

دور وسائل الإعلام فى تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني
(دراسة ميدانية على عينه من طلاب كلية الآداب جامعة الأزهر)

**Mass media role in establishing social conscious among
Palestinian youth**

ناصر علي مهدي

موسى عبدالرحيم حلس

قسم الاجتماع

قسم الاجتماع

كلية الآداب والعلوم الإنسانية

كلية الآداب والعلوم الإنسانية

جامعة الأزهر - غزة

جامعة الأزهر - غزة

تاريخ القبول 2010/7/14

تاريخ الاستلام 2010/2/3

Abstract : Mass media attracted the interest of scholars, and researchers as the former has its own effects on the current issue.

This study aims at exploring the role of mass media in constituting social awareness of Palestinian youth. It gains its importance from its contribution in understanding the nature of mass media. Its effect on social awareness of university students. The researchers employ. "social survey" method as it is the most suitable for this research purpose. A questionnaire was prepared, including three points of the initial data about the students of faculty of arts, measuring the exposure of youth to mass media, and

الملخص: حظي موضوع وسائل الإعلام باهتمام العديد من المفكرين، والأكاديميين، والباحثين؛ لما له من دور في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة. لذا انطلقت هذه الدراسة للتعرف على دور وسائل الإعلام فى تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني. وتتبع أهمية الدراسة فى أنها قد تسهم فى فهم طبيعة دور وسائل الإعلام على الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات. واستخدم الباحث منهج "المسح الاجتماعي" باعتباره أنسب المناهج البحثية لمثل هذه الدراسات. حيث قام الباحثان بإعداد استبانته شملت ثلاثة محاور تضمن المحور الأول على البيانات الأولية الخاصة بطلاب كلية الآداب، والثاني يحتوى على قياس تعرض الشباب لوسائل الإعلام، والمحور الأخير يحتوى على قياس مدى الوعي الاجتماعي

finally measuring the social awareness youth. The sample includes 219 students gathering and analyzing data, the role of mass medial in forming the social awareness of university students is clear. There is number of recommendations such employing new strategies and technique to manage such how of media which targets the concepts, values of the Palestinian society to achieve social, political, cultural, and educational satisfaction.

للشباب. وقام الباحثان بتطبيق تلك الإستبانة بعد التأكد من صدقها وثباتها من خلال فعل "ثبات الإعادة" على عينه مكونه من "219" طالب. وبعد جمع البيانات، ثم تحليلها تم التوصل إلى مدى دور وسائل الإعلام فى بلورة وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلاب الجامعة. كما خرجت بتوصيات من أهمها وضع آليات، وإستراتيجيات عملية لمواجهة طوفان المادة الإعلامية، والغير هادفة، والتي تستهدف قيم ومفاهيم المجتمع الفلسطيني، والعمل على تحقيق الإثباع السياسي، والثقافي، والاجتماعي، والتربوي.

مقدمة

تطورت وسائل الاتصال، وتعددت في السنوات الأخيرة تطوراً هائلاً بفضل التقدم العلمي والثورة التكنولوجية التي شهدتها القرن العشرون. فأصبحت وسائل الإعلام تمارس دوراً جوهرياً في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة، حيث تعد وسائل الإعلام مصدراً رئيساً يلجأ إليه الجمهور في استقاء معلوماته عن كافة القضايا السياسية، والثقافية، والاجتماعية بسبب فاعليته الاجتماعية وانتشاره الواسع فهو - الإعلام - بقدرته على الحراك ومخاطبة القسم الأعظم من التكوين المجتمعي، يمتلك الإمكانية على التأثير الذي لا يأخذ صورة مباشرة وإنما يقوم بتشكيل الوعي الاجتماعي بصورة غير مباشرة، وبوتيرة متسارعة غير ملحوظة دون مقدمات. كما يمثل الإعلام عنصراً مؤثراً في حياة المجتمعات باعتباره الناشر، والمروج الأساس للفكر والثقافة، ويسهم بفاعلية في عملية تشكيل الوعي الاجتماعي للأفراد إلى جانب الأسرة والمؤسسات التعليمية والمؤسسات المدنية؛ بل إنه في كثير من دول العالم أحد منتجي الثقافة عن طريقه التفاعل والتأثير الإنساني المتبادل، وفي السنوات الأخيرة اكتسبت وسائل الإعلام، باختلافها، أبعاداً جديدة زادت من قوة تأثيره على الأفراد والجماعات. أضف إلى ذلك أن الإعلام باعتباره مؤسسة اجتماعية هامة في المجتمعات البشرية يحمل مضامين اقتصادية، وسياسية،

----- دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات وأيديولوجية إن لم تكن لها القدرة على ترسيخ ثقافة المجتمع وهويته، فإنها تؤدي إلى تزييف الوعي وإفساد العقول. [موسي، 1988، ص 243 - ص 268]

ولا بد من الاعتراف بأن الشباب العربي هو أكثر فئات المجتمع تأثراً بعمليات الغزو الثقافي؛ نتيجة للانفجار المعرفي الهائل، وتطور وسائل الإعلام الجماهيرية، وبالذات الفضائيات التي توصف وسائل الإعلام بوصفها الراهن إذا تمثل متغيراً اجتماعياً، وثقافياً مهاماً في حياة الشباب، فهو المصدر الرئيس للمعلومات والتعلم وهو أحد مصادر عمليات تشكيل الوعي الاجتماعي في عصر العولمة الإعلامية. [جلس، 2003، ص 177]

الدراسات السابقة:

وقيل استعراض ملامح الإشكالية التي تسعى الدراسة للتصدي لها نعرض لبعض الدراسات السابقة التي يمكن أن تفيد الباحثين في منهجية التصدي لهذه الإشكالية:

الواقع أنه لا توجد دراسات مباشرة اهتمت بتناول دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني، وإنما ثمة دراسات عن الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام لاسيما الفضائيات في التأثير على الهوية الثقافية أو الدينية عامة أو الدور الذي تلعبه في التوعية بقضية ما من القضايا.. ولما كانت مساحة البحث لا تسمح بتناول كل هذه الدراسات فيمكن تناول نماذج قليلة منها وذلك على النحو التالي:

دراسة نجم (1989): والتي هدفت إلى السعي للكشف عن العلاقة بين الطبقة المسيطرة والأساليب التي تستخدمها وسائل الإعلام في تزييف الوعي الجماهيري حيث خلصت الدراسة إلى أن الوجود المادي، والظروف الاقتصادية للأفراد تلعب دوراً في تحديد وعيهم الاجتماعي، كما تؤدي الأيديولوجية إلى ترسيخ مبادئ القيادة الجماعية، وأيضاً تحدث وسائل الإعلام وعياً قاصراً محدوداً يصعب التعامل معه وتأثيرها بالغ على المجتمع

دراسة السيد عفيفي (1990): والتي هدفت إلى التعرف على أسباب تدنى الوعي السياسي، وانخفاض المشاركة في شئون المجتمع وقضاياها حيث توصلت الدراسة إلى أن تدنى الوعي السياسي لدى الطلبة قلبي الإقبال على البرامج السياسية التي تقدمها وسائل

موسى حلس، ناصر مهدي -----
الإعلام، وعدم اقتناع الطالب بكفاية البرامج التي تستقطب الشباب، وتدني نسبة قراءة الصحف والمجلات، واحتلال الموضوعات السياسية لقارئ الصحف والمجلات المرتبة الأخيرة، كما أن ضعف الوعي السياسي يؤدي إلى ضعف الانتماء للأحزاب السياسية بين طلاب الجامعات.

دراسة عادل فهمي البيومي (1995): حيث هدفت الدراسة إلى تحليل مشكلة الجريمة كما يقدمها التلفزيون في ضوء مفهوم الوعي الاجتماعي لدى المراهقين عينة الدراسة وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة بين دافعيه المشاهدة ومستوى الوعي، وأنه يمكن أن يتقبل المراهق تلك القيم والمعارف المتضمنة في عالم التلفزيون بدون تفكير، وتوصل الباحث إلى أن المراهقين يعتمدون على الاتصال الجماهيري في تحصيل معارفهم.

دراسة حسين خزاعي (2001): وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور التلفزيون في تنمية الوعي الصحي باستخدام المنهج الوصفي التحليلي على عينة من المفردات للمجتمع الأردني وتوصلت الدراسة إلى أن التلفزيون مصدر أساسي في تزويدنا بالمعلومات الصحيحة، ويعتبر التلفزيون وسيلة فاعلة في نشر الوعي الصحي، كما يلعب القائمون بالاتصال دوراً هاماً في تطوير البرامج الصحية.

دراسة جميلة بكر حسين (2001): والتي هدفت إلى التعرف على مفهوم الوعي الاجتماعي لدى حالات الدراسة، ومدى اختلافه وفقاً للبعد الطبقي ومدى إدراك أفراد المجتمع لمشكلاتهم الاجتماعية، حيث توصلت الدراسة إلى أن الوعي الاجتماعي أُنس انعكاساً لخصوصية المجتمع المصري بأبعاده

الاجتماعية، وأن التلفزيون يعمل على خلق الوعي المتناقض؛ لأنه يوعي اجتماعياً من ناحية ويدعم قيم وسلوكيات تهدم الوعي من ناحية أخرى.

دراسة عبد الحكيم عبد الله مكارم (2003): وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي اليمني وعلاقة المعرفة السياسية بالإدراك السياسي والسلوك السياسي باستخدام نهج المسح والتطبيق. وتوصلت الدراسة إلى أن لمتقف الجامعي يهتم بمتابعة القضايا السياسية عربياً، ومحلياً، ودولياً، وجاء التلفزيون في مقدمة الوسائل التي يعتمد عليها الشباب، وأشارت

----- دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات
الدراسة إلى تقدم القضايا السياسية العربية عن غيرها من القضايا.

علي ضوء عرضنا للدراسات السابقة التي تتعلق بتأثيرات وسائل الإعلام في تشكيل وعي الجمهور وكذلك تأثيراتها الاجتماعية والسياسية والثقافية والمعرفية يمكن لدراستنا أن تستفيد من المنهجيات المختلفة التي تناولت بها هذه الدراسات كيفية قياس الوعي والتأثيرات الثقافية و المعرفية لوسائل الإعلام لا سيما علي الشباب ، وكذلك يمكن الاستفادة من النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات في مزيد من التعرف على الأبعاد المختلفة لمفهوم الشباب ومفهوم الوعي الاجتماعي وغيرها من المفاهيم الأساسية التي تتناولها الدراسة

* مشكلة الدراسة:

تحدد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي: ما دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدي الشباب الفلسطيني؟ ، حيث إن وسائل الإعلام تعتبر من الوسائل المؤثرة في تشكيل الوعي الاجتماعي وخاصة الشباب. وقد دفع ذلك الباحثين إلى الاهتمام بما تقدمه وسائل الإعلام، وتتبع الآثار التي يمكن أن تتركها المادة الإعلامية، ومضامينها في أنماط تفكير، وسلوك الجمهور المشاهد وفي مقدمتهم الشباب.

لهذا فإن البحث يحاول تتبع انتشار وسائل الإعلام، ودراسة تأثيرها على الوعي الاجتماعي؛ بهدف الوقوف على النتائج المترتبة على مشاهدة الشباب للوسائل المرئية، وبمعنى أدق التوصل إلى نتائج علمية وعملية عبر الدراسة الموضوعية، والميدانية لأهم إفرازات وسائل الإعلام على علاقة الناس والفعاليات الاجتماعية، وأنماط السلوك الاجتماعي، وكيفية مواجهه الظواهر السلبية الناتجة عن ذلك. ويمكن توضيح مشكلة الدراسة من خلال ما أفرزه التساؤل الرئيس من تساؤلات فرعية على النحو التالي.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما الوسائل الإعلامية الأكثر شيوعاً والتي يتعرض لها الشباب الفلسطيني؟
- 2- ما حجم تعرض طلاب جامعة الأزهر - في غزة لوسائل الإعلام؟
- 3- ما حقيقة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في التأثير على الوعي الاجتماعي لطلاب جامعة الأزهر؟

موسى حلس، ناصر مهدي -----

- 4- ما هي أشكال الوعي، ومدى تعرض الشباب للوسائل الإعلامية المرئية، وعلاقتها في بلورة مستوى معرفتهم، ووعيهم بالقضايا المجتمعية
- 5- ما مستوى إدراك الطلاب للقضايا الأساسية الخاصة بالفرد والمجتمع الفلسطيني؟
- 6- ما نوعية المعرفة والبرامج التي يُقبل على مشاهدتها الشباب الجامعي؟
- 7- ما دور وسائل الإعلام في نقل التراث الاجتماعي المتمثل في القيم، والمعايير، والتقاليد الاجتماعية؟

* أهداف الدراسة:

هدفت الدراسة إلى تحقيق:

- 1- إلي التعرف على دور وسائل الإعلام في عملية بلورة وتشكيل الوعي الاجتماعي لطلاب الجامعة بقضايا الفرد والمجتمع السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية.
- 2- محاولة الكشف عن أشكال الوعي، ومدى تعرض الشباب للوسائل الإعلامية المرئية، وعلاقتها في بلورة مستوى معرفتهم، ووعيهم بالقضايا المجتمعية.
- 3- رصد أولويات القضايا المتخزنة في الذهنية الفردية، والجماعية لدى الطالب الجامعي في فلسطين، ومدى حيوية تلك القضايا.
- 4- معرفة أهم المواد والموضوعات التي يحرص الشباب الجامعي الفلسطيني على مشاهدتها ونوعية هذه المواد والموضوعات.
- 5- الكشف عن مدى دور وسائل الإعلام في نقل التراث الاجتماعي، وأثرها على القيم، والمعايير والتقاليد الاجتماعية.

* أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في فهم طبيعة دور وسائل الإعلام على الوعي الاجتماعي لدى الشباب الجامعي. وبناءً عليه تنطوي هذه الدراسة على أهمية خاصة حيث يوجد العديد من المبررات التي تضيف على هذه الدراسة. أهمية خاصة على مستوى الفكر " العلمي " وأخرى على مستوى الواقع " العملي " ويتلخص أبرزها فيما يلي:

1- الأهمية العلمية (على مستوى الفكر):

أ- تحليل الواقع الإعلامي ووسائله في ضوء التغيرات التي يشهدها المجتمع الفلسطيني

----- دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات

ورصد الدور الذي يلعبه الإعلام المرئي، في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب.
ب- التعرف على مستوى معرفة الشباب الجامعي الفلسطيني بالقضايا السياسية، والاجتماعية والثقافية، ومدى اهتمامه بما يدور حوله داخلياً، وخارجياً.
ج- الكشف عن محتويات الوعي الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، وكذا رصد وتشخيص توجهات الوعي الاجتماعي نحو الذات والموضوع " وسائل الإعلام " والوصول إلي درجة الالتزام بالمصلحة العامة وأيضاً درجة التمحور حول المصلحة الخاصة.

2- الأهمية العلمية (علي مستوى الواقع):

أ- التأكيد على أهمية الوصول إلى استراتيجية واضحة لتحقيق الهدف الأساسي للإعلام من خلال

الاستغلال الرشيد للإمكانيات الحاضرة؛ من أجل إمكانية الوصول إلى سياسة إعلامية هادفة تعمل على تنمية الفرد، والمجتمع، وتعمل على صقل وعيه تجاه قضاياها الأساسية.
ب- وتأتي أهمية هذه الدراسة تمشياً مع حاجة المجتمع الفلسطيني لمثل هذه النوعية من الدراسات.

ج- كما تأتي أهمية الدراسة للكشف عن الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في تشكيل القيم والاتجاهات، مما يساعد القائمين على وضع السياسات، أو الأخذ بعين الاعتبار نتائج الدراسة.

مصطلحات الدراسة:

1- مفهوم الإعلام:

* يعرف الإعلام بأنه: " النقل الحر والموضوعي للأخبار، والمعلومات، والوقائع بصورة صحيحة بإحدى وسائل الإعلام مستهدفاً العقل، ولا يهدف لأي غرض سوي الإعلام ذاته لغرض التمييز بينه وبين الدعاية " . (تركي ، 1984 ، ص227)

* وهناك من يري أن الإعلام هو: " العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار، والمعلومات الدقيقة التي تركز علي الصدق والصراحة، ومخاطبة عقول الجماهير، وعواطفهم السامية، والارتقاء بهم من خلال تنويرهم، وتنقيفهم لا تخديرهم وخداعهم . (مطر، 2003، ص118)

* ويُعرف (أوتو جرت) OTT GROTH الإعلام " بأنه التعبير الموضوعي عن عقلية

الجماهير وروحها وميولها واتجاهاته " (عبيد، 2002، ص18)

2- مفهوم وسائل الإعلام:

* يقصد بوسائل الإعلام Mass media جميع الوسائل والأدوات التي تنتقل إلي الجماهير المتلقية ما يجري من حولها عن طريقة السمع والبصر. (مذكور، 1975، ص64)
* وهناك من يري أن وسائل الإعلام هي: " التي تتجسد في الراديو، والتلفزيون، والصحف والمجلات، والكتب، والسينما، والإعلان. وهي من أهم المؤسسات المرجعية التي تؤثر في شخصية، وقيم، وأفكار، وممارسات الشباب على مستوى الأمد البعيد. (الحسن، 1998، ص100)

3- مفهوم الوعي الاجتماعي:

يعرف مصطلح الوعي في اللغة على أنه: " الفهم وسلامه الإدراك " - ويعرف الوعي بأنه: " اتجاه عقلي يمكن الفرد من إدراك نفسه والبيئة المحيطة به بدرجات متفاوتة من الوضوح والتعقيد " . (مذكور، 1975، ص644)
- ويعرف الوعي الاجتماعي، في دائرة المعارف البريطانية بأنه: " هو الفهم وسلامة الإدراك، ويقصد بالإدراك هنا معرفة الإنسان لنفسه، والمجتمع الذي يعيش فيه " (p.310، 1984، dictionary)، كما ويعرف الوعي الاجتماعي بأنه: " مجموعة من المفاهيم والتصورات والآراء والمعتقدات الشائعة لدى الأفراد في بيئة اجتماعية معينة، والتي تظهر في البداية بصورة واضحة لدى مجموعة منهم تم تبنيتها الآخرون؛ لإقناعهم بأنها تعبر عن موقفهم " (حلس، صابر، 2002، ص87-91)

* الإطار النظري للدراسة:

تناولت هذه الدراسة موضوع تأثير وسائل الإعلام على الوعي الاجتماعي لدى الشباب الجامعي في فلسطين. وقد اشتمل الإطار النظري على ما يلي:

- الرؤى النظرية المفسرة للوعي الاجتماعي

- الإعلام وتشكيل الوعي الاجتماعي

- أشكال الوعي الاجتماعي

- الإعلام والتنشئة الاجتماعية

- الإعلام والشباب

----- دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات

- الإعلام وقضايا المجتمع

أولاً: الرؤى النظرية المفسرة للوعي الاجتماعي

1- الوعي الاجتماعي من منظور الاتجاهات الكلاسيكية

أ) الوعي الاجتماعي من منظور البنائية الوظيفية.

- تعد قضية الوعي من أهم القضايا التي استحوذت على اهتمام الباحثين في الاتجاه ووقفوا منها مواقف بنائية فالنظرية الوظيفية واسعة الانتشار في الفكر السوسولوجي بالغرم من تسليمها بأن الوعي أساس الوجود فإن بعض باحثيها يتجاهلون دور الوعي في تحديد المسارات الفعلية للواقع الإنساني (كولسون اوريدل 1987 ص 48) ، كما أننا نجد ان الوظيفيين يؤكدون على الطابع النفسي للظواهر الاجتماعية ويستندون إلى افتراض ان سائر العلاقات القائمة بين البشر ما هي إلا ظواهر ذات طبيعة فكرية وأن الوعي الاجتماعي يقوم على تلك الروابط ويتمثل في الثقافة الاجتماعية (سالم 1990 ص 72 73). وبناء على ما تقدم يمكن التأكيد على أن محددات الوعي الاجتماعي قد بدأت تتجلى في فكر دوركايم من خلال محاولاته النظرية لتحديد العلاقة بين الوعي وعناصر البناء الاجتماعي وأن العوامل الاقتصادية ليست الوحيدة التي تفرض أشكال الوعي بل أن هناك دور للعوامل الاجتماعية والتماثل والتوحد بين أفراد المجتمع وان الوعي الاجتماعي هو أكثر المحددات مركزية للواقع الاجتماعي وعلى الإنسان الخضوع والالتزام لذلك الواقع والتأقلم فيه وأن الحياة الاجتماعية ما هي إلا قاعدة لبنية الوعي الجماعي وان التصورات الجمعية هي مهبط التصورات الفردية (إسماعيل 1994 ص 43 44) ومن جانب آخر اهتم بارسونز بمسألة الوعي من خلال تصوره عن العلم الذي يرى أن يحاول أن يعيد بناء الواقع معتمدا على رموز تصوره ولا يجب الخلط بينهما وبين الواقع الملموس (جى روشيه، 1981، ص49)

ب) الوعي الاجتماعي من منظور الماركسية:

يمكن توضيح الرؤية المادية للوعي الاجتماعي من أعمال ماركس وإنجلز والمنهج الجدلي الذي اعتمد عليه في تحليلاتهم الاجتماعية ومن الواضح من قراءة التراث النظري أن ماركس لم يحدد ويخصص أجزاء مستقلة من أعماله من الوعي الاجتماعي ولكنه قدم تصور حول تلك القضية في إطار نظرياته العامة فعلى أساس الإحساسات الواردة عن

مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية 2010، المجلد 12، العدد 1 ----- (143)

موسى حلس، ناصر مهدي -----

العالم المادي تتشكل المدركات والأفكار والتصورات بدون ذلك الوجه الموضوعي فإن تلك الانعكاسات لا يمكن ان تتكون داخل عقل الإنسان فعلى ذلك لا يمكن للعقل بأن يقوم بهذا الإنتاج مستقلا عن تأثير العالم المحيط بيه وبناءا على ذلك فإن الوعي الاجتماعي نتاج اجتماعي تاريخي بقياس الوجود الاجتماعي في صور فكرية وذهنية مختلفة بالوعي ما يمكن ان يكون شيئا آخر سوى الوجود الواعي ووجود الناس هو حياتهم الفعلية الواقعية كما أن تطور الوعي يرتبط بعلاقاته بالأساس الذي يستند عليه دوره في الحياة الاجتماعية أو أن الناس بجانب تطويرهم لمنتجاتهم المادية فأنتهم يطورون تفكيرهم وإنتاجهم الفكري (Marx & angles.1976.p36) ويتضح مما سبق أن الوعي الاجتماعي في الفلسفة الماركسية هو وعي أفراد المجتمع وفتاته ويكون تعبيراً وانعكاساً للوجود الاجتماعي لهم وتعتبر مكونات البناء القومي من نظم وثقافة بمثابة انعكاساً لذلك الوعي الاجتماعي بل ويعبر عنه.

(ب) الوعي الاجتماعي من منظور الاتجاهات المعاصرة:

(أ) الماركسيون الجدد:

تنطلق الماركسية الجديدة من الإطار التصوري والمنهجي للماركسية الكلاسيكية وتأتي حدثتها من حيث أنها تعيد قراءة الماركسية ومحاولة إظهار مسار عمل القوانين النوعية للتطور الاجتماعي ومن خلال المعطيات التي يفرها الواقع الاجتماعي المتغير في هذا المجتمع أو غيره (J: speacack, 1982 p 12) وتتميز مواقفها بالأسلوب النقدي الراديكالي وقدم مؤسسوها حقائق ولكنها لم تخرج عن الإطار المعرفي والأيدولوجي للنظرية الماركسية الكلاسيكية (عبد المعطي 1981 ص 208).

وفي مجال تطوير الوعي الثوري ومتطلبات ذلك التطوير، ارجع جرامشي ذلك للأفكار التي تعتبر الأساس في عملية تغيير الواقع الفعلي، وارجع جرامشي فشل المثاليين، إلى سيطرة طبقة على أخرى، وذلك من خلال القهر والقوة الحقيقية للظلم وذلك من خلال مجموعة من الأكاذيب المضللة، وتعتمد في ذلك على وسائل الإعلام في نشرها في تحقيق خضوع الطبقة العاملة للأيدولوجيا البرجوازية (عبد المعطي 1981 ص 215 216).

ويذهب جولدمان في تمييزه بين الوعي الاجتماعي والأيدولوجيا، فالأول هو رؤية شاملة تضع الطبقة في أعلى مراحل قوتها والأيدولوجيا رؤية جزئية مشوهه خاص بطبقة

----- دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات
ضعيفة، وحذر جولدمان من خطورة أساليب الاتصال الجماهيري والإعلامي التي قد
تحدث وغياب لواقع قاصراً ومحدوداً، ويصعب التعامل معه مستقبلاً من خلال ما تقدمه
من رؤى مضللة زائفة تخدم طبقات معينة (أحمد، 1997، ص414) .

ب) الاتجاه الفينومينولوجي :

تهتم المدرسة الظاهرية بدراسة البني الاجتماعية، ودعائم الوعي الإنساني ومسلّماتها
الرئيسية هي أن العالم الذي نعيش فيه عالم مصنوع في وعينا أو رؤوسنا (Berger
1979, pp 160) ، ومن السخف ذكر أن وجود العالم الخارجي ذلك العالم الذي
لا معنى له إلا من خلال إدراكنا أو وعينا به، ولذا يتعين على العلماء فهم صنع البشر من
عالمهم، عالم ذو معنى ويتحقق ذلك بالتخلي عما درجنا على الاعتقاد بمعرفته، بل يتبع
أصول تلك المعرفة وكيفية وصولنا إليها (سكريب ، 1999، ص 148-149).

وأحد دعائم ذلك الاتجاه هو قياس القضايا المرتبطة بالشعور وأفكاره أو الذات
وخراتها من أدراك ووجدان وتخيل كما نرى هذه النظرية انه ليس للمعرفة أي معنى إن
لم تكن نابعة من تصورات وأفكار وإدراكات وخبرات الأفراد من عالم الظواهر (زايد،
1996، ص 39)، بمعنى آخر أن الوعي لا يمكن تفسيره في ضوء التراكم أو الانتظام أو
أسس الارتباط، إنما يفسر بارتباطه بما يأتي في متناول الحس من موضوعات والحقائق.

ج) الاتجاه النقدي:

كانت النزعة المحافظة أكثر فاعلية وصلابة وأكثر انتشاراً على مستوى الفكر
السوسيولوجي، فالدفاع عن النظام الرأسمالي القائم هو الواجب المنوط برجل علم
الاجتماع الكلاسيكي. (R- Collins, 1985, p.189)

وجاء التيار النقدي الاجتماعي ليلغي تلك المهمة الكلاسيكية عن علماء الاجتماع، حيث
أضحى ذلك التيار موازياً للتيار الكلاسيكي، وشكل ولادة تيارات معينة للتيار النقدي
الاجتماعي بوجه عام. (حجازي، 1998، ص120) وقد اتفق علماء هذا التيار على أهمية
المحور الإنساني في العملية البنائية التاريخية للمجتمعات البشرية، لما له من دور فاعل
في تشكيل العقل الإنساني الناقد المؤدى لتحرير الإنسان، وأكدوا على عنصر الذات في
النشاط الواقعي من خلال الوعي الذاتي، فالوعي الذاتي التاريخي هو القادر على إطلاق
القدرات المحدودة للإنسان، وأشاروا إلى أن الوعي هو البديل لأزمة الواقع الاجتماعي،

موسى حلس، ناصر مهدي -----
وإن غياب الوعي وتزيفه هو لب أزمة المجتمع الرأسمالي. (حجازي، 1998، ص141)

ثانياً: الإعلام وتشكيل الوعي الاجتماعي:

يشمل الإعلام جميع أوجه النشاط الاتصالية التي تعمل على تزويد الإنسان بجميع الحقائق والمعلومات المعرفية، باعتبار أن الاتصال هو قوة محركة للمجتمع بحيث يؤدي إلى حركة المجتمع حركة تفاعلية مؤثرة ومتأثرة، فالاتصال عملية اجتماعية، وتجري في بيئة معينة، تؤثر فيها وتتأثر بها، وهناك تفاعل بين الاتصال والمجتمع. (نجم، 1989، ص153)

ولفت عبد الباسط عبد المعطي الانتباه إلى أهمية الدور الذي يقوم به الإعلام، يتوقف على طبيعة العلاقة بينه وبين النظامين السياسي، والاجتماعي السائدين في أي بلد. (عبد المعطي، 1979، ص9-11). ويشير البعض إلى حقيقة أن العملية الإعلامية من خلال وسائل الإعلام، والثقافة تتحرك من خلال أيديولوجية المجتمع، فأيديولوجية المجتمع هي مفهوم متغير، بمعنى أنه يتحدد وفقاً للتيارات الفكرية والثقافية، والاتجاهات السياسية، والثقافية في المجتمع. (البطريق، 1989، ص24-25) ويرى " مارشال ماكلوهان: " أن التحولات في التكنولوجيا لها تأثيرها الواضح على التنظيم الاجتماعي وعلي المشاعر الإنسانية، ويتحدد النظام الاجتماعي بطبيعة وسائل الإعلام التي تتم من خلالها عملية الاتصال، فيدون فهم الإسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام لا نستطيع الوصول إلى المعرفة لكيفية التغيرات الاجتماعية، والثقافية التي تطرأ على المجتمعات. (نجم، 1989، ص154) ويزيد دور وسائل الإعلام في تنمية وعي الأفراد وزيادة معلوماتهم وتطلعاتهم، وتعد تلك الوسائل في الوقت الراهن، مصدراً هاماً، بل وأهم مصدر تأخذ منه معارفنا ومعلوماتنا عن العالم المحيط بنا، فهي تلعب دوراً مؤثراً في تشكيل وعي المواطنين، حيث تؤثر هذه الوسائل في الطريقة التي يدرك بها الأفراد والأمور، كما وترسم الصورة الذهنية لدى الأفراد عن الدول، والمواقف، والقضايا، والأحداث. (العاقد، 1997، ص68-280)

ويبرز عالم الاجتماع " ميلز Mills " خطورة وسائل الإعلام الجماهيرية Mass communication وكيفية تأثيرها في صياغة، وتشكيل أفكار الأفراد والتأثير في آرائهم، وتكوين وعيهم، حيث قال: " إن جانباً ضئيلاً فقط مما تعرفه من حقائق اجتماعية عن

----- دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات
العالم قد توصلنا إليه بأنفسنا، والجانب الأكبر عن طريقه وسائل الإعلام، والاتصال
الجماهيري "

(mills, 1969.p311). وهكذا نجد أن للإعلام وسائل تأثير واضحة على تشكيل
الوعي الاجتماعي، حيث يعمل النظام الإعلامي للمجتمع خلال ما يتبناه من اتجاهات
فكرية، وأيديولوجية، وطبقية على صياغة وعى الأفراد، ويعتمد ذلك على وسائل الإعلام
نفسها، وأساليب تلك الوسائل في معالجة الرسالة الإعلامية. (حلس، 2003، ص182-
184)

ثالثاً: أشكال الوعي الاجتماعي:

أ- الوعي الاجتماعي:

الوعي الاجتماعي وعي عام يشتمل على إحاطة أفراد المجتمع بمجمل القضايا
الاجتماعية والسياسية، والاقتصادية وحتى العلمية التي لها دخل في
حياتهم. [بوجلال، 1991، ص42-45]

ب- الوعي السياسي :

إن الحياة الاجتماعية هي المكان الذي يعيش فيه الإنسان، فهو بحاجة إلى السياسة،
فالحكم طبيعة في الإنسان لما فيه من طبيعة الاجتماع كما يقول ابن خلدون: "فلا بد من
نظم سياسية ينتظم بها أمر العمران البشري" (ابن خلدون، 1965، ص711-712)
فالوعي السياسي خبرة عامة نحتاجها من أجل شئون المجتمع. كما يلعب الوعي السياسي
دوراً هاماً في إنارة الطريق للممارسة السياسية.

ج- الوعي الاقتصادي :

يعبر الوعي الاقتصادي عن نفسه في التصورات النظرية واليومية مثل: تنظيم
وإدارة وسائل الإنتاج على المستوي، وفاعليه البشر وروابطهم في عملية الإنتاج،
والتوزيع، والتبادل، والاستهلاك. [curran، 1979]

د- الوعي الديني :

يمثل الدين جزءاً لا يتجزأ من السلوك الاجتماعي وينظر إليه باعتباره مجموعة من
المعتقدات الإلهية والشعائر، والثواب والعقاب التي تؤثر في أشكال ودرجات ومستويات
الوعي الفردي والجماعي . (عبد المعطي، 1989، ص7-8)

هـ- الوعي الثقافي :

الثقافة في مجملها هي المعرفة والتعليم وأن الوعي بهما يرقى بالفرد إلى مستوى اجتماعي أفضل، والوعي الثقافي يعني الوعي بالحياة اليومية بما يشمل من عادات وتقاليد وأعراف وتدين وأحكام وتفاعل وصور النشاط العام التلقائي المنظم. وهناك أشكال أخرى من أشكال الوعي وهي، الوعي الأخلاقي والوعي القانوني، والوعي العلمي، والوعي الجماهيري، والوعي بالذات، والوعي الطبقي. [محمد، 1980، ص222]

رابعاً: الإعلام والتنشئة الاجتماعية :

تعتبر الأسرة هي الخلية الأساسية الأولى التي ينشأ الفرد في أحضانها، فتعمل على إشباع حاجاته، ورغباته، وقيمة، ووعيه بالحاضر، والحفاظ على هويته الثقافية التي تنقل له من الأجيال الكبيرة، وتنمية وعي الأفراد بالحاضر والمستقبل يتطلب الارتقاء بثقافتهم الاجتماعية وتلك غاية فتسعي المجتمعات إلى تحقيقها من خلال عمليات التنشئة الاجتماعية. (حلس، مهدي، 2005، ص142) فالتنشئة الاجتماعية تتضمن عمليات متعددة أهمها التعلم الاجتماعي، والتنقيف والتوافق الاجتماعي، والانتقال الثقافي، وهي أيضاً إكساب الفرد طِفلاً، أو راشداً سلوكاً ومعاييراً، وقيماً من خلال مؤسسات عديدة أسرية، وتربوية، ودينية، وثقافية ... (البياتي، 2001، ص113)

وتأتي وسائل الإعلام في المجتمع الحديث لتقوم بدور بارز في عملية التنشئة الاجتماعية، وهذا الدور يزداد أهمية وتأثيراً بانتشار هذه الوسائل، وتطورها التقني، واختراقها لجهات الحياة المختلفة، وقبولها الفاعل بين الأفراد وخاصة الأطفال والمراهقين والشباب.

وباعتبار أن الإعلام ووسائله تعتبر مؤسسة اجتماعية، فلها دور في غرس القيم الاجتماعية وصقل الشخصية وتحديد المعايير الثقافية. (موسى، 1988، ص244)
ويري " راو Rao: " أن وسائل الإعلام عاملاً ميسراً للانتقال السهل من الطرق التقليدية إلى الطرق العصرية في الحياة، ويقول: " شرام " إن وسائل الإعلام تشارك في كل تغيير اجتماعي مثل الثورات الفكرية، والاجتماعية، والسياسية." (Gumpertg .1982.P462)

----- دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات
ولأن بناء الأسرة ووظائفها معرضه للتغير والتقلب من جديد بفعل تأثير وسائل
الإعلام المرئية، فتغير العلامات وقد تنقلص وتهمل وظائف كثيرة لأفراد الأسرة تجاه
بعضهم وتصبح لكل فرد نزعه خاصة به، الأمر الذي يدفع إلى تغيير مشاكل الأسرة من
أسرة مترابطة فيما سكن إلى أسرة مغتربة فاقدة لأوصالها، وترابطاتها.
ولكننا نقف عند نقطة معينة ونقول: إن وسائل الإعلام المرئي، لا يمكن أن تفعل فعلها
المؤثر هذا في الأسرة وتغير بنائها ووظائفها إلى الأسوأ لو كان هناك استقبال ملائم،
وإستخدام مناسب لها. (بوجلل، 1991، ص 40-58)

خامساً: الإعلام والشباب :

يرتبط النشاط الإعلامي بجملة من الشروط الاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية،
والثقافية، والتي تصبغها بنوع وتوجهات الفكر الذي يعبر ويخدم مصالح القوى المتحكمة
فيه، ومن ثم يصبح بديهياً القول: أن المؤسسة الإعلامية لا تنشأ من فراغ، ولا تعمل إلا
ضمن الإطار العام المرسوم لها، ووفق الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، وفي هذا السياق
يجب التنبيه إلى أن الخطاب الإعلامي للمؤسسة الإعلامية يتأثر بالمجتمع الذي ينتمي إليه،
وبما يحمله هذا المجتمع من قيم، وأفكار، واتجاهات، وتسهم جميعها في تحديد شكل
ومضمون الخطاب الإعلامي عبر وصوله إلى الجماهير. (حنوش، 1995، ص 46-49)
في واقع الأمر، يعيش الشباب العربي أزمة ما يسمى بالتغيير، حيث يواجه الشباب
العربي العديد من الظواهر السلبية التي تتعلق بالمحيط الاجتماعي الذي تسوده جملة من
القيم الرديئة، والتناقض الثقافي، والفوضى الاقتصادية، والفقر، والتسلط، والانحراف بكل
صوره وأشكاله وأنواعه، في عصر تتزاحم فيه وسائل الإعلام وشبكات الإنترنت على بث
أكبر قدر ممكن من المعلومات المختلفة وفي ظل سياسة الانفتاح وفي عصر الإعلام
المعولم يمكن مشاهدة ومتابعة ما يجري بسهولة، وفي ظل محاولات أصحاب القوة
والنفوذ نشر أفكارهم وتسويق توجهاتهم، أصبح الشباب أكثر عرضة للتيارات المتلاطمة
والأفكار المتناقضة والمعلومات المتجددة التي أصابت قدرتهم على تحديد خياراتهم
وأولويات مجتمعهم واحتياجاتهم. مما يجعلهم يستمدون من هذه السماوات المفتوحة،
سلوكهم، ونمط تفكيرهم، وأسلوب حياتهم بحيث يصبح التقليد والمحاكاة لمظاهر الحياة
الغربية نمطاً اجتماعياً سائداً في حياتهم اليومية، وسلوكاً متحضراً في عملية التقيف.

موسى حلس، ناصر مهدي -----
(البياتي، 2001، ص116). كما أن وسائل الإعلام المختلفة ظلت عاجزة حتى الآن عن بلورة خطاب إعلامي للشباب، ينطلق من بلورة مفاهيم ورؤى جديدة للدور الهام الذي يلعبه ولعبة الشباب في المجتمع الفلسطيني، بل إن تلك الوسائل تقوم بعرض كماً هائلاً من البرامج والمعلومات التي تعكس في مجموعها توجهاً يختلف عن الحاجات التنموية والاجتماعية والثقافية للمجتمع الفلسطيني، وخاصة فئة الشباب فهي تعكس ثقافة استهلاكية عادية وتروج لمفاهيم مختلفة عن واقع الشباب وقضاياها، مما يؤدي إلى زيادة الفجوة والهوة بين الشباب ومجتمعه. (مطر، 2003، ص115-152)
وأخيراً يمكننا القول إن وسائل الإعلام لا تمارس دورها ووظيفتها بشكل مستقل عن مؤسسات المجتمع و بالتالي فإن تأثيرها السلبي مرهون إلى حد كبير بوجود عيوب في المضمون الثقافي لوسائل الإعلام.

سادساً: الإعلام وقضايا المجتمع:

أفرز التطور الهائل لتقنيات الإعلام والاتصال على المستوى الكوني ظاهرة تحول حضاري، بحيث يترك العصر الصناعي ومجتمع الاستهلاك تدريجياً مكانهما لما يسمى: "مجتمع الاتصال". ولقد أثار هذا التدفق الإعلامي والثقافي القادم من الولايات المتحدة الأمريكية قلعة عالمية، باعتبار الظاهرة الإعلامية من أخطر الظواهر تهديداً للأمن الثقافي والأيديولوجي، والوحدة والهوية القومية داخل الإقليم الوطني للدولة. (ليب، 1994، ص41-42)

أ- العولمة الإتصالية :

يرتبط الإعلام بالبيئة السياسية الدولية، وبالبيئة الاقتصادية، والاجتماعية، وبالبيئة الثقافية، وترى نظرية الإعلام التنموي أن وسائل الإعلام في أي نسق اجتماعي تعد بمثابة المؤشر والعامل الرئيس، أو الوكيل للتغيير فيه، وهكذا فإنه من المتوقع من وسائل الإعلام تغيير اتجاهات الناس وتعليمهم التوحد، أو الحراك النفسي المهم والضروري لعملية التغيير الاجتماعي. (علم الدين، 1999، ص109)

عالم الإعلام في الوقت الحاضر هو: عالم بلا دولة، وبلا أمة، وبلا وطن، لأن الحكومات فقدت السيطرة على فضاءها الجوي، وأصبح الفضاء اللامحدود هو المكان الذي تتحرك فيه العولمة الإعلامية، وإذا نظرنا إلى الإعلام في ضوء العولمة، نجد أنه لا يشكل

----- دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات
نظاماً دولياً متوازناً لأن كل مدخلاته ومراكز تشغيله وآليات التحكم فيه تأتي من شمال
الكرة الأرضية، وهذا ما أدّى إلى هيمنة الدول المتقدمة عليه في مقابل تبعية الدول
النامية. ويرى جيديز Giddens أن عولمة الإعلام ووسائله بأنها: " ضغط للزمن،
والمكان، وأن عولمة الإعلام امتداد وتوسع في مناطق جغرافية مع تقديم مضمون متشابه
كمقدمة لمنط التوسع الثقافي. (زايد، عام، 2000، ص270)
ومن خلال هذا الإعلام الموجه الذي يستخدم الكلمات والصور، يروج لمنط الحياة
الغربية على أساس أنها الأنموذج الأمثل، وهي حياة المجتمع الرأسمالي، وتعمل على
تشجيع الآخرين للاحتذاء حزو من تقبل هذا الانموذج. (2) (سيلر، 1996، ص5)

ب- الإعلام والثقافة :

للإعلام اليوم سطوة ونفوذ في عصر ثورة الاتصال، والحق إن مكانة الإعلام تحمل
في طبيعتها فرصاً لأن يكون التأثير إيجابياً لصالح الإنسان ورفيحه، إذا أحسن توظيف
الوسائل الإعلامية، كما تحمل في طبيعتها مخاطبة أن يكون التأثير سلبياً إذا وظفت قوى
الهيمنة الإعلام لاستقلاب الهوية وتقييم القيم الهابطة. وإذا نظرنا إلى علاقة الإعلام
بالثقافة هي - في وجودها - علاقة النوع بالكل. كما وتحقق هذه العلاقة نوع من التكامل
الاجتماعي.

وتلعب وسائل الإعلام دوراً كبيراً في تشكيل ثقافة الإنسان المعاصر، حيث زالت
الحدود أمام ثقافة الصورة فزادت سلطتها ونفوذها، وأصبحت تمثل تهديداً للخصوصيات
الثقافية الحالية.

ويمكن أن تسهم في معالجة إشكالية تنظيم العلاقات الإعلامية وبالتالي الثقافية، بين
الدول على قادة التوازن في العلاقات، أو الخصوصية الحضارية.

من خلال هذا المشهد الاغتصابي لمفاعيل العولمة وفي قلب التحديات الراهنة التي يغذيها
عصر الإمبريالية الثقافية بدماء الاكتساح الثقافي واحتكار الرموز والقيم. يتطلب من
الثقافة العربية والمتقف العربي، مجهوداً نقدياً، وميدانياً، وإجرائياً، للوصول إلى التغير
المطلوب، عبر آخر معاقل المقاومة الثقافية. (1) (بلقريز، 1999، ص120-130)

ج- الإعلام والسياسة :

موسى حلس، ناصر مهدي -----

لقد أصبح واضحاً أن وسائل الإعلام تمتلك من القوة والحرية ما يؤهلها؛ لكي تلعب دوراً بارزاً في رسم السياسات المحلية، والإقليمية والدولية، كما أصبحت وسائل الإعلام جزءاً من العملية السياسية تؤثر وتتأثر بها. (عمر، 2002، ص 63-72)

فالإعلام غالباً ما يلعب دوراً نشطاً في تشكيل السياسة والقيام بخدمات متعددة ووظائف للرأي العام. ونلاحظ الدور البارز للإعلام في لعبه دوراً وسيطاً بين الشعوب والحكومة بل وبين قطاعات مختلفة داخل الحكومة نفسها وبين الحكومات الأخرى. كما يلعب دوراً واضحاً في التعبئة والدعم السياسي للحكومات وبعض القضايا الحساسة. ونلاحظ الدور الفاعل للنخب السياسية القادرة على بناء تصورات الناس وإملاء سلوكهم، وهم الذين تسمح لهم مواقعهم بالسيطرة على المعلومات ومن ثم على آراء الشعب واتجاهاته. (بن سعيد، 2003، ص 211-230) وتسهم وسائل الإعلام في زيادة الوعي السياسي للأفراد وإطلاعهم وتعريفهم بالقضايا السياسية المثارة من خلال نشراتها وبرامجها الإخبارية، حيث أصبحت من المصادر الرئيسية والمهمة في تنمية وعي الأفراد السياسي، وتزود وسائل الإعلام الأفراد بصورة عن التكوين السياسي أو النظام السياسي من خلال ما تقدمه من معلومات وتصورات عن هذا النظام. (2). (إبراهيم، 2004، ص 269)

ويمكن القول: إن الإدراك السياسي هو الدرجة التي يصل إليها الفرد في فهم كافة المعلومات عن بلاده بصفته مواطناً صالحاً يقوم بواجباته السياسية على وجه صحيح، ويمثل الإدراك السياسي "الوعي" معرفة الأحداث السياسية خارج مجتمع الفرد. وتسهم وسائل الإعلام في الالتفاف الجماهيري حول مشكلات سياسية بعينها وتخلق مناخاً إعلامياً تثار فيه التنمية السياسية وتساعد وسائل الإعلام في تكوين رأي عام صائب لحل المشكلات السياسية. (3) (إسماعيل، 1997، ص 48-49)

* الدراسة الميدانية

تهدف الدراسة الحالية في إطارها الميداني التعرف على طبيعة دور الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني، واستكشاف النتائج المترتبة على مشاهدة الشباب لوسائل الإعلام واستكشاف أنماط السلوك الاجتماعي ومستوى الإدراك للقضايا الأساسية الخاصة بالشباب والمجتمع الفلسطيني.

----- دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات
وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تقوم على رصد خصائص الظاهرة
وتحليلها، لقياس مدى وعي الشباب الجامعي بالقضايا السياسية، والاجتماعية، والثقافية،
والاقتصادية، ومدى دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الطلبة وتتمثل
إجراءات الدراسة الميدانية فيما يلي:

منهجية الدراسة:

المنهج المستخدم في الدراسة هو منهج المسح الاجتماعي والذي يعد من أنسب
المناهج ملائمة لمثل هذه الدراسة وخاصة أن هذا المنهج يدرس الظروف الاجتماعية التي
تؤثر في مجتمع معين، ويوضح العلاقة بين متغيرات الدراسة
ويعرف المسح الاجتماعي: بأنه "محاولة منظمة لتقرير، وتحليل، وتفسير الوضع
الراهن لنظام اجتماعي، أو جماعة، أو بيئة معينة، وهو ينص على الموقف الحاضر وليس
على اللحظة الحاضرة، كما يهدف للوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها
وذلك للاستفادة بها في المستقبل وخاصة في الأغراض العلمية " (حسن، 1990، 221).

أداة الدراسة :

أداة الدراسة يعد مصطلح منهجي يعني "الوسيلة التي يجمع بها المعلومات اللازمة
لإجابة تساؤلات البحث. ولقد تم تصميم إستبانة على ضوء مشكلة الدراسة حيث تم تغطية
كل هدف من أهداف الدراسة بمجموعة من الأسئلة أو العبارات التي حققت الأهداف
وأجابت عن التساؤلات.

وبعد الاطلاع على أدبيات الدراسة والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة،
قام الباحثان بتصميم أداة الدراسة وتقسيمها ثلاثة أقسام هي:

القسم الأول: يحتوى على البيانات الأولية الخاصة بطلاب كلية الآداب في جامعة الأزهر
بغزة

القسم الثاني: يحتوى على قياس مدى تعرض الشباب لوسائل الإعلام.

القسم الثالث: يحتوى على قياس مدى الوعي الاجتماعي للشباب ودور الإعلام في هذا
الوعي.

وتم حساب ثبات وصدق الأداة على النحو التالي :

موسى حلس، ناصر مهدي -----

ثبات الأداة: قام الباحثان بالتأكد من ثبات الأداة من خلال معامل (ثبات الإعادة) حيث تم تطبيق الأداة على عينة استطلاعية من أفراد مجتمع الدراسة وبعد أسبوعين تم إعادة التطبيق وتم حساب معامل (ارتباط بيرسون) بين التطبيقين وقد بلغت قيمته (0.84)، كما قام الباحثان بالتأكد من ثبات الأداة وفق معالم الاتساق الداخلي وقد بلغت قيمته (0.81) ويعتبر هذا كافياً لأغراض التطبيق.

صدق الأداة: تم التأكد من صدق الأداة بعرضها على محكمين اختصاصيين والخبراء بصورتها الأولية لإبداء آرائهم حول مدى ملاءمة فقرات الأداة من حيث المحتوى، والمضمون، وارتباطها مع البعد الذي تقيسه مع قابلية الحذف، أو الإضافة، أو التعديل، وقد تم الأخذ بملاحظات المحكمين التي رأى الباحثان أهميتها، وبهذا أخذت الأداة صورتها النهائية.

مجتمع وعينة الدراسة :

قام الباحثان بتطبيق الدراسة ميدانياً على عينة طبقية عشوائية مقدارها حوالي 10% من طلبة كلية الآداب - جامعة الأزهر - فلسطين. والتي بلغ قوامها 219 مفردة وذلك بعد استبعاد 15 استمارة لعدم صلاحيتها. وقد تم توزيع عينة الدراسة الميدانية توزيعاً نسبياً بين طلاب وطالبات كلية الآداب - حسب نسبة وجودها في المجتمع الأصلي، أي أن تمثيل كل فئة في العينة بنفس نسبة تواجدها في المجتمع الأصلي. والجدول التالي توضح مجتمع الدراسة وخصائص عينة الدراسة :

جدول رقم(1): توزيع طلاب كلية الآداب حسب التخصص والنوع (مجتمع الدراسة)(1)

المجموع	النوع		التخصص
	أنثى	ذكر	
931	248	683	علم اجتماع

(1) 2007 حسب احصائيات جامعة الأزهر بغزة-فلسطين-عمادة القبول والتسجيل-

* اعتمد الباحثان في دراستهما على طلاب كلية الآداب حيث يعملان بها أكبر شريحة طلابية يمكن من خلالها قياس الوعي الاجتماعي ودور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الطلاب.

----- دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات

318	16	302	تاريخ وعلوم سياسية
472	200	272	اللغة العربية والإعلام
344	193	151	اللغة الإنجليزية
127	88	39	اللغة الإنجليزية الفرنسية
152	39	113	جغرافيا وتخطيط
2344	784	1560	المجموع

جدول رقم (2): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة في ضوء متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
67.1	147	ذكر
32.9	72	أنثى
%100	219	المجموع

يتضح من الجدول السابق بان أفراد عينة الدراسة من الذكور أكثر من الإناث حيث شكلوا ما نسبته (67.1%) في حين شكلت نسبة الإناث (32.9%) من أفراد عينة الدراسة، وذلك يعبر عن مجتمع الدراسة بصورة واقعية ، خبث أن الشباب الذكور يميل إلى الاهتمام بالدراسات الأدبية أكثر من الإناث ، حيث أن الإناث تميل أكثر للتخصصات التربوية، حيث أن مهنة المدرسة من المهن المرغوبة للأنثى في المجتمع الفلسطيني.

جدول رقم (3): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة في ضوء متغير التخصص

النسبة المئوية	التكرار	البند
%29	63	علم اجتماع
%15	32	تاريخ وعلوم سياسية
%21	45	اللغة العربية والإعلام
%15	34	اللغة الإنجليزية
%6	13	اللغة الإنجليزية الفرنسية
%14	32	جغرافيا وتخطيط
%100	219	المجموع

يتضح من الجدول السابق بأن أكثر أفراد تخصص من عينة الدراسة هم من تخصص علم الاجتماع وذلك؛ لأن قسم الاجتماع يشمل ثلاث تخصصات فرعية. حيث شكلوا ما نسبته (29%) في حين شكلت نسبة العينة من تخصص اللغة الإنجليزية ومضاف عليها التخصص الفرعي للغة الفرنسية ما نسبته (21%) من أفراد عينة الدراسة، أما أفراد تخصص اللغة العربية والإعلام فلقد شكلوا (21%) من أفراد عينة الدراسة أيضاً، في حين شكلت نسبة الطلبة الذين يدرسون التاريخ والعلوم السياسية ما نسبته (15%)، وكذلك (14%) من تخصص الجغرافيا والتخطيط.

جدول رقم (4): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة في ضوء متغير المستوى الدراسي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى
31	68	الأول
26.5	58	الثاني
22	48	الثالث
20.5	45	الرابع
%100	219	المجموع

يبين الجدول السابق توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي حيث بلغت النسبة المئوية لطلاب المستوى الأول (31%) في حين كانت النسبة المئوية للطلاب المستوى الثاني (26.5%) ونسبة المستوى الثالث (22%) وبلغت نسبة من هم في المستوى الرابع (20.5%)، وتلك المؤشرات تدل على أنه تم مراعاة كافة المستويات الدراسية في مجتمع الدراسة.

جدول رقم (5): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة في ضوء متغير الحالة الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	البند
77.6	170	أعزب
20.1	44	متزوج
2.3	5	مطلق
%100	219	المجموع

----- دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات
يتضح من الجدول السابق بأن أكثر الأفراد من عينة الدراسة هم من العزاب حيث
شكلوا ما نسبته (66%) في حين شكلت نسبة العينة من المتزوجين (20.1%) من أفراد
عينة الدراسة، أما المطلقون فلقد شكلوا (2.3%) من أفراد عينة الدراسة، ونلاحظ هنا أن
نسب العزاب تمثل أعلى نسبة وهذا يتناسب مع مجتمع الدراسة الأصلي .

جدول رقم (6): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة في ضوء متغير نوع السكن

النسبة المئوية	التكرار	البند
34.7	76	شقة
63.9	140	منزل
1.4	3	فيلا
100%	219	المجموع

يتضح من الجدول السابق بأن غالبية أفراد عينة الدراسة من الطلاب الذين مقر
إقامتهم في منزل منفرد حيث شكلوا ما نسبته (63.9%) في حين شكلت نسبة الطلبة
الذين مقر إقامتهم في شقة (34.7%) من أفراد عينة الدراسة، وبلغت نسبة من يسكن في
فيلا (1.4%).

ونجد أن متوسط السكن في منزل أعلى من النسب الخاصة بالشقة أو الفيلا، حيث أن
الطبقة المتوسطة تمثل النسبة الأعلى في المجتمع الفلسطيني. وأيضاً يدل المؤشر على مدى
التضامن الاجتماعي وتقليدية المجتمع الفلسطيني، حيث انه مجتمع أبوي، وتميل العائلة
إلى الشكل التقليدي.

جدول رقم (7): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة في ضوء متغير الحالة التعليمية للوالد

النسبة المئوية	التكرار	البند
29.2	64	بكالوريوس ودراسات عليا
49.8	109	مؤهل متوسط
11.9	26	أقل من متوسط
9.1	20	أمي
100%	219	المجموع

يبين الجدول السابق توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة التعليمية للوالد حيث بلغت النسبة المئوية للذين لا يقرؤون ولا يكتبون (9.1%) في حين كانت النسبة المئوية للذين يحملون مؤهل أقل من متوسط (11.9%) ونسبة من يحملون مؤهل متوسط (49.8%) وبلغت نسبة من يحملون مؤهلاً جامعياً (29.2%). ونستخلص من الجدول السابق مدى أهمية التعليم في المجتمع الفلسطيني حيث أن أكثر 79% من آباء أفراد العينة لديهم مؤهلات علمية عالية

جدول رقم (8): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة في ضوء متغير الحالة التعليمية للأُم

النسبة المئوية	التكرار	البند
16.9	37	بكالوريوس ودراسات عليا
61.6	135	مؤهل متوسط
9.6	21	أقل من متوسط
11.9	26	أُمي
%100	219	المجموع

يبين الجدول السابق توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة التعليمية للأُم حيث بلغت النسبة المئوية للآئي لا يقرآن ولا يكتبن (11.9%) في حين كانت النسبة المئوية للآئي يحملن مؤهلاً أقل من متوسط (9.6%) ونسبة من يحملن مؤهلاً متوسطاً (61.6%) وبلغت نسبة من يحملن مؤهلاً جامعياً (16.9%). والواضح من المؤشرات السابقة أن المرأة الفلسطينية تحظى بقدر جيد من الأهمية لا تقل عن الرجل بل من الممكن القول أن هناك تساوى في هذه الرؤية.

جدول رقم (9): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة في ضوء متغير متوسط الدخل للأسرة

شهرياً

النسبة المئوية	التكرار	البند
25.6	56	أقل من 500 شيكل
25.1	55	ما بين 500 شيكل لأقل من 1000 شيكل
29.7	65	ما بين 1000 شيكل لأقل من 2000 شيكل

----- دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات

10.5	23	ما بين 2000 شيكل لأقل من 4000 شيكل
9.1	20	أكثر من 4000 شيكل
%100	219	المجموع

يبين الجدول السابق توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير متوسط الدخل للأسرة حيث بلغت النسبة المئوية للذين متوسط الدخل لديهم اقل من 500 شيكل (25.6%) في حين كانت النسبة المئوية للذين متوسط دخلهم ما بين 500-1000 شيكل (25.1%) ونسبة ممن متوسط دخلهم ما بين 1000-2000 شيكل (29.7%) ، ونسبة ممن متوسط دخلهم ما بين 2000-4000 شيكل (10.5%) وبلغت نسبة ممن متوسط دخلهم الشهري أكثر من 4000 شيكل (9.1%).

وهذه المؤشرات تتناسب مع واقع المجتمع الفلسطيني، والذي يعاني من واقع اقتصادي متدهور وتعيش أكثر من 50% من العائلات الفلسطينية تحت خط الفقر وهو 1100 شيكل.

تحليل نتائج الدراسة

أ- حجم تعرض الطلاب لوسائل الإعلام

جدول رقم (10): يبين معدل تعرض أفراد عينة الدراسة لوسائل الإعلام

النسبة مئوية	التكرار	البند
5.02	11	ضعيف
2.28	5	نادرا
32.88	72	أحيانا
59.82	131	دائما
%100	219	المجموع

يوضح (59.8%) من أفراد العينة بأنهم يتعرضون دائماً لوسائل الإعلام بينما (32.9%) بينوا أنهم يتعرضون أحيانا لوسائل الإعلام، وكذلك أبدى 13% من أفراد العينة بأنهم قليلاً أو نادراً ما يتعرضون إلى وسائل الإعلام.

جدول رقم (11): يبين حجم تعرض أفراد عينة الدراسة لوسائل الإعلام

النسبة مئوية	التكرار	البند
11.0	24	أقل من ساعة
50.2	110	من ساعة إلى ثلاث
32.0	70	من ثلاث ساعات إلى 6 ساعات
6.8	15	أكثر من 6 ساعات
100%	219	المجموع

كما يتضح من هذا الجدول فإن نسبة (50.2%) من أفراد العينة يتعرضون لوسائل الإعلام بمعدل من ساعة إلى ثلاث ساعات أما نسبة من يتعرضون من 3-6 ساعات في اليوم لوسائل الإعلام فإن نسبتهم 32% وأما من يتعرضون لوسائل الإعلام لأكثر من ست (6) ساعات نسبتهم (6.8%) من أفراد العينة، بينما نسبة الذين يتعرضون لوسائل الإعلام لأقل من ساعة فإن نسبتهم بلغت 11% من أفراد العينة.

جدول رقم (12): يبين أسباب ودوافع تعرض أفراد عينة الدراسة لوسائل الإعلام

الترتيب	البند	التكرار	%
1	لمتابعة الأحداث المحلية	163	74.4
2	لتنمية معلوماتي الثقافية والسياسية	154	70.3
3	لمتابعة الأفلام والمسلسلات	106	48.4
4	لمتابعة الأحداث العالمية	105	47.9
5	للإمام التام بالقضايا المثارة للتمكن من الحوار مع الآخرين	104	47.5
6	للتسلية والترفيه وتمضية وقت الفراغ	101	46.1
7	لمتابعة المواضيع والقضايا الاجتماعية	99	45.2
8	للحصول على معلومات تفيدني في حياتي العملية وفي اتخاذ القرارات المناسبة بشأنها	98	44.7
9	للمتابعة الرياضية	71	32.4
10	للاطلاع على عادات وتقاليد الشعوب الأخرى	29	13.2
11	لزيادة الرصيد المعرفي في المجالات الدينية	29	13.2
12	لتطوير الذوق العام في المأكول والمشرب والملبس	12	5.5

----- دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات
على الرغم من تعدد أسباب ودوافع أفراد العينة لوسائل الإعلام إلا أن الأحداث المتسارعة التي تشهدها الساحة الفلسطينية تستقطب جُلَّ اهتمام عينة الدراسة، فلقد احتلت متابعة الأحداث المحلية المرئية الأولى في الدوافع والأسباب بنسبة (74.4%) وجاءت تنمية المعلومات الثقافية والسياسية في المرتبة الثانية بنسبة (70.3%) ثم متابعة الأفلام والمسلسلات بنسبة (48.4%)، ثم متابعة الأحداث العالمية بنسبة (48.4%) وجاء في ذيل القائمة الإطلاع على عادات وتقاليد الشعوب الأخرى بنسبة (13.2%) وكذلك زيادة الرصيد المعرفي في المجالات الدينية بنفس النسبة، وأخيراً تطوير الذوق العام في المأكّل والمشرب والملبس بنسبة (5.5%).

وهذا يعكس الواقع الفلسطيني بظروفه السياسية التي تشكل الاهتمام الأعظم لغالبية أفراد المجتمع الفلسطيني بالبرامج السياسية التي تتناول الأحداث المحلية، والتي تنمى المعلومات الثقافية والسياسية للمبحوثين، وهذه المؤشرات تدل أيضاً على مدى الوعي بالقضايا الاجتماعية والاهتمام بالأحداث العالمية

جدول رقم (13): يبين ترتيب وسائل حسب أهميتها لأفراد عينة الدراسة

الترتيب	المجموع	أولوية 5	أولوية 4	أولوية 3	أولوية 2	أولوية 1	
الرابع	219	15	137	46	6	15	الصحف
الثالث	219	8	42	127	23	19	المجلات
الأول	219	8	10	39	70	92	الراديو
الثاني	219	37	22	9	113	38	التلفزيون
الخامس	219	140	13	13	11	42	الإنترنت

وحول ترتيب وسائل الإعلام حسب أهميتها أعطى ما نسبته (42%) من أفراد العينة الراديو كأول وأهم وسائل الإعلام ثم أتى بعده التلفزيون بنسبة (51%) كأولوية ثانية، ثم المجلات بنسبة (57.5%) كأولوية ثالثة، وبعد ذلك أتت الصحف في الترتيب الرابع بنسبة (62.5%) كأولوية رابعة، واحتلت الإنترنت المرتبة الأخيرة بنسبة (63.5%).

ب- دور وسائل الإعلام في الوعي الاجتماعي للطلاب

جدول رقم (14): يبين درجة فعالية وسائل الإعلام على زيادة الوعي الاجتماعي

مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية 2010، المجلد 12، العدد 1 ----- (161)

بشكل فعال

النسبة مئوية	التكرار	البند
12.8	28	ضعيفة
67.6	148	متوسطة
19.6	43	كبيرة
%100	219	المجموع

جاء تأكيد (86.3%) من المبحوثين على أن وسائل الإعلام تؤثر في زيادة الوعي الاجتماعي بشكل فعال ولكن درجة الفاعلية ليست بدرجة كبيرة حيث أكد (67.6%) من المبحوثين أن درجة فعالية وسائل الإعلام في زيادة الوعي متوسطة، بينما أكد (19.6%) من المبحوثين على أنها كبيرة، بينما أشار (12.8%) من المبحوثين على أنها ضعيفة.

جدول رقم (15): يبين أكثر وسيلة تفيد في تنمية الوعي الاجتماعي

النسبة مئوية	التكرار	البند
2.7	6	الصحف
8.2	18	المجلات
22.8	50	الإذاعات المسموعة (الراديو)
56.6	124	المحطات التلفزيونية
9.6	21	الإنترنت
%100	219	المجموع

جاءت المحطات التلفزيونية (الراديو) على رأس الوسائل الإعلامية في قدرتها على تنمية الوعي الاجتماعي بنسبة (56.6%)، ثم جاءت الإذاعات وبفارق كبير في المرتبة الثانية بنسبة (22.8%) ثم تقارب الإنترنت كوسيلة إعلامية مع المجلات بنسبة (9.6%) واحتلت الصحف ذيل القائمة في تنمية الوعي بنسبة (2.7%) من مجموع المبحوثين. ومن خلال الجدول السابق يتضح أن الفضائيات من أكثر الوسائل تأثيراً على الشباب الفلسطيني لما تمثله من سمة للقرن الواحد والعشرين وتقدم التكنولوجيا ووسائل الاتصال الإنساني ولما لها من سرعة في نقل وتحليل الحدث.

----- دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات

جدول رقم (16): يبين الوسائل المساندة لوسائل الإعلام في نشر الوعي

الترتيب	البند	التكرار	نسبة مئوية
1	الأسرة	145	66.2
2	المتقنون والمفكرون	101	46.1
3	المؤسسات التعليمية	99	45.2
4	المساجد	86	39.3
5	المراكز الثقافية	84	38.4
6	علماء الدين	76	34.7
7	المؤسسات الحكومية	69	31.5
8	الجمعيات الأهلية	65	29.7

بسؤال الباحثين عن احتياج وسائل الإعلام إلى وسائل أخرى مساندة لنشر الوعي الاجتماعي أكد (90.4%) من الباحثين أنها بحاجة إلى وسائل مساعدة حيث احتلت الأسرة رأس القائمة بنسبة (66.2%) وبفارق ليس بكبير عن المثقفين والمفكرين وكذلك المؤسسات التعليمية، بينما المساجد جاءت في المرتبة الرابعة بنسبة (39.3%) بينما الجمعيات الأهلية احتلت المرتبة الأخيرة بنسبة (29.7%).

جدول رقم (17): يبين تأثير وسائل الإعلام على السلوكيات والأخلاق

البند	التكرار	نسبة مئوية
تأثير إيجابي	137	62.6
تأثير سلبي	82	37.4
المجموع	219	100%

وبسؤال الباحثين عما إذا كانت وسائل الإعلام تؤثر سلباً أو إيجاباً عن السلوكيات والأخلاق، أكد (62.6%) من الباحثين على أن لها تأثيراً إيجابياً، بينما أجاب ما نسبته (37.4%) من أفراد العينة بأن لها تأثيراً سلبياً.

جدول رقم (18): يبين إضافات وسائل الإعلام لمعلومات جديدة

الترتيب	البند	التكرار	نسبة مئوية
1	أضافت لدي معرفة ببعض القضايا الاجتماعية	177	80.8
2	سلوكيات جديدة على المستوى الاجتماعي	148	67.6
3	تعلمت طرق جديدة عن الحياة الزوجية	76	34.7
4	تعرفت على قضايا الأزياء والموضة	34	15.5
5	شراء سلع متعددة من خلال الإعلانات	30	13.7
6	تعرفت على طرق جديدة في طهي الطعام	24	11.0
7	لم تضيف لي شيئاً جديداً	13	5.9

أبدى المبحوثون وبنسب متفاوتة حول المعلومات الجديدة التي تضيفها وسائل لهم، فقد أكد (80.8%) من المبحوثين على أن وسائل الإعلام أضافت لديهم معرفة ببعض القضايا الاجتماعية بينما أشار (67.6%) من المبحوثين أن وسائل الإعلام أضافت إليهم سلوكيات جديدة على المستوى الاجتماعي، في حين أشار (34.7%) من المبحوثين أن وسائل الإعلام علمتهم طرق جديدة عن الحياة الزوجية. و(15.5%) أعطتهم معلومات جديدة عن الأزياء والموضة، وكذلك أشار (13.7%) من المبحوثين أو وسائل الإعلام عرفتهم على سلع جديدة ومتعددة من خلال الإعلانات لشرائهم، وكذلك ولم يري (5.9%) من المبحوثين أن الإعلام أضاف إليهم شيئاً جديداً.

ج- مستوى الإدراك للقضايا الأساسية للفرد والمجتمع ودور وسائل الإعلام في بلورة الوعي:

جدول رقم (19): يبين القضايا التي تقدمها وسائل الإعلام وتهم أفراد عينة الدراسة

الترتيب	البند	التكرار	نسبة مئوية
1	الفقر والبطالة	157	71.7
2	الزواج والطلاق	120	54.8
3	الإدمان والمخدرات	112	51.1
4	مشاكل الشباب والمراهقين	107	48.9
5	الصحة	105	47.9

----- دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات

42.5	93	العنف والتطرف الحزبي	6
40.6	89	الانحلال الأخلاقي والاجتماعي	7
32.4	71	العنف والتطرف الديني	8
30.6	67	التراث	9
30.1	66	التفسير الخاطئ للدين	10
29.7	65	الفساد	11
23.7	52	السحر والشعوذة	12
22.8	50	العلاقات الجنسية	13
19.2	42	التوظيف	14
18.3	40	الترباط الأسري	15
15.5	34	الوساطة والمحابة	16
12.3	27	الأمية	17

أبدى (73.1%) من المبحوثين بتأييدهم إن وسائل الإعلام تقدم قضايا تهمة الشباب، واحتل الفقر والبطالة القضية الأولى التي تقدمها وسائل الإعلام ويهتمون بها بنسبة (71.7%) والزواج احتل المرتبة الثانية بنسبة (54.8%)، تلتها قضية الإدمان والمخدرات بنسبة (51.1%).

أما العلاقات الجنسية ومشكلة التوظيف فلقد احتلت نهاية الترتيب ولكن ليس بنسب ضئيلة بل بنسب مرتفعة إلى حد ما فالأولى أبدى (22.8%) من أفراد العينة باهتمامهم بها، وكذلك (19.2%) أبدوا اهتمامهم بالثانية أما (26.9%) أكدوا بأن وسائل الإعلام لا تقدم قضايا تهمة الشباب.

ومن بيانات الجدولين السابقين تتضح أهمية القضايا الاجتماعية لدى الشباب الاجتماعية ولما لها من انعكاسات تؤثر عليهم بشكل مباشر، حيث يعاني أهالي قطاع غزة من حصار فرض عليهم منذ أكثر من خمس سنوات، وهو بالضرورة سينعكس بالسلب على أغلب القضايا الاجتماعية التي تهمة الشباب، كالزواج والفقر والبطالة والإدمان..... الخ.

جدول رقم (20): مع من تناقش القضايا

الترتيب	البند	التكرار	نسبة مئوية
---------	-------	---------	------------

56.2	123	الأصدقاء	1
52.1	114	الزملاء في الجامعة	2
41.1	90	الأسرة	3
30.1	66	الأساتذة	4
23.3	51	الجيران	5

أكد (87.2%) من المبحوثين تأكيدهم على مناقشة القضايا التي تطرحها وسائل الإعلام مع الأصدقاء، والزملاء في الجامعة، والأسرة، والأساتذة في الجامعة ومع الجيران واحتل الأصدقاء المرتبة الأولى بنسبة (56.2%) بينما احتلت المرتبة الأخيرة في المناقشة بنسبة (23.3%) أما (12.8%) من أفراد العينة لا يناقشون القضايا التي تطرحها وسائل الإعلام مع أحد.

جدول رقم (21): أي الفئات من وجهة نظرك تلقى اهتماماً أكثر في وسائل الإعلام

الترتيب	البند	التكرار	نسبة مئوية
4	فئة الرجال الكبار	75	34.2
5	فئة الشباب (ذكور وإناث)	66	30.1
3	فئة النساء المسنات	78	35.6
2	فئة الأطفال	86	39.3
1	فئة المعاقين	121	55.3

احتل المعاقون المركز الأول من حيث اهتمام وسائل الإعلام بها بنسبة (55.3%) وجاءت في المرتبة الثانية الأطفال بنسبة (39.3%) واحتل الشباب المرتبة الأخيرة بنسبة (30.1%) وعلى الرغم من هذا الترتيب التنازلي نرى أن النسب متقاربة إلى حد ما والفوارق بسيطة إذا استثنينا فئة المعاقين.

ويتضح في هذا الجدول أن فئة الشباب يحتلوا المرتبة الثانية من حيث الاهتمام في وسائل الإعلام، مما يدل على أن الشباب الفلسطيني يتطلع إلى أن يروا أنفسهم في المرتبة الأولى من الاهتمام لان قضاياهم هي الأهم من حيث الأولوية.

جدول رقم (22): ما معدل تعرضك للبرامج التي تهتم بالقضايا الاجتماعية

----- دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات

البند	التكرار	نسبة مئوية
حسب الظروف	110	50.2
شهريا	7	3.2
أسبوعيا	33	15.1
يوميا	69	31.5
المجموع	219	%100

بسؤال المبحوثين عن معدل تعرضهم للبرامج التي تهتم بالقضايا الاجتماعية، أكد (50.2%) من المبحوثين بأنهم يتعرضون حسب الظروف، وأكد (31.5%) بأنهم يتعرضون بشكل يومي بينما لم تزد نسبة التي يتعرضون أسبوعياً عن (51.1%) من إجمالي المبحوثين، وكذلك (3.2%) أكدوا أنهم يتعرضون لهذه القضايا الاجتماعية في وسائل الإعلام شهرياً.

جدول رقم (23): ما درجة اعتمادك على وسائل الإعلام في الحصول على المعرفة

بالقضايا الاجتماعية

البند	التكرار	نسبة مئوية
محدودة	19	8.7
متوسطة	167	76.2
كبيرة	33	15.1
المجموع	219	%100

وهذا ما أكده السؤال حول درجة اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام في الحصول على المعرفة بالقضايا الاجتماعية حيث أكد (76.2%) من المبحوثين بأنهم يعتمدون على وسائل الإعلام بنسبة متوسطة و(8.7%) بنسبة محدودة بينما أكد (51.1%) من المبحوثين بأنهم يعتمدون على وسائل الإعلام بنسبة كبيرة.

د- البرامج التي يقبل على مشاهدتها الشباب

جدول رقم (24): يبين أي الموضوعات تشد انتباه الطلاب أكثر من غيرها

الترتيب	البند	التكرار	نسبة مئوية
1	برامج الشباب	151	68.9
2	الأفلام الاجتماعية	141	64.4
3	الأفلام العلمية	116	53.0
4	الموضوعات الخاصة بالزواج	64	29.2
5	برامج الأطفال	60	27.4
6	ثقافة الاستهلاك السلعي	48	21.9
7	الموضوعات الخاصة بالأزياء	44	20.1
8	الموضوعات الخاصة بالمطبخ	18	8.2

جاءت برامج الشباب على رأس قائمة الموضوعات التي تشد انتباه الباحثين بنسبة (68.9%) تلتها ويفارق بسيط الأفلام الاجتماعية بنسبة (64.4%) ثم جاءت بعد ذلك الأفلام العلمية بنسبة (53%). ثم تقاربت الموضوعات الخاصة بالزواج بنسبة (29.2%) مع برامج الأطفال وبنسبة (27.4%) كما تقاربت ثقافة الاستهلاك السلعي مع الموضوعات الخاصة بالأزياء بنسبة (21.9%) للأولى ونسبة (20.1%) للثانية. بينما أشار (8.2%) من الباحثين إلى أن الموضوعات الخاصة بالمطبخ تشد انتباههم.

هـ - دور الإعلام في نقل التراث والمحافظة على الثقافة

جدول رقم (25): يبين هل أن وسائل الإعلام تعمل على نقل التراث الاجتماعي

البند	التكرار	نسبة مئوية
لا أعتقد	24	11.0
إلى حد ما	143	65.3
إلى حد كبير	52	23.7
المجموع	219	%100

وبسؤال الباحثين عن دور وسائل الإعلام في نقل التراث الاجتماعي أكد (23.7%) من الباحثين عن أن وسائل الإعلام تسهم في نقل التراث الاجتماعي بشكل كبير بينما أجاب

----- دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات ما نسبته (65.3%) من أفراد العينة أن وسائل الإعلام تنقل التراث الاجتماعي بشكل متوسط، و (11%) من المبحوثين لا يعتقدون أن وسائل الإعلام تعمل على نقل التراث الاجتماعي.

جدول رقم (26): يبين تأثير وسائل الإعلام في العلاقات الأسرية

النسبة مئوية	التكرار	البند
37.4	82	تقوية العلاقة بين الأبناء والآباء
31.1	68	تضعف العلاقة
26.0	57	ليس لها تأثير على هذه العلاقة
5.5	12	أخرى
100%	219	المجموع

وعن الدور المؤثر لوسائل الإعلام في العلاقات الأسرية أكد ما نسبته (37.4%) من أفراد العينة على أن وسائل الإعلام تعمل على تقوية العلاقة بين الآباء والأبناء بينما أشار (31.1%) على أنها تضعف هذه العلاقة، ويرى (26%) من المبحوثين أن وسائل الإعلام لا يوجد بها تأثير في العلاقات الأسرية بينما يرى (5.5%) من المبحوثين أن وسائل الإعلام لها دور أحياناً يأخذ الشكل الإيجابي فيما يختص بتناول العلاقات الأسرية وطبيعية ومشكلات الأبناء والأطفال... الخ وأحياناً يأخذ الشكل السلبي من خلال التأثير بالعلاقات السطحية والفردية.

جدول رقم (27): يبين أن الحوار الأسري هل يساعد في التغلب على؟

النسبة مئوية	التكرار	البند
29.7	65	التأثير السلبي لوسائل الإعلام على سلوك الشباب
33.8	74	تنمية القيم الاجتماعية والإنسانية
18.3	40	تقوية الاتجاهات الاجتماعية لدى الشباب
34.7	76	كل ما ذكر

يرى أغلب أفراد العينة أن الحوار الأسري يسهم بشكل كبير في التغلب على كثير من القضايا، حيث أكد ما نسبته (29.7%) من المبحوثين على أن الحوار الأسري يساعد في التغلب على التأثير السلبي لوسائل الإعلام على سلوك الشباب بينما يرى (33.8%) أن مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية 2010، المجلد 12، العدد 1 ----- (169)

موسى حلس، ناصر مهدي -----
الحوار الأسري يساعد على تنمية القيم الاجتماعية والإنسانية وكذلك أشار (18.3%) إلى أن الحوار الأسري يؤدي إلى تقوية الاتجاهات الاجتماعية لدى الشباب بينما يرى (34.7%) أن الحوار الأسري يساعد على التغلب على جميع القضايا المطروحة.

و- المقترحات التي يراها الطلاب ضرورية لكي تساعد وسائل الإعلام على نشر الوعي الاجتماعي

يرى (37.9%) من عينة الدراسة أن هناك مقترحات ضرورية لكي تساعد وسائل الإعلام في نشر الوعي الاجتماعي ومن هذه المقترحات:

- 1- تعزيز قدرات الشباب وتنمية مهاراتهم الفكرية والاجتماعية.
- 2- مناقشة إشكاليات الشباب بشكل بناء وخاصة في ظل الأحداث المتسارعة والظروف التي يمروا بها من أجل الوصول إلى وضع خطط استراتيجية لحل إشكالاتهم الاجتماعية والاقتصادية.
- 3- التركيز على مفاهيم المواطنة والانتماء والهوية والحقوق والواجبات.
- 4- وضع ضوابط على وسائل الإعلام لتفادي الثقافات المؤثرة سلباً على الثقافة المجتمعية.
- 5- تعزيز وسائل الإعلام الفلسطينية بآليات وكوادر خبيرة بالوضع الفلسطيني من أجل النهوض الفكري والتموي بالمجتمع الفلسطيني وخاصة الشباب.
- 6- مراقبة البرامج المحلية والتي قد يسهم في تفشي مظاهر سلبية لدى الشباب وخاصة فيما يتعلق بالعنف والتعصب الأعمى والتكفير... الخ.
- 7- نشر ثقافة احترام الرأي الآخر والاستفادة من تجارب الآخرين.
- 8- تقديم برامج يعدها ويقدمها الشباب أنفسهم فهم أدري بمشاكلهم.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة لنتائج أهمها:

1. يتضح من خلال نسبة تعرض الطلاب لوسائل الإعلام مدى تأثير وسائل الإعلام على الوعي الطلابي حيث وصلت نسبة الذين يتعرضون دائماً وأيضاً 92.7%، مما يؤكد نسبة ارتفاع في دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي ويمثل الراديو

----- دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات

المرتبة الأولى من حيث الأهمية.

2. بالنسبة للتساؤل حول دور وسائل الإعلام في التأثير على الوعي الاجتماعي أكد المبحوثين على أهميتها وبشكل متوسط وكبير حيث بلغت النسبة 87.2%، من خلال متابعة الأحداث المحلية، وجاء ذلك انعكاساً لخصوصية المجتمع الفلسطيني بأبعاده المختلفة وخاصة السياسية منها.

3. الفقر والبطالة من أهم القضايا التي تهتم أفراد العينة.

4. وحول دور وسائل الإعلام في مستوى الإدراك للقضايا الأساسية الخاصة بالفرد والمجتمع، يتضح مدى تأثيرها في فهم قضايا الشباب ومشاكلهم من خلال وسائل الإعلام، حيث بلغت نسبة المبحوثين الذين يرون في وسائل الإعلام وسيله لدعمه الاجتماعي، 86.3%.

5. ومن حيث البرامج التي يشاهدها الشباب ومدى مساهمة وسائل الإعلام في تنمية معرفتهم ببعض القضايا الاجتماعية، والثقافية، والاقتصادية، يتبين لنا مدى الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في تنمية الوعي الاجتماعي، كما وتلعب الأوضاع الاقتصادية دوراً أساسياً في تحديد وعى الشباب.

6. تعتبر الأسرة من أهم الوسائل المساندة لوسائل الإعلام في تنمية الوعي الاجتماعي

7. ساهمت وسائل الإعلام في إضافة معارف جديدة لدي عينة الدراسة بنسبة (80.8%)

8. تعتبر مشاكل الشباب والمراهقين من أهم القضايا التي تجذب انتباه الشباب في وسائل الإعلام.

9. تساهم وسائل الإعلام في نقل التراث والثقافة ولكن ليس بشكل جيد بل بحد متوسط .

10. أبرزت الدراسة وعياً لدى الشباب بمختلف أنواع الوعي سواء على المستوى الاجتماعي، والسياسي، والاقتصادي، ويتبين لنا من خلال المحور الخاص بالبرامج التي يُقبل على مشاهدتها الشباب، جاءت انعكاساً لخصوصية وتمايز المجتمع الفلسطيني بأبعاده المختلفة.

11. بينت الدراسة أن الوعي جاء انعكاساً للوجود الاجتماعي، والذي ارتبط بما يعانيه الشباب الفلسطيني من حالة لها من الخصوصية والتي تميزه عن غيره من الشباب

توصيات الدراسة:

- أسفرت نتائج الدراسة عن قصور في برامج وأساليب الإعلام الهادفة في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني بالشكل الأكثر تأثيراً وسيذكر الباحثان عدداً من التوصيات التي يعتقد أن لها المردود الإيجابي، وتشمل هذه التوصيات ما يلي:
1. العمل على تقديم برامج هادفة في وسائل الإعلام حيث تكون المادة الإعلامية ومضمونها هادف، لتحقيق حاجات وإشاعات الشباب الفلسطيني، من خلال دراسات تقييمية قبلية.
 2. وضع آليات وإستراتيجيات عملية لمواجهة طوفان المادة الإعلامية، غير الهادفة والتي تستهدف قيم ومفاهيم المجتمع الفلسطيني. والعمل على تحقيق الإشباع السياسي، والثقافي، والاجتماعي، والتربوي.
 3. اعتبار وسائل الإعلام من أهم المصادر التي تلعب دوراً هاماً في إثارة اهتمام الشباب بالقضايا الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية، والثقافية، إلى جانب طرحها العديد من المشاكل الشبابية، فلا بد أن تكون الوسائل الإعلامية بالأخص التلفزيون قادراً على طرح هذه القضايا والمشاكل بشكل متميز، الذي يلعب دوراً واضحاً في تشكيل وبلورة الوعي لدى الشباب. يجب العمل على تطوير الأداء والتخطيط العلمي السليم ورسم سياسة هادفة يمكن من خلالها إحداث نوع من التوازن بين حاجات الفرد والمجتمع.
 4. تعميق وعي الجمهور بمضامين الغزو الإعلامي وسلبياته على الفرد، وعلاقاته، وعلى المجتمع. العمل على إبراز القيم التنموية في وسائل الإعلام من خلال التنسيق المتكامل بين الأجهزة المجتمعية المختلفة.
 5. العمل على تطوير برامج واقعية، تكون قادرة على استقطاب الشباب، وتزويدهم بمعلومات وحقائق عن واقعه وتوضيح أهم القضايا التي تسمى واقع الشباب.
 6. تفعيل دور الجامعات، والمؤسسات غير الحكومية في الإسهام في التخطيط، والتنفيذ، والتقييم للبرامج الإعلامية التوعوية الهادفة سياسياً، واجتماعياً، وثقافياً
 7. وضع آليات وإستراتيجيات عملية لمواجهة طوفان المادة الإعلامية للحد من المواد غير الهادفة.

- دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات
8. الإيعاز إلى مختلف الكليات بالجامعات الفلسطينية بإجراء دراسات وبحوث حول أثر وسائل الإعلام بشكل عام والمرئية والمسموعة بشكل خاص في إثراء الحياة الثقافية ، ونقلها إلى دوائر أوسع بحكم طبيعتها كأداة توصيل واسعة الانتشار وقياس مدى هذا الأثر في نقل الثقافة الجادة بتاريخها العريق ومنجزاتها عبر العصور ، وشرح أبعاد الثقافات المتنوعة من خلال تكريس مفاهيم الحوار والحرية والتعدد الحضاري والإبداع الذاتي .
9. لا بد أن تحتل ثقافة الشباب الجامعي مكانة في إستراتيجية الإعلام الجماهيري ، فالشباب أمانة في أعناق المجتمع ، وكفالاته حقوقا ورعاية ثقافية ، استثمار طويل الأجل للثروة البشرية . وإذا كانت من أهداف الإستراتيجية الإعلامية استمرارية الثقافة والوعي الاجتماعي والسياسي ، فإنما يكون ذلك بدءا بالمؤسسات التعليمية ، أنها النواة التي تتكون فيها صورة المستقبل . وأن هذه الثقافة يجب أن تقوم على أسس ومعايير قوامها :
- أ- تأصيل الهوية الثقافية للشباب الجامعي ، على أساس من الدعم وتنمية إحساسهم بالأصالة العربية والإسلامية ، ومن التفاعل مع العصر ومتغيراته وفق معايير وخطط مدروسة بما يتناسب وتطلعات الشباب الجامعي .
- ب- التأكيد على تراثه العربي والإسلامي ، وعلى ما يزخر به من منجزات ومواقف وشخصيات كان لها دورها البارز في الحضارة العربية ، لتكون ركيزة أساسية لتنمية إحساس الطالب الجامعي بالهوية الثقافية العربية .
- ج- الحرص على أن يكون ما تقدمه للشباب الجامعي من قيم ثقافية وعناصرها وأدواتها غنيا بالمعاني المستوحاة من ثرائنا الأصيل والمنسجمة مع طبيعة الشباب وحاجاته.
- د- توجيه أدوات الوعي والثقافة السياسية ووسائلها المختلفة التي تزخر بها تقنيات العصر لتكون تقنيات فعالة في تنمية الشباب الجامعي وتنمية مدركاته وإمكاناته ، لا أن تكون مقننات لمجرد الإمتاع والمؤانسة فحسب .

المراجع

1. إبراهيم، محمد سعد، الإعلام التنموية والتعددية الحزبية، القاهرة، دار الكتب العلمية للنشر
مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية 2010، المجلد 12، العدد 1 ----- (173)

- موسى حلس، ناصر مهدي -----
والتوزيع، 2004.
2. ابن خلدون، العبر وديوان المبتدأ والخبر في أيام العرب والعجم والبربر ومن عاصرهم من ذوي السلطان الأكبر، مقدمة ابن خلدون، تحقيق على عبد الواحد وافي ط2، ج4، القاهرة، لجنة البيان العربي، 1965.
 3. إسماعيل، محمود حسن، التنشئة السياسية، دراسة في دور أخبار التلفزيون، القاهرة، دار النشر للجامعات، 1997.
 4. البطريق، نسمة أحمد، نظرية الإعلام المرئي السمعي دراسة في المدخل الاجتماعي، ط2، 1989.
 5. بلقرز، عبد الإله، العولمة والممانعة، دراسات في المسألة الثقافية، الرباط، 1999.
 6. بن سعيد، أحمد بن راشد، قوة الوصف، دراسة في لغة الاتصال السياسي ورموزه، عالم الفكر، العدد 1، المجلد 32، 2003.
 7. بوجلال، عبد الله، الإعلام وقضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي، المستقبل العربي، العدد 147، 1991.
 8. البياتي، باسل، فضائيات الثقافة الواندة وسلطة الصورة، مجلة المستقبل العربي، ع267 بيروت. مركز دراسات الوحدة العربية، 2001.
 9. تركي، مصطفى، وسائل الإعلام، وأثرها في شخصية الغزو، مجلة الفكر ج 14، على 4 (الكويت - وزارة الإعلام الكويتية، 1984)
 10. حجازي، أحمد مجدي، العولمة والتدفق المعلوماتي، الإبعاد الأبعاد الاجتماعية والآثار، السلبية، موقع Google.
 11. الحسن، إحسان محمد، تأثير الغزو الثقافي على سلوك الشباب العربي، أكاديمية نايف العربية للعلوم الإنسانية، الرياض 1998.
 12. حلس، موسى، ناصر مهدي، الأسرة والمجتمع، سلسلة دراسات المجتمع الفلسطيني غزة، فلسطين، 2005.
 13. حلس، موسى عبد الرحيم، مدخل إلى علم الاجتماع، مكتبة ومطبعة دار المنار، غزة، فلسطين، 2003.
 14. حنوش، زكي، أزمة الشباب العربي بين التغيير والإرهاب، وصراع القيم، الفكر العربي، السنة 16، العدد 8، 1995.
 15. زايد أحمد، اعتماد علامة، التغيير الاجتماعي، مكتبة الإنجلو المصرية، القاهرة، 2000.
 16. سيللر، هربت. المتلاعبون بالعقول، عالم المعرفة، ع106. ترجمة عبد السلام رضوان،
- (174) ----- مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية 2010، المجلد 12، العدد 1

----- دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات

1986.

17. شكري صابر، موسي حلس، الوعي الاجتماعي العربي، تحليل سيولوجي، مكتبة دار المنارة غزة 2002.
18. العاقد، احمد، من نسق الانغلاق إلى نسق الانفتاح عن التواصل الثقافي القنوات
19. عبد المعطي، عبد الباسط، الإعلام وتزييف الوعي ، القاهرة، دار الثقافة الجديدة، 1979.
20. عبد المعطي، عبد الباسط، الوعي الديني والحياة اليومية في القرية المصرية، القاهرة، مركز دراسات الوحدة العربية، 1989.
21. عبيد، عاطف، نظريات الإعلام والرأي العام، ط1، ج1، القاهرة، دار الفكر العربي، 2002.
22. علم الدين، محمود، تعقيب ورقة حسن حامد، الاختراق في مجال الأخبار والمعلومات ندوة، الاختراق الإعلامي للوطن العربي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، ط2 1999.
23. على، نبيل، الثقافة العربية وعصر المعلومات، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون، الكويت، عدد خاص 265، 2001.
24. عمر، السيد أحمد مصطفى، إعلام العولمة وتأثيره في المستهلك، المستقل العربي، ع256، 23 لسنة 2003.
25. الفضائية، المجلة العربية للثقافة، السنة السادسة عشر، ع33، تونس، 1997،
26. لبيب، سعد، مدخل لتحديد مفهوم الاختراق الإعلامي، ندوة الاختراق الإعلامي للوطن العربي، القاهرة 23-24 نوفمبر 1996 ، معهد البحوث العربية، ط2، 1999.
27. مذكور، إبراهيم وآخرون، معجم العلوم الاجتماعية، ط1، القاهرة، الهيئة المصرية للكتاب) 1985
28. محمد علي محمد، الشباب والمجتمع، ط1، الإسكندرية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1980، ص222.
29. مطر، عاطف، دور التلفزيون، في تشكيل الوعي الاجتماعي، لطلاب الجامعات، رسالة ماجستير، غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، 2003.
30. موسى، عصام سليمان، الثقافة الإعلامية، مجلة العلوم الاجتماعية، مج16 جامعة الكويت، ع48 1988
31. نجم، طه، علم اجتماع المعرفة، ط1، الإسكندرية - دار المعرفة الجامعية، 1996.

- 32- Longman dictionary of the English language, great British culture center, 1984.
- 33- Gumpert g. and cathcart, R. ed. Tours inter media, 2 nd. Ed. London; oxford university press, 1982. p462.
- 34- Mills, C. R .1969, the power elite. Oxford University: London
- 35- James curran, ed, mass comminication ad- society. The open university. First publish ed, London, 1979.p 50.
- 36-J: Speacack: Consciousness and change, oxford Black well 1982.p12.
- 37- Schutg, Berger, luckman: pherom, enological, sociology, in charles clemert, "sociology and twilight of man" Routledge and kegan paul, London, 1979, pp 160-166.
- 38- R- Collins: The socidogical traditiens, NewYourk University press 1985, p.189.

الملاحق: (أداة الدراسة)

أولاً : البيانات الأولية:

- 1- النوع: ذكر أنثى
- 2- الحالة الاجتماعية : أعزب متزوج مطلق
- 3-المستوى الدراسي: الأول الثاني الثالث الرابع
- 4- دخل الأسرة شهرياً (تقريباً) : أقل من 500 شيكل ما بين 500 لأقل من 1000 شيكل ما بين 1000 لأقل من 2000 شيكل ما بين 2000 لأقل من 4000 شيكل أكثر من 4000 شيكل
- 5- مكان السكن: شقة منزل فيلا
- 6- ملكية المسكن : إيجار ملك
- 7- مستوى تعليم الأب: بكالوريوس ودراسات عليا مؤهل متوسط اقل من متوسط أمي
- 8- مستوى تعليم الأم: بكالوريوس ودراسات عليا مؤهل متوسط اقل من متوسط أمية

ثانياً : تعرض الشباب لوسائل الإعلام :

- س 1- ما وسائل الإعلام التي تتعرض لها ؟ (رتبها حسب أهميتها)
- الصحف المجالات الإذاعات المسموعة (الراديو) المحطات التلفزيونية

----- دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات

الإنترنت أخرى أذكرها

س2- ما معدل تعرضك لوسائل الإعلام ؟

دائماً أحيانا نادراً ضعيف

س3- ما حجم تعرضك لوسائل الإعلام يومياً ؟

أقل من ساعة من ساعة إلى 3 ساعات

من 3 ساعات إلى 6 ساعات أكثر من 6 ساعات

س4- ما دوافع (أسباب) تعرضك لوسائل الإعلام ؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

لمتابعة الأحداث المحلية لمتابعة الأحداث العربية والعالمية

للاطلاع على عادات وتقاليد الشعوب الأخرى لتنمية معلوماتي الثقافية والسياسية

لمتابعة المواضيع والقضايا الاجتماعية لزيادة الرصيد المعرفي في المجالات الدينية

لمتابعة الرياضة للتسلية والترفيه وتمضية وقت الفراغ

للحصول على معلومات تفيدني في حياتي العملية وفي اتخاذ القرارات المناسبة بشأنها

لتطوير الذوق العام في المأكل والمشرب والملبس

للإلمام التام بالموضوعات والقضايا المثارة للتمكن من الحوار مع الآخرين

لمتابعة الأفلام والمسلسلات أخرى اذكرها

س5- برأيك هل وسائل الإعلام تقدم القضايا التي تهتم الشباب ؟

نعم لا

س6- إذا كانت إجابتك (بنعم) ما نوع هذه القضايا ؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

الزواج والطلاق العنف والتطرف الديني العنف والتطرف الحزبي

الإدمان والمخدرات مشاكل الشباب والمراهقين الفساد

الصحة السحر والشعوذة الوساطة والمحاباة

الانحلال الأخلاقي والاجتماعي التوظيف الفقر والبطالة

الترابط الأسرى العلاقات الجنسية الأمية

التفسير الخاطيء للدين التراث أخرى حددها

س7- برأيك ما القضية الأكثر بروزاً في وسائل الإعلام من القضايا السابقة ؟

س8- ما القضية التي تحتاج إلى معالجة أكبر من جانب وسائل الإعلام من وجهة نظرك ؟

س9- هل تتناقش مع أحد حول القضايا الاجتماعية التي تتناولها وسائل الإعلام ؟

موسى حلس، ناصر مهدي -----

نعم لا

س10- إذا كانت إجابتك (بنعم) مع من تتناقش في هذه القضايا ؟

الأسرة الزملاء في الجامعة الأصدقاء
 الجيران الأساتذة أخرى اذكرها

س 11- أي الفئات تلقى اهتماماً أكثر في وسائل الإعلام؟ (رتبها حسب الأهمية)

فئة الرجال الكبار فئة الشباب (ذكور وإناث) فئة النساء المسنات
 فئة الأطفال فئة المعاقين أخرى أذكرها

س12- ما أهم البرامج التي تقدم القضايا التي تهتم الشباب ؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

البرامج السياسية البرامج التعليمية البرامج الإخبارية
 البرامج العلمية والتكنولوجية البرامج التعليمية البرامج الاقتصادية
 البرامج الترفيهية البرامج التثقيفية البرامج الرياضية
 البرامج التنموية الإعلانات المسلسلات و الأفلام
 الأغاني المسرحيات أخرى حددها

س 13- ما معدل تعرضك للبرامج التي تهتم بالقضايا الاجتماعية ؟

يوميا أسبوعيا شهريا حسب الظروف

ثالثاً : الشباب والوعي الاجتماعي :

س14- ما درجة اعتمادك على وسائل الإعلام للحصول على المعرفة بالقضايا الاجتماعية؟

كبيرة متوسطة محدودة

س15- برأيك هل تؤثر وسائل الإعلام على زيادة وعيك الاجتماعي بشكل فعال ؟

نعم لا

س16- إذا كانت إجابتك (بنعم) برأيك ما مدى درجة فعاليتها ؟

كبيرة متوسطة ضعيفة

س17- ما أكثر وسيلة إعلامية ترى أنها تفيدك في تنمية الوعي الاجتماعي ؟

الصحف المجلات الإذاعات المسموعة (الراديو)
 الإنترنت المحطات التلفزيونية أخرى اذكرها

س18- باعتقادك هل تحتاج وسائل الإعلام لوسائل أخرى مساندة لنشر الوعي الاجتماعي؟

نعم لا

س19- إذا كانت إجابتك (بنعم) فما هذه الوسائل برأيك ؟

(178) ----- مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية 2010، المجلد 12، العدد 1

----- دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات

- الأسرة المؤسسات التعليمية المراكز الثقافية المساجد
 الجمعيات الأهلية علماء الدين المثقفون والمفكرون المؤسسات الحكومية
 أخرى حددها

س20- هل ترى أن لوسائل الإعلام تأثيراً على السلوكيات والأخلاق ؟

- نعم تأثير إيجابي تأثير سلبي لا اعرف

س21- من خلال تعرضك لوسائل الإعلام أي الموضوعات تشد انتباهك أكثر من غيرها؟
يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- ثقافة الاستهلاك السلعي الأفلام الاجتماعية الأفلام العلمية
 برامج الأطفال برامج الشباب الموضوعات الخاصة بالزواج
 الموضوعات الخاصة بالأزياء الموضوعات الخاصة بالمطبخ أخرى اذكرها

س22- هل وسائل الإعلام أضافت إليك معلومات جديدة عن ؟ (تعدد الاجابة مسموح)

- شراء سلع متعددة من خلال الإعلانات سلوكيات جديدة على المستوى الاجتماعي
 أضافت لدي معرفة ببعض القضايا الاجتماعية تعلمت طرق جديدة عن الحياة الزوجية
 تعرفت على قضايا الأزياء والموضة تعرفت على طرق جديدة في طهي الطعام
 لم تضيف لي شيئاً جديداً أخرى أذكرها

س23- إلى أي مدى ساهمت وسائل الإعلام في معرفتك بالقضايا الاجتماعية التالية ؟

الدرجة	القضية		
	كبيرة	متوسطة	ضعيفة
			الزواج والطلاق
			العنف والتطرف الديني
			العنف والتطرف الحزبي
			الإدمان والمخدرات
			مشاكل الشباب والمراهقين
			الفساد
			الصحة
			السحر والشعوذة
			الوساطة والمحابة
			الانحلال الأخلاقي والاجتماعي
			التوظيف

			الفقر والبطالة
			الترايط الأسري
			العلاقات الجنسية
			الأمية
			التفسير الخاطئ للدين
			التراث

س 24- هل تعتقد أن وسائل الإعلام تعمل على نقل التراث الاجتماعي ؟

إلى حد كبير إلى حد ما لا اعتقد

س 25- في رأيك هل تلعب وسائل الإعلام دوراً مؤثراً في ؟

تقوية العلاقة بين الأبناء والآباء تضعف هذه العلاقة

ليس لها تأثير على هذه العلاقة أخرى أذكرها

س 26- في رأيك هل يساعد الحوار الأسري في التغلب على ؟

التأثير السلبي لوسائل الإعلام تنمية القيم الاجتماعية والإنسانية

تقوية الاتجاهات الاجتماعية لدى الشباب كل ما ذكر

س 27- هل لديك مقترحات ضرورية لوسائل الإعلام لنشر الوعي الاجتماعي بفاعلية؟

لا نعم إذا كانت أجابتك (بنعم) فما هذه المقترحات ؟