

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري "دراسة ميدانية"

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري

"دراسة ميدانية"

وليد كمال مصطفى

معيد بقسم الإذاعة والتلفزيون

كلية الإعلام - جامعة جنوب الوادي

المقدمة

شهدت الفترة الأخيرة العديد من التغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية وقد انعكس ذلك بشكل واضح على مجالات الحياة المختلفة في محاولة تحقيق التنمية الشاملة. صاحب هذا التطوير والتحديث انتشار العديد من الشائعات والأكاذيب المحرصة على الترهيب والتخريب للإخلال باستقرار الوضع العام، الأمر الذي حتم على الإعلام، والتلفزيون بشكل خاص أن يكثف من جهوده وأدواره للتصدي لمثل هذه المعوقات^(١).

فالإعلام عملية ديناميكية تهدف إلى تزويد الأفراد بالأخبار والحقائق والمعلومات الدقيقة وذلك لمساعدتهم علي تكوين رأي صائب تجاه مشكلة ما، بأسلوب يقوم علي الصدق والموضوعية في مخاطبة عقول وعواطف الجمهور وذلك للارتقاء بمستوى الرأي العام لديه^(٢). وتولي الدولة أهمية كبيرة للإعلام خاصة أثناء الحروب للتغلب على الأعداء، والأمن الإعلامي يتمثل في قدرة الدولة على الدحض أو التفويض مع جميع الخصوم، وخدمة أهداف الدولة وإيصال المعلومات التي قد تخدم قضاياها لهذا اهتمت الدول بوسائل الإعلام و قامت بتطويرها لخدمة أهدافها القومية^(٣).

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري "دراسة ميدانية"

فإذا اتفقنا على أن الإعلام هو القوة المؤثرة على مستوى الدولة. فإن الإعلام الذي يتناول القضايا الوطنية يعد من أهم فروع الإعلام المتخصص فهو جزء لا يتجزأ من الإعلام الوطني بل يمكن القول بأنه أحد أركان الأمن الوطني والمرآة التي يرى فيها المواطن قواته المسلحة^(٤). ويلعب دور هام في ابراز الانجازات التي تقوم بها الدولة، فبالنسبة للمجتمعات التي تمر بظروف سياسية تمثل منعطفًا تاريخيًا يكون المحتوى وخاصة الحربي وسيلة فعالة في تدعيم الولاء والانتماء للوطن وحث الجمهور على البذل والتضحية في سبيل تحقيق الأهداف القومية والوطنية وتدعيم قيم المواطنة .

فلا يمكن فصل الإعلام عن القضايا المجتمعية ومن ضمنها قضية المواطنة، فالإعلام بوسائله المختلفة يلعب دور واضح وفعال في بناء المواطن المصري وتحسينه وتوعيته ليستوعب ما يدور على الساحة الداخلية من خلال تناول القضايا الوطنية التي تؤثر في قدرات الدول^٥.

من هذا المنطلق جاء هذا البحث بغرض التعرف على الدور الذي يلعبه المحتوى الوطني خاصة المواد المرئية في تعزيز قيم المواطنة والولاء والانتماء لدى الجمهور .

أولاً: مشكلة الدراسة

في ظل الفترة الحالية واتجاه الدولة للتنمية والتطوير وبناء بنية تحتية قوية، ونظراً للدور الذي يلعبه المحتوى الوطني في إبراز تلك الإنجازات باعتباره وسيلة إعلامية رسمية تعتمد على الواقع وتقدم حقائق وبراہين وتصحح أفكار، كما تقوم ادراه الشؤون المعنوية المصرية بدور هام باعتبارها ممثلاً للإعلام الوطني وفق ما تنتجه من مواد إعلامية تخدم مجالات متعددة وبالتالي كان لزاماً، ونظراً لأهمية التعرض للإعلام

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري "دراسة ميدانية"

الوطني وأهمية تعزيز قيم المواطنة، وقلة البحوث في هذا المجال، تعد هذه مشكلة بحثية تستحق الدراسة، والتي تتمثل في:

علي الدور الذي يقوم به الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري، ومدى تحقيقه للغرض المطلوب.

ثانياً: الدراسات السابقة

خلصت دراسة حسين خطيب (٢٠٢٠) التي جاءت للتعرف على دور الجامعة ممثلة في أعضاء هيئة التدريس فيها في ترسيخ وتعزيز قيم الانتماء والمواطنة لدى طلبتها، إلى اتفاق الخبراء على أهمية دور الجامعة في تفسير وتعزيز قيم الانتماء والمواطنة لدى طلبتها، وأن التغيرات الثقافية المعاصرة يمكن ان تصنع العديد من السلبيات في ممارسه الطلبة الجامعيين ذات الصلة بالانتماء والمواطنة، كما أن الشباب الجامعي هو الأكثر عرضة للتغيرات السلبية في الانتماء والمواطنة^١

وقد تناولت دراسة محمد احمد حسن رباحه واخرون (٢٠١٨) دور الإعلام في تعزيز القيم الوطنية وتسعي لتقديم رؤية مقترحة لاستثمار وسائل الإعلام المتنوع التقليدية والحديثة استثماراً نافعاً وتوظيفها للحفاظ على قيم الامة في ضوء التصور الاسلامي ومبادئه وقيمه، وقد كان من أهم نتائج الدراسة أن قيم المواطنة قيم هادفه سامية، أصل لها القرآن الكريم وأكدتها السنة النبوية الشريفة، وتلتقي هذه القيم جميعها من ولاء وانتماء ومواطنة ووطنية على قيم كبري هي حب الوطن والانتماء له، وأن قيم الولاء والانتماء في التصور

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري "دراسة ميدانية"

الاسلامي أساسها وعمادها الولاء لله تعالى ورسوله صلى الله عليه وسلم والمسلمين ، وأما الولاء في الفكر
الوضعي فأساسه وحدوده الوطن والاقليم الضيق.^٧

وفي دراسة خالد منصر (٢٠١٨) والتي تهدف إلى التعرف على الدور الذي تلعبه مواقع الشبكات
الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة
إحصائية بين استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتعزيز قيم المواطنة (المشاركة الاجتماعية الديمقراطية
الانتماء الوطني).

وفي السياق ذاته جاءت دراسة عبد الله بن محمد بن بخيت صفرار (٢٠١٧) والتي هدفت إلى معرفة
دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم المواطنة من وجهة نظر الشباب الجامعي العماني، لتؤكد
نتائجها على الدور التعزيزي لشبكات التواصل الاجتماعي لقيم الإخوة بين المواطنين، كما توصلت الدراسة
إلى أن من ابرز شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي التي تعمل على ترسيخ قيم المواطنة من وجهه نظر
الشباب الجامعي العماني هي تويتر وفيسبوك يليهما الواتساب وان شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي
تعمل على تعزيز وترسيخ معظم قيم المواطنة وفي مقدمتها الولاء للوطن والدفاع عنه وحق المشاركة
السياسية والانتخاب.^٨

وكانت دراسة نهى بنت علي حسن جبر (٢٠١٧) من بين الدراسات التي أكدت على دور مواقع التواصل
في تعزيز قيم الانتماء والتي هدفت إلى التعرف على دور برامج التواصل الاجتماعي الافتراضي في تعزيز
قيم المواطنة من منظور عينة من طالبات جامعه الملك سعود، وخلصت إلى أن أبرز الأدوار التي تقوم بها
برامج التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم الانتماء لدى الطالبات الجامعيات تمثلت في تعزيز شعورهن

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري "دراسة ميدانية"

بالفخر والانتماء لوطنهن ومساهمتهما في زياده الوعي المجتمعي. وأن أبرز الصعوبات التي تحد من استخدام برامج التواصل الاجتماعي الافتراضي في تعزيز قيم المواطنة لدى الطالبات الجامعيات تمثلت في الشعور بضعف الأمان والخصوصية في المعلومات المنشورة.^٩

وفي إطار استعراض الدراسات السابقة أيضًا لوحظ أن عددًا من الباحثين قد عمدوا في السنوات الأخيرة إلى دراسة دور الإعلام الوطني في مواجهة التطرف و تعزيز الهوية الوطنية، ومن أمثلة تلك الدراسات دراسة عيسى الشماس (٢٠١٩) التي تهدف إلى التعرف على مفهوم الإعلام وطبيعته ومفهوم التطرف وطبيعته ومفهوم الهوية الوطنية ودور الإعلام الوطني في مواجهة التطرف وتعزيز الهوية الوطنية والتي خلصت إلى أن الأنماط السلوكية التي تعلمها الناس من وسائل الإعلام تصبح مع مرور الزمن عرفًا وتقليدًا لدي أغلبية الناس كما أنها تصبح جزءًا من ثقافة المجتمع المكونة لعملية الضبط الاجتماعي كونها تبعث رسائل علمية مشحونة بالقيم ومعرضة بقوالب جذابة ذات طبيعة جماهيرية. فوسائل الإعلام تؤثر على سلوك وتفكير الناس وتحدد لهم ما يصح وما لا يصح . الأمر الذي يتطلب من وسائل الإعلام أن تغير في مضامين برامجها وأساليب تقديمها مع ضرورة التنسيق والتكامل بين الجهات القائمة على هذه الوسائل حتى لا يكون هناك أي تعارض أو تناقض في المفاهيم والأفكار.^{١٠}

هناك أيضًا دراسة مصطفى ونوغي (٢٠١٧) التي اتجه فيها إلى التعرف على الكيفية التي يمكن من خلالها تسخير الإعلام الأمني لخدمة الأمن الوطني وتعزيزه. خلصت الدراسة إلى أن تفعيل الإعلام الأمني الذي هو جزء من الأمن الوطني في المجتمع يؤسس لبناء الثقة بين المواطن والإعلامي ورجل الأمن، مما يجسد منطق الأمن الإعلامي الناتج عن احترافية وسائل الإعلام والنضج الفكري للمواطن وتقاني الأجهزة

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري "دراسة ميدانية"

الأمنية في القيام بمهامها، كما خلصت إلى أن الوعي الأمني هو الغاية النهائية التي ينشدها الإعلام الأمني لتعزيز الأمن الوطني، وأن الوسيلة التي يجب أن يستند إليها الإعلام الأمني هي الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام المختلفة في التحري في صدق الأخبار ومصدرها قبل نشرها ضماناً لاستقرار الدولة.^{١١}

وفي الإطار ذاته حاولت دراسة **عمار بن ناصر بن أحمد المعلا** (٢٠١٣) التعرف على دور الإعلام الوطني في تدعيم المواطنة في دولة الإمارات العربية المتحدة، وقد انتهت الدراسة إلى أن الإعلام الوطني يلعب دور مرتفع في تدعيم المواطنة في دولة الإمارات العربية المتحدة، توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور الإعلام الوطني في تدعيم المواطنة في دوله الإمارات العربية المتحدة وفق مقياس الجنس لصالح الإناث. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور الإعلام الوطني في تدعيم المواطنة في دوله الإمارات وفق مقياس الراتب الشهري بالنسبة للدرجة الكلية ومجالي (الانتماء) و (الحرية والديمقراطية) بينما لم تكن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مجال (الولاء للوطن) و(المشاركة المجتمعية).^{١٢}

وفي دراسة ميدانية ل**زياد احمد ابو الغنم** (٢٠١٣) تم تطبيقها على عينة طبقية عشوائية قوامها ١٠٠٠ مفردة، للتعرف على دور وسائل الإعلام في تدعيم الولاء والانتماء الوطني أظهرت النتائج أن وسائل الإعلام تقوم بالعديد من الأدوار في تدعيم تنمية قيم المواطنة منها أنها تشجع على أهمية المشاركة في الأعمال التطوعية الخيرية في المجتمع وتمكن من تعزيز الدافع لدى المواطنين لتبني القيم التي يراها تعبر عن قناعاتهم واختيارهم وأن هناك تأثير دال إحصائياً بين ما تقوم به وسائل الإعلام من أدوار مثل تدعيم وتنمية القيم الوطنية والمشاركة الاجتماعية وتدعيم حقوق وواجبات المحافظة على البيئة وبين تعزيز الولاء والانتماء الوطني وفق متغير النوع والدخل الشهري ومحل الإقامة ونوع الوسيلة.^{١٣}

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري "دراسة ميدانية"

وتعليقًا على الدراسات السابقة التي تم استعراضها في محاور الدراسة يُلاحظ أغلب الدراسات السابقة على أهمية دراسة المواطنة والولاء والانتماء للوطن في ظل عصر العولمة والشائعات وتزعزع الهوية القومية كما في دراسة (عبير متعب، ٢٠١٣) ودراسة (زياد احمد ابو الغنم، ٢٠١٣)، كما لاحظ الباحث قلة الدراسات المصرية التي تناولت الإعلام الوطني خاصة في الفترة من عام ٢٠١٤م وحتى عام ٢٠٢٠م باعتبارها فترة انتقالية كما أن الدراسات التي تطرقت للموضوع قد عالجت الجوانب التحليلية دون التركيز علي اتجاهات الجمهور نحوه.

ثالثًا: أهمية الدراسة

الأهمية النظرية للدراسة

١. تكتسب الدراسة أهميتها من أهمية قضية المواطنة نفسها والدور الذي قد يلعبه الإعلام الوطني في تشكيل هذه القيم .
٢. الحاجة لمثل هذه الدراسات التي تهتم بقضايا تمس المجتمع بشكل مباشر، فالدراسة تأخذنا الي معرفة دور المحتوى الوطني المرئي الوطني في ظل الظروف الحالية وهل يقوم بدوره تجاه تشكيل قيم المواطنة ام لا.
٣. أهمية التعرف علي مدي انتماء الجمهور وولائه لوطنه وثقتهم في الإعلام الوطني ورصد الواقع الفعلي خاصة في ظل انتشار الشائعات وتراجع الهوية القومية.

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري "دراسة ميدانية"

الأهمية التطبيقية للدراسة

١. تكتسب الدراسة بعدا تقنيا باعتبارها تركز على الإعلام الوطني المرئي والذي يعد من أكثر الوسائل الإعلامية تأثيرا وسرعتا في الانتشار.
٢. من الممكن أن تفيد الدراسة الجهات التي تعمل على إنتاج المحتوى الوطني من خلال التعرف على اتجاهات الجمهور نحو المحتوى الوطني.
٣. تلفت الدراسة انتباه الجمهور نحو قضية المواطنة والمحتوى الوطني بالتالي فهي مهمة بالنسبة للمتلقي والمرسل معاً.

رابعاً: أهداف الدراسة

- يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في التعرف على الدور الذي يلعبه المحتوى الوطني وخاصة المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور.
- ويتفرع منه مجموعة من الاهداف الفرعية وهي:

١. التعرف على مدى مشاهدة الجمهور المصري للمحتوى الوطني المرئي
٢. التعرف على طبيعة المحتوى الوطني الذي يفضل الجمهور المصري مشاهدة
٣. التعرف على معدل مشاهدة الجمهور للمحتوى الوطني المرئي
٤. التعرف على دوافع مشاهدة الجمهور المصري للمحتوى الوطني المرئي
٥. التعرف على مدى إسهام المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري "دراسة ميدانية"

خامساً: التساؤلات

يتمثل التساؤل الرئيسي في: ما دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور؟
ويتفرع منه عدة أسئلة فرعية تتمثل فيه:

١. هل يشاهد الجمهور المصري المحتوى الوطني المرئي؟
٢. ما طبيعة المحتوى الوطني الذي يفضل الجمهور المصري مشاهدة؟
٣. ما معدل مشاهدة الجمهور للمحتوى الوطني المرئي؟
٤. ما هي دوافع مشاهدة الجمهور المصري للمحتوى الوطني المرئي؟
٥. ما مدى إسهام المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة؟

سادساً: الفروض

الفرض الرئيسي للدراسة يتمثل في وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مستوى التعرض للمحتوى الوطني المرئي وبين استجابات المبحوثين على مقياس المواطنة. ومنه تتفرع عدة فروض:

١. توجد فروق ذات دلالة احصائية وفق المتغيرات الديموغرافية (النوع- العمر- نوع العمل- محل الإقامة) ومعدل مشاهدة المحتوى الوطني.
٢. توجد علاقة دالة احصائية بين نوع طبيعة المحتوى الوطني واكتساب الجمهور لقيم المواطنة.
٣. توجد علاقة دالة احصائية بين معدل مشاهدة الجمهور للمحتوى الوطني وتعزيز الانتماء للوطن.

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري "دراسة ميدانية"

سابعاً: نوع الدراسة

تتتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهتم بوصف سمات وخصائص مجتمع، موقف، جماعة أو فرض معين ومن ثم تحليلها وتفسيرها للوصول إلى استنتاجات مفيدة. وتستهدف توصيف دور المحتوى الوطني في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري ويتضمن البحث الوصفي جمع البيانات لاختبار فرض معين أو الإجابة علي أسئلة تتعلق بالحالة الراهنة لموضوع الدراسة^(١٤). وتسعي هذه النوعية من الدراسات الي توفير بيانات كمية قابلة للقياس وخاضعة للتحويل وبالتالي امكانية تعميم النتائج والتنبؤ من جهة اخري^(١٥)

ثامناً: منهج الدراسة

ومن المعروف أن لكل دراسة منهجها الخاص الذي يتناسب مع اغراضها وأهدافها، لذا أعتمد الباحث هنا على المنهج المسحي (مسح بالعينة لجمهور وسائل الإعلام)، الذي يعد من ابرز المناهج المستخدمة في بحوث الإعلام والذي يستهدف الحصول علي البيانات والمعلومات الخاصة بالظاهرة العلمية نفسها. وسيتم توظيف منهج المسح بأسلوب المسح بالعينة لمسح عينة من الجمهور المصري لرصد قيم المواطنة والانتماء والولاء لديهم.

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري "دراسة ميدانية"

تاسعاً: مجتمع وعينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة الحالية من الجمهور المصري، ونظرا لكبر حجم المجتمع وصعوبة حصره، فسيتم سحب عينة ممثلة له وتلبي حاجات الدراسة وأهدافها، حيث تم سحبة عينة عشوائية من الجمهور المصري قوامها ٤٠٠ مفردة.

عاشراً: ادوات الدراسة

يعتمد باحث العلوم الانسانية والاجتماعية في مرحلة جمع البيانات علي عدة ادوات، ويعتبر الاستبيان "Questionnaire" الاداة الاكثر استخداما في البحوث الكمية، ويرجع ذلك لسهولة التأكد من صدق وثبات الاستمارة وسهولة اختبار بياناتها احصائيا، بجانب تماشيه مع التطورات التي تحتم تطوير ادوات جمع البيانات، فيمكن تقديمه للمبحوثين بعدة طرق إما عن طريق البريد، أو عن طريق اليد، أو عن طريق الفاكس او الإنترنت^(١٦). سيعتمد الباحث في هذه الدراسة علي الاستبيان الإلكتروني لجمع البيانات من عينة الدراسة.

حادي عشر: مفاهيم الدراسة

الدور: يعرف بانه سياق مكون من مجموعة من الأفعال التي يؤديها الأشخاص في مواقف التفاعل الاجتماعي المختلفة^(١٧). وإجراءياً: هو الوظيفة التي ينبغي ان يقوم به المحتوى الوطني المرئي من خلال قوالبه المختلفة من اجل تحقيق الغرض المطلوب منه .

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري "دراسة ميدانية"

الإعلام الوطني: وهناك من ينظر للإعلام الوطني على أنه "الإعلام الحكومي أو الإعلام المملوك للدولة والذي تسيطر عليه في النهاية أو تموله الدولة، من وسائل مرئية ومسموعة وغيرها"^{١٨}. بينما يعتبر البعض الإعلام الوطني مرادف للإعلام الأمني، والذي يرى البعض أنه أحد فروع الإعلام المتخصص الذي يهدف إلى إخبار الجمهور أو قطاع معين منه بموضوعات تخص الأمن ويقوم به رجال الأمن ذاتهم (الشئون المعنوية على سبيل المثال)، كما يقوم به رجال الإعلام إذا كان الأمر يتعلق برجال الأمن.

ويمكن تعريفه إجرائياً بأنه شكل من أشكال الإعلام يعبر عن الدولة ويسعى إلى توصيل الحقائق وتصحيح المفاهيم من أجل تدعيم المواطنة لدى الجمهور.

المواطنة: هو مفهوم أوسع نطاقاً و أكثر شمولاً من مجرد حمل جنسية دولة معينة ، ليس مجرد قيام الفرد بواجباته والحصول على حقوقه ، بل تتضمن رابطاً معنوياً لا تحدده الدساتير والقوانين، حيث يتضمن الشعور بالانتماء والوحدة الوطنية والرغبة في المبادرة والمشاركة في الحياة العامة^(١٩). ويمكن تعريف المواطنة إجرائياً هي الغاية التي يسعى الإعلام الوطني لتحقيقها من خلال تلبية احتياجات الجمهور وتعريفهم بواجباتهم.

الجمهور: هو مجموعة من الأفراد توجد لديهم اهتمامات مشتركة، وتكون استجاباتهم معلنة او غير معلنة دون ان يشترط ان يكون الافراد متباعدين او متقاربين^(٢٠). يقصد بالجمهور في هذه الدراسة المجتمع المصري الذي تجمعته هوية واحدة ويشتركون في بعض الخصائص والسمات.

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري
"دراسة ميدانية"

ثاني عشر: نتائج الدراسة

أولاً: النتائج العامة للدراسة

جدول رقم (١) توزيع عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديمغرافية

النسبة المئوية %	التكرار (ك)	الاستجابة	
٦٠.٥%	٢٤٢	ذكر	النوع
٣٩.٥%	١٥٨	أنثى	
٩%	٣٦	أقل من ٢٠ عام	الفئات العمرية
٧٧%	٣٠٨	من ٢٠ - ٣٠ عام	
٨.٥%	٣٤	من ٣٠ - ٤٠ عام	
٥.٥%	٢٢	أكبر من ٤٠ عام	
٠.٢٥%	١	منخفض	مستوى التعليم
٥.٥%	٢٢	متوسط	
٦.٧٥%	٢٧	فوق متوسط	
٨٧.٥%	٣٥٠	عالي	
٤٥%	١٨٠	لا يوجد دخل	الدخل
١٤.٢٥%	٥٧	أقل من ٢٠٠٠ جنيه مصري	

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدي الجمهور المصري
"دراسة ميدانية"

النسبة المئوية %	التكرار (ك)	الاستجابة	
23.25%	93	من ٢٠٠٠ - ٤٠٠٠ جنيه مصري	
11%	44	من ٤٠٠٠ - ٦٠٠٠ جنيه مصري	
6.5%	26	أكثر من ٦٠٠٠ جنيه مصري	
45%	180	لا يوجد دخل	
34.25%	137	طالب	طبيعة العمل
17%	68	أعمال حرة	
13%	52	وظيفة خاصة	
19.25%	77	وظيفة حكومية	
1.75%	7	قوات مسلحة وشرطة	
14.75%	59	لا أعمل	
51%	204	ريف	السكن
47%	188	حضر	
2%	8	خارج البلاد	

حسب توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير النوع، فإن النسبة الأكبر كانت لفئة الذكور وبلغ عددهم (٢٤٢) بنسبة (٦٠.٥%) والنسبة الأقل كانت لفئة الإناث وبلغ عددهم (١٥٨). أما توزيع العينة وفق الفئة العمرية فإن الفئة العمرية من ٢٠ إلى ٣٠ هي الأكبر، حيث قدرت بنسبة ٧٧% أي ما يعادل (٣٠٨) فرداً وهو

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري "دراسة ميدانية"

ما يرجعه الباحث إلى عشوائية اختيار العينة (وصول أوسع للاستبيان لهذه الفئة العمرية) ثم تليها فئة أقل من ٢٠ سنة بنسبة ٩% أي ما يعادل (٣٦) فردًا، ثم تليها فئة من ٣٠-٤٠ سنة بنسبة ٨.٥% وهو ما يعادل (٣٤) فردًا، ثم في المرتبة الأخيرة فئة أكبر من ٤٠ سنة بنسبة ٥.٥% أي ما يعادل (٢٢) فردًا.

كما يتضح أن فئة التعليم العالي هم من يحتلون أكبر نسبة والمقدرة بـ ٨٧.٥% تليها نسبة ٦.٧٥% لصالح فئة التعليم فوق المتوسط، ثم تأتي فئة التعليم المتوسط بنسبة ٥.٥%، وجاءت فئة التعليم المنخفض في المرتبة الأخيرة بنسبة ٠.٢٥%. ووفقًا لدخل أفراد عينة الدراسة فإن فئة لا يوجد دخل هم من يحتلون أكبر نسبة والمقدرة بحوالي ٤٥%، تليها فئة أقل من ٢٠٠٠ بنسبة ١٤.٢٥%، ثم نسبة ٢٣.٢٥% لصالح فئة من ٢٠٠٠ ل ٤٠٠٠، ثم تأتي فئة من ٤٠٠٠ ل ٦٠٠٠ بنسبة ١١%، ثم فئة أكثر من ٦٠٠٠ والمقدرة بنسبة ٦%.

وتم توزيع عينة الدراسة وفقًا لطبيعة العمل، حيث تبين أن فئة طالب تحتل أكبر نسبة حيث قدرت بـ ٣٤.٢٥%، تلتها فئة وظيفة حكومية بنسبة ١٩.٢٥%، وقد ذهبت نسبة ١٧% لفئة أعمال حرة، ثم فئة لا أعمل بنسبة ١٤.٧٥%، وفئة وظيفة خاصة بنسبة ١٣% وفي المرتبة الأخيرة جاءت فئة قوات مسلحة وشرطة بنسبة ١.٧٥%. وفيما يخص توزيع عينة الدراسة وفق محل الإقامة، تبين أن فئة الريف احتلت النسبة الأكبر بنسبة ٥١% أي ما يعادل ٢٠٤ فرد من إجمالي العينة، وذهبت النسبة الأقل للحضر مقدرة بـ ٤٧% أي ما يعادل ١٨٨ فرد من إجمالي العينة وجاءت فئة خارج البلاد في المرتبة الأخيرة بنسبة ٢%.

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري "دراسة ميدانية"

جدول رقم (٢) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمشاهدة المحتوى الوطني

المشاهدة	ك	%
نعم	٢٧٢	٦٨
لا	١٢٨	٣٢
المجموع	٤٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول (٧) الخاص بتحديد مشاهدة أفراد عينة الدراسة للمحتوى الوطني من عدمه أن أكثر من نصف أفراد العينة أجابوا بنعم بنسبة ٦٨% في حين أجابت نسبة ٣٢% ب لا يشاهدون المحتوى الوطني، ويمكن تفسير ذلك في ضوء اهتمام عينة الدراسة بمتابعة المحتوى الوطني باعتباره مصدر هام وموثوق للمعلومات، فدائماً ما يسعى الفرد إلى استيفاء المعلومات من مصادر موثوقة لذا يتجه إلى متابعة مثل هذا المحتوى.

ويتفق ذلك مع دراسة عبدالهادي (٢٠٢١)^{٢١} حيث أوضح غالبية عينة الدراسة بنسبة ٦٢.٨% أنهم يحرصون على متابعة القضايا المتعلقة بالمواطنة والتي تتناولها شبكات التواصل الاجتماعي، بينما أوضح ما نسبته ٣٧.٢% أنهم لا يتابعون قضايا المواطنة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري "دراسة ميدانية"

جدول رقم (٣) توزيع عينة الدراسة وفقاً لطبيعة المحتوى الوطني الذي يفضلون مشاهدته

المحتوى الدرامي	ك	%
	ن=٢٧٢	
الأفلام الوطنية	١٤٧	٥٤
الأغاني الوطنية	١١٢	٤١.٢
المسلسلات الوطنية	١٣٦	٥٠
المسرحيات الوطنية	١٤	٥.١
أفلام محاربة الإرهاب الوثائقية	٧١	٢٦.١
أفلام عرض القوى العسكرية	٦٧	٢٤.٦
تقارير الإنشاءات وافتتاح المشروعات القومية	١١٢	٤١.٢

يوضح الجدول (٣) ترتيب طبيعة المحتوى الوطني الذي تفضل عينة الدراسة مشاهدته ، حيث جاء في المرتبة الأولى أن نسبة ٥٤% من أفراد العينة يفضلون مشاهدة الأفلام الوطنية، وأن نسبة ٥٠% يفضلون مشاهدة المسلسلات الوطنية في المرتبة الثانية، وقد ذهبت نسبة ٤١.٢% لكل من الأغاني الوطنية وتقارير الإنشاءات وافتتاح المشروعات القومية لتحل المرتبة الثالثة، تلاها بعد ذلك أفلام محاربة الإرهاب

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري "دراسة ميدانية"

الوثائقية بنسبة ٢٦.١% ثم أفلام عرض القوى العسكرية بنسبة ٢٤.٦%، ثم المسرحيات الوطنية بنسبة ٥.١%، كما أدلى بعض أفراد عينة الدراسة عن أشكال أخرى منها برامج التوك شو والنقاشات والحوارات الوطنية والمباريات الوطنية في المرتبة الأخيرة بنسبة ٢.٢%.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء اتجاه الجمهور المصري نحو بمتابعة المحتوى الترفيهي، فالأفلام بمثابة وسائل ترفيه، وأدوات ثقافية وتعليمية في نفس الوقت. كما جاءت في المرتبة التالية الأغاني الوطنية، حيث يرتبط الشعب المصري بالأغنية الوطنية عبر المحطات التاريخية والأحداث السياسية المختلفة التي مرّت بها مصر، إلى أن أصبحت جزءاً من ذاكرة المصريين وأداة توثيق لكثير من المراحل التي ساهمت في تشكيل وجدان الشعب المصري وعموم الشعب العربي

جدول رقم (٤) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمعدل مشاهدة المحتوى الوطني

طبيعة العمل	ك	%
يوميًا	٣٥	١٢.٩
أكثر من مرة في الأسبوع	٧١	٢٦.١
اسبوعياً	٥٤	١٩.٩
شهريًا	٦٢	٢٢.٨
أقل من ذلك	٥٠	١٨.٣
المجموع	٢٧٢	١٠٠

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري "دراسة ميدانية"

يتضح من الجدول (٤) الذي يمثل توزيع عينة الدراسة وفقاً لمعدل مشاهدة المحتوى الوطني أن المبحوثين الذين يشاهدون المحتوى الوطني أكثر من مرة في الأسبوع يمثلون النسبة الأكبر من أفراد العينة مقدرة بـ ٢٦.١%، تليها الذين يشاهدون المحتوى الوطني شهرياً بنسبة ٢٢.٨% ثم الذين يشاهدونه أسبوعياً بنسبة ١٩.٩% ثم أقل من ذلك بنسبة ١٨.٣% وجاء في المرتبة الأخيرة الذين يشاهدون المحتوى الوطني يومياً بنسبة ١٢.٩%.

جدول رقم (٥) توزيع عينة الدراسة وفقاً لدوافع مشاهدة المبحوثين للمحتوى الوطني

المحتوى الوطني	ك	%
	ن=٢٧٢	
الشعور بالفخر والاعتزاز بالوطن	١٤٧	٥٤
استرجاع الأحداث التاريخية الوطنية	١٠٩	٤٠.١
كشف الحقائق والأحداث الكاذبة	٧١	٢٦.١
تتمية الشعور والمسئولية الوطنية	٧٤	٢٧.٢
متابعة الشأن الوطني	٩١	٣٣.٥
اكتساب معلومات جديدة	١١٦	٤٢.٦

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري "دراسة ميدانية"

يتضح من الجدول رقم (٥) الذي يعرض دوافع مشاهدة المبحوثين للمحتوى الوطني، حيث كان مشاهدة نسبة ٥٤% من عينة الدراسة للمحتوى الوطني بدافع الشعور بالفخر والاعتزاز بالوطن، بينما يشاهده نسبة ٤٢.٦% بدافع اكتساب معلومات جديدة، يليها استرجاع الأحداث التاريخية الوطنية بنسبة ٤٠.١%، يليها متابعة الشأن الوطني بنسبة ٣٣.٥%، يليها تنمية الشعور والمسئولية الوطنية بنسبة ٢٧.٢%، وجاء في المرتبة الأخيرة كشف الحقائق والأحداث الكاذبة بنسبة ٢٦.١%. بينما يشاهد بعض المبحوثين المحتوى الوطني بدافع الشعور بمزيد من الحماس والإنجاز في العمل لخدمة وطني. وهناك من يشاهده في المناسبات فيلم يوم الكرامة او الممر اثناء الاحتفال بذكرى اكتوبر.

جدول رقم (٦) توزيع عينة الدراسة وفقاً لمدى اسهام المحتوى الوطني

الترتيب	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا أتفق		أتفق إلى حد ما		أتفق		مدى اسهام المحتوى الوطني
			%	ك	%	ك	%	ك	
٣	٠.٥٩٠٤١	٢.٦١٤٠	٥.٥	١٥	٢٧.٦	٧٥	٦٦.٩	١٨٢	تعزيز الانتماء للوطن
٢	٠.٥٩٩٠٠	٢.٦٣٢٤	٦.٢	١٧	٢٤.٣	٦٦	٦٩.٥	١٨٩	نشر ثقافة الاعتزاز بالوطن
٥	٠.٦٠٥٩٨	٢.٥٩٥٦	٦.٢	١٧	٢٧.٩	٧٦	٦٥.٩	١٧٩	بث الوحدة بين أبناء الوطن

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري
"دراسة ميدانية"

الترتيب	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا أتفق		أتفق إلى حد ما		أتفق		مدى اسهام المحتوى الوطني
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	٠.٥٨٤٨٤	٢.٦٣٩٧	٥.٥	١٥	٢٥	٦٨	٦٩.٥	١٨٩	إكساب الأجيال بعض العادات الوطنية
٨	٠.٧٠٤٩٩	٢.٣٦٠٣	١٣.١	٣٦	٣٧.٥	١٠.٢	٤٩.٣	١٣٤	التعبير عن الآراء والمقترحات
٤	٠.٥٧٩٨٥	٢.٦٠٢٩	٤.٩	١٣	٣٠.١	٨٢	٦٥	١٧٧	نشر الوعي
٦	٠.٦٨٦٧٨	٢.٤٧٤٣	١١.١	٣٠	٣٠.٥	٨٣	٥٨.٤	١٥٩	التعريف بحقوق المواطن وواجباته
٧	٠.٦٦٩٦٠	٢.٣٧١٠	١٠.٧	٢٩	٤١.٥	١١٣	٤٧.٨	١٣٠	كشف الحقائق
	٠.٤٩١٥١	٢.٥٣٦٣							الإجمالي

يوضح الجدول (٦) التكرارات والنسب المئوية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول محور (اسهام المحتوى الوطني في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور) حيث بلغ إجمالي الوسط الحسابي (٢.٥٣٦٣)، وانحراف معياري (٠.٤٩١٥١) وتدلل هذه النسب على أن للمحتوى الوطني اسهامات متفاوتة فيما يخص العبارات المنصوص عليها في الجدول، وقد جاء في المرتبة الأولى العبارة التي تنص على أن المحتوى الوطني

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري "دراسة ميدانية"

يسهم في إكساب الأجيال بعض العادات الوطنية بأعلى وسط حسابي (٢.٦٣٩٧) وانحراف معياري (٠.٥٨٤٨٤)، بأجمالي (١٨٩) مفردة من أصل (٢٧٢) مفردة، أي أن نسبة ٦٩.٤% من عينة الدراسة الذين يشاهدون المحتوى الوطني، يؤيدون أنه يسهم في إكساب الأجيال بعض العادات الوطنية مفردة وجاء في المرتبة الثانية عبارة نشر ثقافة الاعتزاز بالوطن بوسط حسابي (٢.٦٣٢٤) وانحراف معياري (٠.٥٩٩٠٠)، وفي المرتبة الثالثة عبارة " تعزيز الانتماء للوطن " بانحراف معياري (٠.٥٩٠٤١)، ووسط حسابي (٢.٦١٤٠). وجاء في المرتبة الرابعة بأنه يسهم في نشر الوعي بانحراف معياري (٠.٥٧٩٨٥)، ووسط حسابي (٢.٦٠٢٩). وفي المرتبة الخامسة كانت جملة " بث الوحدة بين أبناء الوطن " بانحراف معياري (٠.٦٠٥٩٨)، ووسط حسابي (٢.٥٩٥٦). كما احتلت عبارة " التعريف بحقوق المواطن وواجباته " المرتبة السادسة بانحراف معياري (٠.٦٨٦٧٨)، ووسط حسابي (٢.٤٧٤٣). وكانت المرتبة السابعة من نصيب عبارة " كشف الحقائق " بانحراف معياري (٠.٦٦٩٦٠) ووسط حسابي (٢.٣٧١٠)، وفي المرتبة الثامنة عبارة " التعبير عن الآراء والمقترحات " بانحراف معياري (٠.٧٠٤٩٩) ووسط حسابي (٢.٣٦٠٣).

ثانياً: نتائج فروض الدراسة

١. التحقق من صحة الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة احصائية وفق المتغيرات الديموغرافية (النوع- العمر- نوع العمل- محل الإقامة) ومعدل مشاهدة المحتوى الوطني.

تم التحقق من صحة الفرض على النحو الآتي:

أ. توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين من حيث معدل مشاهدة المحتوى الوطني حسب متغير النوع.

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري "دراسة ميدانية"

جدول رقم (٧) قياس التباين بين معدل مشاهدة المحتوى الوطني حسب متغير النوع

(اختبار (Matte-Whitney Test)

المتغيرات	النوع	العدد	متوسط الرتب	U	مستوية المعنوية
معدل مشاهدة المحتوى الوطني	ذكر	١٨٤	١٢٤.٣٣	٥٨٥٦.٥٠٠	٠.٠٠٠٠
	أنثى	٨٨	١٦٠.٦٨		
	الإجمالي	٢٧٢			

يتضح من الجدول السابق وجود فروق بين المبحوثين من حيث معدل مشاهدة المحتوى الوطني حسب متغير النوع، حيث بلغت قيمة اختبار Matte-Whitney Test (٥٨٥٦.٥٠٠)، كما تبين أن مستوى الدلالة بلغت قيمته (٠.٠٠٠٠) وهي دالة إحصائياً لأن مستوى معنويتها أصغر من (٠.٠٠٥). وبالتالي نرفض الفرض الصفري القائل بعدم وجود فروق بين المبحوثين من حيث معدل مشاهدة المحتوى الوطني حسب متغير النوع، ونقبل الفرض البديل القائل بوجود فروق بين المبحوثين من حيث معدل مشاهدة المحتوى الوطني حسب متغير النوع يعزي إلى الإناث. ولا تتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الشعيلي (٢٠٢١)^{٢٢} التي أثبتت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط استجابات طلبة جامعة السلطان قابوس بمحافظة مسقط في سلطنة عمان في مستوى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة تعزى لمتغير النوع الاجتماعي في جميع مجالات المقياس. ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن الإناث يقضين وقت أكبر في المنزل مقارنة بالذكور وبالتالي أكثر عرضة للمحتوى الوطني.

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري "دراسة ميدانية"

ب. توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين من حيث معدل مشاهدة المحتوى الوطني حسب متغير العمر.

جدول رقم (٨) قياس التباين معدل مشاهدة المبحوثين للمحتوى الوطني بحسب متغير

العمر، (اختبار Kruskal-Wallis Test)

المتغيرات	العمر	العدد	متوسط الرتب	Chi-Square	df	مستوى المعنوية
معدل مشاهدة المحتوى الوطني	أقل من ٢٠ عام	٢٥	١٦٨.٥٤	٧.٩٧٦	٣	٠.٠٤٧
	من ٢٠ - ٣٠ عام	١٩٩	١٣٦.٧٨			
	من ٣٠ - ٤٠ عام	٢٨	١١٨.٨٦			
	أكبر من ٤٠ عام	٢٠	١١١.٥٨			
	المجموع	٢٧٢				

يتضح من الجدول السابق وجود فروق بين المبحوثين من حيث معدل مشاهدة المبحوثين للأعمال الوطنية حسب متغير العمر يعزي إلى الفئة من ٢٠ - ٣٠ عام، حيث بلغت قيمة Chi-Square (٧.٩٧٦)، كما تبين أن مستوى الدلالة بلغت قيمته (٠.٠٤٧) وهي دالة إحصائية لأن مستوى معنويتها أقل من (٠.٠٥).

وبالتالي نرفض الفرض الصفري القائل بعدم وجود فروق بين المبحوثين من حيث معدل مشاهدة المحتوى الوطني حسب متغير العمر، ونقبل الفرض البديل القائل بوجود فروق بين المبحوثين من حيث معدل

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري "دراسة ميدانية"

مشاهدة المحتوى الوطني حسب متغير العمر. ويمكن تفسير ذلك في ضوء اهتمام الشباب بمتابعة المحتوى الوطني مقارنة بغيرهم من الفئات الأخرى.

ت. توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين من حيث معدل مشاهدة المحتوى الوطني حسب متغير العمل.

جدول رقم (٩) قياس التباين معدل مشاهدة المبحوثين للمحتوى الوطني بحسب متغير نوع

العمل،(اختبار Kruskal-Wallis Test)

المتغيرات	نوع العمل	العدد	متوسط الرتب	Chi-Square	df	مستوى المعنوية
معدل مشاهدة المحتوى الوطني	طالب	٨٦	١٤٤.٨٦	٥.٣١٧	٥	٠.٣٧٨
	أعمال حرة	٥١	١٢٥.٩٦			
	وظيفة خاصة	٣٣	١٢٧.٧٧			
	وظيفة حكومية	٥٩	١٢٥.٧٠			
	قوات مسلحة وشرطة	٥	١٦٦.٦٠			
	لا أعمل	٣٨	١٤٨.٧٥			
	المجموع	٢٧٢				

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري "دراسة ميدانية"

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق بين المبحوثين من حيث معدل مشاهدة المبحوثين للأعمال الوطنية حسب متغير نوع العمل، حيث بلغت قيمة Chi-Square (٥.٣١٧)، كما تبين أن مستوى الدلالة بلغت قيمته (٠.٣٧٨) وهي غير دالة إحصائياً لأن مستوى معنويتها أكبر من (٠.٠٥).

وبالتالي نقبل الفرض الصفري القائل بعدم وجود فروق بين المبحوثين من حيث معدل مشاهدة المحتوى الوطني حسب متغير نوع العمل، ونرفض الفرض البديل القائل بوجود فروق بين المبحوثين من حيث معدل مشاهدة المحتوى الوطني حسب متغير نوع العمل.

٢. التحقق من صحة الفرض الثاني: توجد علاقة دالة إحصائياً بين طبيعة المحتوى الوطني واكتساب الجمهور لقيم المواطنة.

جدول رقم (١٠) العلاقة بين طبيعة المحتوى الوطني المستخدم واكتساب الجمهور لقيم المواطنة

اكتساب الجمهور لقيم المواطنة		المتغيرات
الدلالة	معامل الارتباط (بيرسون)	نوع القالب المستخدم
٠.٠٠٠	٠.٥٠٥	

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة إيجابية دالة إحصائياً بين طبيعة المحتوى الوطني المستخدم واكتساب الجمهور لقيم المواطنة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.٥٠٥)، كما تبين أن مستوى الدلالة بلغت قيمته (٠.٠٠٠) وهي دالة إحصائياً لأن مستوى معنويتها أقل من (٠.٠٥).

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري "دراسة ميدانية"

وبالتالي نقبل الفرض البديل القائل بوجود علاقة إيجابية دالة إحصائياً بين طبيعة المحتوى الوطني المستخدم واكتساب الجمهور لقيم المواطنة، ونرفض الفرض البديل القائل بعدم وجود علاقة بين طبيعة المحتوى الوطني المستخدم واكتساب الجمهور لقيم المواطنة.

يمكن تفسير ذلك في ضوء القدرة التي يمتلكها المحتوى الوطني المرئي في تشكيل وتعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري لما له من فاعلية، وما يمتلكه من جودة من ناحية المعالجة الموضوعية والعرض التقني.

٣. التحقق من صحة الفرض الثالث: توجد علاقة دالة إحصائياً بين معدل مشاهدة الجمهور للمحتوى

الوطني وتعزيز الانتماء للوطن

جدول رقم (١١)

العلاقة بين معدل مشاهدة الجمهور للمحتوى الوطني وتعزيز الانتماء للوطن

تعزيز الانتماء للوطن		المتغيرات
الدالة	معامل الارتباط (سبيرمان)	معدل المشاهدة
٠.١٨٣	-٠.٠٨١	

لقياس صحة هذا الفرض تم الاعتماد على معامل ارتباط سبيرمان نظراً لأن كلا المتغيرين تربيين ويتضح من الجدول السابق وجود علاقة سلبية دالة إحصائياً بين طبيعة المحتوى الوطني المستخدم واكتساب الجمهور لقيم المواطنة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط سبيرمان (-٠.٠٨١)، كما تبين أن مستوى الدلالة بلغت قيمته (٠.١٨٣) وهي غير دالة إحصائياً لأن مستوى معنويتها أكبر من (٠.٠٥).

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري "دراسة ميدانية"

من ثم نقبل الفرض البديل القائل بوجود علاقة سلبية غير دالة إحصائياً بين طبيعة المحتوى الوطني المستخدم واكتساب الجمهور لقيم المواطنة، ونرفض الفرض الصفري القائل بعدم وجود علاقة بين طبيعة المحتوى الوطني المستخدم واكتساب الجمهور لقيم المواطنة

وقد جاءت صحة هذا الفرض عكس توقعات الباحث حيث افترضنا أنه كلما زاد معدل مشاهدة الفرد للمحتوى الوطني زادت قيم المواطنة لديه، غير أن نتيجة الفرض جاءت العكس، أي تزيد قيم المواطنة لدى الفرد الذي يشاهد المحتوى الوطني بشكل منخفض، ويبرر الباحث ذلك باعتبار أن الجمهور يعتمد على مصادر أخرى للمعلومات، كما أن هناك فئات من الجمهور لا تفضل أن تحصل على المعلومة من خلال صاحبها لاعتقادهم أنها تفتقد للحيادية.

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدي الجمهور المصري "دراسة ميدانية"

قائمة المراجع

- ¹ عبدالفتاح، على (٢٠١٦) الإعلام الحربي والعسكري ، ط ١، (الاردن ، اليازوري للنشر والتوزيع) ، ص ٣
- ^٢ الدليمي ، عبدالرازق (٢٠١١) الإعلام التربوي ، ط ١، (عمان ، دار المسيرة للنشر والتوزيع)
- ³ Barry Buzan (1991) **people, States and fear an agenda for international security studies in the post-cold war era** . Hemel Hempstead,Haveter, wheatheaf,2ed, p 323.
- ^٤ الدليمي ، عبدالرازق (٢٠١٩) الإعلام المتخصص ، ط ١ (الاردن ، اليازوري للنشر والتوزيع) ص ١٥٣.
- ^٥ أبوالعزم محمد عبدالظاهر . (٢٠٢١). دور الإعلام الوطني في مواجهة قضية المواطنة، مجلة البحوث المالية والتجارية، مج ٢٢، ع ٢، ص: ١٧١
- ^٦ خطيب، محمد بن شحات حسين (٢٠٢٠) دور الجامعة في ترسيخ وتعزيز قيم الانتماء والمواطنة لدى طلبتها في ضوء التغيرات الثقافية و مستجدات العصر ، المجلة العربية للنشر العلمي (AJSP) ، ع ٢٠ ، ١٤٩-١٦٨ .
- ^٧ محمد احمد حسن رابعة ، عبدالرؤوف احمد عايش بنى عيسى ، إبراهيم خلف الخالدي (٢٠١٨) دور الإعلام في تعزيز القيم الوطنية رؤيه استراتيجية في ضوء التصور الاسلامي ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ، مج ٤٥ ، ع ٣ ، ص.ص ١٨١ - ٢٠٩ .
- ^٨ صفرار ، عبد الله بن محمد بن بخيت (٢٠١٧) دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم المواطنة من وجهه نظر الشباب الجامعي العماني ، رسالة ماجستير ، (الاردن ، جامعه الشرق الاوسط ، كلية الإعلام ، قسم الإعلام)
- ^٩ جبر ، نهى بنت علي حسن (٢٠١٧) دور برامج التواصل الاجتماعي الافتراضي في تعزيز قيم المواطنة لدي الطالبات ، رسالة ماجستير (جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، كلية العلوم الاجتماعية)
- ^{١٠} الشماس ، عيسى (٢٠١٩) دور الإعلام الوطني في مواجهه التطرف في تعزيز الهوية الوطنية . مجلة الفكر السياسي ، مج ١٩ ، ع ٦٩ ، ص.ص: ٦٩-٨٤ .
- ^{١١} ونوغي ، مصطفى (٢٠١٧) دور الإعلام الأمني في تعزيز الامن الوطني. مجلة الرواق ، ع ٧ ، ص.ص: ٢٢-٣٥.
- ^{١٢} المعلا ، عمار بن ناصر بن احمد (٢٠١٣) دور الإعلام الوطني في تدعيم المواطنة في دولة الامارات العربية المتحدة ، رسالة ماجستير (الاردن ،جامعة عمان العربية ، كليات العلوم التربوية والنفسية)
- ^{١٣} ابو الغنم ، زياد احمد (٢٠١٣) دور وسائل الإعلام في تعزيز الولاء والانتماء للوطن: دراسة حالة طلاب الجامعة الاردنية. رسالة دكتوراه (السودان ، جامعة أم درمان الإسلامية ، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي
- ^{١٤} - الزهيري ، حيدر عبدالكريم (٢٠١٧) مناهج البحث التربوي ، ط ١، (الامارات ، مركز دبيونو لتعليم التفكير)، ص ١٢٤.
- ¹⁵ - Berger ,Arthur Asa (1994) Media Research Techniques , 2nd ed.(London , Sage Publication) P 85 .
- ^{١٦} فضيل ، دليو واخرون (٢٠١٩) دراسات في الإعلام الالكتروني ، ط ١(عمان ، مركز الكتاب الاكاديمي) ص ٨١ .
- ^{١٧} مذكور ، إبراهيم (١٩٧٥) معجم المصطلحات الاجتماعية (القاهرة ، الهيئة المصرية للكتاب) ص ٤٧١

دور المحتوى الوطني المرئي في تعزيز قيم المواطنة لدى الجمهور المصري "دراسة ميدانية"

- ^{١٨} ناصر، فداء؛ و الأسد آرام. (٢٠٢٠). دور وسائل الإعلام الوطني في إثارة الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في سورية: دراسة وصفية حول القناة السورية القناة الإخبارية السورية إذاعة دمشق، *Tishreen University Journal- Economic and Legal Sciences Series*، مج ٤٢، ع ٦، ص: ٢٥٣.
- ^{١٩} طلب، زويدا احمد (٢٠١٧) خطاب المواطنة في الصحافة المصرية الالكترونية ، ط ١ (القاهرة ، العربي للنشر والتوزيع (ص ٣٦
- ^{٢٠} الكريطى، حيدر شلال متعب (٢٠١٨) وسائل الإعلام وبناء المجتمع الديمقراطي ، ط ١ (عمان ، دار امجد للنشر والتوزيع) ص ٥٢ .
- ^{٢١} عبدالهادي، صبري خالد. (٢٠٢١). شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب السيناوي: دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، ع٥٧، ج٢.
- ^{٢٢} الشعيلي، موسى بن سليمان خلفان. (٢٠٢١). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة السلطان قابوس وتأثيراتها على قيم المواطنة، المجلة العربية للدراسات والعلوم الإنسانية، مج ٥، ع ٢٠.