) صابر سليمان عمران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري، مرجع سابق، ص 261.

جدول رقم (31)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة

طبقاً للعلاقة بين الحالة الزوجية وقيمة الفردية

K ² ومستوى الدلالة	المجموع		ضعيف		متوسط		قوي		قيمة الفردية الحالة الزوجية
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
K ² = 6.860	100	75	1.3	1	61.3	46	37.3	28	أعزب
د. ح=6	100	117	-	-	70.1	82	29.9	35	متزوج
غير دالة	100	5	-	-	100	5	-	-	أرمل
	100	3	-	-	100	3	-	-	مطلق
	100	200	0.5	1	68	136	31.5	63	المجموع

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن قيمة الفردية كانت متوسطة عند جميع الفئات الزوجية ولكن بنسب مختلفة، ومن أجل توضيح مدى العلاقة بين الحالة الزوجية ودرجة التغير في قيمة الفردية، تم تطبيق اختبار ك²، وجاءت قيمتها تساوي 6.860 عند درجة حرية (6) وهي غير دالة إحصائياً، مما يشير إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين اختلاف المبحوثين في حالتهم الزوجية، والتغير في قيمة الفردية. وتمثل هذه النتيجة إجابة على التساؤل القائل هل تختلف درجة التغير في القيم القرابية "الفردية" باختلاف المشاهدين في النواحي الديموجرافية "الحالة الزوجية"؟

4- المستوى التعليمي وقيمة الفردية:

بالمقارنة بين المستويات التعليمية المختلفة للمبحوثين وقيمة الفردية تبين أنه بالنسبة لفئة غير المتعلمين فقد جاءت قيمة الفردية قوية بنسبة 16.7%، ومتوسطة بنسبة 80% وضعيفة بنسبة 3.3%، أما في فئة الحاصلين على الثانوية العامة أو

الدبلوم فلقد جاءت قيمة الفردية قوية بنسبة 43.8%، ومتوسطة بنسبة 56.3%، وفي فئة للحاصلين على مؤهل جامعي فقد جاءت قيمة الفردية قوية بنسبة 32.2%، ومتوسطة بنسبة 67.8%، أما فئة الحاصلين على مؤهل ما بعد الجامعي فقد كانت قيمة الفردية قوية بنسبة 42.9% ومتوسطة بنسبة 57.1%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (32)

التوزيع التكراري لأفراد العينة

طبقاً للعلاقة بين المستوى التعليمي وقيمة الفردية

كا ² ومستوى الدلالة	المجموع		ضعيف		متوسط		قوي		قيمة الفردية الحالة الزوجية
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
كا ² = 9.986	100	30	3.3	1	80	24	16.7	5	غير متعلم
د. ح=8 غير دلالة	100	60	-	-	66.7	40	33.3	20	ثانوية عامة أو دبلوم
	100	16	-	-	56.3	9	43.8	7	مؤهل متوسط
	100	87	-	-	67.8	59	32.2	28	مؤهل جامعي
	100	7	-	-	57.1	4	42.9	3	مؤهل ما بعد الجامعي
	100	200	0.5	1	68	136	31.5	63	للمجموع

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن تباين للمبحوثين في المستوى التعليمي وفي قيمة الفردية، وبتطبيق اختبار كا² تبين أن قيمتها تساوي 9.986 عند درجة حرية (8) وهي غير دلالة، مما يعني عدم وجود فروق جوهرية بين أفراد العينة في قيمة الفردية نتيجة لاختلافهم في المستوى التعليمي، وهذا ما يجيب على التساؤل القائل (هل تختلف درجة التغير في القيمة القرابية "قيمة الفردية" باختلاف المشاهدين في النواحي الديموجرافية "المستوى التعليمي"؟

وتختلف النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان بعنوان (تأثير

مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري)، حيث أكدت على وجود علاقة بين المستوى التعليمي وإدراك المشاهدين للنسق القيمي المقدم عبر القنوات الفضائية⁽¹⁾.

5- إجادة اللغات الأجنبية وقيمة الفردية:

بالمقارنة بين من يجيدون لغات أجنبية ومن لا يجيدون اللغات الأجنبية كانت قيمة الفردية قوية بنسبة 38.5% ومتوسطة بنسبة 61.5%، أما في فئة من لا يجيدون غير العربية فاجت قيمة الفردية قوية بنسبة 20.5%، ومتوسطة بنسبة 78.2% وضعيفة بنسبة 1.3%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (33)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً للعلاقة

بين مدى إجادة اللغات الأجنبية وتغير قيمة الفردية

ك ² ومستوى الدلالة	المجموع		ضعيف		متوسط		قوي		قيمة الفردية إجادة اللغات الأجنبية
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
ك ² - 8.423	100	122	-	-	61.5	75	38.5	47	يجيدون لغات أجنبية
د. ح ² - 2	100	78	1.3	1	78.2	61	20.5	16	لا يجيدون لغات أجنبية
0.01 غير دالة	100	200	0.5	1	68	136	31.5	63	المجموع

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن وجود تباين بين المبحوثين في قيمة الفردية نتيجة لاختلافهم في إجادة اللغات الأجنبية، إلا أنه بالرغم من ذلك فلم تكن هذه الفروق ذات دلالة جوهرية، حيث أنه بتطبيق اختبار ك² تبين أن قيمتها

(1) صابر سليمان عسران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري، مرجع سابق، ص 261.

تساوى 8.423 عند درجة حرية (2) وهى غير دلالة إحصائية، مما يشير إلى عدم وجود علاقة بين اختلاف المشاهدين فى إجادة اللغات الأجنبية واختلافهم فى درجة التغير فى قيمة الفردية، وهذا ما يمثل إجابة للتساؤل القائل هل تختلف درجة التغير فى القيم القرابية "قيمة الفردية" باختلاف المشاهدين فى مدى إجادتهم للغات الأجنبية؟

الفصل السادس القنوات الفضائية والقياس السياسي

أولاً: تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية على

قيمة الولاء السياسي

ثانياً: تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية على

قيمة الانتماء السياسي

ثالثاً: تأثير مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية على

قيمة الاغتراب السياسي

الفصل السادس

القنوات الفضائية والقيم السياسية

يهدف هذا الفصل إلى التعرف على مدى تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على القيم السياسية، حيث يتناول تأثير المشاهدة على قيم الولاء السياسي والانتماء السياسي والاعتزاز السياسي، ويتضح ذلك من خلال الآتي:

أولاً: تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قيمة الولاء السياسي:

1- تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على حب الوطن.

بسؤال الباحثين عن " هل أدت مشاهدتهم إلى تدعيم حبهم للوطن مصر"، فقد أجابت نسبة 41% بأنهم يوافقون إلى حد كبير على أن المشاهدة قد زادت من حبهم للوطن مصر، كما أوضحت نسبة 40% من عينة الدراسة بأنهم يوافقون إلى حد ما على أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية زادت من حبهم للوطن، في حين أشارت نسبة 19% بأنهم لا يوافقون على أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية زادت من حبهم للوطن مصر، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (34)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً

لمدى الموافقة تأثر مشاهدة القنوات الفضائية العربية على حب الوطن

مدى الموافقة	ك	%
أوافق إلى حد كبير	82	41
أوافق إلى حد ما	80	40
لا أوافق	38	19
المجموع	200	%100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن غالبية المبحوثين يوافقون على أن مشاهدة القنوات الفضائية العربية تدعم حبهم للوطن مصر، وحب الوطن أحد أهم مؤشرات الولاء السياسي.

وعن مظاهر زيادة حب المبحوثين للوطن مصر من جراء مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية، فقد أجابت نسبة 48.8% بأن مشاهدتهم زادت من حبهم لمصر عن أى بلد آخر، وأشارت نسبة 19.7% أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية زادت من عدم رغبتهم فى ترك بلادهم تحت أى ظروف، كما أكدت نسبة 13% على دور مشاهدة القنوات الفضائية فى زيادة الرغبة لديهم للمساهمة فى حل مشكلات بلادهم، كما أوضحت نسبة 18.5% بأن مشاهدتهم زادت من حبهم للوطن من خلال عدم السماح لأى شخص بإهانة بلادهم أو التقليل من وضعها، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (35)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة

طبقاً لمظاهر تدعيم المشاهدة لحب الوطن

مظاهر حب الوطن	ك	%
زيادة حبي لمصر عن أى بلد آخر	79	48.8
عدم الرغبة فى ترك بلدى تحت أى ظروف	32	19.7
المساهمة فى حل مشكلات بلدى	21	13
عدم السماح لأى شخص بإهانة بلدى أو محاولة التقليل من وضعها	30	18.5
المجموع	162	%100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن زيادة حب الوطن مصر عن أى بلد آخر تمثل إجابة أغلب المبحوثين، يليها عدم الرغبة في ترك بلدى تحت أى ظروف، ثم عدم السماح لأى شخص بإهانة بلدى، أو محاولة التقليل من وضعها، ثم أخيراً المساهمة في حل مشكلات بلدى وهى جميعها مظاهر لحب الوطن والولاء له.

2- مشاهدة القنوات الفضائية العربية وقيمة الولاء السياسى:

تبين من خلال التحليل الإحصائى للعلاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية العربية وقيمة الولاء السياسى أن نسبة 81.5% من المبحوثين لديهم ولاء سياسى قوى، ونسبة 18% لديهم ولاء سياسى متوسط، ونسبة 0.5% لديهم ولاء سياسى ضعيف، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالى:

جدول رقم (36)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة

طبقاً للعلاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية وقيمة الولاء السياسى

قيمة الولاء السياسى	ك	%
ولاء سياسى قوى	163	81.5
ولاء سياسى متوسط	36	18
ولاء سياسى ضعيف	1	0.5
المجموع	200	%100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن غالبية أفراد العينة لديهم ولاء سياسى قوى نحو الوطن نتيجة مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية، وهذه النتيجة تجيب على التساؤل القائل هل تؤدي مشاهدة القنوات الفضائية العربية إلى تدعيم قيمة الولاء السياسى؟، كما تؤكد النتيجة السابقة على خطأ الفرض القائل

يوجد ارتباط سلبى بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية العربية وتغير قيمة الولاء السياسى؟ حيث زادت المشاهدة من قيمة الولاء السياسى لدى المبحوثين.

كما تتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة محمد عبد البديع بعنوان (أثر القنوات التلفزيونية الوافدة فى بعض قيم الأسرة المصرية) حيث أكدت على أن مشاهدة القنوات الفضائية بكثافة تؤدي إلى زيادة حب الوطن والاهتمام به⁽¹⁾.

3- معدل المشاهدة وقيمة الولاء السياسى:

بالمقارنة بين قليلى المشاهدة وكثيفى المشاهدة للقنوات الفضائية العربية ومدى تأثير ذلك على درجة التغير فى قيمة الولاء السياسى، اتضح أن فى فئة قليلى المشاهدة كانت قيمة الولاء السياسى قوية بنسبة 80.9%، ومتوسطة بنسبة 18.3%، وضعيف بنسبة 0.9%، أما فى فئة كثيفى المشاهدة للقنوات الفضائية العربية فكانت قيمة الولاء السياسى قوية بنسبة 82.4%، ومتوسطة بنسبة 17.6%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

(1) محمد عبد البديع: أثر القنوات التلفزيونية الوافدة فى بعض قيم الأسرة المصرية، مرجع سابق، ص 226.

جدول رقم (37)

التوزيع التكراري لأفراد العينة

طبقاً للعلاقة بين معدل مشاهدة القنوات الفضائية العربية

والتغير في قيمة الولاء السياسي

مستوى الدلالة الإحصائية	مجموع		ضعف		متوسط		قوي		قيمة الولاء السياسي معدل المشاهدة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
ك ² = 0.763	100	115	0.9	1	18.3	21	80.9	93	قليل المشاهدة
د.ج = 2	100	85	-	-	17.6	15	82.4	70	كثيف المشاهدة
غير دالة	100	200	0.5	1	18	36	81.5	163	المجموع

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن تباين المشاهدين في معدل مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأمر الذي أدى إلى تباين قيمة الولاء السياسي لديهم، حيث ترتفع نسب قيمة الولاء السياسي لدى كثيفي المشاهدة عن قليلي المشاهدة، إلا أنه بالرغم من ذلك لم تكن لهذه الزيادة دلالة إحصائية، حيث أنه باستخدام معامل الدلالة الإحصائية ك² تبين أن قيمة ك² = (0.763) عند درجة حرية (2) وهي غير دالة مما يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين قليلي المشاهدة وكثيفي المشاهدة من المبحوثين في قيمة الولاء السياسي لديهم مما يجيب على التساؤل للقائل هل تختلف درجة التغير في القيم السياسية "الولاء السياسي" باختلاف المشاهدين في معدل المشاهدة؟

تتفق النتيجة السابقة مع الفرض الرئيسي لنظرية الغرس الثقافي القائل بوجود علاقة إيجابية بين كثافة المشاهدة وغرس القيم التي تقدمها البرامج التلفزيونية حول الواقع الاجتماعي⁽¹⁾.

(1) Joseph R. Dominick: The Dynamics Of Mass Communication, Op. Cit., P. 533.

4- المتغيرات الديموجرافية وقيمة الولاء السياسي:

أ- النوع وقيمة الولاء السياسي:

بالمقارنة بين الذكور والإناث في عينة الدراسة ومدى الاختلاف بينهم في درجة تغير قيمة الولاء السياسي، فلقد تبين أن في فئة الذكور كانت قيمة الولاء السياسي قوية بنسبة 80.5%، ومتوسطة بنسبة 18.6%، وكانت ضعيفة بنسبة 0.8%، وفي فئة الإناث جاءت قيمة الولاء السياسي قوية بنسبة 82.9%، ومتوسطة بنسبة 17.1%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (38)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة

طبقاً للعلاقة بين النوع وقيمة الولاء السياسي

قيمة الولاء السياسي النوع	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		كا ² ومستوى الدلالة الإحصائية
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
ذكر	95	80.5	22	18.6	1	0.8	118	100	كا ² = 0.763
أنثى	68	82.95	14	17.1	-	-	82	100	د.ج = 2
المجموع	163	81.5	36	18	1	0.5	200	100	غير دالة

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن الإناث أكثر ولاءً من الذكور في عينة الدراسة، وبالرغم من الاختلاف في التغير في قيمة الولاء السياسي لدى الذكور والإناث، إلا أن الفرق ليس له دلالة إحصائية، حيث أنه بتطبيق اختبار كا²، تبين أن قيمة كا² = (0.796) عند درجة حرية (2) وهي غير دالة إحصائياً، مما يشير إلى عدم وجود فروق جوهرية بين الذكور والإناث في درجة تغير قيمة الولاء السياسي لدى المبحوثين في عينة الدراسة نتيجة مشاهدتهم للقنوات الفضائية، وهذه النتيجة تمثل إجابة على التساؤل القائل هل تختلف درجة التغير في القيمة

السياسية "قيمة الولاء السياسي" باختلاف المشاهدين في التغيرات الديموجرافية
"النوع؟"

وتختلف النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان عسران
بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري)،
حيث أكدت على أن الذكور أكثر إراكاً للنسق القيمي المقدم عبر القنوات الفضائية
من الإناث⁽¹⁾.

1. السن وقيمة الولاء السياسي:

بالمقارنة بين فئات السن المختلفة ودرجة التغير في قيمة الولاء السياسي لدى
المشاهدين للقنوات الفضائية العربية في عينة الدراسة، فلقد تبين أن في الفئة
العمرية (16 - 30 سنة) كانت قيمة الولاء السياسي قوية بنسبة 78.4%، ومتوسطة
بنسبة 21.6% وفي الفئة العمرية (31 - 45 سنة) كانت قيمة الولاء السياسي قوية
بنسبة 87.4%، ومتوسطة بنسبة 11.5%، وضعيفة بنسبة 1.1%، وفي الفئة
العمرية (46 - 60 سنة) كانت قيمة الولاء السياسي قوية بنسبة 68.8%، ومتوسطة
بنسبة 31.3%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

(1) صابر سليمان عسران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف
المصري، مرجع سابق، ص 261.

جدول رقم (39)
التوزيع التكرارى لأفراد العينة
طبقاً للعلاقة بين السن وقيمة الولاء السياسى

كافى ومستوى الدلالة الإحصائية	المجموع		ضعيف		متوسط		قوى		قيمة الولاء السياسى فئات السن
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
كافى ² = 6.426	100	97	-	-	21.6	21	78.4	76	من 15-30 سنة
د.ج = 4	100	87	1.1	1	11.5	10	87.4	76	من 30-45 سنة
غير دالة إحصائية	100	16	-	-	31.3	5	68.8	11	من 45-60 سنة
	100	200	0.5	1	18	36	81.5	163	المجموع

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن تباين قيمة الولاء السياسى بين الفئات العمرية الثلاثة فكانت مرتفعة لدى الفئة العمرية (15-30 سنة) ومنخفضة لدى الفئة العمرية (45-60 سنة)، وبالرغم من هذا الاختلاف إلا أن الفروق بينهم غير ذات دلالة، حيث أنه بتطبيق اختبار كافى² تبين أن قيمة كافى² = (6.426) عند درجة حرية (4) وهى غير دالة إحصائياً مما يؤكد على عدم وجود فروق ذات دلالة بين الفئات العمرية المختلفة، ودرجة التغير فى قيمة الولاء السياسى، وهذا ما يؤكد على أن للتغير فى قيمة الولاء السياسى يتأثر باختلاف المشاهدين من عينة الدراسة فى السن، وهذه النتيجة تمثل إجابة على التساؤل للقاتل هل تختلف درجة التغير فى القيم السياسية قيمة الولاء السياسى باختلاف المشاهدين فى المتغيرات الديموجرافية "السن"؟

تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان عمران بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي فى الريف المصرى) حيث أكدت على أن صغار السن أكثر إدراكاً للنسق القيمي من كبار السن⁽¹⁾.

(1) صابر سليمان عمران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي فى الريف المصرى، مرجع سابق، ص 261.

2. الحالة الزوجية وقيمة الولاء السياسي:

بالمقارنة بين أفراد العينة حسب حالتهم الزوجية ودرجة التغير في قيمة الولاء السياسي، تبين أن في فئة الأعزب جاءت قيمة الولاء السياسي قوية بنسبة 80%، ومتوسطة بنسبة 20%، أما في فئة المتزوج فكانت قيمة الولاء السياسي قوية بنسبة 82.9%، ومتوسطة بنسبة 17.1%، أما في فئة الأرملة، فلقد كانت قيمة الولاء السياسي قوية بنسبة 80%، ومتوسطة بنسبة 20%، أما في فئة المطلق، فلقد كانت قيمة الولاء السياسي قوية بنسبة 66.7%، وضعيفة بنسبة 33.3%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (40)

التوزيع التكراري لأفراد العينة

طبقاً للعلاقة بين الحالة الزوجية وقيمة الولاء السياسي

كافة ومستوى الدلالة الإحصائية	المجموع		ضعيف		متوسط		قوي		قيمة الولاء السياسي الحالة الزوجية
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
كافة 66.569	100	75	-	-	20	15	80	60	أعزب
د.ج - 6	100	117	-	-	17.1	20	82.9	97	متزوج
دالة عند مستوى 0.01	100	5	-	-	20	1	80.00	4	أرمل
	100	3	33.3	1	-	-	66.7	2	مطلق
	100	200	0.5	1	18	36	81.5	163	المجموع

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق على وجود اختلاف في قيمة الولاء السياسي لدى المشاهدين من أفراد العينة نتيجة اختلافهم في الحالة الزوجية، وبتطبيق اختبار كاي² لتحديد مدى دلالة الاختلاف بينهم، تبين أن قيمة كاي² (66.569)، عند درجة حرية (6) وهي دالة عند مستوى 0.01، مما يشير إلى

وجود اختلافات ذات دلالة جوهريّة بين المبحوثين من أفراد العينة في تغيير قيمة الولاء السياسي لديهم نتيجة مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية واختلافهم في الحالة الزوجية، مما يعني أن الاختلاف في الحالة الزوجية أدى إلى تباين قيمة الولاء السياسي بين المبحوثين، وهذه النتيجة تمثل إجابة للتساؤل القائل (هل تختلف درجة التغير في القيم السياسية قيمة الولاء السياسي باختلاف المشاهدين في المتغيرات الديموجرافية "الحالة الزوجية"؟).

3- المستوى التعليمي وقيمة الولاء السياسي:

بالمقارنة بين الفئات التعليمية المختلفة من المشاهدين من عينة الدراسة في قيمة الولاء السياسي، تبين أن في فئة غير المتعلمين كانت قيمة الولاء السياسي قوية بنسبة 93.3%، ومتوسطة بنسبة 6.7%، أما في فئة الحاصلين على الدبلوم أو الثانوية العامة فكانت قيمة الولاء السياسي مرتفعة بنسبة 73.3%، ومتوسطة بنسبة 25%، وضعيفة بنسبة 1.7%، أما فئة الحاصلين على مؤهل ما بعد الجامعي، فكانت قيمة الولاء السياسي قوية بنسبة 85.7% ومتوسطة بنسبة 14.3%، وهذا ما يتضح من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (41)
التوزيع التكرارى لأفراد العينة طبقاً للعلاقة بين المستوى التعليمى
وقيمة الولاء السياسى

كأ ² ومستوى الدلالة الإحصائية	المجموع		ضعيف		متوسط		قوي		قيمة الولاء السياسى المستوى التعليمى
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
كأ ² = 7.530 د.ج = 8 غير دالة	100	30	-	-	6.7	2	93.3	28	غير متعلم
	100	60	1.7	1	25	15	73.3	44	ثانوية عامة أو دبلوم
	100	16	-	-	12.5	2	87.5	14	مؤهل متوسط
	100	87	-	-	18.4	16	81.6	71	مؤهل جامعى
	100	7	-	-	14.3	1	85.7	6	ما بعد الجامعى
	100	200	0.5	1	18	36	81.5	163	المجموع

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن اختلاف قيمة الولاء السياسى لدى المبحوثين مع اختلافهم فى المستوى التعليمى، وبالرغم من ذلك لم تكن للفروق بينهم دلالة إحصائية حيث أنه بتطبيق اختبار كآ² تبين أن قيمتها تساوى (7.530) عند درجة حرية (8) وهى غير دالة إحصائياً، مما يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة جوهرية، ويؤكد على أن اختلاف المشاهدين من عينة الدراسة فى المستوى التعليمى قد يؤدي إلى التباين فى قيمة الولاء السياسى، وهذا يمثل إجابة على التساؤل القائل (هل تختلف درجة التغير فى القيم السياسية قيمة الولاء السياسى" باختلاف المشاهدين فى المتغيرات الديموجرافية "المستوى التعليمى"؟).

وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان عسران بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمى فى الريف المصرى) من أن هناك علاقة بين المستوى التعليمى وإبراك المشاهدين للنسق القيمى الذى تقدمه برامج القنوات الفضائية⁽¹⁾. كما تتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة

(1) صابر سليمان عسران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمى فى الريف المصرى، مرجع سابق، ص 261.

محمد عبد البديع بعنوان (لثر القنوات التلفزيونية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية) حيث توصلت إلى أن الأميين أكثر تأثراً سلبياً بالقنوات الوافدة من المتعلمين⁽¹⁾.

ثانياً: تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على قيمة الانتماء السياسي:

1- تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على علاقة المشاهد بالمجتمع المصري:

بسؤال الباحثين عما إذا كانت مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية أدت إلى تقوية علاقاتهم بالمجتمع المصري، فقد أجابت نسبة 37.5% بالموافقة إلى حد كبير، وأجابت نسبة 41% بالموافقة إلى حد ما، في حين أجابت نسبة 21.5% بأنهم لا يوافقون على أن مشاهدتهم لبعض القنوات الفضائية العربية تدعم أو تقوى علاقاتهم بالمجتمع المصري، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (42)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً

للعلاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية العربية وعلاقة المشاهدين

بالمجتمع المصري

الموافقة	ك	%
أوافق إلى حد كبير	75	37.5
أوافق إلى حد ما	82	41
لا أوافق	43	21.5
للمجموع	200	%100

(1) محمد عبد البديع: لثر القنوات التلفزيونية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية، مرجع

سابق، ص 226.

تكشف للبيانات الواردة في الجدول السابق عن أن أغلب المشاهدين من عينة الدراسة يوافقون على أن مشاهدة القنوات الفضائية للعربية تدعم من علاقاتهم بالمجتمع المصري.

وعن مظاهر هذا للتدعيم فلقد وجد الباحث من خلال سؤال المبحوثين، أن نسبة 51.6 من عينة الدراسة أجابت بأن مشاهدة زادت من حبه للوطن مصر، وأشارت نسبة 19.1% بأنها دعمت من عدم الرغبة في الهجرة وترك بلدى مصر، فى حين أكدت نسبة 26.7% بأنها دعمت من سعى نحو المشاركة فى حل مشكلات أبناء المجتمع، كما أشارت نسبة 2.6% بأنها دعمت من السعى نحو تقديم المصلحة العامة على المصلحة الشخصية، وهذا يكشف عنه الجدول التالى:

جدول رقم (43)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة طبقاً

لمظاهر تدعيم المشاهدة لعلاقة المشاهد بالمجتمع المصري

المظاهر	ك	%
زيادة حبي لوطنى مصر	81	51.6
عدم الرغبة فى الهجرة إلى بلد آخر وترك مصر	30	19.1
سعى الدائم نحو مساعدة أبناء مجتمعى فى حل مشكلاتهم	42	26.7
سعى الدائم نحو تقديم مصلحة المجتمع على مصالحى الشخصية	4	2.6
المجموع	157	100

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن أن مشاهدة القنوات الفضائية العربية قد دعمت من علاقة المشاهدين بالمجتمع، فلقد زادت من ولاءهم للوطن حيث زادت من حبه للوطن مصر بنسبة 51.6%، كما أنها دعمت من المشاركة فى حل مشكلات أبناء المجتمع وزادت من ارتباط المشاهد بوطنه.

وتتفق النتيجة السابقة مع ما ذهب إليه أنصار البنائية الوظيفية من أن وسائل الاتصال تؤدي إلى تعبئة الجماهير عن طريق مشاركتهم في الاهتمامات المجتمعية في مجالات السياسة، كما تحقق الترابط بين أفراد المجتمع من خلال الوعي بالأحداث والتأكيد على ضرورة المحافظة على النظام⁽¹⁾.

2- تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية على المشاركة السياسية:

ومن ناحية أخرى وبمسؤال المبحوثين عن هل أنت مشاهدتهم للأنشطة السياسية المقدمة عبر القنوات الفضائية العربية إلى زيادة اهتمامهم بالمشاركة السياسية لبلادهم، فقد أجابت نسبة 29.5% بالموافقة إلى حد كبير، وأجابت نسبة 41.5% بالموافقة إلى حد ما، في حين أشارت نسبة 28% بعدم الموافقة، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (44)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً

للعلاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية العربية والمشاركة السياسية

مدى الموافقة	ك	%
أوافق إلى حد كبير	59	29.5%
أوافق إلى حد ما	83	41.5%
لا أوافق	58	29%
المجموع	200	100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق على أن غالبية المشاهدين يوافقون على أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية تدعم مشاركتهم

(1) Denis Maquail: Maquails' Mass Communication Theory, OP. Cit., P. 79.

السياسية، وتعد المشاركة السياسية من أقوى مؤشرات الانتماء السياسي ومن ثم تعتبر مشاهدة القنوات الفضائية مدعمة للانتماء السياسي.

وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة محمد عبد البديع بعنوان (أثر القنوات التليفزيونية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية) حيث أوضحت أن المشاهدة تؤكد على أهمية المشاركة السياسية⁽¹⁾. كما تتفق مع ما توصلت إليه دراسة "سيكوفيل داتيرا Scheufele A. Dietra" بعنوان (من يهتم بالسياسات المحلية)، حيث توصلت إلى أن التليفزيون يلعب دوراً هاماً في تدعيم قيمة المشاركة السياسية⁽²⁾.

وبسؤال المبحوثين عن مظاهر مشاركتهم في الحياة السياسية، تبين للباحث أن نسبة 48.6% يشاركون في الانتخابات، وأن نسبة 28.2% جعلتهم المشاهدة يهتمون بمعرفة الأحداث والقضايا السياسية محلياً ودولياً، وأن نسبة 22.5% يشاركون سياسياً من خلال الانضمام لحزب سياسي، وأن نسبة 0.7% يشاركون من خلال تقلد منصباً سياسياً، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

(1) محمد عبد البديع: أثر القنوات التليفزيونية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية، مرجع سابق، ص 226.

(2) Scheufele A. Dietra, etal: Who Cares about Local politics?, Op. Cit, PP 432-439.

جدول رقم (45)

التوزيع التكراري لأفراد العينة
طبقاً لمظاهر المشاركة السياسية

مظاهر المشاركة السياسي	ك	%
المشاركة في الانتخابات	69	48.6
الاهتمام بمعرفة الأحداث والقضايا السياسية	40	28.2
الانضمام لحزب سياسي	32	22.5
تقلد منصب سياسي	1	0.7
المجموع	142	100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن المشاركة في الانتخابات من أكثر مظاهر المشاركة السياسية لدى أفراد العينة يليها الاهتمام بمعرفة الأحداث والقضايا السياسية، ثم الانضمام لحزب سياسي وأخيراً تقلد منصب سياسي.

وبسؤال المبحوثين عن أي الانتخابات شاركوا فيها فإجابته نسبة 2.9% شاركوا في الاستفتاء على المادة 76، كما أشارت نسبة 18.8% بأنهم شاركوا في الانتخابات الرئاسية سبتمبر 2005، كما أشارت نسبة 43.5% بأنهم شاركوا في انتخابات مجلس الشعب نوفمبر 2006، كما أكدت نسبة 5.8% بأنهم شاركوا في الاستفتاء على التعديلات الدستورية مارس 2007، وأخيراً أكدت نسبة 29% بأنهم شاركوا في كل ما سبق، هذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (46)

التوزيع التكراري لأفراد العينة

طبقاً لنوع الانتخابات التي شاركوا فيها

نوع الانتخابات	ك	%
الاستفتاء على المادة 76	2	2.9
الانتخابات الرئاسية سبتمبر 2005	13	18.8
انتخابات مجلس الشعب نوفمبر 2006	30	43.5
الاستفتاء على التعديلات الدستورية مارس 2007	4	5.8
المشاركة في كل ما سبق	20	29
المجموع	69	%100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن انتخابات مجلس الشعب نوفمبر 2006، من أكثر الانتخابات التي شارك فيها أفراد العينة، ويرجع ذلك إلى أن انتخابات مجلس الشعب يعد لها من ذي قبل بفترة طويلة، كما أن الجمهور لديه خلفية تاريخية عنها ويدفعه انتماءه إلى ضرورة للمشاركة، في حين جاء الاستفتاء على المادة 76 والاستفتاء على التعديلات الدستورية مارس 2007 بأقل نسب المشاركة السياسية.

وبسؤال المبحوثين على مدى الانتماء الحزبي، فقلد أجابت نسبة 16% بأنها ينتمون لأحزاب سياسية، في حين أشارت نسبة 84% بأنهم لا ينتمون لأحزاب سياسية، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (47)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة طبقاً للانتماء الحزبي

مدى الانتماء الحزبي	ك	%
نعم	32	16
لا	168	84
المجموع	200	%100

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن ضعف المشاركة السياسية من خلال الانتماء الحزبي فى حين ارتفعت فى حالة الانتخابات.

وبسؤال المبحوثين عن ما هو الحزب السياسى الذى ينتمون إليه، فلقد أجابت نسبة 84.3% بأنهم ينتمون للحزب الوطنى الديمقراطى، وأن نسبة 6.2% ينتمون للحزب الناصرى، وأن نسبة 6.2% ينتمون لحزب الوفد، فى حين أشارت نسبة 3.1% بأنهم ينتمون لحزب الأحرار، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالى:

جدول رقم (48)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة

طبقاً لنوع الحزب السياسى المنتمى إليه المشاهد

الحزب السياسى	ك	%
الحزب الوطنى	27	84.3
الحزب الناصرى	2	6.2
حزب الوفد	2	6.2
حزب الأحرار	1	3.1
المجموع	32	%100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن الحزب الوطني أكثر الأحزاب السياسية جذبًا للأعضاء من عينة الدراسة باعتباره الحزب الحاكم، في حين تضاعفت نسبة العضوية في الأحزاب الأخرى.

ومن ناحية أخرى بسؤال المبحوثين ممن يوافقون على أن مشاهدة القنوات الفضائية العربية لا تدعم من علاقاتهم بالمجتمع المصري، عن مظاهر عدم التدعيم، فقد أجابت نسبة 32.5% بأن مشاهدة زادت من عدم الرغبة في المشاركة في الأنشطة السياسية، وأن نسبة 32.5% بأنها زادت من رغبتهم في الهجرة الدائمة من مصر، كما أكدت نسبة 9.3% أن مشاهدتهم أدت إلى عدم الاهتمام بمصالح الآخرين، وأخيرًا أكدت نسبة 25.6% بأن مشاهدتهم زادت من عدم ثقتهم بالمسؤولين، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول (49)

التوزيع التكراري لأفراد العينة

طبقًا للأضرار المترتبة على علاقة المشاهد

بالمجتمع المصري نتيجة مشاهدة القنوات الفضائية العربية

الأضرار	ك	%
عدم الرغبة في المشاركة في الأنشطة السياسية	14	32.5
الرغبة الدائمة في الهجرة من مصر	14	32.5
عدم الاهتمام بمصالح الآخرين	4	9.3
زيادة عدم ثقتي بالمسؤولين	11	25.6
المجموع	43	%100

تكشف البيانات الواردة في للجدول السابق عن أن عدم الرغبة في المشاركة في الأنشطة السياسية والرغبة الدائمة في الهجرة من مصر من أبرز الأضرار التي

لحقت بخير الموافون على تدعيم المشاهدة للمشاركة السياسية، يلي ذلك عدم الثقة بالمسؤولين.

3- مشاهدة القنوات الفضائية العربية وقيمة الانتماء السياسي:

بتوزيع المبحوثين طبقاً للعلاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية العربية وقيمة الانتماء السياسي، تبين للباحث أن قيمة الانتماء السياسي كانت قوية بنسبة 49%، ومتوسطة بنسبة 49.5%، وضعيفة بنسبة 1.5%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (50)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً للعلاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية العربية وقيمة الانتماء السياسي

درجة الانتماء السياسي	ك	%
قوي	98	49
متوسط	99	49.5
ضعيف	3	1.5
المجموع	200	%100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن غالبية أفراد عينة الدراسة ذوي انتماء سياسي قوي، في حين تضاعلت نسبة ذوي الانتماء السياسي للضعيف، وهذا يوضح أن مشاهدة القنوات الفضائية تدعم من قيمة الانتماء السياسي، مما يمثل إجابة على التساؤل القائل (هل تؤدي مشاهدة القنوات الفضائية العربية إلى تدعيم قيمة الانتماء السياسي؟) كما أن النتيجة السابقة تؤكد على خطأ الفرض القائل (يوجد ارتباط سلبي بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية العربية وتغيير قيمة الانتماء السياسي؟).

تتفق النتيجة السابقة مع ما ذهب إليه أنصار نظرية الخرس الثقافي من أن وسائل الإعلام تعمل كوسيط للتنشئة الاجتماعية حيث تعمل على إكساب الفرد الاتجاهات والقيم والسلوكيات المناسبة لدوره الاجتماعي لتمكينه من مسايرة جماعته الاجتماعية وللتوافق معها⁽¹⁾.

وتختلف النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة هانى العربى بعنوان (المحددات الاجتماعية للانتماء لدى الشباب)، حيث توصلت إلى أن مشاهدة الفضائيات أدت إلى القضاء على قيمة الانتماء لدى الشباب من خلال ما تقدمه من أنماط للشخصية المتمردة والمستهترة⁽²⁾.

4- معدل مشاهدة القنوات الفضائية العربية وقيمة الانتماء السياسي:

بالمقارنة بين قبلي المشاهدة وكثيفي المشاهدة في درجة الانتماء السياسي، تبين أن فئة قبلي المشاهدة كانت لديهم قيمة الانتماء السياسي قوية بنسبة 50.4%، ومتوسطة بنسبة 48.7%، وضعيفة بنسبة 0.9%، أما فئة كثيفي المشاهدة فكانت قيمة الانتماء السياسي قوية بنسبة 47.1%، ومتوسطة بنسبة 50.6%، وضعيفة بنسبة 2.4%، هذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

(1) أمانى السيد فهمي: الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص 221.

(2) هانى العربى: المحددات الاجتماعية للانتماء لدى الشباب، مرجع سابق، ص 68.

جدول رقم (51)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة طبقاً للعلاقة
بين معدل مشاهدة (ق.ع) وقيمة الانتماء السياسى

قيمة الانتماء السياسى معدل المشاهدة	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع		ك ² ومستوى الدلالة الإحصائية
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
قليلى المشاهدة	50.4	58	48.7	56	0.9	1	100	115	ك ² = 0.866
كثيفى المشاهدة	47.1	40	50.6	43	2.4	2	100	85	د.ج = 2 غير
المجموع	49	98	49.5	99	1.5	3	100	200	دالة

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن تباين المبحوثين فى معدل المشاهدة وكذلك تباينهم فى قيمة الانتماء، وبالرغم من وجود فروق ضئيلة بين قليلى المشاهدة وكثيفى المشاهدة فى قيمة الانتماء، إلا أنها لم تكن ذات دلالة جوهرية، حيث أنه بتطبيق اختبار الدلالة الإحصائية ك² تبين أن قيمة ك² = 0.866) عند درجة حرية (2) وهى غير دالة إحصائياً، فمع كثافة المشاهدة يتضاءل الانتماء السياسى إلا أن هذه الفروق بين قليلى المشاهدة وكثيفى المشاهدة، لم تكن ذات دلالة إحصائية.

وهذا يؤكد على أن اختلاف المشاهدين فى معدل المشاهدة قد يؤدي إلى اختلاف درجة الانتماء السياسى لديهم، مما يمثل إجابة على التساؤل القائل (هل تختلف درجة التغير فى القيم السياسية "قيمة الانتماء السياسى" باختلاف المشاهدين فى معدل المشاهدة؟)

تختلف النتيجة السابقة مع الفرض الرئيسى لنظرية الغرس التقافى القائل بوجود علاقة ايجابية بين كثافة المشاهدة وغرس القيم التى يعكسها المضمون للتليفزيونى، بحيث تؤدي المشاهدة تكريجياً على تبنى القيم التى تقدمها البرامج

التليفزيونية حول الواقع الاجتماعي⁽¹⁾.

5- المتغيرات الديموجرافية وقيمة الانتماء السياسي:

أ. النوع وقيمة الانتماء السياسي:

بالمقارنة بين المشاهدين من حيث النوع وعلاقته بقيمة الانتماء السياسي، تبين أن في فئة الذكور كانت قيمة الانتماء السياسي قوية بنسبة 49.2%، ومتوسطة بنسبة 50%، وضعيفة بنسبة 0.8%، أما في فئة الإناث فكانت قيمة الانتماء السياسي قوية بنسبة 48.8%، ومتوسطة بنسبة 48.8%، وضعيفة بنسبة 2.4%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (52)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً للعلاقة بين النوع وقيمة الانتماء السياسي

ك ² ومستوى الدلالة الإحصائية	المجموع		ضعيف		متوسط		قوي		قيمة الانتماء السياسي النوع
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
ك ² = 0.833	100	118	0.8	1	50	59	49.2	58	ذكور
د.ج = 2 غير	100	82	2.4	2	48.8	40	48.8	40	أنثى
دلالة	100	200	1.5	3	49.5	99	49	98	المجموع

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن تباين المشاهدين في قيمة الانتماء السياسي مع تباينهم في النوع، وبتطبيق اختبار ك² لتحديد مستوى الدلالة

(1) Joseph. R. Dominick: The Dynamics of Mass Communication, Op. Cit., P. 533.

نتيجة التباين، تبين أن قيمة $\chi^2 = (833)$ ، عند درجة حرية (2) وهي غير دالة، مما يشير إلى أن الفرق بين المبحوثين في النوع لم يؤدي إلى فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية في قيمة الانتماء السياسي. وهذا ما يمثل إجابة على التساؤل القائل (هل تختلف درجة التغير في القيم السياسية قيمة الانتماء السياسي باختلاف المشاهدين في النواحي الديموجرافية "النوع"؟).

فالذكور أكثر انتماءً من الإناث نتيجة مشاهدتهم للقنوات العربية الفضائية، وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان عسران بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري) حيث أكدت على أن الذكور أكثر إدراكاً للنسق القيمي المقدم عبر القنوات الفضائية من الإناث⁽¹⁾.

2- السن وقيمة الانتماء السياسي:

بالمقارنة بين المبحوثين في فئات السن المختلفة وقيمة الانتماء السياسي لدى كل فئة، تبين أنه في الفئة العمرية من (15-30 سنة) كانت قيمة الانتماء السياسي قوية بنسبة 50.5%، ومتوسطة بنسبة 46.6%، وضعيفة بنسبة 3.1%، أما في الفئة العمرية من (30-45 سنة) كانت قيمة الانتماء السياسي قوية بنسبة 48.3%، ومتوسطة بنسبة 51.7%، وفي الفئة العمرية من (45-60 سنة) كانت قيمة الانتماء السياسي قوية بنسبة 43.8%، ومتوسطة بنسبة 56.3%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

(1) صابر سليمان عسران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري، مرجع سابق، ص 261.

جدول رقم (53)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة

طبقاً للعلاقة بين فئات السن وقيمة الانتماء السياسي

ك ² ومستوى الدلالة الإحصائية	المجموع		ضعيف		متوسط		قوي		قيمة الانتماء السياسي فئات السن
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
ك ² = 3.754 د.ج = 4 غير دالة	100	97	3.1	3	46.4	45	50.5	49	من 15-30 سنة
	100	87	-	-	51.7	45	48.3	42	من 30-45 سنة
	100	16	-	-	56.3	9	43.8	7	من 45-60 سنة
	100	200	1.5	3	49.5	99	49	98	المجموع

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن ارتفاع قيمة الانتماء للسياسي لدى فئتي السن من (30-45 سنة)، وفئة السن من (45-60 سنة)، عن فئة السن من (15-30 سنة)، وبالرغم من هذا الاختلاف بينهم، إلا أنه لم يكن ذا دلالة، حيث أنه بتطبيق اختبار ك² تبين أن قيمة ك² = (3.754)، عند درجة حرية (4) وهي غير دالة إحصائياً، مما يشير إلى عدم وجود فروق جوهرية بين فئات السن المختلفة من عينة الدراسة ودرجة التغير في قيمة الانتماء السياسي، وهذا ما يمثل إجابة على التساؤل القائل (هل تختلف درجة التغير في القيم السياسية "قيمة الانتماء السياسي" باختلاف المشاهدين في النواحي الديموجرافية "السن"؟).

فكبار السن أكثر انتماءاً من صغار السن، وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان عسران بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري) حيث أكدت على أن صغار السن أكثر إدراكاً للنسق القيمي من كبار السن⁽¹⁾.

(1) صابر سليمان عسران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف

المصري، مرجع سابق، ص 261.

3- الحالة الزوجية وقيمة الانتماء السياسي:

بالمقارنة بين المبحوثين من حيث الحالة الزوجية ودرجة التغير في قيمة الانتماء السياسي، تبين أنه في فئة الأعزب كانت قيمة الانتماء السياسي قوية بنسبة 48%، ومتوسطة بنسبة 48%، وضعيفة بنسبة 4%، أما في فئة المتزوج فكانت قيمة الانتماء السياسي كبيرة بنسبة 48.7%، ومتوسطة بنسبة 51.3%، وفي فئة الأرملة كانت قيمة الانتماء السياسي قوية بنسبة 60%، ومتوسطة بنسبة 40%، أما في فئة المطلق فكانت قيمة الانتماء السياسي قوية بنسبة 66.7%، ومتوسطة بنسبة 33.3%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (54)

التوزيع التكراري لأفراد العينة

طبقاً للعلاقة بين الحالة الزوجية وقيمة الانتماء السياسي

الانتماء السياسي / الحالة الزوجية	قوي		متوسط		ضعيف		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أعزب	36	48	36	48	3	4	75	100
متزوج	57	48.7	60	51.3	-	-	117	100
أرملة	3	60	2	40	-	-	5	100
مطلق	2	66.7	1	33.3	-	-	3	100
المجموع	98	49	99	49.5	3	1.5	200	100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن تباين قيمة الانتماء السياسي لدى المبحوثين، مع تباينهم في حالتهم الزوجية، وبتطبيق اختبار كاي² لتحديد دلالة هذا التباين، اتضح أن قيمة كاي² = (5.690) عند درجة حرية (6) وهي غير دالة إحصائياً، مما يؤكد على أن الفروق بين المبحوثين في قيمة الانتماء السياسي نتيجة

اختلافهم في الحالة الزوجية ليست ذات دلالة جوهرية، فالاختلاف في الحالة الزوجية لم يؤدي إلى تباين في قيمة الانتماء السياسي، مما يجيب على التساؤل القائل (هل تختلف درجة التغير في القيم السياسية "قيمة الانتماء السياسي" باختلاف المشاهدين في النواحي الديموجرافية "الحالة الزوجية"؟).

4. المستوى التعليمي وقيمة الانتماء السياسي:

بالمقارنة بين المبحوثين من حيث المستوى التعليمي وأثره على درجة التغير في قيمة الانتماء السياسي تبين أنه في فئة غير المتعلمين، كانت قيمة الانتماء السياسي قوية بنسبة 50%، ومتوسطة بنسبة 46.7%، وضعيفة بنسبة 3.3%، أما في فئة الحاصلين على الثانوية العامة أو الدبلوم فكانت قيمة الانتماء السياسي قوية بنسبة 53.3%، ومتوسطة بنسبة 43.3%، وضعيفة بنسبة 3.3%، وفي فئة الحاصلين على مؤهل متوسط كانت قيمة الانتماء السياسي قوية بنسبة 56.3%، ومتوسطة بنسبة 43.8%، أما في فئة الحاصلين على مؤهل جامعي فكانت قيمة الانتماء السياسي قوية بنسبة 47.1%، ومتوسطة بنسبة 52.9%، أما في فئة الحاصلين على مؤهل ما بعد الجامعي، فكانت قيمة الانتماء السياسي قوية بنسبة 14.3%، ومتوسطة بنسبة 85.7%. وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (55)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة

طبقاً للعلاقة بين المستوى التعليمى وقيمة الانتماء السياسى

المستوى التعليمى	الولاء السياسى		متوسط		ضعيف		المجموع		ك ² ومستوى الدلالة الإحصائية
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
غير متعلم	15	50	14	46.7	1	3.3	30	100	ك ² = 8.529
دبلوم أو ثانوية عامة	32	53.3	26	43.3	2	3.3	60	100	د.ج = 8
مؤهل متوسط	9	56.3	7	43.8	-	-	16	100	غير دالة
مؤهل جامعى	41	47.1	46	52.9	-	-	87	100	
مؤهل ما بعد الجامعى	1	14.3	6	85.7	-	-	7	100	
المجموع	98	49	99	49.5	3	1.5	200	100	

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن اختلاف درجة التغير فى قيمة الانتماء السياسى مع اختلاف المشاهدين فى المستوى التعليمى، وبالرغم من هذا الاختلاف إلا أنه لم يكن ذا دلالة إحصائية حيث أنه بتطبيق اختبار ك² تبين أن قيمتها تساوي (8.529) عند درجة حرية (8) وهى غير دالة إحصائياً، مما ينفى وجود فروق ذات دلالة جوهرية بين المبحوثين فى درجة التغير فى قيمة الانتماء السياسى نتيجة لاختلافهم فى المستوى التعليمى، وهذا ما يجيب على التساؤل القائل (هل تختلف درجة التغير فى القيم السياسية قيمة الانتماء السياسى باختلاف المشاهدين فى النواحي الديموجرافية "المستوى التعليمى"؟)، مما يشير إلى أن ارتفاع المستوى التعليمى يزيد من قيمة الانتماء السياسى لدى المشاهدين فالمتعلمين أكثر انتماءً من غير المتعلمين، وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه دراسة محمد عبد البديع بعنوان (أثر القنوات التليفزيونية الوافدة فى بعض قيم الأسرة المصرية) حيث توصلت إلى أن هناك علاقة بين المستوى التعليمى ودرجة التأثير، فالأميين أكثر

تأثراً سلبياً بالقنوات الوافدة من المتعلمين⁽¹⁾.

كما تتفق مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان عسران بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري) حيث أكدت على وجود علاقة بين المستوى التعليمي وإبراك المشاهدين للنسق القيمي الذي تقدمه برامج القنوات الفضائية⁽²⁾.

ثالثاً: تأثير مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية على قيمة الاعتزاز

السياسي:

1- تأثير مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية على علاقة المشاهد

بالمجتمع المصري:

بسؤال المبحوثين عن هل أدت مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية إلى ضعف علاقتهم بالمجتمع المصري، فلقد أجابت نسبة 41.5% بالموافقة إلى حد كبير، وأجابت نسبة 13.5% بالموافقة إلى حد ما، وأجابت نسبة 45% بعدم الموافقة، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

(1) محمد عبد البديع: أثر القنوات التلفزيونية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية، مرجع سابق، ص 226.

(2) صابر سليمان عسران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري، مرجع سابق، ص 261.

جدول رقم (56)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة

طبقاً لمدى الموافقة على تأثير مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية
على علاقة المشاهد بالمجتمع المصري

مدى الموافقة	ك	%
أوافق إلى حد كبير	83	41.5
أوافق إلى حد ما	27	13.5
لا أوافق	90	45
المجموع	200	%100

تكشف البيانات الواردة بالجدول السابق عن أن أغلب المبحوثين يوافقون على أن مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية تؤثر على علاقاتهم بالمجتمع المصري، وبسؤالهم عن مظاهر هذا التأثير، فقد أجابت نسبة 36.3% بأن مشاهدتهم زادت من عدم اكتراثهم بمشكلات المجتمع المصري، كما أوضحت نسبة 33.6% بأن مشاهدتهم زادت من رغبتهم في الهجرة وعدم البقاء في مصر، كما أكدت نسبة 11.8% بأن مشاهدتهم زادت من رغبتهم في عدم التعاون مع أبناء مجتمعهم للنهوض به، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (57)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة طبقاً
لمظاهر إضرار مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية
بعلاقة المشاهد بالمجتمع المصري

مظاهر إضرارها بعلاقة المشاهد بالمجتمع	ك	%
الاهتمام بالأحداث العالمية بدلاً من الأحداث المحلية	40	36.3
عدم الاكتراث بمشكلات المجتمع المصري	20	18.1
زيادة الرغبة فى الهجرة وعدم البقاء فى مصر	37	33.6
زيادة عدم الرغبة فى التعاون مع أبناء مجتمعي للنهوض به	13	11.8
المجموع	110	%100

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن أن هناك مظاهر مختلفة
للأضرار الناجمة عن مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية فى علاقة المشاهد
بالمجتمع المصري.

2- مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية وقيمة الاغتراب السياسى:

بتحليل العلاقة بين مشاهدة القنوات الأجنبية وقيمة الاغتراب السياسى، تبين أن
قيمة الاغتراب السياسى كانت قوية بنسبة 28.5%، ومتوسطة بنسبة 67.5%،
وضعيفة بنسبة 4%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالى:

جدول رقم (58)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة طبقاً للعلاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية وقيمة الاغتراب السياسي

قيمة الاغتراب السياسي	ك	%
قوي	57	28
متوسط	135	67.5
ضعيف	8	4
المجموع	200	%100

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن أن أغلب أفراد العينة لديهم قيمة الاغتراب السياسى قوية ومتوسطة نتيجة لمشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية، مما يؤكد على صحة الفرض القائل (يوجد ارتباط إيجابى بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية الأجنبية وتغير قيمة الاغتراب السياسى)، كما يجب على التساؤل القائل (هل تؤدي مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية إلى تدعيم قيمة الاغتراب السياسى؟).

تختلف النتيجة السابقة مع ما ذهب إليه أتصار الوظيفية من أن وسائل الاتصال تقلل من حالة تضارب القيم أو الأنوميا الاجتماعية من خلال توحيد المعايير⁽¹⁾. كما تتفق مع ما توصلت إليه دراسة محمد عبد البديع بعنوان (اثر القنوات التليفزيونية الواقعة فى بعض قيم الأسرة المصرية) حيث توصلت إلى أن مشاهدة القنوات الفضائية تؤدي إلى زيادة الشعور بالاغتراب عن الوطن⁽²⁾.

(1) محمود عودة: أساليب الاتصال والتغير الاجتماعى، مرجع سابق، ص 55.

(2) محمد عبد البديع: اثر القنوات التليفزيونية الواقعة فى بعض قيم الأسرة المصرية، مرجع

سابق، ص 226.

كما تتفق مع ما توصلت إليه دراسة ياس البياتي بعنوان (الثقافة الوافدة وسلطة الصورة) حيث توصلت إلى أن مشاهدة الفضائيات تزيد من الشعور بالاغتراب⁽¹⁾، كما تتفق مع ما توصلت إليه دراسة هانى العربى بعنوان (المحددات الاجتماعية للانتماء لدى الشباب) حيث توصلت إلى أن مشاهدة للفضائيات زادت من الشعور بالاغتراب⁽²⁾.

3- معدل المشاهدة وقيمة الاغتراب السياسى:

من خلال المقارنة بين قليلى المشاهدة للقنوات الفضائية الأجنبية وكثيفى المشاهدة، تبين أنه فى فئة قليلى المشاهدة كانت قيمة الاغتراب السياسى قوية بنسبة 18.7%، ومتوسطة بنسبة 78.9%، وضعيفة بنسبة 2.4%، أما فى فئة كثيفى المشاهدة فقد كانت قيمة الاغتراب السياسى قوية بنسبة 44.2%، ومتوسطة بنسبة 67.5%، وضعيفة بنسبة 4%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالى:

جدول رقم (59)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة طبقاً للعلاقة بين معدل المشاهدة وقيمة الاغتراب السياسى

قيمة ك ²	المجموع		ضعف		متوسط		قوي		الاغتراب السياسى معدل المشاهدة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
ك ² =	100	123	2.4	3	78.9	97	18.7	23	قليلى المشاهدة
18.824	100	77	6.5	5	49.4	38	44.2	34	كثيفى المشاهدة
د.ج - 2	100	200	4	8	67.5	135	28.5	57	المجموع

(1) ياس البياتي: الثقافة الوافدة وسلطة الصورة، مرجع سابق، ص 75.

(2) هانى العربى: المحددات الاجتماعية للانتماء لدى الشباب، مرجع سابق، ص 68.

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن اختلاف المبحوثين في معدل مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية واختلافهم في قيمة الاغتراب السياسي، وبتطبيق اختبار كا² تبين أن هناك فروق جوهرية بينهم ذات دلالة حيث كانت كا²= (18.824) عند درجة حرية (2) وهي دالة عند مستوى 0.1، ويؤكد ذلك على أن زيادة مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية تؤدي إلى تدعيم قيمة الاغتراب السياسي.

فكثيفي المشاهدة أكثر اغتراباً سياسياً من قليلي المشاهدة، مما يجيب عن التساؤل القائل (هل تختلف درجة التغير في القيم السياسية "الاغتراب السياسي" لاختلاف المشاهدين في معدل المشاهدة). وتتفق النتيجة السابقة مع الفرض الرئيسي نظرية الغرس الثقافي القائل بوجود علاقة إيجابية بين كثافة المشاهدة وغرس القيم التي يعكسها مضمون التليفزيون⁽¹⁾.

4- المتغيرات الديموجرافية وقيمة الاغتراب السياسي:

أ- النوع وقيمة الاغتراب السياسي:

بالمقارنة بين أفراد العينة حسب النوع وقيمة الاغتراب السياسي تبين أنه في فئة الذكور كانت قيمة الاغتراب السياسي قوية بنسبة 28.8%، ومتوسطة بنسبة 66.1%، وضعيفة بنسبة 5.1%، أما في فئة الإناث فكانت قيمة الاغتراب السياسي قوية بنسبة 28%، ومتوسطة بنسبة 69.5%، وضعيفة بنسبة 2.4%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

(1) Joseph. R. Dominick: The Dynamics Of Mass Communication, Op. Cit., P. 533.

جدول رقم (60)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة

طبقاً للعلاقة بين النوع وقيمة الاغتراب السياسي

كا ²	المجموع		ضعيف		متوسط		قوي		الاغتراب السياسي النوع
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
كا ² = 0.940	100	118	5.1	6	66.1	78	28.8	34	ذكر
د.ج = 2	100	82	2.4	2	69.5	57	28	23	أنثى
غير دالة	100	200	4	8	67.5	135	28.5	57	المجموع

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن أن هناك علاقة بين اختلاف المشاهدين واختلافهم فى قيمة الاغتراب السياسي، وبتطبيق اختبار كا² على العلاقة بين النوع وقيمة الاغتراب السياسي تبين أن قيمة كا² = 0.940 عند درجة حرية (2) وهى غير دالة إحصائياً مما يؤكد على عدم وجود فروق جوهرية بين الذكور والإناث فى قيمة الاغتراب السياسي، مما يجب على التساؤل القائل (هل تختلف درجة الغير فى القيم السياسية "قيمة الاغتراب السياسي" باختلاف المشاهدين فى النواحي الديموجرافية "النوع"؟).

فالإناث أكثر اغتراباً من الذكور، وهذه النتيجة تختلف مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان عسران بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي فى الريف المصري) حيث أكدت على أن الذكور أكثر إدراكاً للنسق القيمي من الإناث⁽¹⁾.

(1) صابر سليمان عسران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي فى الريف

المصري، مرجع سابق، ص 261.

ب. السن وقيمة الاغتراب السياسي:

بالمقارنة بين فئات السن المختلفة في عينة الدراسة ودرجة الاختلاف بينهم في قيمة الاغتراب السياسي تبين أن في الفئة العمرية من (15-30 سنة) كانت قيمة الاغتراب السياسي قوية بنسبة 28.9%، ومتوسطة بنسبة 68%، وضعيفة بنسبة 3.1%، أما في الفئة العمرية من (30-45 سنة) فكانت قيمة الاغتراب السياسي قوية بنسبة 27.6%، ومتوسطة بنسبة 67.8%، وضعيفة بنسبة 4.6%، أما الفئة العمرية من (45-60 سنة) فلقد كانت قيمة الاغتراب السياسي قوية بنسبة 31.3%، ومتوسطة بنسبة 62.5%، وضعيفة بنسبة 6.3%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (61)

التوزيع التكراري لأفراد العينة

طبقاً للعلاقة بين السن وقيمة الاغتراب السياسي

ك ² ومستوى الدلالة	المجموع		ضعيف		متوسط		قوي		الاغتراب السياسي فئات السن
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
ك ² = 0.617	100	97	3.1	3	68	66	28.9	28	من 15-30 سنة
د.ج=4	100	87	4.6	4	67.8	59	27.6	24	من 30-45 سنة
غير دالة	100	16	6.3	1	62.5	10	31.3	5	من 45-60 سنة
	100	200	4	8	67.5	135	28.5	57	المجموع

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن وجود تباين بين المبحوثين في قيمة الاغتراب السياسي لدى فئات السن المختلفة فقيمة الاغتراب السياسي قوية أو متوسطة لدى الفئة العمرية (15-30 سنة) بنسبة أكبر من الفئات العمرية الأخرى، وبتطبيق اختبار ك² وجد أن قيمتها تساوي (0.617) عند درجة حرية (4) وهي

غير دالة إحصائياً، أي أنه ليست هناك فروق جوهرية بين الفئات العمرية المختلفة في قيمة الاغتراب السياسي، فلم تؤدي الفروق العمرية إلى فروق في التغيير في قيمة الاغتراب السياسي، مما يجيب على التساؤل القائل (هل تختلف درجة التغيير في القيم السياسية قيمة الاغتراب السياسي باختلاف المشاهدين في النواحي الديموجرافية "السن"؟).

فصغار السن أكثر اغتراباً من كبار السن، وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان عسران بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري) حيث أكدت على أن صغار السن أكثر إدراكاً للنسق القيمي من كبار السن⁽¹⁾.

ج- الحالة الزوجية وقيمة الاغتراب السياسي:

بالمقارنة بين المبحوثين من حيث علاقة الحالة الزوجية بقيمة الاغتراب السياسي، تبين أنه في فئة الأعزب كانت قيمة الاغتراب السياسي قوية بنسبة 28%، ومتوسطة بنسبة 69.3%، وضعيفة بنسبة 2.7%، أما في فئة متزوج فكانت قيمة الاغتراب السياسي قوية بنسبة 30.8، ومتوسطة بنسبة 65%، وضعيفة بنسبة 4.3%، أما في فئة أرمل فكانت قيمة الاغتراب السياسي متوسطة بنسبة 80%، وضعيفة بنسبة 20%، أما في فئة مطلق، فكانت قيمة الاغتراب السياسي متوسطة بنسبة 100%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

(1) صابر سليمان عسران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري، مرجع سابق، ص 261.

جدول رقم (62)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة طبقاً للعلاقة
بين الحالة الزوجية وقيمة الاغتراب السياسي

قيمة كا ²	المجموع		ضعيف		متوسط		قوي		الاغتراب السياسي الحالة الزوجية
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
كا ² = 6.908	100	75	2.7	2	69.3	52	28	21	أعزب
د.ج = 6	100	117	4.3	5	65	76	30.8	36	متزوج
غير دالة	100	5	20	1	80	4	-	-	أرمل
	100	3	-	-	100	3	-	-	مطلق
	100	200	4	8	67.5	135	28.5	57	المجموع

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن أن العزاب أكثر اغتراباً من الفئات الزوجية الأخرى نتيجة مشاهدتهم للقنوات الفضائية الأجنبية، وبالرغم من هذا للتباين في قيمة الاغتراب السياسي إلا أنه لا توجد فروق جوهرية بين المشاهدين حيث أنه بتطبيق اختبار كا² للدلالة الإحصائية تبين أن قيمة كا² تساوى (6.908)، عند درجة حرية (6) وهي غير دالة إحصائية مما يشير إلى عدم وجود فروق جوهرية بين المشاهدين وهذا ما يجيب على التساؤل القائل "هل تختلف درجة التغير في القيم السياسية "الاغتراب السياسي" باختلاف المشاهدين الديموجرافية "الحالة الزوجية"؟".

د- المستوى التعليمي وقيمة الاغتراب السياسي:

بالمقارنة بين المستويات التعليمية المختلفة في قيمة الاغتراب السياسي لديهم، تبين أن في فئة غير المتعلمين كانت قيمة الاغتراب السياسي قوية بنسبة 20%، ومتوسطة بنسبة 73.3%، وضعيفة بنسبة 6.7%، وفي فئة الحاصلين على للبلوم أو

الثانوية العامة، فلقد كانت قيمة الاغتراب للسياسي قوية بنسبة 30%، ومتوسطة بنسبة 66.7%، وضعيفة بنسبة 3.3%، أما في فئة الحاصلين على مؤهل متوسط فكانت قيمة الاغتراب للسياسي قوية بنسبة 37.5%، ومتوسطة بنسبة 56.3%، وضعيفة بنسبة 6.3%، وفي فئة الحاصلين على مؤهل جامعي جاءت قيمة الاغتراب للسياسي قوية بنسبة 24.1%، ومتوسطة بنسبة 72.4%، وضعيفة بنسبة 3.4%، وفي فئة الحاصلين على مؤهل ما بعد الجامعي كانت قيمة الاغتراب للسياسي قوية بنسبة 85.7%، ومتوسطة بنسبة 14.3%، وهذا ما يكشف عنه الجدول التالي:

جدول رقم (63)

التوزيع التكراري لأفراد العينة طبقاً للعلاقة بين المستوى التعليمي وقيمة الاغتراب السياسي

المستوى التعليمي	الاغتراب السياسي		قوي		متوسط		ضعيف		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
غير متعلم	6	20	22	73.3	2	6.7	30	100	30	100
دبلوم أو ثانوية عامة	18	30	40	66.7	2	3.3	60	100	60	100
مؤهل متوسط	6	37.5	9	56.3	1	6.3	16	100	16	100
مؤهل جامعي	21	24.1	63	72.4	3	3.4	87	100	87	100
مؤهل ما بعد الجامعي	6	85.7	1	14.3	-	-	7	100	7	100
المجموع	57	28.5	135	67.5	8	4	200	100	200	100

تكشف البيانات الواردة في الجدول السابق عن تباين للمبحوثين في قيمة الاغتراب السياسي مع تباينهم في المستوى التعليمي، وبتطبيق اختبار كا² لتحديد دلالة هذا الاختلاف، تبين أن قيمة كا² = (14.738)، عند درجة حرية (8) وهي غير دالة إحصائياً مما يؤدي إلى عدم وجود فروق جوهرية بين المبحوثين نتيجة اختلافهم في

المستوى التعليمي ودرجة التغير في قيمة الاغتراب السياسي، وهذا ما يمثل إجابة على التساؤل القائل (هل تختلف درجة التغير في القيم السياسية قيمة الاغتراب السياسي باختلاف للمشاهدين في النواحي الديموجرافية. "المستوى التعليمي" (٢).

فكلما زاد المستوى التعليمي زادت قيمة الاغتراب السياسي، وتتفق النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة صابر سليمان بعنوان (تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري) حيث أكدت على وجود علاقة بين المستوى التعليمي وإدراك المشاهدين للنسق القيمي المقدم عبر القنوات الفضائية⁽¹⁾.

وتختلف النتيجة السابقة مع ما توصلت إليه دراسة محمد عبد البديع بعنوان (اثر القنوات التليفزيونية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية) حيث توصلت إلى أن الأميين أكثر تأثراً سلبياً بالقنوات الفضائية الوافدة من المتعلمين⁽²⁾.

هـ - إجابة اللغات الأجنبية وقيمة الاغتراب السياسي:

بالمقارنة بين من يجيدون لغات أجنبية ومن لا يجيدون غير العربية وقيمة الاغتراب السياسي، تبين أنه في فئة الذين يجيدون لغات أجنبية كانت قيمة الاغتراب السياسي قوية بنسبة 28.7%، ومتوسطة بنسبة 66.4%، وضعيفة بنسبة 4.9%، أما في فئة الذين لا يجيدون غير العربية فكانت قيمة الاغتراب السياسي قوية بنسبة 28.2%، ومتوسطة بنسبة 69.2%، وضعيفة بنسبة 2.6%، ويتضح ذلك من خلال الجدول التالي:

(1) صابر سليمان عمران: تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق القيمي في الريف المصري، مرجع سابق، ص 261.

(2) محمد عبد البديع: اثر القنوات التليفزيونية الوافدة في بعض قيم الأسرة المصرية، مرجع سابق، ص 226.

جدول رقم (64)

التوزيع التكرارى لأفراد العينة

طبقاً للعلاقة بين إجادة اللغات الأجنبية وقيمة الاغتراب السياسي

قيمة كا ²	المجموع		ضعيف		متوسط		قوي		الاغتراب السياسي إجادة اللغات الأجنبية
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
كا ² = 0.720	100	122	4.9	6	66.4	81	28.7	35	يجيدون لغات أجنبية
د.ج = 2	100	78	2.6	2	69.2	54	28.2	22	لا يجيدون لغات أجنبية
دالة غير 0.698	100	200	4	8	67.5	135	28.5	57	المجموع

تكشف البيانات الواردة فى الجدول السابق عن وجود فروق بسيطة فى قيمة الاغتراب السياسى لدى الذين لا يجيدون غير العربية والذين يجيدون لغات أجنبية، ولتوضح مدى دلالة هذه الفروق، تم تطبيق اختبار الدلالة الإحصائية كا²، تبين أن قيمة كا² = 0.720، عند درجة حرية (2) وهى غير دالة إحصائياً، مما يشير إلى عدم وجود فروق جوهرية ذات دلالة بين المشاهدين فى قيمة الاغتراب السياسى نتيجة لاختلافهم فى إجادة اللغات الأجنبية، وهذا ما يجيب على التساؤل القائل (هل تختلف درجة التغير فى القيم السياسية "قيمة الاغتراب السياسى" باختلاف المشاهدين فى إجادة اللغات الأجنبية؟).

النتائج العامة للدراسة

مناقشة النتائج العامة للدراسة

أولاً: النتائج العامة

1- طبيعة مشاهدة القنوات الفضائية:

كشفت نتائج الدراسة عن أن البرامج السياسية هي أكثر البرامج إثارة لاهتمام المشاهدين في عينة الدراسة، يليها البرامج الاجتماعية والدينية، ثم البرامج الثقافية، وأخيراً البرامج الثقافية. كما أوضحت نتائج الدراسة أن غالبية المبحوثين من قِلي المشاهدة للقنوات الفضائية العربية وهم من يشاهدون القنوات الفضائية العربية لأقل من أربع ساعات في اليوم الواحد، في حين يمثل كثيف المشاهدة أقلية وهم من يشاهدون القنوات الفضائية العربية لمدة أكثر من أربع ساعات في اليوم الواحد. وبالنسبة لمشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية فقد كشفت نتائج الدراسة أن غالبيتهم من قِلي المشاهدة في حين كان هناك أقلية هم من يشاهدون القنوات الفضائية الأجنبية لمدة أكثر من أربعة ساعات في اليوم الواحد.

2- النتائج الإيجابية المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية العربية:

كشفت نتائج الدراسة عن أن لمشاهدة القنوات الفضائية العربية أكثر من وظيفة، وتعتبر الوظيفة الأخبارية والتي حققت من خلال التعرف على العالم الخارجي وما يحدث فيه، والإمام بما يدور في المجتمع المصري من مشكلات وقضايا من أهم الوظائف، يليها وظيفة التسلية والترفيه ثم الوظيفة الثقافية، وتؤيد هذه الوظائف ما ذهب إليه النظرية البنائية الوظيفية ونظرية الاستخدامات والاستمالات، حيث يرون أن للاتصال عدد من الوظائف الإيجابية منها الإحاطة بالبيئة الخارجية وما يحدث بها، ونشر المعلومات حول البيئة لزيادة الوعي بها، والاستمتاع والتسلية وتقليل التوتر.

3- النتائج الإيجابية المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية:-

كشفت نتائج الدراسة عن أن مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية تؤدي العديد من الوظائف منها الوظيفة الأخبارية ثم الوظيفة الترفيهية ثم الوظيفة الثقافية، وتؤدي هذه النتيجة ما ذهب إليه النظرية البنائية الوظيفية ونظرية الاستخدامات والاستمالات، حيث يرون أن للاتصال عدد من الوظائف الإيجابية منها الإحاطة بالبيئة الخارجية وما يحدث بها، ونشر المعلومات حول البيئة لزيادة الوعي بها، والاستمتاع والتسلية وتقليل التوتر.

4- النتائج السلبية المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية العربية:

كشفت نتائج الدراسة عن أن مشاهدة القنوات الفضائية العربية يترتب عليها نتائج سلبية متمثلة في قلة الثقة بالمسؤولين عن الوطن، قلة الرغبة في المشاركة السياسية، دعمها للاهتمام بالذات وحب النفس، و أخيراً زيادة حدة الرغبة الاستهلاكية، وهذا يؤكد ما ذهب إليه أنصار منظور الصراع من أن وسائل الاتصال عندما تتحرر من قبضة الطبقة الحاكمة تكشف زيف وتبريرات هذه الطبقة مما يقلل من الثقة بها، كما أكدت ما ذهب إليه أنصار الوظيفية من أن وسائل الاتصال تؤدي إلى زيادة السلبية والعزوف عن المشاركة السياسية.

5- النتائج السلبية المترتبة على مشاهدة للقنوات الفضائية العربية:

كشفت نتائج الدراسة عن أن مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية تؤدي إلى العديد من السلبيات المتمثلة في الاهتمام بالذات عن الآخرين، ضعف المشاركة في حل مشكلات المجتمع، زيادة حب المشاهدين للمجتمعات الأجنبية عن المجتمع المصري،

زيادة الرغبة في الهجرة إلى الدول الأجنبية، زيادة الرغبة الاستهلاكية، وأخيرا إثارة الرغبة الجنسية، ولقد أكدت النتيجة السابقة ما ذهب إليه أنصار منظور الصراع في أن وسائل الاتصال الحديثة تعمل على نشر قيم ومبادئ الدول المتقدمة.

ثانياً: تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية على القيم القرآنية:

1- مشاهدة القنوات الفضائية العربية والعلاقات الأسرية:

كشفت نتائج الدراسة عن أن اغلب المبحوثين من عينة الدراسة يوافقون على أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية دعمت من علاقاتهم بالأسرة، وكان من مظاهر هذا التدعيم زيادة الارتباط بالأسرة، أهمية الرجوع إلى الأسرة في اتخاذ القرارات، الوقوف مع الأسرة لحل مشكلاتها.

2- مشاهدة القنوات الفضائية العربية وقيمة الانتماء الأسري:

أكدت نتائج الدراسة على صحة الفرض القائل بوجود ارتباط إيجابي بين مشاهدة القنوات الفضائية العربية وتغير قيمة الانتماء الأسري، حيث أوضحت نتائج الدراسة أن اغلب المشاهدين في عينة الدراسة لديهم انتماء أسري قوى ومتوسط في حين كانت هناك أقلية لديهم انتماء أسري ضعيف، وهذا ما أكدت عليه نظرية الغرس الثقافي في القول بأن وسائل الإعلام تكسب الفرد الاتجاهات والقيم المناسبة لدوره الاجتماعي لتمكينه من مساندة جماعته الاجتماعية ويتوافق معها.

3- معدل مشاهدة القنوات الفضائية العربية وقيمة الانتماء الأسري:

كشفت نتائج الدراسة أن كثافة مشاهدة تفرقت من الانتماء الأسري في حين ترتفع قيمة الانتماء الأسري لدى قليلي المشاهدة، إلا أنه لم تكن للفروق بين كثيفي

وقليلي المشاهدة دلالة إحصائية تذكر، مما يختلف مع ما ذهب إليه أنصار نظرية الغرس في القول بان هناك علاقة إيجابية بين كثافة المشاهدة وغرس القيم التي يعكسها المضمون التليفزيوني.

4- قيمة الانتماء الأسري والمتغيرات الديموجرافية:

كشفت نتائج الدراسة عن أن الذكور أكثر انتماءا اسريا من الإناث إلا أن الفروق بينهم لم تكن ذات دلالة إحصائية. كما كشفت نتائج الدراسة أن الفئة العمرية (16- 30 سنة) أقل الفئات العمرية انتماءا اسريا بين الفئات العمرية المختلفة في عينة الدراسة، إلا أن الفرق بينهم ليس له دلالة إحصائية. كما كشفت نتائج الدراسة عن أن فئة مطلق كانت أكثر الفئات الزواجية انتماءا اسريا من الفئات الأخرى، يليها فئة الأرملة، ثم المتزوج، واخيرا الأعزب، ولم تكن الفروق بين الفئات الزواجية المختلفة ذات دلالة إحصائية. كما كشفت نتائج الدراسة أن الحاصلين على مؤهل ما بعد الجامعي أكثر الفئات التعليمية انتماءا اسريا، ولم تكن للفروق بينهم دلالة إحصائية.

ثالثا - تأثير مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية على قيمة الفردية:

1- تأثير مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية على العلاقات الأسرية:

كشفت نتائج الدراسة أن غالبية المشاهدين في عينة الدراسة يوافقون على أن مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية أضعفت من علاقاتهم الأسرية وان أقلية هم الذين لا يوافقون على ذلك. ومن مظاهر عدم تدعيم مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية للعلاقات الأسرية، عدم اللجوء إلى الأسرة لنيل مساعدتها في اتخاذ القرارات، عدم الاهتمام بمساعدة الأسرة في حل مشكلاتها، عدم الاهتمام بزيارة الأسرة، بجانب أضرار أخرى.

2- مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية وقيمة الفردية:

كشفت نتائج الدراسة عن أن قيمة الفردية قوية لدى غالبية المشاهدين في عينة الدراسة وهذا ما أكد خطأ الفرض القائل "هناك ارتباط سلبي بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية الأجنبية وتغير قيمة الفردية"

3- معدل مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية وقيمة الفردية:

كشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة بين كثافة المشاهدة وغرس قيمة الفردية، فكلما زادت المشاهدة زادت قيمة الفردية لدى المشاهدين في عينة الدراسة، وهذا ما أكد خطأ الفرض القائل "هناك ارتباط سلبي بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية الأجنبية وتغير قيمة الفردية" وتؤكد النتيجة ما ذهب إليه أنصار نظرية الغرس من انه كلما زادت المشاهدة زادت احتمالات غرس القيم المقدمة عبر البرامج التليفزيونية.

4- قيمة الفردية والمتغيرات الديموجرافية:

كشفت نتائج الدراسة عن أن الإناث أكثر فردية من الذكور، وبالرغم من الفروق بينهم إلا إنها لم تكن ذات دلالة إحصائية، كما كشفت نتائج الدراسة أن الفئة العمرية (31-45 سنة) كانت لديها قيمة الفردية قوية عن الفئات العمرية الأخرى، ولم تكن للفروق بين الفئات المختلفة دلالة إحصائية، كما كشفت نتائج الدراسة أن قيمة الفردية كانت أقوى لدى العزاب عن الفئات الزوجية الأخرى، ولم تكن للفروق بين الفئات الزوجية دلالة إحصائية. كما كشفت نتائج الدراسة عن أن الحاصلين على مؤهل متوسط أكثر الفئات التعليمية وغير التعليمية فردية ولم تكن للفروق بين الفئات التعليمية المختلفة دلالة إحصائية.

5- إجادة اللغات الأجنبية وقيمة العربية:

كشفت نتائج الدراسة أن الذين يجيدون اللغات الأجنبية كانوا أكثر فدية من الذين لا يجيدون اللغات الأجنبية ولم تكن للفروق بينهم دلالة إحصائية.

رابعا: تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية وقيمة الولاء السياسي:

1- تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية على حب الوطن:

كشفت نتائج الدراسة عن أن غالبية المشاهدين في عينة الدراسة يوافقون على أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية زادت من حبهم للوطن مصر، وإن أقلية هم الذين لا يوافقون، ومن مظاهر تدعيم حب الوطن زيادة حب مصر عن أي بلد آخر، عدم الرغبة في ترك بلدي تحت أي ظروف، عدم السماح لأي شخص بإهانة بلدي أو محاولة التقليل من وضعها، وأخيرا المساهمة في حل مشكلات بلدي.

2- مشاهدة القنوات الفضائية العربية وقيمة الولاء السياسي:

كشفت نتائج الدراسة عن أن غالبية المبحوثين لديهم ولاء سياسي قوي نحو الوطن نتيجة مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية، مما أكد على خطأ الفرض القائل (يوجد ارتباط سلبي بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية العربية وتغير قيمة الولاء السياسي).

3- معدل المشاهدة وقيمة الولاء السياسي:

كشفت نتائج الدراسة عن أن كثيفي المشاهدة أكثر ولاء سياسيا من قليلي المشاهدة، وبالرغم من الفروق بين قليلي المشاهدة وكثيفي المشاهدة، إلا أنها لم تكن

ذات دلالة إحصائية، وهذا ما يدعم الفرض الرئيسى لنظرية لغرس الثقافى القائل بوجود علاقة ايجابية بين كثافة للمشاهدة وغرس القيم التى تقدمها البرامج التليفزيونية حول الواقع الاجتماعى.

4- قيمة الولاء السياسى وبعض المتغيرات الديموغرافية:

كشفت نتائج الدراسة عن أن الإناث لكثراً ولاء سياسياً من الذكور، وبالرغم من وجود فروق بينهم إلا إنها لم تكن ذات دلالة إحصائية. كما كشفت نتائج الدراسة عن أن قيمة الولاء كانت قوية لدى الفئة العمرية (16-30 سنة) عن بقية الفئات العمرية الأخرى، ولم تكن للفروق بينهم دلالة إحصائية. كما كشفت نتائج الدراسة عن أن قيمة الولاء السياسى كانت قوية لدى المتزوجون أكثر من الفئات الزوجية الأخرى، وكان لهذا الاختلاف دلالة إحصائية مما يؤكد على أن اختلاف المشاهدين فى عينة الدراسة من الناحية الزوجية أدى إلى التغير فى تدعيم قيمة الولاء السياسى. كما كشفت نتائج الدراسة عن أن غير المتعلمين أكثر الفئات غير التعليمية والتعليمية قوة فى الولاء السياسى، ولم تكن للفروق بينهم دلالة إحصائية.

خامساً: تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية على قيمة الانتماء

السياسى:

1- مشاهدة القنوات الفضائية العربية وعلاقة المشاهدين فى عينة

الدراسة بالوطن:

كشفت نتائج الدراسة عن أن غالبية المشاهدين فى عينة الدراسة يوافقون على أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية دعمت من علاقاتهم بالمجتمع المصرى، وأن

أقلية هم الذين لا يوافقون، ومن مظاهر هذا التدعيم زيادة حب الوطن مصر، للسعي الدائم نحو مساعدة أبناء للمجتمع في حل مشكلاتهم، عدم الرغبة في الهجرة إلى بلد آخر، السعي الدائم نحو تقديم مصلحة للمجتمع على المصالح الشخصية، وهذا يؤكد ما ذهب إليه أنصار الوظيفة في أن وسائل الاتصال تحقق الترابط بين أفراد المجتمع من خلال الوعي بالأحداث، والتأكيد على ضرورة المحافظة على النظام.

كشفت نتائج الدراسة عن أن غالبية المشاهدين في عينة الدراسة يرون أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية العربية دعمت من مشاركتهم السياسية، وهذا ما يؤيد ما ذهب إليه أنصار الوظيفة في القول بأن وسائل الاتصال تؤدي إلى تعبئة الجماهير عن طريق مشاركتهم في الاهتمامات المجتمعية في مجالات السياسة، ومن مظاهر المشاركة السياسية، المشاركة في الانتخابات والتي كانت أكثر مظاهر للمشاركة السياسية، عضوية أحد الأحزاب السياسية، الاهتمام بالأمور السياسية، تقلد أحد المناصب السياسية، وكان الحزب الوطني من أكثر الأحزاب استقطاباً للمشاهدين في عينة الدراسة لكونه الحزب الحاكم.

من ناحية أخرى فقد كشفت نتائج الدراسة عن أن من لا يوافقون على أن مشاهدتهم للقنوات الفضائية تدعم من علاقاتهم بالوطن مصر، جاءت مظاهرها متمثلة في عدم الرغبة في المشاركة في الأنشطة السياسية، الرغبة الدائمة في للهجرة، زيادة عدم الثقة بالمسؤولين عن الوطن، عدم الاهتمام بمصالح الآخرين.

2- مشاهدة القنوات الفضائية العربية وقيمة الانتماء السياسي:

كشفت نتائج الدراسة عن أن غالبية المبحوثين لديهم انتماء سياسي قوي، وإن أقلية لديهم انتماء سياسي ضعيف، وهذا ما أكد خطأ للفرض القائل (يوجد ارتباط سلبي بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية العربية وتغير قيمة الانتماء السياسي) كما

تؤيد للنتيجة السابقة ما ذهب إليه أنصار نظرية الغرس الثقافي من أن وسائل الاتصال تعمل كوسيط للتنشئة الاجتماعية حيث تعمل على إكساب الفرد القيم والاتجاهات المناسبة لدوره الاجتماعي.

وكشفت نتائج الدراسة عن وجود اختلاف بين كثيفي المشاهدة وقليلي المشاهدة في قيمة الانتماء السياسي، وهذا الاختلاف ليس له دلالة إحصائية، بالرغم من أن قليلي المشاهدة أكثر انتماء سياسياً من كثيفي المشاهدة، وهذا ما لا يدعم الفرض الرئيسي لنظرية الغرس الثقافي القائل بوجود علاقة إيجابية بين كثافة المشاهدة وغرس القيم التي يعكسها المضمون التليفزيوني.

4- قيمة الانتماء السياسي والمتغيرات الديموغرافية:

كشفت نتائج الدراسة أن الذكور أكثر انتماء سياسياً من الإناث، وبالرغم من وجود فروق بينهم إلا إنها لم تكن ذات دلالة إحصائية. كما كشفت نتائج الدراسة أن كبار السن أكثر انتماء سياسياً من صغار السن، وبالرغم من وجود فروق بين الفئات العمرية، إلا إنها لم تكن ذات دلالة إحصائية. كما كشفت نتائج الدراسة أن فئتي المطلق والأرمل كانت أكثر الفئات الزواجية انتماء سياسياً، ولم تكن للفروق بين الفئات الزواجية دلالة إحصائية. كما كشفت نتائج الدراسة أن أصحاب المؤهل المتوسط أكثر انتماء سياسياً من غيرهم من الفئات التعليمية المختلفة وغير التعليمية، ولم تكن للفروق بينهم دلالة إحصائية.

سادسا: تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية على قيمة الاغتراب

السياسي:

1- تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية على علاقة المشاهد

بالمجتمع المصري:

كشفت نتائج الدراسة عن أن غالبية المبحوثين يوافقون على أن مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية أضرت بعلاقتهم بالمجتمع المصري، ومن مظاهر هذا الضرر الاتجاه نحو الاهتمام بالأحداث العالمية بدلا من الأحداث المحلية، زيادة الرغبة في الهجرة وعدم البقاء في مصر، عدم الاكتراث بمشكلات المجتمع المصري، زيادة عدم الرغبة في التعاون مع أبناء المجتمع للنهوض به.

2- مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية وقيمة الاغتراب السياسي:

كشفت نتائج الدراسة عن أن اغلب مشاهدي القنوات الفضائية الأجنبية لديهم اغتراب سياسي متوسط، في حين كانت قيمة الاغتراب قوية بنسبة اكبر من كونها ضعيفة لدى بعض المبحوثين، مما يختلف مع ما ذهب إليه أنصار الوظيفة من أن وسائل الاتصال تقلل من حالة تضارب القيم أو الانomia الاجتماعية، مما يؤكد على صحة الفرض القائل: (يوجد ارتباط إيجابي بين مشاهدة بعض القنوات الفضائية الأجنبية وتغير قيمة الاغتراب السياسي).

كما كشفت نتائج الدراسة عن أن قيمة الاغتراب السياسي كانت قوية لدى كثيفي المشاهدة عن قليلي المشاهدة وكانت للفروق بينهم دلالة إحصائية، مما يؤيد الفرض الرئيسي لنظرية الغرس الثقافي القائل بوجود علاقة إيجابية بين كثافة المشاهدة وغرس القيم التي يعكسها المضمون التلفزيوني.

3- قيمة الاغتراب السياسي و المتغيرات الديموجرافية:

كشفت نتائج الدراسة أن الإناث أكثر اغترابا سياسيا من الذكور، وبالرغم من الفروق بينهم، إلا إنها لم تكن ذات دلالة إحصائية، كما كشفت نتائج الدراسة أن الفئة العمرية (16-30 سنة) كانت أكثر الفئات العمرية اغترابا، ولم تكن للفروق بينهم دلالة إحصائية، كما كشفت نتائج الدراسة عن أن العزاب كانوا أكثر للفئات الزوجية اغترابا سياسيا، ولم تكن للفروق بينهم دلالة إحصائية، كما كشفت نتائج الدراسة عن أن الحاصلين على مؤهل ما بعد جامعي كانوا أكثر الفئات التعليمية وغير التعليمية اغترابا، ولم تكن للفروق بين المستويات التعليمية وغير التعليمية دلالة إحصائية.

4- قيمة الاغتراب السياسي وإحادة اللغات الأجنبية:

كشفت نتائج الدراسة أن الذين يجيدون لغات أجنبية هم أولئك الذين لديهم اغتراب سياسي قوى ولم تكن للفروق بين الذين يجيدون اللغات الأجنبية والذين لا يجيدون اللغات الأجنبية دلالة إحصائية تذكر في هذا الشأن.

ثانياً: توصيات الدراسة:

في هدى نتائج الدراسة تقترح الدراسة التوصيات الآتية:

- 1- ضرورة تفعيل دور القنوات الفضائية المصرية لمواجهة الغزو الثقافي الأجنبي كما فعلت بعض الدول الأجنبية في مواجهة الغزو الثقافي الأمريكي كفرنسا.
- 2- ضرورة تمتع النظام الإعلامي المصري بقدر كبير من آليات المصادقية والشفافية وأنية المعلومات من مواقعها للحية، وعدم النقل عن قنوات فضائية أخرى.
- 3- تفعيل دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية لمواجهة تأثيرات القنوات الفضائية على المجتمع.

ومن ناحية أخرى تقترح الدراسة بعض الموضوعات المرتبطة

بالدراسة الحالية والتي مازالت في حاجة إلى الدراسة وهي:

- 1- دراسة اثر القنوات الفضائية على أشكال أخرى من الاغتراب كالاغتراب الدينى والثقافى.
- 2- دراسة اثر مشاهدة القنوات الفضائية على ثقافة الاستهلاك.
- 3- دراسة دور الأسرة كمؤسسة من مؤسسات الضبط الاجتماعى فى تفاعلها مع القنوات الفضائية.
- 4- دراسة لثر مشاهدة القنوات الفضائية المصرية على بعض أشكال من العنف وخاصة للعنف اللفظى الذى أضحي لغة سائدة فى الأفلام السينمائية المصرية.
- 5- دراسة اثر مشاهدة القنوات للفضائية على الثقافة الجنسية لدى الشباب.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية:

- 1- إبراهيم منكور، "محرراً": المعجم الوجيز، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1996.
- 2- _____ "محرراً": المعجم الوسيط، ط2، ج 2، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، د.ت.
- 3- _____: "محرراً" معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1975.
- 4- ابن منظور: لسان العرب، دار صادر، بيروت، 1968.
- 5- أبو زيد بن محمد مكي: ظاهرة الصراع في الفكر العربي بين الفردية والجماعية 2005/ 5/12
- 6- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء: النتائج النهائية لتعداد سكان محافظة بني سويف، ج. م.ع، ديسمبر 1998.
- 7- أحمد الأنصاري: الانتماء، سلسلة الشباب، ع9، الأمل للطباعة والنشر، القاهرة، 2004.
- 8- أحمد أنور: الانفتاح وتغير القيم في مصر، مصر العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1992.
- 9- أحمد زايد: اعتماد علام، مقاييس العمل: الإطار النظري، الانتاج المصرية، القاهرة، 1992.
- 10- أحمد زكي بدوي، أحمد خليفة: معجم مصطلحات الإعلام، دار الجيل، القاهرة 1985.

11- _____: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1985.

12- السيد حامد: القرابة عند بن خلدون وروبرت تسون سميث، المركز الغربي للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 1996.

13- السيد عبد العاطى السيد: علم الاجتماع الحضري: الجزء الأول، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005.

14- _____: المجتمع والثقافة والشخصية: دراسة في علم الاجتماع الثقافي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003.

15- اشرف البيهي: علم الاجتماع الحضري، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003.

16- أمانى السيد فهمي: "الاتجاهات العالمية لنظريات التأثير فى الراديو والتلفزيون"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع 64، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، أكتوبر - ديسمبر 1999.

17- أمل محمد توفيق: البث التلفزيونى المباشر وأثره على القيم الاجتماعية لدى الأسرة المصرية، (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنيا)، 2001.

18- اياد شاكرا البكرى: عام 2000 حرب للمحطات الفضائية، دار الشروق، طرابلس، 1999.

19- إيمان عليوة: الانتماء السياسى لدى طلاب الجامعة ودور مؤسسات التنشئة السياسية فى دعمه، (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنيا) 2004.

- 20- تيودور كابلو: للبحث الاجتماعي: الأسس النظرية والخبرات الميدانية،
(ترجمة) محمد الجوهري، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1993.
- 21- جلال مندبولى: الاتصال الإنساني والتنمية، دار الثقافة العربية، القاهرة،
1991.
- 22- _____: "القيم الاجتماعية والتنمية بين الريف والحضر"، المجلة
الاجتماعية القومية، مج 23، للقاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية
والجنائية، يناير - مايو - سبتمبر 1986.
- 23- جمال جاسم: "نشأة المداخل العلمية لدراسة تأثير وسائل الإعلام
وتطورها: دراسة نقدية تحليلية"، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، ع 46،
السنة 12، مجلس النشر العلمى الكويت، شتاء 1994.
- 24- جورج ريتزر: كارل ماركس، (ترجمة) فائق أحمد، فى رواد علم
الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1999.
- 25- جى روشيه: علم الاجتماع الأمريكى: دراسة لأعمال تالكوت بارسونز،
(ترجمة) محمد الجوهري وآخرون، للمجلس الأعلى للثقافة، القاهرة،
1999.
- 26- جيهان يسرى: "استخدام للشباب المصرى للقنوات الفضائية والاشباع
المحققة منها"، مجلة بحوث الإعلام، دن، جامعة الأزهر.
- 27- حامد زيان: كلمات الافتتاحية، مؤتمر بنى سويف على مر العصور،
جامعة القاهرة، كلية الآداب، فرع بنى سويف فى الفترة 27-
2002/4/28.

- 28- حسن عماد مكاوي، ليلي السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
- 29- _____: تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1993.
- 30- ديريك لايدر: قضايا للتظير في البحث الاجتماعي، (ترجمة) عدلى السمري، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2000.
- 31- ديوان عام المحافظة: دائرة معارف أعلام بني سويف، الهيئة العامة للاستعلامات، القاهرة، 2001.
- 32- نوقان عبيدات وآخرون: البحث العلمي: مفهومه وأدواته وأساليبه، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، 1990.
- 33- سامية جابر، نعمات عثمان: الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003.
- 34- سامية خضر: الشخصية المصرية: تحديات الحاضر والمستقبل المنظور، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 2005.
- 35- سمير نعيم احمد: المنهج العلمي في البحوث الاجتماعية، ط4، مكتبة سعيد رافت، القاهرة، 1987.
- 36- سناء الخولي: للتغير الاجتماعي والتحديث، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1993.
- 37- سوزان القليني: الإعلام الدولي، ط2، دار الكتب المصرية، القاهرة، 2000.

38- صابر سليمان عسران: "تأثير مضمون القنوات الفضائية على النسق
القيمي في الريف المصري"، مجلة كلية الآداب، ع 184، جامعة
الزقازيق، 1997.

39- صلاح بسيوني: السياسة والاقتصاد عند بن خلدون، دار قباء للطباعة
والنشر، القاهرة، 1999.

40- صلاح فنصوه: نظرية القيمة في الفكر المعاصر، دار الثقافة العربية
للطباعة والنشر، القاهرة، 1981.

41- صموئيل هنتجتون: صدام الحضارات وإعادة صنع النظام العالمي،
(ترجمة) احمد الشايب، دار الكتب المصرية، القاهرة، 1998.

42- طلعت لطفى: أساليب وأدوات البحث الاجتماعي، دار غريب، القاهرة،
1995.

43- طه نجم: الاتصال الجماهيري، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية،
1998.

44- عبد الباسط حسن: أصول البحث الاجتماعي، ط12، مكتبة وهبه،
القاهرة، 1998.

45- عبد الباسط عبد المعطى: "عرض تحليلي لمفهوم القيم في علم
الاجتماع"، المجلة الاجتماعية القومية، ع 1، مج 7، المركز القومي
للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، يناير 1975.

46- عبد الله عبد الرحمن: سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، دار المعرفة
الجامعية، الإسكندرية، 2000.

- 47- عبد الطيف محمد خليفة: " ارتقاء القيم دراسة نفسية"، عالم الفكر، ع 160، المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب، الكويت، إبريل 1992.
- 48- عبد المنعم الحفنى: الموسوعة النفسية: علم النفس فى حياتنا اليومية، مكتبة مديولى، القاهرة، 1995.
- 49- عبد الهادى للجوهري وآخرون: علم الاجتماع السياسى: قضايا ودراسات، المكتب الجامعى الحديث، الإسكندرية، 2001.
- 50- عبير مختار شاكر: تأثير الفضائيات على ثقافة المجتمع المصرى، (رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة عين شمس)، 2002.
- 51- على الدين هلال، نفين مسعد: معجم المصطلحات السياسية، مركز البحوث والدراسات السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، 1994.
- 52- علياء رضا رافع: الانتماء والتنمية فى الريف المصرى: الجنور، دار صانق للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 1993.
- 53- على عبد الرازق جلى وآخرون: علم الاجتماع الثقافى، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2000.
- 54- على ليلة، البنائية الوظيفية بين علم الاجتماع والاثربولوجيا: المفاهيم والقضايا، دار المعارف، القاهرة، 1982.
- 55- غريب سيد احمد: تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعى، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1989.
- 56- —: علم الاجتماع الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1999.

- 57- فاطمة القليني ومحمد شومان: الاتصال الجماهيري: لتجاهات نظرية ومنهجية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
- 58- فارس بن محمد الغزي، عبدالله محمد حسين: "القنوات الفضائية وتغير نسق القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكي في المجتمع السعودي 1998"، مجلة القاهرة للخدمة الاجتماعية، ع 104، القاهرة، 1999.
- 59- فرج عبد القادر: موسوعة علم النفس والتحليل النفسي، دار سعاد الصباح، الكويت، 1993.
- 60- فريدريك معنوق: معجم العلوم الاجتماعية، أكاديما، بيروت، 1993.
- 61- فوزية دياب: القيم والعادات الاجتماعية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2003.
- 62- كرم شلبي: معجم المصطلحات الإعلامية، ط2، دار الجيل، بيروت، 1994.
- 63- كمال النابعي: دراسات في علم الاجتماع الريفي، دار المعارف، القاهرة، 1993.
- 64- كمال الزيات: علم الاجتماع الحضري: الأسس النظرية والتطبيقية، دار الثقافة للعربية، بني سويف، 2003.
- 65- محمد احمد بيومي: علم اجتماع القيم، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1990.
- 66- محمد شومان: العولمة ومستقبل الإعلام العربي، مركز دراسات الوحدة السودانية، القاهرة، 2000.

- 67- محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، الهيئة العامة للكتاب،
للقاهرة، 1979.
- 68- محمد عبد البديع السيد: أثر القنوات التلفزيونية الوافدة في بعض قسبم
الأسرة المصرية، (رسالة دكتوراه منشورة، كلية الآداب، جامعة
الزقازيق)، 1998.
- 69- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب،
القاهرة، 1997.
- 70- محمود عودة: أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي، دار النهضة
العربية، بيروت، 1970.
- 71- مصطفى خلف (مترجم)، قراءات في نظرية علم الاجتماع، مركز
البحوث الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة القاهرة، 2002.
- 72- ميشيل مان: موسوعة علم الاجتماع، (ترجمة) عادل الهوارى وسعد عبد
العزیز، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1999.
- 73- نادية رضوان: الشباب المصري وأزمة القيم، الهيئة العامة للكتاب،
للقاهرة، 1997.
- 74- نبيل رمزي اسكندر: الاغتراب وأزمة الإنسان المعاصر، دار المعرفة
الجامعية، الإسكندرية، 1988.
- 76- نبيل محمد طلب: "تأثير التعرض للقنوات الفضائية على علاقة جمهور
المشاهدين بالقنوات المركزية والإقليمية المصرية"، مجلة كلية الآداب،
ع22، جامعة الزقازيق، 1998.

77- نجلاء عبد الحميد راتب: الانتماء الاجتماعي للشباب المصري، مركز المحروسة للبحوث والتدريب، القاهرة، 1999.

78- نسمة احمد البطريق: التليفزيون والمجتمع والهوية الثقافية، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، 1999.

79- نوال محمد عمر: دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسرة الريفية الحضرية، نهضة الشرق، القاهرة، 1984.

80- هانى فوقى العربى: المحددات الاجتماعية للانتماء لدى الشباب العربى: دراسة ميدانية بمحافظة المنيا، (رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنيا)، 2004.

81- وزارة الإسكان والتعمير: التخطيط الهيكلي الابتدائي لمدينة بنى سويف: التقرير العام، الهيئة العامة للتخطيط العمراني، القاهرة، 1976.

82- ياس خضير لبياتي: "الفضائيات: الثقافة الوافدة وسلطة الصورة"، المستقبل العربى، ع267، مركز دراسات الوحدة العربية، القاهرة، مايو 2001.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 1- Anderson, Kenneth, E., Introduction To Communication Theory, Communing Publishing Company inc, U.S.A, 1992.
- 2- Barnard, Lan & Spencer, Jonathan, Encyclopedia Of Social and Cultural Anthropology., Routledge., N.Y., 1986.
- 3- Curran, James & Morlery, David and Walkerdine, Valeri: Cultural Studies and Communication, Arnold Publishing, New York, 1996.
- 4- Mattelart, Arnold and Mattelart, Michele: Theory of Communication: A short Introduction (Trans) by Susan Gruenheck Taponier and James A. Cohen., Sage Publications, London, 1998.
- 5- David, Matthew & Sutton, Carole D., Social Research., Sag Publication Ltd, London, 2004.
- 6- Dietra, scheufele A., Who Cares About Local Politics? Media Influences ON Local Political Involvement, Issue Awareness, And Attitude Strength., (Journalism Mass Communication Quarterly, Vol.79, No 2, Summer 2002).
- 7- Dominick, Joseph R: The Dynamics of Mass Communicating, 5th edition, N. Y: The McGraw-Hill

Company, Inc., 1996.

- 8- Dotson, Folyed: Article on the Encyclopedia Dictionary of Sociology, 3rd edition, U. S. A.: Dushkin Publishing, 1986.
- 9- Fairchild, Henery: Dictionary Of Sociology, Macmilvty, U.S.A, 1950.
- 10 – Lull, James: Media, Communication, Culture: Aglobal approach, Polity Press, Great Britain, 1995.
- 11- Mc quail, Denis: Mc quails' Mass Communication Theory 4th edition, Sage Publication, London, 2000.
- 12- Michael X, Dellicarpini., et al., Effects Of The News Media Environment., On Citizen Knowledge Of Stat Politics and Government., (Journalism Quarterly., Vol.71, No 2., Summer 1994).
- 13- Mitchell, Duncan, Adictionary Of Sociology, Routledgy and Kegan Poul, London, 1968.
- 14- Neulip, James, Intercultural Communication: Acontextual Approach, Houghton, Mifftin Company, N.Y, 2000.
- 15- Parsons, Talcott: The Social System, N. Y.: Macmillan Company, 1972
- 16- Patricia, Moy & Dietram, Scheufele, A, :^o Media Effects

On Political and Social Trust", Journalis Mass Communication Quarterly Vol.77 No 4., Winter 2000.

17- Pei, Merio: The Webster Reference Dictionary of English Language, U. S. A.: The Delair Publishing Company, Vol. 11, Inc., 1981.

18- Scration, Roger, Adictionary Of Political Though, The Macmillan Prass, London, 1982.

19- Severin, W.J& Tankard, G.W: Communication Theories, Origins, Method and Uses., Longman Publisher., N.Y. 1992.

20- Sills, David.L, International Encyclopedia Of Social Science, Macmillan Company, N.Y, 1968.

21- Wanner, Richard A.: The Encyclopedic Dictimary of Sociology, 3rd edition, U. S. A.: Dushkin Publishing, 1986.

22- Watson, James: Media Communication: an Introduction to Theory and Process, Macmillan Press, London, 1995

23- Webster's Encyclopedic Unabridged Dictionary Of The English Language, Prtland House, N.Y, 1987.

الفهرس

الصفحة

الموضوع

7 المقدمة

الباب الأول

الإطار النظري للدراسة

13 الفصل الأول: أهداف الدراسة ومفهوماتها الأساسية

14 أولاً: موضوع الدراسة وأهدافها

14 ثانياً: تساؤلات الدراسة وفروضها

16 ثالثاً: مفهومات للدراسة:

16 أ- مفهوم القنوات الفضائية

21 ب- مفهوم نسق القيم

22 ج- مفهوم القيم وخصائصها

36 د- أنماط القيم

39 أولاً: القيم القرابية

40 أ- مفهوم الانتماء الأسري

43 ب- مفهوم الفردية

46 ثانياً: القيم السياسية

46 أ - مفهوم للولاء السياسي

48 ب- مفهوم الانتماء السياسي

51 ج- مفهوم الاغتراب السياسي

55 هـ- مفهوم المجتمع المحلي

61 الفصل الثاني: المداخل النظرية المفسرة لتأثير عملية الاتصال

62 مقدمة

63 أولاً: المدخل الاجتماعي

63 أ- المنظور الوظيفي

الصفحة	الموضوع
72	ب- منظور الصراع
76	ثانيا: المدخل الإعلامي
76	أ- نظرية الاستخدامات والاستمالات
79	ب- نظرية الغرس الثقافي
89	الفصل الثالث: استعراض نقدي للدراسات السابقة.....
90	مقدمة.....
92	أولا: دراسات تناولت تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على القيم.....
109	ثانيا: دراسات تناولت تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على التنشئة والمشاركة السياسية.....
121	ثالثا: دراسات تناولت تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على الثقافة
130	رابعا: دراسات تناولت تأثير مشاهدة للقنوات الفضائية على مدى رضا المشاهدين عن التليفزيون
137	خامسا: تحقيق على الدراسات السابقة

الباب الثاني

خطة الدراسة الميدانية ونتائجها

141	الفصل الرابع: خطة الدراسة الميدانية
142	أولا: مجالات الدراسة
146	ثانيا: منهج الدراسة
147	ثالثا: أدوات جمع البيانات
156	رابعا: أساليب تحليل البيانات
156	خامسا: عينة الدراسة وخصائصها
165	الفصل الخامس: القنوات الفضائية والقيم القرابية
166	أولا: طبيعة مشاهدة القنوات الفضائية والنتائج المترتبة على للمشاهدة
166	أ- طبيعة مشاهدة القنوات الفضائية

172ب- النتائج الإيجابية المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية
175ج- النتائج السلبية المترتبة على مشاهدة القنوات الفضائية
180ثانيا: تأثير مشاهدة القنوات الفضائية على القيم القرابية
180أ- تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية على قيمة الانتماء الأسري
182ب- تأثير مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية على قيمة الفردية
207الفصل السادس: القنوات الفضائية والقيم السياسية
208أولا: تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية على قيمة الولاء السياسي
210ثانيا: تأثير مشاهدة القنوات الفضائية العربية على قيمة الانتماء السياسي
236ثالثا: تأثير مشاهدة القنوات الفضائية الأجنبية على قيمة الاغتراب السياسي
249النتائج العامة للدراسة
250أولا: مناقشة أهم نتائج الدراسة
261ثانيا: توصيات الدراسة
263قائمة المراجع
264أولا: المراجع العربية
273ثانيا: المراجع الأجنبية

البيانات الشخصية للمؤلف

د/ ايمن على طه

مدرس علم الاجتماع الاعلامى بجامعة بنى سويف

المؤهلات الدراسية:

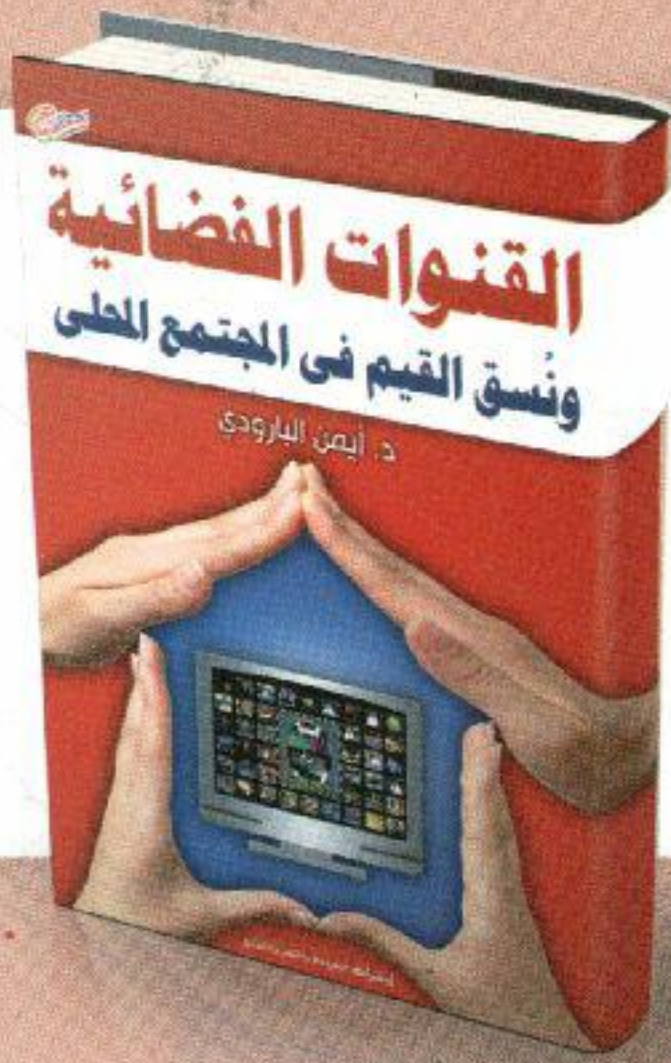
- 1- الليسانس الممتازة فى الآداب جامعة القاهرة فرع بنى سويف.
- 2- بكالوريوس فى الاعلام جامعة القاهرة.
- 3- ماجستير فى الاعلام الدولى.
- 4- دكتوراه فى سوسيولوجيا الاعلام والسكان.

للتواصل عبر الموبيل: 01204404499

عبر الايميل: ha575.ayman@yahoo.com

مطابع الحار الهندسيه

موبيل: ١٢٢٢١٩.١١ ، تليفون: ١٩٧.٢٧٦٦



صدر أيضاً للناشر

- العولمة و التدخل الإنساني لحماية الاقليات
د. دهام محمد دهام
- التنظير السوسيولوجي للدولة والمجتمع
د. مشحن التميمي
- تضاريس الأيدولوجيا
د. مشحن التميمي د. علي الجبوري
- القصف الإعلامي على الثورة المصرية
أ.د. أمين سعيد عبد الغني
- الاعلام الغربي وصورة الإسلام والمسلمين
د. حسن الصيفي
- الفضائيات العربية في عصر العولمة
د. حسن الصيفي
- وسائل الإعلام الجديدة والموجة الرقمية الثانية
أ.د. أمين سعيد
- إدارة المؤسسات الإعلامية في عصر اقتصاد العولمة
أ.د. أمين سعيد

Bibliotheca Alexandrina



1212889

إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع

١٢ شارع حسين كامل سليم - الماطة - مصر الجديدة - القاهرة - ت. ٢٤١٧٢٧٤٩
فاكس ٢٤١٧٢٧٤٩ - ص.ب. ٥٦٦٢ هليوبوليس غرب - رمز بريدي: ١١٧٧١
Website : www.etracpublishing.com
E-mail : etracom@gmail.com