

# **الإنترنت وانعكاساتها على الهوية العربية للقائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون**

## **دراسة ميدانية**

المجلة المصرية لبحوث الرأى العام،المجلد السادس،العدد الثانى، يونيو/ديسمبر ٢٠٠٥ .  
كلية الإعلام ، جامعة القاهرة

## **إعداد**

**دكتور محمد عبد البديع السيد**

قسم الإعلام بكلية الآداب بجامعة بنها

## مقدمة

مع تطور أجهزة الكمبيوتر وشبكات المعلومات والتليفونات السلكية واللاسلكية والمحمولة واستخدام تكنولوجيا الأقمار الصناعية ظهرت تكنولوجيا الاتصال متعددة الوسائط وتكنولوجيا الاتصال التفاعلي بتطبيقاتها المختلفة ومن أشهرها شبكة الإنترنت <sup>(١)</sup> التي تعد أحد مظاهر ثورة المعلومات حيث تؤدي دوراً رئيسياً في صياغة الأنشطة الرئيسية للفرد في شتى مناحي الحياة فأصبح من خلالها إزالة حواجز الزمان والمكان حتى صار من الممكن أن تصل المكتبة إلي المستفيد بدلاً من أن يذهب هو إليها وذلك نتيجة لممارستها أساليب التعاونيات وتشاطر موارد الحاسبات الآلية وتيسير الاتصالات فيما بين المشاركين في هذه الشبكة <sup>(٢)</sup>.

ويعكس التفاوت الكبير في أعداد مستخدمي الإنترنت على مستوى العالمين العربي والأجنبي جانباً كبيراً من جوانب الفجوة الرقمية التي تميز عصر الثورة الصناعية الثالثة وهي ثورة المعلوماتية التي يشكل الكمبيوتر عصباً رئيسياً لها وتجرى وقائعها عبر شبكة الإنترنت التي لا يزيد عدد مستخدميها في مصر عن ربع مليون ( ٢٥٠.٠٠٠ ) من واقع ٦٤ مليون نسمة رغم الاهتمام الكبير الذي توليه الدولة لنشر التكنولوجيا الرقمية باعتبارها مفتاح للتقدم الاقتصادي وتعد الأمية الأبجدية من أكبر معوقات انتشار الإنترنت في مصر حيث معظم السكان لا يجيدون القراءة والكتابة ومعظم الذين يجيدون القراءة لا يستطيعون امتلاك كمبيوتر ثم هناك مشكلة اللغة حيث يشترط إجادة اللغة الإنجليزية لاستخدام الإنترنت <sup>(٣)</sup>.

يأتي هذا في الوقت الذي تسعى فيه الدول الغربية - من خلال وسائل الإعلام المختلفة (صحافة ، إذاعة ، تلفزيون ، إنترنت وغيرها) - إلى الهيمنة على الهوية الثقافية العربية والإسلامية من خلال محاولات عولمة الحياة والثقافة عموماً ، عن طريق تركيز وسائل الإعلام على ما تشاء من القيم ، وإهمالها لما تشاء ، وبالتالي سعيها لفرض ثقافة بذاتها ، وهذا ما يجري بوعي من قبل من يملك هذه الوسائط ، وبدون وعي من قبل المستفيد <sup>(٤)</sup>.

وإذا انتقلنا إلي موضوع الهوية فيمكن القول إنه لا توجد أدبيات كافية للإجابة عن أسئلة مهمة مثل : ما الهوية ؟ وما تأثيرها ؟ وكيف يمكن تصنيفها وتحليلها ؟ وهل من الضروري أن تكون هناك رؤية موحدة فيما بين أعضاء جماعة ما لهويتهم ؟ وما علاقة الهوية بتكنولوجيا الاتصال الحديثة كشبكة الإنترنت ؟ وما أثر هذه التكنولوجيا في الهوية ؟ وما علاقة الهوية بالأوضاع الاقتصادية والسياسية والثقافية سواء محلية أو عالمية ؟

يؤكد باحثون حقيقة أنه ليس ثمة أى اتفاق على تعريف الهوية أو على ما هيتها ؟ كما أنه ليس ثمة تصنيفات أو معايير متفق عليها لتحليل الهوية ؟

ثمة اهتمام كبير بهذه المسائل ولكن ثمة معلومات مؤكدة قليلة عنها الأمر الذي جعل مفهوم الهوية مراوفاً وتعريفها إشكالياً وقياسها مختلفاً عليه وتأتى صعوبة تعريف الهوية من تعدد جوانبها ومن اختلاف النظرة إليها ومن تعدد وتنوع واختلاف الأدوار والوظائف والمهام التي تقوم بها .

وتعتبر قضية الهوية من أبرز القضايا المرتبطة ببناء الدولة الحديثة إضافة إلي أنها من العوامل الأساسية لتكوين المجتمع السياسي فأهمية دراسة هذا الجانب سواء من الناحية النظرية أو الامبريقية تساعد على فهم الكيفية التي يتكون بها إدراك الأفراد والجماعات لأنفسهم سواء ارتبط هذا الإدراك بجماعة عرقية أو دينية أو قبلية أو إقليم أو دولة أو أمة ما . وتعتبر قضية الهوية في الوطن العربي من القضايا المعقدة والمثيرة للجدل حيث يتناقض ويتضارب الاعتراف الرسمي بوجود الهوية العربية القومية مع الهويات السياسية المتنافسة والتي تتركز في الهوية القطرية والهوية الإسلامية والهوية الاثنية والعصبيات المحلية <sup>(٥)</sup>.

فالحديث عن الهوية ملتبس وغامض، خاصة إذا ما اعتبرنا أن الهوية هي جوهر ثابت وجامد يتعالي علي الزمان والمكان، ويسمو فوق الوقائع ومجريات الأمور، ويستعصي علي التغير والتطور، أو أن الهوية هكذا وجدت مرة واحدة وستبقى كما وجدت إلى الأبد، ورغم انه من الصحيح أن بعض عناصر الهوية- أيا تكن- في الشرق أم في الغرب تتميز بثبات نسبي مثل

اللغة إلا انه من الصحيح أيضا أن أية هوية لا تمتلك القدرة علي الانفتاح والتطور والاقتباس والتفاعل والتجدد ستحكم علي نفسها بالعزلة والانغلاق وستفرض التهميش والاستبعاد علي من ينتمون إليها <sup>(٦)</sup> .

ولذلك بدأت مسألة الهوية تحظى على مدى السنوات القليلة الماضية باهتمام كبير غير مسبوق ليس في العالم العربي والعالم الثالث فحسب ولكن لدى بعض الدول الأوروبية أيضاً وعلى رأسها فرنسا فقد أصبح مفهوم الهوية من أكثر المفاهيم تعرضاً للعصف به من قبل العولمة التي تعيد تنظيم الساحة الكونية <sup>(٧)</sup> .

ومن يتفحص الموقف الحضاري المعاصر ، يجد أن ثمة خطر يحذر بأمتنا العربية الإسلامية ، ويتمثل في تهديد هويتها وطمس معالم شخصيتها الوطنية ، ومصدر هذا الخطر يكمن في سطوة العولمة وما تروج له من دعاوي التمسك بالقيم الإنسانية العالمية ، واحترام حقوق الإنسان ، ومطالب النظام العالمي الجديد ، والمصير الإنساني المشترك ، والقرية الكونية ، والتربية من أجل السلام العالمي إلى غير ذلك من مصطلحات ومفردات يعج بها قاموس العولمة المعاصر <sup>(٨)</sup> ولهذا بدأت في مصر مظاهر الاهتمام والقلق تظهر على صفحات الصحف محذرة من مخاطر العولمة على هويتنا القومية أو الثقافية فقد ظهرت كتابات تؤكد أن أخطر ما يترتب على العولمة ذوبان الهوية في الهوية الأمريكية وإن جانباً كبيراً من تحديات قرن العولمة هي تحديات فكرية وثقافية وعقائدية قبل أن تكون تحديات سياسية وعسكرية واقتصادية <sup>(٩)</sup> وأمام سطوة دعاوى العولمة المشار إليها ، نخشى أن تتراجع قيم الانتماء والولاء ، ومن ثم يفرغ مفهوم الهوية من أركانه الرئيسية ، الدين ، اللغة ، القيم ، التراث ، التاريخ، وحينئذ يصاب المجتمع بالفتور وتتلاشى أواصر المحبة والتماسك الاجتماعي ، وتتبدد القيم الحافظة على النهوض الثقافي والاجتماعي .

ولذلك فإن الإعلام الوطني يمكنه أن يساعد في إثراء شخصية الإنسان العربي وفي الحفاظ على هويته الوطنية والقومية من خلال ربطه بالجذور الأصلية المتمثلة في قيمه الروحية وتاريخه وحضارته العريقة ولغته وثقافته وإبداعاته الفكرية والفنية وتعميق انتمائه الوطني والقومي ومعايشته وفهمه لقضايا وطنه وأمتة العربية وطموحاته وآماله الوطنية والقومية لتحقيق التنمية الشاملة والأمن والاستقرار وتعميق الروابط القومية بين أبناء الأمة العربية ودعم التضامن العربي والعمل العربي المشترك وإعلاء المصلحة العربية العليا وحث المواطن العربي على معايشة عصره وتسليحه بالوعي الذي يمكنه من التركيز على إيجابيات الحضارة الحديثة في مجال العلوم والثقافة ومظاهر التقدم الإنساني الإيجابي وتحقيق التفاعل الثقافي الخلاق بيننا وبين ثقافات العالم المختلفة <sup>(١٠)</sup> .

من هنا تبرز أهمية هذه الدراسة التي تعالج هذه القضية وتسعى إلي التعرف على اعتماد القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون على الإنترنت في دعم الهوية العربية .

### الإطار النظري للدراسة

اتخذ الباحث من نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام إطاراً نظرياً لبحثه حيث يركز هذا النموذج على الوسيلة ودرجة أهميتها لدى الفرد لكي يستقى معلوماته منها كما أنه يولى أهمية لوسائل الاتصال كمصادر للمعلومات في حالة الأزمات أو الاضطرابات .

**نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام :** تقوم الفرضية الأساسية لنموذج الاعتماد على وسائل الإعلام على أن الاتصال الجماهيري يتضمن علاقات معقدة بين عدد كبير من المتغيرات المتفاعلة مع بعضها والتي يمكن تحديدها في ثلاث مصطلحات هي وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع <sup>(١١)</sup> .

**فبالنسبة لوسائل الإعلام :** تكمن قوة وسائل الإعلام طبقاً لنظرية الاعتماد هذه في سيطرة وسائل الإعلام على نظم المعلومات التي يحقق الفرد من خلالها ثلاثة أهداف رئيسية تتمثل في فهم الذات والعالم المحيط به ثم توجيه الفرد إلي الأنماط السلوكية والقرارات الخاصة والاجتماعية وكذلك هدف التسلية <sup>(١٢)</sup> .

**وبالنسبة للجمهور :** يعتبر اعتماد الفرد على وسائل الإعلام جزءاً من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والذي يشكل بدوره علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام ( ١٣ ) ويعتمد الجمهور على وسائل الإعلام لتحقيق الفهم الذي يشمل معرفة الذات والفهم الاجتماعي الذي يساعد على معرفة أشياء عن العالم أو البيئة المحيطة وتفسيرها والتوجيه ويشمل توجيه العمل والسلوك في إطار توقعات وأخلاقيات المجتمع وتوجيه تفاعلي تبادلي للحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة والتسلية وتشمل التسلية المنعزلة مثل الاسترخاء والجلوس في عزلة والتسلية الاجتماعية مثل الصحبة الاجتماعية كوسيلة للهروب من مشكلات الحياة اليومية (١٤) ويتزايد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام باعتبارها مصدراً للمعلومات التي تسهل للفرد القيام بعملية بناء الترتيب الاجتماعي وبالتالي فإنه إذا كانت هناك حاجات وأهداف للفرد يعتمد على وسائل الإعلام لتحقيقها في ظروف الاستقرار والتوازن فإن احتمال تزايد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام يكون كبيراً في ظروف هذا التوازن الذي يحدث نتيجة للصراع أو التغير (١٥).

وتتذبذب درجة اعتماد جمهور المستقبلين على وسائل الإعلام من وقت لآخر متأثرة بعوامل متعددة مثل نوعية الموضوعات واهتمامات أفراد الجمهور وكذلك شعور الفرد بالانتماء للمجتمع مقارنة بالأفراد الموجودين على هامش المجتمع ويشعرون بالاغتراب (١٦) كما أن هناك العديد من المؤثرات غير المباشرة على درجة اعتماد الفرد على وسائل الإعلام تتبع من موقع هذا الفرد داخل النسق الاجتماعي فهذا الموقع سيؤثر على أولويات الأهداف التي يضعها الفرد لنفسه وعلى سلوكه الاتصالي وبالتالي على جوهر وكثافة اعتماده على وسائل الإعلام ويشمل موقع الفرد كلاً من الطبقة التي ينتمي إليها والمنزلة التي يحظى بها والنفوذ الذي يتمتع به (١٧).

**وبالنسبة للمجتمع :** فإن هناك تبايناً كبيراً في أهمية الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام للمجتمع ففي المجتمعات الصناعية تؤدي هذه الوسائل عدة وظائف مثل توفير المعلومات عن الحكومة والشئون العامة والقيام بدور الرقيب على أداء الحكومة بالإضافة إلى المحتوى الترفيهي الذي تقدمه وكلما زاد عدد الوظائف وأهميتها التي توفرها وسائل الإعلام للمجتمع زادت درجة الاعتماد عليها في هذا المجتمع (١٨) وبالتالي زاد احتمال أن تغير المعلومات من معارف الجمهور ومشاعره وسلوكه وحيث أن المجتمع في طريقه إلى النمو بشكل كبير وتكنولوجيا الإعلام تتطور فإن وسائل الإعلام تقوم بدور هام في نقل المعلومات وعلى وجه الخصوص مع زيادة مركزية وظيفة نقل هذه المعلومات من خلال وسائل الإعلام التي يعد اعتماد الفرد المكثف عليها سمة تميز المجتمعات المتحضرة لفهم العالم الاجتماعي المحيط والقيام بالسلوك الاجتماعي بشكل ذي معنى بالإضافة إلى الهروب إلى عالم الخيال والمتعة من مشاكل وتوترات الحياة اليومية (١٩).

ويتصور نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام وجود تأثيرات تحدث نتيجة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام وتتمثل هذه التأثيرات في تأثيرات معرفية وتأثيرات وجدانية وتأثيرات سلوكية وفيما يتعلق أولاً بالتأثيرات المعرفية : فهي تتمثل في مجالات عديدة منها تجاوز مشكلة الغموض الناتجة عن تناقض المعلومات التي يتعرض لها الفرد أو نقص المعلومات أو عدم كفايتها لفهم معاني الأحداث أو تحديد التفسيرات الممكنة والصحيحة لهذه الأحداث . وثانياً تشكيل الاتجاهات : حيث تقوم وسائل الإعلام بدفع غير محدود للآراء والموضوعات والشخصيات التي تثير المتلقين للاهتمام بها وخاصة في أحوال الأزمات أو الاضطرابات أو الحروب .

ثالثاً : تحديد ترتيب اهتمامات المتلقين بالنسبة للموضوعات أو الأفكار التي تنشرها وسائل الإعلام أي ترتيب أجندة المتلقين بالنسبة لهذه الموضوعات أو الأفكار اعتماداً على ترتيب الوسائل لها . والتأثير على نظم معتقدات الأفراد بزيادة الفئات التي يمكن تنظيم هذه المعتقدات

فى إطارها أو زيادة المعتقدات فى كل فئة بما يؤدى إلى اتساع نظام المعتقدات وتوضيح القيم بالنسبة للمتلقين ( ٢٠ ) .

ويعد نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام مدخلاً ملائماً لهذه الدراسة للأسباب التالية :

١ - يساعد على اختبار مدى اعتماد القائم بالاتصال فى الراديو والتليفزيون على الإنترنت كوسيلة إعلامية فرضت نفسها على الساحة خلال السنوات القليلة الماضية وقد زاد من أهميتها كوسيلة إعلامية تزايد عليها عدد مواقع وكالات الأنباء الأجنبية والإقليمية ومواقع الصحف الإلكترونية المحلية والدولية ومواقع القنوات التليفزيونية والمحطات الإذاعية ( ٢١ ) .

٢ - يربط النموذج بين وسائل الإعلام ( وستختبر الدراسة مدى الاعتماد على الإنترنت كوسيلة إعلامية واسعة الانتشار وغير مقيدة بأية قيود ) وبين النظام الاجتماعي وخاصة فى حالة الأزمات ( فما أكثر الأزمات الآن التي يتعرض لها المجتمعان المصري والعربي سياسيا واقتصاديا وأخلاقيا بما يؤثر فى الهوية العربية ) وبين الجمهور ( ستطبق الدراسة على القائم بالاتصال فى الراديو والتليفزيون ) .

٣ - يساعد تطبيق هذا النموذج على التعرف على التأثيرات الناتجة عن اعتماد القائم بالاتصال فى الإذاعة على الإنترنت فى الهوية العربية .

### الدراسات السابقة

قسم الباحث الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع البحث إلى مجموعتين :

#### أولاً : الدراسات الخاصة بالاعتماد على شبكة الإنترنت :

١ - دراسة د . حنان جنيد ( ٢٠٠٣ ) بعنوان " تكنولوجيا الاتصال التفاعلي الإنترنت وعلاقته بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات المصرية " ( ٢٢ ) .

تستهدف هذه الدراسة توصيف العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال التفاعلي من خلال الإنترنت بدرجة الوعي السياسي بين طلاب الجامعة والتعرف على مدى استعانة طلاب الجامعة بمواقع الاتصال التفاعلي كمصدر من مصادر معرفتهم السياسية وتأثير ذلك على مصادر المعرفة السياسية الأخرى كالراديو والتليفزيون والصحف ومدى الاختلاف بين الذكور والإناث فى مصادر المعرفة السياسية ومجالات الاستخدام لمواقع تكنولوجيا الاتصال التفاعلي من خلال دراسة ميدانية على عينة قوامها ٢١٠ مفردة من طلاب الجامعات الخاصة فى كل من جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا وجامعة مصر الدولية وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها :

- إن من أهم أسباب الاعتماد على الإنترنت كمصدر رئيسي للمعلومات السياسية المحلية والعالمية هو إمكانية استدعاء المعلومات فى أي وقت من خلال الشبكة ٤٧.٢ % يلي ذلك المتابعة المستمرة والتحليلات المتعمقة للمعلومات المعروضة بها ٤٠.٨ % فالتفاعل فى الأحداث والإدلاء برأي فيها ٣٣.٨ % فالفورية فى نقل الأحداث ٢٩.٦ % .  
- احتلت القضايا السياسية ٦٣.٤ % المرتبة الأولى كأهم القضايا التي يفضل الشباب الجامعي مناقشتها خلال جماعات الدردشة يليها القضايا الثقافية ٥٧ % فالقضايا الدينية ٢٨.٩ % وأخيراً القضايا الاقتصادية ١٢.٧ % .

٢ - دراسة د . هبة الله السمرى ( ٢٠٠٣ ) بعنوان " استخدام الأطفال للإنترنت العلاقة التفاعلية بين الآباء والأبناء " ( ٢٣ ) .

تتصدى هذه الدراسة للبحث فى الكيفية التي أثرت بها الإنترنت على العلاقة بين الآباء والأبناء وذلك بالتطبيق على عينة من أطفال مدارس اللغات بالقاهرة وآبؤهم قوامها ٢١٠ مفردة وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها : إن معرفة الأبناء بالإنترنت تفوق معرفة آبؤهم حيث ٩١.٤ % من الأطفال عينة الدراسة يجيدون استخدامها بدرجات متفاوتة مقابل ٣٨.١ % من الآباء وتأتى المدرسة ٨٨.٦ % فى مقدمة الأماكن التي يستخدم فيها الطفل الإنترنت ويأتى المنزل فى المركز الثاني ٧٣.٣ % ولم تؤثر الإنترنت على تعرض الأطفال للتليفزيون لكنها

أثرت على معدلات المشاهدة حيث ٢٣.٨ % فقط يشاهدون التلفزيون لمدة أكثر من ثلاث ساعات يومياً .

٣ - دراسة عبير حمدي ( ٢٠٠١ ) بعنوان " دور الإنترنت والراديو والتلفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات " ( ٢٤ ) .

تهدف الدراسة إلي التعرف على الدور الذى تقوم به وسائل الإعلام الحديثة الإنترنت باعتبارها قناة اتصال حديثة ومدى قدرتها على إمداد الأفراد بالمعلومات فى ضوء بعض المتغيرات التى قد تؤثر على اكتساب الأفراد لتلك المعلومات مثل الدافع والخلفية المعرفية والمستوى الاجتماعي والاقتصادي والسمات الديموجرافية ودرجة الاهتمام وذلك بالتطبيق على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من مدينة القاهرة تم تقسيمها إلي مجموعتين المجموعة الأولى تستخدم الإنترنت والمجموعة الثانية تستخدم الراديو والتلفزيون وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها: - تؤدي الإنترنت عدة أغراض لمستخدميها هي التعليم والثقافة بوجه عام والشعور بالمتعة وتجديد النشاط والترفيه ومعرفة الأحداث المحلية والعالمية والمساعدة على التخاطب مع الآخرين والتعرض لأكثر من مصدر معلومات وزيادة المعرفة فى بعض المجالات المتخصصة.

- أكدت النتائج تزايد الاعتماد على مصادر المعلومات الحديثة متمثلة فى الإنترنت كمصدر أول لاكتساب المعلومات وبنسبة مرتفعة إذا ما قورنت بعمر الإنترنت القصير فى مصر منذ عام ١٩٩٣ . وأشارت النتائج إلي تفوق كل من الصحف والإنترنت كمصادر للمعلومات بالنسبة لمستخدمي الإنترنت .

٤ - دراسة د . نجوى عبد السلام فهمى ( ٢٠٠١ ) بعنوان " التفاعلية فى المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت " ( ٢٥ ) .

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن تساؤل بحثي رئيسي يتمثل فى : ما هي الإمكانيات التفاعلية المتاحة عبر المواقع الإخبارية العربية ؟  
وتم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية من المواقع الإخبارية العربية سواء التابعة لصحف مطبوعة أو لمحطات إذاعية أو لشركات تعمل فى مجال الإنترنت بلغ عددها ٤٥ موقعاً إخبارياً خلال الفترة من أول يوليو حتى منتصف أغسطس ٢٠٠١ .  
وأُسفرت هذه الدراسة عن عدة نتائج أهمها :

- تشير نتائج هذه الدراسة إلي أن مستوى التفاعلية بين القارئ ونص المادة الخبرية كان فى أدنى مستوياته أو غائبا تماما فى العديد من المواقع الإخبارية العربية بسبب لجوئها إلي إعادة نشر نفس النسخة المطبوعة من الجريدة الورقية الأمر الذى يعكس عدم حرص المواقع الصحفية على استغلال الإمكانيات الكاملة للإنترنت .

- تشير نتائج الدراسة إلي عدم حرص الصحف الإلكترونية العربية على إقامة صلة مباشرة بين محرريها وجمهور القراء ولا تهتم بإقامة وسيلة ثنائية الاتجاه بينها وبين المتلقى بل تكتفى بنشر آراء ووجهات نظر محرريها دون الاهتمام بآراء جمهور القراء فى المادة الخبرية المنشورة ..  
٥ - دراسة السيد بخيت , ( ٢٠٠٠ ) بعنوان " استخدام الإنترنت فى تطوير المهارات الصحفية باللغة الإنجليزية لدى دارسي الصحافة " ( ٢٦ ) .

تهدف هذه الدراسة إلي توصيف كيفية استخدام الإنترنت فى تطوير المهارات الصحفية باللغة الإنجليزية لدى دارسي الصحافة من الطلبة وقياس معارف واستخدامات واتجاهات وتوقعات طلبة الصحافة إزاء الإنترنت وعلاقتها بالعمل الصحفى وتقييم مدى كفاءة الإنترنت كوسيلة تعليمية فى مجال تدريس المقررات الصحفية باللغة الإنجليزية .

وتم تطبيق الدراسة على ٢٥ طالبة من طلبة الصحافة بقسم الاتصال الجماهيري فى الفصل الدراسي الثاني ٩٩ / ٢٠٠٠ فى دولة الإمارات وطبقت الدراسة على مرحلتين قبل القيام بتدريس المقرر الدراسي وبعده .

وتوصلت الدراسة إلي عدة نتائج أهمها :

\* زيادة الجوانب المعرفية لدى طلبة مسار الصحافة بعد دراسة مقرر يتناول استخدام الإنترنت في تطوير المهارات الصحفية باللغة الإنجليزية لديهم وخاصة فيما يتعلق بالبريد الإلكتروني وطرق حفظ المعلومات من الإنترنت .

\* زيادة المهارات المعرفية المتعلقة بطرق جمع المادة الصحفية باستخدام الإنترنت والحصول على المعلومات المطلوبة بسرعة .

\* أوضحت نتائج الدراسة أن الإنترنت تعد وسيلة تعليمية متميزة في مجال تعليم المقررات الصحفية باللغة الإنجليزية .

٦ - دراسة محمد سعد إبراهيم , ( ١٩٩٩ ) بعنوان " استخدامات الصحافة المصرية للإنترنت ومدى انعكاسها على الأداء الصحفي " (٢٧) .

وتهدف الدراسة إلى توصيف العلاقة الراهنة للصحف المصرية بشبكة الإنترنت والتعرف على مدى استيعاب الصحفيين للإنترنت كوسيلة اتصال جديدة ودورها الإعلامي وبيان مجالات الاستخدام والتوظيف وبيان مدى تأثير الأداء الصحفي بالإنترنت كمصدر للمعلومات والاتصال من خلال دراسة ميدانية شملت ١٢ جريدة ومجلة والتي لها مواقع إلكترونية على شبكة الإنترنت وهي الجمهورية والسياسة الدولية والشعب والمساء والوفد والاجيشان جازيت والعالم اليوم والأسبوع والأهرام والأهرام ويكلي والعربي والأهالي وطبقت الدراسة على عينة المسؤولين عن المواقع الإلكترونية للصحف المصرية وتضم ثمانية صحفيين وأربعة مهندسين وفنيين وعينة الصحفيين المستخدمين للإنترنت عن طريق الاشتراك المنزلي وتضم ٣٢ صحفياً وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها : إن مجالات استخدام الصحف المصرية للإنترنت محدودة حيث اقتصر على استخدامه كوسط للنشر الصحفي ووسيلة اتصال ومصدر للمعلومات والصور في حين غابت إمكانية الاستفادة من الخدمات التفاعلية والإعلانية والمعلوماتية والتسويقية مما يعكس القصور الشديد في الاستفادة من تقنيات الإنترنت إضافة إلى محدودية مجالات استخدام الصحفيين للإنترنت وضعف التفاعل مع المصادر والقراء وندرة استخدام المصادر الإلكترونية للمعلومات .

٧ - دراسة سامي طابع ( ١٩٩٧ ) بعنوان " استخدام شبكات المعلومات " الإنترنت " في الحملات الإعلامية " ( ٢٨ ) .

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام الشركات للإنترنت كوسيلة للاتصال في مجال الحملات الإعلامية والترويجية والمزايا التي توفرها الإنترنت لهذه الحملات ومدى تأثير ذلك على وسائل الإعلام والترويج التقليدية وذلك بالتطبيق على عينة مقدارها ٥٠٠ من رجال الأعمال والشركات التي لها مواقع وعناوين معروفة على الإنترنت وتوصلت هذه الدراسة إلى أن الإنترنت كوسيلة اتصال تعتبر على درجة كبيرة من الأهمية حيث تعتمد عليها الشركات الكبرى لنشر وتوزيع المعلومات الخاصة بالشركة ومنتجاتها وخدماتها وحصر عدد الزوار وتحليل الرسائل التي تتلقاها في التعرف على فعالية وتأثير الإنترنت وكذلك كمصدر هام للمعلومات عن المنافسة والمنافسين كما أسفرت الدراسة عن أن الإنترنت ستزيد أهميتها ودورها كوسيلة اتصال مع مرور السنوات .

**ثانياً : الدراسات الخاصة بالهوية :**

١ - دراسة سهام نصار ( ٢٠٠١ ) بعنوان " موقف الصحافة المصرية من قضية العولمة والهوية الثقافية " ( ٢٩ ) .

تهدف هذه الدراسة إلى رصد اتجاهات الصحف المصرية إزاء قضية العولمة والهوية الثقافية للتعرف على موقفها من هذه القضية وتقييم مدى وعيها بالتأثيرات الثقافية للعولمة وبكيفية التفاعل معها وذلك بالتطبيق على عينة من أربعة صحف مصرية هي الأهرام اليومية والوفد والشعب والأهالي وقد أسفرت هذه الدراسة عن عدة نتائج أهمها :

\* دار جدل على صفحات صحف الدراسة عن تأثير العولمة على الهوية حيث مال أغلب الكتاب ٧٤.٣ % إلى القول بأن العولمة تمثل تهديداً خطيراً للهوية في حين نفى ذلك ٢٥.٢ % .

\* تشير نتائج الدراسة إلى أن اهتمام صحف الدراسة بالبعد الثقافي للعلومة فاق اهتمامها بالأبعاد الأخرى السياسي والاقتصادي والاجتماعي وترتب على ذلك تفوق الاهتمام بقضية العلومة والهوية على غيرها من القضايا بسبب الارتباط الوثيق بين الهوية والثقافة .

٢ - دراسة آمال العبيدي ( ٢٠٠١ ) بعنوان " الهوية فى ليبيا : دراسة ميدانية " ( ٣٠ ) .  
تهدف هذه الدراسة الى استكشاف اتجاهات طلاب الجامعة فى ليبيا تجاه قضية الهوية والتركيز على الهوية كأحد عوامل بناء الدولة فى ليبيا وذلك من خلال جملة من الأسئلة التى تسعى لتوضيح الكيفية التى يعرف بها الطلاب فى ليبيا أنفسهم وما هي أهم العناصر فى تحديد هويتهم ؟ وما هو دور الإسلام والعروبة فى تأكيد هذه الهوية ؟ وما هو الدور الذى تلعبه كل من العائلة أو القبيلة كأساس للهويات التقليدية ؟

وقد تم إجراء الدراسة على عينة قوامها ٥٠٠ طالب وطالبة فى جامعة قاريونس فى بنغازى وأظهرت نتائج هذه الدراسة أن الأغلبية من أفراد العينة أكدت أن الدين يعتبر السبب الأساسى للعروبة ثم تأتى اللغة فى الترتيب الثانى بينما الانتماء إلى دولة عربية يأتى أقل أهمية كما توضح النتائج أنه يمكن أن يكون هناك نوعان من أنماط الهوية واحدة تركز على الإسلام والعروبة والأخرى تركز على القيم المحلية التى ارتبطت بالعائلة والقبيلة وثبتت هذه النتيجة أن الناس أو الأفراد قد يكون لهم أكثر من مستوى فى ما يتعلق بالهوية أو أكثر من هوية واحدة .

٣ - دراسة إيمان عز العرب ( ١٩٩٦ ) بعنوان " الإعلام والهوية الوطنية " ( ٣١ ) .  
تهدف الدراسة إلى التعرف على الدور الذى تمارسه الصحافة المصرية ( القومية والحزبية الأهرام والوفد والشعب والأهالي ) فى توضيح معالم الهوية وذلك من خلال تحليل مضمون بعض الصحف القومية والحزبية فى الفترة من ١ / ١ / ١٩٩٥ إلى ٣٠ / ٦ / ١٩٩٥ كما تهدف إلى التعرف على اتجاهات عينة بلغت ٤٠٠ مبحوث فى المجتمع الريفي والحضري يمثلون مختلف فئات القراء بمنطقتي البحث ( مدينة طنطا وقرية محلة مرحوم ) تجاه الصحف القومية والحزبية وأسفرت هذه الدراسة عن عدة نتائج أهمها :

\* تناولت جريدة الأهرام قضية الهوية الوطنية من منطلق العروبة حيث ركزت معظم مقالاتها فى فترة التحليل على الهوية العربية والدفاع عن جامعة الدول العربية واتفقت جريدة الوفد مع جريدة الأهرام فى تناولها لقضية الهوية الوطنية حيث تعرضت فى معظم مقالاتها للهوية العربية محذرة من مشروع الشرق أوسطى حيث أنه غربي النشأة استعماري الهدف فيه طمس وإهدار للهوية العربية أما جريدة الشعب فقد ركزت على الهوية الإسلامية فى المقام الأول وأكدت أن هناك محاولات لضرب التيار الإسلامى وتجفيف منابع الروح الإسلامية ولا حل فى هذا سوى التمسك بقيم الإسلام وإيقاظ الروح الإسلامية .

\* كشفت الدراسة الميدانية عن وجود ثلاث تيارات فكرية :

١ - التيار العروبي ( الهوية القومية العربية ) وتنادى بالعلمنة وإن الدولة الحديثة دولة مدنية لا شأن لها بالدين ومن ثم فصل السلطة المدنية عن السلطة الدينية .

٢ - التيار الإسلامى ( الهوية الإسلامية ) فهو ينظر للقومية والعلمانية على أنها أفكار مستوردة لضرب الهوية الإسلامية والمسلمين فى دينهم وثقافتهم وأنه لا وجود للعروبة من دون الإسلام .

٣ - التيار الثالث يجمع بين التيارين السابقين ( الإسلامى والعروبي ) ويؤكد هذا التيار على عدم التناقض بين الإسلام والفكرة العربية القومية فالإسلام عقيدة وشرعية ونظام حياة أما العروبة فهى رابطة لغوية ثقافية .

٤ - دراسة محمود ميعاري ( ١٩٩٠ ) بعنوان " الهوية الدينية وعلاقتها بالهويات الأخرى بين الفلسطينيين فى إسرائيل " ( ٣٢ ) .

تتناول هذه الدراسة موضوع الهوية الجماعية للفلسطينيين فى إسرائيل وتوضح الهويات الفرعية الرئيسية التى تشكل هذه الهوية وتغير بعض هذه الهويات خلال الانتفاضة وأخيراً تحلل العلاقات الداخلية بين الهويات الفرعية مع تركيز على الهوية الدينية وعلاقتها بالهويات الأخرى

وذلك من خلال دراسة ميدانية على عينة قوامها ٣١٣ طالباً في الصف الثاني عشر أى فى السنة الأخيرة للمرحلة الثانوية يدرسون فى ١٠ مدارس ثانوية عربية فى إسرائيل . وأثبتت هذه الدراسة أن الهويتين العربية والفلسطينية للعرب فى إسرائيل هما أقوى من الهويات الجماعية الجزئية الأخرى والتي من ضمنها الهوية الدينية وهذه النتيجة تنطبق على المسلمين والمسيحيين ولكنها لا تنطبق على العرب الدروز الذين تسيطر بينهم هويتهم الدينية ويميلون الى الاندماج فى الدولة اليهودية كما تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن هناك تحولاً قد حدث على علاقة الهوية الدينية والهويات التقليدية الأخرى مع الهويتين الفلسطينية والإسرائيلية حتى أواخر السبعينيات توافقت الهوية الدينية مع الهوية الإسرائيلية بسبب تقبلها للواقع السياسي الجديد وتعارضت مع الهوية الفلسطينية الراضة لهذا الواقع ويشير ذلك إلى انتشار الهوية الوطنية بين العرب فى إسرائيل ونفوذها أيضاً إلى بعض فئات المتدينين والتقليديين .

٥ - دراسة احمد شبوب بعنوان " التحولات الاجتماعية وبناء الهوية لدى الشاب التونسي المتمدرس " ( ٣٣ ) .

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن عدة تساؤلات منها: ما المراجع التي يجدها الشاب التونسي مثلاً في وسطه الاجتماعي والتي سيعتمد عليها لبناء هويته؟ وما هي الاختيارات والقيم التي تقدمها له المؤسسة التربوية التونسية حتى تعينه على بناء شخصيته ؟ وذلك بالتطبيق على عينة من الشباب التونسي تتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٢٠ سنة وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها :

\* إن نسبة حديث المستجوبين عن الهوية "كانتءاء إلى مجموعة" أعلى من نسبة حديثهم عن الهوية "كتحديد لشخصية الفرد". ويعود ذلك إلى كون الشاب التونسي تحركه قيم المنظومة التقليدية التي تميل طبيعياً إلى تفضيل المجموعة على الفرد التي تدعو المناهج الرسمية إلى تأسيسها. وهو نوع من الاختيار اللاوعي الذي يقوم به الشاب التونسي للإجابة عن المفاضلة التي تطرحها عليه الممارسة الاجتماعية المتأرجحة بين قيم التقليد والحداثة .

\* إن الذكور يميلون إلى التعريف الجماعي للهوية أكثر من ميلهم إلى التعريف الفردي (٧٨%) مقابل (٢٢%) أما الإناث فإنهم يملن إلى التعريف الفردي أكثر من ميلهن إلى التعريف الجماعي للشخصية (٥٣% مقابل ٤٧%). ويفسر هذا الاختلاف بالاختيارات الإيديولوجية لكل طرف من الطرفين المتواجدين: فالفتاة تميل غالباً إلى قيم الحداثة لأنها قيم تحررها من الوضع الدوني الذي تكرسها فيه المنظومة التقليدية. أما الفتى فإنه يختار لا شعورياً قيم الأصالة لأنها تركز عنده منزلة الرجل المتفوقة .

### تعقيب على الدراسات السابقة

من استعراض الدراسات السابقة يتضح أن ثمة أمور لا بد من التأكيد عليها لعل من أهمها ما يلي :-

\* إن العالم العربي يتعرض لمجموعة من التحديات والمخاطر لا بد للأنظمة الإعلامية من مواجهتها .

\* حاجة المجتمعات العربية إلى صياغة خطط إعلامية حديثة تكون في مواجهة التحديات والمخاطر التي تحدق بالأمة العربية.

\* إن المجتمعات العربية تتعرض الآن - وفي المستقبل - لمجموعة من الأخطار والتحديات بعضها داخلي كالتغير في التركيب السكاني ، والتغيرات الثقافية والقيمية ، والتغيرات المجتمعية المختلفة ، وبعضها خارجي : كالثورة المعلوماتية والتكنولوجية ، والتوتر بين العولمة والمحلية ، والتغيرات الاقتصادية والسياسية التي يشهدها العالم .

وقد استفاد الباحث من الدراسات السابقة فى بلورة الفكرة البحثية وتحديد منهج البحث وأدواته وصياغة التساؤلات لتغطى المجالات التى لم تتناولها هذه الدراسات حيث لم تتعرض معظم هذه الدراسات للقائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون واعتماده على الإنترنت فى دعم الهوية

العربية كما لم تتناول التأثير المحتمل للإنترنت في الهوية إلا أنها ساهمت في تفتيح نقاط بحثية متعددة أمام الباحث .

### مشكلة البحث

في ضوء الاعتماد على الإنترنت وتعدد مجالات استخدامها والملاحظات العلمية التي أثارت حولها وبناء على نتائج الدراسات السابقة يمكن بلورة مشكلة البحث في التساؤل الرئيسي التالي : ما دور الإنترنت في تدعيم الهوية العربية لدى القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون ؟

### أهداف البحث

يسعى البحث إلي تحقيق الأهداف التالية :

- ١ - التعرف على دور الإنترنت كوسيلة إعلامية لتدعيم الهوية العربية لدى القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون .
- ٢ - التعرف على استخدامات واتجاهات القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون إزاء الإنترنت وخدماتها الإعلامية .
- ٣ - تقييم مدى كفاءة الإنترنت كوسيلة إعلامية في مجال تدعيم الهوية .

### تساؤلات البحث

يسعى البحث للإجابة عن التساؤلات التالية :

- ١ - ما سمات وخصائص القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون ؟
- ٢ - ما معدل اعتماد القائم بالاتصال في الإذاعة على شبكة الإنترنت في العمل والمنزل ؟
- ٣ - ما أسباب اعتماد القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون على الإنترنت ؟
- ٤ - ما الضغوط الوظيفية التي يتعرض لها القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون ؟ وما أبعاد تأثيرها على أدائه الإذاعي ؟
- ٥ - ما أثر اعتماد القائم بالاتصال على الإنترنت على نوعية القراءة الحرة والاطلاع ؟
- ٦ - ما المواقع العربية التي يعتمد عليها القائم بالاتصال في الإذاعة على شبكة الإنترنت ؟
- ٧ - ما أهم القضايا العربية التي يعتمد القائم بالاتصال في الإذاعة على شبكة الإنترنت لمتابعتها ؟
- ٨ - ما أهم المواقع الأجنبية على الإنترنت التي يعتمد عليها القائم بالاتصال في الإذاعة ؟
- ٩ - بماذا توحى عبارة الهوية العربية للقائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون ؟
- ١٠ - هل شبكة الإنترنت تهدد الهوية العربية ؟
- ١١ - ما دور شبكة الإنترنت في تدعيم الهوية العربية لدى القائم بالاتصال في الإذاعة ؟
- ١٢ - ما رؤية القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون لكيفية الاعتماد على شبكة الإنترنت في الحفاظ على الهوية العربية وتدعيمها ؟

### نوعية البحث

تنتمي هذه الدراسة إلي نوعية البحوث الوصفية والتي تسعى بشكل أساسي إلي التعرف على اعتماد القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون على الإنترنت كوسيلة إعلامية في عمله ودورها في تدعيم الهوية العربية لديه الأمر الذي يساعد على القياس الكمي وخضوع البيانات للتحليل الكيفي مما يساعد على إمكانية التنبؤ والتعميم واستخلاص البيانات والدلالات المترتبة على اعتماد القائم بالاتصال على شبكة الإنترنت في تدعيم الهوية العربية في المضمون .

### منهج البحث

لم تقتصر أهداف بحوث المسح على مجرد الوصف ولكنها تتخطى ذلك إلي التفسير والاستدلال عن طبيعة العلاقات بين المتغيرات العاملة في الظاهرة أو بين الظواهر الاجتماعية الأخرى ولذلك تعددت التصميمات المنهجية في بحوث المسح بتعدد هذه الأهداف التي يمكن وضعها في إطارين :

- ١ - المسوح الوصفية : التي تهتم بجمع وتحليل البيانات بهدف الوصف والقياس الدقيق لمتغير أو أكثر .
- ٢- المسوح التفسيرية التي تتخطى عملية وصف السمات أو الخصائص أو السلوك إلي محاولة تفسير السلوك وعلاقته بالخصائص أو السمات ( ٣٤ ) .
- ولذلك اعتمد هذا البحث على المسوح الوصفية والتحليلية لجمع كافة البيانات عن القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون المصري والتعرف على علاقته بشبكة الإنترنت ودرجة اعتماده عليها سواء في المنزل أو في العمل من خلال مسح لعينة من المحررين والمذيعين والمراسلين والمترجمين والمخرجين ومعدّي ومقدمي البرامج في الإذاعة والتلفزيون للتعرف على مدى تأثير شبكة الإنترنت في الهوية العربية للقائم بالاتصال وكذلك إمكانية خضوع البيانات للتحليل الإحصائي .

### عينة البحث

دلت كثير من البحوث على أن العينة إذا اختيرت ممثلة للمجتمع الذي تؤخذ منه تؤدي الى توفير كثير من الوقت والجهد سواء بالنسبة للباحث أو المبحوثين وفي نفس الوقت تكون النتائج قريبة من النتائج التي نحصل عليها لو أجرينا البحث على جميع مفردات المجتمع (٣٥) . واختار الباحث عينة عمدية من القائمين بالاتصال في الراديو والتلفزيون بلغ عددها ١٣٩ مفردة من المحررين والمراسلين والمذيعين ومعدّي ومقدمي البرامج والمترجمين والمخرجين بقطاعات الإذاعة والتلفزيون والأخبار والقطاع الفضائي وقطاع النيل للقنوات المتخصصة والذين يتصلون بشبكة الإنترنت بصفة دائمة سواء في العمل أو في المنزل وقد حصل الباحث على موافقة الجهاز المركزي للتعينة العامة والإحصاء (\*) .

### أسلوب جمع البيانات

في إطار منهج المسح تم تصميم صحيفة استبيان كوسيلة لجمع البيانات بأسلوب المواجهة الميدانية المباشرة حيث يقوم المبحوث بملء الصحيفة بنفسه وإعادتها للباحث وقد تكونت الصحيفة من سبع وثلاثين سؤالاً استهدفت قياس الأبعاد والمتغيرات المختلفة للدراسة .

### قياس الصدق والثبات

أ - **الصدق** : استخدم الباحث نوعين من الصدق :

١ - **صدق الأداة** : قام الباحث قبل أن يبدأ في عملية جمع البيانات بإجراء اختبار قبلي على صحيفة الاستبيان للتأكد من صلاحيتها وسهولة قراءتها وشمل الاختبار القبلي عينة مكونة من ٢١ مفردة من عينة الدراسة بنسبة ١٥.١ % من المحررين والمذيعين ومقدمي البرامج والمخرجين بالإذاعة والتلفزيون المصري وبعد إجراء الاختبار القبلي تم تعديل بعض تساؤلات الصحيفة .

٢ - **صدق المحكمين** : لقياس صدق صحيفة الاستبيان تم استخدام أسلوب الصدق الظاهري من خلال عرض بيانات الصحيفة على مجموعة من المحكمين من خبراء وأساتذة الإعلام ( ٣٦ ) الذين أشاروا بصلاحيتها للتطبيق بعد صياغة أسئلة الصحيفة وتعديلها عدة مرات بهدف تحقيق أهداف البحث .

ب - **الثبات** : ولقياس ثبات البيانات استخدم الباحث أسلوب إعادة الاختبار Test - Retest على عينة عشوائية من القائمين بالاتصال في الراديو والتلفزيون بلغت ( ٣١ ) مفردة بنسبة ٢٢.٣ % من حجم عينة الدراسة وبلغت قيمة معامل الثبات ٩٢ % وهي قيمة عالية تشير إلى ثبات القياس ودقته .

(\*) قرار رقم ٣١٤ لسنة ٢٠٠٤ الصادر في ٢٢ مارس ٢٠٠٤ م .

## مصطلحات الدراسة :

هناك مجموعة من المصطلحات والمفاهيم المرتبطة بعنوان هذه الدراسة أو موضوعها يمكن تحديدها في الآتي :-

**القائم بالاتصال :** يقصد به المحرر والمحرر المترجم والمراسل ومقدم البرامج والمعد والمذيع والمترجم والمخرج ومساعد المخرج ومهندس الصوت في الإذاعة والتلفزيون المصري .  
**الراديو والتلفزيون :** يقصد بها قطاع الإذاعة ( شبكات البرنامج العام وصوت العرب والشرق الأوسط ) وقطاع الأخبار وقطاع التلفزيون ( القنوات الأولى والثانية والثالثة الأرضية ) وقطاع النيل للقنوات المتخصصة ( قناة النيل للأخبار ) والقطاع الفضائي ( القناة الفضائية الأولى والثانية ) .

**الهوية العربية :** يدل معنى الهوية في الاصطلاح الفلسفي العربي على " ما به الشيء هو بوصفه وجوداً منفرداً متميزاً عن غيره " ( ٣٧ ) والهوية في الحضارة الإسلامية مأخوذة من "هُوَ .. هُوَ" بمعنى جوهر الشيء وحقيقته أنها كالبصمة للإنسان يتميز بها عن غيره ( ٣٨ ) وهي "جوهر وحقيقة وثوابت الأمة العربية التي اصطبغت بالإسلام منذ أن دانت به غالبية هذه الأمة ، فأصبح هو "الهوية" الممثلة لأصالة ثقافتها ( ٣٩ ) .

وهي الانتماء القومي لأمتنا العربية وهي الانتماء للأرض للوطن العربي الكبير وهي في كل ما يعبر عن هذا الانتماء إنها التاريخ والجغرافيا معاً ( ٤٠ ) .

وتعرف "الهوية" أيضاً بمعنى "التفرد" فالهوية الثقافية تعني التفرد الثقافي بكل ما يتضمنه معنى الثقافة من عادات وأنماط سلوك وميل وقيم ونظرة إلى الكون والحياة ( ٤١ ) وهي في جوهرها تعني الشخصية والمكونات والقسمات والروح والتوجه والانتماء ( ٤٢ ) .

وتعرف "الهوية" بأنها عبارة عن "مركب من العناصر المرجعية والمادية والذاتية المصطفاة التي تسمح بتعريف خاص للفاعل الاجتماعي والهوية طالما أنها مركب من عناصر ، فهي بالضرورة متغيرة في الوقت ذاته تتميز فيه بثبات معين ، مثل الشخص الواحد يُولد ويشتب ويشيخ وتتغير ملامحه وتصرفاته وأحياناً ذوقه لكنه يبقى في الآخر هو نفس الشخص وليس شخصاً آخر" ( ٤٣ ) .

ويرى بعض الباحثين أن الهوية أصلاً مصطلح سياسي ولد ضمن عملية صراع سياسية وأنها كذلك مفهوم أيديولوجي أكثر منه علمي خاصة وأنها يمكن التعبير عنها أو تجسيدها من خلال سمات كثيرة ومختلفة فقد يعبر عنها من خلال الدين أو اللغة أو الدولة الوطنية أو القومية وكل هذه الخصائص متغيرة حسب طريقة استخدامها وتوظيفها لذلك يمكن لمجتمع واحد أن يبدل هويته حسب المراحل التاريخية والظروف الحاكمة .

والهوية في نظر البعض الآخر هي صفات وأحاسيس ونمط حياة هي في كل شيء في الملبس والمأكّل والموسيقى والفن والثقافة . في الحرية والمقاومة والصمود وهي نمط معيشي يتفاعل مع المتغيرات المحيطة به فيتغير معه دون أن يذوب فيه يتأصل بداخله لكنه يكتسب الجديد دائماً ولهذا فإن الهوية هي أحد مكونات الشخصية الوطنية ( ٤٤ ) .

وفي ضوء ذلك يمكن تعريف الهوية العربية إجرائياً بأنها "الروح والتوجه والانتماء للأمة العربية وتفرد الشخصية العربية بمجموعة من المكونات والسمات والقسمات العامة والصفات والخصائص التي تميزها عن باقي الهويات الأخرى والتي تتضمن اللغة والدين والعادات والتقاليد والقيم الأخلاقية ، والتي اصطبغت بصبغة العروبة منذ زمن بعيد " .

## هوية القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون

تأخذ الهوية مستويات مختلفة ففي الغالب يكون للأفراد إدراك بالانتماء إلى دين أو جماعة أو ثقافة أو دولة أو إقليم في آن واحد ( ٤٥ ) ولذلك وتتكون الهوية من ثلاث مستويات هي : الهوية على المستوى الفردي أي شعور الشخص بالانتماء إلى جماعة أو إطار إنساني أكبر يشاركه في منظومة من القيم والمشاعر والاتجاهات وهناك ثانياً التعبير السياسي الجمعي عن هذه الهوية

فى شكل تنظيمات وأحزاب وهيئات شعبية ذات طابع تطوعي واختياري وهناك ثالثاً حال تبلور وتجسد هذه الهوية فى مؤسسات وأبنية وأشكال قانونية على يد الحكومات والأنظمة (٤٦) . هناك إذن ثلاثة مستويات فى الهوية الثقافية، لشعب من الشعوب: الهوية الفردية، والهوية الجماعية، والهوية الوطنية (أو القومية).

\* فالفرد داخل الجماعة الواحدة، قبيلة كانت أو طائفة أو جماعة مدنية هو عبارة عن هوية متميزة ومستقلة. عبارة عن "أنا"، لها "آخر" داخل الجماعة نفسها.

\* والجماعات، داخل الأمة، هي كالأفراد داخل الجماعة، لكل منها ما يميزها داخل الهوية الثقافية المشتركة، ولكل منها "أنا" خاصة بها و"آخر" من خلاله وعبره تتعرف على نفسها بوصفها ليست إياه.

\* والشئ نفسه يقال بالنسبة للأمة الواحدة إزاء الأمم الأخرى. غير أنها أكثر تجريداً، وأوسع نطاقاً، وأكثر قابلية للتعدد والتنوع والاختلاف (٤٧) .

وفى ضوء التقسيمات السابقة للهوية يمكن أن نقسم هوية القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون إلى :

#### ١ - الهوية الشخصية للقائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون :

هوية شخص ما : هى كيف يرى ذلك الشخص نفسه أى كيف يعرف الإنسان نفسه فكراً وثقافة وأسلوب حياة أو هي مجموعة الأوصاف والسلوكيات التي تميز الشخص عن غيره. فيها تتحدد شخصيته وسلوكه، وعلى أساسها يفاضل بين البدائل (٤٨) .

وتتميز الهوية الفردية بالديناميكية والتغير بسرعة لأنها مرتبطة بالرؤية والرغبات الشخصية وبالأشكال الوظيفية حيث أنها تعبر عن الكيفية التي يرى بها الشخص شكلاً ما وكيفية إدراك معناه الحسي كما أن الهوية المعنوية الفردية تعبر بصورة أدق عن رؤية هذا الفرد للعالم والكيفية التي يجردها بها المعانى لكى يعكس قيمه الخاصة (٤٩) .

وفى ضوء ذلك يمكن تعريف الهوية الشخصية للقائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون إجرائياً بأنها " الذات الفردية المتوحدة والتمتيزية عن غيرها وهي الاتجاهات والقناعات الفكرية والميول النفسية والأمزجة المختلفة للقائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون والتي تميزه عن غيره من القائمين بالاتصال فى المؤسسات الإعلامية الأخرى حسب متغيرات عمره وظروفه ونوعية زمانه ومكانه.

#### ٢ - الهوية الوطنية للقائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون :

إن أية هوية وطنية هي حصيلة جمع نوعين من الهويات الداخلية : أولها الهويات الفردية، وثانيها الهويات المحلية .

والهوية الوطنية هي أقوى أنواع الهويات الجماعية والدينية واللغوية والحزبية وغيرها حيث إنها تتشكل من العديد من الهويات المحلية المتنوعة : لغوية ودينية ومذهبية. وإذا كانت جميع الهويات الثانوية والمحلية تحتوي عادة على عامل واحد أو بضعة عوامل غير ثابتة تابعة خصوصاً لإرادة المجموعة نفسها، من أهمها العامل العاطفي والثقافي والمعتقدي، فإن الهوية الوطنية تجمع كل العوامل المادية والمعنوية (٥٠) .

والهوية الوطنية هي التعبير الصادق عن كيان الأمة المصرية الدائم والمظهر الحقيقي لوجودها المعاصر التام فهي عقيدة راسخة تتطلب الإيمان بالأمة المصرية المتميزة وخصائصها الأصلية الثابتة وطابعها المعين كما أنها حركة تهدف إلى جمع شتات هذه الأمة وتمكينها من التحرر التام من كل القيود المفروضة عليها من الداخل أو الخارج . إن الهوية الوطنية تؤمن بذاتية الأمة المصرية الخاصة والمتميزة وتحصر على التعبير عن كل ما يحقق تلك الذاتية (٥١) .

وفى ضوء ذلك يمكن تعريف الهوية الوطنية للقائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون إجرائياً بأنها " شعور وانتماء وإيمان القائم بالاتصال فى الإذاعة بذاتية الأمة المصرية الخاصة والمتميزة وبخصائصها الأصلية الثابتة ويحرص على التعبير عن كل ما يحقق تلك الذاتية " .

### ٣ - الهوية القومية للقائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون :

الهوية القومية هي الاسم السياسي للشخصية التاريخية أو الشخصية الثقافية أو الكيان الحضاري لمجموعة من الناس في مكان معين وهي تمثل الخصائص الحضارية التي ابتدعتها المجموعة التي تنتمي إليها من اللغة والدين والقيم الجمالية والأخلاقية وأنماط العلاقات الاجتماعية والمهارات التقنية وفلسفة الحياة والموت ( ٥٢ ) .

وفي ضوء ذلك يمكن تعريف الهوية القومية للقائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون إجرائياً بأنها " انتماء وإيمان وارتباط القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون بأتمته العربية وبخصائصها الحضارية وبلغتها ودينها وقيمتها الجمالية والأخلاقية وأنماط علاقاتها الاجتماعية ومهاراتها التقنية وفلسفتها في الحياة " .

### نتائج الدراسة الميدانية

فيما يلي يستعرض الباحث النتائج التي أسفرت عنها الدراسة الميدانية :

أولاً : الخصائص الديموجرافية للقائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون :

#### جدول رقم ( ١ )

يوضح الجدول التالي خصائص عينة الدراسة

| النسبة المئوية | العدد | العدد والنسبة                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | خصائص العينة   |
|----------------|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| ٧١.٩ %         | ١٠٠   | ذكر<br>أنثى                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | النوع :        |
| ٢٨.١ %         | ٣٩    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                |
| ١٠٠ %          | ١٣٩   | المجموع                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                |
| ١٣ %           | ١٨    | مذيع<br>مقدم برامج<br>محرر<br>محرر مترجم<br>معد<br>معد ومقدم برامج<br>مخرج<br>مساعد مخرج<br>مراسل<br>أخرى                                                                                                                                                                                                                                    | الوظيفة :      |
| ٩.٤ %          | ١٣    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                |
| ٢١.٦ %         | ٣٠    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                |
| ١٦.٥ %         | ٢٣    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                |
| ٩.٤ %          | ١٣    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                |
| ٣.٦ %          | ٥     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                |
| ١٢.٢ %         | ١٧    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                |
| ٢.١ %          | ٣     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                |
| ٦.٥ %          | ٩     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                |
| ٥.٧ %          | ٨     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                |
| ١٠٠ %          | ١٣٩   | المجموع                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                |
| ٣٧.٤ %         | ٥٢    | ( مسموعة ٢٩ - مرئية ١٧ -البرامج الإخبارية والسياسية ٦ )<br>قطاع الإذاعة( البرنامج العام ١٢ - صوت العرب ٢٧ - الشبكة الثقافية ٢ )<br>قطاع النيل للقنوات المتخصصة ( الدراما ٨ - الثقافية ١٠ - المنوعات ٩ )<br>قطاع التلفزيون ( القناة الأولى ٨ - القناة الثانية ٥ )<br>قطاع الفضائي ( الفضائية الأولى ٢ - النيل الدولية ٣ - المصرية الثانية ١ ) |                |
| ٢٩.٥ %         | ٤١    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                |
| ١٩.٤ %         | ٢٧    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                |
| ٩.٤ %          | ١٣    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                |
| ٤.٣ %          | ٦     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                |
| ١٠٠ %          | ١٣٩   | المجموع                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                |
| ٥١.١ %         | ٧١    | ( ٢٥ - ٣٥ )<br>( ٣٥ - ٤٥ )<br>( ٤٥ - ٥٥ )<br>( ٥٥ فأكثر )                                                                                                                                                                                                                                                                                    | العمر :        |
| ٣٦.٧ %         | ٥١    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                |
| ١٢.٢ %         | ١٧    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                |
| -              | -     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                |
| ١٠٠            | ١٣٩   | المجموع                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                |
| ٨٤.٩ %         | ١١٨   | جامعي<br>فوق الجامعي                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | المؤهل :       |
| ١٥.١ %         | ٢١    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                |
| ١٠٠ %          | ١٣٩   | المجموع                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                |
| ٤١.٧ %         | ٥٨    | ( ٢ - ٤ )<br>( ٤ - ٦ )                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | سنوات الخبرة : |
| ١٨.٧ %         | ٢٦    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                |

|        |     |                    |
|--------|-----|--------------------|
| ٢٧.٣ % | ٣٨  | ( ٦ فأكثر )        |
| ١٢.٢ % | ١٧  | لا توجد سنوات خبرة |
| ١٠٠ %  | ١٣٩ | المجموع            |
| ١٨ %   | ٢٥  | ( ٢٠٠ - ٤٠٠ )      |
| ٢٠.٩ % | ٢٩  | ( ٤٠٠ - ٦٠٠ )      |
| ٢١.٥ % | ٣٠  | ( ٦٠٠ - ٨٠٠ )      |
| ٣٦.٧ % | ٥١  | ( ٨٠٠ جنيه فأكثر ) |
| ٢.٩ %  | ٤   | ( غير مبين )       |
| ١٠٠ %  | ١٣٩ | المجموع            |

من بيانات الجدول السابق يتضح الآتى :

**أولاً : النوع :** بلغت نسبة القائمين بالاتصال فى الراديو والتليفزيون الذين يعتمدون على الإنترنت من الذكور ٧١.٩ % مقابل نسبة ٢٨.١ % من الإناث من عينة الدراسة ويرجع انخفاض نسبة الإناث فى هذه الدراسة إلى عدم قيام بعض المذيعات ومقدمات البرامج والمخرجات والمحركات بالإذاعة والتليفزيون المصري بإعادة استمارات الاستبيان للباحث بعد استلامها منه شخصياً لاستيفائها متطلبات بالنسيان تارة ولضغوط العمل وعدم وجود وقت فراغ لديهن سواء فى العمل أو فى المنزل تارة أخرى وهذه النتيجة لا توحى بوجود فروق جوهرية بين الذكور والإناث فى الاعتماد على الإنترنت علماً بأن بعض الدراسات الحديثة قد كشفت عن انخفاض نسبة الإناث بين مستخدمي الإنترنت في الدول العربية مقارنة بباقي دول العالم، حيث أظهرت دراسة أن نسبة الإناث اللاتي يستخدمن الإنترنت تصل إلى ٤ % فقط في العالم العربي، بينما تصل هذه النسبة في الولايات المتحدة الأمريكية إلى ٥١ %، وفي السويد إلى ٤٨ %، و ٣٧ % في ألمانيا ( ٥٣ ) ، كما أجريت دراسة على الأطفال وتلاميذ المدارس وطلاب الجامعات والمعلمين الجدد فى مراحل التعليم المختلفة وقد أظهرت هذه الدراسة أن الإناث بصفة عامة يعانون بدرجة عالية من قلق الكمبيوتر بالمقارنة مع الذكور بمعنى أنهم أقل ثقة فى قدرتهن على استخدام برامج الكمبيوتر والتعامل مع أنظمة التشغيل ( ٥٤ ) .

**ثانياً : الوظيفة :**

\* بلغت نسبة المذيعين فى عينة الدراسة ( ١٣ % ) ومقدمى البرامج ( ٩.٤ % ) والمحريين ( ٢١.٦ % ) ومحرر مترجم ( ١٦.٥ % ) ومعدى برامج ( ٩.٤ % ) ومعد ومقدم برامج ( ٣.٦ % ) ومخرجين ( ١٢.٢ % ) ومساعد مخرج ( ٢.١ % ) ومراسلين ( ٦.٥ % ) ونسبة ( ٥.٧ % ) للوظائف الأخرى وهى : كبير محررين ومدير إنتاج ومسجل صوت ومدير إدارة التصوير بالكاميرات المحمولة ومدير إدارة الترجمة الفورية الإنجليزية ومنسق أقمار صناعية ومصمم جرافيك ومنسق إخبارى ورياضى .

وقد سهل عمل الباحث السابق بالإذاعة ( رئيس قسم البرامج السياسية ) اختيار عينة الدراسة من عدة قطاعات باتحاد الإذاعة والتليفزيون وذلك على النحو التالي :

\* قطاع الأخبار حيث بلغت عينة الدراسة ٥٢ مفردة بنسبة ٣٧.٤ % وقد اختار الباحث عينة من الإدارة المركزية للأخبار المسموعة بلغت ( ٢٩ مفردة ) ومن الإدارة المركزية للأخبار المرئية ( ١٧ مفردة ) ومن الإدارة المركزية للبرامج الإخبارية والسياسية ( ٦ مفردات ) .

\* بلغت عينة الدراسة من قطاع الإذاعة ٤١ مفردة بنسبة ٢٩.٥ % واختار الباحث من شبكة البرنامج العام ( ١٢ مفردة ) ومن شبكة صوت العرب خاصة إدارة الشؤون القومية والإدارة الثقافية ( ٢٧ مفردة ) ومفردتان من الشبكة الثقافية .

\* بلغت عينة الدراسة من قطاع النيل للقنوات المتخصصة ٢٧ مفردة بنسبة ١٩.٤ % واختار الباحث عينة من قناة النيل للدراما بلغت ( ٨ مفردات ) و ١٠ مفردات من قناة النيل الثقافية و ٩ مفردات من قناة المنوعات .

\* بلغت عينة الدراسة من قطاع التلفزيون ١٣ مفردة بنسبة ٩.٤ % وتم اختيار ٨ مفردات من القناة الأولى خاصة الإدارة العامة لإخراج البرامج ( ٣ مفردات ) والإدارة العامة للمنوعات ( مفردتان ) وإدارة مذيعة الربط ( ٣ مفردات ) . وتم اختيار ٥ مفردات من القناة الثانية خاصة الإدارة العامة للتنفيذ ( ٣ مفردات ) والإدارة العامة للبرامج الثقافية ومفردة من إدارة مذيعة الربط .

\* بلغت عينة الدراسة من القطاع الفضائي ٦ مفردات بنسبة ٤.٣ % وتم اختيار مفردتان من الفضائية المصرية وثلاث مفردات من قناة النيل الدولية ومفردة من القناة المصرية ٢ .

### ثالثاً : العمر :

\* إن نسبة القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون عينة الدراسة الذين يعتمدون على شبكة الإنترنت فى الفئة العمرية ( ٢٥ - ٣٥ ) بلغت ٥١.١ % أى أن فئة الشباب جاءت فى المرتبة الأولى يليها الفئة العمرية ( ٣٥ - ٤٥ ) بنسبة ٣٦.٧ % ثم الفئة العمرية ( ٤٥ - ٥٥ ) بنسبة ١٢.٢ % . وهذا مؤشر للتغيرات الاجتماعية لدى الأجيال الحالية من الشباب وليس دليلاً على ارتفاع نسبة المتعاملين مع الإنترنت بشكل مجرد كما أنه مؤشر على عدم ولوج الإنسان العربي فى عالم الإنترنت بشكل يقارن بدول العالم الثالث أو المتقدم فحتى كبار السن ( فوق ٧٠ سنة ) فى الولايات المتحدة تعتبر هذه أكثر فئة عمرية تدخل الإنترنت بوتيرة أسرع من أي فئة أخرى فلقد وجدت هذه الفئة فى الإنترنت سلوى لهم ووسيلة اتصال وتواصل مع ذويهم وأصدقائهم ( ٥٥ ) .

\* تؤكد هذه النتيجة وجود فروق جوهرية بين القائمين بالاتصال فى الإذاعة من المراحل العمرية المختلفة والاعتماد على الإنترنت .

### رابعاً : المؤهل الدراسي :

أن نسبة ٨٤.٩ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون حاصلون على مؤهل جامعى وأن نسبة ١٥.١ % حاصلون على مؤهل فوق الجامعى وهذه النتيجة تبين ارتفاع المستوى التعليمي والثقافي لعينة الدراسة وبالتالي ارتفاع درجة الوعي لديهم .

### خامساً : سنوات الخبرة :

تعد الخبرة من العوامل الهامة والمؤثرة فى عمل القائم بالاتصال حيث تلعب دوراً فى زيادة اهتمامه الشخصي بالمهنة وقد أثبت تطبيق Jespen لمقياس جوتمان على العاملين فى مجال الأخبار وجود فروق جوهرية بين العاملين حديثي العمل والرواد حول مستقبل المهنة واعتبارها أداة للتعبير عن الذات ( ٥٦ ) .

ويتحدد الهدف من وراء تطرق الدراسة لمعرفة خبرة القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون بالكمبيوتر والإنترنت فى ضوء الارتباط الوثيق بين زيادة مستوى الخبرة وبين ارتفاع كفاءة الأداء الإذاعي وتميزه وبالتالي انعكاسه على الهوية وعلى هذا الأساس توصلت الدراسة إلى البيانات التالية :

\* نسبة ٤١.٧ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون عينة الدراسة تتراوح خبرتهم فى مجال الكمبيوتر بين سنتين وأربع سنوات .

\* بلغت نسبة الذين تتراوح خبرتهم فى مجال الكمبيوتر ما بين أربع سنوات وست سنوات ١٨.٧ % .

\* أما القائمين بالاتصال فى الإذاعة الذين لهم خبرة سنوات فأكثر فى مجال الكمبيوتر فقد بلغت نسبتهم ٢٧.٣ % .

\* إن نسبة ١٢.٢ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون لا توجد لهم أية خبرة فى مجال الكمبيوتر وهذه نسبة كبيرة وتحتاج إلى إعادة نظر من القائمين على الإعلام المصري بضرورة تأهيل وتدريب كل القائمين بالاتصال فى الإذاعة والتلفزيون على هذه الوسيلة التكنولوجية التى أصبحت ضرورية لأى إعلامى .

### سادساً : الدخل الشهري بالجنيه المصرى :

أكدت نتائج العديد من الدراسات على أهمية الدخل كمتغير هام يؤثر فى مستوى رضا القائمين بالاتصال فى أكثر من مجال من مجالات العمل الإعلامى ( ٥٧ ) وفي هذا الإطار توصلت الدراسة إلي ما يلي :

\* القائمون بالاتصال فى الراديو والتليفزيون عينة الدراسة الذين دخلهم الشهري ( ٨٠٠ جنيه فأكثر ) بلغت نسبتهم ٣٦.٧ % فى حين الذين تتراوح دخولهم ما بين ( ٦٠٠ – ٨٠٠ جنيه ) قد بلغت نسبتهم ٢١.٥ % ونسبة ٢٠.٩ % للذين تتراوح دخولهم ما بين ( ٤٠٠ – ٦٠٠ جنيه ) ونسبة ١٨ % للذين تتراوح دخولهم ما بين ( ٢٠٠ – ٤٠٠ جنيه ) أما الذين لم يبينوا دخولهم فقد بلغت نسبتهم ٢.٩ % .

ثانياً : اعتماد القائم بالاتصال فى الراديو والتليفزيون على الإنترنت وهويته الشخصية .  
١ - : كثافة اعتماد القائم بالاتصال فى الراديو والتليفزيون على الإنترنت .

### جدول رقم ( ٢ )

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لكثافة الاعتماد على الإنترنت

| كثافة اعتماد القائم بالاتصال على الإنترنت |       |                |
|-------------------------------------------|-------|----------------|
| الاستجابة                                 | العدد | النسبة المئوية |
| دائماً                                    | ٦٠    | ٤٣.٢ %         |
| أحياناً                                   | ٦١    | ٤٣.٩ %         |
| نادراً                                    | ١٨    | ١٢.٩ %         |
| جملة من سئلوا                             | ١٣٩   | ١٠٠ %          |

تشير بيانات الجدول السابق إلي ما يلي :

\* بلغت نسبة القائمين بالاتصال فى الراديو والتليفزيون الذين يعتمدون على شبكة الإنترنت بصفة دائمة ٤٣.٢ % والذين يعتمدون عليها أحياناً ٤٣.٩ % أما الذين لا يعتمدون على الإنترنت نهائياً فقد بلغت نسبتهم ١٢.٩ % وتشير هذه النتائج إلي ارتفاع معدل اعتماد القائم بالاتصال فى الإذاعة على الإنترنت التي فرضت نفسها على الساحة الإعلامية خلال السنوات القليلة الماضية .

٢ - المعدل اليومي لاعتماد القائم بالاتصال فى الراديو والتليفزيون على الإنترنت .

### جدول رقم ( ٣ )

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لمعدل الاعتماد على الإنترنت

| المعدل اليومي لاعتماد القائم بالاتصال على الإنترنت |       |                |
|----------------------------------------------------|-------|----------------|
| عدد الساعات                                        | العدد | النسبة المئوية |
| أقل من ساعة فى اليوم                               | ١     | ٠.٧ %          |
| ساعة واحدة يومياً                                  | ٥٦    | ٤٠.٣ %         |
| ساعتان                                             | ٤٣    | ٣٠.٩ %         |
| أربع ساعات                                         | ١٣    | ٩.٤ %          |
| ست ساعات                                           | ٦     | ٤.٣ %          |
| حسب الظروف                                         | ٢٠    | ١٤.٤ %         |
| جملة من سئلوا                                      | ١٣٩   | ١٠٠ %          |

تشير بيانات الجدول السابق إلي ما يلي :

\* إن أعلى معدل اعتماد القائم بالاتصال فى الراديو والتليفزيون على الإنترنت هى ساعة واحدة يومياً حيث بلغت نسبة من قال ذلك ٤٠.٣ % فى حين بلغت نسبة من يعتمدون عليه لمدة ساعتين يومياً ٣٠.٩ % يليها نسبة ١٤.٤ % لمن لا يرتبط بعدد معين من الساعات بل وفقاً للظروف .

\* بلغت نسبة القائمين بالاتصال فى الراديو والتليفزيون الذين يعتمدون على الإنترنت لمدة أربع ساعات يوماً ٩.٤ % فى حين بلغت نسبة من يعتمدون على الإنترنت لمدة ست ساعات يومياً ٤.٣ % .

\* وتشير النتائج السابقة إلى تزايد الاعتماد على الإنترنت فى الإذاعة والتليفزيون المصرى وقد ظهرت أبحاث تتعلق بالاستخدام وتسمى ظاهرة إدمان الإنترنت حيث تتنامى البحوث النفسية التى تؤكد أن الاستخدام المبالغ فيه لشبكة الإنترنت يسبب إدماناً قريباً نوعاً فى طبيعته من الأدمان الذى تسببه المخدرات والمشروبات الكحولية أما عن أعراض إدمان الإنترنت فتتمثل فى التحمل أى الميل إلى زيادة استخدام الإنترنت لإشباع الرغبة نفسها التى كانت تشبعها من قبل ساعات أقل ( ٥٨ ) .

### ٣ - أسباب اعتماد القائم بالاتصال فى الراديو والتليفزيون على الإنترنت :

#### جدول رقم ( ٤ )

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لأسباب الاعتماد على الإنترنت

| الأسباب                              | توزيع إجابات | النسبة المئوية |
|--------------------------------------|--------------|----------------|
| الحصول على المعلومات من أكثر من مصدر | ٩٣           | ٦٦.٩ %         |
| التعليم والثقافة بصفة عامة           | ٧٤           | ٥٣.٢ %         |
| فهم الأحداث العربية وتفسيرها         | ٥٣           | ٣٨.١ %         |
| التعرف على القضايا الأجنبية          | ٤٥           | ٣٢.٤ %         |
| التخاطب والتواصل مع الآخرين          | ٤٣           | ٣٠.٩ %         |
| التسلية والترفيه والشعور بالمتعة     | ٣٣           | ٢٣.٧ %         |
| التعرف على الأحداث المحلية           | ٢٤           | ١٧.٣ %         |
| المساعدة فى اتخاذ القرار             | ٢٢           | ١٥.٨ %         |
| أسباب أخرى                           | ١٤           | ١٠.١ %         |
| الإجمالى                             | ٤٠١          |                |

توضح بيانات الجدول السابق الآتي :

- يعتمد القائم بالاتصال فى الراديو والتليفزيون على شبكة الإنترنت لعدة أسباب حيث جاء سبب الحصول على المعلومات من أكثر من مصدر فى مقدمة الأسباب بنسبة ٦٦.٩ % يليه سبب التعليم والثقافة بصفة عامة بنسبة ٥٣.٢ % ثم فهم الأحداث العربية وتفسيرها بنسبة ٣٨.١ % ثم التعرف على القضايا الأجنبية بنسبة ٣٢.٤ % فالتخاطب والتواصل مع الآخرين بنسبة ٣٠.٩ % فالتسلية والترفيه والشعور بالمتعة بنسبة ٢٣.٧ % فالتعرف على الأحداث المحلية بنسبة ١٧.٣ % فالمساعدة فى اتخاذ القرار بنسبة ١٥.٨ % فأسباب أخرى بنسبة ١٠.١ % وهى : المراسلات عبر البريد الإلكتروني - متطلبات العمل - عمل دراسات للتعرف على وجهات النظر العربية والأجنبية المؤيدة أو المعارضة لمصر - إعداد رسالة الدكتوراه فى التصوير الإخباري - التعرف على مختلف الآراء حول قضية من القضايا الراهنة .

تؤكد هذه النتائج أهمية الإنترنت للقائم بالاتصال فى الراديو والتليفزيون كمصدر للمعلومات فى شتى جوانب المعرفة ومصدراً للحصول على الأخبار من مصادر متعددة من وكالات الأنباء الأجنبية والعربية والصحف والمجلات المحلية والعالمية وشبكات التليفزيون الأجنبية .

#### ٤ - مدى اعتماد القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون على الدورات التدريبية في مجال الكمبيوتر :

يعتبر التدريب من المحاور الأساسية في تطوير القوى العاملة وتنميتها في أى مؤسسة من المؤسسات ( ٥٩ ) كما يمثل حلقة أساسية في العملية الإدارية حيث يتيح الفرصة للفرد لممارسة مهامه عملياً وتطبيق ما اكتسبه من معلومات ومعارف دراسية أثناء التدريب لذا يحتل التدريب مكانة مرموقة كأحد الوسائل التي لا غنى عنها في مجال تطوير العمل وزيادة كفاءة الفرد في أداء عمله ورفع مستويات أدائه ( ٦٠ ) ومساعدته على اكتساب مهارات جديدة متعمقة بعمله وتعميق حصيلة الخبرة المكتسبة لديه ويجعلها مخزوناً أكثر تنظيماً وزيادة قدرته على التفكير المبدع بما يمكنه من التكيف مع عمله ومواجهة مشكلاته ( ٦١ ) وفيما يتعلق بالدورات التدريبية والتأهيلية التي حصل عليها القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون في مجالي الكمبيوتر والإنترنت يوضح الجدول التالي ذلك :

#### جدول رقم ( ٥ )

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لحصول القائم بالاتصال على دورات تدريبية في الكمبيوتر

| الالتحاق بدورات تدريبية في الكمبيوتر |       |                |
|--------------------------------------|-------|----------------|
| الاستجابة                            | العدد | النسبة المئوية |
| نعم                                  | ٧٦    | ٥٤.٧ %         |
| لا                                   | ٦٣    | ٤٥.٣ %         |
| جملة من سُئلوا                       | ١٣٩   | ١٠٠ %          |

بقراءة بيانات الجدول السابق يتضح ما يلي :

\* أكدت نسبة ٥٤.٧ % من القائمين بالاتصال في الراديو والتلفزيون أنهم التحقوا بدورات تدريبية في مجال الكمبيوتر خاصة دورات في البرمجة والويندوز - الأوفس - أكسس - الورد - الأكسل - الدوس - بور بوينت - لغات الكمبيوتر ( الجافا - فيجوال بيزيك - الكوبون ) .

\* قالت نسبة ٤٥.٣ % من القائمين بالاتصال عينة الدراسة بأنهم لم يلتحقوا بأية دورات تدريبية في مجال الكمبيوتر وهي نسبة كبيرة .

#### ٥ - مدى اعتماد القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون على الدورات التدريبية في مجال الإنترنت :

#### جدول رقم ( ٦ )

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لحصول القائم بالاتصال على دورات تدريبية في الإنترنت

| الالتحاق بدورات تدريبية في الإنترنت |       |                |
|-------------------------------------|-------|----------------|
| الاستجابة                           | العدد | النسبة المئوية |
| نعم                                 | ٣٢    | ٢٣ %           |
| لا                                  | ١٠٧   | ٧٧ %           |
| جملة من سُئلوا                      | ١٣٩   | ١٠٠ %          |

تشير بيانات الجدول السابق إلى التالي :

\* ذكرت نسبة ٢٣ % من القائمين بالاتصال في الراديو والتلفزيون أنهم التحقوا بدورات تدريبية في مجال الإنترنت خاصة دورات في برمجة للشبكة - تصميم شبكي - أمن الإنترنت \* أكدت نسبة ٧٧ % من القائمين بالاتصال في الراديو والتلفزيون أنهم لم يلتحقوا بأية دورات تدريبية في مجال الإنترنت وهي نسبة عالية جداً .

\* تشير البيانات السابقة إلي أن القائمين بالاتصال في الراديو والتلفزيون لم يتم تدريبهم وتأهيلهم التأهيل الكافي كي يعتمدوا في عملهم على الكمبيوتر وشبكة الإنترنت مما ينعكس بالسلب على مستوى أدائهم الإعلامي والفكري .

## ٦- اعتماد القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون على الإنترنت في شراء المنتجات الأجنبية

انتشرت الإعلانات التجارية ذات المسميات والتراكيب الأجنبية الغربية على الذوق العربي عبر مختلف وسائط الإعلام الأجنبية والعربية التي تهدف إلي تحويل الإنسان العربي إلي أداة استهلاكية للبضائع الأجنبية والثقافة الغربية مع اكتسائه ثوباً زائفاً من المدنية والعادات الدخيلة على تقاليد ومثل وأخلاقية البيئة العربية ( ٦٢ ) كما يعتبر الترويج الإعلامي لنمط من الحياة الاستهلاكية وعلى حساب المواطن العربي ذاته عاملاً مؤثراً في تدمير الذوق الجمالي وتخريب معايير الثقافة العربية، ( ٦٣ ) وتوضح دراسة أن المستهلكين في العالم العربي أنفقوا نحو ٩٥ مليون دولار لإنجاز عمليات شراء عبر الإنترنت وشبكات التجارة العالمية الإلكترونية عام ١٩٩٨ وأن نسبتهم زادت من ٤ % إلى ٩ % عام ٢٠٠١ كما أوضحت الدراسة أن ٨٢ % من المشتريات تتم من خلال مواقع إنترنت خاصة بشركات تجزئة عالمية وأن ٤٨ % من المتسوقين عزوا سبب الشراء من خلال الإنترنت ومواقع التجارة الإلكترونية إلي عدم وجود السلعة المطلوبة في الأسواق المحلية ( ٦٤ ) وتوضح نتائج الجدول التالي مدى اعتماد القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون على الإنترنت في شراء السلع الأجنبية ؟

### جدول رقم ( ٧ )

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لاعتماد القائم بالاتصال على الإنترنت في شراء السلع الأجنبية

| الاستجابة     | العدد | النسبة المئوية |
|---------------|-------|----------------|
| نعم           | ٢     | ١.٤ %          |
| إلى حد ما     | ٤٥    | ٣٢.٤ %         |
| لا            | ٩٢    | ٦٦.٢ %         |
| جملة من سنلوا | ١٣٩   | ١٠٠ %          |

تشير بيانات الجدول السابق إلي ما يلي :

\* أكدت نسبة ١.٤ % من القائمين بالاتصال في الراديو والتلفزيون عينة الدراسة وهي نسبة ضئيلة للغاية أن الإنترنت شجعه على شراء واقتناء كل ما هو أجنبي .

\* ذكرت نسبة ٣٢.٤ % من عينة الدراسة أن الإنترنت شجعه إلي حد ما على شراء المنتجات الأجنبية .

\* نفت نسبة ٦٦.٢ % من عينة الدراسة وهي نسبة كبيرة من أن الإنترنت قد دفعهم على اقتناء أو شراء أي منتجات أجنبية وهذا قد يرجع إلي أن التجارة الإلكترونية لا تزال في مراحلها الأولى وتواجه العديد من الصعاب والمشكلات ذات الصلة برغبة المستهلكين في رؤية السلع عن قرب قبل اتخاذ القرار الشرائي ( ٦٥ ) على الرغم من أن الإنترنت يمثل مجالاً حيويًا لنمو التجارة الإلكترونية والمزايا العديدة التي تسمح بها هذه التجارة ولهذا يستخدم ٨٤ % من رجال الأعمال والمصدرين في مصر شبكة الإنترنت في عقد صفقاتهم التجارية والتعريف بالمنتج ونوعيته وأسعاره ( ٦٦ ) .

## ٧- اعتماد القائم بالاتصال على الإنترنت وتأثيرها في القراءة والاطلاع .

### جدول رقم ( ٨ )

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لتأثير الإنترنت على قراءة واطلاع القائم بالاتصال

| الاستجابة | العدد | النسبة المئوية |
|-----------|-------|----------------|
| نعم       | ١٣    | ٩.٤ %          |
| إلى حد ما | ٦١    | ٤٣.٩ %         |

|                |     |        |
|----------------|-----|--------|
| لا             | ٦٥  | ٤٦.٧ % |
| جملة من سُئلوا | ١٣٩ | ١٠٠ %  |

تشير بيانات الجدول السابق إلي ما يلي :

- \* ذكرت نسبة ٩.٤ % من القائمين بالاتصال في الراديو والتلفزيون أن اعتمادهم على الإنترنت أدى تماماً إلى انخفاض مستوى القراءة العامة والاطلاع لديهم .
- \* قالت نسبة ٤٣.٩ % من القائمين بالاتصال في الراديو والتلفزيون إن اعتمادهم على الإنترنت أدى إلي حد ما إلي انخفاض مستوى القراءة العامة والاطلاع لديهم .
- \* نفت نسبة ٤٦.٧ % من القائمين بالاتصال في الراديو والتلفزيون أن اعتمادهم على الإنترنت لم تؤد نهائياً إلي انخفاض مستوى القراءة العامة والاطلاع لديهم .
- ٨- اعتماد القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون على الإنترنت في علاقاته الاجتماعية.

طُرح سؤال على القائمين بالاتصال في الراديو والتلفزيون كالتالي :  
هل اعتماد القائمين بالاتصال في الراديو والتلفزيون على الإنترنت يؤدي إلي إشاعة الفردية والإنطوائية والانعزالية لديهم ؟ ويوضح الجدول رقم ( ٩ ) الإجابة عن هذا التساؤل على النحو التالي :

#### جدول رقم ( ٩ )

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لأثر الإنترنت في عزلة وانطواء القائم بالاتصال

| أثر الإنترنت في عزلة القائم بالاتصال |       |                |
|--------------------------------------|-------|----------------|
| الاستجابة                            | العدد | النسبة المئوية |
| نعم                                  | ٢١    | ١٥.١ %         |
| إلي حد ما                            | ٦٧    | ٤٨.٢ %         |
| لا                                   | ٥١    | ٣٦.٧ %         |
| جملة من سُئلوا                       | ١٣٩   | ١٠٠ %          |

تشير بيانات الجدول السابق إلي ما يلي :

- \* قالت نسبة ١٥.١ % من القائمين بالاتصال في الراديو والتلفزيون إن اعتمادهم على الإنترنت أدى إلي عزلتهم وانطوائهم على أنفسهم مما قلل من أصدقائهم .
- \* ذكرت نسبة ٤٨.٢ % من القائمين بالاتصال في الراديو والتلفزيون عينة الدراسة أن اعتمادهم على الإنترنت أدى إلي حد ما إلي عزلتهم وانطوائهم على أنفسهم .
- \* أكدت نسبة ٣٦.٧ % من القائمين بالاتصال في الراديو والتلفزيون عينة الدراسة أن اعتمادهم على الإنترنت لم يؤد نهائياً إلي عزلتهم وانطوائهم على أنفسهم .
- هل اعتماد القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون على الإنترنت أثر في علاقاته الاجتماعية ؟

#### جدول رقم ( ١٠ )

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لأثر الإنترنت في المشاركة الاجتماعية للقائم بالاتصال

| أثر الإنترنت في المشاركة الاجتماعية |       |                |
|-------------------------------------|-------|----------------|
| الاستجابة                           | العدد | النسبة المئوية |
| نعم                                 | ١١    | ٨ %            |
| إلي حد ما                           | ٤٥    | ٣٢.٣ %         |
| لا                                  | ٨٣    | ٥٩.٧ %         |
| جملة من سُئلوا                      | ١٣٩   | ١٠٠ %          |

تشير بيانات الجدول السابق إلي ما يلي :

\* أكدت نسبة ٥٩.٧ % من القائمين بالاتصال في الراديو والتلفزيون أن الإنترنت لم تؤثر في علاقاتهم الاجتماعية ومشاركتهم في أي عمل جماعي .

\* ذكرت نسبة ٣٢.٣ % من القائمين بالاتصال في الراديو والتلفزيون عينة الدراسة أن الإنترنت أثرت إلى حد ما في علاقاتهم الاجتماعية حيث قللت من زياراتهم للأقارب والأصدقاء

\* قالت نسبة ٨ % من القائمين بالاتصال في الراديو والتلفزيون عينة الدراسة أن الإنترنت أثرت تماماً في علاقاتهم الاجتماعية ومشاركتهم في الأعمال الجماعية .

\* تشير نتائج الجدولين السابقين ( ٩ ) و ( ١٠ ) إلي أن الإنترنت لم تؤثر بالسلب على العلاقات الاجتماعية للقائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون وهذه النتائج تتفق مع نتيجة دراسة اجتماعية استمرت ثلاث سنوات وأشارت إلي أن وجود شبكة الإنترنت وإتاحة استخدامها يشجع على مزيد من التفاعل الاجتماعي وتوسيع نطاق العلاقات المحلية وتعزيزها بين الجيران والأقارب من العائلة الواحدة وبين الأصدقاء كما توصلت الدراسة إلي أن الذين لديهم اتصال بالشبكة الرقمية السريعة يعرفون جيرانهم ويتحدثون إليهم ويزورونهم أيضاً وثبت أن الذين يتصلون بالشبكة الدولية تعرفوا على جيرانهم بمقدار ثلاثة أضعاف غير المتصلين بالشبكة ويتحدثون إلي جيرانهم بمقدار ضعف ما يفعله غير المشتركين فيها وثبت أن المشتركين في الإنترنت يتصلون بغيرهم هاتفياً خمسة أضعاف غير المشتركين فيها ويرسلون في المتوسط أربع رسائل إلكترونية إلي آخرين من نفس سكان المنطقة شهرياً كما أن الاتصالات بين المشتركين في الإنترنت أكثر عدداً وحميمة وكذلك مع الأقارب الذين يعيشون في أماكن بعيدة والاشتراك في الإنترنت يعنى ارتفاع احتمالات تعرف المشتركين على جيرانهم ومعرفة آخرين أبعد من مستوى الحي السكنى مقارنة بغير المشتركين في الشبكة الرقمية الذين لا يتصلون إلا بالجيران القريبين جداً ( ٦٧ ) .

#### ٩ - الضغوط المهنية للقائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون :

حاولت الدراسة الوقوف على مدى تعرض القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون لضغوط في عمله ثم رصد طبيعة أو نوعية تلك الضغوط وما إذا كانت داخل مبنى الإذاعة والتلفزيون في إطار علاقة القائم بالاتصال في الإذاعة برؤسائه أو مع زملائه أم ضغوط خارج العمل ثم محاولة معرفة تأثير ما يواجهه من ضغوط على هويته الشخصية ونعرض فيما يلي لبيان النتائج والمؤشرات المستخلصة .

#### جدول رقم ( ١١ )

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لمدى تعرض القائم بالاتصال لضغوط في العمل .

| الاستجابة     | العدد | النسبة المئوية |
|---------------|-------|----------------|
| دائماً        | ٣٢    | ٢٣ %           |
| أحياناً       | ٧٥    | ٥٤ %           |
| نادراً        | ٣٢    | ٢٣ %           |
| جملة من سئلوا | ١٣٩   | ١٠٠ %          |

تشير بيانات الجدول السابق الى ما يلي :

\* قالت نسبة ٥٤ % من القائمين بالاتصال في الراديو والتلفزيون عينة الدراسة إنهم أحياناً يتعرضون للضغوط في عملهم الإذاعي .

\* تساوت نسبة ٢٣ % بين من قالوا بأنهم دائماً يتعرضون للضغوط في عملهم ومن قالوا بأنهم نادراً ما يتعرضون لضغوط خلال عملهم .

## جدول رقم ( ١٢ )

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لأنواع الضغوط التي تواجه القائم بالاتصال في العمل

| نوع الضغوط في العمل     |              |                |
|-------------------------|--------------|----------------|
| أبرز أنواع الضغوط       | توزيع إجابات | النسبة المئوية |
| ضعف الإمكانيات في العمل | ١٠٣          | ٧٤.١ %         |
| ضعف العائد المادي       | ٧٦           | ٥٤.٧ %         |
| ضغوط من الرؤساء         | ٥٠           | ٣٦ %           |
| ضغوط من زملاء في العمل  | ٣٨           | ٢٧.٣ %         |
| ضغوط أخرى               | ١٦           | ١١.٥ %         |
| الإجمالي                | ٢٨٣          |                |

بقراءة بيانات الجدول السابق يتضح الآتي :

\* أوضحت نتائج الدراسة أن أكثر الضغوط بروزاً التي يتعرض لها القائم بالاتصال في الراديو والتليفزيون في عمله تلك المتعلقة بضعف الإمكانيات في العمل حيث احتلت المرتبة الأولى بنسبة ٧٤.١ % ويأتي في المرتبة الثانية ضعف العائد المادي بنسبة ٥٤.٧ % وهي نسبة مرتفعة نسبياً وتتفق هذه النتيجة إلي حد كبير مع حقيقة الأوضاع التي يعيشها المجتمع المصري من ارتفاع فاحش للأسعار لا يوازيه ارتفاع في المرتبات ثم ضغوط الرؤساء في العمل ٣٦ % ثم ضغوط زملاء العمل ٢٧.٣ % فنسبة ١١.٥ % للضغوط الأخرى وهي : ازدياد كم الإداريين والساعة أكثر من صانعي البرامج - عدم الوعي الاجتماعي في معظم القضايا - أساليب اختيار القيادات ونظام الترقية وغياب الحوار في العمل - الروتين والبيروقراطية وعدم الرغبة في التحديث في مجال العمل - غياب المهنية - افتقاد المثل والقوة - غياب الإدارة والتنظيم الجيد يؤدي إلى مشاكل العمل التي تعود على الفرد بضغوط كبيرة - البقاء بعد إنهاء العمل المطلوب لأنه ضياع للوقت هباء - ضغوط الحياة الاجتماعية والأسرية وتأثيرها على العمل - سوء الإدارة - قلة خبرة القيادات الإعلامية وسعيهم وراء مصالحهم الشخصية - عدم المساواة في توزيع العمل - فرض الرأي وعدم إعطاء أى مساحة للفكر - أمريكا - عدم ضبط مواعيد العمل واختلاف الآراء بين الرؤساء - تبعية العمل في مجال الأخبار وضيق المساحة الإخبارية المتاحة على الشاشة - التقيد بالروتين الحكومي .

ثالثاً: اعتماد القائم بالاتصال في الراديو والتليفزيون على الإنترنت وهويته الوطنية.

١- مفهوم الهوية المصرية لدى القائم بالاتصال في الراديو والتليفزيون .

يعتبر دور مصر الإقليمي دوراً متميزاً في العصور الفرعونية القديمة أو القبطية أو الإسلامية أو مصر الحديثة ولو تأملنا دورها على الأصعدة المختلفة لوجدنا أن التعددية في شخصيتها القومية قد أعطتها مرونة للحركة وقدرة على القيادة واتساعاً في الدور فمصر الفرعونية اشتغل شعبها بصناعة الحضارة في جانبيها الميثافيزيقي ( البحث في لغز الوجود والوصول إلي إرهابات التوحيد ) والمادي ( الأهرامات والمعابد والتماثيل ) ومصر المسيحية أعطت الدين الجديد مذاقاً خاصاً تجسد في كنيسها الوطنية المتفردة ومصر الإسلامية استقبلت آل البيت النبوي الكريم واستضافت الفكر الإسلامي الصحيح وقام أزهرها بدور الحارس للثقافة العربية والشريعة السمحاء لما يربو على ألف عام حتى الآن ومصر الإفريقية هي التي لعبت الدور التحرري والتنموي متجاوزة حدود إفريقيا الشمالية لتصل إلي أعماق القارة ( ٦٨ ) .

وتعد الهوية المصرية خط الدفاع الأول في مواجهة جميع التيارات الغربية علي مجتمعنا والوافدة علينا من الخارج التي يدفع بها البث الفضائي المتدفق في ظل ثورة الاتصالات الحديثة التي يشهدها العالم الآن في عصر تكنولوجيا الفضاء والسماوات المفتوحة وظاهرة العولمة بما قد تحمله من تناقضات قد لا تتناسب مع تقاليدنا وما قد تحدثه من تأثيرات سلبية علي سلوكيات

أجبالنا الجديدة ( ٦٩ ) ولذلك توضح نتائج الدراسة مفهوم الهوية المصرية لدى القائم بالاتصال فى الإذاعة .

### جدول رقم ( ١٣ )

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لمفهوم الهوية المصرية لدى القائم بالاتصال

| نوع الهوية     | العدد | النسبة المئوية |
|----------------|-------|----------------|
| إسلامية عربية  | ٨٩    | ٦٤ %           |
| عربية          | ١٩    | ١٣.٧ %         |
| مصرية فقط      | ١٥    | ١٠.٨ %         |
| فرعونية        | ٨     | ٥.٨ %          |
| إسلامية        | ٧     | ٥ %            |
| مسيحية         | ١     | ٠.٧ %          |
| جملة من سُئلوا | ١٣٩   | ١٠٠ %          |

طُرحت عدة اقتراحات على القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون لتحديد الهوية المصرية فجاءت اختياراتهم على النحو التالي :

إنها إسلامية عربية ( ٦٤ % ) - عربية ( ١٣.٧ % ) - مصرية فقط ( ١٠.٨ % ) - فرعونية ( ٥.٨ % ) - إسلامية ( ٥ % ) - مسيحية ( ٠.٧ % ) .

تشير هذه النتائج إلى أن العروبة والإسلام هما مصدران أساسيان للهوية لدى أفراد العينة حيث إن الأغلبية أكدت أهمية الاثنين معاً إذ يشكلان معاً الأهم فى مصادر الهوية وأن الهوية المصرية هى انتماء قومي يشارك فى محيطات سياسية وثقافية أوسع مثل الأمة العربية والأمة الإسلامية. وأنها تجمع بين أطراف متعددة وجوانب كثيرة خصبة وبين أبعاد وآفاق واسعة فهى قلب العالم العربى وهى واسطة العالم الإسلامى وهى حجر الزاوية فى العالم الإفريقى وهى فرعونية بالجد وعربية بالأب ( ٧٠ ) .

٢- أثر الهوية فى تحديد الدولة التى يتلقى فيها القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون دورات تدريبية على الإنترنت والكمبيوتر .

### جدول رقم ( ١٤ )

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لأثر الهوية فى اختيار الدولة لتلقى دورات تدريبية فيها على الإنترنت والكمبيوتر

| البلد                      | العدد | النسبة المئوية |
|----------------------------|-------|----------------|
| إحدى الدول الأوروبية       | ٥٧    | ٤١ %           |
| الولايات المتحدة الأمريكية | ٤٦    | ٣٣.١ %         |
| إحدى الدول العربية         | ٢٩    | ٢٠.٩ %         |
| إسرائيل                    | ٣     | ٢.٢ %          |
| إيران                      | ٢     | ١.٤ %          |
| تركيا                      | ٢     | ١.٤ %          |
| جملة من سُئلوا             | ١٣٩   | ١٠٠ %          |

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي :

عندما طُرح سؤال على القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون حول ما إذا أُتيحت لهم فرصة الالتحاق بدورات تدريبية على الإنترنت والكمبيوتر متساوية فى الميزات العلمية والتقنية أى بلد يختارون جاءت إجاباتهم كالتالى :

أ- فضلت نسبة ٤١ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتليفزيون الدول الأوروبية عن الدول العربية إذا أتيحت لهم فرصة الالتحاق بدورات تدريبية على الإنترنت والكمبيوتر متساوية فى الميزات العلمية والتقنية وذلك للأسباب التالية :

\* اهتمام الدول الأوروبية بالعلم والعلماء والتطور العلمي والتقني فى هذه الدول .

\* اختار بعض أفراد العينة فرنسا حيث إن لها خصوصيتها الثقافية وسياساتها المعتدلة واحترامها لحرىات الآخرين .

\* الاستفادة من التنوع الكبير فى الثقافات الأوروبية من خلال الاحتكاك بمتدربين ومدرسين

أوروبيين - تتمتع بمناخ كبير من الحرية واحترام حقوق الإنسان - للتعرف على البلد أكثر -

وجود طفرة تكنولوجية فى هذه الدول - للاستمتاع بالثقافة فى هذه الدول والتعرف أكثر وعن

قرب على حضارات هذه الدول - هذه الدول أكثر خبرة وأكثر تنظيماً - لتقدمها فى مجال

تكنولوجيا المعلومات والإنترنت - التقدم الهائل والمتنوع فى مجال البرمجيات والحاسبات -

\* سبق أن التحقت بدورات تدريبية فى إحدى الدول الأوروبية ولمست فيهم سعة الصدر فى الرد

على أية تساؤلات ولديهم درجة عالية من إتقان العمل .

\* وجود أقارب لى هناك .

\* إحدى الدول الأوروبية لزيادة التعاون الثقافي والعلمي معها وإن بعض هذه الدول تكون حيادية

تجاه القضايا العربية فى المحافل الدولية وتكون بعضها بجانب الحق العربى فى هذه المحافل .

\* امتلاكها أحدث الإنجازات التكنولوجية واحتوائها على خبرات مختلفة ومتنوعة .

ب - إن نسبة ٣٣.١ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتليفزيون عينة الدراسة إذا أتيحت

لهم فرصة الالتحاق بدورات تدريبية على الإنترنت والكمبيوتر متساوية فى الميزات العلمية والتقنية فإنهم

يفضلون الولايات المتحدة الأمريكية وذلك للأسباب التالية :

\* امتلاكها أحدث التقنيات فى مجال الإنترنت والمعلومات - لأنها أم العالم - البلد الذى ولدت

فيها الإنترنت - صاحبة أعلى نسبة من إنتاج مواقع الإنترنت - وجود كبريات شركات برامج

الكمبيوتر وصناعة البرمجيات بها مثل شركة مايكروسوفت - هى المصدر الأساسي والمركز

الرئيسي لشبكة الإنترنت - للتفوق الأمريكي فى المجالين العلمي والتقني - لديها أحدث

تكنولوجيا العصر - لأنها الأكثر تقدماً فى هذا المجال وهى الدولة التى اخترعت الكمبيوتر

والإنترنت - توافر الإمكانيات التكنولوجية والخبرات البشرية - هى البلد التكنولوجي الأول فى

العالم - الاستخدام الواسع للنترنت هناك .

ج - إن نسبة ٢٠.٩ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتليفزيون عينة الدراسة إذا أتيحت

لهم فرصة الالتحاق بدورات تدريبية على الإنترنت والكمبيوتر متساوية فى الميزات العلمية والتقنية فإنهم

يفضلون إحدى الدول العربية وذلك للأسباب التالية :

\* مصر لأنه مادامت الدورات متساوية فى الميزات العلمية والتقنية فلماذا اترك بلدى مصر ؟

\* مصر لأنها بلدى وبها نفس المميزات فما الذى يدعوني إلى اختيار غيرها .

\* تتمتع الدول العربية بالأمان والأمن .

\* إحدى دول الخليج لزيادة إمكانياتها المادية وتعد أكثر تقدماً فى مجال تكنولوجيا المعلومات

مقارنة بمصر .

\* للانتماء العربى وحبى للشعوب العربية - عدم قدرتى على اكتساب اللغة الإنجليزية أو لغات

أجنبية أخرى - سهولة اكتساب المعرفة - هناك مواقع عربية على الإنترنت فى منتهى القوة -

من أجل التواصل بين الأشقاء وسهولة التكامل فيما بيننا - للقرب الجغرافى والاجتماعى -

للحالة النفسية وتشابه العادات والتقاليد - ابغض كل الدول الأوروبية - سهولة التواصل الفكرى

بيني وبين القائمين على الدورة .

\* السعودية لأنها مجرد أمل للعيش فى اطمئنان ولو لحظة من العمر .

\* فلسطين لرغبتى فى زيارتها ومعايشة أهلها .

د - إن نسبة ٢.٢ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون عينة الدراسة إذا أُتيحت لهم فرصة الالتحاق بدورات تدريبية على الإنترنت والكمبيوتر متساوية فى الميزات العلمية والتقنية فإنهم يفضلون إسرائيل وذلك للأسباب التالية : لأعرف كيف يفكر عدوى - للإلمام بالفكر والثقافة والمعرفة الإسرائيلية - للتقدم التقنى الكبير الذى تتمتع به هذه الدولة العبرية والتعرف على أسرار هذا التقدم .

هـ- إن نسبة ١.٤ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون عينة الدراسة إذا أُتيحت لهم فرصة الالتحاق بدورات تدريبية على الإنترنت والكمبيوتر متساوية فى الميزات العلمية والتقنية فإنهم يفضلون إيران وذلك للأسباب التالية : لأنها دولة إسلامية ملتزمة - تعد قوة إقليمية لا يستهان بها .

و- إن نسبة ١.٤ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون عينة الدراسة إذا أُتيحت لهم فرصة الالتحاق بدورات تدريبية على الإنترنت والكمبيوتر متساوية فى الميزات العلمية والتقنية فإنهم يفضلون تركيا وذلك للأسباب التالية : لأنها كانت بلد الخلافة الإسلامية - لقربها الجغرافي .  
٣- أثر الهوية فى اختيار القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون لعمله فى الخارج .

### جدول رقم ( ١٥ )

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لأثر الهوية فى اختيار الدولة التى يفضلها القائم بالاتصال ليمارس فيها عمله الإعلامي

| النسبة المئوية | العدد | البلد                      |
|----------------|-------|----------------------------|
| ٤٨.٢ %         | ٦٧    | إحدى الدول العربية         |
| ٣٨.١ %         | ٥٣    | إحدى الدول الأوروبية       |
| ١٠.٨ %         | ١٥    | الولايات المتحدة الأمريكية |
| ١.٤ %          | ٢     | إيران                      |
| ٠.٧ %          | ١     | تركيا                      |
| ٠.٧ %          | ١     | إسرائيل                    |
| ١٠٠ %          | ١٣٩   | جملة من سُئلوا             |

تشير بيانات الجدول السابق إلى :

طُرح سؤال على القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون حول إذا أُتيحت لهم فرص عمل إعلامية متساوية فى الميزات الاقتصادية أى بلد يختارون جاءت إجاباتهم على النحو التالي :  
\* بلغت نسبة من يفضلون العمل فى إحدى الدول العربية ٤٨.٢ % يليها نسبة من يفضلون العمل فى إحدى الدول الأوروبية ٣٨.١ % ثم العمل فى الولايات المتحدة الأمريكية ١٠.٨ % ثم العمل فى إيران ١.٤ % ثم تركيا ٠.٧ % فإسرائيل ٠.٧ % .

\* تشير النتائج السابقة إلى أن معيار الاختيار الغالب للقائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون عينة الدراسة هو معيار تفضيل قائم على الانتماء العربى وهو ما يعنى أن الهوية العربية أقوى من أي تأثير آخر .

٤- أثر الهوية فى رؤية القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون لحل مشاكل مصر الاقتصادية

### جدول رقم ( ١٦ )

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لأثر الهوية فى اختيار القائم بالاتصال للدولة التى تتحالف معها مصر لحل مشكلات مصر الاقتصادية

| النسبة المئوية | العدد | الدول                      |
|----------------|-------|----------------------------|
| ٦١.٩ %         | ٨٦    | إحدى الدول العربية         |
| ٢٢.٣ %         | ٣١    | إحدى الدول الأوروبية       |
| ٥ %            | ٧     | الولايات المتحدة الأمريكية |
| ٥ %            | ٧     | إيران                      |

|                |     |       |
|----------------|-----|-------|
| روسيا          | ٦   | ٤.٣ % |
| تركيا          | ١   | ٠.٧ % |
| إسرائيل        | ١   | ٠.٧ % |
| جملة من سُئلوا | ١٣٩ | ١٠٠ % |

طُرح سؤال على القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون حول إذا افترض أن أمام مصر فرص متساوية لحل جميع مشاكلها الاقتصادية عن طريق التحالف مع إحدى الدول فأيهما يختار فجاءت إحدى الدول العربية في المرتبة الأولى بنسبة ( ٦١.٩ % ) ثم إحدى الدول الأوروبية في المرتبة الثانية بنسبة ( ٢٢.٣ % ) وتساوت نسبة ( ٥ % ) بين الولايات المتحدة الأمريكية وإيران ثم جاءت روسيا في المرتبة الرابعة بنسبة ( ٤.٣ % ) وتساوت نسبة ( ٠.٧ % ) بين تركيا وإسرائيل .

وإذا تأملنا هذه النتائج نجد أن اختيار القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون للدولة التي تتحالف معها مصر لحل مشاكلها الاقتصادية يتجه في الغالبية الجارفة إلى إحدى الدول العربية إذن فمعيار الاختيار الغالب لدى العينة هو معيار تفضيل قائم على الانتماء العربي وأن الهوية العربية والوجدان العربي لدى القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون أقوى من أى محاولات تأثير .

٥- رؤية القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون لأثر الإنترنت في دور المؤسسات التعليمية والثقافية في المجتمع .

#### جدول رقم ( ١٧ )

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لرؤية القائم بالاتصال لتأثير الإنترنت في المؤسسات التعليمية

| الاستجابة      | العدد | النسبة المئوية |
|----------------|-------|----------------|
| نعم            | ٨     | ٥.٨ %          |
| إلى حد ما      | ٤٢    | ٣٠.٢ %         |
| لا             | ٨٨    | ٦٣.٣ %         |
| لا أدري        | ١     | ٠.٧ %          |
| جملة من سُئلوا | ١٣٩   | ١٠٠ %          |

توضح بيانات الجدول السابق ما يلي :

\* نفت نسبة ٦٣.٣ % من القائمين بالاتصال في الراديو والتلفزيون عينة الدراسة وجود أى تأثير لشبكة الإنترنت على دور المؤسسات التعليمية والثقافية في المجتمع .

\* قالت نسبة ٣٠.٢ % من عينة الدراسة إن شبكة الإنترنت لها تأثير إلى حد ما في دور المؤسسات التعليمية والثقافية .

\* أكدت نسبة ٥.٨ % أن شبكة الإنترنت لها تأثير في دور المؤسسات التعليمية والثقافية في المجتمع .

\* إن نسبة ٠.٧ % من عينة الدراسة لا يدرون أى تأثير لشبكة الإنترنت في المجتمع .

رابعاً : اعتماد القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون على الإنترنت وهويته القومية .

١- مفهوم الهوية العربية لدى القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون .

إن ٤٢ مفردة من عينة الدراسة بنسبة ٣٠.٢ % أحجموا عن تعريف الهوية العربية ولم يدلوا بأى رأى أو تعليق حول هذا المفهوم . و ٩٧ مفردة بنسبة ٦٩.٨ % ذكروا مفاهيم مختلفة للهوية العربية على النحو التالي كما خطوها بأيديهم دون تدخل من الباحث في تعديل أية صياغة لأى مفهوم :

**فهناك من نظر إلى الهوية العربية على أنها شيء مستحيل فعرّفها بأنها " ضرب من ضروب الخيال العلمي " وأنها " الوحدة والتوحد " و " هي الانتماء " و " أن يكون للمجتمع العربي شخصية ثابتة ومحددة وان يكون قادرا على اتخاذ قرارات مصيرية " غير واضحة المعالم – معرفة ارتباط كل من هو عربي بالقضايا العربية – الوحدة بين الشعوب العربية – هي سمة افخر بها – التميز – الاستهداف من الخارج – توحى بالتآخي بين البلدان وهو غير موجود – توحى بالوحدة في الرأي والتعبير والقرار وهو غير موجود – الاتحاد بين الدول العربية – القيم والتاريخ – الالتزام بالمبادئ والقيم العربية والإسلامية في لجوئي إلى المواقع العربية على الإنترنت – كيان عربي متكامل – الشخصية أو السمات المشتركة بين العرب في مختلف البلاد – ثقافة عربية إسلامية متميزة لا تتأثر بالعولمة والامركة – بالماضي كانت تعنى الكثير أما الآن فإنها مجرد كلمة رنانة لا تعنى أكثر من لغة فقط – المصير – ثقافة عربية إسلامية متميزة لا تتأثر بالعوامل الخارجية – الهوية لم تصل إلى الدرجة من العلم والالتحام بالعالم الآخر – لا توجد هوية عربية – التقارب العربي – انتماء قوى إلى الوطن العربي – التوافق في كافة الرؤى العربية المستقبلية – الخصوصية – الانتماء للديانة الإسلامية – كل ما يتعلق بالقيم الثقافية والروحية والاجتماعية للشعوب العربية – سمات الشخصية العربية وانتمائها وولائها – الانتماء إلى المنطقة العربية ثقافيا وسياسيا واجتماعيا – الانتماء والحفاظ على كيان كإنسان عربي مسلم – الانتماء العربي – الهوية غير موجودة – الجوهر العربي – هي تعبير عن واقع وحقيقة تاريخية وجغرافية يحاول البعض تغييبها عمدا بلا جدوى – هي مدى شعور المواطن العربي بعروبته ومدى انتمائه لبلده – الشخصية المستقلة للعرب التي يتمتعون بها ويفردون بها عن سائر البلاد الأجنبية الأخرى – الشخصية العربية التي تمتلك الروح العربية الإسلامية بكل ما تحمله من صفات وآراء – المصير المشترك والمستقبل الواحد – لا توجد هوية عربية واحدة ولكنها عدة هويات – عندما يوجه لى هذا السؤال اشعر كائى فى حاجة لتحديد أولويات ولأني – توحى بحلم لم يتحقق – لا أعرف – الاندماج والتأثر بالمجتمع العربي والعيش في نسيج عاداته وتقاليده ووحدته – الاتحاد العربي – الوحدة – التضامن – الأصل القوى – توحيد الفكر العربي نحو هدف واحد وفكر واحد – الشخصية العربية المميزة**

**وهناك من نظر إلى الهوية العربية نظرة تشاؤمية وأصحاب هذه النظرة عرفوا الهوية العربية بأنها : الضعف والتشتت - توحى بالضياع - توحى لى بالمستحيل فى ظل الأنظمة العربية الحالية المتكالبية على الحكم - ان العرب اتفقوا على الا يتفقوا .**

**وهناك من نظر الى الهوية العربية نظرة تاريخية وأصحاب هذه النظرة عرفوا الهوية العربية بأنها : الجذور التي انتمى إليها واعتز بها — التوق إلى فخر بالقديم وحلم على وشك الضياع وأمل يحتاج إلى عمل جاد وعزيمة غير متوافرة - العودة إلى زمن الأمجاد**

**وهناك من نظر الى الهوية العربية نظرة ثقافية وأصحاب هذه النظرة عرفوا الهوية العربية بأنها : الانتماء لكل قضايا وثقافة وعادات وتقاليذ الأمة العربية - التراث العربي الانتماء لحضارة وثقافة عريقة - الثقافة والتاريخ - الاحتفاظ والحفاظ على التراث العربي وثقافة البلاد والعادات والتقاليد - التقاليد والالتزام والتنمية والتطلع إلى التكنولوجيا الحديثة - الأصل والوحدة والتقاليد المشتركة - توحى بالذات العربية والتوجه القومي العربي وكل ما يمت بالتراث والقيم والعادات والتقاليد العربية - الأصل العربي الأصالة وعمق الانتماء**

**وهناك من نظر إلى الهوية العربية نظرة اقتصادية وأصحاب هذه النظرة عرفوا الهوية العربية بأنها : السوق العربية المشتركة - الوحدة الاقتصادية والسياسية**

**وهناك من نظر إلى الهوية العربية نظرة اجتماعية وأصحاب هذه النظرة عرفوا الهوية العربية بأنها : العادات والتقاليد الحسنة والثقافة الإسلامية والعصرية والتاريخ العربي المشرق - الالتزام بالتقاليد العربية .**

**وهناك من نظر الى الهوية العربية نظرة دينية وأصحاب هذه النظرة عرفوا الهوية العربية بأنها : لا اله إلا الله محمد رسول الله – الشخصية الإسلامية التي تتحدث العربية كلغة - الانتماء**

جنسا وعرقا ودينا والتمسك بالثوابت الإسلامية التى امرنا بها ديننا الحنيف – اللغة والدين والتاريخ المشترك – التمسك بالدين وبالمبادئ الوسطية .

**وهناك من نظر الى الهوية العربية نظرة جغرافية وأصحاب هذه النظرة عرفوا الهوية العربية**

**بأنها :** ارض تمتد من المحيط الى الخليج فهى وطن وشعب ولغة ودين) – الانتماء إلى وطن اكبر والتكامل العربى - فى ظل الظروف الحالية لا يوجد ما يسمى بالهوية العربية توجد فى حالة الوحدة ( عملة – حدود – تكتلات اقتصادية ) - محاولة التأكيد على الانتماء إلى وطن وأمة ذات خصوصية إثنية وثقافية ودينية تعيش على قطعة محددة من العالم - توحى بوجود كيان عربى يتسم بسمات ثقافية ودينية ولغوية وعقائدية واحدة – الاتصال بالأرض العربية قلبا وقالبا وليس شكلا فقط والإحساس بالغيرة على أي بلد عربى يتعرض لأي مشكلة كانت .

**وهناك من نظر الى الهوية العربية نظرة لغوية وأصحاب هذه النظرة عرفوا الهوية العربية**

**بأنها :** الالتزام أولا باللغة العربية كلغة أساسية - اللسان العربى والعادات والتقاليد العربية – التمسك باللغة العربية والإسلام – هى لغتنا وثقافتنا العربية الخاصة بنا والمختلفة عن القوميات الأخرى توحى بمرجعيتها العربية كلسان عربى مبين مستمد من الدستور القرآنى الذى حافظ على الهوية والتجمع العربى – كلمة تحوى عمق واقعنا المستمد من ماضى لغتنا .

**وهناك من نظر الى الهوية العربية نظرة العدم وأصحاب هذه النظرة عرفوا الهوية العربية**

**بأنها :** لا توحى بشيء لأنها غير موجودة — مصطلح لغوى فقط ليس له مفعول على ارض الواقع — لا شيء — غير موجودة فى الأساس — بصراحة لا تعنى شيء .

**وهناك من نظر إلى الهوية العربية نظرة مادية وأصحاب هذه النظرة عرفوا الهوية العربية**

**بأنها :** جواز سفر – كيان الجامعة العربية - هناك بطاقة شخصية تحمل هويتى ومعلومات عنى لتعريفى بالآخرين وتعريف الآخرين بى .

**وهناك من نظر الى الهوية العربية نظرة أمنية وأصحاب هذه النظرة عرفوا الهوية العربية**

**بأنها :** التكامل السياسى والاقتصادى على ان تكون كل دولة عربية بمثابة امتداد أمنى واستراتيجى للآخرى .

**هناك من نظر الى الهوية العربية نظرة قومية وأصحاب هذه النظرة عرفوا الهوية العربية**

**بأنها :** القومية العربية – الانتماء إلى المجتمع العربى – الذات العربية – الخصوصية العربية من تاريخ ولغة ودين وجنس – الانتماء والوحدة العربية – الشخصية العربية – اتحاد الفكر العربى نحو هدف واحد واجب تحقيقه – الوطنية والقومية – توحى بالقومية العربية – الطابع القومى – القومية – العرب .

**٢- المواقع العربية على الإنترنت التى يعتمد عليها القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون بصفة دائمة .**

بنظرة سريعة على مجموعة من المواقع العربية على الإنترنت يمكن تحديد ما يشمله مفهوم المواقع العربية على الإنترنت فهناك مواقع باللغة العربية وأخرى بلغات غير عربية لكنها تعنى بموضوعات عربية أو أنها تخص عرباً اختاروا أن تكون مواقعهم بلغات أخرى ثم هناك اختلاف من حيث المكان الجغرافى لتخزين تلك المواقع ويمكن تصنيف المواقع من حيث موضوعاتها أو السبب المعلن أو غير المعلن وراء تأسيسها فهناك مواقع أو صفحات شخصية وهناك مواقع لمؤسسات تجارية وهناك مواقع تعنى بقضايا معينة سواء كانت إنسانية أو سياسية أو اقتصادية أو بيئية أو تعليمية وهناك مواقع مخصصة لخدمة مستخدمى بعض برامج التشغيل وهناك مواقع تخص الكثير من المؤسسات التعليمية كالجامعات والمعاهد البحثية وهناك مواقع إعلامية فنجد الكثير من الصحف اليومية والأسبوعية والشهرية لها مواقع على الإنترنت وهناك بعض المواقع التى تجمع العديد من الصحف والإذاعات وقنوات التلفزيون العربية فى موقع واحد ( ٧١ ) . وللدخول على هذه المواقع العربية وغيرها من مواقع لابد من استخدام محركات

بحث عامة مثل : Yahoo, HotBot, Alta Vista, Infoseek, Lycos, Excite,

Webcrawler, Veronica, Gopher, البحث في مواقع FTP بواسطة Archie ، والبحث

عن النصوص بواسطة WAIS. ومن محركات البحث العربية: أين. وأثبتت نتائج الدراسة أن القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون يعتمد على المواقع العربية التالية :

١ - مواقع مصرية مثل : مواقع مؤسسى الأهرام والأخبار - وكالة أنباء الشرق الأوسط - اتحاد الإذاعة والتلفزيون - الهيئة العامة للاستعلامات - مركز معلومات مجلس الوزراء - مصر اوى - صخر - موجا - مجلة أكتوبر - ١٤٠ اون لاين .

٢ - مواقع عربية مثل : الجزيرة نت - إسلام اون لاين - محيط - المنتديات العربية - بى بى سى اربيك - سى ان ان اربيك - ارب تايم - رادادى - إينا - سيرش فور ارب - الاقصى اون لاين - انتفاضة - صحيفة الشرق الأوسط - العين - عجيب - نسيج - المشكاة - فن اون لاين - صحيفة الحياة - ترجمان - دنيا الوطن - مكتوب - النسناس - فلسطين - مزيكا - شامل - ميدل ايست اون لاين .

٣ - مواقع أخرى مثل : المواقع الدينية - مجال الكمبيوتر - المواقع الإخبارية - الاقتصادية - السياسية - الصحف والوكالات العربية المختلفة - الرياضية - الفنية - مواقع التجميل - القنوات التلفزيونية العربية - مواقع البريد الإلكتروني - لا يوجد موقع محدد ولكن حسب الموضوع المراد الحصول على معلومات حوله أو حسب البحث فى الموضوع - مواقع الترجمة - مواقع البرمجة .

٣- مدى اعتماد القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون على الإنترنت فى الاهتمام بالقضايا العربية.

#### جدول رقم ( ١٨ )

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لمدى اهتمام العينة بالقضايا العربية

| الاستجابة      | العدد | النسبة المئوية |
|----------------|-------|----------------|
| نعم            | ٩١    | ٦٥.٥ %         |
| لا             | ٤٧    | ٣٣.٨ %         |
| لا أدري        | ١     | ٠.٧ %          |
| جملة من سُئلوا | ١٣٩   | ١٠٠ %          |

\* أكدت نسبة ٦٥.٥ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون أن اعتمادهم على الإنترنت أدى إلى زيادة اهتمامهم بالقضايا العربية .

\* نفتت نسبة ٣٣.٨ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون وجود أى اهتمام بالقضايا العربية نتيجة اعتمادهم على الإنترنت .

\* قالت نسبة ٠.٧ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون إنهم لا يدرون هل اعتمادهم على الإنترنت أدى إلي اهتمامهم بالقضايا العربية أم لا ؟ .

٤- أهم القضايا العربية التى يعتمد القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون على الإنترنت فى متابعتها .

#### جدول رقم ( ١٩ )

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لأهم القضايا العربية التى تتابعها العينة على الإنترنت

| القضايا        | توزيع إجابات | النسبة المئوية |
|----------------|--------------|----------------|
| قضايا سياسية   | ١٠٦          | ٧٦.٣ %         |
| قضايا إعلامية  | ٦٠           | ٤٣.٢ %         |
| قضايا اقتصادية | ٤٨           | ٣٤.٥ %         |
| قضايا دينية    | ٤٦           | ٣٣.١ %         |
| قضايا ثقافية   | ٤٦           | ٣٣.١ %         |
| قضايا رياضية   | ٣٤           | ٢٤.٥ %         |

|                |     |        |
|----------------|-----|--------|
| قضايا علمية    | ٢٩  | ٢٠.٩ % |
| قضايا فنية     | ٢٥  | ١٨ %   |
| قضايا اجتماعية | ٢٢  | ١٥.٨ % |
| قضايا أخرى     | ٦   | ٤.٣ %  |
| الإجمالي       | ٤٢٢ |        |

من بيانات الجدول السابق يتضح الآتي :

\* جاءت القضايا السياسية في مقدمة القضايا العربية التي يعتمد القائمون بالاتصال في الراديو والتلفزيون على الإنترنت في متابعتها وذلك بنسبة ( ٧٦.٣ % ) ثم القضايا الإعلامية ( ٤٣.٢ % ) ثم القضايا الاقتصادية ( ٣٤.٥ % ) وتساوت نسبة ( ٣٣.١ % ) بين القضايا الدينية والقضايا الثقافية ثم جاءت القضايا الرياضية في المرتبة السادسة بنسبة ( ٢٤.٥ % ) ثم القضايا العلمية ( ٢٠.٩ % ) ثم القضايا الفنية ( ١٨ % ) ثم القضايا الاجتماعية ( ١٥.٨ % ) فقضايا أخرى ( ٤.٣ % ) مثل : قضايا الأسرة والمرأة - قضايا تاريخية - معلومات عامة وشخصية - المعارك الأدبية - قضايا الآثار - الترفيه والألعاب - التطور في مجالات الآلات الحديثة

#### ٥- أهم القضايا الأجنبية التي يتابعها القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون على الإنترنت

- أ - القضايا الأمريكية مثل : الانتخابات - الصراع القائم داخل المؤسسات الأمريكية - توتر الشارع الأمريكي خوفا من هجمات إرهابية مما يعود بالسلب على المجتمعات العربية - صورة بوش في المجتمع الأمريكي وصورة أمريكا لدى العربي والغربي - الأحداث الأمريكية السياسية - دور الولايات المتحدة في فرض هيمنتها - الممارسات الأمريكية في العراق وأفغانستان ورد فعل الشارع الأمريكي تجاه هذه الممارسات .
  - ب - العولمة - صراع الحضارات - التطورات الاجتماعية في العالم - العلاقات السياسية والاقتصادية بين دول العالم الخارجي - ( الأخبار + التحليلات + العلوم + الاقتصاد + الرياضة + القضاء + دراسات إنسانية - التقدم التكنولوجي + التقدم العلمي - القضايا الفنية والثقافية - الأحداث الجارية بالإضافة إلي ما هو جديد في مجال التطور الإنساني - التقدم في مجال الإعلام والكاميرات والتلفزيونية - أحدث ما وصلت إليه التكنولوجيا في مجال التصوير والإضاءة - الإنجازات في عالم الحاسبات والبرامج ) .
  - ج - قضايا الأقليات المسلمة في العالم - الوضع الروسي في الشيشان - صورة الدين الإسلامي في الخارج وصورة مصر .
  - د - توسع الاتحاد الأوروبي - كل القضايا - الأحداث العالمية بوجه عام - أيضا أوجه الاختلاف بين أفراد ومؤسسات إسرائيل .
  - هـ - الإرهاب الدولي - القضايا الاقتصادية واتفاقيات الجات .
- ٦- مدى تأثير الإنترنت في الهوية العربية لدى القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون .

حولت الإنترنت العالم إلي قرية صغيرة وألغت الحدود الثقافية والسياسية بين الدول واستغلتها الولايات المتحدة الأمريكية لإشاعة قيمها الإباحية والاستهلاكية تحت شعار العولمة ( ٧٢ ) . فهل أثرت الإنترنت في الهوية العربية للقائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون المصري نتيجة لاعتماده على هذه الشبكة العالمية في استقائه لمعلوماته وبياناته منها سواء في عمله أو في منزله ؟

#### جدول رقم (٢٠)

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لأثر الإنترنت في الهوية العربية للقائم بالاتصال

| مدى تأثير الإنترنت في الهوية العربية للقائم بالاتصال |       |                |
|------------------------------------------------------|-------|----------------|
| الاستجابة                                            | العدد | النسبة المئوية |
| نعم                                                  | ٤٧    | ٣٣.٨ %         |

|               |     |        |
|---------------|-----|--------|
| إلى حد ما     | ٧٠  | % ٥٠.٤ |
| لا            | ٢٢  | % ١٥.٨ |
| جملة من سئلوا | ١٣٩ | % ١٠٠  |

تشير بيانات الجدول السابق إلى مايلي :

\* قالت نسبة ٣٣.٨ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون إن اعتمادهم على الإنترنت أثر تماما فى هويتهم العربية .

\* أكدت نسبة ٥٠.٤ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون إن اعتمادهم على الإنترنت أثر إلى حد ما فى هويتهم العربية .

\* نفت نسبة ١٥.٨ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون وجود أى تأثير فى هويتهم العربية نتيجة اعتمادهم على الإنترنت .

٧ - نوع تأثير الإنترنت فى الهوية العربية للقائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون .

#### جدول رقم ( ٢١ )

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لنوع تأثير الإنترنت فى الهوية العربية للقائم بالاتصال

| نوع التأثير          |       |                |
|----------------------|-------|----------------|
| نوع التأثير          | العدد | النسبة المئوية |
| الإنترنت تضعف الهوية | ٦٨    | % ٥٨.١         |
| الإنترنت تقوى الهوية | ٤٩    | % ٤١.٩         |
| جملة من سئلوا        | ١١٧   | % ١٠٠          |

بقراءة بيانات الجدول السابق يتضح الآتي :

\* أكدت نسبة ٥٨.١ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون أن اعتمادهم على الإنترنت أدى إلى إضعاف الهوية العربية لديهم .

\* أكدت نسبة ٤١.٩ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون أن اعتمادهم على الإنترنت أدى إلى تقوية الهوية العربية لديهم .

٨- أسباب ضعف الهوية العربية لدى القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون .

إن ٤٧ مفردة بنسبة ٣٣.٨ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون مجتمع الدراسة لم يجيبوا عن هذا التساؤل فى حين أجابت ٩٢ مفردة بنسبة ٦٦.٢ % عن هذا التساؤل وذلك على النحو التالى :

**البعض أرجع ضعف الهوية العربية إلى أسباب سياسية مثل :** " السياسة الخاطئة - عدم اتفاق الدول العربية فيما بينها - عدم الاتفاق على أهداف واحدة والتأثير الغربى - غياب لديموقراطية - التشردم - عجز القادة العرب - أنظمة حكم عربية فاسدة - أجندة مختلفة لكل دولة عربية - تغلب القطرية على القومية - إجهاض الوحدة العربية من داخل وخارج الأمة العربية - غياب الروح القومية - تمسك الحكام العرب بمواقعهم وتوريثهم الحكم لأبنائهم مما يجعل الشباب العربى يفقد الأمل فى كل شىء - التشتت والتشردم وعدم الرغبة فى الوحدة الحقيقة بين العرب "

**والبعض أرجع ضعف الهوية العربية الى أسباب اقتصادية مثل :** " التفاوت الاقتصادي الكبير لدى بعض الدول العربية - الحالة الاقتصادية المتردية - قلة التعاون الاقتصادي والثقافي بين العرب " .

**والبعض أرجع ضعف الهوية العربية الى أسباب ثقافية مثل :** " انتشار ثقافة العولمة - عدم الانتماء - ضعف الثقافة المحلية - هيمنة الثقافات الأجنبية - الاستغراب داخليا وسيطرة نزعة

السلطوية داخل المجتمعات الأمر الذى يدفع بالأفراد إلى اللجوء لنماذج أجنبية - ضعف الهوية لا تكون فى كل الحالات ولكن فى بعض حالات الشباب المسطح ثقافيا فهى تجعله وسط بحر متلاطم الأمواج من المعلومات والثقافات - من خلال تقديم بعض المعلومات المغلوطة والإبهار بالثقافة الغربية - الثقافات والمفاهيم المختلفة لدى الشعوب - الاتصال السهل بالثقافات الأجنبية - انجذاب الشباب للفكر الغربى المتحرر - لقلة استخدام اللغة العربية على شبكة الإنترنت وبالتالي التعلق يكون باللغة الإنجليزية - التأثيرات السلبية للانفتاح غير الواعى على الثقافات الأخرى - ضعف اللغة العربية فى مواجهة اللغات الأخرى على الإنترنت " .

**البعض أرجع ضعف الهوية العربية إلى أسباب دينية مثل :** " عدم التمسك بلا اله إلا الله محمد رسول الله - غياب الواعظ الدينى وتأثير الغرب وغياب القيم الدينية والوطنية وتأثر المجتمع بالتيارات الغربية - سقوط الخلافة الإسلامية - عدم التمسك بالقيم الإسلامية " .

**البعض أرجع ضعف الهوية العربية إلى أسباب اجتماعية مثل :** " غياب القدوة وتغييب دور الشباب وسيطرة كبار السن على المواقع القيادية فى البلاد - غياب الانتماء إلى الجذور العربية - إهمال المشكلات العامة والاهتمام الزائد بالمشكلات الخاصة وإيجاد حلول لها على كل ما هو عام - العولمة والسيطرة الأمريكية على المنطقة - عدم وعى الشباب وإعجابهم وتأثرهم بكل ما هو وافد وأجنبي - الاستعداد الشخصي لدى الفرد وضعف إرادته لدى المتغيرات والانقياد الأعمى للتقاليد والسلوكيات وأخذ الأشياء كمسلمات دون البحث عن حقيقتها - الفساد - عدم وجود القدوة الصالحة " .

**البعض أرجع ضعف الهوية العربية إلى أسباب علمية مثل :** " غياب التخطيط العلمى - الإعجاب بالتقدم التكنولوجي وعدم الأخذ بأسباب العلم - تقوقع القيم العلمية داخل المؤسسات العلمية فقط وانتشار القيم المادية على حساب العلم والمعرفة - عدم احترام العلماء واحتلالهم مرتبة فى المجتمع والحكم أدنى بكثير من مرتبة الفنانين " .

**البعض أرجع ضعف الهوية العربية إلى أسباب خارجية مثل :** " أسباب خارجية مقصودة ومتعمدة مثل الشرق الأوسط الجديد وأسباب داخلية تسهل الاختراق الخارجى ومسعاة - الاستعمار الأجنبى بأشكاله المختلفة التى تتدخل وتعمل على إضعاف الهوية العربية - الشعور بأن الآخر هو الأقوى بدرجة لا يمكن مواجهته أو التعامل معه .

**البعض أرجع ضعف الهوية العربية إلى أسباب داخلية مثل :** " ضعف قيم الهوية والتصديق بها - ضعف شعبى عربى واستهانة الآخرين بهم - العزلة والاختلاف فى مسائل غير جوهرية - العزلة والبعد عن الآخرين - الشباب العربى دائم الاتجاه نحو الغرب فينبهر بكل ما يراه دون التفكير فى مدى صحته أو خطئه " .

**البعض أرجع ضعف الهوية العربية إلى أسباب إعلامية مثل :** " الإعلام المزيف للحقائق - الإعلام العربى عموما - لان المهيمن على شبكة الإنترنت مواقع غربية نقلت إلينا عادات غربية إباحية - عدم وجود رأى عام فعال ومؤثر - عصر السماوات المفتوحة وكثرة إطلاق الأقمار الصناعية المختلفة بحيث أصبح العالم قرية صغيرة وانتشار القنوات التليفزيونية الفضائية بما تحمله من برامج تهدد القيم والعادات والتقاليد العربية الأصيلة - قلة المواقع العربية على الإنترنت وضعف القضايا التى تعرضها وتأثر المواقع المتواجدة على الشبكة بالمواقع الأجنبية - كثرة التعرض للمواقع الأجنبية على الإنترنت وما تحتويه من مواد ترفيحية جذابة تحتوى على عادات مغايرة قد تؤدى إلى ضعف الهوية لدى الشباب " .

**البعض أرجع ضعف الهوية العربية إلى عدة أسباب مختلفة مثل :**

\* عدم الانتماء + عدم التمسك بالوحدة العربية + عدم التمسك بأصول الدين + تقليد الغرب فى كل سلوكياته .

\* الإعلام + الملل + اليأس + عدم الثقة فى الأنظمة العربية الحاكمة + أمركة كل ما هو عربى .

- \* تدهور المستوى الاقتصادي والانشغال بالذات وغياب الرموز الوطنية أصحاب الكاريزما المؤثرة .
- \* الفساد + الاستبداد + الشمولية + التخلف + الجهل + سيطرة الدولة ورجال الدين .
- \* عدم المساواة + عدم اهتمام الحكومات العربية بالمواطنين + السيطرة + المصالح الشخصية
- \* عدم التماسك العربى + التغريب + غياب التنسيق بين الأجهزة الحكومية من أجل تحقيق الهدف اى كان نوعه
- \* عدم الوعى + الجهل + الضعف لدى العامة + الانكسار أمام الهيمنة والجبروت الأمريكي + عدم القدرة على تحقيق الذات داخل الوطن .
- \* فقدان القدوة + فقدان القيم + عدم الالتزام بالدين + عدم وجود حماس للعمل + افتقار الإمكانات .
- \* تقدم الثقافات الأخرى فى عرض ما لديها عبر الإنترنت + التقليد الأعمى للثقافات الغربية على الرغم من اختلاف العادات والتقاليد + عدم يكون مستخدم الإنترنت ضعيف الولاء ومذبذب الفكر وهوائى النزعة .
- \* الروتين الإداري والحكومي + عدم الانتماء + عدم وصول الحقوق الى مستحقيها
- ٩- رؤية القائم بالاتصال فى الراديو والتليفزيون للتحديات التى تواجه الهوية العربية .

### جدول رقم ( ٢٢ )

توزيع إجابات عينة الدراسة طبقاً لرؤية العينة لأهم التحديات التى تواجه الهوية العربية

| التحديات                      | التكرارات | النسبة المئوية |
|-------------------------------|-----------|----------------|
| العولمة                       | ٩٣        | ٦٧ %           |
| ضعف دور المؤسسات التعليمية    | ٨٤        | ٦٠.٤ %         |
| التغيرات التى طرأت على الأسرة | ٦١        | ٤٣.٩ %         |
| ضعف دور العبادة               | ٥٩        | ٤٢.٤ %         |
| ضعف اللغة العربية             | ٤٦        | ٣٣.١ %         |
| الزيادة المضطردة فى السكان    | ٤١        | ٢٩.٥ %         |
| الوسائل التكنولوجية والتقنية  | ٣٧        | ٢٦.٦ %         |
| عمل المرأة                    | ٢٠        | ١٤.٤ %         |
| تحديات أخرى                   | ٦         | ٤.٣ %          |
| الإجمالي                      | ٤٤٧       |                |

تشير بيانات الجدول السابق إلي عدة نتائج هي :

- \* احتلت العولمة المرتبة الأولى بين التحديات التى تواجه الهوية العربية بنسبة ٦٧ % وهذا يرجع إلى أن العولمة أصبحت ظاهرة حقيقية ملموسة تعيشها الشعوب فى جميع أنحاء المعمورة سياسياً واجتماعياً وثقافياً وإعلامياً بعضها يعيشها طرفاً فاعلاً ومؤثراً وموجهاً وأمراً ويعيشها البعض الآخر متلقياً متفجعاً ومشدوهاً ونجد ضمن هذه الفئة الشعوب العربية (٧٣) .
- وقد انقسمت آراء الباحثين حول تأثير العولمة على الهوية فقد نظر فريق ينتمي إلي الدول العربية والإسلامية وبعض دول العالم الثالث إلي العولمة وكأنها مخطط أو استراتيجية محددة تم تخطيطها وتنفيذها بوعى وقصد بهدف اجتياح بقية العالم وتهديد الثقافات المحلية والقومية الأخرى فى حين ناقش آخرون أن العولمة لا تهدد الهوية بالفناء أو التذويب بل تعيد تشكيلها أو حتى تطويرها لتتكيف مع الحاضر فالإنسان يتجه نحو إمكانية أن يعيش بهويات متعددة مثل المهاجرين ( ٧٤ ) .

- \* وجاء تحدى ضعف دور المؤسسات التعليمية فى المرتبة الثانية بنسبة ٦٠.٤ % ويمثل ضعف مخرجات نظام التعليم العربى أحد أهم التحديات التى تهدد جانب الهوية العربية الإسلامية ، والتي تتطلب من القائمين على هذا النظام مراجعته بشكل كامل وجذري من حيث

فلسفته وأهدافه ومحتواه وكفاءته الداخلية والخارجية لكي يحقق في النهاية المحافظة على ثوابت وقيم هذا المجتمع ، وملاحقة التطورات والمستجدات الحادثة على الساحتين العالمية والمحلية بما لا يتعارض مع ثوابت المجتمع وقيمه الأصلية ( ٧٥ ) .

\* أما تحدى التغيرات التي طرأت على الأسرة التي تواجه الهوية العربية فقد جاء بنسبة ٤٣.٩ % وتوضح هذه النتيجة أن التغيرات التي طرأت على الأسرة المصرية أو العربية مثل الاعتماد على العمالة الأجنبية ، و عمل المرأة ، وترك مهمة التربية والتوجيه للأبناء للخدم والمربيات وعلى وجه الخصوص في المنطقة العربية – لاسيما منطقة الخليج العربي – كان منطقياً أن تتغير معه الأوضاع الاجتماعية ، وقد نتج عن هذا التغير مجموعة من التحولات والتحديات الداخلية التي تهدد الهوية العربية وذلك في ظل التغير السياسي والاقتصادي ، ولا شك أن ذلك قد ترك آثاره على الهوية الثقافية للنشء سواء من خلال اللغة أو القيم والاتجاهات الفكرية ( ٧٦ ) .

\* تحدى ضعف دور العبادة للهوية العربية جاء في المرتبة الرابعة بنسبة ٤٢.٤ % حيث إن دور العبادة ومراكز التجمع الدينية في العالم من أكبر العوامل المؤثرة في رفع وخفض الهوية الثقافية للأمة فهي أماكن تمارس فيها الشعائر الدينية من أجل تنقية النفوس وتهذيب السلوك وممارسه الحق وأداء الواجب ويتم الوعي والإشباع الروحي والطمأنينة ( ٧٧ ) .

وقد بلغ عدد دور العبادة في مصر عام ٢٠٠٠ حوالي ١٨٥٤ كنيسة ( ٧٨ ) و ٥٨٥٤٢ مسجداً ( ٧٩ ) منها ٤٨٠٥٤ مسجداً حكومياً ( ٨٠ ) و ١٠٤٨٨ مسجداً أهلياً ( ٨١ ) والمسجد مكانة خاصة في حياة المسلمين ، فإنه ليس ديراً لرهينة ، ولا زاوية للمتعتلين ، ولا تكية لل دراويش ، فهو مركز الإشعاع الذي يشع نور الحياة وروحها في المكان والحي الذي يكون فيه وما كان المسجد في فجر الإسلام إلا جامعة شعبية للتنقيف والتهذيب وبرلماناً محلياً للتشاور والتفاهم ومعهداً للتربية العلمية والعملية ومركزاً للقيادة العامة لقوات الجيش توضع فيه الخطط الحربية ، ويرشح فيه قادة الجهاد وولاة الأمور وتقسم فيه الغنائم وتنتظر فيه قضايا الأمة ولو تحققت رسالة المسجد لاستطعنا أن نصبغ الدنيا بصبغة الإسلام عملاً وليس قولاً فقط ( ٨٢ ) .

\* ضعف اللغة العربية من أهم التحديات التي تواجه الهوية العربية وجاء في المرتبة الخامسة بنسبة ٣٣.١ % ويعتبر ضعف اللغة العربية أحد التحديات الهامة المؤثرة في ضعف الهوية العربية الإسلامية ، وقد فسرت العديد من الدراسات أسباب ضعف اللغة العربية وتهديدها لجانب الهوية العربية ، إلى مجموعة من العوامل بعضها يرجع إلى المؤسسات التعليمية من ضعف للمادة العملية وطبيعتها ، وضعف إعداد المعلم وتدريبه وتقنيته طرق التدريس وعقم الامتحانات ( ٨٣ ) .

والبعض الآخر يرجع إلى المجتمع ذاته في تساهله في استعمال اللهجات المحلية ، وقبوله لبعض الألفاظ والمرادفات الأجنبية بسرعة تداولها وانتشارها بين طبقاته المختلفة . هذا بالإضافة إلى عامل ظهور "العولمة" وما نتج عنها من هيمنة اللغة الإنجليزية على حساب اللغات القومية ومن بينها اللغة العربية ، وذلك باعتبارها اللغة المنتجة للتقنية الحديثة التي ساعدت على انتشار وذبوع العولمة ( ٨٤ ) .

كما أن وسائل الإعلام قد ساهمت في تفشي ظاهرة الضعف اللغوي للغة العربية ، فبالإضافة إلى بثها لمادة علمية وثقافية ضحلة في بعض الأحيان ، نجدها أحياناً كثيرة تساهم في نشر اللهجات العامية ، حتى البرامج الإذاعية والتلفزيونية نجد أن بعضها يحمل أسماء أجنبية ، والبعض الآخر يحمل أسماء نصفها عربي والنصف الآخر أجنبي أما البرامج التي تقدم باللغة العربية الفصحى فإن أغلبها يقدم للجمهور بطريقة منفرة بعيدة عن هموم الناس ونبض حياتهم اليومية ( ٨٥ ) .

\* جاء تحدى الزيادة المضطردة في السكان في المرتبة السادسة بنسبة ٢٩.٥ % .

نتيجة للتحولات الاقتصادية والاجتماعية والصحية التي شهدتها المجتمعات العربية في العقود الأخيرة ، ومن المتوقع أن يصل تعداد سكان الدول العربية في عام (٢٠٢٥م)

إلى ما يقرب من ٤٠٠ مليون نسمة نصفهم تقريباً أقل من ١٥ عاماً وستشكل هذه الزيادة الهائلة في السكان ضغوطاً على جميع الموارد والبنى الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية ، وسيكون من الصعب على الأنظمة التعليمية العربية تلبية الطلب المتزايد على التعليم ، وهناك جانب آخر لتأثيرات النمو والحراك السكاني على النظم التعليمية في المنطقة العربية خلال القرن الحادي والعشرين ، وهو ذلك المتعلق بالمناهج والمحتوى الدراسي وإدارة التعليم والسيطرة عليه .. كل ذلك يمثل جانب من جوانب التحدي التي تهدد الهوية العربية الإسلامية ( ٨٦ ) .

\* جاء تحدى الوسائل التكنولوجية والتقنية فى المرتبة السابعة بنسبة ٢٦.٦ % حيث أن عالم اليوم وعالم الغد هو عالم التكنولوجيا المتقدمة ، وأصبحت الدليل على امتلاك مقومات القوة سواء في السلم أو في الحرب وتدعم هيمنة القوى على الضعيف في جميع مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية وفي ضوء هذا فإن المجتمعات العربية تواجه تحدي التطور التكنولوجي والتقني المستمر ، ويتمثل هذا التحدي في كيفية اختيار التكنولوجيا التي تخدم هويتها الثقافية ولا تتعارض مع قيم وثوابت هذه المجتمعات التي تستمد جذورها من مصادر التشريع الإسلامي الحنيف ، والقيم العربية الأصيلة ، ويمكن تقديم التكنولوجيا الحديثة لأجيال هذه الأمة في المناهج المدرسية مع المحافظة على الهوية باستخدام التقنيات التي تناسب أوضاعنا لنبدع فيها ، كما أبدعت أمم أخرى كاليابان مع محافظتها على هويتها الثقافية ( ٨٧ ) .

\* جاء تحدى عمل المرأة للهوية العربية فى المرتبة الثامنة بنسبة ١٤.٤ % .

\* أما التحديات الأخرى التي تواجه الهوية العربية فقد جاءت بنسبة ٤.٣ % وهى على النحو التالي كما حددها القانون بالاتصال فى الراديو والتلفزيون عينة الدراسة : عدم المشاركة الشعبية فى صنع القرار - ضعف الإمكانيات المتاحة فى البلاد - الإعلام الغربي الذي يشوه صورة العرب والمسلمين - المعلومات المدسوسة عبر وسائل الاتصال والإعلام - تفتت الدول العربية إلى دويلات وتعدد العملة العربية - فساد الحكم الذي أدى إلى دمار الاقتصاد والتعليم والفرد العربي - انتشار الفساد فى المجتمعات العربية - عدم احترام الحكام للعرب لشعوبهم - التغيرات العالمية وأحادية القوى والخلل الذي أصاب العالم العربي - ضعف الإعلام العربي وتوجيهه من قبل الدولة - الاستهداف الصهيوني والأمريكي للهوية العربية - انعدام الإحساس بالمصلحة العامة وتقديم المصالح الفردية- الضعف السياسي أمام التحديات من الدول الكبرى وعدم وحدة القرار العربي تجاه القضايا العربية الكبرى - عدم تحقيق أمنيات المواطن العربي فى حياة كريمة حرة .

#### ١٠- مقترحات القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون المصرى لتفعيل دور الإنترنت فى دعم الهوية العربية .

\* إنشاء موقع خاص بالهوية العربية على الإنترنت وزيادة انتشار المواقع التى تدعم الهوية وعمل دعاية كافية لهذه المواقع فى جميع وسائل الإعلام .

\* إنشاء مواقع عربية على شبكة الإنترنت باللغتين العربية والأجنبية تكون متميزة وعلى درجة عالية من التقنية تغطى كافة جوانب المعرفة ومعلوماتها دقيقة وموثوق بها لتصبح أكثر تأثيراً من المواقع الأجنبية الأمر الذى يقوى ويدعم الهوية العربية .

\* زيادة عدد المواقع العربية التى تتبنى وتناقش القضايا العربية من جميع النواحي بجرأة وتحليل منطقي مع مشاركة المواطنين العرب المتعاملين مع الإنترنت فى إيجاد حلول لهذه القضايا .

\* تحديث المواقع العربية على الإنترنت بصفة مستمرة وتدعيمها بالموضوعات الجادة التى تتصف بالصدق والأمانة العلمية مع استمرارية ترجمة الموضوعات الأجنبية التى تهم الهوية العربية .

\* تسهيل الاتصال بالإنترنت فى المؤسسات التعليمية وطرح سبل تعلم البرمجة بأسعار زهيدة لجميع الطلاب وزيادة دورات الإنترنت فى المراحل الدراسية مع التركيز على الأعمال الوطنية

\* ضرورة الاهتمام بتعليم وتدريب الشعوب العربية على الإنترنت وإتاحة أجهزة الحاسب الآلي بتكلفة معقولة لكل فئات المجتمع وتعريفهم بدور الإنترنت وأهميته في الثورة المعرفية كأداة مهمة للتعليم والثقافة والتواصل الحضاري مع الاهتمام بنشره في المدارس والمقاهي والمناطق الشعبية مجاناً لتشكيل رأى عام عربي موحد تجاه معظم القضايا المعاصرة هروباً من الفشل في تحقيق ذلك على المستوى الرسمي.

\* زيادة ونشر الإنترنت في دور العبادة وتقوية الوازع الديني لدى المواطنين العرب .

\* أن تقوم مراكز الأبحاث العربية بنشر أبحاثها التي تتعلق بالقضايا العربية على الإنترنت من خلال مواقع مميزة لهذه المراكز البحثية .

\* إنشاء مواقع عربية تخاطب الشباب العربي وعمل ندوات ودورات لرفع وعيهم وتحذيرهم من مخاطر المواقع الأجنبية الأخرى بما يمكن توجيههم وتوجيه أفكارهم في الاتجاه السليم .

\* إنشاء العديد من المواقع العربية والإسلامية على الإنترنت تعمل على اندماج الشباب نحو هدف عربي واحد في إطار مسابقات مشتركة تناسب فكر الشباب العربي

\* الاهتمام بارتقاء مستوى اللغة العربية بين المواطنين العرب مع المعرفة الواسعة بالدول العربية .

\* دعم دور الأزهر الشريف والمؤسسات الدينية وتوضيح المفاهيم الأساسية للدين بأسلوب سهل واضح .

\* الاهتمام بنشر العادات والتقاليد الصحيحة والتركيز على القيم العربية والرموز الثقافية ونشر الوعي والثقافة .

\* أهمية بناء رأى عام عربي قوى وواعى ومؤثر .

\* خلق مجتمع عربي على غرار الاتحاد الأوروبي من خلال الوحدة والعمل العربي المشترك لتكوين لوبي عربي قوى في المحافل الدولية .

\* التركيز على القدوة الصالحة ومناقشة الأمور العربية بمزيد من الشفافية .

\* التصدى العربي لمزاعم الصهيونية العالمية عن الهوية العربية .

\* يجب الإيمان بهذه الهوية ورسم استراتيجية لتأصيلها ومواجهة كل التحديات التي تواجهها.

\* استغلال التقدم التقني لخدمة العرب وتلبية احتياجاتهم في جميع المجالات والتعريف . بالجانب الإيجابي والتحذير من الجانب السلبي في كل الأعمال العربية .

\* نشر الوعي بأهمية مصلحة الجماعة وتقديمها على مصلحة الفرد وزيادة المعرفة وكثرة عمل المنتديات الثقافية بشكل دائم والاتصال مع الآخر بشكل مستمر .

\* تفعيل دور المؤسسات الأهلية وعمل مواقع يكون لها دور قوى في الحفاظ على الهوية العربية

\* تقديم صورة صحيحة عن الإنسان العربي في بلده أولاً وتصحيح الصورة بطرق تتفق والواقع وتعريف الأفراد بالقيم الصحيحة للمواطنة .

\* تبني الجامعة العربية لبرامج لها مميزات مالية ومعنوية تسهم في دعم الهوية العربية .

\* تحسين التعليم في الدول العربية ونشر التكنولوجيا في جميع المؤسسات التعليمية في كل ربوع العالم العربي .

\* أن يكون الإعلام العربي حراً في تناول كافة القضايا وأدائه جيداً بما يدعم الهوية العربية .

\* نشر الوعي القومى والثقافى والدينى والعربى بين الشباب العربى .

\* ضرورة تبني جميع القضايا العربية من وجهة نظر قومية وليس من وجهة نظر قطرية ضيقة .

## الخلاصة

استهدفت الدراسة التعرف على دور شبكة الإنترنت في تدعيم الهوية العربية لدى القائم بالاتصال في الراديو والتلفزيون

وتوصلت الدراسة الى عدد من النتائج الهامة منها :

\* إن الذين يعتمدون على شبكة الإنترنت من القائمين بالاتصال في الراديو والتلفزيون هم من فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين ( ٢٥ - ٣٥ سنة ) وذلك بنسبة ٥١.١ % يليها الفئة العمرية ( ٣٥ - ٤٥ ) بنسبة ٣٦.٧ % .

\* نسبة ٤١.٧ % من القائمين بالاتصال في الراديو والتلفزيون تتراوح خبرتهم في مجالى الكمبيوتر والإنترنت بين سنتين وأربع سنوات وأن نسبة ١٢.٢ % لا توجد لهم أية خبرة في مجال الكمبيوتر أو الإنترنت وهذه نسبة كبيرة وتحتاج إلى إعادة نظر من القائمين على الإعلام المصري بضرورة تأهيل وتدريب كل القائمين بالاتصال في الإذاعة والتلفزيون على هذه الوسيلة التكنولوجية التي أصبحت ضرورية لأى إعلامى .

**- كثافة ومعدل اعتماد القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون على شبكة الإنترنت**

\* ارتفاع نسبة من يعتمدون على شبكة الإنترنت من القائمين بالاتصال فى الإذاعة بصفة دائمة الى ٤٣.٢ % والذين يعتمدون عليها أحياناً الى ٤٣.٩ % .

\* إن أعلى معدل تعرض القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون للإنترنت هى ساعة واحدة يومياً حيث بلغت نسبة من قال ذلك ٤٠.٣ % فى حين بلغت نسبة من يتعرضون لمدة ساعتين يومياً ٣٠.٩ % يليها نسبة ١٤.٤ % لمن لا يرتبط بعدد معين من الساعات بل وفقاً للظروف .

**- أسباب اعتماد القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون على شبكة الإنترنت :**

\* يعتمد القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون على شبكة الإنترنت لعدة أسباب حيث جاء سبب الحصول على المعلومات من أكثر من مصدر بنسبة ٢٣.٢ % فى مقدمة الأسباب يليها التعليم والثقافة بصفة عامة ثم فهم الأحداث العربية وتفسيرها ثم التعرف على القضايا الأجنبية فالتخاطب والتواصل مع الآخرين .

**- مدى اعتماد القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون على الدورات التدريبية فى مجالى الكمبيوتر والإنترنت .**

\* أكدت نسبة ٥٤.٧ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون أنهم التحقوا بدورات تدريبية فى مجال الكمبيوتر مقابل نسبة ٤٥.٣ % لم يلتحقوا بأية دورات تدريبية وذكرت نسبة ٢٣ % أنهم التحقوا بدورات تدريبية فى مجال الإنترنت مقابل نسبة ٧٧ % لم يلتحقوا بأية دورات تدريبية فى هذا المجال.

**- أثر الهوية فى تحديد الدولة التى يتلقى فيها القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون دورات تدريبية على الإنترنت والكمبيوتر .**

\* تؤكد نتائج الدراسة أن اختيار القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون للدولة التى يتلقى فيها دورات تدريبية فى مجالى الكمبيوتر والإنترنت يتجه فى الغالبية الجارفة إلى إحدى الدول الأوروبية حيث فضلت ذلك نسبة ٤١ % من عينة الدراسة وذلك لاهتمام الدول الأوروبية بالعلم والعلماء والتطور العلمى والتقنى وللاستفادة من التنوع الكبير فى الثقافات الأوروبية من خلال الاحتكاك بمتدربين ومدرّبين أوروبيين وأن هذه الدول تتمتع بمناخ كبير من الحرية واحترام حقوق الإنسان ووجود طفرة تكنولوجية هائلة فى هذه الدول ولتقدمها الهائل والمتنوع فى مجال البرمجيات والحاسبات .

\* وفضلت نسبة ٣٣.١ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون الولايات المتحدة الأمريكية وذلك للأسباب التالية : امتلاكها أحدث التقنيات فى مجال الإنترنت والمعلومات ووجود كبري شركات برامج الكمبيوتر وصناعة البرمجيات بها مثل شركة مايكروسوفت وهى المصدر الأساسى والمركز الرئيسى لشبكة الإنترنت وللتفوق الأمريكى فى المجالين العلمى والتقنى .

\* وأن نسبة ٢.٢ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون يفضلون إسرائيل وذلك لمعرفة كيف يفكر العدو وللإلمام بالفكر والثقافة والمعرفة الإسرائيلية وللتقدم التقنى الكبير الذى تتمتع به هذه الدولة العبرية والتعرف على أسرار هذا التقدم .

- أثر الهوية فى اختيار القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون لعمله فى الخارج .

\* إذا أتاحت للقائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون فرصة عمل إعلامية متساوية فى الميزات الاقتصادية أى بلد يختار ؟ هنا كانت الهوية العربية والانتماء العربى هو الدافع الذى جعل القائم بالاتصال يفضل البلاد العربية عن الدول الأوروبية حيث بلغت نسبة من يفضلون العمل فى إحدى الدول العربية ٤٨.٢ % يليها نسبة ٣٨.١ % لمن يفضلون العمل فى إحدى الدول الأوروبية ثم نسبة ١٠.٨ % لمن يفضل العمل فى الولايات المتحدة الأمريكية .

**مفهوم الهوية المصرية لدى القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون .**

\* تشير نتائج الدراسة إلى أن الهوية المصرية لدى القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون هى انتماء قومى متعدد المحيطات السياسية والثقافية عربياً وإسلامياً فعندما طرحت عدة اقتراحات على القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون لتحديد الهوية المصرية جاءت اختياراتهم على النحو التالى : إنها إسلامية عربية ( ٦٤ % ) - عربية ( ١٣.٧ % ) - مصرية فقط ( ١٠.٨ % ) - فرعونية ( ٥.٨ % ) - إسلامية ( ٥ % ) - مسيحية ( ٠.٧ % ) .

- أثر الهوية العربية فى رؤية القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون لحل جميع مشاكل مصر الاقتصادية .

\* تؤكد نتائج الدراسة أن اختيار القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون للدولة التى تتحالف معها مصر لحل مشاكلها الاقتصادية يتجه فى الغالبية الجارفة إلى إحدى الدول العربية فجاءت فى المرتبة الأولى بنسبة ( ٦١.٩ % ) ثم إحدى الدول الأوروبية ( ٢٢.٣ % ) ومن هنا فإن معيار الاختيار الغالب لدى العينة هو معيار تفضيل قائم على الهوية العربية والانتماء العربى والوجدان العربى .

- رؤية القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون لتأثير الإنترنت على دور المؤسسات التعليمية والثقافية فى المجتمع :

\* أشارت نتائج الدراسة إلى عدم وجود أى تأثير لشبكة الإنترنت على دور المؤسسات التعليمية والثقافية فى المجتمع حيث أكد ذلك نسبة ٦٣.٣ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون عينة الدراسة مقابل نسبة ٥.٨ % أكدت أن شبكة الإنترنت لها تأثير فى دور المؤسسات التعليمية والثقافية فى المجتمع .

- المواقع العربية على الإنترنت التى يعتمد عليها القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون بصفة دائمة .

\* أوضحت نتائج الدراسة أن القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون يعتمد على مجموعة من المواقع العربية على الإنترنت منها مواقع باللغة العربية ومواقع تعنى بقضايا معينة سواء كانت إنسانية أو سياسية أو اقتصادية أو بيئية أو تعليمية ومواقع مخصصة لبعض برامج التشغيل ومواقع إعلامية فنجد أنه يعتمد على :

١ - بعض المواقع المصرية مثل : مواقع مؤسسى الأهرام والأخبار الصحفية ومواقع وكالة أنباء الشرق الأوسط واتحاد الإذاعة والتلفزيون والهيئة العامة للاستعلامات ومركز معلومات مجلس الوزراء ومصرأوى ومجلة أكتوبر .

٢ - بعض المواقع العربية مثل : موقع الجزيرة نت واسلام اون لاين ومحيط والمنديات العربية وبى بى سى اربيك - سى ان ان اربيك - ارباب تايم - رادادى - إينا - سيرش فور ارباب - الأقصى اون لاين - انتفاضة - صحيفة الشرق الأوسط - العين - عجيب - نسيج - المشكاة - فن اون لاين - صحيفة الحياة - ترجمان - دنيا الوطن - مكتوب - النسناس - فلسطين - مزيكا - شامل - ميدل ايست اون لاين .

٣ - مواقع أخرى مثل : مواقع دينية - مجال الكمبيوتر - المواقع الإخبارية - الاقتصادية - السياسية - الرياضية - الفنية - مواقع التجميل - القنوات التلفزيونية العربية - مواقع البريد الإلكتروني - مواقع الترجمة - مواقع البرمجة .

**مدى اعتماد القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون على الإنترنت فى الاهتمام بالقضايا العربية**

\* أشارت نتائج الدراسة إلى أن نسبة ٦٥.٥ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون أكدوا أن اعتمادهم على الإنترنت أدى إلى زيادة اهتمامهم بالقضايا العربية فى حين أن نسبة ٣٣.٨ % نفت ذلك .

**أهم القضايا العربية التى يعتمد القائم بالاتصال فى الإذاعة على الإنترنت فى متابعتها .**

\* أوضحت نتائج الدراسة أن القضايا السياسية جاءت فى مقدمة القضايا العربية التى يعتمد القائمون بالاتصال فى الراديو والتلفزيون على الإنترنت فى متابعتها وذلك بنسبة ( ٢٥.١ % ) ثم القضايا الإعلامية ( ١٤.٢ % ) ثم القضايا الاقتصادية ( ١١.٣ % ) .

**- مفهوم الهوية العربية لدى القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون :**

\* أوضحت نتائج الدراسة أن نسبة ٣٠.٢ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون أحجموا عن تعريف الهوية العربية ولم يدلوا بأى رأى أو تعليق حول هذا المفهوم .

وأن نسبة ٦٩.٨ % وضعوا تعريفات مختلفة للهوية العربية على النحو التالي :  
فهناك من نظر الى الهوية العربية على أنها " الوحدة والتوحد " و " هى الانتماء " و " أن يكون للمجتمع العربى شخصية ثابتة ومحددة وان يكون قادرا على اتخاذ قرارات مصيرية " .  
وهناك من نظر الى الهوية العربية نظرة تشاؤمية وأصحاب هذه النظرة عرفوا الهوية العربية بأنها :  
ضرب من ضروب الخيال العلمى " وأنها غير واضحة المعالم وأنها فى الماضى كانت تعنى الكثير أما الآن فإنها مجرد كلمة رنانة لا تعنى أكثر من لغة فقط الهوية . وهناك من نظر الى الهوية العربية من منظور ثقافى وقالوا بأنها : الانتماء لكل قضايا وثقافة وعادات وتقاليد الامة العربية- وهى التراث العربى.

وهناك من نظر الى الهوية العربية من منظور اقتصادى وأصحاب هذه النظرة عرفوا الهوية العربية بأنها : السوق العربية المشتركة- وهى الوحدة الاقتصادية والسياسية

وهناك من نظر الى الهوية العربية من منظور اجتماعى وأصحاب هذه النظرة عرفوا الهوية العربية بأنها : العادات والتقاليد الحسنة والثقافة الإسلامية والعصرية والتاريخ العربى المشرق- الالتزام بالتقاليد العربية .

وهناك من نظر الى الهوية العربية من منظور دينى وأصحاب هذه النظرة عرفوا الهوية العربية بأنها : لا اله إلا الله محمد رسول الله والتمسك بالدين وبمبادئه الوسطية .

وهناك من نظر الى الهوية العربية من منظور جغرافى وأصحاب هذه النظرة عرفوا الهوية العربية بأنها : ارض تمتد من المحيط إلى الخليج فهى وطن وشعب ولغة ودين- وهى الانتماء إلى وطن اكبر والتكامل العربى.

هناك من نظر إلى الهوية العربية من منظور لغوى وأصحاب هذه النظرة عرفوا الهوية العربية بأنها : الالتزام أولاً باللغة العربية كلغة أساسية - وهى اللسان العربى والعادات والتقاليد العربية.

**- أثر الإنترنت فى الهوية العربية لدى القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون**

\* أشارت نتائج الدراسة إلى أن اعتماد القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون على شبكة الإنترنت قد أثر تماماً فى هويتهم العربية حيث قالت بذلك نسبة ٣٣.٨ % وأن نسبة ٥٠.٤ % من العينة قالت أن الإنترنت أثرت إلى حد ما فى حين أن نسبة ١٥.٨ % نفت ذلك .

\* وعن نوع تأثير الإنترنت فى الهوية العربية أكدت نسبة ٥٨.١ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون أن اعتمادهم على الإنترنت أدى إلى إضعاف الهوية العربية لديهم فى حين نفت ذلك نسبة ٤١.٩ % .

### أسباب ضعف الهوية العربية لدى القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون :

\* أوضحت نتائج الدراسة أن نسبة ٣٣.٨ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون مجتمع الدراسة لم يجيبوا نهائياً عن التساؤل المتعلق بأسباب ضعف الهوية العربية لديهم فى حين أجابت نسبة ٦٦.٢ % عن هذا التساؤل وذلك على النحو التالى :

١ - **ضعف الهوية العربية يرجع إلى أسباب سياسية مثل :** " السياسة الخاطئة وعدم اتفاق الدول العربية فيما بينها وغياب الديمقراطية والتشردم العربى وعجز القادة العرب عن تحقيق أماني وأحلام شعوبهم وتغلب القطرية على القومية وإجهاض الوحدة العربية من داخل وخارج الأمة العربية وغياب الروح القومية .

٢ - **ضعف الهوية العربية يرجع إلى أسباب اقتصادية مثل :** التفاوت الاقتصادي الكبير لدى بعض الدول العربية والحالة الاقتصادية المتردية وقلة التعاون الاقتصادي والثقافي بين العرب .

٣ - **ضعف الهوية العربية يرجع إلى أسباب ثقافية مثل :** انتشار ثقافة العولمة وضعف الثقافة المحلية والاستغراب داخليا وسيطرة نزعة السلطوية داخل المجتمعات الأمر الذى يدفع بالأفراد إلى اللجوء لنماذج أجنبية .

٤ - **البعض أرجع ضعف الهوية العربية إلى أسباب دينية مثل :** " عدم التمسك بلا اله إلا الله محمد رسول وغياب الواعظ الديني العصري الملم بقضايا العالم وغياب القيم الدينية والوطنية وتأثر المجتمع بالتيارات الغربية وسقوط الخلافة الإسلامية .

٥ - **والبعض أرجع ضعف الهوية العربية إلى أسباب اجتماعية مثل :** غياب القدوة الحسنة الصالحة وتغييب دور الشباب وسيطرة كبار السن على المواقع القيادية فى البلاد وغياب الانتماء إلى الجذور العربية وانتشار الفساد .

٦ - **البعض أرجع ضعف الهوية العربية إلى أسباب علمية مثل :** غياب التخطيط العلمى والإعجاب بالتقدم التكنولوجي وعدم الأخذ بأسباب العلم وتوقع القيم العلمية داخل المؤسسات العلمية فقط وانتشار القيم المادية على حساب العلم والمعرفة وعدم احترام العلماء واحتلالهم مرتبة فى المجتمع والحكم أدنى بكثير من مرتبة الفنانين .

٧ - **البعض أرجع ضعف الهوية العربية إلى أسباب إعلامية مثل :** " الإعلام المزيف للحقائق ولأن المهيمن على شبكة الإنترنت مواقع غربية نقلت إلينا عادات غربية إباحية وعدم وجود رأى عام فعال ومؤثر .

### رؤية القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون للتحديات التى تواجه الهوية العربية

\* أوضحت نتائج الدراسة أن أهم التحديات التى تواجه الهوية العربية هى العولمة حيث احتلت المرتبة الأولى بين التحديات الأخرى بنسبة ( ٢٠.٨ % ) يليها تحدى ضعف دور المؤسسات التعليمية فى المرتبة الثانية بنسبة ( ١٨.٨ % ) ثم التغيرات التى طرأت على الأسرة ( ١٣.٦ % ) ثم ضعف دور العبادة ( ١٣.٢ % ) فضعف اللغة العربية ( ١٠.٣ % ) فالزيادة المضطردة فى السكان ( ٩.٢ % ) .

### أهم القضايا الأجنبية التى يتابعها القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون على الإنترنت

\* أوضحت نتائج الدراسة أن أهم القضايا الأجنبية التى يتابعها القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون على الإنترنت هى :

\* تصدرت القضايا الأمريكية المختلفة فى المقام الأول اهتمامات القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون يليها قضية العولمة وصراع الحضارات ثم قضايا الأقليات المسلمة فى العالم فالإنجازات فى عالم الحاسبات والبرامج فصورة الدين الإسلامى وصورة مصر فى الخارج فالإرهاب الدولى ثم قضية التقدم فى مجال الإعلام والكاميرات وأحدث ما وصلت إليه التكنولوجيا فى مجال التصوير والإضاءة التلفزيونية.

### اعتماد القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون على الإنترنت فى شراء المنتجات الأجنبية .

\* أكدت نتائج الدراسة أن نسبة ٦٦.٢ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتلفزيون نفت تماماً أن اعتمادهم على الإنترنت قد دفعهم إلى اقتناء أو شراء أي منتجات أجنبية فى حين أن

نسبة ٣٢.٤ % من عينة الدراسة ذكرت أن اعتمادهم على الإنترنت شجعهم إلى حد ما على شراء المنتجات الأجنبية .

- اعتماد القائم بالاتصال فى الراديو والتليفزيون على الإنترنت فى القراءة والاطلاع .

أوضحت نتائج الدراسة أن اعتماد القائمين بالاتصال فى الراديو والتليفزيون على شبكة الإنترنت لم تؤد نهائياً إلى انخفاض مستوى القراءة العامة والاطلاع لديهم حيث أكدت ذلك نسبة ٤٦.٧ % من عينة الدراسة فى حين أن نسبة ٤٣.٩ % قالت إن اعتمادهم على الإنترنت أدى إلى حد ما إلى انخفاض مستوى القراءة العامة والاطلاع لديهم .

اعتماد القائم بالاتصال فى الراديو والتليفزيون على شبكة الإنترنت فى علاقاته الاجتماعية.

أشارت نتائج الدراسة إلى أن نسبة ٤٨.٢ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتليفزيون عينة الدراسة ذكروا أن اعتمادهم على الإنترنت أدى إلى حد ما إلى عزلتهم الاجتماعية وانطوائهم على أنفسهم فى حين نفت نسبة ٣٦.٧ % ذلك .

\* أكدت نسبة ٥٩.٧ % من القائمين بالاتصال فى الراديو والتليفزيون أن الإنترنت لم تؤثر فى علاقاتهم الاجتماعية ومشاركتهم فى أى عمل جماعى مقابل نسبة ٨ % قالت عكس ذلك . وتشير هذه النتائج إلى أن الإنترنت لم تؤثر بالسلب على العلاقات الاجتماعية للقائم بالاتصال فى الراديو والتليفزيون .

## المراجع

( ١ ) وليد فتح الله بركات , اعتماد الشباب الجامعى الكويتى على وسائل الإعلام فى المعرفة بالقضايا العربية والدولية , المجلة المصرية لبحوث الإعلام , كلية الإعلام , جامعة القاهرة , العدد الثامن عشر , يناير / مارس ٢٠٠٣ , ص ٧٣ .

( ٢ ) حنان جنيد , تكنولوجيا الاتصال التفاعلى ( الإنترنت ) وعلاقته بدرجة الوعى السياسى لدى طلاب الجامعات المصرية , دراسة ميدانية على طلاب الجامعات الخاصة , المجلة المصرية لبحوث الإعلام , كلية الإعلام , جامعة القاهرة , العدد الثامن عشر , يناير / مارس ٢٠٠٣ , ص ١ .

( ٣ ) هبة الله بهجت السمرى , استخدام الأطفال للإنترنت العلاقة التفاعلية بين الآباء والأبناء , المجلة المصرية لبحوث الإعلام , كلية الإعلام , جامعة القاهرة , العدد الثامن عشر , يناير / مارس ٢٠٠٣ , ص ص ٢٣٧ - ٢٣٨ .

( ٤ ) أسامة أمين الخولي , العرب والعولمة , بيروت , مركز دراسات الوحدة العربية , ٢٠٠٠ , ص ١٣٥ .

( ٥ ) آمال سليمان العبيدي , الهوية فى ليبيا : دراسة ميدانية , مجلة المستقبل العربى , بيروت , مركز دراسات الوحدة العربية , العدد ٢٦٣ , يناير ٢٠٠١ , ص ١٤١ .

( ٦ ) د. عبد العليم محمد , سؤال الهوية المتكرر , جريدة الأهرام الصباحية الأحد بتاريخ ١٤ / ١١ / ٢٠٠٣ م .

( ٧ ) سهام نصار , موقف الصحافة المصرية من قضية العولمة والهوية الثقافية , دراسة تحليلية لمواد الرأي العام فى صحف الأهرام والوفد والشعب والأهالي خلال عامي ١٩٩٩ / ٢٠٠٠ , مجلة البحوث الإعلامية , جامعة الأزهر الشريف , العدد السادس عشر , أكتوبر ٢٠٠١ م , ص ٨٠ .

( ٨ ) محمود المنير , العولمة وعالم بلا هوية , المنصورة , دار الكلمة , ٢٠٠٠ م , ص ص ١٥٦ - ١٥٩ .

( ٩ ) سهام نصار , مرجع سابق , ص ٨٠ .

( ١٠ ) عائشة سعد البوسعيد , الهوية الوطنية فى القنوات الفضائية لدولة الإمارات العربية المتحدة , خطة بحث لنيل درجة الماجستير , كلية الإعلام جامعة القاهرة , قسم الإذاعة , ١٩٩٧ , ص ٢ .

- ( ١١ ) وليد فتح الله بركات , مرجع سابق , ص ٨٠ .
- ( ١٢ ) محمد عبد الحميد , نظريات الإعلام واتجاهات التأثير , الطبعة الأولى , القاهرة , عالم الكتب , ١٩٩٧ , ص ٢٣٥ - ٢٣٦ .
- ( ١٣ ) المرجع السابق , ص ٢٣٢ .
- ( ١٤ ) سوزان يوسف القليني , مدى اعتماد الصفوة المصرية على التلفزيون في وقت الأزمات , دراسة حالة على حادث الأقصر , المجلة المصرية لبحوث الإعلام , كلية الإعلام , جامعة القاهرة , العدد الرابع , ديسمبر ١٩٩٨ , ص ص ٣٤ - ٣٥ .
- ( ١٥ ) محمد عبد الحميد , مرجع سابق , ص ٢٣٤ - ٢٣٥ .
- ( ١٦ ) وليد فتح الله بركات , مرجع سابق ص ٨١ .
- ( ١٧ ) المرجع السابق , ص ٨٢ .
- ( ١٨ ) نفس المرجع السابق , ص ٨١ .
- ( ١٩ ) بسيوني إبراهيم حماده , وسائل الإعلام والسياسة , دراسة في ترتيب الأولويات , جامعة القاهرة , مكتبة نهضة الشرق , ١٩٩٦ , ص ٢٤٩ .
- ( ٢٠ ) محمد عبد الحميد , مرجع سابق , ص ٢٣٧ - ٢٣٨ .
- ( ٢١ ) وليد فتح الله بركات , مرجع سابق , ص ٩٢ .
- ( ٢٢ ) حنان جنيد , مرجع سابق .
- ( ٢٣ ) هبة الله بهجت السمرى , مرجع سابق .
- ( ٢٤ ) عبير محمد حمدي , دور الإنترنت والراديو والتلفزيون في إمداد الجمهور المصرى بالمعلومات , رسالة ماجستير , غير منشورة , كلية الإعلام , جامعة القاهرة , ٢٠٠١ م .
- ( ٢٥ ) نجوى عبد السلام فهمي , التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت , دراسة تحليلية , المجلة المصرية لبحوث الرأي العام , مركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام , جامعة القاهرة , المجلد الثاني , العدد الرابع , أكتوبر / ديسمبر ٢٠٠١ م .
- ( ٢٦ ) السيد بخيت , استخدام الإنترنت في تطوير المهارات الصحفية باللغة الإنجليزية لدى دارسي الصحافة , المجلة المصرية لبحوث الرأي العام , كلية الإعلام , جامعة القاهرة , العدد الثاني , إبريل / يونيه , ٢٠٠٠ .
- ( ٢٧ ) محمد سعد إبراهيم , استخدامات الصحافة المصرية للإنترنت ومدى انعكاسها على الأداء الصحفى , تكنولوجيا الاتصال الواقع والمستقبل , بحوث ومناقشات المؤتمر العلمي الخامس لكلية الإعلام , جامعة القاهرة , ١٩٩٩ .
- ( ٢٨ ) سامى طابع , استخدام شبكات المعلومات " الإنترنت " فى الحملات الإعلامية , المجلة المصرية لبحوث الإعلام , كلية الإعلام , جامعة القاهرة , العدد الثاني , إبريل / يونيو ١٩٩٧ .
- ( ٢٩ ) سهام نصار , مرجع سابق .
- ( ٣٠ ) أمال سليمان العبيدي , مرجع سابق .
- ( ٣١ ) إيمان محمد عبد الفتاح عز العرب , الإعلام والهوية الوطنية , دراسة على شرائح من المجتمع الريفي والحضرى , رسالة دكتوراه , غير منشورة , كلية الآداب , جامعة طنطا , ١٩٩٦ .
- ( ٣٢ ) محمود ميعاري , الهوية الدينية وعلاقتها بالهويات الأخرى بين الفلسطينيين فى إسرائيل , مجلة المستقبل العربي , بيروت , مركز دراسات الوحدة العربية , العدد رقم ١٣٧ , يوليو ١٩٩٠ .
- ( ٣٣ ) احمد شبشوب , التحولات الاجتماعية وبناء الهوية لدى الشاب التونسي المتدرس , <http://abedjabri.tripod.com/12fikrlob12n08.htm>
- ( ٣٤ ) محمد عبد الحميد , دراسة الجمهور فى بحوث الإعلام , الطبعة الأولى , القاهرة , عالم الكتب , ١٩٩٣ , ص ص ١٤٠ - ١٤٢ .

- ( ٣٥ ) عاطف عدلى العبد , تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الإعلام والرأى العام , الأسس النظرية والنماذج التطبيقية , القاهرة , دار الفكر العربى , ٢٠٠٣ , ص ٩ .
- ( ٣٦ ) تم عرض الاستمارة على السادة المحكمين الآتي أسماؤهم والمرتبة ترتيباً أبجدياً :
- ١ - ١ د إبراهيم المسلمى رئيس قسم الإعلام السابق بكلية الآداب جامعة الزقازيق .
  - ١ - ٢ د حسن حمدى عميد كلية الإعلام بجامعة مصر الدولية .
  - ١ - ٣ د سعيد نجيدة أستاذ مساعد بقسم الإعلام بكلية الآداب جامعة الزقازيق .
  - ١ - ٤ د عاطف عدلى العبد مدير مركز البحوث والرأى العام كلية الإعلام جامعة القاهرة .
  - ٥ - د . محمود منصور هبيرة مدرس الصحافة بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية بينها
  - ٦ - د . محمد عوض مدرس الصحافة بكلية الآداب جامعة الزقازيق .
- ( ٣٧ ) مشارى عبد الله النعيم , تحولات الهوية العمرانية : ثنائية الثقافة والتاريخ فى العمارة الخليجية المعاصرة , مجلة المستقبل العربى , بيروت , مركز دراسات الوحدة العربية , العدد ٢٦٣ , ٢٠٠١ , ص ٩٩ .
- ( ٣٨ ) محمود عمارة , مخاطر العولمة على الهوية الثقافية , القاهرة , نهضة مصر , ١٩٩٩ , ص ٦ .
- ( ٣٩ ) المرجع سابق , ص ص ٦-٧ .
- ( ٤٠ ) عبد الوهاب زيتون , الغزو الثقافى عوامله وأشكاله , الطبعة الأولى , بيروت , المنارة , ١٩٩٥ , ص ١١ .
- ( ٤١ ) محمود المنير , , مرجع سابق , ص ١٥ .
- ( ٤٢ ) فاروق شوشة , المتقف العربى هو ضمير الأمة ,
- [www.alquds.co.uk/index.asp?fname=2003/06/0621/m16.htm&storytitle=ff](http://www.alquds.co.uk/index.asp?fname=2003/06/0621/m16.htm&storytitle=ff)
- ( ٤٣ ) تركي الحمد , الثقافة العربية فى عصر العولمة , الطبعة الثانية , بيروت , دار الساقي , ٢٠٠١ , ص ١٨ .
- ( ٤٤ ) سهام نصار , مرجع سابق , ص ١٠٠ .
- ( ٤٥ ) آمال سليمان العبيدي , مرجع سابق , ص ١٤٢ .
- ( ٤٦ ) إيمان محمد عبد الفتاح عز العرب , مرجع سابق , ص ١١٨ .
- ( ٤٧ ) محمد عابد الجابري , مرجع سابق ,
- <http://abedjabri.tripod.com/06fikir1jab.htm>
- ( ٤٨ )
- [http://www.islamweb.net/php/php\\_arabic/readArt.php?lang=A&id=63232](http://www.islamweb.net/php/php_arabic/readArt.php?lang=A&id=63232)
- ( ٤٩ ) مشارى عبد الله النعيم , مرجع سابق , ص ١٠٩ .
- ( ٥٠ ) <http://www.salimmatar.com/Pages/15.htm>
- ( ٥١ ) إيمان محمد عبد الفتاح عز العرب , مرجع سابق , ص ٤ .
- ( ٥٢ ) المرجع السابق , ص ١١٦ .
- ( ٥٣ ) صحيفة الشرق الأوسط بتاريخ ٥ / ٢ / ٢٠٠٤ م .
- ( ٥٤ ) حسن على محمد , ثورة الإعلام , سلسلة أقرأ رقم ٦٨٥ , القاهرة , دار المعارف , ٢٠٠٣ , ص ٩٦ .
- ( ٥٥ ) سعود راشد العنزى , كيف يستخدم العرب الإنترنت ؟ , فى مستقبل الثورة الرقمية , العرب والتحدى القادم , كتاب العربى ( ٥٥ ) , الكويت , ١٥ يناير ٢٠٠٤ , ص ٢٣ .
- ( ٥٦ ) أمانى فهمى , العوامل المؤثرة فى الرضا الوظيفى للقائمين بالاتصال فى السينما المصرية خلال التسعينيات , المجلة المصرية لبحوث الإعلام , كلية الإعلام , جامعة القاهرة , العدد الثالث , سبتمبر ١٩٩٨ , ص ص ٩٨ , ١٢٤ .
- ( ٥٧ ) المرجع السابق , ص ١١٥ .
- ( ٥٨ ) حسن على محمد , مرجع سابق , ص ص ٩٦ , ٩٧ .

- ( ٥٩ ) شعبان أبو اليزيد شمس , الاحتياجات التدريبية للدعاة في مجال الاتصال واتجاهاتهم نحو مستحدثاته , دراسة ميدانية على عينة من الدعاة , جامعة الأزهر , مجلة البحوث الإعلامية , العدد السادس عشر , أكتوبر ٢٠٠١ , ص ٢٣ .
- ( ٦٠ ) كريمان محمد فريد , سلوى العوادلي , تقييم واقع التأهيل والتدريب في مجال العلاقات العامة , دراسة ميدانية تقويمية على برامج التأهيل والتدريب بقسم العلاقات العامة بكلية الإعلام , المجلة المصرية لبحوث الإعلام , كلية الإعلام , جامعة القاهرة , العدد الثالث , سبتمبر ١٩٩٨ , ص ص ٢٨ , ٢٩ .
- ( ٦١ ) شعبان أبو اليزيد شمس , مرجع سابق , ص ٢٣ .
- ( ٦٢ ) عبد الوهاب زيتون , مرجع سابق , ص ٧٧ .
- ( ٦٣ ) المرجع السابق , ص ٧٨ .
- ( ٦٤ ) حسن على محمد , مرجع سابق , ص ٩٩ .
- ( ٦٥ ) بسيوني إبراهيم حماده , دولة الإمارات العربية المتحدة وتكنولوجيا الاتصال , دراسة في الاتجاهات النظرية والتطبيقية , المجلة المصرية لبحوث الرأي العام , العدد الثاني , المجلد الثاني , إبريل / يونيه , ٢٠٠١ , ص ٨٢ .
- ( ٦٦ ) سلوى محمد يحيى العوادلي , التسويق الإلكتروني في مصر , دراسة ميدانية على عينة من الشركات متعددة الجنسية العاملة في مصر , المجلة المصرية لبحوث الإعلام , كلية الإعلام , جامعة القاهرة , العدد السابع عشر , أكتوبر / ديسمبر ٢٠٠٢ , ص ٧٢ .
- ( ٦٧ ) حسن على محمد , مرجع سابق , ص ص ١٠١ , ١٠٢ .
- ( ٦٨ ) مصطفى الفقى , دور مصر العربى , فى د . أسامة الباز محرراً , مصر فى القرن الحادى والعشرين , الآمال والتحديات , الطبعة الأولى , القاهرة , مركز الأهرام للترجمة والنشر , ١٩٩٦ , ص ٢٣٢ , ٢٣٣ .
- ( ٦٩ ) مصطفى الضمراني , الهوية المصرية .. والتوجه الإعلامي الجديد , جريدة الأهرام القاهرية بتاريخ ٢٥ / ٨ / ٢٠٠٤ .
- ( ٧٠ ) عبد الحميد الكاتب , قراءات ودراسات عن مصر والمصريين , سلسلة كتاب اليوم رقم ١٨٠ , فبراير ١٩٨١ , ص ١٩٤ .
- ( ٧١ ) سعود راشد العنزى , مرجع سابق , ص ص ١٨ - ١٩ .
- ( ٧٢ ) سهام نصار , مرجع سابق , ص ١٣٨ .
- ( ٧٣ ) الحبيب الجحاني , ظاهرة العولمة الواقع والآفاق , مجلة عالم الفكر , المجلد الثامن والعشرون , العدد الثاني , أكتوبر / ديسمبر ١٩٩٩ , ص ٩ .
- ( ٧٤ ) سهام نصار , مرجع سابق , ص ١٠٤ .
- ( ٧٥ ) نبيل متولي , طرفة الحلو , مدرسة المستقبل ومسئوليتها في الحفاظ على الهوية العربية الإسلامية "دراسة تحليلية"
- <http://www.ksu.edu.sa/seminars/futureschool/Papers/NabilMetwalliPaper.rtf>
- ( ٧٦ ) المرجع السابق .
- ( ٧٧ ) مناحي الشيباني , الهوية الثقافية .. تساؤلات مهمة لحماية مستقبل الأمة
- [http://www.alriyadh-np.com/Contents/20-02-2003/Mainpage/COV\\_674.php](http://www.alriyadh-np.com/Contents/20-02-2003/Mainpage/COV_674.php)
- 78 - <http://www.egyptinfo.gov.eg/MosqChurch/TotalChurchIndex.asp>
- 79 - <http://www.egyptinfo.gov.eg/MosqChurch/TotalMosqIndex.asp>
- 80 - <http://www.egyptinfo.gov.eg/MosqChurch/GovMosqIndex.asp>
- 81 - <http://www.egyptinfo.gov.eg/MosqChurch/PeopleMosqIndex.asp>
- ( ٨٢ ) سالم محمود عبد الجليل , رسالة المسجد فى التعامل مع قضايا الشباب
- <http://alresalah.masrawy.com/02082003/178762news.htm>
- ( ٨٣ ) نبيل متولي , طرفة الحلو , مرجع سابق .
- ( ٨٤ ) أحمد محمد الضبيب , اللغة العربية في عصر العولمة , الطبعة الأولى , الرياض , مكتبة العبيكان , (٢٠٠١م) , ص ١٦٥ .
- ( ٨٥ ) نبيل متولي , د. طرفة الحلو , مرجع سابق .
- ( ٨٦ ) المرجع السابق .
- ( ٨٧ ) نفس المرجع السابق .