

اتجاهات الجمهور الفلسطيني نحو دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي

دكتور/ رأفت محمد سعيد العوضي

استاذ الإدارة التربوية والتقنية المساعد - الكلية الجامعية العربية للعلوم التطبيقية.

البريد الإلكتروني: Rafat_ewadi@hotmail.com

الملخص:

هدفت الدراسة للتعرف إلى اتجاهات الجمهور الفلسطيني نحو دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي من وجهة نظرهم، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم تطبيق استبانة على عينة الدراسة المكونة من (400) مبحوثاً، تم اختيارها من مجتمع الدراسة بحيث تمثل شريحة من شرائح المجتمع، وتم اختيارهم بالطريقة العشوائية الطبقية من محافظات غزة (شمال غزة، غزة، الوسطى، خان يونس، رفح). وقد كشفت النتائج أن أكثر من منتصف عينة الدراسة تحرص على مشاهدة البرامج الثقافية المقدمة في القنوات التلفزيونية بنسبة مئوية قدرها (61.2%)، وأن القنوات التلفزيونية التي يفضل المبحوثين متابعة البرامج الثقافية من خلالها مرتبة قناة (الكتاب، فلسطين معاً، الأقصى، أخرى)، وأن المبحوثين يروا أن درجة الاستفادة من التعرض للبرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية جاءت بنسبة مئوية قدرها (43.9%)، وأعجاب المبحوثين من البرامج الثقافية المقدمة في القنوات التلفزيونية جاءت بنسبة مئوية قدرها (68.0%)، وأشارت النتائج أن هناك دور للبرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي على عينة الدراسة من الجمهور الفلسطيني بلغت (51.7%). وأظهرت النتائج عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط تقديرات بين الذكور وتقديرات الإناث في دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي، ولم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط تقديرات عينة الدراسة من الفئات العمرية ومكان الإقامة من حيث دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي. وقدمت الدراسة عدد من التوصيات.

الكلمات المفتاحية: البرامج الثقافية، القنوات التلفزيونية، قيم التواصل والحوار الثقافي.

مقدمة

يعتبر الإعلام بوسائله الحديثة المتطورة أقوى وظائف الاتصال العصرية التي تعين المتلقي على معايشة الواقع المعاصر والتفاعل معه، كما أصبح للإعلام دوراً هاماً في تناول القضايا المختلفة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها من القضايا المعاصرة، إضافة إلى شرحها وتفسيرها ومعالجة أبعادها المتعددة من أجل تهيئة الرأي العام إعلامياً. لقد أثبتت العديد من الدراسات العلمية الحديثة في مجال الاتصال الثقافي أن لوسائل الإعلام قوة مستقلة في المجتمع، وأنها تلعب أدواراً أساسية على الصعيد الثقافي والسياسي والاقتصادي والاجتماعي، فوسائل الإعلام تتدخل في تشكيل مفاهيم الناس وتصوراتهم بالنسبة للحقيقة في كافة مسائل الحياة خاصة في ظل ما يشهده الإعلام من تطور متسارع (طالب، 2011).

والواقع أن القنوات التلفزيونية في العصر الحديث أصبحت جزءاً رئيساً من حياة الناس، كما أن بناء الدولة اقتصادياً واجتماعياً وثقافياً يتطلب الاستعانة بمختلف وسائط ووسائل الإعلام، بل إن مشروعات التنمية لا يمكن أن تنجح إلا بمشاركة الشعوب وهو أمر لا يتحقق إلا بمساعدة الإعلام. (أبو شنب، 2001)

فالقنوات التلفزيونية ظاهرة ثقافية مدتها الحضارة الحديثة بطائفة من الإمكانيات الضخمة. ضاعفت من قيمتها وجعلت منها قوة كبيرة تؤثر على الجماهير، وجعلت من الحكومات المختلفة في شتى بقاع الأرض ذات اهتمام مباشر بالقنوات التلفزيونية بحيث باتت تنشأ وزارات ووحدات اعلام خاصة به (صقر،2010)، بل وتعمل على تطويره ضمن السياسة التطويرية العامة للدولة؛ لدرجة أصبح فيها الإعلام يعبر عن قوة الدولة وقدرتها على التعامل مع قضاياها الثقافية في تحقيق أهدافها الداخلية والخارجية.

وقد أشارت العديد من الدراسات: (الأغا وأبو دف،2001)، (الجعب،2010)، (العوضي،2014) إلى الدور الذي يمكن أن تقوم به وسائط الإعلام في بث الثقافة العامة التي يراد لها أن ترسخ وتعمق لدى الأفراد، وإن واجه أولئك الباحثون صعوبة تحديد الحجم النسبي الذي يمكن أن تؤديه تلك الوسائط في هذا تكوين الثقافة. كما أكدت العديد من الدراسات الدور الكبير للقنوات التلفزيونية في تحقيق الكثير من الجوانب الثقافية المختلفة. حيث كشفت دراسة حسين (2013) أن نسبة من يشاهدون القنوات التلفزيونية من الشباب الجامعي 96.5% من عينة الدراسة. وأشارت دراسة أبو جزر (2011) أن 82.23% من أفراد العينة يشاهدون الفضائيات الفلسطينية، وأن الفضائيات تشكل عاملاً رئيسياً وهاماً في تشكيل الوعي لدى أفراد العينة، وبينت دراسة نصر (2006) أن التلفزيون الوسيلة الأكثر تفضيلاً لدى غالبية عينة الدراسة بنسبة 87.5%، وأظهرت دراسة طومان (2009) ارتجالية الإعلام الفلسطيني وبعده عن التخطيط الإعلامي الواعي الأمر الذي ضاعف من شقة الخلاف وانقسام المجتمع، وأكدت دراسة الدلو (2006) أن 76.3% من الجمهور يتابعون وسائل الاتصال وأساليبه باستمرار، وأنه يفضل على الترتيب متابعة التلفزيون ثم الراديو فالصحف يليها الأصدقاء والجيران ثم مكبرات الصوت ثم الملصقات ثم الدعاة وأئمة المساجد. وبينت دراسة البرنية (2005) وجود علاقة ارتباطية طردية بين معدل تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية العربية وبين مستوى الثقافة بالقضايا العربية، بينما أظهرت دراسة أبو مطر (2004) أن طلبة الجامعات الفلسطينية يعتمدون في الحصول على معرفتهم بالقضايا السياسية والثقافية على الفضائيات العربية بشكل أساسي وشبكات الإنترنت في حين كان اعتمادهم في الحصول على نفس المعلومات من التلفزيون الفلسطيني ضعيف، أما دراسة حسن (2001) فقد أظهرت أن إعلانات التلفزيون المصري قد حازت على نسبة مشاهدة عالية وصلت إلى 93% ويأتي التلفزيون يليه الراديو ثم الملصقات في ترتيب مصادر المعرفة. وبينت دراسة جيمس وبيرك (James & peck,2000) هناك علاقة ارتباطية ايجابية لفاعلية الرسالة الاعلامية يؤثر على مستوى معارف واتجاهات المبحوثين حيالها، وكذلك على حيمهم لها.

لقد أشارت غالبية الدراسات السابقة وجود علاقة وثيقة بين التعرض للقنوات التلفزيونية والثقافة المكتسبة ودورها التوعوي لأفراد المجتمع خاصة في كونها تقدم معلومات جديدة ومتواصلة في مجالات الحياة المختلفة.

من هنا ننظر إلى البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية باعتبارها رأسمال اعلامي اجتماعي ثقافي يمنح الجمهور قدرة على مواجهة المتغيرات والصعاب من هينمة الثقافات الوافدة، و طاقة للتواصل مع الحياة وإعادة إنتاجها. بهذا المعنى يتلاقى دور البرامج الثقافية مع دور مفهوم الثقافة مع مفهوم الحضارة (المعياري،2003). ولذا نعطي أهمية خاصة للبرامج الثقافية لترسيخ الرواية التاريخية للشعب الفلسطيني بحكم ما تعرضت له من تشويهات على يد الاستعمار الاستيطاني العنصري، وما تعرض له الشعب الفلسطيني من تطهير عرقي، وما زال يكابده من تشريد وتهجير وتغييب للحقوق الإنسانية والمدنية والوطنية، وتقوم البرامج الثقافية بدور مهم في تنمية الوعي الثقافي من خلال تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي بين المواطنين، وترشدهم لما يدور على الساحة الداخلية أو الخارجية، إذ تتناول القضايا الوطنية من خلال الشرح والتحليل لهذه القضايا والتسويق لها، وتعريف المواطن

بأسباب وبأساليب التعامل معها من خلال أهداف تحقق في النهاية المصلحة العامة للدولة وبهذا فإن البرامج الثقافية عبر الإعلام هي في حد ذاتها وظيفة ثقافية، وذلك إذا حددت مسؤوليتها بشكل دقيق.

يأتي هذا في ضوء التطورات التي أصبح يعاني منها الشعب الفلسطيني من حيث تراجع في الموضوعات الثقافية التي تتضمن تغطية الأحداث الفلسطينية من حيث الاعتداء والعدوان الإسرائيلي المتكرر على الشعب الفلسطيني من قتل وتدمير وسلب للأراضي الفلسطينية في الضفة الغربية، ومما لا شك فيه أن زيادة الفجوة الإعلامية تؤدي إلى المس بالمشروع الوطني والثوابت الوطنية، وزيادة جرائم الاحتلال، وهموم الشعب الفلسطيني ومعاناته، وتزيد من تشرذم القضية الفلسطينية، وتشجع على رفض حقوقه، وعدالة قضيتيه.

إن الترابط الوثيق بين الإعلام والثقافة، والعلاقة التبادلية فيما بينهما، والأثر البالغ الذي تملكه كلتاهما تجاه الأخرى، خصوصاً في المجتمعات النامية التي تمر بمرحلة الانتقال والتحول الديمقراطي، وما لهذه العلاقة من أثر بالغ وكبير على المجتمع في ظل التطور التقني والتكنولوجي في وسائل الاتصال، التي تلعب دوراً مهماً وحيوياً داخل المجتمعات على كافة المستويات والأصعدة، وفي ظل التطورات الأخيرة الحاصلة على الساحة الفلسطينية، وما تؤديه البرامج الثقافية عبر القنوات التلفزيونية في عملية تكوين الرأي العام، ومحاولات استخدامها للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير، وتحقيق نوع من تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي معها، وإطلاعها على آخر المستجدات والفعاليات الثقافية الخاصة بالشعب الفلسطيني، ومحاوله التأثير فيها وكسب تأييدها، والتفاعل معها، دفع الباحث إلى معرفة مدى دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي.

مشكلة الدراسة:

لكل مجتمع ثقافته ولكل ثقافة عناصرها ومكوناتها التي تشكل في جملتها الشخصية الثقافية لهذا المجتمع أو الأمة، وتبعاً لاختلاف العناصر والمكونات الثقافية، من ثقافة لأخرى، تمتاز الثقافات وتأخذ كل منها طابعها الخاص وتصبح لكل مجتمع أو أمة هويتها الثقافية المميزة. والثقافة الفلسطينية غنية وحية، هي ثقافة تكاملت فيها عناصرها الأساسية الأربعة بمكوناتها الحيوية: (اللغة، والمعتقدات، والقيم، والمعرفة).

وتواجه الخصوصية الثقافية الفلسطينية اليوم تحدي كبير من العولمة، حيث محاولات الاحتلال الإسرائيلي الهيمنة على كافة المجالات المختلفة للثقافة، وفي حقيقة الأمر هذا يمثل خطر ثقافي؛ لأنها قد تسبب انهيار بعض الثقافات الخاصة بالمجتمع الفلسطيني منها ثقافة التواصل والحوار الفلسطيني والتهديد باندثارها أو انقطاعها، نظراً لامتلاك ثقافة المحتل وسائل الغزو والهيمنة.

ويقتضي هذا من التلفزيون في عصر المعلومات- الحفاظ على الهوية الثقافية- من خلال تنمية الوعي بالقواسم المشتركة في الحالة الفلسطينية، والاهتمام بتنمية وإقامة جسور التواصل والتحوار الثقافي، وتنمية القدرة على الإقناع ومشاركة الحوار مع الآخر، والتخلص من نزعات التعصب والعنف، ودعم صمود الشعب الفلسطيني وقوته وثباته على أرضه في مواجهة المحتل الإسرائيلي، من تأتي أهمية البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية كوسيلة اتصالية هادفة، تتعلق بالدرجة الأولى بالإنسان الذي يختزل عقائده، وأفكاره، وتصورات، وثقافته، ورموزه، وقيمه، ومثله العليا، عبر رموز يشحن بها من رسائل ومضامين البرامج الثقافية الإعلامية.

ومن المفترض أن يلعب التلفزيون دوراً مهماً في تعزيز قيم الحوار والتواصل الثقافي، خاصة أنه يستخدم الصوت والصورة واللون والحركة لتوصيل الرسالة الثقافية، من خلال ما يوفره من برامج ثقافية، تتضمن تعزيز قيم التواصل والحوار بين الفئات الفلسطينية المختلفة، ولأنه يخاطب جمهور متعدد الثقافات، والمعروف عن الجمهور أن اختلاف سلوكيات أفرادها تنبع من اختلاف قيم المجتمعات التي يعيشون فيها، وفي الحالة التي يعيشها

المجتمع الفلسطيني؛ ونظراً لأهمية تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي، تحاول الدراسة الحالية التعرف إلى اتجاهات الجمهور الفلسطيني نحو دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي. وعليه تتحدد مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي:

ما اتجاهات الجمهور الفلسطيني نحو دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي؟

وقد تفرع من هذا السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية التالية:

1. هل تتعرض عينة الدراسة للبرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية؟
2. ما القنوات التلفزيونية التي تتابع فيها عينة الدراسة البرامج الثقافية؟
3. ما الاستفادة المتحققة جراء التعرض للبرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية ؟
4. ما مدى اعجاب عينة الدراسة من البرامج الثقافية التي تعرض في القنوات التلفزيونية؟
5. ما مدى دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي؟
6. ما مدى فعالية دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي؟
7. إلى أي مدى ممكن أن تؤثر البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي؟

فروض الدراسة:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات العينة من حيث دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي وذلك حسب متغيرات (الجنس، الفئات العمرية، ومكان الإقامة).

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف وتحليل دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي.

ويندرج تحت هذا الهدف الأهداف الفرعية التالية:

1. رصد دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي.
2. تحليل مدى استفادة الجمهور من متابعة البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية.

أهمية الدراسة:

1. توفير بعض المعلومات عن طبيعة المظاهر الإيجابية والسلبية التي تؤديها البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في مجال تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي وكيفية العمل على فاعليتها مما يعود بالفائدة على الجمهور الفلسطيني.
2. الوقوف على بعض الجوانب والنقاط المهمة والمؤثرة التي تقوم بها القنوات التلفزيونية، وعلاقتها بتدعيم المسؤولية الثقافية.
3. إلقاء الضوء على الأنشطة والفعاليات التي توفرها البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية، ودورها في إكساب الجمهور الفلسطيني المسؤولية في الحفاظ على هويتنا الثقافية في ظل المستجدات المتسارعة من حولهم من هيمنة الثقافات الوافدة (العالم الجديد، العولمة والغزو الثقافي، الدعاية الصهيونية).
4. التعرف على مدى الاستفادة من تلك البرامج الثقافية وأهميتها كمصدر لتعزيز قيم الحوار والتواصل الثقافي.

نوع الدراسة ومنهجها:

يطبق الباحث الأسلوب الوصفي التحليلي، وهو الأسلوب المناسب لهذه الدراسة، ويعتبر الهدف الأساسي للدراسات الوصفية هو دراسة وتحليل خصائص ظاهرة اجتماعية معينة، أو مجموعة ظواهر اجتماعية، والوقوف عليها، للحصول منها على معلومات تجيب على أسئلة الدراسة، دون تدخل الباحث في مجرياتها، وهنا يستطيع الباحث أن يتعامل معها ويصنفها ويحللها.

وهذا ما ينطبق على الدراسة الحالية التي تعتمد على أسلوب مسح الجمهور الفلسطيني في محافظات غزة للتعرف على حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم نحو دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي. واستخدام هذا المنهج يعد جهداً علمياً منظماً يستهدف الحصول على البيانات وأوصاف الظواهر والأساليب التي اتبعت لمواجهة هذه الظاهرة ومعرفة جوانبها المختلفة.

مجتمع وعينة الدراسة الميدانية:

يمثل مجتمع الدراسة الجمهور الفلسطيني في محافظات غزة لصعوبة تطبيق أدوات الدراسة على الفلسطينيين المتواجدين في الضفة الغربية بسبب الاحتلال الإسرائيلي، وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة عشوائية بسيطة من محافظات غزة (شمال غزة، غزة، الوسطى، خانينونس، رفح) قوامها (400) مبحوثاً، تم اختيارها من مجتمع الدراسة بحيث تمثل شريحة من شرائح المجتمع، وزعت بأسلوب التوزيع المناسب طبقاً لمتغيرات الدراسة؛ لضمان تمثيلها لمجتمع الدراسة، ولتكون مجالاً للدراسة الميدانية.

خصائص عينة الدراسة الميدانية:

جدول رقم (1): توزيع عينة الدراسة الميدانية:

البيان	المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	الذكور	214	53.5%
	الإناث	186	46.5%
البيان	المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
	من 18-24	89	22.2%
	من 25-30	187	46.8%
	من 31-35	124	31%
البيان	المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
	شمال غزة	67	16%
	غزة	127	32%
	الوسطى	54	14%
	خانيونس	87	21%
	رفح	65	17%
	الإجمالي		400

صدق أداة الدراسة:

تم التأكد من صدق الاستبانة عن طريق :

حرص الباحث للتأكد من صدق الأداة وذلك من خلال عرضها بشكلها الأولي على عدد من أساتذة الجامعات الفلسطينية للحكم على صلاحيتها، وأبدوا عدداً من الآراء والملاحظات، وفي ضوء ما ورد من ملاحظات تم إضافة بعض البنود، ودمج البعض الآخر، وحذف بعضها، وتعديل البعض الآخر، وقد استجاب الباحث للتعديلات التي اتفق عليها غالبية المحكمين.

ثبات أداة الدراسة:

كما تم التحقق من ثبات الاستبانة وذلك من خلال حساب قيمة معامل ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha) لحساب ثبات المقياس، وتبين أن جميع قيم معاملات الفا كرونباخ لجميع فقرات الاستبانة بلغت (0.84) مما يدل على ثبات الاستبانة.

الأدوات الإحصائية:

من أجل معالجة البيانات، استخدم الباحث برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وذلك باستخدام التكرارات، والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة، وكذلك استخدام اختبار (T-test) لعينتين مستقلتين لدراسة الفروق بين متغيرات الدراسة المختلفة وكذلك اختبار تحليل التباين الأحادي ONE WAY ANOVA.

متغيرات الدراسة:

- المتغير المستقل: (دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية).
- المتغير التابع: (تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي).
- لمتغيرات التصنيفية: متغير الجنس (ذكور، إناث)، الفئات العمرية (من 18-24، من 25-30، من 31-35)، متغير مكان الإقامة (شمال غزة، غزة، الوسطى، خان يونس، رفح).

النتائج العامة للدراسة الميدانية:

فيما يلي عرض ومناقشة للنتائج التي توصلت إليها الدراسة، وذلك من خلال تحليل البيانات لاستجابات المبحوثين على الاستبانة الميدانية؛ بهدف تحقيق أهداف الدراسة:

أولاً: مشاهدة المبحوثين للبرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية

كشفت تحليل البيانات أن المبحوثين يشاهدون الإعلانات في القنوات التلفزيونية الفلسطينية، وفق المعدلات المبينة بالجدول التالي:

جدول رقم (2): مشاهدة المبحوثين للبرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية

المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	245	61.2%
لا	155	38.7%
المجموع	400	100%

وبتحليل بيانات الجدول السابق يتبين النتائج التالية:

أكثر من منتصف عينة الدراسة تحرص على مشاهدة البرامج الثقافية المقدمة في القنوات التلفزيونية حيث جاءت (نعم) بالمرتبة الأولى بنسبة (61.2%)، في مقابل (38.7%) من عينة الدراسة لا تشاهد البرامج الثقافية المقدمة في القنوات التلفزيونية ويعزو الباحث ذلك إلى أن هناك أفراد من العينة لا يشاهدون التلفزيون نهائياً، وليسوا من متابعين البرامج الثقافية، ويستخدمون وسائل إعلامية أخرى، وهناك من لا يوجد لديهم وقت بالجلوس أمام التلفزيون لارتباطاتهم بعملهم ومصالحهم الحياتية، ومنهم من لا يهتم بالبرامج عموماً، وتطوير معافهم العلمية والثقافية.

ثانياً: القنوات التلفزيونية التي تتابع فيها عينة الدراسة البرامج الثقافية.

كشفت تحليل البيانات عن القنوات التلفزيونية الفلسطينية التي يفضل المبحوثين متابعة البرامج الثقافية من خلالها، كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول رقم (3) : توزيع إجابات المبحوثين حسب متابعة البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية :

القنوات المفضلة	التكرار	النسبة المئوية
الكتاب	338	82.0%
فلسطين	292	70.8%
معاً	284	68.9%
الأقصى	195	47.3%
أخرى....	32	7.7%

وبتحليل بيانات الجدول السابق يتبين النتائج التالية:

أن القنوات التلفزيونية الفلسطينية التي يفضل المبحوثين متابعة البرامج الثقافية من خلالها – مرتبة طبقاً لما أحرزته النتائج من تكرارات- هي: قناة الكتاب جاءت بالمرتبة الأولى بنسبة (82.0%)، ثم قناة فلسطين بنسبة (70.8%)، ثم جاءت قناة معاً بنسبة (68.9%)، تلاها قناة الأقصى بنسبة (47.3%)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت فئة أخرى (7.7%)، وتمثلت في (قناة هنا القدس الفضائية، قناة الكوفية الفضائية، وقناة أمواج الأرضية).

ويعزو الباحث ذلك إلى أن قناة الكتاب مستقلة وغير منتمية لأي حزب فلسطيني، وذات طابع تجاري، وتحظى باحترام الجمهور الفلسطيني؛ لمواكبتها لاحتياجات المجتمع الفلسطيني وقضاياه المحلية ومتابعتها لمشكلاته أولاً بأول، وتعدد برامجها الثقافية وتنوعها، فكان نسبة المشاهدة من عينة الدراسة- للبرامج الثقافية على القناة أكثر من غيرها.

وجاءت قناة تلفزيون فلسطين المرتبة الثانية على الرغم من أنه بدأ مسيرته منذ 17 عاماً في غزة وراكم الخبرات والمعدات والأرشيف إلا أن الانقسام الذي حدث في منتصف حزيران 2007م، أعاق تقدم مسيرة التلفزيون بعد تحويل ميناه إلى أكاديمية لشرطة حماس، ومنع كوادره من العمل هناك، ومصادرته والاستيلاء على الأرشيف والمعدات؛ لذلك عندما تحاكم تاريخ التلفزيون لا بد من الإشارة إلى أن العمر الحقيقي للتلفزيون بدأ من جديد منذ عام 2006م.

إن قناة تلفزيون فلسطين، كونها من أهم رموز السيادة الوطنية. وتمثل كافة أطراف الشعب الفلسطيني في الوطن والشتات، تقع على عاتقها مسؤولية أكبر في دعم قيم الحوار والتواصل الثقافي، والتفاعل مع القضايا الثقافية من جهة، والتصدي لآلة الإعلام الإسرائيلي التي تعمل على تشويه الثقافة الفلسطينية ونضاله ما يلقي على عاتقه مسؤولية أكبر، ما يتطلب التعاون والتكامل مع الإعلام المحلي والخاص.

ثالثاً: الاستفادة المتحققة جراء التعرض للبرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية.

كشف تحليل البيانات عن درجة استفادة المبحوثين من جراء التعرض للبرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية، كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول رقم (4): توزيع عينة الدراسة حسب مدى الاستفادة من التعرض للبرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية:

درجة الاستفادة	التكرار	النسبة المئوية
استفيد بدرجة كبيرة	181	43.9%
استفيد إلى حد ما	157	38.1%
لا استفيد	62	15.5%
المجموع	400	100%

وبتحليل بيانات الجدول السابق يتبين النتائج التالية:

أن درجات المبحوثين لدرجة الاستفادة من التعرض للبرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية جاءت مرتبة طبقاً لما أحرزته النتائج من تكرارات، هي: استفيد بدرجة كبيرة بنسبة (43.9%)، تلمها استفيد إلى حد ما بنسبة (38.1%)، ثم لا استفيد بنسبة (15.5%).

ويعزو الباحث ذلك إلى أن البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية محدودة، ولا تتيح فرص تبادل الحوار والتواصل بين الأفراد، كما أن الانقسام الفلسطيني حد من فرص التواصل والحوار بين الضفة الغربية وقطاع غزة، حيث يسعى إلى تضييق الثقافة الوطنية واللغة المشتركة مما يؤثر على المشروعات الوطنية، إلا أنه يبقى الجمهور الفلسطيني يتابع ويتربص الجديد من البرامج الثقافية عبر القنوات التلفزيونية.

رابعاً: مدى اعجاب عينة الدراسة من البرامج الثقافية التي تعرض في القنوات التلفزيونية.

كشف تحليل البيانات عن استجابات المبحوثين حول اعجابهم من البرامج الثقافية التي تعرض في القنوات التلفزيونية، كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول رقم (5): توزيع عينة الدراسة حسب مدى اعجاب عينة الدراسة من البرامج الثقافية التي تعرض في القنوات التلفزيونية:

اعجاب عينة الدراسة من البرامج الثقافية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	272	68.0%
لا	128	32.0%
المجموع	400	100%

وبتحليل بيانات الجدول السابق يتبين النتائج التالية:

أن أكثر من نصف عينة الدراسة أجابوا بنعم حول اعجابهم من البرامج الثقافية التي تعرض في القنوات التلفزيونية، حيث جاءت بنسبة مئوية قدرها (68.0%)، مقابل النسبة المئوية (32.0%) كانت إجابهم بعدم اعجاب عينة الدراسة من البرامج الثقافية التي تعرض في القنوات التلفزيونية.

ويعزو الباحث اعجاب عينة الدراسة من الجمهور الفلسطيني بالبرامج الثقافية لأنهم ينقون بالقنوات التليفزيونية، ويعتمدون عليها في إشباع حاجتهم وتحقيق رغباتهم وأهدافهم وخاصة في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي الوطني، ويأتي هذا في إطار وجود تفاعلات منافسة بين الفصائل الوطنية في مواجهة الاحتلال الإسرائيلي، لذا حظيت القنوات التلفزيونية الفلسطينية بثقة عينة الدراسة وأعجابهم نحو قدرتها على تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي.

خامساً: دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي.

كشفت تحليل البيانات عن دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي، كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول رقم (6): توزيع إجابات المبحوثين حسب دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي:

م	العبارة	التكرار	النسبة المئوية
1.	تتيح فرص إبداء الرأي على الفعاليات الثقافية.	251	60.9%
2.	تسمح بوضع لقطات مصورة للتعبير عن الموقف الثقافي.	243	58.9%
3.	تستضيف الشخصيات الثقافية المرموقة.	240	58.2%
4.	تقدم معلومات عن عناصر الثقافة الفلسطيني بالتحليل والنقاش.	231	56.0%
5.	تتيح فرص الاعلان عن المبادرات والنشاطات الثقافية.	215	52.1%
6.	توفر فرص التواصل مع المثقفين في كافة محافظات الوطن.	198	48.0%
7.	تعرض أخبار ومعلومات مصورة تتعلق بالتراث الثقافي.	145	35.1%
8.	توفر تنوع في الحصول على المعلومة الثقافية التي ابحث عنها.	128	31.0%
9.	تمكن من التحشيد والمناصرة لقضايا ثقافية معينة.	125	30.3%
10.	توفر فضاءاً بديلاً لاجتماع الكوادر الثقافية للتعرف والتواصل فيما بينهم.	122	29.6%
11.	تتيح فرص الرغبة في التعبير عن وجهة نظر المتصل بالقضايا الثقافية.	116	28.1%
12.	تساهم في توسيع دائرة علاقات الجمهور الثقافية.	113	27.4%
13.	تتيح الفرص تقديم برامج تدعم آراء حول المواقف الثقافية.	109	26.4%
14.	تساهم في طرح نوعي للقضايا الثقافية التي تهم المجتمع الفلسطيني.	97	23.5%
15.	تأثيرها واضح وقوي على القادة السياسيين وصناع القرار.	81	19.6%
16.	تتيح فرص التفاعل مع بعض القضايا الثقافية مما يزيد من الحس الوطني.	72	17.4%
17.	تحدث على المشاركة في الفعاليات الثقافية.	71	17.2%
18.	تقدم امكانية التفاعل والمشاركة الثقافية.	69	17.0%
19.	أخرى تذكر...	4	0.97%
	الإجمالي	2630	

وبتحليل بيانات الجدول السابق يتبين النتائج التالية:

أن دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي جاءت مرتبة طبقاً لما أحرزته النتائج من تكرارات، وبالتالي فإن القنوات التلفزيونية تقدم اتجاهاً إيجابياً لدى الجمهور الفلسطيني نحو تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي وفي تنمية المشاركة الثقافية لديهم، وهذه نتيجة طبيعية لما توفر القنوات

التلفزيونية من انفتاح على الجمهور الفلسطيني ومسؤولياتها الوطنية، وعلى كافة التيارات والثقافات السياسية المختلفة في المجتمع الفلسطيني، والافكار المتجددة ، وما تتيحه القنوات التلفزيونية من إمكانية التنظيم لحملة ثقافية ما والتفاعل الثقافي مع قضية ما، كما أن الجمهور الفلسطيني يجد عبر القنوات التلفزيونية تفاعلاً واستجابة لموضوعاتهم الثقافية وتواصلهم أكثر ما يجدو أحياناً من مثقفين، خاصة لحالة الانقسام السياسي التي يعيشها المجتمع الفلسطيني.

فقد سهّلت القنوات التلفزيونية على الجمهور الفلسطيني إدامة علاقاتهم بالآخرين، وأتاحت فرص الحوار والتعبير عن آرائهم بحرية مطلقة لا يوفرها جو الواقع أحياناً، الأمر الذي يعكس إمكانية استغلالها بشكل كبير في التعبير والدعم الثقافي من خلال دخولهم في مناقشات وثقافية وفكرية، وارتداد البرامج الثقافية وما يصاحب ذلك تنمية وعي ثقافي فلسطيني.

سادساً: مدى فعالية البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي. كشف تحليل البيانات إذا كانت القنوات التلفزيونية تعزز قيم التواصل والحوار الثقافي، كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول رقم (7): توزيع إجابات عينة الدراسة حسب مدى فعالية البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي:

النسبة المئوية	التكرار	مدى فعالية البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي
51.7%	207	إلى حد كبير
34.2%	141	إلى حد ما
12.6%	52	قليل
100%	400	المجموع

وبتحليل بيانات الجدول السابق يتبين النتائج التالية:
أن درجات المبحوثين حول فعالية البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي جاءت مرتبة طبقاً لما أحرزته النتائج من تكرارات: إلى حد كبير جاءت بنسبة مئوية بلغت (51.7%)، وإلى حد متوسط بنسبة مئوية (34.2%)، أما قليل جاءت بنسبة مئوية قدرها (12.6%).
ويتضح من الجدول السابق أن ثلثي عينة الدراسة يروا أن هناك فعالية للبرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي، بحيث تعطي تفاصيل أكثر دقة، وبشكل مقرب عن الحالة الثقافية الفلسطينية، وبالتالي تستطيع جذب الانتباه بشكل أكبر، وهذا يبين عمق الرؤية الثقافية للجمهور المستهدف.

سابعاً: تأثير البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي. كشف تحليل البيانات عن تأثير البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي على المبحوث شخصياً، كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول رقم (8): توزيع إجابات المبحوثين حسب تأثير البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي:

النسبة المئوية	التكرار	تأثير البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي
95.1%	392	تساعدني على القيام بدوري كمواطن لحماية الثقافة الفلسطينية
66.9%	276	تعرفني بالثقافة الوطنية وهويتي الثقافية
62.1%	265	تزيد من ارتباطي بوطني أثناء مشاهدتي
59.2%	244	تعزز روح الوطنية
	1177	الإجمالي

وبتحليل بيانات الجدول السابق يتبين النتائج التالية:

أن البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي على المبحوث جاءت مرتبة طبقاً لما أحرزته النتائج من تكرارات: تساعدني على القيام بدوري كمواطن لحماية الثقافة الفلسطينية بنسبة مئوية بلغت (95.1%)، تعرفني بالثقافة الوطنية وهويتي الثقافية بنسبة مئوية (66.9%)، تزيد من ارتباطي بوطني أثناء مشاهدتي بنسبة مئوية (62.1%)، أما تعزز روح الوطنية فجاءت بنسبة مئوية قدرها (59.2%). ويتضح من الجدول السابق أن هناك تأثير على المبحوث شخصياً عند مشاهدة البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي، ويرجع ذلك إلى رغبة المبحوثين على مشاهدة البرامج الثقافية، ومتابعة القنوات التلفزيونية كوسيلة ثقافية، هذا بالإضافة لرغبة عينة الدراسة بزيادة ثقافتهم لمميزات الثقافة الفلسطينية، في ظل الهيمنة الإسرائيلية والعولمة على الثقافة الفلسطينية خصوصاً.

فرض الدراسة:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات العينة من حيث دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي وذلك حسب متغيرات (الجنس، الفئات العمرية، مكان الإقامة).
أ- الجنس

لاختبار صحة الفرض استخدم الباحث اختبار (ت) (T Test) المبين نتيجته في الجدول التالي:

جدول رقم (9): نتائج اختبار (ت) لمعنوية الفرق بين الذكور والإناث في دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي:

المتغير	ذكور (214)		إناث (186)		قيمة ت	درجة الحرية	مستوى المعنوية
	متوسط	انحراف	متوسط	انحراف			
دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي	2.185	0.09	2.186	0.07	0.182	400	0.84

تدل بيانات الجدول السابق على النتائج التالية:

- أظهر استخدام اختبار (ت) بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي، حيث كانت قيمة ت (0.182) ومستوى معنوية (0.84).

- لذلك نرفض الفرض الأول (ب) القائل بوجود فروق دالة إحصائياً بين عينة الدراسة من النوع في دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي.
- ويعزو الباحث ذلك إلى أن البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي موجبة لكافة أنواع الجماهير المستهدفة المختلفة فهي لم توجه لفئة محددة، إضافة أن التعرض للبرامج الثقافية تخاطب كل من الذكور والإناث، فهي تركز على فئات عدة من المجتمع.

ب- الفئات العمرية

لاختبار صحة الفرض استخدم الباحث تحليل التباين الأحادي ONE WAY ANOVA المبين نتيجته في الجدول التالي.

جدول رقم (10): نتائج اختبار Anova للفرق بين عينة الدراسة من الفئات العمرية في دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي:

المتغير	الفئات العمرية	العدد	المتوسط	الانحراف	قيمة ف	درجات الحرية	مستوى المعنوية
دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافية	من 18-24	89	2.21	0.01	1.78	2	0.12
	من 25-30	187	2.19	0.052		398	
	من 31-35	124	2.20	0.203			

تدل بيانات الجدول السابق على النتائج التالية:

- أظهر استخدام تحليل التباين البعد الواحد One Way Anova بعدم وجود فروق دالة إحصائياً بين عينة الدراسة من الفئات العمرية من حيث دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي، حيث كانت قيمة ف (1.78) عند مستوى معنوية (0.12).
- لذلك نرفض الفرض الأول (د) القائل بوجود فروق دالة إحصائياً بين عينة الدراسة من الفئات العمرية في دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي.
- ويعزو الباحث ذلك إلى أن البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية تخاطب كافة الفئات العمرية لعينة الدراسة (من 19 إلى 55 فأكثر)، فالتعرض للبرامج الثقافية لا يحكمها فئة عمرية محددة.

ج- مكان الإقامة

ولاختبار صحة الفرض استخدم الباحث استخدام تحليل التباين الأحادي ONE WAY ANOVA لحساب دلالة الفروق لمتغير مكان الإقامة في الاستجابة على فقرات الاستبانة.

جدول رقم (11): مجموع المربعات وقيمة (F) لفقرات الاستبانة تعزى لمتغير مكان الإقامة:

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
بين المجموعات	82.067	4	248.660	3.032	.695
داخل المجموعات	36309.955	396	113.34		
المجموع	38185.041	400			

يتضح من الجدول السابق رقم (11) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير مكان الإقامة (الشمال، غزة، الوسطى، خان يونس، رفح). ويعزو الباحث ذلك إلى أن كل فئات الشعب الفلسطيني يتعرض لبرامج ثقافية واحدة وفي نفس الظروف والمعاناة المشتركة من آثار الحالة الفلسطينية الصعبة سواء من الانقسام السياسي أو العدوان الإسرائيلي على قطاع غزة وما ترتب على ذلك من حصار واغلاقات، وبالتالي فإن كافة المبحوثين من عينة الدراسة من الجمهور الفلسطيني يتأثرون بنفس التأثير الثقافي، فكان دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز الحوار والتواصل الثقافي، وإن اختلفوا في الآراء والأفكار والاتجاهات بينهم، كما أن الأنشطة والفعاليات الثقافية التي تقدمها القنوات التلفزيونية من برامج ثقافية غير منحصر على جمهور محافظة دون غيرها.

توصيات الدراسة:

في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج فإن الباحث يوصي:

1. الاهتمام بتسليط الضوء على دور البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية في تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي.
2. توظيف الصورة والصوت في البرامج الثقافية بما يحقق جذب الجمهور للبرامج الثقافية.
3. استخدام المؤثرات الصوتية والأسلوب الغنائي الوطني بصورة فاعلة يزيد من فعالية تعرض الجمهور الفلسطيني حول البرامج الثقافية.
4. أن يكون للمسؤولين في الإعلام والقنوات التلفزيونية خاصة دور فعال في البرامج الثقافية نحو تهيئة الأجواء الفلسطينية لمزيد من قيم التواصل والحوار الثقافي.
5. الاهتمام بتقديم برامج ثقافية تثير انتباه الجمهور الفلسطيني.
6. اهتمام القنوات التلفزيونية الفلسطينية بالتشجيع على تعزيز قيم التواصل والحوار الثقافي.
7. العمل على قيام القنوات التلفزيونية الفلسطينية بإشباع حاجات الجمهور من المعلومات الثقافية.
8. التركيز على اعتبار أن البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية مصدراً قيماً للمعلومات عن الثقافة الوطنية الفلسطينية.
9. الاهتمام بزيادة تدريب العاملين في مجالات البرامج الثقافية في القنوات التلفزيونية من محررين ومخرجين ومصورين ومعدنين، لرفع مستواهم الثقافي بما يحافظ بها على هويتنا الثقافية الفلسطينية، ويغني الرأسمال الثقافي للشعب الفلسطيني في نضاله من أجل التحرر والمصير والعودة.

المراجع:

1. أبو شنب، حسين (2001). الإعلام الفلسطيني تجاربه وتحدياته، فلسطين، خان يونس: مطبعة القادسية.
2. أبو جزر، عبد الرازق محمد (2011). دور الفضائيات الفلسطينية في تعزيز الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، قسم دراسات الشرق الأوسط، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.
3. أبو مطر، عاطف محمد (2004). دور التلفزيون الفلسطيني في تشكيل الوعي الاجتماعي لطلاب الجامعات، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة.

4. الأغا، محمد، وأبو دف، محمود (2001): التلوث الثقافي لدى الشباب في المجتمع الفلسطيني ودور التربية في مواجهته، مجلة الجامعة الإسلامية، غزة، المجلد التاسع – العدد الثاني.
5. البرنية، إياد محمد (2005). استخدامات الشباب الجامعي الفلسطيني في قطاع غزة للقنوات الإخبارية الفضائية العربية وعلاقتها بمستوي المعرفة بالقضايا العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة عين شمس.
6. الجعب، نافذ (2010). دور الثقافة في التنمية الشاملة للمجتمع الفلسطيني، المؤتمر السنوي الثاني لوزارة الثقافة الفلسطينية "نحو نهضة ثقافية"، غزة، فلسطين.
7. حسن، أشرف جلال (2001). معرفة واتجاهات الأميين نحو الحملة الإعلامية لمحو الأمية الموجهة عن طريق الراديو والتلفزيون- دراسة تقويمية، رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.
8. حسين، ايمان فتحي (2013). دور الحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية في توعية الشباب الجامعي بالقضايا المجتمعية رسالة دكتوراه غير منشورة. معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، جامعة عين شمس.
9. الدلو، جواد راغب (2006). اتجاهات الجمهور نحو وسائل الاتصال وأساليبه المستخدمة في انتفاضة الأقصى، مجلة الجامعة الإسلامية، سلسلة الدراسات الإنسانية، المجلد الرابع عشر، العدد الأول، يناير.
10. صقر، وسام (2010). الثقافة السياسية وانعكاسها على مفهوم المواطنة لدى الشباب الجامعي في "2009-2005"، رسالة ماجستير غير منشورة، غزة، جامعة الأزهر، قطاع غزة.
11. طالب، موسى (2011). دور الإعلام الفلسطيني في تعزيز الوحدة الوطنية لدى طالبات الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، مجلة جامعة الأزهر، المجلد 13، العدد الأول، غزة: جامعة الأزهر.
12. طومان، أمل (2009). وسائل الإعلام الفلسطيني وأثرها في الانقسام السياسي 2006-2009: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعات قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، غزة: جامعة الأزهر.
13. العوضي، رأفت (2014). دور الأنشطة المدرسية في تكوين السلوك الحضاري لدى الطلبة في ضوء الإسلام وثقافة التغيير (رؤية مقترحة)، ورقة علمية مقدمة إلى اليوم الدراسي بعنوان " دور التربية في تعزيز السلوك الحضاري" والمنوي عقدة تحت بإشراف قسم أصول التربية وتحت رعاية عمادة كلية التربية، جامعة الأقصى، فلسطين.
14. المعياري، محمود (2003). الثقافة السياسية في فلسطين، الناشر للدعاية والإعلان، رام الله.
15. نصر، وسام (2009). اتجاهات الشباب المصري نحو الحملات الإعلامية الخاصة بتعزيز القيم الدينية والأخلاقية، (المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مركز بحوث الرأي العام، المجلد التاسع، ع3، يناير/يونيه).

16. James price & Eugenia peck. Affect and Persuasion: Emotional Responses to Public Service announcements, Communication Research, vol.27, No.4, August, 2000.