

عادات تعرض طالبات الجامعة لبرامج المرأة في الفضائيات وعلاقتها بتعزيز القيم الاسرية

د. منتهى هادي التميمي

قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية

كلية الاعلام / جامعة بغداد

المستخلص

ان وضع المرأة في اي مجتمع يمثل احد المعايير الاساسية لقياس درجة تقدم ذلك المجتمع ومتابعة مسيرة النهضة جنبا الى جنب مع الرجل , ومما لاشك فيه ان المرأة تحظى الان باهتمام الدولة ولو كان محدودا , حيث تقوم الايديولوجيات العامة على ضرورة مشاركة المرأة في عمليات البنية الاقتصادية والاجتماعية , وحققها في كسب المعلومات والمعرفة والترفيه وممارسة دورها في التطوير من خلال دورها الرئيس والفاعل في تكوين الاسرة وتربية الاجيال .

وتؤثر الروافد الاساسية التي تستقي منها المرأة معلوماتها وافكارها تاثيرا مباشرا في تكوين كيان المرأة الثقافي والمعرفي , وتاتي القنوات الفضائية في مقدمة تلك الروافد , من حيث تلبية احتياجاتها الفكرية وتزويدها بما يجري في المجتمع سواء على المستوى المحلي ام العالمي , ومدىها بالقدرة على اتخاذ القرارات المناسبة لمواجهة المعضلات التي تواجهها وتحقق اهدافها المختلفة النفسية والاجتماعية .

وجاء هذا البحث للكشف عن عادات تعرض طالبات الجامعة اللواتي يشكلن اكثر من نصف النساء في المجتمع , وما الاسباب والدوافع وراء هذا التعرض وعلاقتها بتعزيز الروابط والقيم الاسرية لديهن .

وكانت اهم نتائج البحث من خلال اجراءات البحث الميدانية وتطبيق المعادلات الاحصائية, ارتفاع نسبة مشاهدة برامج المرأة من المبحوثات وعد هذه البرامج مصدراً مهماً من مصادر المعلومات المعرفية والفكرية للمبحوثات , وقد تم اثبات الفرضية الرئيسية للبحث بوجود علاقة ايجابية بين مضامين تلك البرامج وتعزيز القيم الاسرية لدى المبحوثات في المجتمع .

Exposure Habits of Female College Students for women's Programs in the Satellite and its Relationship to the Promotion of Family Values

Dr. Muntaha Hadi

College of Mass Communication

University of Baghdad

Abstract

The status of women in any society is one of the basic criteria for measuring the degree of progress that society and follow renaissance march side by sidewith men , and is no doubt that women are now of interest to the state , even if limited , which promotes public ideologies on the need for womens participation in economic infrastructure operations and social and the right to gain information and knowledge, entertainment and exercise its role in development through its president and actor in the family and raising the next generation configuration.

And affect the basic tributaries that draws them women information and ideas have a direct impact on the composition of cultural and cognitive entity woman comes satellite channels in the forefront of those tributaries, in terms of meeting the intellectual needs and providing them with what is happening in the community, both at the local level or the global and extended the ability to make the appropriate decisions to confront the dilemmas faced and achieve its goals of different psychological and social.

The research was presented for the detection of university students who make up more than half of the women in the community habits , and the reasons and motives behind this exposure and its relationship to strengthen ties and family values to have .

The main search results through research procedures and field application of statistical equations , the high proportion of show womens programs by the respondents of these programs promise an important source of knowledge and intellectual innformation to the respondent , was to prove the hypothesis key to search the existence of a positive relationship between the content of those programs and the promotion of family values in respondent in the community .

المقدمة

تحتل وسائل الاعلام موقعا مهما وسط المقاييس التي تشير الى مستوى الحضارة في اي بلد من بلدان العالم والى مدى الديمقراطية في هذا المجتمع اذناك . ومما لا شك فيه ان وسائل الاعلام تتدخل في تشكيل الكثير من مفاهيم الناس وتصوراتهم في الكثير من مجالات الحياة واهم تلك الوسائل القنوات التلفزيونية، واصبحت المجتمعات الحديثة تعتمد اعتمادا كبيرا على القنوات التلفزيونية الفضائية في نقل الرسائل الاتصالية التي يراد لها ان تصل الى الجماهير وهذا يعني قدرة القنوات التلفزيونية على تشكيل اولويات الجمهور، وذلك لما تتمتع به من خصائص تتيح لها ان تكون متفوقة في التأثير والانتشار على وسائل الاتصال الاخرى، ومع ازدياد نسبة المشاهدة التلفزيونية للمجتمع عموما، ولكل الفئات وتعد فئة الشباب اكثر فئات المجتمع تعرضا للقنوات الفضائية لا سيما فئة (النساء الشباب) وذلك بحكم وضعها الاجتماعي من حيث انهم فئة تعيش مرحلة انتقالية نحو تغيير وضعها الفكري والاجتماعي عن طريق تحصيل المعرفة، فالشباب هم الاكثر قدرة على فهم التقنية الحديثة وتطبيقها، وبالتالي هم الاكثر اقبالا على الاستفادة منها والتاثير فيها، فالطلبة الجامعيون ليسوا فقط اكثر الفئات تعرضا للتغير بل انهم يشكلون اقوى عوامل التغيير الثقافي والاجتماعي لما يحملون من رؤى وتصورات تخالف في بعض جوانبها ما لدى الاجيال السابقة التي عاشت احوال وتقنيات تختلف تماما عما هو موجود الان^(١).

مشكلة البحث

لاحظت الباحثة ان هناك غموظا يلف تحديد عادات تعرض الطالبات لبرامج المرأة وكذلك علاقة هذا التعرض بتعزيز القيم الاسرية لدى عوائلهن وللكشف عن هذه العلاقة حددت الاسئلة التالية:

١. ما مدى تعرض طالبات لبرامج المرأة؟
٢. ما البرامج المفضلة لدى الطالبات؟
٣. ما الفترات الملائمة للمشاهدة؟
٤. ما الاسباب والدوافع وراء التعرض لبرامج المرأة؟
٥. هل هناك علاقة ما بين كثافة التعرض لبرامج المرأة وتعزيز القيم الاسرية لديهن؟
٦. ما طبيعة العلاقة بين كثافة التعرض لبرامج المرأة وتعزيز القيم الاسرية؟

الاهداف

- ١ . معرفة مدى تعرض الطالبات لبرامج المرأة في الفضائيات
- ٢ . معرفة مدى كثافة التعرض
- ٣ . تحديد الفترات المفضلة وزمن التعرض للطالبات لبرامج المرأة في الفضائيات
- ٤ . تحديد نوع العلاقة ما بين كثافة التعرض والقيم الاسرية لدى الطالبات
- ٥ . اسباب ودوافع تعرض الطالبات لبرامج المرأة في الفضائيات

اهمية البحث

ان اهمية كل بحث علمي تاتي من اهمية المشكلات التي يثيرها والموضوعات التي يتناولها والمجالات التي يمتد لها , كما ان بحوث الجمهور هي من البحوث المهمة للتعرف على عادات الجمهور في التعرض لوسائل الاعلام , واستخدام الجمهور لهذه الوسائل وما هي اهم الدوافع وراء ذلك التعرض . وتاتي اهمية هذا البحث كونه يتناول موضوعة عادات التعرض للبرامج المتخصصة بالمرأة من قبل طالبات الجامعة , لا سيما ونحن في عصر التخصص الاعلامي من ناحية الجمهور والمضمون واهميته ليكون رسالة موجهة مباشرة للجمهور المستهدف مما يساهم في تحقيق الاهداف المرجوة من بث المادة الاعلامية لشريحة مهمة مثل شريحة المرأة .

منهج الدراسة

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تركز على سمات وخصائص المجتمع الخاضع للدراسة , وقد تبنت الباحثة منهج المسح والذي يعد جهدا منظما في سبيل الحصول على المعلومات عن الظاهرة المدروسة , والتعرف على الخصائص الاساسية التي يمتاز بها الجمهور عبر تعرضه للبرامج المدروسة واسباب دوافع ذلك التعرض ومديات تعرضه لتلك البرامج^(١) وبما يسمح بتعميم المسح على المجتمع.^(٢)

مجتمع البحث

اختارت الباحثة طالبات كلية الاعلام لاربع مراحل , وذلك لان طالبات كلية الاعلام يدرسن ضمن تخصصهن اعداد البرامج والاعلام المتخصص ويعتبرن اقرب لفهم الاسئلة المتضمنة في استمارة البحث .

نوع العينة واجراءات اختيارها

بعد حصر عدد مجتمع البحث وهو طالبات كلية الاعلام للمراحل الاربعة للعام الدراسي (٢٠١٢ - ٢٠١٣) لاقسام الكليات كافة ” (قسم الصحافة , قسم الصحافة الاذاعية والتلفزيونية , قسم العلاقات العامة) والبالغ عددهن (٣٦٩) طالبة اخذت الباحثة العينة القصدية , فشملت المرحلة الثالثة والمرحلة الرابعة , للاسباب التالية :

١ . ان هذا النوع من العينة يعطي الباحثة فرصة لدراسة مجتمع يحقق اهداف بحثها كون المجتمع ضمن الاختصاص .

٢ . ان هذه العينة اي العينة القصدية تحقق للباحثة فرصة للكشف عن مشكلة البحث .

وفضلت الباحثة اختيار طالبات المرحتين الثالثة والرابعة وذلك للاسباب التالية :

١ . ان الباحثة كونها تدريسية في كلية الاعلام تدرك ان الطالبة في المرحلة الثالثة والرابعة تدرس مواد منهجية تستطيع من خلالها معرفة مفهوم الاعلام المتخصص بقضايا المرأة .

٢ . ان الباحثة تدرك ان طالبات المرحلة الثالثة والرابعة يدرسن ضمن المفردات مادة مناهج البحث ولذلك افترضت الباحثة انهن سيتعاملن بوعي مع الاستمارات التي ستوزع عليهن .

بلغ عدد العينة القصدية (١٨٠) مبحوثة وبعد تطبيق قانون اختيار العينات ومدى تمثيلها ظهرت النسبة ممثلة لمجتمع البحث قياسا باحجام العينات الملائمة لانجاز البحوث وقامت الباحثة بتوزيع الاستمارات وكان المسترجع منها (١٤٠) : والقانون

$$\text{عدد العينة } ١٨٠ \times ١٠٠ = \text{نسبة تمثيل العينة } (٤١\%)$$

مجتمع البحث ٣٦٩

الصدق والثبات

بعد اعداد اداة البحث استمارة الاستبانة المكونه من (١٩)سؤالاتم عرض الاستمارة على الخبراء :

١. أ.د وسام فاضل _ جامعة بغداد - كلية الاعلام

٢. أ.م. د. طالب عبد المجيد - جامعة بغداد - كلية الاعلام

٣. أ.م.د. رعد الكعبي - جامعة بغداد - كلية الاعلام

وكانت نسبة اتفاقهم على صلاحية ما تم وضعه من اسئلة لقياس ما يراد قياسه , وظهرت نسبة اتفاقهم عالية , اما فيما يخص الثبات , فان العلاقة بين صدق الاختبار وثباته علاقة ارتباطية عالية (٢) , ويشير الخبراء ان كل اختبار صادق هو ثبات بالضرورة وقد اعتمدت الباحثة على ارتفاع نسبة الصدق كونه يشكل مؤشرا على ثبات النتائج .

تعريف مصطلحات البحث

عادات المشاهدة

كلمة عادات هي جمع (عادة) وهي : نمط من السلوك يقوم به الانسان , ويعود الى فعله مرارا وتكرارا (٤) وبالتالي فان عادات المشاهدة : هي سلوكيات الانسان المصاحبة للمشاهدة التلفزيونية والتي يحرص على القيام بها مرارا وتكرارا كلما شاهد التلفزيون (٥) .

يقول علماء النفس ان العادة تتكون من ثلاثة عناصر مرتبطة ببعضها البعض .

- العنصر الاول : المعرفة (اي المعرفة النظرية بالشيء المطلوب عمله)
- العنصر الثاني : الرغبة (اي توفر الدوافع والحوافز والميل النفسي لعمل هذا الشيء)
- العنصر الثالث : المهارة (اي القدرة والتمكن من عمل هذا الشيء)

فاذا التقت هذه العناصر الثلاثة في عمل من الاعمال فقد اصبح عادة , واذا نقص واحد من هذه العناصر فانه يحول دون التعود على العمل .

التعرض

شواهد الواقع اللغوي للفعل (تعرض) ومصدره التعرض , تؤكد ان (التاء) تفيد رغبة الفاعل في الفعل , والعرب يقولون : عرض لي الشيء واعرض وتعرض واعترض بمعنى واحد , فهذه النصوص اللغوية للتعرض بمعنى الاعتراض وهي تدل على ان الفعل (تعرض)

ومصدره التعرض يفيدان رغبة الفاعل في الفعل والمفعول به^(٦). اما اصطلاحا فقد تناوله العديد من الباحثين والمختصين في الاتصال باعتباره نشاط اتصالي يمارسه الجمهور للتعرف على الرسائل الاتصالية التي تنقلها وسائل الاتصال , وبما يلائم اتجاهاته وميوله واهتماماته اي يكون انتقائي بتعرضه لهذه الرسائل لا سيما البرامج التلفزيونية منها بغية الحصول على ما يشبع حاجاته ورغباته , ويلبي طموحاته وتطلعاته^(٧) .

طالبات

كلمة طالبات هي جمع (طالبة) و(الطالب الجامعي) حسب تعريف اتحاد الجامعات العربية , فانه يعرف بالتالي هو الشخص المسجل لنيل درجة علمية وفق الانظمة المعمول بها في الجامعة المعنية .

جامعة

حسب تعريف اتحاد الجامعات العربية هي : (مؤسسة تعليم عال وبحث علمي ذات شخصية اعتبارية مستقلة بها من قبل الدولة القائمة فيها , تعنى بالتعلم بعد الثانوي وتقدم برامج لا تقل مدة الدراسة فيها عن اربع سنوات او ما يعادلها في ساعات معتمدة للمرحلة الجامعية الاولى مع مراعاة النظم المعمول بها دوليا , وتمنح احدى الدرجات الجامعية البكالوريوس او الماجستير او الدكتوراه او ما يعادلها .

القيم

هي مجموعة الاخلاق والمبادئ الحسنة التي يجب الالتزام بها لما لها من اثار ايجابية على الفرد والمجتمع عامة , والقيم شيء معنوي تكتسبه الاشياء والافراد والقضايا متعلقة ومؤثرة بها , وهذا ما يجعل السلوك المحمي بالقيمة سلوكا عميق الجذور لارتباطه بالارادة والوجدان من حيث كونه محبوبا وبالعقل من حيث كونه ذا قيمة ومبررا^(٨) .

الاطار النظري للبحث

الجمهور وعلاقته ببرامج المرأة .

تطورت وسائل الاتصال وتعددت في السنوات الاخيرة تطورا هائلا بفضل التقدم العلمي والثورة التكنولوجية التي شهدتها , فاصبحت وسائل الاعلام تمارس دورا جوهريا في اثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة , حيث تعد وسائل الاعلام مصدرا رئيسا يلجأ اليه الجمهور في استقاء معلوماته عن كافة القضايا السياسية والاجتماعية بسبب فاعليتها وانتشارها الواسع .

وهذا يعني قدرة وسائل الاعلام على تشكيل اوليات الجمهور وخاصة الفضائيات , وذلك لما تمتاز به من خصائص تتيح لها ان تكون متفوقة في التأثير والانتشار حيث تجمع الصوت والصورة واللون والحركة فتسيطر على حواس الانسان كلها , فضلا عن اتساع جمهورها ونسبة المشاهدة لرسائلها الاعلامية ولكل الفئات , كما ان ظهور القنوات الفضائية المتخصصة مثل القنوات الرياضية والاذخارية والاسرة والطفل والدينية وكذلك الغنائية والاقتصادية , جاء مواكبا للنمط الجديد في عالم متغير وباتت الفضائيات تبث برامجها على مدار الساعة (١).

وتعد فئة النساء وخاصة طالبات الجامعة اكثر فئات المجتمع تعرضا للقنوات الفضائية وذلك بحكم وضعها الاجتماعي من حيث انها فئة تعيش مرحلة انتقالية نحو تغيير وضعها الفكري والاجتماعي من خلال تحصيل العلم والمعرفة , فطالبات الجامعة يعدن اكثر الفئات تعرضا للتغيير ويشكلن اقوى عوامل التغيير الثقافي والاجتماعي لما يحملن من رؤى وتصورات تخالف في بعض جوانبها ما لدى الاجيال السابقة التي عاشت ظروفًا وتقنيات تختلف تماما عن ما هو موجود الان (٢).

لقد اصبحت القنوات الفضائية حقيقة واقعة ومؤثرة في حياة المشاهدين ومن ثم لم يعد في الامكان تجاهلها لما لها من العديد من الآثار على مشاهديها وذلك من خلال ما تقدمه من كم هائل من البرامج المتخصصة من حيث الشكل والمضمون , حيث تمثل قوة اعلامية لا يستهان بها في تشكيل ادراك وتصورات الراي العام بشأن نظام الحكم والسلطة ولها الدور الكبير في تشكيل افكار واتجاهات المرأة وقيمها الاجتماعية والثقافية , كما تمثل الفضائيات احدى الوسائل الهامة التي تنقل المعلومات والمعارف والخبرات الى الجمهور , كما تقدم اطارا مرجعيا ومعلوماتيا يسهم في تدعيم وتوثيق معلومات الجمهور , وهو ما يؤدي الى تدعيم علاقة الفرد واحاطته علما بكل ما يحيط به ومشاركته فيه , من خلال ما تقدمه من برامج متنوعة حيث انها تعتبر من المصادر الاساسية التي يستقي الفرد منها معلوماته ومعارفه وتلعب دورا هاما في التنشئة الاجتماعية (٣).

الفضائيات وتعزيز القيم الاسرية

تعد الاسرة اهم لبنة اجتماعية وهي بمنزلة المؤسسة الاجتماعية الاولى التي ينشأ فيها الفرد , ومن عملية التنشئة الاجتماعية يكتسب الكثير من الاتجاهات والقيم , وتشكل الاسرة منظومة متكاملة تقوم على اسس اقتصادية واجتماعية وادارية واخلاقية فهي ليست

تكويننا ماديا يجمع افرادا في زمن ومكان معين , بقدر ما هي مونات مادية ومعنوية تشير ايضا الى العلاقات الناشئة بين هذه المكونات وما تتضمنه من مكونات اخرى تميز اسرة عن غيرها تتمثل في حجم الاسرة وهل هي ممتدة ام نووية وعاداتها وتقاليها , والمسؤولية فيها كما ونوعا (من هو المسؤول عن كل جزئية من شؤون الاسرة) ودور كل من افرادها ومن يحكم هذه الادوار ومحل سكنها (ريف ام حضر) ومستواها المعيشي , وغيرها من معايير يجعلنا ننظر الى الاسر كأنظمة متباينة , وربما في كثير من الاحيان لا يجمعها الالفة اسرة

وما دمنا نتحدث عن القيم لابد ان نتحدث عن الاتجاهات التي تشكل مدخلا لتكوين القيم , وتعرف الاتجاهات بانها مجموعة مترابطة من الاراء المستقرة نسبيا .

والاتجاه مفهوم يعكس مجموعة من استجابات الفرد (كما تتمثل في سلوكه) نحو الموضوعات والمواقف الاجتماعية التي تختلف نحوها استجابات الافراد نتيجة جدلية هذه الموضوعات , وتتسم استجابات الافراد بالقبول او الرفض بدرجات متباينة^(١٤) , وغالبا تكتسب الاتجاهات من عدة عوامل :

١ . تمثل انعكاس العلاقات داخل الاسرة , على سبيل المثال , الاتجاهات المحافظة مقابل الاتجاهات المتحررة نتيجة لطريقة حياة الاسرة .

٢ . التعرض لخبرة انفعالية صارمة كحالة الصدمة او المرور بتجربة سارة تكون اتجاها محابيا او معارضا .

٣ . الانعزالية التي تجعل من اتجاهات الفرد نموذجا خاصا به

٤ . الاعلام والاتصال صاحب الدور الاساسي في نقل المعلومات التي تمثل الارضية المعلوماتية لبناء الاتجاهات .

وطبقا لهوفلاند تتشكل الاتجاهات نتيجة مثير يؤدي الى الاستجابة , وغالبا ما يحكم الاستجابة (الانتباه والفهم) الوعي الذي يتكون تدريجيا اذا توافرت مقوماته الاساسية المتمثلة في المعرفة العقلية , والمعرفة الوجدانية , والاعتزاز (الايمان) بقيمة هذه المعرفة والاسعداد لخدمة هذه المعرفة .

وتتسم القيم بالعمومية اكثر من الاتجاهات وتعد الاتجاهات قيما متعلقا بموضوعات محددة , بمعنى اخر يمكن لمجموعة اتجاهات ازاء موضوعات متعددة ان تكون قيمة لدى الفرد^(١٥) . وتشكل القيم مقياسا للسلوك ومنظما للعلاقات بين الافراد , فالمسؤولية الاجتماعية قيمة تشمل عدة اتجاهات منها الايجابية نحو احترام العمل , والاسرة , والتعليم

, والمشاركة الاجتماعية , والتعاون . كما تتضمن القيمة اصدار حكم على الشخص (١١) .
 وقيم الاسرة هي جزء من قيم المجتمع الذي نعيش في كنفه , مع الاخذ بالحسبان التباينات
 التي تحملها الاسر وانعكاساتها على قيمها , مثلا القيم التي تحملها الاسر الريفية تختلف
 كلا او جزئيا عن القيم التي تحملها الاسر الحضرية , من حيث المهنة او العادات والتقاليد
 وغيرها من القيم , وهذا لا يلغي التشابه في اطار المحيط الاجتماعي الذي يجمع الاسر .
 وتعتبر وسائل الاعلام وما تزال المثير الاقوى بين المثيرات التي يتعرض لها الفرد ,
 حيث تمارس وسائل الاعلام والاتصال وفي مقدمتها الفضائيات تأثيرا مباشرا وغير مباشر
 في الافراد من خلال تأثيرها في المثيرات الاخرى (مؤسسات التنمية الاجتماعية) التي
 تمارس تأثيرها فيهم , وتمارس الفضائيات دورها الوظيفي في تكوين قيم الاسرة وتعزيزها
 من مداخل عدة تمثل حصر لادوار الاعلام في محاورها الثلاث :
 (الوظيفة الاعلامية , الوظيفة التثقيفية والتنمية والوظيفة الترفيهية)

القيم الاسرية

هي الاخلاق والعادات التي يلتزم بها افراد الاسرة لتثمر جوا مناسباً للاسرة وتنشئة
 الاولاد , وتتأثر القيمة سلبا او ايجابا بالعوامل المجتمعية (الدينية والثقافية والاجتماعية
 والاقتصادية) المحيطة بالفرد .

مكونات القيمة

اكد اكثر الباحثين على ان للقيم ثلاثة مكونات .:

- المكون المعرفي : ويتضمن هذا المكون اختيار القيمة بعد التعرف عليها ومعرفة
مزايها ثم الاقتناع بها .
 - المكون الوجداني : ويتضمن هذا المكون الشعور النفسي بالسعادة لاختيار القيمة ,
وميله للمواقف التي تنشط فيه هذه القيمة , وعلان التمسك بها والدفاع عنها .
 - المكون السلوكي : ويتضمن هذا المكون ترجمة القيمة كمعتقد وقناعة الى ممارسة
وسلوك ظاهر يتسق مع مضمون القيمة .
- وتتميز هذه المكونات انها متداخلة ومتفاعلة فيما بينها , فليس هناك حدود زمنية بين
مكون واخر , كما يتاثر تفاعلها بالاطار الاجتماعي السائد في المجتمع .

الدراسة الميدانية

جدول (١) يبين عمر المبحوثات

| النسبة المئوية | ك | العمر |
|----------------|-----|---------|
| ٪ ٤٧,٨٥ | ٦٧ | ٢١ - ٢٠ |
| ٪ ٤٣,٥٧ | ٦١ | ٢٣ - ٢٢ |
| ٪ ٨,٥٨ | ١٢ | ٢٥ - ٢٤ |
| ١٠٠ | ١٤٠ | المجموع |

من الجدول رقم (١) تبين ان فئة المبحوثات باعمار من (٢٠ - ٢١) جاءت بالمرتبة الاولى بنسبة ٤٧٪ , بينما المبحوثات بالمرتبة الثانية بنسبة ٤٣٪ , واحتلت المرتبة الاخيرة فئة المبحوثات بعمر (٢٤ - ٢٥) بنسبة ٨٪ . ظهرت هذه النسب بهذا الترتيب وذلك لان اعمار الدراسة الجامعية في العراق تبدأ بعد انتهاء المرحلة الاعدادية اي بعمر الثامنة تحتاج الى تثقيف والتوجيه واكتساب المعلومات , عن طريق البرامج التلفزيونية لما يمثله التلفزيون كوسيلة مهمة للتعليم والتثقيف .

جدول (٢) رقم الفضائيات المفضلة من المبحوثات (الاجابة لاكثر من اختيار)

| النسبة المئوية | التكرارات | الفضائيات |
|----------------|-----------|---------------------------|
| ٪ ٤٥,٤٥٤ | ٩٥ | العربية |
| ٪ ٤١,١٤٨ | ٨٦ | العراقية |
| ٪ ٧,٦٥٦ | ١٦ | الاجنبية |
| ٪ ٥,٧٤٢ | ١٢ | الاجنبية الناطقة بالعربية |
| ٪ ١٠٠ | ٢٠٩ | المجموع |

يظهر من الجدول رقم (٢) ان تفضيل المبحوثات للقنوات العربية جاء بالمرتبة الاولى بنسبة ٤٥٪ واحتلت القنوات العراقية المرتبة الثانية بنسبة ٤١٪ , بينما جاءت القنوات الفضائية الاجنبية المرتبة الثالثة بنسبة ٧٪ , واخيرا كانت القنوات الاجنبية الناطقة باللغة العربية بنسبة ٥٪ . نستنتج ان القنوات الفضائية العربية والعراقية استحوذت على اغلب اجابات المبحوثات وهذا ما يستدعي من القائمين على برامج المرأة في هذه القنوات توظيف مختلف الامكانيات الانتاجية المعنية ببرامج المرأة لتعزيز الجوانب الثقافية والتعليمية التي تنسجم مع اهتمامات المرأة العراقية والعربية .

جدول رقم (٣) يبين مدى مشاهدة المبحوثات لبرامج المرأة في الفضائيات .

| المجموعة | ساعة ٣ | ساعة ٢ | ساعة واحدة | المشاهدة / مكان السكن |
|----------|--------|--------|------------|-----------------------|
| ١٢٦ | ١٤ | ٢٨ | ٨٤ | داخل بغداد |
| ١٤ | ٢ | ٤ | ٨ | خارج بغداد |
| ١٤٠ | ١٦ | ٣٢ | ٩٢ | المجموع |

يتضح من الجدول رقم (٣) بان اوقات المشاهدة تركزت لدى المبحوثات الساكنات داخل مدينة بغداد وجاءت بعدها بنسب اقل مشاهدة لدى المبحوثات الساكنات خارج حدود مدينة بغداد وهذا يبين اهتمام اكثر للمبحوثات داخل بغداد بمتابعة برامج المرأة واكتساب المهارات والافكار وهذا يعني وجود وقت فراغ لدى الطالبة اضافة الى الرغبة في مشاهدة احداث المعلومات والتطورات التي وصلت اليه المرأة العصرية بادوارها المختلفة واهتماماتها كافة , ومن خلال استخدام اختبار مربع كاي وتبين انه توجد فروق معنوية بين سكن المبحوثات ومدى المشاهدة لبرامج المرأة في القنوات الفضائية حيث كانت قيمة كاي ٢ المحسوبة = (٠,٥٦٧) وهي اصغر من قيمة كاي ٢ الجدولية والتي تساوي (٠,٧١١) لذلك توجد فروق معنوية بين السكن والمشاهدة .

جدول رقم (٤) يبين برامج المرأة المفضلة من المبحوثات في الفضائيات (الاجابة لاكثر من اختيار)

| النسبة المئوية | ك | اسم البرنامج |
|----------------|-----|---|
| ٣٦,٢٠% | ٨٤ | كلام نواعم |
| ٢٩,٣٢% | ٦٨ | جويل |
| ١٣,٧٩% | ٣٢ | ستايل |
| ١١,٢٠% | ٢٦ | نطقت شهرزاد |
| ٤,٣٢% | ١٠ | التفاح الاخضر - حكمة نساء |
| ٢,٥٨% | ٦ | بيور _ انت اجمل |
| ١,٧٣% | ٤ | زهرة الخليج - شباب وبنات - حورية المطبخ |
| ٠,٨٦% | ٢ | مسايا- الستات ميعرفوش يكذبوا - في بيتنا طبيب - انتي- لان احلى |
| ١٠٠% | ٢٣٢ | المجموع |

يبين جدول رقم (٤) ان برنامج كلام نواعم جاء بالمرتبة الاولى ضمن مشاهدة المبحوثات وبنسبة ٣٦ ٪ من اجابات العينة , بينما جاء برنامج جويل بالمرتبة الثانية وبنسبة ٢٩ ٪ من اجابات المبحوثات , واحتل برنامج ستايل بالمرتبة الثالثة ضمن تفضيل المشاهدة وبنسبة ١٣ ٪ من اجابات العينة , وجاء برنامج نطقت شهرزاد بالمرتبة الرابعة بنسبة ١١ ٪, وجاء برنامجي التفاح الاخضر وحكمة نساء بالمرتبة الخامسة بنسبة ٤ ٪ , وبالمرتبة السادسة جاء برنامجي بيور , انت اجمل , بنسبة ٢ ٪ من اجابات العينة , واحتلت البرامج زهرة الخليج , شباب وبنات , حورية المطبخ بنسبة ١,٧٣ ٪, واخيرا جاءت البرامج مسايا , الستات ميعرفوش يكذبوا , في بيتنا طيب , انتي , الان احلى . يدل هذا التدرج بمشاهدة برامج المرأة اختلاف توجهات ورغبات المبحوثات للاستفادة من المعلومات التي تهمهن كنساء في المجالات كافة .

جدول رقم (٥) يبين اسباب مشاهدة المبحوثات لبرامج المرأة (سمح باكثرمن اختيار)

| النسبة المئوية | ك | الاسباب | الاجابة /المرتبة |
|----------------|-----|---|------------------|
| ٢٤,٣٩ ٪ | ١١٩ | لزيادة المعلومات والاطلاع على ما يخص المرأة | الاولى |
| ٨,٤٠ ٪ | ٤١ | للترفيه | السادسة |
| ١٧ ٪ | ٨٣ | لانها تقدم مادة جيدة تناقش واقع المرأة | الرابعة |
| ٢٠,٩٠ ٪ | ١٠٢ | لانها تركز على موضوعات العناية بصحة وجمال المرأة | الثانية |
| ١١,٤٨ ٪ | ٥٦ | تطرح مواضيع مهمة وجريئة تخص المرأة | الخامسة |
| ١٧,٨٣ ٪ | ٨٧ | تسلط الضوء على اهم المشاكل الاجتماعية التي تعانيها المرأة العربية | الثالثة |
| ١٠٠ ٪ | ٤٨٨ | المجموع | |

وحول اسباب ومشاهدة المبحوثات لبرامج المرأة تبين من الجدول رقم (٥) ان المشاهدة لزيادة المعلومات والاطلاع عن ما يخص المرأة جاء بالمرتبة الاولى بنسبة ٢٤٪، بينما جاء سبب تقديم البرامج لموضوعات تخص جمال المرأة بالمرتبة الثانية بنسبة ٢٠٪، وجاء بالمرتبة الثالثة سبب معالجة البرامج لمشاكل المرأة الاجتماعية، وحل بالمرتبة الرابعة سبب تقديم البرامج مادة جيدة تناقش واقع المرأة، وجاء بالمرتبة الخامسة سبب ان البرامج تطرح مواضيع جريئة عن المرأة وحل اخيرا سبب مشاهدة البرمج للترفيه والتسلية، وهذا يعني ان البرامج راعت التنوع في موضوعات المرأة تبعا لاختلاف اهتماماتها وميولها على اختلاف ادوارها في المجتمع كزوجة وام وطالبة وموظفة وربة بيت، وجاءت اسباب المشاهدة لزيادة المعلومات التي تخص المرأة والبرامج التي تناقش الموضوعات الصحية والجمالية للمرأة لان هذه الموضوعات تهم المرأة على اختلاف ادوارها فهي تصب في اهتماماتها كإنسانه لها اهميتها في المجتمع .

جدول رقم (٦) يبين الوقت المفضل لمشاهدة برامج المرأة من قبل المبحوثات

| الاجابة / المرتبة | الوقت المفضل | التكرارات | النسبة المئوية |
|-------------------|--------------|-----------|----------------|
| الثالثة | صباحا | ٥ | ٣,٥٧٪ |
| الثانية | ظهرا | ١٩ | ١٣,٥٨٪ |
| الاولى | مساءً | ١١٦ | ٨٢,٨٥٪ |
| | المجموع | ١٤٠ | ١٠٠٪ |

يتضح من الجدول رقم (٦) ان مشاهدة برامج المرأة من المبحوثات تتركز في الفترة المسائية فجاءت في المرتبة الاولى بنسبة ٨٢٪، من اجابات العينة، بينما جاءت فترة الظهيرة بالمرتبة الثانية بنسبة ١٣٪، واخيرا جاءت الفترة الصباحية بنسبة ٣٪، وهذا يعني ان المشاهدة تتركز مساءً ومما معروف لدى المختصين بالاعلام ان المرة الاولى لعرض البرنامج تكون في الفترة المسائية لما تحتله هذه الفترة من نسبة مشاهدة عالية^(٥) حيث تكون العوائل متفرغة في هذا الوقت لمشاهدة ما يعرض في التلفزيون سيما المرأة، لانشغالها صباحا في العمل او في اعمال البيت، بينما اذا كانت المرأة غير متفرغة للمشاهدة فيمكنها مشاهدة البرامج في الاعادة التي غالبا ما تكون في وقت الظهيرة وهذه من عادات المشاهدة المهمة التي يجب على القائمين على انتاج برامج المرأة التركيز عليها وبث البرامج خلال هذه الفترة لتحقيق الفائدة للجمهور والنجاح وتحقيق اهداف القناة التلفزيونية في الوصول الى جمهور البرامج .

جدول رقم (٧) يبين مدى العلاقة بين فترات المشاهدة وتأثيرها في عدد ساعات المشاهدة

| المجموع | ٣ ساعة | ٢ ساعة | ساعة واحدة | وقت المشاهدة فترة المشاهدة |
|---------|--------|--------|------------|----------------------------|
| ٥ | صفر | ٢ | ٣ | صباحا |
| ١٩ | ٣ | ٦ | ١٠ | ظهرا |
| ١١٦ | ١٣ | ٢٤ | ٧٩ | مساءً |
| ١٤٠ | ١٦ | ٣٢ | ٩٢ | المجموع |

وحول علاقة عدد ساعات المشاهدة مع الفترات المفضلة للمشاهدة تبين من الجدول رقم (٧) ان (٥) من المبحوثات يشاهدن البرامج صباحا بواقع (٣) مبحوثة يشاهدن لساعة واحدة وساعتين لـ (٢) مبحوثة بينما ثلاث ساعات كانت صفر، اي لم يكن هناك مبحوثات يشاهدن البرامج لثلاث ساعات صباحا ، بينما المبحوثات اللواتي يشاهدن البرامج ظهرا جاءت بواقع (١٠) مبحوثات يشاهدن ساعة واحدة، و(٦) مبحوثات يشاهدن لساعتين ، وكانت (٣) مبحوثات يشاهدن لمدة ثلاث ساعات، اما مشاهدة البرامج مساءً فقد جاءت بواقع (٧٩) مبحوثة يشاهدن لساعة واحدة ، و(٢٤) مبحوثة يشاهدن ساعتين ،(١٩) مبحوثة يشاهدن ثلاث ساعات . وهنا نستنتج ان وقت المشاهدة لساعة واحدة يحتل المرتبة الاعلى ، بسبب ان اغلب المبحوثات يفضلن متابعة برنامج واحد يكون ربما قريب من اهتمامها وبما ان معظم هذه البرامج يستغرق وقت بثها ساعة واحدة جاءت هذه النتيجة ، ولاختبار الفرضية التي تقول ان هنالك علاقة بين فترات المشاهدة وعدد ساعات المشاهدة ومن خلال استخدام (اختبار مربع كاي تبين انه لا توجد فروق معنوية بين فترة المشاهدة وعدد ساعات المشاهدة لبرامج المرأة في القنوات الفضائية حيث كانت قيمة كاي المحسوبة تساوي (٣,٠٣١) وهي اكبر من قيمة كاي الجدولية والتي تساوي (٢,١٦٧) لذلك لا توجد فروق علاقة بين عدد ساعات والفترة التي تشاهد فيها المرأة البرامج .

جدول رقم (٨) تبين مدى تقديم برامج المرأة مضامين اسرية مفيدة من وجهة نظر المبحوثات .

| المرتبة | الاجابة | ك | النسبة المئوية |
|---------|-----------|-----|----------------|
| الاولى | نعم | ٧٠ | ٥٠٪ |
| الثالثة | لا | ٨ | ٥,٧٢٪ |
| الثانية | الى حد ما | ٦٢ | ٤٤,٢٨٪ |
| | المجموع | ١٤٠ | ١٠٠٪ |

تبين من الجدول رقم (٨) ان نصف العينة اجابت بـ(نعم) , وجاءت بالمرتبة الاولى بنسبة ٥٠% , بينما جاءت الاجابة (الى حد ما) في المرتبة الثانية بنسبة ٤٤% , واخيرا جاءت الاجابة بـ(لا) بنسبة ٥% , وهذا يعني اهمية برامج المرأة وما تعرضه من مضامين لا يمكن الاستغناء عنها من قبل النساء التي تشكل نسبتهم اكثر من نصف المجتمع .

جدول رقم (٩) يبين تاثير البرامج على تعزيز علاقة المبحوثات بافراد الاسرة .

| النسبة المئوية | ك | الاجابة |
|----------------|-----|---------|
| ٨٥% | ١١٩ | نعم |
| ١٥% | ٢١ | لا |
| ١٠٠% | ١٤٠ | المجموع |

يبين الجدول رقم (٩) ان الاجابة بـ(نعم) جاءت اولاً بنسبة ٨٥% بينما جاءت الاجابة بـ (لا) ثانياً بنسبة ١٥% , وهذا يعني ان المبحوثات ادركن اهمية المضامين والموضوعات التي تقدم في برامج المرأة بعلاقتها بافراد اسرتها اي والديها او زوجها واخوتها وابناءها .

جدول رقم (١٠) يبين نوع واتجاه علاقة البرامج بتعزيز العلاقة مع افراد الاسرة .

| النسبة المئوية | ك | نوع العلاقة |
|----------------|-----|-------------------------------------|
| ٦٣,٨٦% | ٧٦ | باتجاه علاقة جيدة |
| ٣٥,٢٩% | ٤٢ | ليس باتجاه علاقة محددة لكنها موجودة |
| ٠,٨٥% | ١ | باتجاه علاقة سيئة |
| ١٠٠% | ١١٩ | المجموع |

تبين من الجدول رقم (١٠) ان المبحوثات اللواتي يؤيدن ان مشاهدة برامج المرأة واستيعاب مضامينها تخلق لهن علاقة جيدة بافراد اسرهن بنسبة ٦٣% , والمبحوثات اللواتي يؤيدن عدم وجود علاقة محددة جاءت بنسبة ٣٥% من اجابات العينة , واخيراً جا تأييدهن لوجود علاقة سيئة بنسبة صفر اي ليس لها تأثير في اجابات العينة , ما يدل على ان هذه البرامج لا تركز فقط على الموضوعات الخاصة بالمرأة مباشرة وانما تهتم بافراد عائلتها ايضاً تساهم في توجيه المرأة حول كيفية خلق جو مناسب للأسرة التي تتمتع بعلاقة متينة وقوية .

جدول رقم (١١) يبين مدى اسهام مشاهدة برامج المرأة في تقوية القيم الاسرية (سمح باكثر من اختيار)

| المجموع | | معارض | | لا رأي لي | | موافق | | الاجابة القيم الاسرية |
|---------|------|-------|-------|-----------|--------|-------|--------|-----------------------------------|
| ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | |
| ١٤٠ | %١٠٠ | ٦ | %٤,٢٨ | ١٢ | %٨,٥٧ | ١٢٢ | %٨٧,١٥ | خلق انطباعات حسنة عن الاسرة |
| ١٣٨ | %١٠٠ | ١٠ | %٧,٢٤ | ٢٠ | %١٤,٤٩ | ١٠٨ | %٧٨,٢٧ | الاحترام بين افراد الاسرة |
| ١٤٢ | %١٠٠ | ٤ | %٢,٨٢ | ٣٤ | %٢٣,٩٤ | ١٠٤ | %٧٣,٢٤ | التكافل والتعاون بين افراد الاسرة |
| ١٤٠ | %١٠٠ | ١٠ | %٧,١٤ | ٣٢ | %٢٢,٨٦ | ٩٨ | %٧٠ | دعم نموذج الاسرة المثالية |
| ١٢١ | %١٠٠ | ٤ | %٣,٣٠ | ٢٧ | %٢٢,٣٢ | ٩٠ | %٧٤,٣٨ | توثيق اواصر الاخوة |

وحول مدى اسهام مشاهدة برامج المرأة في تعزيز القيم الاسرية تبين من الجدول رقم (١١) ان اجابات المبحوثات كانت كما يأتي :

- حول علاقة مشاهدة البرامج على قيمة خلق انطباعات حسنة عن الاسرة السعيدة اجابت (١٢٢) مبحوثة بالموافقة , بينما كانت الاجابة لـ(١٢) مبحوثة بعدم وجود رأي محدد , واجابت (٦) مبحوثة بمعارضة رأي وجود علاقة .
- حول علاقة المشاهدة بتعزيز قيمة الاحترام بين افراد الاسرة اجابت (١٠٨) مبحوثة بالموافقة , وجاءت الاجابة لـ(٢٠) مبحوثة بعدم وجود رأي محدد , وكانت الاجابة بعدم وجود علاقة لـ(١٠) مبحوثة .
- علاقة مشاهدة برامج المرأة بتعزيز قيمة التكافل والتعاون بين افراد الاسرة كانت اجابة (١٠٤) مبحوثة بالموافقة على وجود علاقة , وجاءت اجابة (٣٤) مبحوثة بعدم وجود رأي محدد , وكانت اجابة (٤) مبحوثة بعدم وجود علاقة
- حول علاقة مشاهدة برامج المرأة بتعزيز قيمة دعم نموذج الاسرة المثالية فقد اجابت (٩٨) مبحوثة بالموافقة على وجود علاقة ايجابية , وجاءت اجابة (٣٢) مبحوثة بعدم وجود رأي محدد , وجاءت اجابة (١٠) مبحوثة بمعارضة وجود علاقة .
- علاقة مشاهدة برامج المرأة بتعزيز قيمة توثيق اواصر الاخوة بين افراد الاسرة كانت اجابة (٩٠) مبحوثة بالموافقة على وجود علاقة , وجاءت اجابة (٢٧) مبحوثة بعدم وجود رأي محدد حول هذه العلاقة , وجاءت اجابة (٤) مبحوثات بمعارضة وجود علاقة.
- وباستخدام اختبار كاي ٢ لتحليل البيانات الموجودة في الجدول (١١) لمعرفة مدى

العلاقة بين مشاهدة برامج المرأة وتعزيز القيم الاسرية , تبين ان قيمة كاي المحسوبة ٢,٠٥ هي اصغر من قيمتها الجدولية ٢,٧٣٣ , وبالتالي تقبل الفرضية الاساسية التي تقول انه يوجد تأثير لمشاهدة البرامج على تقوية القيم الاسرية وتعزيزها في المجتمع . جدول رقم (١٢) يبين اسباب عدم تعزيز البرامج للقيم الاسرية من وجهة نظر المبحوثات .

| الاسباب | ك | % |
|--|----|--------|
| تركيز البرامج على قضايا جمال المرأة والعناية بها فقط وتهمل القضايا الثقافية والعلمية | ١٢ | ٥٧,١٤% |
| تركز على قضايا هامشية غير مهمة | ٧ | ٣٣,٣٣% |
| عدم التركيز على المواضيع الجريئة التي تخص حياة المرأة | ٢ | ٩,٥٣% |
| المجموع | ٢١ | ١٠٠% |

يتضح من الجدول رقم (١٢) ان اجابات المبحوثات حول عدم تعزيز البرامج الاسرية لانها لا تعني بالقضايا الثقافية والعلمية بالمرتبة الاولى بنسبة ٥٧%. وجاء سبب تركيز البرامج على قضايا هامشية غير مهمة بالمرتبة الثانية بنسبة ٣٣%. واخيرا جاء سبب عدم تركيز البرامج على المواضيع الجريئة التي تخص المرأة مباشرة , ومن هذا نستنتج انه توجد وجهات نظر تظهر عدم الرضا عن برامج المرأة من قبل جمهور النساء كلا حسب رأيها , ورغم قلة نسبة الاراء لا انه يجب على المعدين مراعاة ذلك وعدم اهمال اي رأي , لممكي تحقق البرامج اهدافها في الوصول الى الجمهور المستهدف والتاثير فيه .

جدول رقم (١٣) يبين مضامين برامج المرأة المفضلة من قبل المبحوثات (سمح باكثر من اجابة)

| البرامج | التكرارات | النسبة المئوية | المرتبة |
|-------------------|-----------|----------------|---------|
| اجتماعية - ثقافية | ٩٤ | ٦٣,٠٨% | الاولى |
| سياسية - دينية | ٢٠ | ١٣,٤٣% | الثالثة |
| رياضية | ١٠ | ٦,٧١% | الرابعة |
| صحية - وجمالية | ٢٥ | ١٦,٧٨% | الثانية |
| المجموع | ١٤٩ | ١٠٠% | |

وحول مضامين برامج المرأة المفضلة تبين من الجدول (١٣) ان المضامين الاجتماعية والثقافية جاءت بالمرتبة الاولى بنسبة ٦٣٪ , وجاءت المضامين الصحية والجمالية بالمرتبة الثانية بنسبة ١٦٪ , بينما كانت المضامين السياسية والدينية بالمرتبة الثالثة بنسبة ١٣٪ , واخيرا كانت المضامين الرياضية بنسبة ٦٪, ومن هذا نستنتج ان التدرج في مشاهدة البرامج بمختلف انواعها نابغ من التدرج في اهتمامات المرأة العراقية وخاصة الطالبة , وذلك نظرا لفتتها العمرية التي تقل فيها اهتماماتها السياسية وتتركز اهتماماتها حول الموضوعات الاجتماعية والصحية والجمالية لان البرامج التلفزيونية تعد الوسيلة الرئيسة بين وسائل الاتصال الاخرى التي تستقي الطالبة منها معلوماتها المتنوعة .

اهم النتائج

ظهر من البحث ارتفاع نسبة مشاهدة لبرامج المرأة من قبل المبحوثات وجاء تفضيلهن للقنوات العربية والقنوات العراقية بنسب متقاربة , ما يستدعي ايلاء اهمية لبرامج المرأة في هذه القنوات من قبل القائمين عليها وتوظيف مختلف الامكانات لتلبية رغبات واهتمامات المرأة العراقية لكون هذه البرامج تشكل احدي المصادر المهمة للمعلومات المعرفية للمبحوثات .

تبين من خلال تطبيق اختبار K٢ وجود فروق دالة معنوية بين مكان سكن المبحوثات داخل بغداد وخارجها ومدى مشاهدة لبرامج المرأة .

جاء سبب تفضيل المبحوثات لبرامج المرأة من اجل زيادة المعلومات والاطلاع على كل ما هو جديد فيما يخص صحة وجمال المرأة بالمرتبة الاولى وبعدها جاء تفضيل المضامين التي تعني بمناقشة وحل مشاكل المرأة العصرية بعدها

تبين من خلال تطبيق K٢ عدم وجود فروق معنوية بين فترة مشاهدة المبحوثات لبرامج المرأة وعدد الساعات التي تقضيها في المشاهدة .

تبين من خلال البحث وتطبيق اختبار K٢ تاكيد المبحوثات ان هناك علاقة ايجابية لمضامين المرأة مع تعزيز القيم الاسرية لديهن وترسيخها في المجتمع من خلال المضامين التي تعرضها وتعالجها البرامج لكل الادوار التي تشغلها المرأة كاخت , ام , , او زوجة ,

الهوامش والمصادر

١. عبد اللطيف محمد خليفة ، التغير في نسق القيم لدى الشباب الجامعي (مظاهره واسبابه ، ورقة مقدمة الى مؤتمر ثقافة الشباب الجامعي وقيمة في عالم متغير بتاريخ ٢٧-٢٩ / ٧ / ٢٠٠٤ كلية التربية ، جامعة الزرقاء ، الاردن .
٢. راسم محمد الجمال ، مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الاعلامية ، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ، ١٩٩٩ ، ص ١٤٣ .
٣. محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الاعلام ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٩٣ ، ص ١٠٦ .
٤. (*) ابتهام صاحب موسى الزويني ، الثبات وطرق حسابه والعوامل المؤثرة فيه ، [WWW](http://www.uobaby/on.edu.ig/uobcoleges/lecture) .
[.uobaby/on.edu.ig/uobcoleges/lecture](http://www.uobaby/on.edu.ig/uobcoleges/lecture)
٥. هدى علي العلوي ، دور الاعلام في تعزيز ونشر الاتجاهات المعاصرة للاسرة ، ورقة عمل مقدمة الى مؤتمر الاسرة والاعلام العربي ، الدوحة ، ٢ مايو ٢٠١٠ .
٦. المنجد في اللغة والاعلام ، الطبعة الواحدة والعشرين ، بيروت ، دار المشرق ، ١٩٩٨ .
٧. رحمن عبد الله الطويرقي ، علم الاتصال المعاصر ، القاهرة . ص ٢٨٧
٨. بسمة عبد الغفار ، القيم والسياسات العامة ، بحث مقدم في ملتقى الحضارة الرابع بالتعاون مع مركز الدراسات الحضارية وحوار الثقافات ، كلية الاقتصاد ، جامعة للقاهرة
٩. فريال علي حمود ، منظومة القيم الاجتماعية والاخلاقية لدى طلاب المرحلة الثانوية ، سوريا ، جامعة دمشق ، ٢٠١١ .
١٠. فؤاد البكري ، التعليم والاعلام وتشكيل الوعي الثقافي للطفل ، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الاول (كلية رياض النشء) القاهرة ، ١٩٩٦ .
١١. حسن اسماعيل محمود ، التنشئة السياسية (دراسة في دور الاخبار التلفزيونية) ، دار النشر للجامعات ، مصر ، ١٩٩٧ ، ص ٢١ .
١٢. ملك حلمي ، القيم المعاصرة بين الشباب من طلاب الجامعات وعلاقتها بالتنمية ، رسالة دكتوراه ، كلية الخدمة الاجتماعية ، جامعة حلوان بمصر ، ١٩٨١ ، ص ١٠٨ .
١٣. شكري امام ، <http://www.bu.edu.eg/env/megala.html> ، ٢٠١٣ ، الموقع الالكتروني لجامعة بنها .
١٤. ليلى داود ، وسائل الاعلام ودورها في التنشئة الاجتماعية في المجتمع العربي المعاصر ، دراسة مقدمة الى ندوة وسائل الاعلام وأثرها في المجتمع العربي المعاصر ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، دمشق ، ٣-٥ آب ١٩٩١ .
١٥. عزيز حنا داود، تحسين على تحسين ، علم تغيير الاتجاهات ، مكتبة الانجلو المصرية، ب. ت ص ١٦
١٦. نفس المصدر السابق ص ١٨
١٧. المصدر السابق ص ١٨