

2014

## The Educational Role of Media in Building and Consolidating Societal Values: An Applied Study on a Sample of Emirati Community

Amal Bader

Ajman University For technology and science, Jordan, AmalBader232@yahoo.com

Follow this and additional works at: <https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jpu>



Part of the [Education Commons](#)

### Recommended Citation

Bader, Amal (2014) "The Educational Role of Media in Building and Consolidating Societal Values: An Applied Study on a Sample of Emirati Community," *Jerash for Research and Studies Journal* مجلة جرش للبحوث والدراسات: Vol. 15 : Iss. 1 , Article 3.

Available at: <https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jpu/vol15/iss1/3>

This Article is brought to you for free and open access by Arab Journals Platform. It has been accepted for inclusion in Jerash for Research and Studies Journal مجلة جرش للبحوث والدراسات by an authorized editor. The journal is hosted on [Digital Commons](#), an Elsevier platform. For more information, please contact [rakan@aarj.edu.jo](mailto:rakan@aarj.edu.jo), [marah@aarj.edu.jo](mailto:marah@aarj.edu.jo), [u.murad@aarj.edu.jo](mailto:u.murad@aarj.edu.jo).

الدور التربوي لوسائل الإعلام في بناء وترسيخ القيم المجتمعية  
دراسة تطبيقية على عينة من المجتمع الإماراتي  
د. أمل محمد نبيل بدر

أستاذ الإعلام المساعد بكلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية بجامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا.  
[a.bader@ajman.ac.ae](mailto:a.bader@ajman.ac.ae) [Dr.amelnabil@yahoo.com](mailto:Dr.amelnabil@yahoo.com)

ملخص : تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير الدور التربوي لوسائل الإعلام في بناء وغرس وترسيخ القيم المجتمعية، لدى الشباب الإماراتي. ومحاولة لتذليل ما قد يؤثر سلباً على دورها في تشكيل منظومة القيم الإيجابية التي تفي بمتطلبات الحاضر وتستجيب لتطلعات المستقبل، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية مستهدفة منهج المسح على عينة بلغ قوامها 200 مفردة من الشباب الإماراتي من الجنسين باستخدام أداة الاستقصاء إلى جانب الملاحظة والمقابلة العلمية. وانتهت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها: أن التلفزيون هو أكثر وسائل الإعلام تأثيراً وفعالية في بناء الشخصية الإماراتية وتقديم القيم التربوية والمجتمعية، تليه الإذاعة ثم الإنترنت. وأن أكثر من نصف العينة أجمعوا على أن لوسائل الإعلام دوراً تربوياً في ترسيخ قيمة الانتماء والولاء لإبراز الوجه الحضاري لمجتمع الإمارات، بينما أجاب أكثر من 30% من العينة عدم وجود تواصل بين الجهات التربوية والمجتمعية. وتعتبر الأسرة من أكثر العوامل المؤثرة في لكساب المواطن صفاته أو بنائه ثقافياً واجتماعياً يليها عامل البيئة المحيطة والمجتمع، أما وسائل الإعلام فجات في المرتبة الثالثة. ومن أهم التوصيات: ضرورة الربط بين الجهات التربوية والمجتمعية وأفراد المجتمع لمرض المشاكل والتحديات التي تعيق مسار نشر وتدعيم القيم التربوية، ولا يتم ذلك إلا من خلال تكثيف البرامج التربوية من خلال وسائل الإعلام.

**Abstract:** This study aims at displaying the effective extent of the educational role of the Mass Media in establishing, implanting and sustaining the community values of the Emirati youth and trying to surmount anything that could negatively affects its role in forming the positive value system that fulfills the present requirements and the future expectations. The study is descriptive exposing the survey program applied on a sample of 200 young Emirati individuals of both sex using the survey tools besides the scientific meeting and observation. The study ended with a group of results; its main prominent ones are as following: the TV is the most influential and effective Mass Media in establishing the Emirati character and introducing the educational and society values. Secondly, the radio, then the internet. More than a half of the sample agreed that the Mass Media has an educational role in implanting the citizenship and loyalty values which outstands the culture phase of the Emirati society. However, more than 30% of the sample approved the lack of communication between the educational system and the community. The family is one of the most effective factors either in acquiring the qualities of a citizen or preparing him/her culturally and socially. Secondly is the factor of the surrounding environment and society. However, the Mass Media came in the third place. **The most important recommendation:** The necessity of creating a communication between the educational and community systems and the members of the society to display the problems and challenges that obstructs the prevailing and sustaining of the educational values. This will be accomplished via increasing the Mass Media educational programs.

### المقدمة :

الارتباط بين التربية والإعلام يكاد يكون تاماً لعلاقتها بصياغة شخصية الفرد والناس، وتكوين مفاهيم شخصية لأن كليهما دوراً مباشراً في توجيه الفرد في الاتجاه المرسوم، فمن ناحية نجد أن وسائل الإعلام تملك حرية الدخول في حياة الفرد منذ نشأته وفي كافة زوايا حياته وبالتالي تؤثر تأثيراً ظاهراً على صياغة تفكيره وموقفه من الأمور، وكذلك فإن التربية تقوم بتعليم الفرد سبل الاتصال بالفكر وتمكنه من عبور جسور الجهل إلى العلم ومن ثم تعمل على تنقية القيم والمبادئ التي يقررها المجتمع.

إن الدور التربوي الذي تقوم به وسائل الإعلام بالغ الأهمية إذ أنه يشمل مواداً متنوعة من الثقافة والتوجيه في مختلف المجالات بالإضافة إلى أنه يتميز بالاستمرارية وتراكم التأثير فهو بذلك يعبر أصدق تعبير عن مفهوم التربية المستمر مدى الحياة.

وتمارس المؤسسات الاجتماعية والثقافية المتنوعة دوراً أساسياً في تشكيل منظومة القيم في المجتمع. ويأتي على رأس هذه المؤسسات: الأسرة، ومؤسسات التعليم، والإعلام، والمؤسسات الدينية. وهنا نؤكد على أن سلامة وصحة منظومة القيم التي يكتسبها الفرد، مرتبط بسلامة وصحة هذه المؤسسات

التربية الإعلامية توفر للنشء القدرة على نقد وتقويم وبناء الاتجاهات نحو وسائل الإعلام أي ترشيد عملية التعرض إلى وسائل الإعلام. (يوسف، 2006، ص 108). فالتربية في الإعلام لا يمكن أن تتم بشكل مباشر مقصود، بل تتم من خلال بث القيم التربوية والأخلاقية في محتوى الرسالة الإعلامية بحيث يكون تأثيرها في المتلقي متدرجاً وغير مباشر. ومن هنا يمكن تعريف الإعلام التربوي بأنه " المحاولة الجادة للاستفادة من تقنيات الاتصال وعلومه من أجل تحقيق أهداف التربية تمارس القيم دوراً مهماً في عملية الضبط الاجتماعي لسلوك الأفراد داخل المجتمع، الأمر الذي يحافظ على استقرار المجتمع ويضمن تقدمه، فالمجتمع الذي يسير بلا قيم أشبه بإنسان فقد البصر والبصيرة، ويسير متخبطاً، على غير هدى. من هذا المنطلق تقتضي الحاجة إلى ضرورة إعادة الاعتبار للمؤسسات الاجتماعية والثقافية، المعنية بغرس القيم، ومحاولة تذليل ما قد يؤثر سلباً على دورها في تشكيل منظومة القيم الإيجابية التي تفي بمتطلبات الحاضر وتستجيب لتطلعات المستقبل. كما تقتضي الحاجة ضرورة السعي الدؤوب، من جانب المؤسسات الحكومية ومؤسسات المجتمع المدني، وتفعيل دورها في استنهاض القيم الإيجابية الداعمة للمستقبل، والعمل على غرسها لدى مختلف الفئات الاجتماعية بشكل عام.

إذا كان دور وتأثير الإعلام يبدو واضحاً على الصعيد المجتمعي عامة، فلا شك أن دوره أصبح أكثر وضوحاً على مستوى الأسرة الإماراتية بخاصة. (الكبيسي، 2001، ص 26) ومن ثم تلعب وسائل الإعلام دوراً تربوياً فعالاً ومؤثراً في مجال تغيير القيم والاتجاهات ومستوى الوعي الاجتماعي والثقافي بشكل عام.

### مشكلة الدراسة :

انطلاقاً من فكرة أن منظومة القيم المجتمعية مفهوم يشترك فيه الجميع لتحقيقه، ولكن يبقى السؤال عن ماهي المؤثرات والمخاطر التي من الممكن أن تنزع من هذا المفهوم ودورها في بناء وتحقيق وغرس القيم المجتمعية والوقوف على أبرز الملامح العامة للشرائح الاجتماعية داخل المجتمع وخصوصاً مرحلة الشباب بكونها اللبنة الأساسية لبناء المجتمع، ومن ثم الوقوف على دور المؤسسات الإعلامية التربوية في تعزيز القيم المجتمعية.

لما كان من الضروري أن تُصاغ مشكلة البحث بطريقة واضحة في قالب إستفهامي، فقد قامت الباحثة بوضع مجموعة من التساؤلات التي تشمل جوانب المشكلة وأبعادها للإجابة عليها من خلال الدراسة النظرية والتحليلية وتمثل في:

1. هل لوسائل الإعلام دوراً تربوياً في ترسيخ القيم المجتمعية ؟
2. ما هي الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيراً وفعالية في بناء الشخصية الإماراتية وتقديم القيم المجتمعية والتربوية له؟

3. ما تأثير الدور التربوي لوسائل الإعلام في تعزيز الهوية الوطنية وتدعيم الهوية الثقافية وتعميق الاحساس بالانتماء والمواطنة وغرس القيم المعرفية والخلقية لدى الشباب الإماراتي ؟
4. هل لوسائل الإعلام دورًا تربويًا في نشر مفهوم التعاون والمشاركة الاجتماعية ( كبذل المال وجمع التبرعات وتقديم المساعدة والمشاركة في الأعمال الخيرية والمبادرة إلى مساعدة الآخرين ) لدى الشباب الإماراتي ؟
5. ما تأثير الدور التربوي لوسائل الإعلام على منظومة القيم الاجتماعية المرتبطة بقيمة العفو والتسامح من خلال التعاطف مع الآخرين وتقوية العلاقات الاجتماعية بعيداً عن الخلافات الشخصية لدى الشباب الإماراتي ؟
6. هل لوسائل الإعلام دورًا تربويًا في بناء وترسيخ منظومة قيمة الترابط الأسري وحل المشاكل وتقديم التضحية حفاظًا على تماسك الأسرة لدى الشباب الإماراتي ؟
7. ما تأثير الدور التربوي لوسائل الإعلام في البناء الثقافي والاجتماعي للمواطن الإماراتي ؟
8. ما هي العوامل التي تؤثر في اكساب المواطن صفاته أو بنائه ثقافيًا واجتماعيًا ؟

### هدف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير الدور التربوي لوسائل الإعلام في تعزيز الهوية الوطنية وتدعيم الهوية الثقافية وتعميق الاحساس بالانتماء والمواطنة وغرس القيم المعرفية والخلقية لدى الشباب الإماراتي، والوقوف على دور وسائل الإعلام التربوية في ترسيخ القيم الاجتماعية المرتبطة بقيمة التعاون، ونشر مفهوم المشاركة الاجتماعية ( كبذل المال وجمع التبرعات وتقديم المساعدة في الحالات الطارئة وقضاء حوائج الآخرين والابتعاد عن الأنانية والمشاركة في الأعمال الخيرية وحب الإيثار والمبادرة إلى مساعدة الآخرين ) لدى الشباب الإماراتي، ومعرفة الدور التربوي لوسائل الإعلام على منظومة القيم الاجتماعية المرتبطة بقيمة العفو والتسامح، وأخيرًا معرفة الدور التربوي لوسائل الإعلام في بناء وترسيخ منظومة قيمة الترابط الأسري لدى الشباب الإماراتي.

### أهمية البحث:

من هذا المنطلق تأتي أهمية البحث في تحديد الدور التربوي الذي تلعبه وسائل الإعلام في بناء وغرس وترسيخ القيم المجتمعية، ومنها تعزيز الهوية الوطنية وتدعيم الهوية الثقافية وتعميق الاحساس بالانتماء والمواطنة وغرس القيم المعرفية والخلقية، وتحديد منظومة القيم الاجتماعية المرتبطة بقيمة التعاون والمشاركة الاجتماعية والوقوف على قيمة الترابط الأسري من خلال المناقشة والحوار الإيجابي مع الأسرة. كما تستفيد الباحثة من الفروض الأساسية التي تنطلق منها نظريتنا الغرس الثقافي، والبنائية الوظيفية. وتنقسم الدراسة إلى إطارين أساسيين: إطار نظري يطرح معلومات أساسية عن مفهوم الإعلام التربوي والتعرض لمدخل نظرية الغرس الثقافي والنظرية البنائية الوظيفية، وفكرة أساسية عن الإجراءات المنهجية المتبعة في الدراسة، والثاني إطار تطبيقي يعرض نتائج الاستقصاء وتفسيرات للتمايزات موضع الدراسة.

### مصطلحات الدراسة:

يشير مصطلح الإعلام التربوي : " إلى توظيف وسائل الإعلام العامة من صحافة وإذاعة وتلفزيون في خدمة أهداف التربية" (القطحاني، 2006). ويعرف ( السيد، 2010، ص27-28). الإعلام التربوي بأنه : " كل ما تبثه وسائل الإعلام المختلفة من وسائل إعلامية ملتزمة، تسعى للقيام بوظائف التربية في المجتمع، من نقل للتراث الثقافي، وغرس لمشاعر الانتماء للوطن، بحيث تتمكن مختلف فئات المجتمع من إدراك المفاهيم، واكتساب المهارات، والتزود بالخبرات، وتنمية الاتجاهات وتعديل السلوك.

يشير مصطلح بناء Structure إلى الطريقة التي تنظم بها الأنشطة المتكررة في المجتمع. والبناء الاجتماعي هو تنظيم العلاقات الاجتماعية في كيان واحد. ويرتبط هذا المفهوم للبناء الاجتماعي بمفهومي الوظيفة والتشكيل (جشطالت). أما الغرس عبارة عن عملية ثقافية تؤدي إلى صنع مفاهيم عامة توحد الاستجابة لأسئلة ومواقف معينة، ولا ترتبط بالحقائق والمعتقدات المنعزلة، وتأتي هذه المفاهيم من التعرض الكلي لبرامج التليفزيون وليس من خلال بعض البرامج المنقاة. (رضا، 2001، ص37)

فالتربسيخ هو انتقال أثر التعلم من الجانب النظري إلى التطبيق الحقيقي لها بوصفها عملية أو سلوكا، وهو ما يحتاج إلى برنامج تربوي معد بشكل دقيق وعلمي وله هدف محدد.

مفهوم القيم المجتمعية Societal values : هي مجموعة المبادئ التي يتمسك بها مجتمع معين صراحة أو ضمنا وهي معايير تعمل وفق مبادئ دينامية في التاريخ وتقدم معنى للإنجازات المجتمعية. (الليثاني، 2008، ص61). أما مفهوم القيمة عند علماء الاجتماع : فهي مستوى أو معيار إنقواء من بين بدائل أو إمكانات إجتماعية متاحة أمام الشخص في الموقف الإجتماعي. (زكريا ، 2002، ص29).

### حدود الدراسة:

اقتصرت البحث الحالي على ما يلي:

- 1 تحديد الدور التربوي لوسائل الإعلام في بناء وترسيخ القيم المجتمعية لدى الشباب الإماراتي بدولة الإمارات العربية المتحدة بمختلف إماراتها.
- 2 ركزت الدراسة الحالية على مجموعة من القيم المجتمعية المختلفة ومعرفة مدى تأثير الدور التربوي لوسائل الإعلام في بناء وترسيخ هذه القيم.
- 3 اقتصرت الدراسة على الشباب الإماراتي وذلك الفترة من ديسمبر 2012م إلى مارس 2013م.

### الإطار النظري للدراسة:

يتناول البحث فيما يلي الدور التربوي الذي تلعبه وسائل الإعلام في بناء وغرس وترسيخ القيم المجتمعية، إضافة إلى عرض لنظريتي الغرس الثقافي والنظرية البنائية الوظيفية.  
أولا : دور وسائل الإعلام التربوية في تثبيت القيم المجتمعية:  
تقوم وسائل الإعلام التربوية بدور فعال في تثبيت قيم المجتمع وذلك لقدرتها على إحداث تأثير خاص لدى الأفراد، ويتوقف ذلك على نجاح الرسالة الإعلامية التي تقدمها (الغلابي، 1985، ص39) ويظهر ذلك من خلال ما يلي:

• تعمل وسائل الإعلام على تثبيت قيم المجتمع من خلال نقلها من الأجيال السابقة إلى الأجيال التالية، وحسب هارولد لاسويل Harold Lass well فإن المجتمعات البدائية كانت تعيش في نطاق العائلات أو القرى المعزولة وكان الآباء والأمهات هم الذين ينقلون القيم والتراث الثقافي عبر الأجيال، ولكن مع تطور المجتمعات والمدن، حدث نوع من الانعزال مما استوجب قيام الإعلام بدور ناقل للقيم (مكاوي، 1998، ص 72)

• تقوم وسائل الإعلام بتدعيم القيم الموجودة وهو الاتجاه الطبيعي للبشر بحيث يميلون إلى حماية أنفسهم من خلال التعرض الانتقائي والإدراك الانتقائي والتذكر الانتقائي، بحيث يميلون إلى التعرض للرسائل التي تتفق وأفكارهم ومعتقداتهم واتجاهاتهم وقيمهم، ويتجنبون الرسائل التي تتعارض مع أفكارهم. (اسماعيل، 1998، ص 118)

• أشار كل من لازرفيلد و مورتون( الغلابيني، 1985، ص 40) في دراستهما لأثر وسائل الإعلام على القيم، إلى أن وسائل الإعلام لا تدعم المعتقدات والقيم السابقة فقط بل والاتجاهات وأنماط سلوك المجتمع أيضاً، فالنشر الإعلامي يسد الفجوة بين الاتجاهات والقيم الفردية الخاصة والآداب العامة السائدة في المجتمع.

• فإن لوسائل الإعلام دوراً في نقل تراث المجتمع من جيل إلى جيل، وذلك عن طريق رابط القيم السائدة في المجتمع بمختلف الأفراد في وجه التغييرات الهائلة التي تطرأ على البيئة (أحمد، الشافعي، 2001، ص 264).

• فباستطاعة وسائل الإعلام إذا أحسن استخدامها أن تحيل القيم التربوية إلى مشاهد ومواقف تتبض بالحركة وتفيض بالحياة وتتطرق بالصدق فتشحن الفكر وتوظف الوجدان وتسمو بالروح (فضل المولى، 1991، ص 101). وإذا كان محتوى الرسالة الإعلامية مقدماً داخل إطار ملتزم بأهداف التربية في المجتمع وبقيم المجتمع الخلقية جاز اعتبار هذا النوع " إعلاماً تربوياً" (بدر، 1996، ص 84)

ومن هنا يؤكد التربويون دائماً ضرورة أن تكون وسائل الإعلام مكملة لرسالة التربية والتي تتضمن تأكيد احترام قدرات الفرد، وغرس الثقة بين الانسان وأخيه الإنسان، ذلك أن السلوك التربوي اختياري في بعض جوانبه، من هنا يلزم أن يكون السبيل إليه مبنياً على الإقناع بالدرجة الأولى (رجب، 1989، ص 58)

كلمة "القيم" من الكلمات الشائعة الاستخدام فنحن نسمعها ونقرأها كثيراً في الإعلام المسموع والمرئي والمقروء، وهي كثيرة التردد على ألسنة التربويين والمفكرين والمتقنين وهذا يشير إلى ما تحمله هذه الكلمة من اهتمام تربوي وثقافي (الجلاد، 2007، 19).

ويعرف (Shaver, J and Strong, 1976, 15) القيم بأنها المقاييس والمبادئ التي نستعملها للحكم على قيمة الشيء، وهي المعايير التي نحكم من خلالها على الأشياء أنها قيمة ومرغوبة أو عكس ذلك أنها سيئة. أما هالستد ( Halstead J, 1996, 5) عرف القيم بأنها المبادئ، والمعتقدات الأساسية والمثل التي تعمل مرشداً عاماً للسلوك. وذهب بعض الباحثين

أمثال (Kreech, D and Ballachey, 1972,102) و (Raths,L., Harmin, M.and Simons, 1978,28) إلى اعتبار القيم مجموعة من المعتقدات يتمسك بها الأفراد والمجتمع ويحكمون من خلالها على الأشياء بالقبح أو الحسن.

### ثانياً: نظرية الغرس الثقافي:

تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرية الغرس الثقافي .Cultivation theory وتعد نظرية الغرس الثقافي إحدى النظريات التي قدمت مبكراً لدراسة تأثيرات وسائل الإعلام حيث يشير الغرس إلى تقارب إدراك جمهور التلفزيون للواقع الاجتماعي، وتشكيل طويل المدى لتلك الإدراكات والمعتقدات عن العالم نتيجة للتعرض لوسائل الإعلام .

وتصنف نظرية الغرس الثقافي ضمن نظريات الآثار المعتدلة لوسائل الإعلام Moderate effects theories والتي تتميز بالتوازن والاعتدال، بحيث لا تضخم في وسائل الإعلام ولا تقلل من هذه القوة، ولكنها تقوم على العلاقات طويلة الأمد بين اتجاهات وآراء الأفراد من ناحية، وعادات مشاهداتهم من ناحية أخرى، لذا فقد أكد جرينر Gerbner وزملاؤه على أن نظرية الغرس ليست بديلاً وإنما مكملاً للدراسات والبحوث التقليدية لتأثيرات وسائل الإعلام، ففي الغرس لا يوجد نموذج قبل أو بعد التعرض، ولا نموذج للاستعدادات المسبقة كمتغيرات وسيطة لأن التلفزيون يشاهده الأفراد منذ الطفولة، ويعتقدون أن ما يشاهدونه على شاشة التلفزيون هو صورة من العالم الواقعي (Morgan, M. & Shanahan, J, 1999, 15-17).

تعد نظرية الغرس امتداداً لدور وسائل الإعلام في عملية التنشئة الاجتماعية على الفرد، حيث أن كلاً منهما عملية تعلم وتعليم يقوم على التفاعل الاجتماعي بين الفرد والوسائل التعليمية والتنشئة المختلفة، وتهدف إلى إكساب الفرد اتجاهات وسلوكيات، تسهل له عملية التفاعل والاندماج في حياته الاجتماعية.

تهدف نظرية الغرس في الأساس إلى قياس نتيجة تعرض المشاهدين لوسائل الإعلام خاصة التلفزيون والسينما وتأثير عمليات التكرار في المشاهدة والتشابه في المضامين المعروضة على إدراك المشاهدين للواقع الاجتماعي الحقيقي. (270 , Katherine Miller, 2002) ، وتستند نظرية الغرس الثقافي على عدة افتراضات حول التلفزيون والطريقة التي ننظر بها إليه. هذه الافتراضات لم تسبق برنامج البحوث المتقدمة ولكن المطورين لهذه البحوث جمعوا الأدلة أكثر وأكثر عن كيفية مشاهدة التلفزيون وآثار التلفزيون على حياتنا اليومية ووجهات نظر العالم (Stanly & Dennis 2003,322). فرضيات نظرية الغرس : تقوم نظرية الغرس على الفرض الرئيسي الذي يشير إلى أن الأفراد الذين يتعرضون لمشاهدة التلفزيون بدرجة كثيفة يكونون أكثر إدراكاً لتبني معتقدات عن الواقع الاجتماعي، بحيث يتطابق الواقع مع الصور الذهنية والأفكار التي يقدمها التلفزيون.

### ثالثاً: نظرية البنائية الوظيفية :

يرجع مضمون هذه النظرية إلى التراث الفكري اليوناني المنطوي على رؤية الأحداث الاجتماعية بأنها مكونة من أجزاء مترابطة مفصلياً و وظيفياً بحيث يكون كل جزء مكملاً للآخر بنائياً وحركياً و وظيفياً لدرجة عدم استطاعة أي جزء الاستغناء عن وجود الأجزاء الأخرى عند قيامه بحركته ووظيفته على الرغم أن حركة ووظيفة الكل مختلفة عن حركة ووظيفة أجزائه المكونة له، وهذا يعني أن الأجزاء تكون متماسكة ارتباطياً و متكاملة حركياً و متكافئة وظيفياً و متناغمة إيقاعياً

وفكرة البناء الاجتماعي ليست فكرة حديثة العهد بل أنها تمتد إلى منتصف القرن التاسع عشر عندما ظهرت في كتابات " مونتكيو " وحينها ، ظهرت فكرة النسق الاجتماعي على أساس أن مظاهر الحياة الاجتماعية تولف فيما بينها وحدة متماسكة منسقة.( إسماعيل ،198، ص228 )

ويقصد بالبناء الاجتماعي : مجموعة العلاقات الاجتماعية المتباينة التي تتكامل و تتسق من خلال الأدوار الاجتماعية (رشتي،1978). وقام " روبرت ميرتون (1957) بتلخيص العملية البنائية الوظيفية للمجتمع فيما يلي (حسن،2009،ص125):

- إن أفضل طريقة للنظر إلى المجتمع هي اعتباره نظاماً لأجزاء مترابطة، يكمل كل منهما الآخر.
- يميل هذا المجتمع بشكل طبيعي نحو حالة من التوازن الديناميكي، وإذا حدث أي نوع من التناظر داخله، فإن قوى معينة سوف تنشط من أجل استعادة التوازن.
- تساهم جميع الأنشطة المتكررة في المجتمع في استقراره.
- إن بعض الأنشطة المتكررة في المجتمع لا غنى عنها في استمراره ووجوده، وبدونها لا يمكن لهذا النظام أن يعيش.(رضاء، 2001، ص136).

وإذا طبقنا الافتراضات السابقة على وسائل الإعلام نجد أنها تقوم بأنشطة متكررة و متماثلة في النظام الاجتماعي، و تساهم في تحقيق التوازن لهذا المجتمع.

وهكذا يمكن القول بأن وسائل الإعلام تعد من المكونات الأساسية التي لا غنى عنها في البناء الاجتماعي، ولا يستطيع المجتمع أن يستمر بدون هذه الوسائل. ومن ناحية أخرى فإن وسائل الإعلام يمكن أن تكون أحد عوامل الخلل الوظيفي ، وذلك حين تساهم في التناظر و عدم الانسجام بدلاً من الاستقرار إذا كان تأثيرها على الناس هو الإثارة و التحريض على ممارسة أشكال السلوك المنحرف(دوقلور وروكيتش،1993،ص65-67).

وقد استفادت الباحثة من نظرية الغرس، ونظرية البنائية الوظيفية في الدراسة الراهنة لأن الشباب في المجتمعات الحديثة يعتمدون على وسائل الإعلام ودورها التربوي كمصدر بديل للخبرة الذاتية في بناء مداركات مشتركة للواقع الفعلي. وكذلك ميل الشباب ذوي التعرض الكثيف لوسائل الإعلام وبصورة غير انتقائية إلى تبني القيم التي تعرضها وسائل الإعلام المختلفة.



### الدراسات السابقة:

تستعرض الباحثة الدراسات السابقة بعد مراجعة الأدبيات المنشورة والمتوافرة في الكتب ومقالات الدوريات العلمية المتخصصة ، هذا إلى جانب المواقع المتوافرة على الإنترنت ذات العلاقة بموضوع الدراسة :

أولاً: دراسات تتصل بالإعلام التربوي:

- أورد (العوفي،2004) أن معظم الدراسات السابقة في الإعلام التربوي تناولت موضوع التنسيق بين التربويين والإعلاميين لإنتاج برامج إعلامية هادفة، وركزت على سلبيات وسائل الإعلام أكثر من إيجابياتها. ورأى أن الإعلام التربوي يشمل البيانات الخاصة بالشؤون التربوية إضافة إلى وسائل الإعلام الجماهيرية والتقليدية المستخدمة للتعريف بالأنشطة التربوية وعرض واقع الميدان التربوي وبتث القيم التربوية والأخلاقية من خلال التواصل الإعلامي.
- وتناولت دراسة (بدر، 1996) مجموعة القيم والأحكام والآداب التربوية الواردة في سورة النور، واستخدمت الباحثة منهج تحليل المضمون للحدود والقيم التربوية في سورة النور كأسلوب منهجي لتنفيذ الدراسة وتوصلت لمجموعة من النتائج من أهمها : أبرزت الآيات قيماً تربوية متعددة الجوانب لتغيير سلوك الفرد والجماعة وإقناعهم بأسلوب الالتزام السلوكي ، وأبرزت الآيات هدف المحافظة على الأسرة فعهنت إلى الآباء والأمهات حسن تربية أبنائهم وتنمية أذواقهم منذ الطفولة ، وأظهرت نتائج تحليل المضمون قيمة وظيفة التوجيه في القيم والآداب التربوية باكساب اتجاهات جديدة أو تعديل اتجاهات قديمة تؤدي إلى السلوك القيم والطريق الصحيح.
- كما ذكر (سعد الدين،1995) أن المفهوم التقليدي لمصطلح الإعلام التربوي هو أنه يتعلق بالبيانات الخاصة بالشؤون التربوية وتصنيفها وتبويبها ونشرها. لكنه يرى في هذا التعريف قصوراً ويقترح أن يتضمن الواجبات التربوية لوسائل الإعلام العام، فليس المطلوب أن تتحول وسائل الإعلام من عملها الأساسي في الإعلام والتثقيف والتوجيه ولكن المطلوب هو بث القيم التربوية والأخلاقية في الرسائل الإعلامية .
- تناولت دراسة (بدر،1992) وضع الإعلام التربوي في دول الخليج حيث حدد الباحث خمسة محاور تظهر في الأداة المستخدمة للبحث وقد أظهرت النتائج أن خمساً من أصل ست دول مشاركة تعتقد بوجود أهداف محددة للإعلام التربوي، وأن دولة واحدة فقط تقر بعدم وجود أهداف محددة. كذلك أظهرت النتائج أن ( 56%) من المشاركين راضون إلى حد ما عن تحقيق أهداف الإعلام التربوي. وقد أفاد أن (71%) من المشاركين في البحث لديهم برامج أكاديمية لإعداد مؤهلين للقيام بمهمة الإعلام التربوي بينما (57%) لديهم برامج تدريبية.
- تناولت دراسة (مندوب،1980) الكشف عن طبيعة الدور التربوي الذي يقوم به التلفزيون في العراق كوسيلة تربوية في تنشئة الأطفال وما يخلف من آثار على سلوكهم، واستخدم الباحث منهج تحليل المضمون لعينة من برامج الأطفال بالإضافة إلى المنهج الوصفي الاستطلاعي وأداة المقابلة كوسيلة لجمع البيانات، وانتهت الدراسة باستخدام اللغة العربية النصحى في برامج الأطفال.

### ثانياً: دراسات وبحوث ترتبط بأثر الفضائيات على القيم التربوية:

- وفي دراسة أخرى أجراها (الصلال، 2012م) أن معرفة دور الفضائيات الكويتية الرسمية والخاصة في تعزيز المواطنة لدى الشباب الكويتي. اعتمدت الدراسة على منهج مسح عينة عشوائية تمثيلية من طلبة جامعة الكويت وجامعة الخليج للعلوم والتكنولوجيا وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلبة المبحوثين تجاه دور الفضائيات الكويتية في تعزيز المواطنة تعزى لنوع الجامعة التي يدرس بها الطلبة المبحوثون. وتبين أيضاً عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلبة المبحوثين تجاه دور الفضائيات الكويتية في تعزيز المواطنة تعزى للمستوى الدراسي ( السنة الجامعية) للطلبة المبحوثين.
- أما دراسة (المبرز، 2011) القنوات الفضائية وتأثيرها على منظومة القيم الاجتماعية لدى طلاب الثانوية العامة بمدينة الرياض، فقد توصل إلى النتائج التالية فيما يخص أثر القنوات الفضائية على قيمة التعاون والمشاركة اتضح أن أكثر مفاهيم التعاون والمشاركة تأثراً بالقنوات الفضائية هي: المساهمة في الحالات الطارئة، تنفيذ بعض الخدمات الاجتماعية، عرض وتنمية مفاهيم التعاون بين أفراد المجتمع، والتشجيع على دعم المؤسسات الخيرية، وأن أقل مفاهيم التعاون والمشاركة تأثراً بالقنوات الفضائية هي: تنمية مفاهيم التطوع وتقديم الخدمات المجانية لأحد أفراد الأسرة، كما تبين أن القنوات الفضائية لا تساهم في حل المشكلات الأسرية.
- دراسة (هلال، 2008) الانترنت ونسق القيم واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، ومن خلاله تم التعرف على انماط استخدامات المبحوثين للانترنت وطبيعة التأثيرات الناتجة عن استخداماتهم على اتساق القيم الاجتماعية والثقافية لديهم. وأهم ما توصلت إليه النتائج : إفادة أكثر من نصف العينة أن استخدام الانترنت لفترات طويلة قد أدى إلى إحداث عزلة اجتماعية، وأن ما يقرب من نصف مفردات العينة استخدم الانترنت في التواصل الاجتماعي. وأسفرت الاستنتاجات عن أكثر من 95% من مفردات العينة ترى أن للانترنت دوراً فعالاً في التنقيف والمعرفة وأن الجوانب الاجتماعية والثقافية هي أكثر الجوانب التي يساهم الانترنت في تزايدها. وبينت الاستنتاجات عن إفادة أكثر من نصف مفردات العينة أن استخدام الانترنت لفترات طويلة قد أدت إلى إحداث عزلة اجتماعية
- تناولت دراسة (الدوري، 2007) أثر الفضائيات على القيم التربوية والثقافية العربية والإسلامية " الدور الكبير الذي لعبه الإعلام الأوربي مستغلاً التقية الحديثة في إحداث تغيرات ساهمت في تغيير الكثير من قيمنا وعاداتنا، وانتهى الباحث لضرورة قيام التربويين والإعلاميين بدراسة حاجات الأطفال والشباب ومشاكلهم من قبل اختصاصيين من التربية والإعلام والشريعة
- وتناولت دراسة (مصطفى، 2007) أثر الفضائيات العربية ودورها في تشكيل السلوك الإنساني، وتوصل الباحث في ورقته البحثية إلى المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية وتتمثل في " القصور في الثقافة والسلوكيات الفردية والجماعية في بيئة العمل، وأيضاً قصور في السلوك الاجتماعي داخل الأسرة مثل قصور احترام الأبناء للوالدين أو أحدهما، مع وجود درجة من التمييز ضد البنت والمرأة في الأسرة والعمل.
- دراسة لـ (كامل، 2007) عن " دور الإعلام في البناء الثقافي والاجتماعي للمصريين: دراسة ميدانية على عينة من رواد معرض الكتاب تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية المقارنة لدور وسائل الإعلام في تكوين الشخصية المصرية اجتماعياً وثقافياً، واعتمد الباحث فيها على مدخل تكاملي من نظريات التعلم الاجتماعي والاعتماد على وسائل

الإعلام والتنمية. وكان من أهم نتائجها أن لوسائل الإعلام دوراً في البناء الثقافي والإجتماعي للمصريين، وفي تعليمهم صفات إيجابية وسلبية.

• قدم (شرف الدين، 2006) دراسته علاقة التعرض للقنوات الفضائية بالقيم السائدة لدى الشباب اليمني، دراسة مسحية على طلاب الجامعات اليمنية حيث قام الباحث بقياس ثلاثة أنواع من القيم هي الإجتماعية والسياسية والإقتصادية وتم قياس تفضيلات العينة للقيم التقليدية أمام القيم العصرية، وقد توصلت الدراسة إلى تغير في القيم لدى الشباب اليمني بشكل كبير، حيث كان العدد الإجمالي للقيم العصرية المتبناة من قبلهم يساوي (22) قيمة عصرية من أصل (30) قيمة كانت موضع البحث. وحدث التغير القيمي في القيم الإجتماعية بشكل أكبر من القيم السياسية والاقتصادية اللتين تساويا من حيث مقدار التغير.

• أما دراسة (هاشم الخضاب، 2005) المطبقة على طالبات المرحلة الثانوية بمحافظة النعيرية بالمنطقة الشرقية من المملكة العربية السعودية، بعنوان القنوات الفضائية وبعض القيم الإجتماعية، فقد توصلت الدراسة أن هناك تأثيراً إيجابياً لمشاهدة القنوات الفضائية في تعزيز قيمة تقديم المساعدة لأفراد الأسرة، وتعزيز قيمة المحبة تجاه أفراد الأسرة، وأنه ليس هناك تأثير لمشاهدة القنوات الفضائية في تعزيز قيمة الأمانة، وفيما يخص القيم المتعلقة بقيمة الصداقة دلت النتائج الإحصائية أن مشاهدة القنوات الفضائية تأثيراً في تعليم المشاهد قيمة استخدام أسلوب الحوار عند التقاهم مع الأصدقاء، وأن للمشاهدة تأثيراً في تعزيز قيمة مكانة الصديق في نفس المشاهد، وأن هناك تأثيراً إيجابياً لمشاهدة القنوات الفضائية على القيم الخاصة بمفهوم التعاطف، وهي قيمة الإحساس بمشاكل الآخرين، وقيمة تقديم المساعدة للمحتاجين، وقيمة مراعاة مشاعر الآخرين في المواقف المختلفة، وأنه لا يوجد تأثير لمشاهدة القنوات الفضائية على تعزيز قيمة اللامبالاة بمشاعر الآخرين وقيمة التسامح .

• دراسة (العرادي، 2000) على طالبات الثانوية العامة بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية وجود علاقة بين بث القنوات الفضائية المباشر والقيم الإجتماعية حيث أظهرت فروقا ذات دلالة إحصائية بين الطالبات المستقبليات للبت المباشر 159.2 وبين الطالبات غير المستقبليات له 170.7.

تعقيب على الدراسات السابقة:

لقد تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بما يلي:

- 1 تناولت الدراسات السابقة ثلاث اتجاهات في نتائج الدراسات المعروضة فمنها من يؤكد على التأثير السلبي للقنوات الفضائية على الشباب ومنهم من يؤكد على التأثير الإيجابي والثالث محايد يرى عدم وجود أثر للقنوات الفضائية ذو دلالة إحصائية على القيم الاجتماعية، علماً بأنه لا يمكن تعميم هذا على منظومة القيم في المجتمع، فقد يكون التأثير السلبي أو الإيجابي على قيم محددة تبعاً للدراسة التي تناولتها، وقد تخلو من وجود آثار سلبية أو إيجابية، إذ لم تشير الدراسات على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عليه. وافتقدت الدراسات الدور التربوي لوسائل الإعلام على منظومة القيم المجتمعية وهذا ما تناولته الدراسة الحالية.
- 2

3- ركزت الدراسة الحالية على الدور التربوي لوسائل الإعلام على منظومة القيم المجتمعية، في حين لم تتناول الدراسات السابقة الموضحة أعلاه تلك القيم بالنقد والتوضيح. بل تناولت المفهوم التقليدي لمصطلح الإعلام التربوي مثل (بدر، 1992)، (سعد الدين، 1995)، (العوفي، 2004).

4- تعد الدراسة الحالية الوحيدة التي أجريت في البيئة الإماراتية - حسب علم الباحثة - والتي ركزت على دور وسائل الإعلام التربوية في حين تناولت الدراسات السابقة أثر الفضائيات العربية، ما عدا دراسة (هلال، 2008) التي تناولت الانترنت ونسق القيم، وتناولت دراسة (مندوب، 1980) الكشف عن طبيعة الدور التربوي الذي يقوم به التلفزيون في العراق

#### المنهجية:

#### نوع الدراسة والمنهج المستخدم :

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهتم برصد وتوصيف الظاهرة محل الدراسة، وهي الحصول على بيانات ومعلومات مرتبطة بالدور التربوي لوسائل الإعلام في بناء ونشر وتعزيز وترسخ القيم المجتمعية، والتي تستهدف سمات فئة معينة من فئات المجتمع وهي فئة الشباب الإماراتي، كذلك تهدف هذه النوعية من الدراسات إلى تصنيف البيانات والحقائق التي تم جمعها ، مع تفسيرها وتحليلها من أجل استخلاص نتائج ودلالات يمكن تعميمها، ولذا فإن البحث يسعى إلى تحقيق أهدافه والإجابة على التساؤلات التي يطرحها باستخدام منهج المسح الإعلامي، حيث يفيد هذا المنهج في التعرف على خصائص العينة وما يرتبط بذلك من وجود دوافع معينة وراء استخدامهم لوسائل الإعلام التربوية .

#### مجتمع الدراسة وعيناتها :

يتمثل مجتمع البحث في دولة الإمارات العربية المتحدة بمختلف إماراتها. وأجرت الباحثة الدراسة المسحية على عينة متوفرة متاحة غير احتمالية قوامها 200 مفردة من الشباب الإماراتي من الجنسين من سن 18 - 40 سنة. وتم استخدام أسلوب العينة المتساوي في تحديد حصة كل إمارة ( عجمان، والشارقة، وأبوظبي، ودبي) من إجمالي عدد مفردات العينة حيث يصعب استخدام أسلوب العينة المتناسب في ضوء غياب احصائيات دقيقة عن عدد الشباب الإماراتي في كل إمارة من الإمارات التي شملتها الدراسة.

جدول رقم (1) خصائص عينة الدراسة

النسبة المئوية %	التكرار	الفئة
50%	100	ذكر
50%	100	أنثى
100%	200	المجموع

#### اختبار الصدق والثبات :

صدق الإستبانة يعني التأكد من أنها سوف تقيس ما أعدت لقياسه، كما يقصد بالصدق " شمول الاستمارة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية ثانية، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها" .

ولاختبار قدرة صحيفة الاستقصاء على قياس ما استهدف قياسه (إمام، 1989، ص 53-54) قامت الباحثة بعرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين من أساتذة الإعلام<sup>(34)</sup> الذين أفادوا ببعض التعديلات والإضافات، وتم الأخذ بها. ولإختبار الصدق تم عمل اختبار قبلي بتطبيق الاستمارة على 20 مفردة تمثل 10% من إجمالي مفردات العينة بهدف التعرف على مدى صلاحية الأداة للتطبيق الميداني، ومدى قدرتها على تحقيق أهداف الدراسة وكانت قيمة معامل الثبات 89% وهي كافية، وقد أمكن من خلال هذا الاختبار القبلي تعديل بعض الأسئلة وإضافة البعض الآخر.

#### أدوات الدراسة وجمع البيانات:

ويقصد بها الأدوات المراد توظيفها في الحصول على بيانات الدراسة، وتم تحديد طريقة جمع البيانات بناءً على طبيعة البيانات المراد الحصول عليها وعلى طبيعة مشكلة البحث والمنهج المتبع في البحث، وتمت مراعاة مجتمع البحث وعينته، ولذلك استخدمت الباحثة الأدوات التالية:

- الإستبيان (الاستقصاء): وهو أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف إستئارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقنعة لتقديم حقائق أو أفكار أو معلومات معينة، في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، وقد روعي في أسئلة الاستبيان التنوع وبساطة الصياغة ووضوح الفكرة.

- أما المقابلة والملاحظة فقد أفادت الدراسة حيث كانت الباحثة تجمع البيانات بنفسها من المبحوثين وتناقشهم في مضمون الإستمارة، وتفيد الدراسة بملاحظتهم وتعليقاتهم، وأيضا ملاحظة غير الجاد منهم في إجابته فتستبعد استمارته من العينة.

#### إجراءات البحث:

لقد اتبعت الباحثة الإجراءات التالية في البحث الحالي:

- 1- إعداد إستمارة استقصاء لرصد الدور التربوي لوسائل الإعلام في بناء وترسيخ القيم المجتمعية في ضوء آراء المبحوثين، ثم التأكد من صدقها وثباتها عن طريق مجموعة من المحكمين.
- 2- استخدام أداتي المقابلة والملاحظة لرصد المبحوثين ومناقشتهم في مضمون الإستمارة، وأيضا ملاحظة غير الجاد منهم في إجابته فتستبعد استمارته من العينة.
- 3- تقريغ البيانات ورصد النتائج ووضع التوصيات.

#### الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تمت عملية المعالجة الإحصائية مروراً بترميز الإجابات وإدخال البيانات على الحاسب من خلال برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية " SPSS " وتم إجراء عمليات التدقيق والإتساق الداخلي، وقد تم تحليل البيانات من خلال استخدام التكرارات والنسب المئوية لجميع محاور إستبيان الدراسة، وإستخراج النتائج. وعلى ضوء هذه النتائج تم مناقشتها مع أسئلة الدراسة كما تم قياس ثبات الإستمارة باستخدام معادلة الإتساق الداخلي " كرونباخ - ألفا " رافقه تحليل التباين وتم استخدام الأسلوب الوصفي الإحصائي في تحليل البيانات.

نتائج البحث ومناقشتها

أولاً : البيانات الأساسية:

جدول رقم (2) يوضح الفئات العمرية للمبحوثين

النسبة %	التكرار	البيان
29	58	18 - أقل من 25 سنة
22.5	45	25 - أقل من 30 سنة
25.5	51	30 - أقل من 35 سنة
23	46	35 - أقل من 40 سنة
100	200	إجمالي

يتضح من الجدول أعلاه، الخاص بوصف الفئات العمرية للمبحوثين أن الفئة السائدة من 18 إلى أقل من 25 سنة بنسبة 29% من النسبة العامة ، أما الفئة الثانية والتي بلغت 25.5% فئة المدى من 30 إلى أقل من 35 سنة، أما الفئة الثالثة من 35 - أقل من 40 سنة وجاءت بنسبة 23% وأخيراً كانت فئة 25 إلى أقل من 30 تساوي 22.5%.

جدول رقم (3) يوضح المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	البيان
30.5	61	ثانوي
57	114	جامعي
12.5	25	فوق الجامعي
100	200	إجمالي

أما المستويات التعليمية للعينة جاءت بطريقة عشوائية حسب مفردات العينة، فجاء التعليم الجامعي بأعلى مجموع 114 بنسبة 57%، أما التعليم الثانوي فجاء بمجموع 61 بنسبة 30.5%، أما التعليم فوق الجامعي فجاء في المرتبة الثالثة بمجموع 25 مفردة بنسبة 12.5%.

جدول رقم (4) يوضح الحالة الاجتماعية للمبحوثين

النسبة %	التكرار	الحالة الاجتماعية
47.00	94	متزوج
10.00	20	مطلق
43.00	86	أعزب
100	200	إجمالي

أما فيما يتعلق بالحالة الاجتماعية فبلغ عدد المتزوجين 94 مفردة بنسبة 47% وهي النسبة الأكبر، وعدد غير المتزوجين 87 مفردة بنسبة 43% وفئة المطلقين بمجموع 20 مفردة بنسبة 10%.  
ثانياً: حول الدور التربوي لوسائل الإعلام في بناء وترسيخ القيم المجتمعية :

### 5. إجابة السؤال الأول:

وينص هذا السؤال على ما يلي " : هل لوسائل الإعلام دوراً تربوياً في ترسيخ القيم المجتمعية؟ " ، وللإجابة على هذا السؤال فإنه تم رصد التكرار والتكرار النسبي في ثلاث إجابات متنوعة ثم تم إيجاد التكرار المتوقع والنسبة المتوقعة، والجدول رقم (5) يبين ذلك.

جدول رقم (5)

الدور التربوي لوسائل الإعلام في بناء وترسيخ القيم المجتمعية

النسبة %	التكرار	الدور التربوي لوسائل الإعلام
37%	74	أعتقد
52%	104	أعتقد إلى حد ما
11%	22	لا أعتقد
100%	200	الإجمالي

ينضح من الجدول رقم (5) أن أكثر من نصف العينة أجمعت على أن لوسائل الإعلام دوراً تربوياً في بناء وترسيخ القيم المجتمعية حيث جاء "أعتقد إلى حد ما" في المركز الأول بتكرار 104 أي بنسبة 52% ، وجاء أعتقد في المركز الثاني بتكرار 74 أي بنسبة 37% ، أما عدم الاعتقاد في الدور التربوي لوسائل الإعلام فجاء في الترتيب الثالث بنسبة 11% وهي نسبة ضئيلة إذا قورنت بسابقاتها. وهذا يدل على اعتقاد العينة في الدور التربوي لوسائل الإعلام في ترسيخ القيم المجتمعية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كامل (2007) وهاشم الخضاب (2005) والعمادي (2000) أن لوسائل الإعلام دوراً في البناء الثقافي والاجتماعي. وأظهرت دراسة بدر (1992) أن خمستا من أصل ست دول مشاركة تعتقد بوجود أهداف محددة للإعلام التربوي وأنهم راضون إلى حد ما عن تحقيق أهداف الإعلام التربوي.

### إجابة السؤال الثاني:

وينص هذا السؤال على ما هي الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيراً وفعالية في بناء الشخصية الإماراتية وتقديم القيم المجتمعية والتربوية له؟ " وللإجابة عن هذا السؤال فإنه تم رصد التكرار والتكرار النسبي في ست وسائل متنوعة مع إيجاد التكرار المتوقع والنسبة المتوقعة، ثم أخذ متوسط الأوزان الترجيحية لترتيب هذه الوسائل. والجدول رقم (6) يبين ذلك.

جدول رقم (6)

يوضح وسائل الإعلام الأكثر تأثيراً وفعالية في بناء الشخصية الإماراتية وتقديم القيم المجتمعية والتربوية له.

الترتيب	النسبة %	متوسط التكرار	وسائل الإعلام
1	23.45%	985	التلفزيون
2	22.86%	609	الإذاعة
5	10.95%	460	السينما
3	18.45%	775	الانترنت
4	14.79%	621	الصحف والمجلات
6	9.5%	399	الكتب والدوريات
	100%	4200	الإجمالي

ينضح من الجدول السابق أن أكثر وسائل الإعلام تأثيراً وفعالية في بناء الشخصية الإماراتية وتقديم القيم المجتمعية والتربوية له هو التلفزيون وجاء في المرتبة الأولى تأثيراً وفعالية في بناء الشخصية بنسبة 23.5% ، وجاءت الإذاعة في المرتبة الثانية بنسبة 22.86% وهي نسبة قريبة من التلفزيون ، أما الانترنت فجاء في المرتبة الثالثة بنسبة 18.45% من

إجمالي العينة، ويرجع ذلك إلى أن التلفزيون والإذاعة أكثر تأثيراً وفاعلية في بناء الشخصية والتعرض للقيم التربوية، أما الإنترنت هو الأكثر استخداماً وليس تأثيراً. أما الكتب والدوريات فجاءت في المرتبة الأخيرة استخداماً وتأثيراً، ويعتبر ذلك مؤشراً خطيراً يفقد الكتاب دوره الخطير والمؤثر في تكوين الشخصية وشحن الذاكرة وتغذية الروح وهذا يعني أننا أصبحنا متلقين فقط ما يعرض علينا لا نبحث عنه. وتتفق تلك النتيجة مع دراسة مندوب (1980) أن للتلفزيون خصائص تربوية تميزه في تنشئة الأطفال وما يخلف من آثار على سلوكهم وتختلف تلك النتيجة مع دراسة هلال (2008) الإنترنت ونسق القيم حيث أفاد أن أكثر من 95% من مفردات العينة ترى أن للإنترنت دوراً فعالاً في التنقيف والمعرفة وأن الجوانب الاجتماعية والثقافية هي أكثر الجوانب التي يساهم الإنترنت في تزايدها. ارتفاع نسبة متابعة المبحوثين للإنترنت بمتوسط 99 تكرار أي بنسبة 23.6% وجاء التلفزيون في المرتبة الثانية بمتوسط 928 تكرار أي بنسبة 22.1% من إجمالي العينة. كما جاءت الإذاعة في المرتبة الثالثة بمتوسط 752 تكرار أي بنسبة 18.9% من إجمالي العينة، تليها الصحف والمجلات ثم السينما وأخيراً الكتب والدوريات.

إجابة السؤال الثالث:

وينص هذا السؤال على ما تأثير الدور التربوي لوسائل الإعلام في تعزيز الهوية الوطنية وتدعيم الهوية الثقافية وتعميق الاحساس بالانتماء والمواطنة وغرس القيم المعرفية والخلقية لدى الشباب الإماراتي؟  
" وللإجابة عن هذا السؤال فإنه تم رصد التكرار والنسبة في ثماني رسائل إعلامية متنوعة ثم تم إيجاد التكرار المتوقع والنسبة المتوقعة. والجدول رقم (7) يبين ذلك.

جدول رقم (7)

يتعرض للرسائل الإعلامية التي تنقلها وسائل الإعلام إلى المجتمع الإماراتي

الرسائل الإعلامية	الرجال	النساء	الأطفال	الإجمالي
تعريف المجتمع بالقيم المجتمعية والتربوية	100	84	16	200
النسبة	%50	%42	%8	%100
نشر وإذاعة القيم المجتمعية والتربوية	90	92	18	200
النسبة	%45	%46	%9	%100
تسليط الضوء على القيم المجتمعية وتشجيع أفراد المجتمع من خلال نشرها عبر وسائل الإعلام المختلفة	85	88	27	200
النسبة	%42.5	%44	%13.5	%100
التسيق مع الجهات المجتمعية المهمة في بناء ونشر القيم المجتمعية	68	75	57	200
النسبة	%34	%37.5	%28.5	%100
العمل كحلقة وصل بين الجهات التربوية والمجتمعية وأفراد المجتمع لعرض المشاكل والتحديات التي تعيق مسار نشر وتدعيم القيم	68	71	61	200
النسبة	%34	%35.5	%30.5	%100
عرض المشاكل التي يعاني منها المجتمع من ظواهر مجتمعية سلبية والعمل على تلافيها	92	78	30	200
النسبة	%46	%39	%15	%100
ترسيخ قيم الانتماء والولاء لإبراز الوجه الحضاري لمجتمع الإمارات.	107	68	25	200
النسبة	%53.5	%34	%12.5	%100
دعم قيم الهوية الوطنية ونشرها بين الأجيال السابقة والحالية	106	80	14	200
النسبة	%53	%40	%7	%100

يتبين من الجدول السابق رقم (7) أن أكثر من نصف العينة أجمعوا على أن لوسائل الإعلام دوراً تربوياً في ترسيخ قيمة الانتماء والولاء لإبراز الوجه الحضاري لمجتمع الإمارات، وأيضاً دعم قيم الهوية الوطنية ونشرها بين الأجيال السابقة



والحالية حيث جاءت بنسب متقاربة 53%، ثم جاء تعريف المجتمع بالقيم المجتمعية والتربوية، في المركز الثاني بنسبة 50%، وجاءت قيمة نشر وإذاعة القيم المجتمعية والتربوية، في المركز الثالث بنسبة 45%، ثم يليها تسليط الضوء على القيم المجتمعية وتشجيع أفراد المجتمع من خلال نشرها عبر وسائل الإعلام المختلفة، بتكرار 88 في اعتقد إلى حد ما وبنسبة 44%. أما عدم وجود حلقة وصل بين الجهات التربوية والمجتمعية وأفراد المجتمع لعرض المشاكل والتحديات التي تعيق مسار نشر وتدعيم القيم، فجاءت بنسبة 30.5% وهذا يعني عدم وجود تواصل بين الجهات التربوية والمجتمعية. أما عن التنسيق بين الجهات المجتمعية المهمة في بناء ونشر القيم المجتمعية، فجاءت بنسبة 28.5% وهذا يعني عدم وجود تنسيق أو تفاعل بين الجهات المجتمعية المختلفة، وهي نسبة سلبية كبيرة إذا قورنت بالرسائل الإعلامية الأخرى. وتتفق هذه النتيجة من حيث دور وسائل الإعلام في تعزيز دور المواطن مع دراسة أجراها (الصلال، 2012م) بعدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الطلبة المبحوثين تجاه دور الفضائيات الكويتية في تعزيز المواطنة. أما من حيث عدم وجود تنسيق بين الجهات التربوية والمجتمعية فتتفق هذه النتيجة مع دراسات كل من (العوفي، 2004) و(الدوري، 2007) وأنه لا بد من التنسيق بين التربويين والإعلاميين لإنتاج برامج هادفة، أما (سعد الدين، 1995) طالب وسائل الإعلام ببث القيم التربوية والأخلاقية في الرسائل الإعلامية.

#### إجابة السؤال الرابع:

وينص هذا السؤال على هل لوسائل الإعلام دوراً تربوياً في نشر مفهوم التعاون والمشاركة الاجتماعية ( كبذل المال وجمع التبرعات وتقديم المساعدة والمشاركة في الأعمال الخيرية والمبادرة إلى مساعدة الآخرين ) لدى الشباب الإماراتي؟ وللإجابة عن هذا السؤال فإنه تم رصد التكرار والتكرار النسبي في خمس قيم لإيضاح مفهوم المشاركة المجتمعية ثم تم إيجاد التكرار المتوقع والنسبة المتوقعة. والجدول رقم (8) يبين ذلك.

جدول رقم (8)

يبين الدور التربوي لوسائل الإعلام في نشر مفهوم المشاركة الاجتماعية لدى الشباب الإماراتي

مفهوم المشاركة المجتمعية	أوراق بشدة	أوراق	لا أوراق	لا أوراق	الأجمالي
المبادرة لمساعدة الآخرين.	64	87	46	3	200
النسبة المئوية	34%	43.5%	23%	1.5%	100%
جمع التبرعات وتقديم المساعدات	76	73	41	10	200
النسبة المئوية	38%	36.5%	20.5%	5%	100%
قضاء حوائج الآخرين	34	80	74	12	200
النسبة المئوية	17%	40%	37%	6%	100%
الإيثار والابتعاد عن الأثنية	45	49	71	35	200
النسبة المئوية	22.5%	24.5%	35.5%	17.5%	100%
التعاون المشاركة في الأعمال الخيرية	77	70	40	13	200
النسبة المئوية	38.5%	35%	20%	6.5%	100%

الأرقام التي يتضمنها الجدول أعلاه نتبين من خلالها قياسات إحصائية للدور التربوي لوسائل الإعلام في نشر مفهوم التعاون والمشاركة الاجتماعية لدى الشباب الإماراتي، ومن خلاله نجد أن آراءهم تفصلت فيما يتعلق بالمبادرة لمساعدة الآخرين فالموافقون على ذلك هم النسبة الغالبة حيث بلغت 43.5%، أما الفئة الثانية وهي نسبة الموافقين علي قضاء حوائج الآخرين

فجاءت بنسبة 40% وهو رأي يدعم رأي الفئة الأولى، أما المشاركة في الأعمال الخيرية فجاءت نسبة الموافقين بشدة 38.5% وهي النسبة الأعلى إذا قورنت بمثيلاتها، أما المعارضون لهذا الرأي والذين لا يعرفون فقد تقاربت نسبتهم وهي 6.5% و6% علي التوالي في المركزين الثالث والرابع، وهي نسب ضعيفة الأمر الذي يؤكد النتيجة بشكل غير مباشر لأن فوارق نسب المقارنة بين الموافقين والمعارضين كبيرة. أما المعارضون فقد جاءت نسبتهم كأضعف نسبة علي مستوى مجتمع البحث، أما الافتراض القائل بأن جمع التبرعات وتقديم المساعدات فقد تفصلت أراؤهم حولها وجاءت كالتالي 38% موافقون بشدة للفرض وهي نتيجة تتطابق مع رأي الموافقين في الفرض الأول ويساندها رأي الفئة الأخرى، وهم الموافقون وتسير في ذات الاتجاه وقد بلغت 36.5%. وجاءت نسب المعارضين 5% فقط وهي نسبة ضئيلة جداً وعليه يتأكد أن لوسائل الإعلام دوراً تريبوياً في نشر مفهوم المشاركة المجتمعية أما القياس الخاص بفرضية الإثارة والابتعاد عن الأثنية فقد بينت أن 35.5% يرون قبول الفرضية إلى حد ما، ويليها الموافقون 24.5%، أما المعارضون فهم بنسبة 17.5% وهي نسبة معارضة كبيرة جداً بالنسبة للفرضيات الأخرى، وهذا يعني تقصير وسائل الإعلام التريبوية في هذا الجانب إذا ما قورنت مع سابقتها وبالتالي الأمر الذي يستلزم أن يؤدي الإعلام رسالته ويتحمل مسؤوليته التريبوية. وتتفق هذه النتائج مع دراسة المبرز (2011) أن أكثر مفاهيم التعاون والمشاركة تأثراً بالقنوات الفضائية هي وتنمية مفاهيم التعاون بين أفراد المجتمع، والتشجيع على دعم المؤسسات الخيرية.

#### إجابة السؤال الخامس:

وينص هذا السؤال على ما تأثير الدور التريبوي لوسائل الإعلام على منظومة القيم الاجتماعية المرتبطة بقيمة العفو والتسامح من خلال التعاطف مع الآخرين وتقوية العلاقات الاجتماعية بعيداً عن الخلافات الشخصية لدى الشباب الإماراتي ؟ " وللإجابة عن هذا السؤال فإنه تم رصد التكرار والتكرار النسبي في عشر قيم تتعرض للقيم التريبوية الأخلاقية المختلفة ثم تم إيجاد التكرار المتوقع والنسبة المتوقعة. والجدول رقم (9) يبين ذلك.

#### جدول رقم (9)

تأثير الدور التريبوي لوسائل الإعلام على منظومة القيم التريبوية الأخلاقية لدى الشباب الإماراتي

المجموع	لاوافق	إلى حد ما	وافق	وافق بشدة	القيمة التريبوية الأخلاقية
200	46	36	75	43	قيمة العفو والتسامح
%100	%23	%18	%37.5	%21.5	النسبة
200	18	38	91	53	التعاطف مع الآخرين
%100	%9	%19	%45.5	%26.5	النسبة
200	30	70	65	35	نبذ الكراهية والعنصرية
%100	%15	%35	%32.5	%17.5	النسبة
200	39	68	63	30	اختيار الصديق
%100	%19.5	%34	%31.5	%15	النسبة
200	18	50	85	47	تقوية العلاقات الاجتماعية
%100	%9	%25	%41.5	%23.5	النسبة
200	25	40	75	60	الالتزام بالقيم الدينية والأخلاقية
%100	%12.5	%20	%37.5	%30	النسبة
200	14	46	90	50	الامانة
%100	%7	%23	%45	%25	النسبة
200	20	53	85	42	الإخلاص

القيمة التربوية الأخلاقية	أرقام بقية	أوقاف	إلى حد ما	لا أوافق	المجموع
النسبة	21%	42.5%	26.5%	10%	100%
احترام الوقت	39	58	62	41	200
النسبة	19.5%	29%	31%	20.5%	100%
حب الخير للآخرين	64	77	42	17	200
النسبة	32%	38.5%	21%	8.5%	100%

الأرقام التي يتضمنها الجدول أعلاه نتبين من خلالها قياسات إحصائية لتأثيرات الدور التربوي لوسائل الإعلام على منظومة القيم التربوية الأخلاقية لدى الشباب الإماراتي، ومن خلاله نجد أن آراءهم تفصلت فيما يتعلق بقيمة العفو والتسامح فالموافقون على ذلك هم النسبة الغالبة حيث بلغت 37.5%، في حين أن نسب المعارضين أن للتأثير التربوي لوسائل الإعلام دور بلغت 23%، في حين جاءت القيمة الثانية وهي التعاطف مع الآخرين بنسبة 45% موافق مقابل 26.5% موافق بشدة، وجاءت قيمة نبد الكراهية واختيار الصديق بنسب متقاربة 35% موافق إلى حد ما وهي نسبة وسط بين الموافقة وغير الموافقة، أما قيمة تقوية العلاقات الإجتماعية فجاءت بنسب الموافقة مرتفعة 41.5% مقارنة بأولى حد ما 25%، أما الالتزام بالقيم الدينية والأخلاقية فجاءت الموافقة 37.5% في مقابل 30% موافق بشدة وهذا يعني الالتزام التربوي لوسائل الإعلام تجاه الالتزام بالقيم الدينية والأخلاقية للمجتمع الإماراتي، وعند التعرض لقيمة الأمانة والإخلاص فجاءت بنسب الموافقة متقاربة وكذلك الموافقة إلى حد ما، أما عن قيمة احترام الوقت فجاءت الموافقة 29% والمعارضين 21% وهي نسبة معارضة مرتفعة مقارنة بسابقتها، أما عن حب الخير للآخرين فجاءت بنسب الموافقة 38.5% وهي نسبة مرتفعة في مقابل 32% موافق بشدة، ومن هنا تأتي المؤشرات أن نسب الموافقة بشدة تأتي حب الآخرين في المرتبة الأولى بنسبة 32%، أما قيمة التعاطف مع الآخرين والأمانة تأتيان في المرتبة الأولى عن بقية القيم في الموافقة بنسبة 45%، وعن الموافقة إلى حد ما فتأتي قيمة نبد الكراهية في المرتبة الأولى بنسبة 35%، أما أعلى النسب في المعارضين على أن لوسائل الإعلام التربوي دوراً في منظومة القيم المجتمعية فكانت قيمة العفو والتسامح بنسبة 23% عن بقية القيم تليها قيمة احترام الوقت بنسبة 21% ثم اختيار الصديق بنسبة 20%. تتفق النتائج السابقة مع دراسة هاشم الخضاب (2005) أن هناك تأثيراً إيجابياً لوسائل الإعلام على قيمة التعاطف وتقديم المساعدة للمحتاجين. وتتفق أيضاً بأنه لا يوجد تأثير لوسائل الإعلام في تعزيز قيمة التسامح وقيمة الصداقة.

#### إجابة السؤال السادس:

وينص هذا السؤال هل لوسائل الإعلام دوراً تربوياً في بناء وترسيخ منظومة قيمة الترابط الأسري وحل المشاكل وتقديم التضحية حفاظاً على تماسك الأسرة لدى الشباب الإماراتي؟ وللإجابة عن هذا السؤال فإنه تم رصد التكرار والتكرار النسبي في خمس قيم للترابط الأسري ثم تم إيجاد التكرار المتوقع والنسبة المتوقعة. والجدول (10) يبين ذلك.

جدول رقم (10)

يبين دور وسائل الإعلام التربوية في بناء وترسيخ منظومة قيمة الترابط الأسري لدى الشباب الإماراتي

قيمة الترابط الأسري	نعم	%	لا	%	الإجمالي
المنافسة	132	66%	68	34%	200
الحوار الإيجابي مع الأسرة	92	46%	108	54%	200
حل المشاكل	99	49.5%	101	50.5%	200
تقديم النصيحة	124	62%	76	38%	200
البر بالوالدين	150	75%	50	25%	200

الأرقام التي يتضمنها الجدول أعلاه نتبين من خلالها قياسات إحصائية لتأثيرات الدور التربوي لوسائل الإعلام في بناء وترسيخ منظومة قيمة الترابط الأسري لدى الشباب الإماراتي، ومن خلاله نجد أن آراءهم تفصلت فيما يتعلق بقيمة الترابط

الأسري ، فجاءت قيمة البر بالوالدين بنسب إيجابية في المرتبة الأولى بنسبة 75%، تليها المناقشة بنسبة 66%، ودور الإعلام في تقديم النصيحة جاء في المرتبة الثالثة بنسبة 62% وهذا يدل على الدور التربوي لوسائل الإعلام في تناول هذه القيم . أما المعارضون على دور الإعلام التربوي في قيمة الحوار الإيجابي مع الأسرة فجاءت بنسبة سلبية 54% من العينة أما عن دور الإعلام في حل المشاكل فجاءت النسب بين الموافقين والمعارضين قريبة جداً، وهذا مؤشر خطير يدل على أن وسائل الإعلام فقدت دورها التربوي في تجموع الأسرة على مائدة واحدة وربما يرجع ذلك إلى التطور التكنولوجي للاتصال التفاعلي الذي أفقد الحوار الأسري. وتختلف تلك النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (مصطفى، 2007) أثر الفضائيات العربية ودورها في تشكيل السلوك الإنساني بوجود قصور في السلوك الاجتماعي داخل الأسرة مثل قصور احترام الأبناء للوالدين أو أحدهما. وكذلك تبين في دراسة (الميرز، 2011) أن القنوات الفضائية لا تساهم في حل المشاكل الأسرية.

#### إجابة السؤال السابع:

وينص هذا السؤال على ما تأثير الدور التربوي لوسائل الإعلام في البناء الثقافي والاجتماعي للمواطن الإماراتي ؟ وللإجابة عن هذا السؤال فإنه تم رصد التكرار والنسبي في خمسة معاني مختلفة للبناء الثقافي والاجتماعي ثم تم إيجاد التكرار المتوقع والنسبة المتوقعة، مع أخذ متوسط الأوزان الترجيحية لترتيب هذه القيم. والجدول (11) يبين ذلك .

جدول رقم (11)

يوضح معنى البناء الثقافي والاجتماعي للمواطن الإماراتي كما يراه المبحوثين<sup>(4)</sup>

الترتيب	النسبة	متوسط التكرار	معنى البناء الثقافي
1	22.01%	169	تكوين المواطن الصالح المثقف الواعي بقضايا مجتمعه
4	14.97%	115	تكوين الشخصية الإيجابية المبادرة
2	20.05%	154	تكوين الشخصية المنتمية لوطنها ومجتمعها
5	14.06%	108	تكوين الشخصية المحبوبة الاجتماعية
6	13.28%	102	تكوين الشخصية القوية
3	15.37%	118	تكوين الشخصية الشغوفة والمهتمة بالعلم والمعرفة
7	0.26%	2	تكوين الشخصية الضعيفة السلبية
	100	768	الإجمالي

يتبين من الجدول السابق<sup>(4)</sup> الذي يوضح معنى البناء الثقافي للمواطن الإماراتي كما يراه المبحوثين، يأتي تكوين المواطن الصالح المثقف الواعي بقضايا مجتمعه في المركز الأول بمتوسط تكرار 169 وبنسبة 22% ، وتأتي تكوين الشخصية المنتمية لوطنها ومجتمعها في المركز الثاني بمتوسط تكرار 154 أي بنسبة 20% وهذا يدل على الانتماء والحب الشديد للوطن، أما الشخصية الشغوفة والمهتمة بالعلم والمعرفة فتأتي في المرتبة الثالثة بنسبة 15% وهذا يدل على أن المواطن الإماراتي شغوف ومهتم بالعلم والمعرفة. وتأتي تكوين الشخصية الإيجابية المبادرة في المرتبة الرابعة يليها تكوين الشخصية المحبوبة الاجتماعية، ثم تكوين الشخصية القوية. وتتفق تلك النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (كامل، 2007) أن لوسائل الإعلام دوراً في البناء الثقافي والاجتماعي للمصريين، وفي تعليمهم صفات إيجابية وسلبية.

إجابة السؤال الثامن:

<sup>(4)</sup> نفس الأوزان المرجحة التي تم استخدامها في جدول رقم (5)

وينص هذا السؤال على ما هي العوامل التي تؤثر في اكساب المواطن صفاته أو بنائه ثقافياً واجتماعياً ؟ " وللإجابة عن هذا السؤال فإنه تم رصد التكرار والتكرار النسبي في ثمان عوامل مختلفة تؤثر في اكساب المواطن صفاته أو بنائه ثقافياً واجتماعياً ثم تم إيجاد التكرار المتوقع والنسبة المتوقعة. والجدول رقم (12) يبين ذلك .

جدول رقم (12) يوضح العوامل التي تؤثر في اكساب المواطن صفاته أو بنائه ثقافياً واجتماعياً

العوامل المؤثرة	التكرار	النسبة
البيئة المحيطة والمجتمع	151	15.26%
الأسرة	159	16.1%
دور العلم	79	7.98%
وسائل الإعلام	145	14.65%
الأصدقاء	131	13.25%
الوراثة من الآباء والأجداد	104	10.52%
التنشئة والتربية الاجتماعية	111	11.22%
دور العبادة	109	11.02%
المجموع	989	100%

تختص إحصاءات الجدول أعلاه بتبيين العلاقة بين الجمهور ( فئة المبحوثين ) والعوامل التي تؤثر في اكساب المواطن صفاته أو بنائه ثقافياً واجتماعياً وهي علاقة ذات مؤشرات دلالية في قياس مدى الارتباط بين العنصرين وبالتالي مدى الأثر الذي أحدثه ذلك التناول ومن خلال الخارطة الإحصائية نجد أن النسبة الأعلى جاءت مبيّنة أن للأسرة دوراً إيجابياً وقوياً في بناء المواطن ثقافياً واجتماعياً حيث بلغت النسبة 16% ، تليها عامل البيئة المحيطة والمجتمع وهو في المركز الثاني بنسبة 15%، أما وسائل الإعلام فجاءت في المركز الثالث بنسبة 14.65%، وهذا يدل على أن وسائل الإعلام ليست هي العامل الأول في إكساب المواطن صفاته أو بناءه ثقافياً أو اجتماعياً بل الأسرة لها الدور الأول والخطير ثم البيئة المحيطة والمجتمع ثانياً وهذا يدل على أن معالجات برامج تلك الوسائل الإعلامية مقصورة إلى حد كبير في جذب انتباه المتلقي واكسابه القيم المجتمعية المختلفة بل أن للتنشئة الاجتماعية دوراً خطيراً وفعالاً. وجاء في الترتيب الرابع الأصدقاء بنسبة 13.25%، وجاء في الترتيب الخامس التربية الاجتماعية ودور العبادة بنسب متقاربة، وجاءت الوراثة من الآباء والأجداد ودور العلم في المرتبة الأخيرة من حيث التأثير والبناء .

### الاستنتاجات :

هدف هذا البحث دراسة الدور التربوي لوسائل الإعلام في نشر وترسيخ القيم المجتمعية، في إطار نظرية الفرس الثقافي باستخدام منهج المسح والتطبيق على عينة من 200 مفردة من الشباب الإماراتي من الذكور والإناث بدولة الإمارات العربية المتحدة، وقد توصلت الباحثة إلى العديد من النتائج من أهمها :

1. بالرغم من تعدد وسائل الإعلام إلى أن هناك تبايناً حيث جاء الانترنت في المرتبة الأولى بنسبة 23.6% من حيث التعرض خلال الحياة اليومية ثم التلفزيون بنسبة 22% وتليه الإذاعة بنسبة 19% ، ولكن عند قياس أكثر وسائل الإعلام تأثيراً وفعالية في بناء الشخصية الإماراتية وتقديم القيم التربوية والمجتمعية ، جاء التلفزيون في المرتبة الأولى تأثيراً بنسبة 23.45% ، ثم الإذاعة في المرتبة الثانية تأثيراً بنسبة 23%، أما الانترنت فجاء بنسبة 18% والفرق واضح بين النسب.

2. أكثر من نصف العينة أجمعت أن لوسائل الإعلام دوراً تربوياً في بناء وترسيخ القيم المجتمعية حيث جاء "اعتقد إلى حد ما" في المركز الأول بنسبة 52% ، أما اعتقد فجاءت في المركز الثاني بنسبة 37% من إجمالي العينة، وهذا يدل على اعتقاد العينة في الدور التربوي لوسائل الإعلام في ترسيخ القيم المجتمعية.
3. أكثر من نصف العينة أجمعوا على أن لوسائل الإعلام دوراً تربوياً في ترسيخ قيمة الانتماء والولاء لإبراز الوجه الحضاري لمجتمع الإمارات، وأيضاً دعم قيم الهوية الوطنية ونشرها بين الأجيال السابقة والحالية حيث جاءت بنسبة متقاربة 53%، ثم جاء تعريف المجتمع بالقيم المجتمعية والتربوية، في المركز الثاني بنسبة 50%، أما عن العمل كحلقة وصل بين الجهات التربوية والمجتمعية وأفراد المجتمع لعرض المشاكل والتحديات التي تعيق مسار نشر وتدعيم القيم، فجاءت بنتيجة سلبية بنسبة 30.5% بعدم الموافقة وهذا يعني بعدم وجود تواصل بين الجهات التربوية والمجتمعية، وهي نسبة سلبية كبيرة إذا قورنت بالوسائل الإعلامية الأخرى.
4. يوجد تباين بين إحصائية الدور التربوي لوسائل الإعلام في نشر مفهوم المشاركة الاجتماعية لدى الشباب الإماراتي، ومن خلاله نجد أن آراءهم تفصلت فيما يتعلق بالمبادرة لمساعدة الآخرين فالموافقون على ذلك هم النسبة الغالبة حيث بلغت 43.5%، أما الفئة الثانية وهي نسبة الموافقين على قضاء حوائج الآخرين فجاءت بنسبة 40% وهو رأي يدعم رأي الفئة الأولى، أما المشاركة في الأعمال الخيرية فجاءت نسبة الموافقين بشدة 38.5% وهي النسبة الأعلى إذا قورنت بمثلثاتها، بفرضية الإيثار والابتعاد عن الأنانية فقد بينت أن 35.5% يرون قبول الفرضية إلى حد ما، ويليهما الموافقون 24.5% موافقون، أما المعارضون فهم بنسبة 17.5% وهي نسبة معارضة كبيرة جداً بالنسبة للفرضيات الأخرى، وهذا يعني تقصير وسائل الإعلام التربوية في هذا الجانب مقارنةً بسابقاتها. وبالتالي الأمر الذي يستلزم أن يؤدي الإعلام رسالته ويتحمل مسؤوليته التربوية.
5. وعن تأثير الدور التربوي لوسائل الإعلام على منظومة القيم التربوية الأخلاقية لدى الشباب الإماراتي، ومن خلاله نجد أن نسب الموافقة بشدة تأتي قيمة حب الآخرين في المرتبة الأولى بنسبة 32%، أما قيمة التعاطف مع الآخرين والأمانة تأتيان في المرتبة الأولى عن بقية القيم في الموافقة بنسبة 45% ، وعن الموافقة إلى حد ما فتأتي قيمة نبد الكراهية في المرتبة الأولى بنسبة 35%، أما أعلى النسب من المعارضين على أن لوسائل الإعلام التربوي دوراً في منظومة القيم المجتمعية فكانت قيمة العفو والتسامح بنسبة 23% عن بقية القيم تليها قيمة احترام الوقت بنسبة 21% ثم اختيار الصديق بنسبة 20%.
6. أما عن الدور التربوي لوسائل الإعلام في بناء وترسيخ منظومة قيمة الترابط الأسري لدى الشباب الإماراتي، ومن خلاله نجد أن آراءهم تفصلت فيما يتعلق بقيمة الترابط الأسري، فجاءت قيمة الأبر بالوالدين بنسب إيجابية في المرتبة الأولى بنسبة 75%، أما المعارضون على دور الإعلام التربوي في قيمة الحوار الإيجابي مع الأسرة فجاءت بنسبة سلبية 54% من العينة أما عن دور الإعلام في حل المشاكل فجاء النسب بين الموافقين والمعارضين قريبة جداً، وهذا مؤشر خطير يدل على أن وسائل الإعلام فقدت دورها التربوي في تجمّع الأسرة على مائدة واحدة وربما يرجع ذلك إلى التطور التكنولوجي للاتصال التفاعلي الذي أفقد الحوار الأسري .
7. يتبين من معنى البناء الثقافي للمواطن الإماراتي كما يراه المبحوثون، أن تكوين المواطن الصالح المتقّف الواعي بقضايا مجتمعه في المركز الأول وبنسبة 22%، وتأتي تكوين الشخصية المنتمية لوطنها ومجتمعها في المركز الثاني بنسبة 20%، وهذا يدل على الانتماء والحب الشديد للوطن، أما الشخصية الشغوفة والمهتمة بالعلم والمعرفة فتأتي في المرتبة الثالثة وهذا يدل على أن المواطن الإماراتي شغوف ومهتم بالعلم والمعرفة.

8. تختص إحصاءات العلاقة بين الجمهور ( فئة المبحوثين ) والعوامل التي تؤثر في إكساب المواطن صفاته أو بنائه ثقافياً واجتماعياً نجد أن النسبة الأعلى جاءت مبنية أن للأسرة دوراً إيجابياً وقوياً في بناء المواطن ثقافياً واجتماعياً حيث بلغت النسبة 16% من النسبة العامة، تليها عامل البيئة المحيطة والمجتمع وهو في المركز الثاني بنسبة 15%، أما وسائل الإعلام فجاءت في المركز الثالث بنسبة 14.65%، وهذا يدل على أن وسائل الإعلام ليست هي العامل الأول في إكساب المواطن صفاته أو بنائه ثقافياً أو اجتماعياً بل أن الأسرة لها الدور الأول والخطير ثم البيئة المحيطة والمجتمع ثانياً وهذا يدل على أن معالجات برامج تلك الوسائل الإعلامية مقصرة إلى حد كبير في جذب انتباه المتلقي وإكسابه القيم المجتمعية المختلفة بل أن للتنشئة الاجتماعية دوراً خطيراً وفعالاً.

#### التوصيات :

في ضوء نتائج البحث الحالي نوصي بما يلي:

1. إن حياتنا اليوم بحاجة إلى وسائل إعلام تقوم بدورها التربوي في تحقيق أهدافها السامية ، وتسهم في عملية التنقيف الأخلاقي والاجتماعي و الإنساني .. هذا إلى جانب التنقيف التربوي والتعليمي.
2. العمل على تكثيف البرامج التربوية عبر إيجاد دور فعال للتربويين، لتحقيق أهداف التربية من خلال وسائل الإعلام، لإعداد وتقديم برامج هادفة يراعى فيها الحضور الإعلامي والمعالجات الفنية البارعة متوجهين بذلك إلى الإنسان في عقيدته وقيمه وتطلعاته.
3. العمل على وجود تواصل بين الجهات التربوية والمجتمعية وأفراد المجتمع لعرض المشاكل والتحديات التي تعيق مسار نشر وتدعيم القيم التربوية، ولا يتم ذلك إلا بالتعاون الفعال لوسائل الإعلام .
4. نحتاج إلى إعلام تربوي قادر على الاستفادة من وسائل الاتصال الحديثة وتطويعها لخدمة الفعل التربوي.
5. العمل على ارتفاع وسائل الإعلام العامة للالتزام التربوي بمعناه الأخلاقي في أدائها لوظائفها العامة.

#### مراجع الدراسة :

1. أحمد، دعنان إبراهيم، الشافعي، محمد مهدي، 1998، مباهي علم الاتصال ونظريات التأثير، القاهرة: الدار العلمية.
2. إسماعيل، زكي محمد، 1982، الأثروبولوجيا والفكر الإنساني ، شركة مكاتب عكاظ للنشر والترزيع ، جدة.
3. إسماعيل، محمود، 1998، مباهي علم الاتصال ونظريات التأثير، القاهرة : الدار العلمية.
4. إمام ، سلوى ، 1989، الصدق والثبات في استمارتي الاستقصاء وتحليل المضمون، المجلة العلمية لكلية الإعلام، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، العدد الأول.
5. بدر، أمل محمد نبيل، 1996، الإعلام التربوي في رحاب القرآن الكريم " دراسة تطبيقية على سورة النور، رسالة ماجستير غير منشورة ، القاهرة: كلية الآداب جامعة الرقازيق.
6. بدر، محمود بن عبد العزيز، 1992، الإعلام التربوي في دول الخليج. ورقة عمل مقدمة لاجتماع مسؤولي الإعلام التربوي في دول الخليج العربية للمنعقد في قطر 1991. الرياض- المملكة العربية السعودية: مكتب التربية العربي لدول الخليج.
7. الجلال، ماجد زكي، 2005، تعلم القيم وتعليمها ، ط2، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن
8. الدوري، على حسن، 2007، أثر الفضائيات على القيم التربوية والثقافية العربية والإسلامية، الملتقى العربي الأول بعنوان أثر الفضائيات على الأسرة العربية ، القاهرة، فبراير.
9. ديفلاير، ملفين ل، وروكيتش- ساندرا بول، 1993، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، ط1، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع.
10. رشتي، جيهان، 1978، الأسس العلمية لنظريات الاتصال، ط2 ، القاهرة : دار الفكر العربي.
11. رجب، مصطفى، 1989، الإعلام التربوي في مصر واقعة ومشكلاته، ط1 القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.
12. رضا ، هويدا محمد، 2001، القنوات الفضائية وعلاقتها باتجاهات النشء نحو العنف، رسالة ماجستير غير منشورة كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، القاهرة.
13. زكريا ،محمد ، 2002، القنوات الفضائية والقيم الاجتماعية، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية.

14. سعد الدين ، محمد منير، 1995، دراسات في التربية الإعلامية صيدا- لبنان:المكتبة العصرية.
15. السيد، ماجدة لطفي، 2010، تقنيات الإعلام التربوي والتعليمي، ط1، الأردن عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع.
16. السيد، ماجدة لطفي ، مرجع سابق، ص 260-270
17. شرف الدين، هاشم احمد عبد الرحمن، 2006، علاقة التعرض للقنوات الفضائية بالقيم السائدة لدى الشباب اليمني: دراسة مسحية على طلاب الجامعات اليمنية، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة: معهد البحوث للدراسات العربية.
18. الصلال، بدر حمد، 2012، دور الفضائيات الكويتية الرسمية والخاصة في تعزيز المواطنة لدى الشباب الكويتي، دراسة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط.
19. العرادي، بدرية، 2000، استقبال القنوات الفضائية المباشر، رسالة دكتوراه غير منشورة، الرياض: المملكة العربية السعودية
20. العوفي، عبد اللطيف ديبان، 2004، الإعلام التربوي رؤية نواحي مستقبلية. ورقة عمل مقدمة إلى اللقاء الأول لمسؤولي الإعلام التربوي بالدول الأعضاء في مكتب التربية العربي لدول الخليج خلال 27 و 28 سبتمبر، 2004 في الرياض- المملكة العربية السعودية.
21. الغلابيني، محمد نوفق، 1985، وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة، السعودية : دار المنارة، الطبعة الأولى.
22. فضل المولى، حسن ، 1991، الدور التربوي لوسائل الإعلام إيجاباً وتعميقاً، الرياض: المملكة العربية السعودية، كتاب الأمة.
23. التحطاني، توف بنت دغش بن سعيد، 2006، الإعلام التربوي ودوره في تفعيل مجالات العمل المدرسي في المملكة العربية السعودية، دراسة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة الملك سعود.
24. كامل، محمود عبد الرؤوف، 2007، دور الإعلام في البناء الثقافي والإجتماعي للمصريين: دراسة ميدانية على عينة من رواد معرض الكتاب، المؤتمر العلمي الثالث عشر لكلية الإعلام ، جامعة القاهرة.
25. الكبيسي، سعد عبد الله ، 2001، التغيرات الأسرية وانعكاساتها على الشباب الإماراتي "تحليل سوسيوولوجي" ط1، أبو ظبي: الإمارات العربية المتحدة، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.
26. المبرز، إبراهيم حمد، 2011، القنوات الفضائية وتأثيرها على منظومة القيم الاجتماعية لدى طلاب الثانوية العامة بمدينة الرياض ، المملكة العربية السعودية : جامعة الإمام محمد بن سعود، كلية العلوم الاجتماعية .
27. مصطفى، أحمد السيد، 2007، أثر الفضائيات العربية ودورها في تشكيل السلوك الإنساني، الملتقى العربي الأول بعنوان أثر الفضائيات على الأسرة العربية ، القاهرة، فبراير.
28. مكاري، حسن، صادق، السيد، ليلي حسن، 2009، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط8، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
29. مندوب، مظفر، 1980، التلفزيون ودوره التربوي في حياة الطفل العراقي، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة: كلية الإعلام ، جامعة القاهرة.
30. اللحيتي، خضر، 2008، أثر الفضائيات على المراهقين في المملكة العربية السعودية، جامعة أم القرى، مكة.
31. هاشم الحضاب، زهره بنت علوي، 2005، القنوات الفضائية وبعض القيم الاجتماعية ، رسالة ماجستير غير منشورة، المملكة العربية السعودية: جامعة الملك سعود.
32. هلال، ناجي محمد، 2008، الإنترنت ونسق القيم، ط1 ، الشارقة: شرطة الشارقة ، مركز بحوث الشارقة.
33. يوسف، حنان، 2006، الإعلام في المؤسسات التعليمية والتربوية ، ط1 ، القاهرة : أطلس للنشر والانتاج الإعلامي.
34. شارك في تحكيم صحيفة الاستقصاء والحكم على مدى صلاحيتها لتحقيق الأهداف كل من :  
د. خالد خلف أستاذ العلاقات العامة بكلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية بجامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا.  
د. عماد الدين عمر، أستاذ الإعلام المساعد بكلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية بجامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا.  
د. مريم العجمي، أستاذ الإعلام المساعد بكلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية بجامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا.  
د. نصر الدين عبد القادر، أستاذ الإعلام المساعد بكلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية بجامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا.

34. Halstead J ,1996, Values and Values Education in Schools, in Halstead, J, and Taylor, M (eds), *Values in Education and Education in Values*, London, the Flamer Press.

35. Katherine Miller ,2002, *Communication Theories: perspectives, Processes and contexts*, McGraw-Hill Higher Education.



36. Kreech, D and Ballachey ,1972, Individual Society, C. Megrant Hill Book, USA.
37. Raths,L., Harmin, M.and Simons.,1978, Values and Teaching: Working With Values in the Classroom,Charles,E.,Merrill Publishing Company,USA.
38. Miller, K. ,2005, Communication theories: Perspective, processes, and Contexts. New York: McGraw-Hill.
39. Morgan, M. & Shanahan, J.,1999, *Television and its viewers: Cultivation Theory research*. Cambridge: Cambridge University Press.
40. Shaver, J and Strong, ,1976,*Facing Value Decision: Rational Building For Teacher*, Belmont C A, Wadsworth.
41. Stanly J.Baran & Dennis K.Davis ,2003, *Mass communication Theory Thomson Learning*