



جامعة المنصورة

كلية الآداب

قسم الاعلام

الفضائيات العربية ونشر الثقافة القانونية لدى الشباب الجامعي المصري

**The Arab Satellite Channels and Spreading Lawful Culture
For the Egyptian University Students**

إعداد الباحثة

آية محمد الشافعي محمد رضوان

Aya Mohammed El-Shafey Mohammed Radwan

تحت إشراف

د/ منى طه محمد طه

مدرس الإعلام الدولي

كلية الآداب - جامعة المنصورة

أ.د/ نسمة أحمد البطريق

أستاذ الإذاعة

كلية الإعلام - جامعة القاهرة

١٤٣٧ هـ - ٢٠١٥ م

الفصل الأول: " مشكلة الدراسة والإجراءات المنهجية للدراسة البحثية "

مُلخَص الدراسة^(١) :

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور القنوات الفضائية العربية في نشر الثقافة القانونية لدى الشباب الجامعي في مصر، فالوعي القانوني ونشر ثقافة احترام القانون ضرورة تفرضها الظروف القومية والمحلية الراهنة ، فإنه يمكن الفرد من التعرف على حقوقه و واجباته ويحميه من شتى أشكال التطرف ويعمل على النهوض بالمجتمع وركزت الدراسة على الشباب المصري باعتباره الفئة المؤثرة في المجتمع حاضرا و مستقبلا ، وترجع أهمية المؤسسات الإعلامية في نشر الثقافة القانونية و احترام القانون إلى أنها من المصادر الأساسية التي يستقي الفرد منها معلوماته ، و إلى دورها الأساسي خاصة في الدول النامية فهي من الأدوات الرئيسية التي تساعد الأفراد على إدراك الموضوعات ولها دور في رفع درجة الوعي و زيادة حجم ونوع المعلومات المتوفرة للأفراد ، ومعالجتها للأحداث في إطار ما تقدمه من برامج وهو ما يؤدي بدوره إلى نشر الثقافة القانونية والوعي بالقانون.

Summary of the Study

This study aims to identify the role of Arab Satellite Channels In spreading Lawful Culture For University Students in Egypt . The lawful consciousness and spreading the culture of respecting law is a necessity imposed by the current national and local conditions . It makes the individual recognize his rights and his duties and also protects him from all various forms of radicalism and develops the society . The study concentrates on the youth as they are the most influential category in the society now and in the future . The importance of media organizations in spreading lawful culture and respect law is due to its role as one of the main sources that provides people with information. And its role as one of the main tools which helps people in realize topics and its role in raising awareness, the amount , the type of information and in processing actions in its programmes which leads in spreading lawful culture and awareness of the law specially in developing countries .

(١) هذا البحث مستخلص من رسالة ماجستير بعنوان دور الفضائيات العربية في نشر الثقافة القانونية لدى الشباب الجامعي في مصر .

مشكلة الدراسة :

تعتبر القنوات الفضائية واحده من أهم وسائل نشر المعلومات على مستوى قطاع عريض من الجمهور و تجدر الإشارة إلى أن الساحة القانونية والسياسية وتطورات الوضع الراهن في المجتمع المصري شهدت عده تغييرات في الآونة الأخيرة على سبيل المثال لا الحصر محاكمة القرن للرئيس الأسبق ، انتخاب رئيس مدني وعزله ، تعديل الدستور ، قانون التظاهر ، قانون مكافحة الارهاب... وغيرها ، كل هذا أدى إلى تكوين اتجاهات مختلفة حول الفعل ورد الفعل المصاحب لمثل هذه التطورات . وبالتالي كان بالضرورة معرفة تأثير الفضائيات العربية على اتجاهات الشباب ودورها في إمداده بالمعلومات المختلفة وخاصة القانونية منها واعتماده عليها كمصدر للمعلومات في كثير من الموضوعات وانطلاقا من ذلك تبلورت مشكلة الدراسة عندما قامت الباحثة بمسح التراث العلمي المرتبط بموضوع الدراسة ، وجدت أن هناك قلة في الدراسات و البحوث التي تناولت العلاقة بين القنوات الفضائية المصرية والعربية وطلاب الجامعة بصفه عامة إضافة إلى عدم وجود دراسات - طبقا لحد علم الباحثة - تناولت العلاقة بين القنوات الفضائية العربية ونشر الثقافة القانونية لدى الشباب .

ومن هنا يمكن تحديد مشكلة الدراسة في التساؤل العام التالي :

ما هو الدور الذي تلعبه القنوات الفضائية العربية في نشر الثقافة القانونية لدى الشباب المصري؟

أهمية الدراسة :

- 1- تأتي أهمية هذه الدراسة من الدور الكبير الذي تقوم به القنوات الفضائية العربية كأحد المصادر الأساسية التي يستقي منها الفرد معلوماته والتي تساعده في تنمية الثقافة القانونية ، الوعي القانوني ، المعارف ، القيم و إدراك الفرد لكل ما يتعلق بحقوقه وواجباته .
- 2- أهمية دراسة القنوات الفضائية العربية التي تعد بمثابة منفذ الفرد على المجتمع والبيئة المحيطة ، وطريقة تعاملهم مع المتلقي واستجاباتهم لمضمون برامج القنوات .
- 3- أهمية دور وسائل الإعلام ، وخصوصا الفضائيات العربية في نشر الثقافة القانونية التي أصبحت تحتلها ظروفنا المحلية والقومية حيث يتمكن الفرد وخصوصا الشباب من التعرف على حقوقه و واجباته والتي تجعل الفرد على درجة عالية من الوعي القانوني ويكسب الكثير من القيم الايجابية ويدعمه في المشاركة في المجتمع بفاعليه.

٤- مساهمة القنوات الفضائية العربية في نشر الثقافة القانونية يساعد في خلق جيل متعلم قادر على احترام نفسه والقانون ومن ثم المجتمع بأسره .ففي ظل الظروف الراهنة لا بد من وجود الوعي الكاف ليعرف المواطن كيفية احترام القانون وكيفية التعامل به الذي بدوره يؤثر في عملية البناء والتنمية .

٥- الشباب ركن أساسي في المجتمع فهو من يحمل المستقبل على كتفيه ومن يربي الأجيال القادمة ونسبته كبيرة في المجتمع .

أهداف الدراسة:

١- التعرف على الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية العربية كأحد مصادر تشكيل وتنمية الوعي القانوني لدى الشباب الجامعي .

٢- التعرف على المعلومات القانونية التي تقدمها البرامج المختلفة في القنوات الفضائية العربية .

٣- الكشف عن وسائل الإقناع المستخدمة في مضمون البرامج التي تعرضها القنوات الفضائية العربية .

٤- التعرف على اتجاه المضمون البرامجي الذي يتناول القضايا والموضوعات ذات الصلة بالثقافة القانونية في القنوات الفضائية العربية .

٥- الكشف عن مدى مساهمة القنوات الفضائية العربية في توجيه الشباب لقيم احترام القانون أو العكس

٦- التعرف على أهم مقترحات الشباب لتطوير أداء برامج القنوات الفضائية العربية.

تساؤلات الدراسة :

١- ما هي درجة اعتماد الشباب على وسائل الإعلام- القنوات الفضائية العربية- في الحصول على معلوماتهم القانونية ؟

٢- ما العلاقة بين وظائف المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية العربية واكتساب المعاني والمعتقدات والأفكار القانونية ؟

٣- ما مدى تأثير وسائل الإعلام - الفضائيات العربية- على الشباب تجاه احترام القانون ؟

٤- ما مدى مساهمة القنوات الفضائية العربية في بناء الأفكار والأفعال في المجتمع كمصدر للمعلومات القانونية وثقافة احترام القانون ؟

٥- ما مقترحات الشباب لتطوير أداء برامج القنوات الفضائية العربية ؟

فروض الدراسة :

- ١- توجد علاقة ارتباطيه ايجابيه بين مشاهدة القنوات الفضائية العربية ومستوى معرفة الشباب الجامعي بالثقافة القانونية .
- ٢- توجد علاقة ارتباطيه بين التعرض للقنوات الفضائية العربية واحترام الشباب الجامعي للقانون .
- ٣- توجد علاقة ارتباطيه بين نوع المبحوث ودرجة اعتماده على القنوات الفضائية في استقاء المعلومات القانونية .
- ٤- توجد علاقة بين المسؤولية الاجتماعية للفضائيات و ما تبثه عبر برامجها من معلومات .
- ٥- تفترض الدراسة وجود علاقة بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على القنوات الفضائية العربية ومستوى معرفتهم بالثقافة القانونية .
- ٦- تفترض الدراسة وجود علاقة ارتباطيه بين نشر الثقافة القانونية في القنوات الفضائية واستقرار المجتمع .

الإجراءات المنهجية للدراسة:

- نوع ومنهج الدراسة:

- . نوع الدراسة : اعتمدت الباحثة على الدراسة الوصفية
- . منهج الدراسة : استخدمت الباحثة فيها منهج المسح الإعلامي
- . مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة من الشباب الجامعي المصري الموزعين بالجامعات المصرية على اختلاف أنواعها في مصر .

- عينة الدراسة:

- عينة الدراسة الميدانية : عينة من شباب الجامعات المصرية في الكليات العملية والنظرية يتم اختيارهم بأسلوب العينة العشوائية في الجامعات الآتية (القاهرة - المنصورة - الأزهر - ٦ أكتوبر الخاصة).
- العينة الزمنية: الدراسة تغطي الفترة من يونيو ٢٠١١ وحتى يونيو ٢٠١٥ .

أدوات جمع البيانات:

- استمارة الاستبيان ونُفذت على الشباب الجامعي المصري.

مفاهيم الدراسة :

١- مفهوم القنوات الفضائية العربية :

هي تلك القنوات التي ينتمي عنها صفة الرسمية أو التبعية الصريحة المباشرة لدول أو حكومات عربية ، وهي تمول من القطاع الخاص ، وتنقسم إلى قنوات تبث باللغة العربية من خارج الوطن وأخرى تبث باللغة العربية من الداخل .(١)

ويمكن أيضا تعريفها بأنها " مجموعة من المحطات الفضائية التي يتم استقبال بثها عن طريق الأطباق اللاقطة على نطاق العالم العربي وغيره من بقاع العالم المختلفة وتبث برامج سياسية وإخبارية واجتماعية تناقش قضايا ذات صلة بالثقافة القانونية واحترام القانون " ، وسوف يتبنى الباحث هذا التعريف .

٢- مفهوم الثقافة Culture:

يتسم مفهوم الثقافة بالتعدد والغموض واختلاف الباحثين في التوصل إلى مفهوم لها ، وهناك تعريف شائع للثقافة بأنها " ذلك الكل المركب المعقد الذي يتضمن المعارف والمعتقدات والفنون والأخلاق والتقاليد والعادات وأي قدرات وخصال يكتسبها الإنسان نتيجة لوجوده كعضو في المجتمع " ، ويمكن أيضا تعريف الثقافة بأنها "أساليب الحياة الشائعة لدى جماعة أو مجتمع معين والتي تظهر في أقوال الناس وتصرفاتهم أو عاداتهم وتقاليدهم خلال حياتهم الجمعية " ، ويمكن تعريفها إجرائيا في هذه الدراسة بأنها " العملية الدينامية التي ينقل بها العملاء جملة المعارف وطرائق السلوك فتشكل الدوافع والوسيلة والهدف ، بل وموضوع السلوك وقيمه ، كما تمتد بأثرها إلى العملاء فتحدد القائمين على التعلم والمطلعين به ، كما تحدد الثقافة الطريقة التي يتم بها اكتساب الأفراد لهذه الثقافة " .

٣- مفهوم الثقافة القانونية :

تعد الثقافة القانونية أحد فروع الثقافة المرتبطة كلياً بالقانون . تعددت وتنوعت تعريفات الثقافة القانونية و أخذت مسميات مختلفة منها " التربية القانونية _ الوعي القانوني أو الحقوقي _ الثقافة القانونية " .

١ إمام شكري إبراهيم القطان، " دور القنوات الفضائية الإخبارية العربية في تنمية الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة " ، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٧م) ، ص ٧٩ .

يرى حسام الدين عبد الحميد^١ : الثقافة القانونية عبارة عن اصطلاح تعليمي تربوي يمثل أحد مكونات الثقافة بصفة عامة ، ويشمل المفاهيم والاتجاهات والمهارات المتصلة بالمشكلات والقواعد القانونية ذات الأهمية الاجتماعية لأي فرد .

وتعرفها ثناء أحمد جمعة^٢ : بأنها مجموعة الحقائق والمفاهيم والمهارات والاتجاهات والقيم المتصلة بالقانون ذات الأهمية الاجتماعية ، والتي يجب أن يكتسبها الفرد بوصفه عضواً في المجتمع بحيث يعرف حقوقه فيمارسها وواجباته فيؤديها في ظل الدستور والقانون .

التعريف الاجرائي للثقافة القانونية :

" مجموعة المعلومات والمفاهيم والمهارات المتصلة بالجوانب القانونية وممارستها الاجتماعية وفقاً لما ينص عليه الدستور والقانون والآداب العامة فيما يحقق مصلحة الفرد والمجتمع وحق الدولة في احترام القانون التي يكتسبها الفرد نتيجة تواجده في مجتمع ما" .

الإطار النظري للدراسة:

أولاً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency Theory :-

يأتي جزء هام جداً في فلسفة هذه النظرية من نظريات علم الاجتماع Sociological Theory فقد اهتم علماء الاجتماع قبل أجهزة الإعلام وأعدوا إطاراً يمكن لنظرية الاعتماد أن تتسع من خلاله ، حيث يتناول هذا الإطار فكرة العلاقات غير الرسمية بين الجمهور ، هذه العلاقات التي كانت السمة المميزة للمجتمعات غير الصناعية والتي بدأت في التراجع نتيجة للنمو الاقتصادي Urban industrial society ويتراجع هذه العلاقات تتناقص المعلومات لتظهر وسائل الإعلام لملاً هذه الفجوة ، وعندئذ يصبح الأفراد معولين تماماً على وسائل الإعلام من أجل الأمان والمعلومات الاجتماعية والترفيه ، وهكذا يظهر الاعتماد على وسائل الإعلام ، هذه الفكرة تؤكد على أن الروابط غير الرسمية الموجودة في السابق Pre-existing informal ties تتبدد في المجتمعات المعقدة التركيب ، وذلك لأنها لم تعد قادرة على تلبية حاجات الناس المتعددة للمعلومات^٣ .

ومن المفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءاً هاماً من النسيج المجتمعي الحديث ، وهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى . وقد تتسم هذه العلاقات

١ - حسام الدين حسين عبد الحميد . " الثقافة القانونية لطلاب المرحلة الثانوية ، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السابع المعلم وتحديات القرن الحادي والعشرين " ، الجمعية المصرية العامة للمناهج وطرق التدريس ، ١٩٩٥ .

٢ - ثناء أحمد جمعة : فاعلية برنامج تعلم ذاتي في تنمية بعض جوانب الثقافة القانونية لدى طلاب كلية التربية ، رسالة ماجستير ، كلية التربية ، جامعة عين شمس ، ٢٠٠٦ ، ص ٨٦ .

٣- Lindsay Ems. " A Brief Critique of the Media System Dependency Theory " 2008, p13.

بالتعاون أو الصراع ، وقد تكون ديناميكية متغيرة ، أو ساكنة ثابتة ، وقد تكون مباشرة وقوية أو غير مباشرة وضعيفة^١ .

ركائز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

تقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما :

١-الأهداف : لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية ، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى ، والعكس صحيح

٢-المصادر : يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم ، وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد و المنظمات من أجل بلوغ أهدافهم ، وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات وهي : جمع المعلومات أو إنشائها وتنسيق المعلومات ونشر المعلومات^٢ .

لذلك فإن علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام توجد بين المصادر والأهداف ، فالنظام الإعلامي لديه مصادر المعلومات Information resources والتي تحتاجها الأنظمة الأخرى والمجموعات والأفراد لتحقيق أهدافهم ، كما أن النظام الإعلامي أيضا له أهداف و يتطلب مصادر النظم الاجتماعية الأخرى والأفراد والمجموعات والمنظمات^٣ .

فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

تفترض النظرية أن اعتماد الفرد على وسائل الإعلام Individual Media Dependency IMD يصبح أكثر قوة تحت شرطين :

١- وجود درجة عالية من التغيير والصراع في مجتمع ما : كالتهديد Threat والذي يعرف بوجود ثلاثة أبعاد : الخطر Danger والتخمين أو الحدس Conjecture والضعف الشخصي Personal Vulnerability ، والتهديد يرتبط بالدوافع الجوهرية Substantive motivations لنظرية الاعتماد وهي : (الفهم ،التوجيه ، التسلية) ، بمعنى أن الأفراد الذين يشعرون بالتهديد سيبحثون عن معلومات عبر كل الأهداف لتقليل إدراكهم للتهديد ، فاحتمال إحراز وسائل الإعلام لنسبة من التأثيرات المعرفية

١ حسن عماد مكايي , " نظريات الإعلام " , (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع , ٢٠٠٩) , ص ٢٠٠ .

٢ - حسن عماد مكايي ، المرجع السابق ، ص ٢٠٠ .

3- Jennifer Harman . "Body Image, Woman and Media; a Media System Dependency Theory Perspective ".Dissertation Presented to the Faculty of the Graduate School of the University of Taxes Austin in Partial Fulfilment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy, 1996,p.20.

والشعورية والسلوكية سوف يزداد حينما تخدم الأنظمة الإعلامية العديد من الوظائف الإخبارية المتنوعة . فضلا عن زيادة هذا الاحتمال في حالة وجود درجة عالية من عدم الاستقرار في البيئة الاجتماعية تؤدي إلى التضارب والتغيير ، كما أن الدرجة التي تكون عندها البيئة الاجتماعية مهددة The social environment is threatening أو غامضة Ambiguous أيضا تؤثر على قوة علاقة الأفراد على وسائل الإعلام ^١ .

٢- وجود رسالة تهم الفرد في وسائل الإعلام : وهي معلومات ووسائل الإعلام الأساسية والضرورية للمجتمع والتي تهتم بما سيكون عليه الفرد والمجتمع ^٢ .

لذلك يتمثل الفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد في : قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الإعلام لاتباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة ، وكلما لعبت الوسيلة دورا هاما في حياة الأشخاص زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ، فتزيد شدة اعتماد الأفراد عليها وبالتالي درجة تأثير الوسيلة في الأشخاص وكلما ازدادت المجتمعات تعقيدا ازداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام ^٣ .

نظرية المسؤولية الاجتماعية :

لعل الربط بين المسؤولية الاجتماعية للإعلام و ظروف المجتمع الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية ، وخاصة في هذا العصر ، تتطلب مناقشتها و تحليلها من منظور اجتماعي لفهم أدوار تلك العملية الإعلامية من منطلق حديث ، فوسائل الإعلام الجماهيري في العصر الحديث يجب دراستها من خلال وضع تلك العملية في سياق اجتماعي و اقتصادي و ثقافي محدد ، حتى يمكن الوقوف على أهم أدواره ومسئوليته في هذا الإطار.

ارتبط مفهوم المسؤولية الاجتماعية في وسائل الإعلام بمفهوم الحرية منذ عدة قرون ، ففي المجتمعات الغربية نصب مفهوم حرية الصحافة على أساس حرية الناس في استقبال و تداول المعلومات في المجتمع الحر الديمقراطي ، و يفترض المفهوم الغربي أن تقوم وسائل الإعلام بالتعبير عن مختلف الآراء و الأفكار حول الموضوعات التي تهم الجماهير من خلال السوق الحرة للأفكار ، و من خلال صراع الأفكار يستطيع الناس الوصول إلى الحقيقة ، ومن حق الناس أن يعرفوا السياسات و الأنشطة

١ محمد فضل الحديدي " نظريات الإعلام اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام " ، (دمياط : دار نانسي، ٢٠٠٦) ، ص ٥٣ .

٢ عبد المحسن حامد أحمد ، " اعتماد الجمهور على الفضائيات العربية الإخبارية وعلاقته بمصداقية التلفزيون المصري " رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنصورة : كلية التربية النوعية ، ٢٠١٠) ، ص ٣٥ .

3- Baran , Stanly , Davis and Dennis " Mass Communication Theory , Ferment and Future" , California : Wadsworth Publishing Company , 1995 , pp 266-227.

التي تمارسها الحكومة ، كما يفترض أن تقوم وسائل الإعلام بدور الرقيب على ممارسات الحكومة^١. فالمسئولية الاجتماعية في الإعلام تعنى مسئولية وسائل الإعلام عن ما تقدمه من موضوعات للجمهور و مسئولية القائمين بالاتصال نحو التزامهم بالمعايير المهنية.

يلخص دينس ماكويل الفكرة الرئيسية للنظرية كالاتي :

تحاول نظرية المسئولية الاجتماعية أن توفق بين ثلاثة مبادئ متباينة :

١- الحرية الشخصية .

٢- حرية الإعلام .

٣- مسئولية وسائل الإعلام تجاه المجتمع .

لا توجد طريقة واحدة لحل هذا التناقض لكن قدمت النظرية حلين رئيسيين الأول : هو تنمية وعي الجمهور بالمسئولية الاجتماعية .

و الثاني : رفع المستوى المهني للإعلاميين كوسيلة لتحقيق مستويات عالية من الأداء^٢.

نتائج الدراسة الميدانية :

أولاً : نتائج تساؤلات الدراسة الميدانية :

١- يوضح الجدول التالي مدى اعتماد المبحوثين على القنوات الفضائية المصرية

جدول رقم (١)

يوضح مدى متابعة المبحوثين للقنوات الفضائية المصرية

النسبة المئوية %	التكرار	المتغير
٢٠.٠	٨٠	أشاهدها يومياً
١٣.٠	٥٢	أكثر من يوم أسبوعياً
١٦.٠	٦٤	مرة أسبوعياً
٥١.٠	٢٠٤	حسب الظروف
١٠٠%	٤٠٠	المجموع

-حسن عماد مكوي، " أخلاقيات العمل الإعلامي " ، ط٣، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٣) ، ص ٦٤ . 1

٢-Keeble, Richard. Ethics for Journalists . (London: Routledge, 2001) . p.131.

تشير بيانات الجدول رقم (٩) أن ٥١٪ من أفراد العينة يتابعون القنوات الفضائية المصرية حسب الظروف ، بينما ٢٠٪ يتابعونها يومياً ، في حين أن ١٦٪ يتابعونها مرة واحدة أسبوعياً ، وأخيراً ١٣٪ يتابعونها أكثر من يوم أسبوعياً .

٢- يوضح الجدول التالي اى القنوات التى حصلت على أعلى نسبة مشاهدة بين القنوات الفضائية المصرية و التى اختارها الشباب عينة الدراسة :

جدول (٢)

يوضح ترتيب القنوات الفضائية المصرية التي يقوم المبحوثين بمتابعتها أكثر من غيرها

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرار	المتغير
١	٦٠,٠	٢٤٠	CBC
٢	٤٥,٠	١٨٠	النهار
٦	٢٩,٠	١١٦	المحور
٣	٤١,٠	١٦٤	الحياة الأولى
٤	٣٤,٠	١٣٦	دريم ٢
٥	٣٢,٠	١٢٨	On TV
٩	١٥,٠	٦٠	قناة النيل للأخبار
١٠	١٣,٠	٥٢	التحرير
٩	١٥,٠	٦٠	Orbit
٧	٢٨,٠	١١٢	صدى البلد
٨	٢٢,٠	٨٨	الفراعين
٨	٢٢,٠	٨٨	القاهرة والناس
١١	١٠,٠	٤٠	الفضائية المصرية
	٪١٠٠	١٤٦٤	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (٢) إلي أن قناة CBC احتلت المركز الأول بنسبة ٦٠٪ كأحد القنوات الفضائية المصرية التي يقوم المبحوثين بمتابعتها أكثر من غيرها ، واحتل المركز الثاني قناة النهار بنسبة ٤٥٪ ، واحتل المركز الثالث الحياة الأولى بنسبة ٤١٪ ، واحتل المركز الرابع قناة دريم ٢ بنسبة ٣٤٪ ، واحتل المركز الخامس قناة On TV بنسبة ٣٢٪ ، واحتل المركز الأخير قناة الفضائية المصرية بنسبة ١١٪ .

٣- يوضح الجدول التالي مدى متابعة المبحوثين للقنوات الفضائية العربية

جدول رقم (٣)

يوضح مدى متابعة المبحوثين للقنوات الفضائية العربية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
أشاهدها يومياً	٦٠	١٥.٠
أكثر من يوم أسبوعياً	٦٤	١٦.٠
مرة أسبوعياً	٣٢	٨.٠
حسب الظروف	٢٤٤	٦١.٠
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول رقم (٣) إلى أن ٦١٪ من أفراد العينة يتابعون القنوات الفضائية العربية حسب الظروف ، بينما ١٦٪ يتابعونها أكثر من يوم أسبوعياً ، في حين أن ١٥٪ يتابعونها يومياً ، وأخيراً ٨٪ يتابعونها مرة واحدة أسبوعياً .

٤- يوضح الجدول التالي أي القنوات التي حصلت على أعلى نسبة مشاهدة بين القنوات الفضائية العربية و التي اختارها الشباب عينة الدراسة :

جدول رقم (٤)

يوضح ترتيب القنوات الفضائية العربية التي يقوم المبحوثين بمتابعتها أكثر من غيرها

الترتيب	النسبة المئوية %	التكرار	المتغير
١	٨٤.٠	٣٣٦	MBC مصر
٢	٤٣.٠	١٧٢	MBC1
٣	٣٠.٠	١٢٠	الجزيرة
٨	٨.٠	٣٢	فرنسا ٢٤ العربية
٥	١٨.٠	٧٢	BBC العربية
٥	١٨.٠	٧٢	الحدث
٤	٢٦.٠	١٠٤	العربية
٦	١٣.٠	٥٢	الحرّة
٧	٩.٠	٣٦	CNN العربية
—	%١٠٠	٩٩٦	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (٤) إلى أن قناة MBC مصر احتلت المركز الأول بنسبة ٨٤٪ كأحد القنوات الفضائية العربية التي يقوم المبحوثين بمتابعتها أكثر من غيرها ، واحتل المركز الثاني قناة MBC1 بنسبة ٤٣٪ ، واحتل المركز الثالث قناة الجزيرة بنسبة ٣٠٪ ، واحتل المركز الرابع قناة العربية بنسبة ٢٦٪ ، واحتل المركز الخامس قناتي BBC العربية والحدث بنسبة ١٨٪ لكل منهما ، واحتل المركز السادس قناة الحرّة بنسبة ١٣٪ ، واحتل المركز السابع قناة CNN العربية بنسبة ٩٪ ، واحتل المركز الثامن والأخير قناة فرنسا ٢٤ العربية بنسبة ٨٪ .

٥- يوضح الجدول التالي ما هي نوعية البرامج التي يحرص المبحوثين على متابعتها في قنواتهم المفضلة:

جدول رقم (٥)

يوضح نوعية البرامج التي يحرص المبحوثين على متابعتها في قنواتهم المفضلة
(متعدد الاستجابات)^١

النسبة المئوية %	التكرار (ن=٤٠٠)	المتغير
٤٤.٠	١٧٦	البرامج الدينية
75.0	300	البرامج السياسية
٣١.٠	١٢٤	البرامج الاجتماعية
١٥.٠	٦٠	البرامج الطبية
٤٤.٠	١٧٦	البرامج الرياضية
٥١.٠	٢٠٤	البرامج الفنية
٢٣.٠	٩٢	برامج المرأة
%١٠٠	1132	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (٥) إلى أن البرامج السياسية احتلت المركز الأول بنسبة ٧٥% كأحد البرامج التي يحرص المبحوثين على متابعتها في قنواتهم المفضلة ، واحتل المركز الثاني البرامج الفنية بنسبة ٥١% ، واحتل المركز الثالث كلا من البرامج الدينية والبرامج الرياضية بنسبة ٤٤% لكل منهما ، واحتل المركز الرابع البرامج الاجتماعية بنسبة ٣١% ، واحتل المركز الخامس برامج المرأة بنسبة ٢٣% ، واحتل المركز السادس والأخير البرامج الطبية بنسبة ١٥% .

^١ - مجموع التكرارات أكثر من عدد مفردات العينة نظرا لان السؤال يتيح للمبحوث اختيار أكثر من بديل.

٦- يوضح الجدول التالي أى البرامج حصلت على أعلى نسبة مشاهدة من قبل المبحوثين عينة الدراسة :

جدول رقم (٦)

يوضح البرامج التي يتابعها المبحوثين أكثر من غيرها في القنوات الفضائية

(متعدد الاستجابات)^١

المتغير	التكرار (ن=٤٠٠)	النسبة المئوية %
هنا العاصمة	٧٦	١٩.٠
السادة المحترمون	٥٦	١٤.٠
العاشرة مساءً	٩٦	٢٤.٠
٩٠ دقيقة	٦٠	١٥.٠
الاتجاه المعاكس	٤٠	١٠.٠
هنا القاهرة	٤٤	١١.٠
على مسئوليتي	٤٨	١٢.٠
ممکن	١١٢	٢٨.٠
الصورة الكاملة	٥٢	١٣.٠
الحياة اليوم	١٤٠	٣٥.٠
آخر النهار	٨٤	٢١.٠
يحدث في مصر	١٠٤	٢٦.٠
عاوز حقي	٤	١.٠
المجموع	٩١٦	%١٠٠

تشير بيانات الجدول رقم (٦) إلى أن برنامج الحياة اليوم احتل المركز الأول بنسبة ٣٥% كأحد البرامج التي يتابعها المبحوثين أكثر من غيرها في القنوات الفضائية ، واحتل المركز الثاني برنامج ممكن بنسبة ٢٨% ، واحتل المركز الثالث برنامج يحدث في مصر بنسبة ٢٦% ، واحتل المركز الرابع برنامج العاشرة مساءً بنسبة ٢٤% ، واحتل المركز الخامس برنامج آخر النهار بنسبة ٢١% ، واحتل المركز الأخير برنامج عاوز حقي بنسبة ١%.

١ - مجموع التكرارات أكثر من عدد مفردات العينة نظرا لان السؤال يتيح للمبحوث اختيار أكثر من بديل .

٧- يوضح الجدول التالي رؤية الباحثين في مدى الاستفادة من المحتوى الذي تقدمه البرامج في القنوات الفضائية :

جدول رقم (٧)

يوضح مدى استفادة الباحثين من المحتوى الذي تقدمه البرامج في القنوات الفضائية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	٥٢	١٣.٠
إلى حد ما	٢٦٤	٦٦.٠
لا	٨٤	٢١.٠
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول رقم (٧) إلى أن ٦٦% من أفراد العينة يستفيدون إلى حد ما من المحتوى الذي تقدمه البرامج في القنوات الفضائية ، بينما ٢١% لا يستفيدون من المحتوى ، في حين أن ١٣% يستفيدون دائماً من المحتوى الذي تقدمه البرامج في القنوات الفضائية .

٨- يوضح الجدول التالي وجهه نظر الباحثين في أوجه الاستفادة من المحتوى الذي تقدمه القنوات الفضائية :

جدول رقم (٨)

يوضح أوجه الاستفادة من المحتوى الذي تقدمه القنوات الفضائية
(متعدد الاستجابات)^١

النسبة المئوية %	التكرار (ن=٣١٦)	المتغير
٢٩.١	٩٢	يمكنني الاعتماد عليها في متابعة الأحداث الجارية ومعرفة كل ما هو جديد
١٠.١	٣٢	تساعد في تشكيل معارفي و اتجاهاتي نحو القضايا والأحداث الجارية
٢٢.٨	٧٢	تشبع احتياجاتي في فهم ما يدور في مجتمعي
٧.٦	٢٤	توجهني إلى تغيير سلوكياتي عند الضرورة
١١.٤	٣٦	توفر كل المعلومات بصورة مباشرة و سريعة
٢٢.٨	٧٢	الالمام بمختلف الآراء المتعلقة بقضية معينة
٢١.٥	٦٨	أتابعها بهدف التسلية فقط
%١٠٠	٢٧٢	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (٨) إلي أن عبارة " يمكنني الاعتماد عليها في متابعة الأحداث الجارية ومعرفة كل ما هو جديد" احتلت المركز الأول بنسبة ٢٩.١% كأحد أوجه استفادة المبحوثين من المحتوى الذي تقدمه القنوات الفضائية ، واحتل المركز الثاني عبارتي " تشبع احتياجاتي في فهم ما يدور في مجتمعي" و " الالمام بمختلف الآراء المتعلقة بقضية معينة" بنسبة ٢٢.٨% لكل منهما ، واحتل المركز الثالث عبارة " أتابعها بهدف التسلية فقط" بنسبة ٢١.٥% ، واحتل المركز الرابع عبارة " توفر كل المعلومات بصورة مباشرة و سريعة" بنسبة ١١.٤% ، واحتل المركز الخامس عبارة " تساعد في تشكيل معارفي و اتجاهاتي نحو القضايا والأحداث الجارية بنسبة ١٠.١% ، واحتل المركز السادس والأخير عبارة " توجهني إلى تغيير سلوكياتي عند الضرورة" بنسبة ٧.٦% .

١ - مجموع التكرارات أكثر من عدد مفردات العينة نظرا لان السؤال يتيح للمبحوث اختيار أكثر من بديل .

٩- يوضح الجدول التالي وجهه نظر المبحوثين تجاه مسؤولية القنوات الفضائية الاجتماعية تجاه المجتمع :

جدول رقم (٩)

يوضح رؤية المبحوثين أن الفضائيات عليها مسؤولية اجتماعية تجاه المجتمع

المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
دائماً	٢٦٤	٦٦.٠
إلى حد ما	١٢٠	٣٠.٠
لا	١٦	٤.٠
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول رقم (٩) إلى أن ٦٦% من أفراد العينة يرون دائماً أن الفضائيات عليها مسؤولية اجتماعية تجاه المجتمع ، بينما ٣٠% يرون ذلك إلى حد ما ، في حين أن ٤% لا يرون ذلك .

١٠- يوضح الجدول التالي وجهه نظر المبحوثين في صور مسؤولية القنوات الفضائية تجاه المجتمع :

جدول رقم (١٠)

يوضح مسئولية القنوات الفضائية تجاه المجتمع

(متعدد الاستجابات)

النسبة المئوية %	التكرار (ن=٣٨٤)	المتغير
٥٩.٤	٢٢٨	يجب أن تتمتع بالحيادية والموضوعية باعتبارها إحدى الوسائل الأكثر انتشارا بين فئات المجتمع بجميع توجهاته
١٤.٦	٥٦	تعد معبر الفرد ومنفذه للاطلاع على كل ما يحدث حوله أول بأول
٢٥.٠	٩٦	تستطيع توجيه الرأي العام و حشده تجاه قضايا وطنه
١٧.٧	٦٨	تمثل جزءا من الحراك السياسي مؤخرا
١٦.٧	٦٤	أن يكون هدفها الأول والأخير خدمة الصالح العام
٥.٢	٢٠	تعتبر أداة وطنية لمواجهة مثيلاتها من القنوات المحرزة والمعادية التي تهدف إلى زعزعة الأمن والاستقرار الداخلي للدولة
%١٠٠	٥٣٢	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (١٠) إلي أن عبارة " يجب أن تتمتع بالحيادية والموضوعية باعتبارها إحدى الوسائل الأكثر انتشارا بين فئات المجتمع بجميع توجهاته" احتلت المركز الأول بنسبة ٥٩.٤% كأحد مسئوليات القنوات الفضائية تجاه المجتمع ، واحتل المركز الثاني عبارة " تستطيع توجيه الرأي العام و حشده تجاه قضايا وطنه" بنسبة ٢٥% ، واحتل المركز الثالث عبارة " تمثل جزءا من الحراك السياسي مؤخرا" بنسبة ١٧.٧% ، واحتل المركز الرابع عبارة " أن يكون هدفها الأول والأخير خدمة الصالح العام" بنسبة ١٦.٧% ، واحتل المركز الخامس عبارة " تعد معبر الفرد ومنفذه للاطلاع على كل ما يحدث حوله أول بأول" بنسبة ١٤.٦% ، واحتل المركز السادس والأخير عبارة " تعتبر أداة وطنية لمواجهة مثيلاتها من القنوات المحرزة والمعادية التي تهدف إلى زعزعة الأمن والاستقرار الداخلي للدولة" بنسبة ٥.٢% .

١١- يوضح الجدول التالي مفهوم الثقافة القانونية من وجهة نظر المبحوثين :

جدول رقم (١١)

يوضح معنى " الثقافة القانونية " من وجهة نظر المبحوثين

(متعدد الاستجابات)

النسبة المئوية %	التكرار (ن=٤٠٠)	المتغير
٤٠.٠	١٦٠	مجموعة الخبرات التعليمية المنظمة التي تمد الطلاب بفرص لتنمية معرفتهم ومهاراتهم وتكوين المواطن المسئول ليتعرف حقوقه و واجباته وفهم القضايا القانونية في المجتمع
٥٠.٠	٢٠٠	المعرفة التراكمية لغير العاملين بالقانون حيث يمدهم بمعلومات ومهارات خاصة بالقانون والعمليات القانونية والنظام القانوني والمبادئ والقيم التي يؤسس عليها القانون
٣٠.٠	١٢٠	حفظ وفهم واستيعاب الأفكار والمعلومات التي تتعلق بموضوع أو عدة موضوعات وثيقة الصلة بالنظم السائدة في المجتمع والقواعد والنصوص القانونية التي تنظم سلوك الأفراد في هذا المجتمع
٢١.٠	٨٤	مجموعة الآراء والمفاهيم والأفكار القانونية والدستورية السائدة في بلد ما
٢٤.٠	٩٦	مجموعة المعارف القانونية التي تشتمل على القواعد والقوانين المنظمة للحياة اليومية في المجتمع الخاصة بالحقوق والواجبات
١٠٠%	٦٦٠	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (١١) إلى أن ٥٠% من أفراد العينة يرون أن معنى الثقافة القانونية من وجهة نظرهم هي " المعرفة التراكمية لغير العاملين بالقانون حيث يمدهم بمعلومات ومهارات خاصة بالقانون والعمليات القانونية والنظام القانوني والمبادئ والقيم التي يؤسس عليها القانون " ، بينما ٤٠% يرون أنها " مجموعة الخبرات التعليمية المنظمة التي تمد الطلاب بفرص لتنمية معرفتهم ومهاراتهم وتكوين المواطن المسئول ليتعرف حقوقه و واجباته وفهم القضايا القانونية في المجتمع " ، في حين أن ٣٠% يرون

أنها " حفظ وفهم واستيعاب الأفكار والمعلومات التي تتعلق بموضوع أو عدة موضوعات وثيقة الصلة بالنظم السائدة في المجتمع والقواعد والنصوص القانونية التي تنظم سلوك الأفراد في هذا المجتمع " ، ونسبة ٢٤٪ يرون أنها " مجموعة المعارف القانونية التي تشتمل على القواعد والقوانين المنظمة للحياة اليومية في المجتمع الخاصة بالحقوق و الواجبات " ، وأخيراً ٢١٪ يرون أنها " مجموعة الآراء والمفاهيم والأفكار القانونية والدستورية السائدة في بلد ما " .

١٢- يوضح الجدول التالي مدى اعتبار المبحوثين القنوات الفضائية وسيلة جيدة لنشر الثقافة القانونية

جدول رقم (١٢)

يوضح مدى اعتبار القنوات الفضائية وسيلة جيدة لنشر الثقافة القانونية

المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
دائماً	٨٠	٢٠.٠
إلى حد ما	٢٥٢	٦٣.٠
لا	٦٨	١٧.٠
المجموع	٤٠٠	١٠٠٪

تشير بيانات الجدول رقم (١٢) إلى أن ٦٣٪ من أفراد العينة يرون إلى حد ما أن القنوات الفضائية وسيلة جيدة لنشر الثقافة القانونية ، بينما ٢٠٪ يرون ذلك دائماً ، في حين أن ١٧٪ لا يرون ذلك .

١٣- يوضح الجدول التالي إلى أسباب اعتبار المبحوثين القنوات الفضائية وسيلة لنشر الثقافة القانونية:

جدول رقم (١٣)

يوضح أسباب اعتبار القنوات الفضائية وسيلة لنشر الثقافة القانونية
(متعدد الاستجابات)

المتغير	التكرار (ن=٣٣٢)	النسبة المئوية %
لأنها تغطي الجوانب القانونية المرتبطة بالأحداث الجارية	٨٨	٢٦.٥
تساعد في توعية المواطن بحقوق الإنسان	٦٤	١٩.٣
تساهم في توعية المواطنين بواجباتهم تجاه المجتمع	٤٠	١٢.٠
تسلط الضوء على المشكلات الناتجة عن مخالفه القوانين	١٤٠	٤٢.٢
تناولت الدستور في مضامينها الإعلامية لأهميته للبلاد	٣٢	٩.٦
تساهم بشكل كبير في تحقيق سياده القانون	٢٠	٦.٠
تساعد المنظمات الحقوقية و منظمات المجتمع المدني في توصيل وجهات نظرها	٤٤	١٣.٣
المجموع	٤٧٢	١٠٠%

تشير بيانات الجدول رقم (١٣) إلى أن عبارة " تسلط الضوء على المشكلات الناتجة عن مخالفه القوانين" احتلت المركز الأول بنسبة ٤٢.٢% كأحد أسباب اعتبار القنوات الفضائية وسيلة لنشر الثقافة القانونية ، واحتل المركز الثاني عبارة " لأنها تغطي الجوانب القانونية المرتبطة بالأحداث الجارية" بنسبة ٢٦.٥% ، واحتل المركز الثالث عبارة " تساعد في توعية المواطن بحقوق الإنسان " بنسبة ١٩.٣% ، واحتل المركز الرابع عبارة " تساعد المنظمات الحقوقية و منظمات المجتمع المدني في توصيل وجهات نظرها" بنسبة ١٣.٣% ، واحتل المركز الخامس عبارة " تساهم في توعية المواطنين بواجباتهم تجاه المجتمع" بنسبة ١٢% واحتل المركز السادس عبارة " تناولت الدستور في مضامينها الإعلامية لأهميته للبلاد" بنسبة ٩.٦% ، واحتل المركز السابع والأخير عبارة " تساهم بشكل كبير في تحقيق سياده القانون" بنسبة ٦% .

نتائج الفروض النظرية للدراسة :

١- توجد علاقة ارتباطيه بين مشاهدة القنوات الفضائية العربية ومستوى معرفة الشباب الجامعي بالثقافة القانونية .

جدول رقم (14)

يوضح قيمة معامل ارتباط بيرسون

للعلاقة بين مشاهدة القنوات الفضائية العربية ومستوى معرفة الشباب الجامعي بالثقافة القانونية

ومستوى معرفة الشباب الجامعي بالثقافة القانونية		مشاهدة القنوات الفضائية العربية
معامل الارتباط	الدلالة	
٠.٩٨١	دالة ٠.٠١٩	

تشير بيانات الجدول رقم (14) إلي وجود علاقة ارتباط ايجابي قوي بين مشاهدة القنوات الفضائية العربية ومستوى معرفة الشباب الجامعي بالثقافة القانونية حيث أن قيمة معامل ارتباط بيرسون = ٠.٩٨١ وهي دالة احصائية عند مستوي دلالة ٠.٠١٩ .

٢- توجد علاقة ارتباطيه بين نوع المبحوث ومدى اعتبار القنوات الفضائية وسيلة جيدة لنشر الثقافة القانونية .

جدول رقم (15)

يوضح قيمة معامل ارتباط بيرسون

للعلاقة بين نوع المبحوث ومدى اعتبار القنوات الفضائية وسيلة جيدة لنشر الثقافة القانونية

مدى اعتبار القنوات الفضائية وسيلة جيدة لنشر الثقافة القانونية		نوع المبحوث
معامل الارتباط	الدلالة	
٠.٩٦٧	دالة ٠.٠٣٣	

تشير بيانات الجدول رقم (15) إلى وجود علاقة ارتباط ايجابي قوي بين نوع المبحوث ومدى اعتبار القنوات الفضائية وسيلة جيدة لنشر الثقافة القانونية حيث أن قيمة معامل ارتباط بيرسون = ٠.٩٦٧ وهي دالة احصائية عند مستوي دلالة ٠.٠٠٣٣ .

٣- تفترض الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين المسؤولية الاجتماعية للفضائيات وما تقدمه من برامج.

جدول رقم (16)

يوضح قيمة معامل ارتباط بيرسون

للعلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للفضائيات وما تقدمه من برامج

البرامج التي تقدمها الفضائيات		المسؤولية الاجتماعية للفضائيات
معامل الارتباط	الدلالة	
٠.٩٣٩	دالة ٠.٠٠٢	

تشير بيانات الجدول رقم (16) إلى وجود علاقة ارتباط ايجابي قوي بين المسؤولية الاجتماعية للفضائيات وما تقدمه من برامج حيث أن قيمة معامل ارتباط بيرسون = ٠.٩٣٩ وهي دالة احصائية عند مستوي دلالة ٠.٠٠٠٢ .

٤- توجد علاقة ارتباطية بين نوع التعليم ودرجة اعتماد الشباب على القنوات الفضائية في الحصول على المعلومات القانونية.

جدول رقم (17)

يوضح قيمة معامل ارتباط بيرسون

نوع التعليم ودرجة اعتماد الشباب على القنوات الفضائية في الحصول على المعلومات القانونية

درجة اعتماد الشباب على القنوات الفضائية في الحصول على المعلومات القانونية		نوع التعليم
معامل الارتباط	الدلالة	
٠.٨٧٠	دالة ٠.٠٤٤	

تشير بيانات الجدول رقم (17) إلى وجود علاقة ارتباط ايجابي قوي بين نوع التعليم ودرجة اعتماد الشباب على القنوات الفضائية في الحصول على المعلومات القانونية حيث أن قيمة معامل ارتباط بيرسون = 0.870 وهي دالة احصائية عند مستوي دلالة 0.044 .

5- توجد علاقة ارتباطيه بين مشاهدة القنوات الفضائية العربية وتغيير سلوكيات الشباب بعد متابعة موضوعات الثقافة القانونية في الفضائيات

جدول رقم (18)

يوضح قيمة معامل ارتباط بيرسون

مشاهدة القنوات الفضائية العربية وتغيير سلوكيات الشباب بعد متابعة موضوعات الثقافة القانونية في الفضائيات

تغيير سلوكيات الشباب بعد متابعة موضوعات الثقافة القانونية في الفضائيات		مشاهدة القنوات الفضائية العربية
معامل الارتباط	الدلالة	
0.680	غير دالة 0.064	

تشير بيانات الجدول رقم (18) إلى وجود علاقة ارتباط ايجابي متوسط بين مشاهدة القنوات الفضائية العربية وتغيير سلوكيات الشباب بعد متابعة موضوعات الثقافة القانونية في الفضائيات حيث أن قيمة معامل ارتباط بيرسون = 0.680 وهي ليست دالة احصائية عند مستوي دلالة 0.064 .

7- تفترض الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين نشر الثقافة القانونية في القنوات الفضائية واستقرار المجتمع .

جدول رقم (19)

يوضح قيمة معامل ارتباط بيرسون

نشر الثقافة القانونية في القنوات الفضائية واستقرار المجتمع

استقرار المجتمع		نشر الثقافة القانونية في القنوات الفضائية
معامل الارتباط	الدلالة	
0.273	غير دالة 0.600	

تشير بيانات الجدول رقم (19) إلي وجود علاقة ارتباط ايجابي ضعيف بين نشر الثقافة القانونية في القنوات الفضائية واستقرار المجتمع حيث أن قيمة معامل ارتباط بيرسون = ٠.٢٧٣ وهي ليست دالة احصائية عند مستوي دلالة ٠.٠٦٠٠ .

٨- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اعتبار القنوات الفضائية وسيلة جيدة لنشر الثقافة القانونية باختلاف المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين .

جدول رقم (20)

يوضح قيمة كا^٢ لدلالة الفروق بين التركيب النوعي للمبحوثين ومدى اعتبار القنوات الفضائية وسيلة جيدة لنشر الثقافة القانونية

النوع مدى الاعتبار	ذكور		إناث		الإجمالي		كا ^٢
	ك	%	ك	%	ك	%	
دائماً	٣٠	٧.٥	٥٠	١٢.٥	٨٠	٢٠.٠	٩.٠٥٢ = كا ^٢ دالة ٠.٠١١
إلى حد ما	١٤٠	٣٥.٠	١١٢	٢٨.٠	٢٥٢	٦٣.٠	
لا	٣٠	٧.٥	٣٨	٩.٥	٦٨	١٧.٠	
الإجمالي	٢٠٠	٥٠.٠	٢٠٠	٥٠.٠	٤٠٠	١٠٠%	

تشير بيانات الجدول رقم (20) إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التركيب النوعي للمبحوثين ومدى اعتبار القنوات الفضائية وسيلة جيدة لنشر الثقافة القانونية حيث أن قيمة كا^٢ = ٩.٠٥٢ وهي دالة احصائية عند مستوي دلالة ٠.٠١١ .

جدول رقم (21)

يوضح قيمة كا^٢ لدلالة الفروق بين نوع تعليم المبحوثين ومدى اعتبار القنوات الفضائية وسيلة جيدة لنشر الثقافة القانونية

نوع التعليم مدى الاعتبار	حكومي		أزهري		خاص		الإجمالي		كا ^٢
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
دائماً	١٩	٤.٨	٥١	١٢.٨	١٠	٢.٥	٨٠	٢٠.٠	١٥١.٠٩٩ = كا ^٢ دالة ٠.٠٠٠
إلى حد ما	١٦٦	٤١.٥	٤١	١٠.٣	٤٥	١١.٣	٢٥٢	٦٣.٠	
لا	١٥	٣.٨	٨	٢.٠	٤٥	١١.٣	٦٨	١٧.٠	
الإجمالي	٢٠٠	٥٠.٠	١٠٠	٢٥.٠	١٠٠	٢٥.٠	٤٠٠	١٠٠%	

تشير بيانات الجدول رقم (21) إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع تعليم الباحثين ومدى اعتبار القنوات الفضائية وسيلة جيدة لنشر الثقافة القانونية حيث أن قيمة $\chi^2 = 101.099$ وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.0000 .

جدول رقم (22)

يوضح قيمة χ^2 لدلالة الفروق بين نوع الجامعة التي ينتمي إليها الباحثين ومدى اعتبار القنوات الفضائية وسيلة جيدة لنشر الثقافة القانونية

χ^2	الإجمالي		الأزهر		أكتوبر		القاهرة		المنصورة		نوع الجامعة مدى الاعتبار
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
$\chi^2 = 20.0$	20.0	80	4.8	19	4.5	18	6.3	25	4.5	18	دائماً
33.750	63.0	252	11.5	46	17.5	70	16.5	66	17.5	70	إلى حد ما
دالة	17.0	68	8.8	35	3.0	12	2.3	9	3.0	12	لا
0.0000	100%	400	25.0	100	25.0	100	25.0	100	25.0	100	الإجمالي

تشير بيانات الجدول رقم (22) إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الجامعة التي ينتمي إليها الباحثين ومدى اعتبار القنوات الفضائية وسيلة جيدة لنشر الثقافة القانونية حيث أن قيمة $\chi^2 = 33.750$ وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.0000 .

9- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى اعتماد الباحثين على وسيلة أخرى في الحصول على معلوماتهم القانونية باختلاف المتغيرات الديموغرافية للباحثين .

جدول رقم (23)

يوضح قيمة χ^2 لدلالة الفروق بين التركيب النوعي للباحثين ومدى الاعتماد على وسيلة أخرى في الحصول على معلوماتهم القانونية

χ^2	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع مدى الاعتماد
	%	ك	%	ك	%	ك	
$\chi^2 = 10.746$	76.0	304	34.5	138	41.5	166	نعم
دالة 0.0001	24.0	96	15.5	62	8.5	34	لا
	100%	400	50.0	200	50.0	200	الإجمالي

تشير بيانات الجدول رقم (23) إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين التركيب النوعي للباحثين ومدى الاعتماد على وسيلة أخرى في الحصول على معلوماتهم القانونية حيث أن قيمة $\chi^2 = 10.746$ وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.0001 .

جدول رقم (24)

يوضح قيمة كا^٢ لدلالة الفروق بين الفئات العمرية للمبحوثين ومدى الاعتماد على وسيلة أخرى في الحصول على معلوماتهم القانونية

كا ^٢	الإجمالي		٢٤-٢٢		٢١-١٩		١٨-١٦		الفئات العمرية مدى الاعتماد
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
كا ^٢ =	٧٦.٠	٣٠٤	٣.٣	١٣	٦٧.٨	٢٧١	٥.٠	٢٠	نعم
١٥٨.٨٧٦	٢٤.٠	٩٦	١١.٨	٤٧	٦.٣	٢٥	٦.٠	٢٤	لا
دالة ٠.٠٠٠٠	%١٠٠	٤٠٠	١٥.٠	٦٠	٧٤.٠	٢٩٦	١١.٠	٤٤	الإجمالي

تشير بيانات الجدول رقم (24) إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية للمبحوثين ومدى الاعتماد على وسيلة أخرى في الحصول على معلوماتهم القانونية حيث أن قيمة كا^٢ = ١٥٨.٨٧٦ وهي دالة إحصائية عند مستوي دلالة ٠.٠٠٠٠ .

جدول رقم (25)

يوضح قيمة كا^٢ لدلالة الفروق بين نوع تعليم المبحوثين ومدى الاعتماد على وسيلة أخرى في الحصول على معلوماتهم القانونية

كا ^٢	الإجمالي		خاص		أزهري		حكومي		نوع التعليم مدى الاعتماد
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
كا ^٢ =	٧٦.٠	٣٠٤	١٥.٠	٦٠	٢٣.٥	٩٤	٣٧.٥	١٥٠	نعم
٣١.٩٠٨	٢٤.٠	٩٦	١٠.٠	٤٠	١.٥	٦	١٢.٥	٥٠	لا
دالة ٠.٠٠٠٠	%١٠٠	٤٠٠	٢٥.٠	١٠٠	٢٥.٠	١٠٠	٥٠.٠	٢٠٠	الإجمالي

تشير بيانات الجدول رقم (25) إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع تعليم المبحوثين ومدى الاعتماد على وسيلة أخرى في الحصول على معلوماتهم القانونية حيث أن قيمة كا^٢ = ٣١.٩٠٨ وهي دالة إحصائية عند مستوي دلالة ٠.٠٠٠٠ .

جدول رقم (26)

يوضح قيمة كا^٢ لدلالة الفروق بين نوع الجامعة التي ينتمي إليها الباحثين ومدى الاعتماد على وسيلة أخرى في الحصول على معلوماتهم القانونية

كا ^٢	الإجمالي		الأزهر		أكتوبر		القاهرة		المنصورة		نوع الجامعة مدى الاعتماد
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
كا ^٢ =	٧٦.٠	٣٠٤	١٨.٥	٧٤	١٥.٠	٦٠	٢٢.٥	٩٠	٢٠.٠	٨٠	نعم
٢٥.٨٧٧	٢٤.٠	٩٦	٦.٥	٢٦	١٠.٠	٤٠	٢.٥	١٠	٥.٠	٢٠	لا
دالة	%١٠٠	٤٠٠	٢٥.٠	١٠٠	٢٥.٠	١٠٠	٢٥.٠	١٠٠	٢٥.٠	١٠٠	الإجمالي

تشير بيانات الجدول رقم (26) إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الجامعة التي ينتمي إليها الباحثين ومدى الاعتماد على وسيلة أخرى في الحصول على معلوماتهم القانونية حيث أن قيمة كا^٢ = ٢٥.٨٧٧ وهي دالة إحصائية عند مستوي دلالة ٠.٠٠٠٠٠ .

الكلمات المفتاحية :

- دور .
- الفضائيات العربية.
- الثقافة.
- الثقافة القانونية .
- الشباب الجامعي.

فصول الدراسة :

- فقد قامت الباحثة بتقسيم فصول الدراسة كما يلي :
- الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة .
 - الفصل الثاني : الاطار النظري للدراسة " نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام و المسؤولية الاجتماعية "
 - الفصل الثالث : الفضائيات العربية " المعطيات و التحديات " .
 - الفصل الرابع : الثقافة القانونية " الأبعاد و المؤشرات " .
 - الفصل الخامس : الشباب الجامعي المصري.
 - الفصل السادس : نتائج وتوصيات الدراسة .

قائمة المراجع :

أولا :المراجع العربية :

- عبد المحسن حامد أحمد ، "اعتماد الجمهور على الفضائيات العربية الإخبارية وعلاقته بمصادقية التلفزيون المصري " رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنصورة : كلية التربية النوعية ، ٢٠١٠) .
- حسن عماد مكاوي , " نظريات الإعلام " ، (القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع , ٢٠٠٩).
- إمام شكري إبراهيم القطان، " دور القنوات الفضائية الإخبارية العربية في تنمية الوعي السياسي لدى طلاب الجامعة" ، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة ٢٠٠٧ .
- ثناء أحمد جمعة : فاعلية برنامج تعلم ذاتي في تنمية بعض جوانب الثقافة القانونية لدى طلاب كلية التربية ، رسالة ماجستير ، كلية التربية ، جامعة عين شمس ، ٢٠٠٦ .
- محمد فضل الحديدي. " نظريات الإعلام اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام " ، (دمياط : دار نانسي، ٢٠٠٦) .
- حسن عماد مكاوي، " أخلاقيات العمل الإعلامي " ، ط٣، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٣ .
- حسام الدين حسين عبد الحميد . " الثقافة القانونية لطلاب المرحلة الثانوية ، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السابع المعلم وتحديات القرن الحادي والعشرين " ، (الجمعية المصرية العامة للمناهج وطرق التدريس ، ١٩٩٥).

ثانيا : المراجع الأجنبية :

- A Brief Critique of the Media System Dependency Theory " 2008, Lindsay Ems.
- Keeble, Richard. Ethics for Journalists . (London: Routledge, 2001).
- Jennifer Harman ."Body Image, Woman and Media; a Media System Dependency Theory Perspective ".Dissertation Presented to the Faculty of the Graduate School of the University of Texas Austin in Partial Fulfilment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy, 1996.
- Baran , Stanly , Davis and Dennis " Mass Communication Theory , Ferment and Future" , California : Wadsworth Publishing Company , 1995.