

تعزيز قيم المشاركة المجتمعية للشباب في البرامج التلفزيونية في ظل رؤية مصر ٢٠٣٠

د. نهى مجدي محمد السيد*

ملخص الدراسة:

تعددت النظريات الإعلامية والبحوث الميدانية التي أكدت على أثر الإعلام في توجيه وتعديل السلوك وتغيير السياق المجتمعي. على جانب آخر أكدت الدراسات الاستراتيجية على أهمية وأثر المشاركة المجتمعية في تحقيق خطط التنمية الوطنية. من هنا هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى تعزيز البرامج التلفزيونية لقيم المشاركة المجتمعية للشباب في ظل رؤية ٢٠٣٠. لذلك تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي بتطبيق استبانة مكونة من ثلاث محاور للتعرف على سبل تعزيز قيم المشاركة المجتمعية للشباب في البرامج التلفزيونية في ظل رؤية ٢٠٣٠ و التعرف على مستوى الأثر الإيجابي لتوظيف هذه البرامج التلفزيونية في تعزيز قيم المشاركة المجتمعية للشباب ومن ثم تحليل العلاقة بين دور الإعلام المصري والمشاركة المجتمعية للشباب وتحقيق رؤية مصر ٢٠٣٠.

توصلت الدراسة إلى أنه هناك تأييد بدرجة كبيرة من مجموعة من أساتذة الإعلام والعاملين في القنوات الفضائية المصرية بمدينة الإنتاج الإعلامي على سبل تعزيز قيم المشاركة المجتمعية للشباب في البرامج التلفزيونية في ظل رؤية ٢٠٣٠ بمتوسط كلي للاستجابة على المحور (٣,٨٢) بانحراف معياري (٠,٦٧٨) وكان هناك اتفاق للعينة حول الأثر الإيجابي لتوظيف البرامج التلفزيونية في تعزيز قيم المشاركة المجتمعية للشباب بمتوسط استجابة بدرجة (٣,٨١) بانحراف معياري (٠,٩٨٩). وعن العلاقة بين دور الإعلام المصري والمشاركة المجتمعية للشباب وتحقيق رؤية مصر ٢٠٣٠, فقد أكد أساتذة الإعلام والعاملين في القنوات الفضائية المصرية بمدينة الإنتاج الإعلامي ذلك بمتوسط استجابة بدرجة (٣,٨٧) بانحراف معياري (٠,٨٦٠) ومن ثم كانت أهم التوصيات: عمل مقرر دراسي مستقل ودراسات نوعية وميدانية في كليات الإعلام بجمهورية مصر العربية متخصصة في دور الإعلام في تحقيق التنمية من خلال المشاركة المجتمعية للمواطنين من منطلق أن الإعلام وسيلة تواصل فعالة. الكلمات المفتاحية: رؤية مصر ٢٠٣٠، المشاركة المجتمعية، مشاركة الشباب في البرامج التلفزيونية.

* مدرس بقسم الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني بالأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام

Promotion of youth societal participation values in TV programs in light of Egypt's vision 2030

Abstract:

Numerous media theories and field researches confirmed the influence of media in directing, modifying behaviours and changing of societal contexts. Moreover, strategic studies emphasized the importance and the effect of community participation in achieving of national development plans. Hence, this study aimed to identify the role of television programs in promoting the values of community participation and finding ways to enhance these values for youth in light of Egypt's Vision 2030; thus, elucidating Egyptian's media positive impact in achieving Egypt's Vision 2030 through a three-axes survey.

The study highlighted the great support of the Media Production City professors and media specialists of Egyptian satellite channels for the role of media enhancement of community participation values for youth in television programs with average response (3.82) and standard deviation (0.678). Moreover, the study revealed the agreement on the positive functional utilization of media and programs in effective implementation of community participation values in youth and societies with a response score (3.81) and standard deviation (0.989). Furthermore, and in the same context, media professors and workers in Egyptian satellite channels confirmed the strong relationship between the role of Egyptian media and the social participation of youth with an average response score of (3.87) and standard deviation of (0.860).

In light of the above, the study recommended conduction of independent qualitative courses and field studies in various Egyptian media faculties focusing on and targeting the effective media role in achieving wider developmental plans through greater community participation of citizens as an influencing communication tool.

Keywords: Egypt Vision 2030, Societal participation, Community, Youth, Tv Programs, Media.

مقدمة :

تمثل المشاركة المجتمعية حجر الأساس في تنفيذ المشروعات التنموية التي تستهدفها خطط التنمية الحديثة، حيث تحقق برامج المشاركة المجتمعية مصلحة الفرد والمجتمع، وتتمى الشعور بالمسؤولية، وتمنح المواطنين الثقة في حراك المجتمع نحو تحقيق الرؤى المستقبلية الطموحة من خلال خطى مشتركة، كما تخفف العبئ عن أجهزة الدولة وقطاعاتها من خلال تبني الرأي العام للاتجاه العام للتنمية (القيق، ٢٠١٤).

وبالرغم من سيطرة الإعلام الجديد على فئة الشباب إلا أن التلفزيون لا يزال من أهم وسائل الإعلام في العصر الحاضر لاستمراره في التطوير سواء في المحتوى أو تقنيات التصوير والصوت والصورة. ولا تزال هناك محطات تلفزيونية تحظى بمشاهدة عالية يتم استغلالها من خلال الرسائل الموجهة والمبرمجة لتكون حافزا في توجيه الرأي العام نحو ما يخدم القيم المجتمعية وتجسيد الهوية وتوعية الجماهير، ليتم الإتساق مع رؤية الدولة في التنمية. بذلك أصبح التلفزيون بما يقدمه من برامج من أهم الأجهزة الإعلامية التي يمكن أن تسهم في صياغة الاتجاهات الاجتماعية وبلورة القالب القيمي للمجتمع في عصر الانفتاح الإعلامي والتكنولوجي والانفجار المعرفي المتلاحق (بوخميس، ٢٠١٧). وبالتالي يمكننا التذليل على علاقة البرامج التلفزيونية بتعزيز قيم المشاركة المجتمعية، والتي لا غنى عن الرسالة الإعلامية فيها و التواصل لتحقيقها.

بما اننا نعيش اليوم في عصر التحولات المجتمعية الناتجة عن التقنيات الناشئة، فمما لا شك فيه أن تحقيق الأهداف الاستراتيجية لرؤية ٢٠٣٠ ينطوي على تعزيز قنوات الاتصال بين الشباب وصانعي السياسات لتحقيق خطط التنمية. و على ذلك يتبلور دور الشباب في المشاركة المجتمعية من خلال تبنيه لفكر التنمية المستدامة والتي تمثل خطة عمل طموحة من خلال نظرة ثلاثية الأبعاد للتنمية المستدامة، والتي بدورها تعتمد على الشباب والمجتمع المحلي في تحقيقها، و على الإدماج المجتمعي، وعلى تحقيق النمو الاقتصادي وحماية الموارد. و بذلك أصبحت التنمية المستدامة تركز على خمسة مبادئ أساسية تضم (الناس والازدهار والكوكب والشراكة والسلام) (المزروعى، ٢٠٢٠).

صناعة الواقع والمشاركة فيه هي مهمة تشترط القدرة على الإبداع، والتحول في تشكيل الوقائع، وإنتاج الحقائق، وردم الفجوة بين قدرات الإنسان، و إكسابه القدرة على الفعل والتأني، وتحقيق التوازن والتفاعل والتضامن (المنير، ٢٠٢٠). وبما ان الافتراض الأساسي أن لكل إنسان احتياجات نفسية لا يتم إشباعها إلا في موقف جماعي، فالجنس البشري مرتبط بالحياة الجماعية والتفاعل مع المحيط الذي يجعله قادرا على صنع التقدم وبناء المجتمع (من أمثلة ذلك العمل مع جمعيات ومؤسسات مجتمعية) بهدف تطوير الطاقات الذاتية، وبالتأكيد في هذا السياق تمثل وسائل الإعلام الجماهيرية والتلفزيون أحد أهم تلك المؤسسات (بو سالم، ٢٠١٥).

علاوة على ما سبق، يمكننا اعتبار المشاركة المجتمعية بمثابة سلسلة من الأنشطة الاتصالية التي تنفذها الدولة من أجل إشراك افراد المجتمع بموضوع معين. فتنوع هذه الأنشطة بين توجيه رسائل للجمهور المستهدف أو جمع التعليقات والمداخلات عبر أدوات وقنوات التواصل والإعلام، وبالتالي تكفل عبر الأنشطة الاتصالية فرصة المشاركة في القرارات التي تؤثر على

الجميع. يكمن وضع المنافع الأساسية للدور الإعلامي لتحقيق المشاركة المجتمعية في تعزيز علاقة المؤسسات مع المجتمع، فتنسجم العلاقة بالتقدير والشفافية والتعاون، وبالتالي الوصول لقرارات أكثر استدامة وقابلية للتنفيذ تراعي الاهتمامات والاحتياجات وتمنح فرص أعلى للتواصل البناء مع شباب المجتمع، وبالتالي تحقيق الفهم المناسب والدعم والتبني (دليل المشاركة المجتمعية ٢٠١٩ - ٢٠٢٠).

ترتبط المشاركة المجتمعية بالقدرة على تجسيد التغيير الاجتماعي في إطار المشاركة من قبل الجهات الفاعلة والتي في حالة مراعاة إشكالية العلاقة بين قرارات الدولة في التنمية ونمط التغييرات الاجتماعية المطلوب ترشد العمل الاجتماعي بفهم واع للإجراءات المنخدة، وبالتالي تحقيق التغيير الاجتماعي المنشود، والتنبؤ بآثاره المتوقعة، وطرح تقييمات موضوعية تعتمد على الملاحظات والتحليلات الواقعية، وذلك من خلال تقارير إعلامية وبرامج شبابية مميزة تخدم أهداف التغيير الاجتماعي نحو تحقيق أهداف ومتطلبات التنمية (أحمد ومصطفى، ٢٠٢١).

كما ترتبط المشاركة المجتمعية ودور الإعلام في تدعيمها بمفهوم القيم في وسائل الإعلام الجماهيرية، والتي تمثل أحد العوامل الأساسية للتنشئة الاجتماعية لتثبيت وخلق وتغيير القيم في المجتمعات، إذ تستهدف فئة الشباب باعتباره ركيزة المجتمع من خلال البث الإعلامي المسمى بالإعلام الاجتماعي. وذلك الإعلام بهذا المفهوم له قدرة على خلق اتجاه جديد أو إضعاف اتجاه قديم أو المعاونة على خلق قيمة جديدة. ويتمثل اثره في تعديل سلوك قائم أو العدول عنه او التحول لسلوك جديد، وهذا ما يعبر عنه باتجاهات التأثير (علاق، ٢٠١٨)، والتي يمكن استغلالها في دعم المشاركة المجتمعية للشباب لتحقيق رؤى التنمية ٢٠٣٠.

تركز الرؤية المصرية ٢٠٣٠ على تحقيق هدف الإرتقاء بحياة المواطن المصري ورفع مستوى المعيشة من خلال ترسيخ مبادئ العدالة والاندماج الاجتماعي ومشاركة كافة المواطنين اجتماعياً وسياسياً ليتماشى ذلك مع النمو الاقتصادي المستدام من خلال تعزيز الاستثمار في البشر وبناء القدرة الإبداعية وزيادة المعرفة والابتكار، حيث تسعى الأجنحة الوطنية إلى تحقيق المساواة في الحقوق والفرص وتمكين الشباب ودعم مشاركة كل الفئات في التنمية مع العمل على تعزيز روح الولاء والانتماء للهوية المصرية (الموقع الرئاسي)، رؤية مصر ٢٠٣٠). ومما سبق فإن المشاركة المجتمعية من أهم أسس رؤية مصر ٢٠٣٠ عن طريق استخدام النهج التشاركي في تحقيق التنمية المستدامة وأبعادها، فتم إطلاق ما يسمى بخطة المواطن، ليشترك المواطنون في عمليات التخطيط والمتابعة (زكي، ٢٠٢٠).

مشكلة الدراسة :

لا تزال وسائل الاتصال الجماهيري لديها قوة في الاستحواذ على الجماهير بالرغم من المنافسة الإعلامية الرقمية الشرسة. غير أن المحطات التلفزيونية المنتشرة في البث الفضائي تمتلك وسائل وأدوات خاصة لجودة المحتوى وتحمل عبئ الإنتاج الضخم لتقديم مضامين خاصة يتم استغلالها استراتيجياً في توجيه القواعد العريضة المكونة للرأي العام في المجتمعات، والتي لا تزال تحافظ للبث التلفزيوني على مكانته في زمن الإتصال والتواصل الفائق، وفي ذلك تنوع البرامج في قدرة تقديمها على استمالة الشباب (قندوزي، ٢٠١٧).

و الجدير بالذكر ان للتلفزيون أثره الملموس في الأفكار المكتسبة وتكوين القيم والتصورات المدركة للواقع الاجتماعي، ويمثل أحد أهم مصادر تلقي المعلومات الرسمية التي تتناول مختلف القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية. فبلغة بصرية وحوارية وأساليب إقناعية متطورة ومداخل متعددة يمكنه التأثير في الجماهير نفسيا وسلوكيا، كما له قدرة على تعديل الآراء والاتجاهات، وتكوين حافز لتوجيه الرأي العام نحو تبني خطط ورؤى التنمية. ومع اتساع الإمكانيات الإعلامية وقدرات البث الفضائي، أمكن التخصص في توجيه الرسالة الإعلامية نحو فئات خاصة بأشكال وقوالب تناسبهم (مرياي وبن عواطة، ٢٠١٩)، وبالتالي تحقيق الهدف بأقصر طريق. ومن منطلق أهمية دور الشباب في تحريك المجتمع نحو التنمية يظهر أثر البرامج التلفزيونية الموجهة لفئة الشباب في دعم توجههم نحو المشاركة المجتمعية في مختلف القطاعات بما يخدم ويحقق أهداف رؤية مصر ٢٠٣٠.

تعتبر المشاركة المجتمعية حق و واجب في وقت واحد لأفراد المجتمع، فهي حق تضمنه القوانين الوطنية والدولية والتي تقر أن للفرد الحق في المشاركة في النشاطات التي تؤثر في جوانب الحياة سواء شخصية أو اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية أو ثقافية، كما أن لها جانب أخلاقي ملزم من الفرد لمجتمعه بغرض الحفاظ على تماسك المجتمع وتكاتف الجهود لتحقيق خطط ورؤى التنمية (براهيمي وحياة، ٢٠٢١). وفي ظل التحديات الراهنة، فإن الاعلام يرسخ الاعتراف المتزايد بضرورة تجاوز التنمية للنمو الاقتصادي، و ذلك بهدف ضمان العدالة الاجتماعية وتحسين نوعية الحياة وتحقيق الحماية الاجتماعية والاستقرار البيئي. في هذا السياق، تعتبر المشاركة الاجتماعية هي العمود الفقري لأي جهد تنموي يستهدف تحقيق رؤى النهوض بالمجتمع وتحسين مستوى حياة المواطن اجتماعيا واقتصاديا، و ذلك بتمكين أفراد المجتمع من المشاكة في اتخاذ القرارات المؤثرة التي يصنعها المجتمع من أجلهم. من هذا المنطلق فإن توحيد الجهود الشعبية والشبابية مع الجهود الحكومية أصبح خطوة أساسية في تحقيق رؤية ٢٠٣٠. ومن هنا يمكن صياغة تساؤل الدراسة الرئيسي في **كيف يمكن توظيف البرامج التلفزيونية في تعزيز قيم المشاركة المجتمعية للشباب في ظل رؤية مصر ٢٠٣٠؟**

تساؤلات الدراسة :

- ١- ما المدخل النظري لتأثير البرامج التلفزيونية في دعم المشاركة المجتمعية للشباب؟
- ٢- ما مكونات وتأثيرات أنواع البرامج التلفزيونية ؟
- ٣- ما مفهوم المشاركة المجتمعية ودور المشاركة المجتمعية للشباب في التنمية تحقيقاً لرؤية مصر ٢٠٣٠؟
- ٤- ما سبل تعزيز قيم المشاركة المجتمعية للشباب في البرامج التلفزيونية في ظل رؤية مصر ٢٠٣٠؟
- ٥- ماهو مستوى الأثر الإيجابي لتوظيف البرامج التلفزيونية في تعزيز قيم المشاركة المجتمعية للشباب؟
- ٦- ماهي العلاقة بين دور الإعلام المصري والمشاركة المجتمعية للشباب وتحقيق رؤية مصر ٢٠٣٠؟

أهداف الدراسة:

- ١- شرح المدخل النظري لتأثير البرامج التلفزيونية في دعم المشاركة المجتمعية للشباب.
- ٢- التعرف على مكونات وأنواع البرامج التلفزيونية وتأثيراتها.
- ٣- التعرف على المشاركة المجتمعية ودور المشاركة المجتمعية للشباب في التنمية تحقيقاً لرؤية ٢٠٣٠.
- ٤- شرح سبل تعزيز قيم المشاركة المجتمعية للشباب في البرامج التلفزيونية في ظل رؤية ٢٠٣٠.
- ٥- التعرف على مستوى الأثر الإيجابي لتوظيف البرامج التلفزيونية في تعزيز قيم المشاركة المجتمعية للشباب.
- ٦- التوصل إلى العلاقة بين دور الإعلام المصري والمشاركة المجتمعية للشباب وتحقيق رؤية مصر ٢٠٣٠.

أهمية الدراسة:

تدعم الدراسة من الناحية النظرية ايجاد و تحديد المدخل النظري والمفاهيمي المنطلق من نظريات الإعلام في التعرف على الأثر الذي يمكن أن تحققه البرامج التلفزيونية في دعم المشاركة المجتمعية للشباب، وبالتالي تعزيز تحقيق خطط التنمية في رؤية ٢٠٣٠.

توضح الدراسة من الناحية النظرية أنواع البرامج التلفزيونية وتأثيراتها المحتملة_بفضل إمكانياتها_ في جذب الشباب، وبالتالي تحقيق الاتجاه نحو المشاركة المجتمعية، والتي أصبحت بذلك شريكاً أصيلاً في تحقيق التنمية.

تفيد الدراسة من الناحية التطبيقية في كيفية تخطيط البرامج التلفزيونية، وإثراء البحث العلمي، وتعديل الاستراتيجيات لدعم مشاركة الإعلام في خطط وإجراءات تنفيذ خطط التنمية، بهدف دعم المشاركة المجتمعية للشباب في تحقيق رؤية مصر ٢٠٣٠ ، وايضا في التعرف على مستوى الأثر الإيجابي الذي يمكن تحقيقه، وفي تحديد العلاقة بين دور الإعلام والمشاركة المجتمعية في دعم رؤى التنمية.

حدود الدراسة :

- الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة على بحث تعزيز قيم المشاركة المجتمعية للشباب في البرامج التلفزيونية في ظل رؤية ٢٠٣٠.
- الحدود البشرية: تم تطبيق الدراسة على عينة 32 من أساتذة الإعلام والعاملين في القنوات الفضائية المصرية بمدينة الإنتاج الإعلامي.
- الحدود الزمانية: تم تطبيق الدراسة أثناء العام الدراسي الأول لعام ٢٠٢٣.
- الحدود المكانية: جمهورية مصر العربية – القاهرة الكبرى.

مصطلحات الدراسة:

البرنامج التليفزيوني:

هو رسالة من المرسل إلى المستقبل عبر قناة تلفزيونية بهدف تحقيق غايات محددة عبر معلومات عقلية ووجدانية تناسب ميول ورغبات المستقبل وقدراته العقلية، عن طريق استخدام اساليب الترويج او الإمتاع. وهو مادة إعلامية تعرض في وسيلة مرئية (التليفزيون). ويعتبر البرنامج العنصر الأساسي الذي تعتمد عليه أي محطة تلفزيونية (زواوي والهادي، ٢٠٢٠ : ٢٠).

التعريف الإجرائي:

هو رسالة إعلامية عبر قناة فضائية بأشكال فنية محددة للبرنامج، تهدف إلى توجيه الشباب نحو تبني قيم المشاركة المجتمعية، وبالتالي تدعم الدور في تحقيق رؤية التنمية لجمهورية مصر العربية ٢٠٣٠.

المشاركة المجتمعية:

وفقا لعلم الاجتماع، تعني مشاركة الافراد في المجموعات الاجتماعية من جانب، ومشاركة في المنظمات التطوعية من جانب آخر، خاصة عندما ينصب دورها على النشاط المجتمعي المحلي أو المشروعات المحلية. وتتعلق المشاركة المجتمعية بانخراط الأفراد والجماعات في قرارات حول قضايا تؤثر على حياتهم في مجتمعاتهم (صباح وساعي، ٢٠٢١ : ٢٩٤).

وتتم المشاركة خارج مواقف العمل المهني للفرد، كما أنها الدور الذي يأخذه الفرد أو يعطيه الحق في لعب الادوار المختلفة وذلك من خلال نشاطه البنائي في وظيفة المجتمع، ويكون ذلك عادة وجها لوجه. وتوصف مشاركة الاعضاء بأنها فعالة إذا ارتبطت بدور فعال في وظيفة أفراد المجتمع أو مواقفهم.

التعريف الإجرائي:

نقصد بها هنا تأثير البرامج التلفزيونية في تبني فئة الشباب لقيم المشاركة الفعالة لتحقيق اتجاهات وخطط التنمية، والتأثير في صنع القرارات، ومواجهة السلبيات والتحديات، والانتقال إلى مرحلة دعم الابتكار والتطوير.

الشباب:

كلمة الشباب تعبر عن من هم في المرحلة التي تلي مرحلة المراهقة حتى بداية منتصف العمر، حيث يدل الوصف على الحيوية والنشاط. ويقصد بالشباب أيضا الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين ١٥ إلى ٢٢ من العمر، وهناك من حدد فئة الشباب من ١٨ إلى ٣٥ عاما (خير، ٢٠١٩ : ٥).

التعريف الإجرائي:

ونقصد بها الفئة العمرية المستهدفة من ١٨ إلى ٣٥ عاما والتي من خلال البرامج التلفزيونية يتم تعزيز قيم المشاركة المجتمعية لديها للمساهمة في تحقيق التنمية ورؤية مصر ٢٠٣٠.

الدراسات السابقة

تعددت الدراسات العربية والأجنبية التي ربطت بين تناول الإعلامى لدور البرامج التلفزيونية في النهوض بـقيم المشاركة المجتمعية و المشاركة المجتمعية للشباب، وعليه يمكن استعراض الدراسات السابقة على محورين كما يلي:

المحور الأول: المشاركة المجتمعية للشباب.

المحور الثاني: مشاركة الشباب في البرامج التلفزيونية ودورها في النهوض بـقيمهم المجتمعية.

المحور الأول : المشاركة المجتمعية للشباب

هدفت دراسة (بحيري، ٢٠٢١) إلى تحديد العوامل المؤثرة في المشاركة المجتمعية للشباب في ضوء المتغيرات المجتمعية الحديثة، وحاولت تحديد مجموعة من الأسئلة والإجابة عليها، مثل: ماهو مفهوم المشاركة المجتمعية لدى الشباب في ضوء متغيرات حديثة؟، ما هو واقع مشاركة الشباب في المجتمع والعوامل المؤثرة عليها؟، وما هي المقترحات التي تساهم في تفعيل المشاركة المجتمعية للشباب في ضوء المتغيرات الحديثة؟. ولتحقيق هدف الدراسة أعد الباحث استبيان حول المشاركة المجتمعية للشباب، وتم تطبيق الاستبيان على عينة من الشباب تكونت من (١٢٢) من الذكور والإناث في المرحلة العمرية من ١٨ إلى ٣٥ سنة، من محافظات القاهرة الكبرى الثلاث القاهرة والجيزة والقليوبية خلال العام ٢٠٢٠/٢٠٢١م. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لتحليل استجابات عينة البحث وذلك باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وتم أيضاً استخدام تحليل الانحدار المتعدد للعوامل التي تم استخدامها وبناء الاستبيان استناداً عليها. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ان العوامل النفسية تأتي في مقدمة العوامل المؤثرة على المشاركة المجتمعية للشباب، وتليها في التأثير العوامل الاجتماعية ثم العوامل الاقتصادية والعوامل السياسية والعوامل التكنولوجية، بينما لم تظهر العوامل الأسرية والعوامل الثقافية أي تأثير من خلال آراء العينة. وأوصت الدراسة أنه من الضروري أن يتم تخفيف الأعباء على الشباب نوعاً ما حتى يتمكنوا من ممارسة أدوارهم الاجتماعية والسياسية بشكل معتدل، بالإضافة إلى العمل على تفعيل دور مراكز الشباب في تنمية المهارات الاجتماعية، وتوعية الشباب وبخاصة في بداية تلك المرحلة على ممارسة أدوارهم الاجتماعية بشكل هادف ومنظم.

علي صعيد آخر، بالرغم من انه تم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل متزايد من قبل الحكومات ومحترفي التخطيط لكسب الآراء العامة وتوزيع المعلومات ودعم المشاركة في ممارسات التخطيط، فقد تم إجراء القليل من الدراسات لفهم تأثير السياسات المحلية ومدى قدرة وسائل التواصل الاجتماعي على تعزيز قوة المواطنين وإدماجهم. في هذا السياق بحثت دراسة (Lin & Kant. 2021) دور وسائل التواصل الاجتماعي في مشاركة المواطنين في هولندا، حيث تبنت منهجاً مختلطاً يجمع بين المقابلات الحية وتحليل المحتوى لبعض مواقع الإنترنت لفهم خصائص المشاركة على وسائل التواصل الاجتماعي. توصلت الدراسة الى العديد من النتائج أهمها ان سياسات الدعم والمستوى العالي لمعدل انتشار وسائل التواصل الاجتماعي هي شروط مسبقة لمزيد من المشاركة المجتمعية، وأن وسائل التواصل الاجتماعي تعزز

الاندماج المجتمعي من خلال إشراك العديد من المشاركين الذين قد لا يتمكنون من المشاركة عبر الأساليب التقليدية، وأن وسائل التواصل الاجتماعي تسهل التفاعلات بين المستويات المختلفة المواطنين والحكومة، وأنها تعمل على تحسين فعالية المشاركة فيما يتعلق بالشفافية وإمكانية الوصول الى حلول عملية للمشكلات في المجتمع.

ايضا دراسة (Ritonga, Syahputra. 2019) هدفت إلى التعرف على واقع انتشار وسائل الإعلام الجديدة وعلاقتها بالمشاركة المجتمعية، حيث تم ممارسة صحافة المواطن في البداية عبر وسائل الإعلام وذلك لأن المواطنين كانوا يثقون في وسائل الإعلام كقناة معلومات مستقلة، حيث لم تكن وسائل التواصل الاجتماعي مثل تويتر متاحة. و بعد انتماء وسائل الإعلام إلى الأحزاب السياسية وظهور وسائل التواصل الاجتماعي، بدأ المواطنون في استخدام تويتر لنشر الأخبار أو المعلومات حيث اطلق على ذلك اسم صحافة المواطن من الشارع إلى التغريدات. وجدت هذه الدراسة أن مثل هذه العملية تشير الى تكثيف وسائل التواصل الاجتماعي والذي بدوره ادى إلى تضائل المشاركة بين افراد المجتمع ووسائل الإعلام، فلم يعزز ذلك صحافة المواطنين ولم يزد المشاركة العامة نظرا إلى تعرض مستخدمي الإنترنت للاستقطاب الشديد بين المجموعات الناقدة والداعمة للحكومة بدلاً من ذلك. وتعتبر هذه ظاهرة جديدة ناشئة سببها ظهور وسائل الإعلام الجديدة في "عصر ما بعد الحقيقة". في هذا السياق يشير مصطلح ما بعد الحقيقة إلى الظروف الاجتماعية والسياسية حيث لم يعد المواطنون يحترمون الحقيقة بسبب الاستقطاب السياسي والصحفي المنتج للأخبار الكاذبة، والصحافة التي تروج للكراهية، وأنشطة وسائل التواصل الاجتماعي غير المنظمة. وقد تم الحصول على البيانات الأولية لهذه الدراسة من خلال مقابلات متعمقة مع أربعة أفراد من الحكومة، كما تم الحصول على بيانات محادثة مستخدمي الإنترنت على Twitter بواسطة نظام بيانات ضخ قادر على التقاط وتحليل محادثات مستخدمي الإنترنت. قد يكون لهذه الدراسة انعكاسات على تحول صحافة المواطن لوجودها في عصر الإعلام الجديد، حيث ان الميزة الأبرز في هذه الفترة الجديدة هي غموض الأخبار والمعلومات والآراء التي يشاركها المواطنون عبر وسائل التواصل الاجتماعي مثل تويتر.

و في سياق متصل، هدفت دراسة (الجمال، ٢٠١٨) إلى التعرف على أثر استخدام وسائل الإعلام الجديدة بكافة أنواعها على منظومة القيم لدى الشباب المصري ممن يستخدمون شبكة الإنترنت بتطبيقاتها المختلفة، وأهم المتغيرات الوسيطة التي تتوسط العلاقة. وجاءت فروض الدراسة حول وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين حجم تعرض الشباب للإعلام الجديد والتأثيرات القيمية التي اكتسبها الشباب نتيجة الاعتماد على الإعلام الجديد، وبين حجم تعرض الشباب للإعلام الجديد واتجاه الشباب نحو الإعلام الجديد كأداة لتغيير منظومة القيم داخل المجتمع. اعتمد البحث منهج المسح الإعلامي، واستخدمت الباحثة استمارة استقصاء تطبق بالمقابلة، وتمثل مجتمع الدراسة من شباب بمنطقة القاهرة الكبرى ممن تمتد أعمارهم من ١٨-٣٥ ممن يستخدمون الإنترنت بتطبيقاته المختلفة، وتكونت عينة الدراسة من ٤٠٠ فرداً من الذكور والإناث، ٢٠١٧/٢٠١٨. اظهرت اهم نتائج الدراسة انه توجد فروق دالة إحصائية بين حجم التعرض للإعلام الجديد والتأثيرات القيمية الاجتماعية الناتجة عن هذا التعرض، و انه توجد فروق دالة إحصائية بين حجم تعرض الشباب للإعلام الجديد واتجاه الشباب نحو الإعلام الجديد كأداة لتغيير منظومة القيم داخل المجتمع. وأوصت الدراسة بدعم التوعية الأسرية

والإعلامية بالمخاطر الاجتماعية والأخلاقية الناجمة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومشاركة الأسرة للأبناء في بيان أهمية استخدام الإنترنت وتحديد إيجابياته وسلبياته، ووضع برامج إعلامية توعوية للشباب لترشيد استخدام شبكات التواصل، وإصدار نشرة إعلامية إرشادية جامعية توزع داخل الجامعة لنشر الوعي لدى الشباب بضرورة الاستفادة من الإنترنت بشكل إيجابي.

وفي إطار مماثل، هدفت دراسة (Chen, 2016) إلى الدمج بين نموذج الوساطة المعرفية، ونموذج وساطة الاتصالات، حيث طور هذا البحث نموذجًا لاستخدام الوسائط والمشاركة العامة في العصر الرقمي. تم اختبار علاقة هذا النموذج، أي التوجهات (الدوافع والديموغرافية) – المحفزات (استخدام وسائل التواصل الاجتماعي) – توجهات النتائج (المعرفة والفعالية السياسية) – الاستجابة (التعبئة عبر الإنترنت والمشاركة غير المتصلة بالإنترنت) في السياق الصيني. تم إجراء ارتباط معامل بيرسون وتحليل الانحدار الخطي و أسفر هذا النموذج عن بعض النتائج أهمها ان الدوافع تؤثر على المشاركة المجتمعية من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بالمجتمع الصيني.

و في سياق مشابه، ناقشت دراسة (Booker, 2015) تأثير الوسائط المرئية مثل التلفزيون والإنترنت على المشاركة المجتمعية للشباب في المجال الرياضي، حيث طرحت مجموعة من الأسئلة حول عدد ساعات تعرض الشباب للشاشات، كعدد ساعات مشاهدة التلفاز والفيديو وأقرص DVD، واستخدام الويب والتفاعل مع الأصدقاء من خلال مواقع الويب الاجتماعي، وعدد ساعات ممارسة الألعاب على وحدة التحكم بالألعاب. وتم إنشاء فهرس SBM من ١-١٢ لتقييم أوزان الإجابات، واعتمدت الدراسة على استبيان كأداة لها طبق على مجموعة من الشباب تم اختيارهم بالطريقة العشوائية في المملكة المتحدة، وتكونت عينة الدراسة من ٤٨٩٩ شاب وشابة على امتداد المملكة المتحدة ممن أعمارهم بين ١٠-١٨ عاماً. أظهرت نتائج الدراسة أن أقل من ٤٠٪ من العينة تجاوزوا أطراف الحديث على مواقع الويب الاجتماعية أو لعبوا على أجهزة الألعاب وأقل من نصفهم استخدموا ألعاب الكمبيوتر لأكثر من ساعة واحدة في اليوم، في حين أفاد أكثر من ٧٥٪ من الشباب أنهم يشاهدون التلفزيون لأكثر من ساعة في اليوم، وعبر ٣٠٪ من العينة عن مشاركتهم في الألعاب الرياضية كل يوم، حيث وُجد أن الشباب الذين كانوا أكثر كثافة من مستخدمي مواقع التواصل والذين يشاهدون التلفاز بصورة أكثر ويلعبون الألعاب الإلكترونية لأكثر من ساعة في اليوم، كانوا أقل احساساً بالسعادة وأكثر عرضة للصعوبات الاجتماعية والعاطفية من الشباب الذين قضوا وقتاً أقل في التعامل مع الوسائط، وبذلك ارتبطت المشاركة في الرياضات التقليدية بشكل إيجابي بالسعادة وبشكل سلبي بالصعوبات الاجتماعية والعاطفية.

وعلي صعيد آخر، بحثت دراسة (Hila, Puig, Ruiz. 2018) التعرف على واقع مشاركة الشباب المجتمعية في المناطق الحضرية الإسبانية، وتقديم بعض الأفكار لمراجعة نموذج مشاركة الشباب في هذه المجتمعات في إطار بيولوجي. استخدمت الدراسة المنهج المسحي الاستقصائي، وتمثل مجتمع الدراسة من المناطق الحضرية من الشباب بعمر بين (١٢-١٦ عاماً)، وتكونت عينة الدراسة من ٢٠٧ شاباً وشابة، حيث ركز التحليل على التفاعلات بين الشباب وعائلاتهم مع مدارسهم والحي الذي يتواجدون فيه حيث تم تسليط الضوء على مفهوم

ومجالات وعوامل التكيف لمشاركة الشباب. وتوصلت الدراسة الي الحاجة إلى التأكيد على الأحياء والمدارس كسياقات، و الحاجة إلى تعزيز سياسة المشاركة المجتمعية والمزيد من التجارب والجدوى منها، وفاعلية العمل المجتمعي، وتعزيز مشاركة الشباب، و ذلك من خلال المبادرات الوظيفية القائمة على الالتزام بتحسين المجتمع من خلال المشاركة المجتمعية، وأخيراً إعادة التفكير في المشاركة عبر الإنترنت التي تواجه التحدي المتمثل في جلب الوعي النقدي والقيم الديمقراطية والمدنية للكفاءات الرقمية للشباب.

و في نفس الاطار، هدفت دراسة (Khin, 2017) إلى تقييم مشاركة الشباب في تنمية المجتمع مع التركيز على كمبوديا، من خلال استكشاف الخبرات الأساسية لمجموعتين من الشباب من أجل تنفيذ برامج المشاركة المجتمعية. تضمن البحث مقابلات متعمقة ومناقشات جماعية مركزة وملاحظات المشاركين مع الشباب ورؤساء القرى، والمجالس البلدية وموظفي المنظمات غير الحكومية وقائد الكنيسة، ومعلم مدرسة وأولياء أمور الشباب في بلدية تشومراس بين منطقة سامروانغ ومقاطعة تاكيو في كمبوديا. حيث تم الكشف عن دراسة وجهات النظر المحلية لمشاركة الشباب من خلال خبرة المشاركين العملية ومعرفتهم، وجاءت إجابات عينة الدراسة بأن المساهمات الخيرية للشباب هي الشكل الأساسي للمشاركة النشطة، بما في ذلك مساهمتهم في التوعية التربوية والحملات في المجتمع، من منطلق ان المساهمة من خلال الشراكات المحلية هي احد الجوانب المؤثرة في المجتمع، حيث تحفز هذه المساهمة الكبيرة التفاعلات بين الأعضاء المحليين الرئيسيين والشباب حتى يتمكنوا من العمل معاً من أجل التغيير الإيجابي في المجتمع. و لذلك تقترح هذه الدراسة أن يتم دعم الشباب من المجموعات المحلية الرئيسية أو الوكلاء المعترف بهم لمساعدتهم في بدء المشاركة من خلال تكوين المجموعات والتدريب لفتح إمكانيات جديدة وتعزيز مبادرات الشبابية. تكشف الدراسة أيضاً عن العديد من العوامل التي لها تأثيرات مباشرة وغير مباشرة على المشاركة المجتمعية للشباب، وتشمل الدين والتنمية وقوة العلاقات وقيادة المرأة، هذه العوامل إما تحفز أو تمنع مشاركة الشباب بسبب المعايير المجتمعية والقبول الثقافي.

و في اطار اقتصادي و سياسي، بحثت دراسة (Hall, 2014) كيفية تأثير استهلاك وسائل الإعلام ورأس المال الاجتماعي على المشاركة المدنية. على الرغم من إجراء العديد من الدراسات حول موضوع تأثيرات وسائل الإعلام ورأس المال الاجتماعي، ومعظمها في مجال المشاركة السياسية، إلا أن القليل من الدراسات استكشفت تأثيرها على المشاركة المدنية. حللت هذه الدراسة الأدبيات حول موضوع المشاركة المدنية من خلال النظر في آثار استخدام أنواع الوسائط المختلفة مثل: التلفزيون، والصحف، والراديو، والإنترنت، بالإضافة إلى وجود مستوى معين من رأس المال الاجتماعي من أجل الانخراط في الأنشطة المدنية. تم استخدام تحليل بيانات الانتخابات القومية للمجتمع الأمريكي لعام ٢٠٠٨ في فحص المشاركة المدنية السابقة والمشاركة المدنية المستقبلية. اظهرت النتائج ان هناك علاقة بين التعليم والترابط الاجتماعي (أحد أبعاد رأس المال الاجتماعي) الذي تم قياسه من خلال المشاركة المجتمعية، والعضوية في واحدة أو أكثر من المنظمات الاجتماعية/السياسية، ومناقشة السياسة مع العائلة والأصدقاء والتي كانت الأكثر أهمية لشرح كل من الماضي والمستقبل في المشاركة المدنية.

و في سياق موازي، اكد دليل منظمة IPPF للصحة الإنجابية " المشاركة: صوت الشباب في

البرامج والسياسات ٢٠٠٨ على أن المشاركة هي عنصر أساسي في العمل في مجال الصحة الجنسية والإنجابية للشباب وحقوقهم وتنميتهم، حيث يساعد هذا الدليل على جعل مشاركة الشباب حقيقة واقعة. وبالإضافة إلى ذلك، تم تطوير هذا الدليل لتحفيز الجمعيات للأعضاء على جعل التقييم الذاتي نشاطاً مستمراً إلى جانب تشجيع الحوار المستدام والاحترام المتبادل والتفاهم بين الشباب والبالغين حيث يقدم الدليل أمثلة لمشاركة الشباب في صنع القرار وبرز بعض التعاريف والمناقشات الحديثة حول المشاركة المجتمعية، مشيراً إلى أنه ينبغي النظر إلى المشاركة المجتمعية للشباب على أنها عملية مستمرة توفر المرونة والابتكار. وأشار الدليل إلى أهمية الأربعة مجالات الرئيسية التي تغطي العمل مع الشباب وهم (القيم المشتركة- القدرة التنظيمية- الاختيار والتجديد- واستدامة مشاركة الشباب ومسؤوليات وأدوار جميع المعنيين)، حيث يتم توفير أطر لاستخدامها كدليل للتخطيط المسبق والتي بدورها سوف تساعد الشباب على التركيز على الإبداع والابتكار والفعالية من حيث التكلفة.

المحور الثاني: مشاركة الشباب في البرامج التلفزيونية ودورها في النهوض بقيمهم المجتمعية

هدفت دراسة (بو جمعة وعبروس، ٢٠٢٢) إلى التعرف على علاقة التلفزيون العمومي الجزائري بواقع الشباب، ومدى تناوله لقضاياهم، مع تقييم رضا الطلبة عن أداء التلفزيون العمومي في معالجة قضاياهم. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي من خلال دراسة العينة القصدية من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة المدينة بالجزائر خلال العام ٢٠٢١/٢٠٢٢، واستخدمت الاستبيان كأداة أساسية، وتكونت العينة من ٦٠ طالباً وطالبة من طلبة قسم الإعلام والاتصال. خلصت الدراسة إلى أن التلفزيون العمومي لا يخصص الوقت الكافي لطرح وتناول قضايا الشباب، كما أنه لا يتناول القضايا المثارة في وقتها، وإن قضايا الشباب بالنسبة للتلفزيون العمومي قضايا هامشية وليست مهمة ومحورية، غير أنه عالج بعض القضايا التي كانت محل انشغال بعضهم كملف الهجرة غير الشرعية والبطالة عند خريجي الجامعات، وأخيراً عدم رضا طلبة الجامعات عن أداء التلفزيون العمومي في تناول قضايا الشباب. وأوصت الدراسة بضرورة تفعيل دور الشباب في إشراكهم من خلال المواضيع التي يعرضها وبيئتها التي يتعين عليه إعادة النظر فيها وعرضها وفق طموحات الشباب.

أيضا اوضحت دراسة (مهدي وقاشي، ٢٠٢٢) التطورات والتغيرات التي طرأت علي التلفزيون العمومي الجزائري في شأن معالجة قضايا الشباب، والوصول إلى تبيان أثر التلفزيون العمومي على الشباب وانشغالاته، ومعرفة مدى تفاعل الشباب مع البرامج الشبابية، وانعكاس مشاهدة هذه البرامج على سلوكيات الشباب الجزائري. طرحت الدراسة التساؤل الرئيس (ما هو دور القناة الشبابية للتلفزيون العمومي الجزائري في معالجة قضايا الشباب)، واعتمدت المنهج التحليلي الوصفي والاستبيان أدواتها الرئيسية، وتمثل مجتمع الدراسة من شباب ولاية المدينة من طلبة الماستر لعلوم الإعلام والاتصال حيث تكونت العينة من ٦٠ طالباً وطالبة. وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها أن الشباب يشاهدون أحياناً وفي بعض الأوقات القناة الشبابية وذلك بدافع عرض قضايا شبابية انطلاقاً من الواقع، إلا أن النتائج أظهرت أن الطلبة لا يتأثرون بالشخصيات المستضافة وأن اللغة المستعملة لا تلائم طبيعة البرامج.

اما في دراسة (العميري، ٢٠١٩)، فإنه تم التعرف على دوافع مشاهدة الشباب الجامعي لبرامج المسابقات بالقنوات الفضائية العربية والإشباعات المتحققة لديهم، و تم رصد القنوات الفضائية العربية التي يفضل الشباب الجامعي مشاهدة برامج المسابقات بها، والكشف عن العلاقة بين معدل مشاهدة الشباب الجامعي لبرامج مسابقات بالقنوات الفضائية العربية والإشباعات. استخدمت الدراسة المنهج المسحي من خلال مسح آراء عينة من ٤٤٠ من الشباب الجامعي ممن تتراوح أعمارهم بين ١٨-٢١ عاماً في جامعة بورسعيد. وقد أشارت النتائج إلى ارتفاع نسبة مشاهدة الشباب الجامعي لبرامج المسابقات بالقنوات الفضائية العربية وبلغت نسبة مشاهدتها ٩٥,٨%، واتضح من النتائج أن أهم دوافع الشباب الجامعي لمشاهدة برامج المسابقات بالقنوات الفضائية العربية هو التسلية والترفيه حيث جاءت في الترتيب الأول كما أثبتت النتائج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة مشاهدة الشباب الجامعي برامج المسابقات بالقنوات الفضائية العربية ودوافع مشاهدة تلك البرامج.

و فيما يخص السياق التنموي، اوضحت دراسة (السيد، ٢٠٢٢) الخلفية النظرية لتأثير البرامج التلفزيونية في تحقيق التنمية المستدامة و حددت أنواع البرامج التلفزيونية التي يمكن توظيفها في تحقيق التنمية المستدامة في مصر، بالإضافة إلى شرح العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وتحقيق البعد الثقافي والبشري للتنمية المستدامة وفقاً لرؤية مصر ٢٠٣٠م حيث أثارت الدراسة التساؤلات المتعلقة بتأثير وسائل الإعلام والبرامج التلفزيونية في تحقيق هذه الاهداف. تم تطبيق المنهج الوصفي التحليلي و اجراء الدراسة على عينة من الشباب المصري على موقع التواصل الاجتماعي للعام ٢٠٢٢م، في جمهورية مصر العربية حيث حددت الباحثة عينة الدراسة كعينة قصدية لعدد ١٠٠ من الشباب المصري على موقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك). توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها ان مضامين وسائل الإعلام تؤثر في تدعيم التنمية المستدامة بأبعادها، كما تؤثر البرامج التلفزيونية في نشر الثقافة البيئية، وفي فاعلية الإعلام في عملية التنمية والوعي بها، حيث اشارت النتائج الى أهمية الإعلام البيئي في تحقيق التنمية المستدامة وخاصة دور البرامج التلفزيونية في تنمية الوعي البيئي لدى الشباب. وأوصت الدراسة بتنفيذ مزيد من دراسات تحليل المضمون لمحتوى البرامج التلفزيونية في التلفزيون المصري لتقييم الأثر المباشر على قضايا التنمية المستدامة لكل بعد من أبعادها.

و في سياق متصل، فقد تبنت دراسة (Okunnu, 2017) نظرية الإعلام التنموي ونظرية الإعلام التشاركي كإطار نظري لها في تقييم دور البرامج التلفزيونية في تنمية المجتمع، مع التركيز على برنامج "Lotunlotun" على تلفزيون هيئة الإذاعة بولاية أويو بنيجيريا. اهتمت الدراسة بتحديد رأي الجمهور في برنامج Lotunlotun وتأثيره على الجمهور المستهدف من الشباب والبالغين الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨-٥٠ عاماً، و استخدمت الاستبيانات والمقابلات للحصول على ردود من المستجيبين. أثبتت الدراسة أن البرامج التلفزيونية تلعب دوراً إيجابياً في تنمية المجتمع. كما كشفت الدراسة أن أحد أهداف البرنامج كانت تحسين أساليب حياة الناس وتقريب الحكومة من الشباب، و أنه بسبب التأثير الإيجابي للبرنامج فقد بدأ غالبية المستجيبين في المساهمة في القضايا التنموية في المجتمع النيجيري.

اما فيما يتعلق بالاطار السياسي و الراي العام و حرية الراي، فإنه بالرغم من أن البيانات الشاملة حول تأثير مشاهدة التلفزيون على المشاركة السياسية لا تزال موجودة في الأدبيات في

التسعينيات، إلا أنه من الشائع الآن أن يُدرس تأثير التلفزيون كظاهرة متعددة الأبعاد، ليس فقط الوقت الذي تقضيه في مشاهدة التلفزيون ولكن أيضاً أنواع البرامج التي تتم مشاهدتها وحتى تفضيل محطات معينة يفترض أن يكون له تأثير. في هذا السياق، بحثت دراسة (العبيدي، ٢٠٢١) اثر مشاهدة الشباب الجامعي من الطلاب والطالبات للبرامج التلفزيونية التي تعرضها القنوات التلفزيونية الفضائية لما تمثله من أهمية كبيرة في ترتيب اهتمامات الجمهور، ومن ثم تشكيل معارفه بما تطرحه من آراء وأفكار إزاء مختلف القضايا المطروحة التي تهم الرأي العام. نوهت الدراسة الي وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة مشاهدة القنوات التلفزيونية وبين حجم مساهمتها في ترتيب اهتمامات الطلبة إزاء القضايا السياسية مشيرة الى انه توجد علاقة ذات دلالة بين النوع ومدى إسهام القنوات التلفزيونية في تشكيل اتجاهات الشباب إزاء القضايا السياسية. استخدمت الدراسة المنهج المسحي لجمع البيانات المطلوبة، وتمثل مجتمع الدراسة ٢٢٢ طالب وطالبة من طلبة جامعة كركوك، في العام ٢٠١٩/٢٠٢٠م ، واستخدمت الدراسة استمارة الاستبيان كأداة لها. وأظهرت النتائج تصدر التلفزيون قائمة وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الشباب في الحصول على المعلومات إزاء القضايا السياسية. وهنا يمكن استنتاج ان التلفزيون يتمتع بمصدقية عالية قياساً بالإنترنت_ الذي ربما يتصدر قائمة المصادر في المجالات الأخرى_ كما أن التلفزيون يعد أكثر جدية و أكثر اسهاما في تحديد القضايا التي تثير اهتمام الجمهور. أيضاً أشارت الى وجود نسبة عالية من المبحوثين الذين يعتمدون بشكل كبير على التلفزيون في تشكيل معارفهم.

و في اطار حرية الرأي، هدفت دراسة (خطاطبة، ٢٠٢٠) إلى التعرف على دور البرامج الحوارية التلفزيونية في تعزيز حرية الرأي، حيث اتخذت الدراسة برنامج "في فلك الممنوع" في العام من ٢٠١٩/٢٠٢٠م على قناة "فرانس ٢٤" نموذجاً. اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ونظرية الأطر الإعلامية، وتم تصميم استمارة استبيان بهدف تحليل المضمون وكأداة للدراسة ، درست العينة ١٢ حلقة من حلقات البرنامج الحواري "في فلك الممنوع". أظهرت النتائج أن النسبة الأكبر من مواضيع الحلقات كانت اجتماعية وتلتها المواضيع الدينية ومن ثم السياسية و ثم الجنسية، كما أن المواضيع الاجتماعية التي تم التطرق إليها في البرنامج كانت مواضيع بعيدة عن العادات والتقاليد العربية، وأن ما نسبته ٧٢% من ضيوف حلقات البرنامج كانوا من المؤيدين لمضمون الحلقات. وأوصت الدراسة بعمل دراسات مشابهة على البرامج الحوارية في القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية، لما للموضوع من أهمية كبيرة ومقارنتها بالبرامج الحوارية في القنوات العربية.

و في سياق متصل، حللت دراسة (بالواضح، ٢٠١٦) التجربة الجزائرية في العلاقة بين الإعلام والمشاركة المجتمعية لتطوير عمل الجماعات المحلية. فاهتمت الدراسة بدور المجتمع المدني في صناعة القرارات وتنمية المرافق المحلية من خلال نهج الحق في الإعلام، وبالتالي تحقيق تنمية محلية راشدة. ففكرة التشاركية في للمجتمع المحلي لا تكون إلا في مجتمع ديمقراطي و من خلال مؤسسات وسيطة تحقق أهدافه بهدف إضفاء الشفافية على الممارسات. لتحقيق هدف الدراسة تم استخدام المنهج الاستقرائي، وقد توصلت الدراسة إلى ان تطبيق الإدارة المحلية لمبدأ الديمقراطية يكون من خلال التعبير الحر لأفراد الشعب ومشاركتهم في تقييم الأداء وطرح القضايا والمشكلات، حيث أن النص الدستوري يكفله ، و ذلك لمواجهة الفساد الإداري الناتج عن نقص كفاءة وفعالية المشاركة الشعبية.

اما على الصعيد الاجتماعي، حللت دراسة (عبد العال، ٢٠١٨) مدى التزام البرامج الحوارية في التلفزيون المصري بالحرية والمسؤولية الاجتماعية في تغطيتها للأحداث الجارية والقضايا المثارة، مع إلقاء الضوء على أهم خصائص مقدمي البرامج، و على مقترحات ضمان التزام القنوات المصرية بمبادئ المسؤولية الاجتماعية للإعلام. ولتحقيق هدف الدراسة، تم استخدام منهج المسح الإعلامي ومنهج تحليل المضمون والمنهج الوصفي من خلال تطبيق استبيان المسح الميداني واستمارة تحليل مضمون البرامج الحوارية في التلفزيون المصري، وطبقت على قنوات التلفزيون المصري الحكومي (القناة الأولى وقناة صوت الشعب) بالإضافة إلى قناة دريم وصدى البلد و CBC، و شملت العينة عدد ٦ برامج. وقد توصلت الدراسة إلى صحة الفروض بوجود دلالة إحصائية للمبحوثين وفقا للخصائص الديموغرافية، و دلالة في الاتجاه نحو التزام البرامج الحوارية بالمهنية، ورفض فرض الفروق تبعا للخصائص الديموغرافية، ودلالة في الاتجاه نحو أداء مقدمي البرامج الحوارية.

و في سياق مشابه، تعرفت دراسة (مصري وعياش، ٢٠١٩) على مدى اعتماد الشباب على القنوات الفضائية وتأثيرها على منظومة القيم الاجتماعية، حيث كانت أهم تساؤلات الدراسة حول الموضوعات التي يحرص الشباب على مشاهدتها، وحول عدد الأيام والساعات التي يشاهد فيها الشباب القنوات الفضائية والأمور التي يجب على القنوات الفضائية أن تعرضها لتتناسب مع احتياجات الشباب الاجتماعية. تكون مجتمع الدراسة من طلبة جامعة الخليل وجامعة فلسطين الأهلية، خلال العام ٢٠١٧-٢٠١٨، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي لمناسبته لطبيعة الدراسة، وتكونت عينة الدراسة الكلية من (٣٠٠) طالب وطالبة تم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية البسيطة. توصلت الدراسة إلى ان النسبة الأعلى من الشباب يشاهدون القنوات الفضائية باستمرار، وان الشباب يحرصون على مشاهدة القنوات الفضائية في ساعات الليل أكثر من الأوقات الأخرى. من الجدير بالذكر ان المنتبغ لهذه القنوات و المتابع لما يعرض في هذه الساعات يشير الى أن القيم الاجتماعية التي يكتسبها الشباب في حياته العامة وأسرار نموهم العاطفي والاجتماعي الخاصة نابعة من مشاهدة المسلسلات. علي ذلك أوصت الدراسة بضرورة بناء استراتيجية للحد من متابعة المسلسلات التي تؤدي بالكثير من الشباب إلى حالة الانحلال الأخلاقي، والانتباه إلى ما تنقله وسائل الإعلام لتحديد مصادر الخطر الذي يؤدي إلى تغيير القيم المجتمعية.

وفي سياق متصل ايضا قدمت دراسة (Quintelier, Hooghe. 2014) تقريرا يشير الى أثر مشاهدة التلفزيونية والترفيهية والمعلوماتية للتلفزيون على المشاركة السياسية بين المراهقين، من خلال اجراء دراسة استقصائية أجريت على ٦٣٣٠ مراهقاً بلجيكياً والتي سمحت بتحليل شامل للعلاقة بين الأبعاد المختلفة لمشاهدة التلفزيون والمشاركة السياسية. اكدت النتائج الأثر السلبى للمشاهدة التلفزيونية والذي يقابله جزئياً التأثير الإيجابي لتفضيل المعلومات والبنث العام، ومن ثم ناقشت الدراسة الأثار المترتبة على هذه النتائج بين المراهقين على سلوكهم عند مشاركة الكبار في المجتمع.

و في نفس الاتجاه، قيمت دراسة (عبدالمنبي، ٢٠١٨) دور البرامج الاجتماعية في تغيير وتعديل سلوكيات المواطنين بالتطبيق على قناة الشروق الجزائرية بتحليل برنامج افتح قلبك_ وانعكاساتها على المجتمع الجزائري باعتبار التلفزيون له دورا في معالجة الواقع الاجتماعي،

و تعرفت على الأسباب التي تجعل المشاهد يفضل البرامج الحوارية و ذلك بالتعرف على العلاقة القائمة بين حالة المجتمع ووسائل الإعلام. لتحقيق هدف الدراسة تم تطبيق تحليل المضمون على قنوات الشروق sd و الشروق hd والشروق الإخبارية وبنة وسي بي سي بنة. وتوصلت الدراسة إلى مساهمة قناة الشروق العامة في نشر الوعي الاجتماعي من خلال طرح القضايا الاجتماعية في برامجها و خاصة البرنامج الحوارى التلفزيونى افتح قلبك الذى يتناول المشكلات الاجتماعية ويهتم بنشر القيم فى المجتمع الجزائرى كما يهتم البرنامج بإشاعة الصلح الاجتماعى والعائلى والأخوى، حيث انه بشكل عام تسعى مضامين برنامج افتح قلبك للتأثير على الجمهور الجزائرى، وتغيير السلوكيات والمواقف والأوضاع داخل المجتمع، وتستهدف الأبناء والآباء والزوجات والمواطنين.

و فى سياق مشابه، تناولت دراسة (زايد، ٢٠١٦) دور القنوات الفضائية فى معالجة القضايا الاجتماعية للجمهور المصرى من خلال تحليل كيفية معالجة البرامج التلفزيونية الجماهيرية المقدمة على القنوات المصرية للقضايا الاجتماعية، ومدى تلبيتها لحاجات الجمهور، ومدى استفادته منها. ولتحقيق هدف الدراسة تم استخدام المنهجين الوصفى التحليلى والمسحى على عينة من البرامج الاجتماعية وعمل دراسة مسحية على ٤٠٠ مبحوث. توصلت الدراسة إلى أن قضايا العلاقات الزوجية والأسرية احتلت أعلى النسب فى القنوات الخاصة، أما بالنسبة للقنوات الحكومية فقد كانت قضايا الرعاية الصحية هى الأعلى، وبالنسبة لمصادر المعلومات للمبحوثين كانت القنوات الفضائية هى الأعلى بنسبة ٩٦%.

وفى سياق موازى، رصدت دراسة (حاتم وأحمد، ٢٠١٧) التعرف على قضايا الشباب فى البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية العراقية عن طريق تحليل عينة من حلقات البرامج الحوارية التى تناولت قضايا الشباب فى القنوات الفضائية العراقية، وهذه البرامج هى: "هلا شباب" فى قناة العراقية و"شباب وبنات" فى قناة السومرية الفضائية. صنف هذا البحث ضمن البحوث الوصفية، واعتمد المنهج المسحى، واستخدم الباحث الملاحظة العلمية لجمع المعلومات عن طبيعة البرامج الحوارية التى قدمت مضامين إعلامية تستهدف شريحة الشباب عن طريق متابعة حلقات البرنامج وتسجيلها وإعادة عرضها مرة أخرى. وقد أعد الباحث لهذا الغرض استمارة التحليل، تمثل مجتمع البحث بقناة العراقية الحكومية وقناة السومرية الخاصة والغير مرتبطة بجهة سياسية. أما عينة البحث فتكونت من ٤٠ شاب وشابة من كلا القناتين، وجاءت نتائج البحث باختلاف البرامج _عينة البحث_ فى أساليب عرض القضايا الحوارية بشكل كبير ومتباين، فبرنامج هلا شباب اعتمد على فئة (قضية حوارية واحدة)، أما برنامج شباب وبنات فقد اعتمد على فئة (أكثر من قضية حوارية واحدة) بنسبة مئوية بلغت ٩٥%. وبهذا يتضح إن هنالك تبايناً واختلافاً فى البرامج فى أساليب عرض القضايا، كما أن استخدام اللهجة العامية بشكل يكاد يكون مطلقاً مما يعكس فى أحد جوانبه تواضع المستوى الثقافى للضيوف من ناحية، ويشير إلى عدم اهتمام البرنامجين باللغة العربية الفصحى. إضافة إلى أن تراجع حوار الراى يعكس تهميش البرنامجين لرأى شريحة من الشباب التى تتمتع بخصائص تسمح لها بإعطاء رأياها عن قضية معينة، وهذا الأمر غاية فى الأهمية لا يجوز تجاهلها. ويتضح أيضاً ان هناك تركيز على حوار الشخصية حيث الأضواء والبحث عن الشهرة بما لا يتفق مع واقع الحال فى العالم الذى اختزلته وسائل التواصل الاجتماعى. وبالرغم

من ان الكثير من قضايا الشباب متشابهة عربياً وعالمياً، فان الاقتصار على القضايا المحلية يعكس ضعفاً في الإعداد البرامجي وكذلك في رسم أهداف البرنامجين.

يتضح جلياً مما سبق انكيد أغلب الدراسات السابقة على دور الإعلام البارز في تعديل السلوك والتأثير في السياق المجتمعي. ومن هذا المنطلق فإن توظيف البرامج التلفزيونية في دعم المشاركة المجتمعية يمثل الوسيلة المثلى بالتعاون مع أدوات الإعلام الأخرى. وهذا ما ننوي تحليله من حيث توضيح سبل تعزيز قيم المشاركة المجتمعية للشباب في البرامج التلفزيونية في ظل رؤية ٢٠٣٠، وتحليل الأثر الإيجابي لتوظيف البرامج التلفزيونية في تعزيز قيم المشاركة المجتمعية للشباب، وبالتالي التوصل إلى العلاقة بين دور الإعلام المصري والمشاركة المجتمعية للشباب وتحقيق رؤية مصر ٢٠٣٠.

الإطار النظري

تلعب وسائل الإعلام ومنها التلفزيون دوراً خاصاً في تنفيذ خطط التنمية وتكوين الاتجاه العام في المجتمع ومواجهة السلبيات التي يعاني منها المجتمع من خلال تناول القضايا المختلفة، فأصبح الإعلام التلفزيوني مسيطراً وسائداً من خلال قدرته على استقطاب الجماهير (حدي، ٢٠٢٠).

المدخل النظري لتأثير البرامج التلفزيونية في دعم المشاركة المجتمعية للشباب :

يمثل المدخل النظري مورداً معرفياً هاماً لفهم أساس الدراسة، وهنا ننطلق من النظرية البنائية الوظيفية ونظرية الاستخدامات والإشباعات ونظرية تحليل الإطار الإعلامي:

أولاً: النظرية البنائية الوظيفية:

تعتمد تلك النظرية على أنه في أي مجتمع هناك قوى اجتماعية وعوامل تتفاعل بطرق متميزة لتخلق نظاماً إعلامياً قوياً يستخدم ويوجه لأداء وظائف متنوعة تسهم في إعادة تشكيل المجتمع. تصف الوظيفية الإسهام الذي يؤديه الجزء للكل. وتعني الوظيفية في الظواهر الاجتماعية إلى اعتبارها عمليات وآثار بناءات اجتماعية لأتساق الطبقة، وفيها يتم إجراء شكل من أشكال التحليل الوظيفي. وقد ظهرت تلك النظرية منذ أن نشر "هارولد لاسويل" مقالاته عن وظائف الاتصال في المجتمع منذ عام ١٠٤٨ ، وأضاف له تشارلز وظيفة الترفيه كوظيفة رابعة، وأصبحت تلك النظرية أساساً لصياغة مداخل ووظائف الإعلام للفرد والمجتمع (زايد، ٢٠١٦). يرى مؤسسوا تلك النظرية أنها جاءت نتيجة للتفاعلات الاجتماعية وأصبح التنظيم رمز التفاعل الذي يخلق التبادل الاجتماعي. فلكل ظاهرة اجتماعية وظيفة تؤديها في المجتمع، ولكل مؤسسة اجتماعية وظيفة، والأمر ينطبق على أفراد المجتمع الواحد، وذلك يحدث في ضوء ما يؤديه الاتجاه أو السلوك الوظيفي. و من هنا ساهمت النظرية الوظيفية في فهم طبيعة وسائل الإعلام وأدوارها في المجتمع.

ثانياً: نظرية الاستخدامات والإشباعات:

ويعني ذلك بأن الجمهور يتعرض للمنتج الإعلامي لإشباع رغباته الكامنة استجابة للدوافع. هذه النظرية هي من أوائل نظريات الإعلام في بحوث الاتصال الجماهيري، وتقوم على تصور وظائف وسائل الإعلام ومحتواها على دوافع الفرد من التعرض لها. ويرتبط هذا باتجاهات

الأفراد وانتقائهم للتعرض لوسائل الإعلام ، وانتقاء الإدراك، وانتقاء التذکر. ومن أهم أفكار تلك النظرية أن الجمهور نشط وفعال ويختار من وسائل الإعلام، وأن الجمهور هو صاحب المبادرة في تقرير أساليب تلقي الإعلام بما يتفق مع حاجاته ورغباته، وأن رغبات الجمهور يلبي الإعلام جزءا منها. فبذلك تهتم تلك النظرية بدراسة جذور الاجتياحات النفسية والاجتماعية للجمهور المستهدف، وبالتالي يمكن إدراك استخدام الوسيلة الإعلامية كهدف موجه (قندوزي، ٢٠١٧).

ثالثا: نظرية تحليل الإطار الإعلامي

وهي نظرية تهتم بدراسة ظروف تأثير الرسالة الإعلامية على المتلقين. فمضامين الرسائل الإعلامية لها مغزى من خلال وضعها في سياق أو تنظيم أو أطر إعلامية تنظم الألفاظ والمعاني والنصوص، وتستخدم القيم والخبرات الاجتماعية السائدة. تأطير الرسالة الإعلامية يوفر القدرة على قياس محتوى الرسالة ويفسر دورها في التأثير على الاتجاهات والآراء. وترى تلك النظرية أيضاً أن الأحداث لا تنطوي فقط على مغزى، بل هي تكتسب أيضاً مغزى من خلال الإطار العام الذي يحدد ملامحها ويمنحها الاتساق والوضوح بالتركيز على جوانب وإغفال جوانب أخرى. فيمكن القول أن الإطار الإعلامي هو الفكرة المحورية التي يتم تنظيم الأحداث الخاصة بقضية حولها، بمعنى انتقاء متعمد لبعض الجوانب وإبرازها في النص الإعلامي لإحداث التأثير المنشود، واستخدام أساليب محددة في توصيف المشكلة وأسبابها وأبعادها، وطرح الحلول المقترحة لها (المنير، ٢٠٢٠).

المحور الأول: البرامج التلفزيونية

مكونات البرامج التلفزيونية :

يحتوي البرنامج التلفزيوني على معلومات عن موضوع يجب أن يتم نقله من المرسل إلى المستقبل وهذا ما يعرف بالمحتوى. ويتضمن المحتوى أهدافا يريد المرسل تحقيقها في المستقبل وهذا ما نسميه بالأهداف. ويحتاج نقل المحتوى إلى أساليب لتحقيق الأهداف تكون ملائمة لميول ورغبات المستقبل وقدراته العقلية. وبالتالي يمكن إجمال المكونات في (طبيعة المستقبل – المحتوى – الأهداف – الطريقة) (زاوي والهادي، ٢٠٢٠).

أنواع البرامج التلفزيونية

ويتم تصنيف البرامج التلفزيونية وفقا لقلب العرض ونوع المضمون:

أولا وفقا لقلب العرض:

أ. برامج الحديث المباشر: وهو أحد أبسط أنواع البرامج ويقتصر على متحدث واحد موجه حديثه لجمهور الشاشة أو الاستديو. وهذا النمط يعتمد بشكل كامل على شخصية المقدم، ومواصفاته الشكلية، وطبيعة الألفة في الصوت والنبرة، والقدرة على التأثير وجذب الانتباه، وعرض الموضوع ببساطة ووضوح.

ب. برامج المقابلة والحوار: وهي تشمل حوار الرأي وحوار الشخصية وحوار المعلومات.

ت. البرامج الخاصة : وهي البرامج ذات المحور الواحد والتي تسعى لإبراز الموضوع بكافة القوالب الفنية سواء دراما أو تحقيق أو صور أو لقطات. فيمكن فيها إضافة عناصر الحركة والتنوع والانتقال بين اللقطات والمواقف، وطرح التناقض، وتحقيق التشويق، وإثارة القلق ، وشرح التفاصيل بعمق، وعقد المقارنات لإعطاء معلومات شاملة عن مشكلة معينة. ويرتبط ذلك بمنهج العمل وأسلوبه الخاص في توصيل أهدافه للجمهور.

ث. برامج التحقيق التلفزيوني : وتشمل البرامج الوثائقية والصحافة الاستقصائية ، وهي تمثل أعلى برامج التلفزيون حرفية ومهنية وأكثرها تأثيرا وتكلفة. وتعرض المواضيع فيها بأسلوب يتسم بالعمق ويعتمد على التحليل الواقعي، حيث يتم عقد لقاءات مع أصحاب العلاقة والمعاشية الحقيقية. ويشمل ذلك أيضا التقرير الإخباري ذو العرض المختصر، وتحقيق الحدث الذي يبحث عما وراء الأحداث ويوضح الخلفيات والعلاقات والأسباب غير الظاهرة، وتحقيق المعالم مثل تحقيق المشكلات أو تحقيق الشخصية وتحقيق المكان وتحقيق الاستفتاء والتحقيق التاريخي.

ج. المجلة التلفزيونية: وهو قالب وشكل تلفزيوني يتم عرضه دوريا، ويشمل فقرات متنوعة في الشكل والمضمون، وترابطها وحدة عضوية، ويطلق على حلقة البرنامج اسم العدد.

ح. التقارير التلفزيونية : وهو شكل من أشكال التغطية الإخبارية، ويقع بين الخبر والتحقيق المتعلق بحدث أو موضوع ذو أهمية للجمهور، بأسلوب يعتمد على العرض والوصف، وبتعليق يرافق العناصر المرئية والصوتية، فينقل للمشاهد الجو العام للموضوع بدقة (بوخميس ولعيساوي، ٢٠١٧).

ثانيا وفقا لنوع المضمون:

ومنها البرامج الدينية، و البرامج الطبية، وبرامج الأطفال، وبرامج المسابقات، والبرامج السياسية والقانونية، والبرامج الاجتماعية، وبرامج الأسرة، وبرامج المرأة، والبرامج الاقتصادية، والبرامج الرياضية، والبرامج الثقافية، والبرامج المتنوعة.

المحور الثاني: المشاركة المجتمعية:

مفهوم المشاركة المجتمعية:

وهو يعني إشراك المجتمع أو بعض فئاته في الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية بما في ذلك تنفيذ الأهداف العامة للدولة، ومن ثم تعتبر مستوى متقدم من الديمقراطية. كما تعني المشاركة المجتمعية دور أفراد المجتمع في إعداد وتنفيذ ومتابعة الخطط التنموية بمختلف مستوياتها، فيتم تحقيق التنمية الصاعدة من القاعدة إلى القمة، وبالتالي تخفيف الدور القيادي للحكومات في التنمية. تتم المشاركة في المفهوم التنموي من خلال اختيار وإعداد وتنفيذ ومتابعة السياسات ومراجعة المشاريع لتحسين مستوى معيشة الفئات المستهدفة.

ومما سبق فإن المشاركة المجتمعية تمثل أحد أدوات تفعيل الديمقراطية، وتمثل أداة للتغيير لبناء مجتمع ديموقراطي. من خلال المشاركة يتم تحريك طاقات وهمم المواطنين للإسهام في مواجهة تحديات التنمية البشرية، و منح الفرصة للتشاور والحوار وتبادل المعلومات، وتقديم

مدخلات من المواطنين قبل اتخاذ القرارات أو وضع السياسات، وبالتالي دعم التخطيط التشاركي بغرض صياغة خطط التنمية واختيار أفضل البدائل. ومن هنا تتبلور أهمية الحوار لاختيار أنسب الأولويات المجتمعية التي تتناسب مع الوقائع المحلية لتعزيز تعبئة الموارد المحلية وطاقات الشباب لاستدامة العمل. حيث يهدف التخطيط بالمشاركة إلى تقوية القدرات المجتمعية لتحقيق التنمية الشاملة والمستدامة، وتزويد صناعات القرار بالمعلومات الضرورية لتوفير بيانات مؤسسية مساندة أكثر في بناء القدرة. وهي أيضا عملية تعلم اجتماعي تهدف إلى خلق قدرة الإنسان على حل المشكلات واكتشاف أفضل الطرق للوصول إلى الأهداف (القيقي، ٢٠١٤).

المحور الثالث: دور البرامج التلفزيونية في دعم المشاركة المجتمعية للشباب

تعد مرحلة الشباب من أخطر المراحل، ويرجع الاهتمام ببناء القيم في تلك المرحلة على الأخص لأنها أكثر منطقة يتم فيها التطور ليتكيف الفرد في بيئة متغيرة ومعقدة، فهي مرحلة تجمع بين القوة والنشاط. ويكون حجم المساهمة فيها أكبر من أي مرحلة حيث يكون الشباب رأس المال البشري لتحقيق خطط التنمية في أي مجتمع، ومن هنا كان الاهتمام بالشباب ضرورة اقتصادية تنموية. وحيث أن فئة الشباب هي الفئة المستهدفة، كان لا بد من تكاتف قطاعات الدولة للمساهمة في توجيه الشباب والاستفادة من قدراتهم وطاقتهم، حيث أن الشباب هم أكثر فئات المجتمع رغبة في التجديد وتقبل الأفكار والتجارب، ويعتبروا مصدرا أساسيا من مصادر التعمير والبناء. ومن خلال ضبط حركة الشباب في السياق المجتمعي يتحمل الشباب المسؤولية ويقوم بدوره في التنمية الاجتماعية والاقتصادية والسياسية. وبشكل عام يمكن إجمال مدى الأثر الذي يمكن أن تحققه البرامج التلفزيونية في توجيه الشباب نحو المشاركة المجتمعية فيما يلي:

أ. للشباب دور في إحداث التغيير الإيجابي في المجتمع بتبني العادات الصحية والأفكار البناءة ونبذ السلبيات، كما أن لهم قدرة في تحقيق التغيير الاجتماعي بما يحقق رؤية التنمية الاقتصادية واجتماعيا على يد طبقة ناشئة واعية ومتعلمة.

ب. يستطيع الشباب أن يؤدي دوره في التنمية الاقتصادية في المجتمعات المتقدمة التي تسبق غيرها بالاعتماد على طاقة الشباب ومشاركته في خدمة بلده، من خلال تطوير قدراته وإمكانياته وجهده في تعظيم الإنتاج الاقتصادي في النواحي التي تحتاجها الدولة.

ت. يستطيع الشباب أن يؤدي دورهم في تحقيق الإصلاح الاجتماعي من خلال برامج التوعية الثقافية والاجتماعية بمخاطر العادات والتقاليد والاتجاهات الاجتماعية البالية، ودعم الاتجاه نحو التماسك والوطنية والاحترام والعدل والمساواة والتعاون.

ث. دعم وعي الشباب بالدور العسكري والسياسي، وبالتالي تحقيق الأمن الفكري الذي هو محور أساسي في مجتمعات القرن الحادي والعشرين في ظل التهديدات المتلاحقة (خير، ٢٠١٩).

دور البرامج التلفزيونية في تحقيق المشاركة المجتمعية بمستوياتها الثلاثة:

يمكن تقسيم المشاركة المجتمعية إلى ثلاثة مستويات وفقاً للهدف المحدد من طرح الموضوع للمشاركة في البرامج التلفزيونية إلى:

أولاً: مستوى التوعية: وهل تنصب الرغبة على مجرد التوعية المبدئية للموضوع أم تصل إلى حد الحصول على مدخلات من الجمهور حول الموضوع الذي يتم تناوله. ويكون هنا الهدف من المشاركة المجتمعية تزويد الجمهور بالمعلومات والبيانات للموضوع المطروح للمناقشة، وزيادة القدرة على اقتراح الحلول أو البدائل والفرص.

ثانياً: مستوى طلب المشورة: وهل المقصود هنا فقط مجرد التعرف على انطباعات الجمهور أم يصل الأمر إلى الاستفادة من خلال إشراك الجمهور في معالجة الموضوع. ويهدف هذا المستوى إلى الحصول على مرئيات وتعليقات وردود فعل حول الموضوع أو القضية للمشاركة من أجل تحليلها وتحديد آلية الاستفادة منها.

ثالثاً: مستوى بناء القرار: ويعتمد هذا المستوى على الرغبة في مشاركة الجمهور في كافة جوانب الموضوع أو القضية والمساهمة في إيجاد البدائل والحلول المناسبة لاتخاذ قرار أكثر استدامة، بمعنى آخر المشاركة في اتخاذ القرار الحكومي، حيث تنعكس مرئيات وتوجهات الجمهور على القرار في الموضوع المطروح للمشاركة (دليل المشاركة المجتمعية ٢٠١٩ - ٢٠٢٠، سلطنة عمان).

دور المشاركة المجتمعية للشباب في التنمية تحقيقاً لرؤية ٢٠٣٠:

يرتبط هذا الاتجاه بمفهوم التنمية بالمشاركة ليتم طرح التغيير والتطور في طبيعة دور الحكومة. فلم تعد فقط الدولة هي الفاعل الرئيسي في صنع القرارات وتنفيذ السياسات، بل أصبح التنفيذ يتخطى إلى مؤسسات المجتمع المدني والقطاع الخاص وفئات المجتمع. وهذا يشير إلى التطور الكبير في الإدارة الاستراتيجية والتحرك نحو تحقيق قفزات واسعة في التنمية. كما أن هذا النوع من المشاركة يدعم المبادرات المجتمعية للتنمية، فيتم التركيز فيها على البعد الاقتصادي الذي يهدف لتحسين مستوى معيشة المواطن والتي هي هدف أصيل لرؤية مصر ٢٠٣٠، والارتقاء بالوضع الصحي، وتحسين نوعية الحياة، وتعزيز المساواة، ومقاومة الفقر، ودمج المرأة والفئات المهمشة، وتحقيق التنمية المستدامة. وتظهر تلك المبادرات بداية من مرحلة التوعية، إلى التدريب والتأهيل والمعاونة في المبادرات الخدمية كمحو الأمية وحملات النظافة وحل المشكلات كتوصيل المياه للقري.

ومن الجدير بالذكر أن التنمية لا تقوم إلا من خلال مشاركة جميع مؤسسات المجتمع وأفراده. فعلى المستوى الحكومي، تفيد المشاركة في التعرف على أكثر الحلول مناسبة من حيث التنفيذ والإدارة بما يحقق الاستغلال الأمثل للموارد، وتؤدي لرفع كفاءة الجهود الحكومية وفعاليتها، وتوفير حوار بناء بين الحكومات وشركاء التنمية في المجتمع، كما تعزز من تلبية الاحتياجات الأكثر إلحاحاً، وتؤدي إلى زيادة إحساس المواطنين بالمسؤولية نحو خطط وبرامج التنمية وبالتالي المساهمة في الخدمات العامة، وتساعد على بناء قدرات المجتمع بفئاته وتمكينه من التنظيم الذاتي ليصبح فاعلاً في صنع القرارات من خلال أرضية الثقة بين المواطن والحكومة (عبد الغني، ٢٠١٨).

الدراسة الميدانية

منهجية الدراسة وإجراءاتها

منهج الدراسة

اتبعت الدراسة الحالية المنهج الوصفي التحليلي "ويختص المنهج الوصفي بجمع البيانات والحقائق وتصنيفها وتبويبها بالإضافة إلى تحليلها التحليل الكافي الدقيق المتعمق، كما يتضمن أيضاً قدراً من التفسير لهذه النتائج، لذلك يتم استخدام أساليب القياس والتصنيف والتفسير بهدف استخراج الاستنتاجات ذات الدلالة، ثم الوصول إلى تعميمات بشأن الظاهرة موضوع الدراسة" (صابر وخفاجة، ٢٠٠٢، ٨٧).

المصادر الثانوية: حيث تم الرجوع في معالجة الإطار النظري للبحث الي مصادر البيانات الثانوية والتي تتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والمقالات والتقارير والابحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، والبحث والمطالعة في مواقع الإنترنت المختلفة.

المصادر الأولية: لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع البحث تم اللجوء إلى جمع البيانات من خلال الاستبانة كأداة رئيسية للبحث.

مجتمع الدراسة :

تكون مجتمع الدراسة من مجموعة من أساتذة الإعلام والعاملين بالقنوات الفضائية المصرية بمدينة الإنتاج الإعلامي .

عينة الدراسة

حددت الباحثة عينة الدراسة من مجموعة من أساتذة الإعلام والعاملين في القنوات الفضائية المصرية بمدينة الإنتاج الإعلامي _ كعينة قصدية _ لتمثيل مجتمع الدراسة الميدانية، حيث بلغ عدد الاستجابات الصالحة عدد ٣٢ استجابة .

أداة الدراسة

بعد الاطلاع على الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة قامت الباحثة بتصميم استبانة موجهة إلى مجموعة من أساتذة الإعلام والعاملين في القنوات الفضائية المصرية بمدينة الإنتاج الإعلامي كعينة الدراسة.

إجراءات الدراسة:

التزاماً بحدود الدراسة، وللإجابة عن أسئلتها، اتبعت الباحثة الخطوات التالية:

١. تم الاطلاع على العديد من الدراسات والبحوث السابقة في هذا المجال سواء كانت عربية أو أجنبية.
٢. تم تحديد وإعداد أداة الدراسة وتجهيزها وهي الاستبانة.
٣. تم عرض أداة الدراسة على محكم للتأكد من صلاحيتها ومناسبتها لتساؤلات الدراسة، ومن

- ثم القيام بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في العبارات في ضوء مقترحاته .
٤. تم تطبيق أداة الدراسة على عينة استطلاعية قوامها ١٠ مبحوثين من مجموعة من أساتذة الإعلام والعاملين في القنوات الفضائية المصرية بمدينة الإنتاج الإعلامي وذلك بهدف التحقق من صدق وثبات أداة الدراسة الحالية.
٥. تم اختيار عينة الدراسة بطريقة عمدية من مجموعة من أساتذة الإعلام والعاملين في القنوات الفضائية المصرية بمدينة الإنتاج الإعلامي.
٦. قامت الباحثة بتوزيع الاستبانة الكترونية على عينة الدراسة خلال الفصل الدراسي الأول لعام ٢٠٢٣ م عن طريق التوزيع الإلكتروني من خلال ارسال الرابط الخاص بالاستبيان، وذلك لضمان دقة الإجابات.
٧. تم رصد النتائج وتحليلها وتفسيرها وتقديم التوصيات والمقترحات.

الأساليب الإحصائية

- بناء على طبيعة البحث والأهداف التي سعى إلى تحقيقها، تم تحليل البيانات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) واستخراج النتائج وفقاً للأساليب الإحصائية التالية:
١. معامل ألفا كرونباخ لتحديد ثبات أداة الدراسة.
 ٢. التكرارات والنسب المئوية: للتعرف على استجابات أفراد عينة البحث.
 ٣. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية: لحساب متوسطات عبارات الاستبيان وكذلك الدرجات الكلية لأبعاد الاستبيان بناء على استجابات أفراد عينة البحث.

التحليل الإحصائي ونتائج الدراسة:

بلغ عدد الاستجابات الصالحة عدد ٣٢ استجابة

١- إحصائيات الثبات:

إحصائيات الثبات		
عدد البنود	ألفا كرونباخ للبنود الأساسية	معامل ألفا كرونباخ
36	.865	.870

تجاوز معامل ألفا كرونباخ ٠,٦ مما يؤكد تمتع الاستبانة بثبات عال ومقبول لتحقيق أهداف الدراسة.

٢- إحصائيات العينة:

الجنس		
النسبة	التكرار	الجنس
68.8	22	ذكر
31.3	10	أنثى
100.0	32	Total

كانت أغلبية عينة الدراسة من الذكور بنسبة ٦٨,٨% ومن الإناث بنسبة ٣١,٣%.

تعزيز قيم المشاركة المجتمعية للشباب في البرامج التلفزيونية في ظل رؤية مصر ٢٠٣٠

سنوات الخبرة		Frequency	Percent
صالحة	من ١ إلى ٣ سنوات	13	40.6
	من ٤ إلى ٦ سنوات	12	37.5
	أكثر من ٦ سنوات	7	21.9
	إجمالي	32	100.0

كانت أغلبية عينة الدراسة بنسبة ٤٠,٦% من أصحاب الخبرة من سنة إلى ثلاث سنوات ونسبة ٣٧,٥% من أربع إلى ست سنوات و ٢١,٩% أكثر من ست سنوات.

درجة مقياس ليكرت الخماسي

الاستجابة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
الدرجة	٥	٤	٣	٢	١

الوزن النسبي

فئة المتوسط الحسابي	خيار الموافقة	نسبة الموافقة	درجة الموافقة
١,٨	غير موافق بشدة	٣٦%	منخفضة جدا
٢,٦ - ١,٨١	غير موافق	٣٦,١% - ٥٢,٩%	منخفضة
٣,٤ - ٢,٦١	محايد	٣٥% - ٦٨,٩%	متوسطة
٤,٢ - ٣,٤١	موافق	٦٩% - ٨٤,٩%	كبيرة
٥ - ٤,٢١	موافق بشدة	٨٥% - ١٠٠%	كبيرة جدا

المحور الأول : سبل تعزيز قيم المشاركة المجتمعية للشباب في البرامج التلفزيونية في ظل رؤية ٢٠٣٠

م	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة التقدير
١	البرامج الحوارية تخلق مساحة واسعة لتفعيل المشاركة المجتمعية من خلال ممارسة حرية التعبير وإبداء الرأي.	٣,٩١	٠,٨١٨	كبيرة
٢	من أهم تأثيرات البرامج التلفزيونية إثراء وعي الشباب بالقضايا بدرجات مصداقية عالية.	٤,٢٢	٠,٧٥١	كبيرة جدا
٣	يساعد التلفزيون وبرامجه كمنصة إعلامية في تطوير وتنقيح المعارف بشكل مستمر وبالتالي تحقيق المشاركة السليمة.	٤,٢٨	٠,٥٢٣	كبيرة جدا
٤	تمنح البرامج التلفزيونية للشباب سرعة التعرض للمعلومة والإمام بتفاصيلها من الخبراء وبالتالي المشاركة في تكوين الاتجاه السليم.	٤,٠٩	٠,٨٥٦	كبيرة
٥	تساعد البرامج التلفزيونية على رفع الأثر الإيجابي لقرارات الدولة الاستراتيجية من خلال تبنى الشباب لها.	٤,٥٠	٠,٦٢٢	كبيرة جدا
٦	تزيد البرامج التلفزيونية من حماس الشباب نحو المشاركة الفاعلة في تنمية المجتمع على أرض الواقع.	٤,٢٢	٠,٧٥١	كبيرة جدا
٧	تساعد البرامج التلفزيونية على الإمام بجوانب القضايا الإيجابية والسلبية وبالتالي منح مساحة الابتكار للشباب.	٤,٥٠	٠,٦٢٢	كبيرة جدا
٨	لا تساعد البرامج التلفزيونية على مواجهة مخاطر الأفكار المضللة والتي تحبط من المشاركة المجتمعية للشباب.	٢,٠٣	٠,٦٨١	منخفضة
٩	لا يميل الشباب للتعرض لمضامين البرامج التلفزيونية الجادة والتي تحفز على المشاركة المجتمعية.	١,٩٤	٠,٦٦٩	منخفضة
١٠	تساعد البرامج التلفزيونية على سرعة تفاعل الشباب مع الأحداث الراهنة واتخاذ التدابير النشطة للمواجهة.	٤,٥٦	٠,٥٠٤	كبيرة جدا
	المتوسط الكلي للمحور	٣,٨٢	٠,٦٧٨	كبيرة

يوضح الجدول السابق استجابة عينة الدراسة من مجموعة من أساتذة الإعلام والعاملين في القنوات الفضائية المصرية بمدينة الإنتاج الإعلامي. بلغ المتوسط الكلي للاستجابة على المحور (٣,٨٢) بانحراف معياري (٠,٦٧٨)، وهي وفقا لمقياس ليكرت الخماسي موافقة على سبل تعزيز قيم المشاركة المجتمعية للشباب في البرامج التلفزيونية في ظل رؤية ٢٠٣٠، وكانت وجهات النظر كما يلي:

عبرت الأغلبية بنسبة ٣٧,٥% إلى حد ما عن أن البرامج الحوارية تخلق مساحة واسعة لتفعيل المشاركة المجتمعية من خلال ممارسة حرية التعبير وإبداء الرأي، و أيدت ذلك نسبة ٣٤,٤%، ووافقت بشدة نسبة ٢٨,١%. و ايضا وافقت الأغلبية بنسبة ٥٠% على أن من أهم تأثيرات البرامج التلفزيونية إثراء وعي الشباب بالقضايا بدرجات مصداقية عالية، ووافقت على ذلك بشدة نسبة ٣٧,٥%. كما وافقت الأغلبية بنسبة ٦٥,٦% على مساعدة التلفزيون وبرامجه كمنصة إعلامية في تطوير وتنقيح المعارف بشكل مستمر، وبالتالي تحقيق المشاركة السليمة، ووافقت على ذلك بشدة نسبة ٣١,٣%.

في نفس الاطار، وافقت بشدة نفس النسبة ٣٧,٥% على منح البرامج التلفزيونية للشباب سرعة التعرض للمعلومة والإلمام بتفاصيلها من الخبراء، وبالتالي المشاركة في تكوين الاتجاه السليم، وعبرت إلى حد ما نسبة ٢١,٩%. كما انه وافقت الأغلبية بنسبة ٥٦,٣% على مساعدة البرامج التلفزيونية على رفع الأثر الإيجابي لقرارات الدولة الاستراتيجية من خلال تبني الشباب لها. و في نفس الاتجاه، عبرت بالموافقة نسبة ٣٧,٥%، ووافقت الأغلبية بنسبة ٥٠% على أن البرامج التلفزيونية تزيد من حماس الشباب نحو المشاركة الفاعلة في تنمية المجتمع على أرض الواقع، ووافقت بشدة نسبة ٣٧,٥%.

بالإضافة الى ذلك، وافقت بشدة الأغلبية بنسبة ٥٦,٣% على مساعدة البرامج التلفزيونية على الإلمام بجوانب القضايا الإيجابية والسلبية وبالتالي منح مساحة الابتكار للشباب، ووافقت على ذلك نسبة ٣٧,٥%. و في نفس السياق، وافقت بشدة الأغلبية بنسبة ٥٦,٣% على أن البرامج التلفزيونية تساعد على سرعة تفاعل الشباب مع الأحداث الراهنة واتخاذ التدابير النشطة للمواجهة، ووافقت على ذلك نسبة ٤٣,٨%. في حين لم توافق الأغلبية بنسبة ٤٦,٩% على أنه لا يمكن للبرامج التلفزيونية على مواجهة مخاطر الأفكار المضللة والتي تحبط من المشاركة المجتمعية للشباب. وعبرت إلى حد ما نسبة ١٨,٨%، وعبرت بالرفض بشدة نسبة ٢٨,١%، بينما أيدت ذلك نسبة ٦,٣%.

على جانب اخر، لم توافق الأغلبية بنسبة ٦٥,٦% على أنه لا يميل الشباب للتعرض لمضامين البرامج التلفزيونية الجادة والتي تحفز على المشاركة المجتمعية. ولم توافق على ذلك بشدة نسبة ٢١,٩%، وعبرت إلى حد ما نسبة ٩,٤%، وأيدت ذلك نسبة ٣,١%.

المحور الثاني : الأثر الإيجابي لتوظيف البرامج التلفزيونية في تعزيز قيم المشاركة المجتمعية للشباب

م	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	التقدير
١	من خلال التقارير التلفزيونية المصورة في البرامج يستطيع الشباب تحققي التنبؤ القوي لحل قضايا ومشكلات المجتمع.	٤	٠,٩١٦	٣	كبيرة
٢	تساعد المصادر التي تعتمد عليها البرامج التلفزيونية في إزالة اللبس لدى الشباب والذي قد يعطل المشاركة المجتمعية.	٣,٨٤	٠,٨٠٨	٣	كبيرة
٣	يستطيع الشباب متابعة الإنجاز أو التطورات وبالتالي تحديد سبل المشاركة من خلال التعرض لها عبر البرامج التلفزيونية.	٣,٨٤	٠,٩٥٤	٣	كبيرة
٤	يسهل دمج الشباب في المجتمع من خلال دور البرامج التلفزيونية في تقريب الواقع بتحديثاته لفئة الشباب.	٣,٩١	٠,٩٦٣	٣	كبيرة
٥	تساعد البرامج التلفزيونية على طرح النموذج والنموذج البديل عالميا لحل المشكلات المجتمعية وبالتالي تحفيز الشباب على المشاركة الاجتماعية المتطورة.	٣,٦٦	١,٠٦٦	٣	كبيرة
٦	تعتبر البرامج التلفزيونية منصة مميزة لطرح مبادرات المشاركة المجتمعية ومتابعة النتائج.	٣,٤٧	١,٢١٨	٤	كبيرة
٧	تتميز البرامج التلفزيونية بإمكانيات الوسائط المتعددة من صوت وصورة وبالتالي تعد عامل جذب وتحفيز للمشاركة المجتمعية.	٣,٦٩	٠,٨٢١	٣	كبيرة
٨	تستطيع أجهزة الدولة التواصل بفاعلية مع الشباب من خلال البرامج التلفزيونية وطرح آليات تنفيذ خطط التنمية لدعم المشاركة المجتمعية.	٣,٩١	١,٠٢٧	٣	كبيرة
٩	تساعد البرامج التلفزيونية على تحقيق المساواة وتكافؤ الفرص لطبقات فئة الشباب على اختلاف مهاراتهم بطرح النماذج الإيجابية.	٣,٨٨	٠,٩٤٢	٣	كبيرة
١٠	تساعد البرامج التلفزيونية في حشد الرأي العام نحو رفض سلبيات مضره بالمجتمع وتعزق النمو.	٣,٨٨	١,٠٠٨	٣	كبيرة
١١	تساعد البرامج التلفزيونية في توجيه الشباب نحو الاستغلال الأمثل للوقت بما يفيد الفرد والمجتمع.	٣,٧٨	١,٠٧٠	٤	كبيرة
١٢	تساعد البرامج التلفزيونية على تشجيع الشباب على الاستغلال الأمثل للموارد وتعظيم النتائج.	٣,٨١	١,٠٣٠	٣	كبيرة
١٣	من خلال البرامج التلفزيونية الموجهة يستطيع الشباب المشاركة في تحقيق هدف التنمية المستدامة.	٣,٩١	٠,٩٩٥	٣	كبيرة
١٤	تساعد البرامج التلفزيونية في مواجهة الشائعات والمغالطات التي تضر بالمشاركة المجتمعية للشباب	٣,٨١	١,٠٣٠	٣	كبيرة
	المتوسط الكلي للمحور	٣,٨١	٠,٩٨٩	٣,١٤	كبيرة

يوضح الجدول السابق استجابة عينة الدراسة من أساتذة الإعلام والعاملين في القنوات الفضائية المصرية بمدينة الإنتاج الإعلامي، وجاء متوسط استجابة الدراسة بدرجة (٣,٨١) بانحراف معياري (٠,٩٨٩)، وهي درجة كبيرة تعبر عن اتفاق العينة حول الأثر الإيجابي لتوظيف البرامج التلفزيونية في تعزيز قيم المشاركة المجتمعية للشباب، حيث كانت وجهات النظر كما يلي:

وافقت الأغلبية بنسبة ٤٦,٩% على انه من خلال التقارير التلفزيونية المصورة في البرامج يستطيع الشباب تحققي التبنى القوي لحل قضايا ومشكلات المجتمع، ووافقت على ذلك بشدة نسبة ٣١,٣%. ايضا وافقت الأغلبية بنسبة ٤٣,٨% على مساعدة المصادر التي تعتمد عليها البرامج التلفزيونية في إزالة اللبس لدى الشباب والذي قد يعطل المشاركة المجتمعية، وعبرت بالي حد ما نسبة ٣١,٣%، ووافقت بشدة نسبة ٢١,٩%. و في سياق متصل، أيدت الأغلبية بنسبة ٤٦,٩% أن الشباب يستطيع متابعة الإنجاز أو التطورات وبالتالي تحديد سبل المشاركة من خلال التعرض لها عبر البرامج التلفزيونية، ووافقت على ذلك بشدة نسبة ٢٥%.

وفي اطار مماثل، وافقت الأغلبية بنسبة ٤٦,٩% على سهولة دمج الشباب في المجتمع من خلال دور البرامج التلفزيونية في تقريب الواقع بتحدياته لفئة الشباب، ووافقت على ذلك بشدة نسبة ٢٨,١%، بينما عبرت بالي حد ما نسبة ١٢,٥%، ولم توافق على ذلك نسبة ١٢,٥%. بالضافة ال انه وافقت نسبة ٣٤,٤% على مساعدة البرامج التلفزيونية على طرح النموذج والنموذج البديل عالميا لحل المشكلات المجتمعية وبالتالي تحفيز الشباب على المشاركة الاجتماعية المتطورة، ووافقت بشدة نسبة ٢٥%، وعبرت بالي حدما نسبة ٢١,٩%، ولم توافق على ذلك نسبة ١٨,٨%.

و ايضا ايدت نسبة ٤٣,٨% اعتبار البرامج التلفزيونية منصة مميزة لطرح مبادرات المشاركة المجتمعية ومتابعة النتائج، ووافقت على ذلك بشدة نسبة ١٨,٨%، ولم توافق على ذلك نسبة ٢١,٩%. و في اتجاه مشابه، وافقت الأغلبية بنسبة ٥٣,١% على تميز البرامج التلفزيونية بإمكانيات الوسائط المتعددة من صوت وصورة، وبالتالي تعد عامل جذب وتحفيز للمشاركة المجتمعية، ووافقت بشدة نسبة ١٢,٥%، وعبرت بالي حد ما نسبة ٢٥%. كما وافقت بشدة نفس نسبة ٣٤,٤% على استطاعة أجهزة الدولة التواصل بفاعلية مع الشباب من خلال البرامج التلفزيونية وطرح آليات تنفيذ خطط التنمية لدعم المشاركة المجتمعية، وعبرت بالي حد ما نسبة ١٨,٨%، ولم توافق على ذلك نسبة ١٢,٥%.

يضاف الى ذلك، موافقة الأغلبية بنسبة ٤٠,٦% على مساعدة البرامج التلفزيونية على تحقيق المساواة وتكافؤ الفرص لطبقات فئة الشباب على اختلاف مهاراتهم بطرح النماذج الإيجابية، ووافقت بشدة نسبة ٢٨,١%، وعبرت بالي حد ما نسبة ٢١,٩%. كما انه وافقت نسبة ٣٧,٥% على مساعدة البرامج التلفزيونية في حشد الرأي العام نحو رفض سلبيات مضره بالمجتمع وتعرقل النمو، ووافقت على ذلك بشدة نسبة ٣١,٣%. و في اطار موازي، وافقت نسبة ٣٧,٥% على مساعدة البرامج التلفزيونية في توجيه الشباب نحو الاستغلال الأمثل للوقت بما يفيد الفرد والمجتمع، ووافقت على ذلك بشدة نسبة ٢٨,١%، وعبرت بالي حد ما ٢١,٩%. و ايضا وافقت نسبة ٤٠,٦% على مساعدة البرامج التلفزيونية على تشجيع الشباب على الاستغلال الأمثل للموارد وتعظيم النتائج، ووافقت على ذلك بشدة نسبة ٢٨,١%.

و علي صعيد اخر، وافقت نسبة ٤٠,٦% على انه من خلال البرامج التلفزيونية الموجهة يستطيع الشباب المشاركة في تحقيق هدف التنمية المستدامة، ووافقت على ذلك بشدة نسبة ٣١,٣%، وعبرت بالي حد ما نسبة ١٥,٦%. كما انه وافقت بشدة نفس نسبة ٣١,٣% على مساعدة البرامج التلفزيونية في مواجهة الشائعات والمغالطات التي تضر بالمشاركة المجتمعية

للشباب، وعبرت بإلى حد ما نسبة ٢٥%، ولم توافق على ذلك نسبة ١٢,٥%.

المحور الثالث: العلاقة بين دور الإعلام المصري والمشاركة المجتمعية للشباب وتحقيق رؤية مصر ٢٠٣٠

م	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة التقدير
١	من خلال استغلال البرامج ذات القاعدة الجماهيرية يمكن توجيه الرأي العام للشباب نحو المشاركة في المشروعات الصغيرة كاتجاه أساسي في رؤية ٢٠٣٠.	٣,٦٩	٠,٧٣٨	كبيرة ٣
٢	من خلال إمكانيات البرامج التلفزيونية في إبراز الكوادر والنماذج الإيجابية يمكن تشجيع الشباب على المشاركة المجتمعية.	٣,٧٨	١,٢٠٩	كبيرة ٤
٣	يمكن استغلال الإعلام من خلال حملات توعية متعلقة بتوفير الطاقة والفاقد في الموارد وبالتالي المشاركة الإيجابية.	٣,٨٨	٠,٧٥٨	كبيرة ٣
٤	على غرار البرامج العالمية يفتح الإعلام المجال للمواهب والابتكار كمشاركات إيجابية في التكنولوجيا والتطوير.	٣,٦٣	١,٠٨١	كبيرة ٤
٥	تساعد البرامج التلفزيونية على تشجيع الشباب على المشاركة السياسية الهامة والضرورية في تطوير الأداء.	٣,٩٧	٠,٧٤١	كبيرة ٣
٦	تساعد البرامج التلفزيونية على ترويج سياسات الإصلاح المجتمعي وبالتالي تعزيز قيم المشاركة المجتمعية لدى الشباب.	٤,١٣	٠,٨٢٣	كبيرة ٣
٧	من خلال برامج التغذية الراجعة للجماهير من الشباب يمكن قياس الاتجاهات بفاعلية نحو القرارات والخطوات التي تساهم في التنمية.	٣,٧٨	٠,٨٢٢	كبيرة ٣
٨	من خلال البرامج التلفزيونية يمكن طرح فرص المشاركة في التنمية وسبل الالتحاق بها.	٣,٩٧	٠,٦٧٦	كبيرة ٣
٩	تساعد البرامج التلفزيونية على دعم الإصلاح الأخلاقي والقيمي لجيل الشباب للمشاركة في الإصلاح المجتمعي.	٣,٩٤	٠,٨٣٥	كبيرة ٣
١٠	تساعد البرامج التلفزيونية على تكيف الشباب مع متطلبات عصر المعرفة وهذا ما يساعد على تحقيق رؤى التنمية.	٣,٩١	٠,٩٢٦	كبيرة ٣
	المتوسط الكلي للمحور	٣,٨٧	٠,٨٦٠	كبيرة ٣,٢

يوضح الجدول السابق استجابة عينة الدراسة من أساتذة الإعلام والعاملين في القنوات الفضائية المصرية بمدينة الإنتاج الإعلامي من خلال وجهة النظر حول العلاقة بين دور الإعلام المصري والمشاركة المجتمعية للشباب وتحقيق رؤية مصر ٢٠٣٠. وجاء متوسط استجابة الدراسة بدرجة (٣,٨٧) بانحراف معياري (٠,٨٦٠) وهي درجة كبيرة تعبر عن اتفاق العينة حول تلك العلاقة وكانت وجهات النظر كما يلي:

وافقت الأغلبية بنسبة ٤٦,٩% على أنه من خلال استغلال البرامج ذات القاعدة الجماهيرية يمكن توجيه الرأي العام للشباب نحو المشاركة في المشروعات الصغيرة كاتجاه أساسي في رؤية ٢٠٣٠، وعبرت بإلى حد ما نسبة ٢٨,١%، ووافقت بشدة نسبة ١٥,٦%، ولم توافق على ذلك نسبة ٩,٤%. و أيضا ووافقت نسبة ٤٠,٦% على أنه من خلال إمكانيات البرامج التلفزيونية في إبراز الكوادر والنماذج الإيجابية يمكن تشجيع الشباب على المشاركة المجتمعية، وقد وافقت على ذلك بشدة نسبة ٢٨,١%، وعبرت بإلى حد ما نسبة ١٥,٦%، ولم توافق على ذلك نسبة ١٢,٥%.

وفي سياق متصل، وافقت الأغلبية بنسبة ٤٣,٨% على أنه يمكن استغلال الإعلام في حملات التوعية المتعلقة بتوفير الطاقة والفاقد في الموارد، وبالتالي المشاركة الإيجابية، ووافقت على ذلك بشدة نسبة ٢٥%، وعبرت بإلى حد ما نسبة ٢٥%، و على غرار البرامج العالمية، وافقت نسبة ٣٤,٤% بفتح الإعلام المجال للمواهب والابتكارات كمشاركات إيجابية في التكنولوجيا والتطوير، حيث وافقت على ذلك بشدة نسبة ٢١,٩%، وعبرت بإلى حد ما نسبة ٣١,٣%. كما انه ايدت نسبة ٤٦,٩% مساعدة البرامج التلفزيونية على تشجيع الشباب علي المشاركة السياسية الهامة والضرورية في تطوير الأداء، ووافقت على ذلك بشدة نسبة ٢٨,١% ايضا، و بإلى حد ما نسبة ١٨,٨%.

و في اطار مشابه، ووافقت بشدة نسبة ٤٠,٦% على مساعدة البرامج التلفزيونية في ترويج سياسات الإصلاح المجتمعي وبالتالي تعزيز قيم المشاركة المجتمعية لدى الشباب، ووافقت على ذلك نسبة ٣٧,٥%، وعبرت بإلى حد ما نسبة ١٥,٦%، في حين لم تؤيد ذلك نسبة ٦,٣% فقط. و يدعم ذلك انه وافقت وعبرت بإلى حد ما نفس نسبة ٣٤,٤% على أنه من خلال برامج التغذية الراجعة للجماهير من الشباب يمكن قياس الاتجاهات بفاعلية نحو القرارات والخطوات التي تساهم في التنمية، حيث ايدت ذلك بشدة نسبة ٢٥% ايضا. كما انه وافقت نسبة ٥٣,١% على أنه من خلال البرامج التلفزيونية يمكن طرح فرص المشاركة في التنمية وسبل الالتحاق بها، ووافقت على ذلك بشدة نسبة ٢٥%.

و علي صعيد موازي، ووافقت نسبة ٣٧,٥% على مساعدة البرامج التلفزيونية على دعم الإصلاح الأخلاقي والقيمي لجيل الشباب للمشاركة في الإصلاح المجتمعي، ووافقت على ذلك بشدة نسبة ٣١,٣%. و ايضا ايدت نسبة ٣٧,٥% مساعدة البرامج التلفزيونية على تكيف الشباب مع متطلبات عصر المعرفة وهذا ما يساعد على تحقيق رؤى التنمية، حيث ووافقت على ذلك بشدة نسبة ٣١,٣% ايضا، وعبرت بإلى حد ما نسبة ٢١,٩%.

التعليق على النتائج والتوصيات:

بالتأكيد يلعب الإعلام دوراً جوهرياً وأساسياً في دعم مبادئ ومتطلبات المشاركة المجتمعية في المجتمع، فلا تقتصر المشاركة المجتمعية على البعد الأفقي، وإنما تعمل في بعد رأسي بين المؤسسات والهيئات والفئات ومن بينهم الشباب. فمن خلال البرامج التلفزيونية الموجهة يمكن للشباب المشاركة في اتخاذ القرارات ودعم توجهات التنمية، حيث يجب أن تعكس عمليات وخطط التنمية رغبة المواطنين ليكون الأداء واقعي وفعال ويتلاءم مع احتياجات المجتمع. كما أن للإعلام دوراً بارزاً في مواجهة التحديات من خلال تفعيل المشاركة المجتمعية بإزالة اللبس والفهم الخاطي، وتعزيز وإثراء الوعي والولاء والانتماء، وبالتالي استغلال الطاقات والقدرات، ومن ثم توصلت الدراسة إلى:

أنه هناك تأييد بدرجة كبيرة من مجموعة من أساتذة الإعلام والعاملين في القنوات الفضائية المصرية بمدينة الإنتاج الإعلامي على سبل تعزيز قيم المشاركة المجتمعية للشباب في البرامج التلفزيونية في ظل رؤية ٢٠٣٠، حيث بلغ المتوسط الكلي للاستجابة على المحور (٣,٨٢) بانحراف معياري (٠,٦٧٨). وكما انه عبرت الأغلبية بنسبة ٣٧,٥% بإلى حد ما عن أن البرامج الحوارية تخلق مساحة واسعة لتفعيل المشاركة المجتمعية من خلال ممارسة حرية

التعبير وإبداء الرأي، و ايضا وافقت الأغلبية بنسبة ٤٣,٨% على مساعدة المصادر التي تعتمد عليها البرامج التلفزيونية في إزالة اللبس لدى الشباب والذي قد يعطل المشاركة المجتمعية . يتفق ذلك مع دراسات كل من (زايد، ٢٠١٦) ، (الشرفا والهاجيل، ٢٠١٥) و (مهنا، ٢٠١٤)، التي أكدت على دور القنوات والبرامج التلفزيونية المصرية في حل مشكلات المجتمع المصري.

وفي نفس السياق، كان هناك اتفاق للعينة حول الأثر الإيجابي لتوظيف البرامج التلفزيونية في تعزيز قيم المشاركة المجتمعية للشباب، و جاء متوسط استجابة الدراسة بدرجة (٣,٨١) بانحراف معياري (٠,٩٨٩) ، حيث وافقت الأغلبية بنسبة ٤٦,٩% على انه من خلال التقارير التلفزيونية المصورة في البرامج يستطيع الشباب تحقيق التبني القوي لحل قضايا ومشكلات المجتمع. و ايضا أيدت الأغلبية بنسبة ٤٦,٩% أن الشباب يستطيع متابعة الإنجازات و التطورات وبالتالي تحديد سبل المشاركة من خلال التعرض لها عبر البرامج التلفزيونية، بالضافة الي موافقة الأغلبية بنسبة ٤٦,٩% على سهولة دمج الشباب في المجتمع من خلال دور البرامج التلفزيونية في تقريب الواقع بتحدياته لفئة الشباب. وهذا ما أكدت دراسة (عبد النبي ، ٢٠١٨) من حيث قدرة الإعلام على التأثير في سلوكيات المتعرضين ونشر الأفكار الإيجابية والقيم الأخلاقية (بوخميس، ٢٠١٧) و(قندوزي، ٢٠١٧)، ومن ثم المساهمة في تحقيق التنمية المستدامة (الفيق، ٢٠١٤).

وعن العلاقة بين دور الإعلام المصري والمشاركة المجتمعية للشباب وتحقيق رؤية مصر ٢٠٣٠ فقد ايد أساتذة الإعلام والعاملين في القنوات الفضائية المصرية بمدينة الإنتاج الإعلامي ذلك بمتوسط استجابة بدرجة (٣,٨٧) بانحراف معياري (٠,٨٦٠)، وافقت الأغلبية بنسبة ٤٦,٩% على أنه من خلال استغلال البرامج ذات القاعدة الجماهيرية يمكن توجيه الرأي العام للشباب نحو المشاركة في المشروعات الصغيرة كاتجاه أساسي في رؤية ٢٠٣٠. كما انه وافقت الأغلبية بنسبة ٤٣,٨% على أنه يمكن استغلال الإعلام من خلال حملات توعية متعلقة بتوفير الطاقة والفاقد في الموارد وبالتالي المشاركة الإيجابية، و ايضا وافقت نسبة ٣٤,٤% على أنه على غرار البرامج العالمية يفتح الإعلام المجال للمواهب والابتكار كمشاركات إيجابية في التكنولوجيا والتطوير. في هذا السياق، تتفق تلك النتائج مع دليل ممارسات الإعلام في تعزيز المشاركة المجتمعية الصادر عن وزارة الإعلام بسلطنة عمان (٢٠٢٠) الذي ركز على دور الشباب في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة من حفاظ على الموارد وتعظيم الاستغلال الامثل والمشاركة في الابتكار والتطوير. كما يتفق هذا المحور مع دراسة (المنير، ٢٠٢٠) التي عززت من أثر البرامج التلفزيونية في المشاركة السياسية للشباب وبالتالي صنع القرارات ورفع مستوى المسؤولية الاجتماعية والذي دلت عليه دراسة (عبد العال، ٢٠١٨).

ومن ثم كانت أهم التوصيات:

١. عمل مقرر دراسي مستقل في كليات الإعلام بجمهورية مصر العربية متخصص في دور الإعلام في تحقيق التنمية من خلال المشاركة المجتمعية للمواطنين من منطلق أن الإعلام وسيلة تواصل فعالة .
٢. عمل دراسات نوعية متخصصة في تأثير بعض البرامج الشعبية الجماهيرية وبيان مدى الأثر من حيث مستوى المشاركة المجتمعية.
٣. عمل دراسات لحصر القصور في بعض البرامج التلفزيونية التي لا تكفي تغطيتها لتعزيز قيم المشاركة المجتمعية لدى الشباب.
٤. تقديم برامج تعتمد على التقارير والتحقيقات المصورة لتعزيز وعي الشباب بقنوات المشاركة المجتمعية وسبل الالتحاق بها.
٥. ضرورة أن يكون الإعلام شريك أصيل في عمليات التخطيط والتنمية وأن يقدم استراتيجيات واضحة لها خطوات وإجراءات وتقييم.

مراجع الدراسة:

أولاً: المراجع العربية:

- أحمد، مداس ومصطفى، داس (٢٠٢١). المشاركة المجتمعية كمدخل للتغيير الاجتماعي قراءة سوسيولوجية، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد ٢١ العدد ١ صلا ٤٢٨ : ٤٤٦.
- أحمد، هادي عبد الله وحاتم، كرار محمد (٢٠١٧). قضايا الشباب في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية (دراسة تحليلية لبرنامج شباب وبنات في قناة السومرية وهلا شباب في قناة العراقية وهو بحث مستقل من رسالة ماجستير، كلية الإعلام – جامعة بغداد.
- بحيرى، خالد السيد حسنين (٢٠٢١). العوامل المؤثرة في المشاركة المجتمعية للشباب في ضوء التغيرات المجتمعية الحديثة، مجلة القاهرة الاجتماعية، (د. ع).
- براهيمي، صباح وحياة. ساعي (٢٠٢١). المشاركة المجتمعية للشباب المتطوع في تعزيز الأمن المجتمعي دراسة ميدانية لعينة من الطلبة الجامعيين المتطوعين من جامعة باتنة ١، مجلة السياسة العالمية المجلد ٥ العدد ٢، ص ٣٠٨: ٢٩١.
- بلواضح، الطيب (٢٠١٧). الإعلام والمشاركة المجتمعية لتطوير عمل الجماعات المحلية (التجربة الجزائرية)، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، العدد ٤٢ (٢).
- بوجعمة، بشير وعبروس، أسامة (٢٠٢٢). التلفزيون العمومي ومعالجة قضايا الشباب من وجهة نظر الطلبة الجامعيين (دراسة ميدانية على عينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة المدية)، جامعة الدكتور يحي فارس المدية.
- بوخميس، نورة والعيسوي، إلهام (٢٠١٧). دور البرامج التلفزيونية في نشر القيم الأخلاقية برنامج احكي حكايته نموذجاً (الشروق TV) دراسة ميدانية لطلبة ماستر إعلام واتصال بجامعة المسيلة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة.
- بوسالم، أبو بكر (٢٠١٥). الإعلام التفاعلي وأهميته في تكريس خدمة اجتماعية بيئية متميزة لدى شباب، مجلة الراصد العلمي، المجلد ٢ العدد ١ ص ١٤: ٥.
- الجمال، نجلاء (٢٠١٨). دور الإعلام الجديد في تغيير المنظومة القيمية لدى الشباب (دراسة تطبيقية على الشباب المصري)، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد (٥) العدد: (٣) ص: ١٥٢ – ١٨٧.
- حدي، بالهادي (٢٠٢٠). التناول الإعلامي لقضايا الفساد الإداري في البرامج التلفزيونية الساخرة في المجتمع الجزائري، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي
- خطاطبة، هبة عيسى (٢٠٢٠). دور البرامج الحوارية التلفزيونية في تعزيز حرية الرأي والتعبير "في فلك الممنوع" على قناة (فرانس ٢٤) أنموذجاً، جامعة الشرق الأوسط.
- خير، سليمان عمر سليمان (٢٠١٩). دور الشباب في العمل الطوعي والمشاركة المجتمعية، رسالة دكتوراه، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- زايد، إيمان عبد الحكيم (٢٠١٦). دور القنوات الفضائية المصرية في معالجة القضايا الاجتماعية للجمهور المصري، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

زكي، محمد تهامي (٦ نوفمبر، ٢٠٢٠). وزيرة التخطيط، المشاركة المجتمعية أهم أسس رؤية مصر ٢٠٣٠ وهدفنا الارتقاء بحياة المواطن، اليوم السابع مسترجم من <https://www.youm7.com/story/2020/11/6/5054830>

زواوي، أميرة والهادي، مريم (٢٠٢٠). دور البرامج التلفزيونية النسائية في ترتيب اهتمامات المرأة – دراسة مسحية على عينة من مشاهدات برنامج هي وبس لرضى الشربيني، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة.

السيد، نهى مجدي محمد (٢٠٢٢). العلاقة بين مشاهدة البرامج التلفزيونية وتحقيق التنمية المستدامة في ظل رؤية مصر ٢٠٣٠ من وجهة نظر المشاهدين الشباب، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، عدد (٣٨). الشرفاء، ياسر عبد طه والهاويل، وسيم إسماعيل (٢٠١٥). دور المشاركة المجتمعية في رسم خطط وسياسيات الهيئات المحلية في قطاع غزة دراسة حالة بلدية غزة

عبد العال، ميادة عبد العال (٢٠١٨). البرامج الحوارية في التلفزيون المصري وعلاقتها بالحرية والمسؤولية الاجتماعية، دراسة تحليلية، مجلة البحث العلمي في الآداب العدد ١٨ لسنة ٢٠١٨ الجزء الأول.

عبد الغني، أحمد عبد الحميد سليم (٢٠١٨). مؤشرات تخطيطية لتفعيل المبادرات المحلية كنموذج للتنمية بالمشاركة، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الفيوم، العدد ١٣

عبد النبي، صورية وعتو خيرة (٢٠١٨). دور قناة الشروق العامة في معالجة القضايا الاجتماعية في الجزائر دراسة وصفية تحليلية لبرنامج افتح قلبك رسالة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد ابن باديس. العبيدي، دحام علي حسين (٢٠٢١). اتجاهات الشباب الجامعي نحو دور القنوات التلفزيونية في ترتيب أولوياتهم إزاء القضايا السياسية، جامعة كركوك.

علاق، مفيدة (٢٠١٨). القيم الاجتماعية في البرامج التلفزيونية الجزائرية دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي بولاية تيارت، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد ٢ العدد ٧

العيمري، أحمد محمد صالح (٢٠١٩). دوافع مشاهدة الشباب الجامعي لبرامج المسابقات بالقنوات الفضائية العربية والإشباع المتحققة لديهم، المجلد (١٩)، العدد (٢)، ص: ٨١ – ١١٠.

قندوزي، حنان (٢٠١٧). دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية في توجيه سلوك الشباب الجزائري برنامج خواطر أنموذجاً، دراسة ميدانية على عينة من شباب أم البواقي، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي.

الفيق، فريد صبح (٢٠١٤). دور المشاركة المجتمعية في تحقيق التنمية المستدامة الخطط التنموية الاستراتيجية للمدن الفلسطينية كحالة دراسية، مجلة فلسطين للأبحاث والدراسات فبراير ٢٠١٤

مرياي، نورة وبن عواطة، خديجة (٢٠١٩). القيم المتضمنة في البرامج التلفزيونية العربية المخصصة للطفل دراسة تحليلية لعينة من برامج mbc، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل.

المزروعي، شما (٢٠٢٠). الشباب العربي والاستدامة، صادرة عن مركز الشباب العربي .

مصري، إبراهيم سليمان وعياش، علاء الدين محمد (٢٠١٩). اعتماد الشباب على القنوات الفضائية وتأثيرها على منظومة القيم الاجتماعية، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد (٧)، العدد (٢)، ص: ٣٨ – ٦٣.

المنير، بدور عبد الوهاب (٢٠٢٠). فاعلية البرامج التلفزيونية الحوارية في تعزيز الوعي بحقوق الإنسان وحرياته الأساسية، رسالة دكتوراه، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

مهدي، هجرسي وقاشي (٢٠٢٢). البرامج الشبابية في التلفزيون الجزائري دراسة استطلاعية لعينة من شباب ولاية المدية حول برنامج المبادرة للقناة العمومية السادسة، جامعة الدكتور يحي فارس بالمدية.

مهنا، عبير عبد القادر أحمد (٢٠١٤). تصور مقترح لتفعيل المشاركة المجتمعية في مدارس وكالة الغوث الدولية في محافظات غزة في ظل الاتجاهات العالمية المعاصرة، رسالة ماجستير، كلية التربية، الجامعة الإسلامية بغزة.

الموقع الرسمي للرئاسة المصرية، رؤية مصر ٢٠٣٠ مسترجع من <https://www.presidency.eg/ar-2030>

وزارة الإعلام بسلطنة عمان (٢٠١٩). دليل المشاركة المجتمعية لخدمة أهداف خطة التواصل الحكومي ٢٠١٩ – ٢٠٢٠، النسخة الأولى أكتوبر ٢٠١٩.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

Booker, C. Skew, A. Kelly, Y. and Sacker, A. (2015). Media Use, Sports Participation, and Well-Being in Adolescence: Cross-Sectional Findings From the UK Household Longitudinal Study, American Journal of Public Health, Vol. 105. No. 1.

Chen, Zh. (2016). Evolving a model of media use and public participation in digital: Testing in the Chinese context, Running head: MEDIA USE AND PUBLIC PARTICIPATION.

Hall, E. (2014). The Impact of Media Consumption on Civic Participation: Examining Media and Social Capital Effects, Southern Illinois University Carbondale OpenSIUC.

Hila, A. Puig, M. Ruiz, A. (2018). Youth participation in Spanish urban periphery: its concept, spheres and conditioning factors, Barcelona University.

IPPF (2008), From choice, a world of possibilities, Participate: The voice of young people in programs and policies.

Khin, S. (2017). Youth Participation in Community Development. Victoria University.

Lin, Y. and Kant, S. (2021). Using Social Media for Citizen Participation: Contexts, Empowerment, and Inclusion, MDPI.

Okunnu, G. (2017), Television as Vehicle for Community Development: A Study of Lotunlotun Program on (B.C.O.S.) Television, Nigeria, Crescent University, Nigeria.

Okwelle P.C. & Assor F. Acquisition of Work Skills in Radio and Television Repair for Youth Empowerment in Rivers State. Journal of Contemporary Science and Engineering Technology, 1(2), ISSN: 2971-5695.

Ritonga, R. and Syahputra, I. (2019). Citizen Journalism and Public Participation in the Era of New Media in Indonesia: From Street to Tweet, Media and Communication, Vol. 7, Issue 3, 79-90.

Quintelier, E. and Hooghe, M. (2011). Television and Political Participation Among Adolescents: The Impact of Television Viewing, Entertainment and Informa, Mass Communication and Society.