مجلة جامعة دمشق للآداب والعلوم الإنسانية

اسم المقال: دوافع استعمال وسائل الإعلام التقليدية لدى الشباب السوري دراسة مسحية ميدانية
اسم الكاتب: د. ندى الساعي
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/2934
تاريخ الاسترداد: 2026/11/02 13:48 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة - Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة دمشق للآداب والعلوم الإنسانية ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

دوافع استعمال وسائل الإعلام التقليدية لدى الشباب السوري
دراسة مسحية ميدانية

د.ندى الساعي*

الملخص

هدف الباحث في هذه الدراسة إلى تعرف دوافع استعمال الشباب السوري لوسائل الإعلام التقليدية، وبالتحديد الإذاعة والتلفزيون، في وقت يتوجه أغلبهم لاستعمال وسائل الإعلام والاتصال الرقمية، وقد اعتمدت الدراسة منهج المسح، باستعمال استمارة الاستقصاء الميداني، وبالتطبيق على عينة متاحة من هؤلاء الشباب، بلغت (204) مفردة، وقد توصل الباحث إلى أن التلفزيون مازال يحظى بحجم تعرضٍ مرتفع، وأن أهم ميزة فيه سهولة الاستعمال، أما الإذاعة فحجم الاستماع إليها في الغالب منخفض، وأهم ميزة فيها رخص تكلفة الاستعمال.

وقد حل دافع (لأتسلى مع المضامين المقدمة: أفلام، مسلسلات، ..)، وهو من الدوافع الطقوسية، في مقدمة دوافع التعرض للتلفزيون، كما حل دافع (التخلص من الروتين والملل) في مقدمة دوافع الاستماع للإذاعة، وهو من الدوافع الطقوسية أيضاً. كما حل النشاط (اختار المضامين التي تهمني) في رأس الأنشطة التي يقوم بها أفراد عينة الدراسة من الشباب السوري.

* جامعة دمشق– كلية الاعلام

Syrian youths' motives actions of traditional mass media use-a survey study

Abstract

The aim of the researcher in this study is to identify the motives for Syrian youths' use of traditional media, specifically radio and television, at a time when most of them use digital media and communication, and the study relied on the survey method, using a field survey form, and by applying it to an available sample of these young people. It reached (204) single, and the researcher concluded that television is still enjoying a high exposure volume, and that the most important advantage is ease of use. As for the radio, the volume of listening to it is mostly low, and the most important advantage of it is the cheapness of the cost of use. The motive (to be entertained with the introduction to the contents: movies, series, ...), which is one of the ritual motives, came at the forefront of the motives for exposure to television, just as the motive (to get rid of routine and boredom) came at the forefront of the motives for listening to the radio, which is also ritualistic. The activity (choose the contents that interests me) came at the head of the activities carried out by the members of the study sample of Syrian youth.

المقدمة:

تختلف دوافع استعمال الجمهور المتلقي لوسائل الإعلام، باختلاف الأفراد والمجتمعات، والسياق الذي تجري فيه عملية الاتصال، وقد تناولت العديد من النظريات الإعلامية دراسة دوافع استعمال المتلقين لوسائل الإعلام، كما في النظريات (الانتقائية) التي جاءت رداً على نظريات التأثير المباشر لوسائل الإعلام ، كنظرية الاستعمالات والإشباعاتUses& Gratifications، أو اعتماد وسائل الإعلام Dependency of Mass Media التي أكد أصحابهما وجود دوافع تنبع من الإحساس الاحتياجات المختلفة الاتصالية أو المعرفية ..، وغيرها، تكون محركاً لتلقي مضامين إعلامية محددة لإشباع احتياجات محددة، فقسمت النظرية الأولى الدوافع إلى منفعية (الحصول على معلومات، آراء، خبرات، مهارات، ...)، وطقوسية (تسلية، ترفيه، الهروب من المشاكل، الهروب من الإحساس بالوحدة، التعود، ..)[1]، وحددت النظرية الثانية الدوافع أو (الأهداف) إلى دوافع: فهم، وتسلية وتوجيه[2]، ومن ثم فإن توظيف هذه النظريات في الدراسات الإعلامية، يمكن أن يمد الباحثين بكثير من النتائج والمؤشرات عن دوافع استعمال الجمهور لوسائل الإعلام، ومدى إشباع هذه الاحتياجات، ومن ثم يمكن للقائم بالاتصال في هذه الوسائل الحصول على كثيرٍ من المعلومات التي تساعده في تضمين هذه الدوافع في رسائله الاتصالية بحيث تلبي وتشبع احتياجات الجمهور المختلفة.

وقد دلت الدراسات السابقة والتي تناولت دوافع استعمال التلفزيون أو الراديو أو الصحف الورقية، على وقوف الدوافع النفعية أكثر وراء استعمالات الراديو أو الصحف الورقية، إذ تقدم هذه الوسائل الأخبار المحلية أو القومية أو العالمية مع تحليلات وتفسيرات المحللين

[1]CarrieLynneD.Reinhard, Brand Dervin,(2009), Media Use and Gratification, in William F. Eadie, 21st Century Communication, A Reference Handbook, USA, SAGE Publication, PP. 506-515.

[2]ملفين ديفلير، ساندرا بول روكيتش، (1993)، نظريات وسائل الإعلام، ت. كمال عبد الرؤوف، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ص218.

بما يغني المعلومات المقدمة ويعلي من تأثيراتها، ولا تغيب الدوافع الطقوسية عن دوافع استعمال هذه الوسائل فالراديو خاصة المحطات الإذاعية الحديثة تقدم كماً من الأغاني والموسيقى والدراما الإذاعية، بما يساعد على تحقيق دوافع التسلية، أما الصحف الورقية فيقف التعود وراء استعمالها بشكلٍ أكبر. أما التلفزيون فبفضل المعلومات والأخبار والمضامين الترفيهية التي يقدمها بفعالية فتتناوب الدوافع النفعية والطقوسية وراء استعماله عند كل أفراد المجتمع ولا سيما الشباب منهم.

وعلى الرغم من قدم وكثرة الدراسات الإعلامية التي تناولت دوافع استعمال وسائل الإعلام المختلفة، في المجتمعات المختلفة الغربية والعربية، لكن البيئة البحثية الإعلامية السورية لم تتمكن من تحديد أو تجديد التعرف على هذه الدوافع، سيما وأن احتياجات الأفراد، ومن ثم دوافع استعمالهم لوسائل الإعلام تتغير وتتجدد بتغير الظروف والمستجدات، وخاصة في ظل ظهور وسائل اتصال وإعلام رقمية تنافس وسائل الإعلام التقليدية (صحافة مطبوعة، راديو وتلفزيون)، وتؤثر على استمرارية وجودها (كما حصل مع بعض الصحف المطبوعة)، وقد شكل هذا مبرراً لهذه الدراسة التي يحاول الباحث فيها التعرف على دوافع استعمال الشباب السوري لوسائل الإعلام التقليدية، (التلفزيون والإذاعة فقط)، والتوصل إلى المزايا التي جعلت من بعض هذه الوسائل ما زالت مستمرة وتلقى رواجاً فيما بينهم.

الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات التي تناولت دوافع استعمال وسائل الإعلام التقليدية (الراديو، التلفزيون)، ويعرض الباحث بعضاً منها فيما يلي:

1- **Adiputra Setiwan, et.al.Halim، (2018)،الاستعمالات والاشباعات المتحققة**

من الاستماع للراديو، دراسة حالة لراديو جامعة البتراء[1]:

استهدف الباحثون في هذه الدراسة، تعرّف دوافع استعمال المجتمع لتكنولوجيا الاتصال وخاصة الراديو، وبالتطبيق على حالة راديو الحرم الجامعي في جامعة البتراء. وقد اعتمد تنظرية الاستعمالات والإشباعات، وتحديداً اختبار دوافع: البحث عن المعلومات، دوافع التفاعل، دوافع الهوية الذاتية، ودوافع الترفيه،وقد انتمت هذه الدراسة للدراسات الوصفية، واعتمد الباحثون استمارة الاستقصاء الميداني لجمع البيانات من(100)، مبحوث كأعضاء في هذا المجتمع، وقد توصلت الدراسة للنتائج التالية:

1- البحث عن الترفيه، هو الدافع الرئيسي للمبحوثين في الاستماع إلى راديو الحرم الجامعي، يليه، دافع البحث عن المعلومات.

2- اتفق المبحوثون على أن الراديو يظهر كوسيلة ترفيه لتحقيق إشباع رفع الروح المعنوية أثناء قيامهم بمهامهم وأعمال، وأنشطتهم في الحرم الجامعي.

3- أكثر مضامين التسلية والترفيه متعة، والتي تقدم من خلال هذا الراديو: هي الموسيقى والأغاني الغربية.

2-**صفا محمد إبراهيم عبد الدايم، (2016)، استعمالات الشباب للتلفزيون ووسائل الإعلام الجديدة والإشباعات المتحققة منها (دراسة مقارنة)**[2]:

سعت الباحثة في هذه الدراسة إلى معرفة استعمالات الشباب المصري حتى سن (من 18 إلى 35 عاماً)، من الدارسين في جامعات القاهرة والأزهر والأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام، والجامعة الأمريكية، للتلفزيون ووسائل الإعلام الجديد، والإشباعات المتحققة منها.

[1]Halim Adiputra Setiwan, et. al.,(2018), Uses & Gratification of community Radio: A case Study of Petra Campus, 4th International Seminar of Research Month. متاح على الرابط: Http://nstproceeding.com,تاريخ التصفح: 1/6/2021 ،

[2]صفا محمد إبراهيم، (2016)، استعمالات الشباب للتلفزيون ووسائل الإعلام الجديد والإشباعات المتحققة منها (دراسة مقارنة)، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.

اعتمدت الباحثة منهج المسح، واستعمال استمارة الاستقصاء التي وزعتها على عينة من الشباب المصري الجامعي بلغت (400 مفردة)، وقد توصلت إلى النتائج التالية:

1- ما زال التلفزيون يحتل مكانةً هامة في حياة الشباب المصري، ويتعرضون لبرامجه يومياً، ولم يلغَمن حياتهم.

2- يرى الشباب المصري أن التلفزيون الحكومي يفتقد حرية التعبير عن قضايا الشباب، بما يقلل من ميزاته، بينما تمتلك المحطات الخاصة حريةً أكبر لكنها منقوصة.

3-أماني فاروق عبد العزيز (2015) استعمالات الشباب الجامعي للإذاعات المصرية التي تبث على موجة الـFM، والإشباعات المتحققة منها[1]:

سعت الباحثة في هذه الدراسة إلى معرفة دوافع استعمالات الشباب الجامعي للإذاعات المصرية المحلية، والإشباعات المتحققة نتيجة هذا الاستعمال، وقد اعتمدت الباحثة منهج المسح بالعينة، مع استعمال أداة استمارة الاستقصاء وبالتطبيق على (400) مفردة من الشباب الجامعي، وقد توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

1- تنوعت دوافع استعمال الشباب الجامعي للإذاعات المحلية ما بين دوافع منفعية: زيادة المعرفة واكتساب المعلومات وأشياء جديدة، ودوافع طقوسية: التسلية والترفيه وتمضية الوقت.

2- من أهم ميزات هذه الإذاعات، من وجهة نظر الشباب الجامعي المصري، مساعدة الأفراد على التمسك بعاداتهم وتقاليدهم، وكذلك المساهمة في حل المشكلات الاجتماعية.

[1] أماني فاروق عبد العزيز، (2015)، استعمالات الشباب الجامعي للإذاعات المصرية التي تبث على موجة الـFM، والإشباعات المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة في جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.

4- وفاء نصري بن نوار صالح، (2015)، استعمالات وإشباعات طلبة جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي (الجزائر) للإنترنت وتكنولوجيات الاتصال والإعلام[1]:

هدفت الباحثة في هذه الدراسة–والتي تبنت نظرية الاستعمالات والإشباعات مدخلا لتطبيق فروضها–إلى تعرّف استعمالات الطالب الجامعي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال– التلفزيون والانترنت تحديدا–، والإشباعات المحققة منها على المستوى العلمي والثقافي.انتمت هذه الدراسة للدراسات الوصفية التحليلية، واستعملت الباحثة فيها منهج المسح بالعينة، باستعمال نوعين من العينات العينة القصدية والعينة الطبقية بطريقة الحصص المتساوية، واستعملت استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، حيث وُزِّعت على 210 طالب من كلية العلوم الإنسانية وكلية الرياضيات والإعلام الآلي، بجامعة العربي بن مهيدي بأم البواقي، موزّعة على كافة مستويات التدرج للسنة الجامعية -2012 2013م، وتمثل أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يلي:

1–احتل كلّ من التلفزيون (المرتبة الأولى)، والإنترنت (في المرتبة الثانية) مكانةً مهمة في استعمالات الطالب الجامعي لوسائل الاتصال والإعلام.

2–استعمل الطلبة التلفزيون بدافع التسلية والترفيه.

3–الإشباعات التوجيهية هي أبرز ما يتحقق للطالب الجامعي باستعماله للتلفزيون.

4–اهتم الطالب الجامعي بما يتيحه التلفزيون والانترنت من معلومات تساهم في دعم تكوينه العلمي ومستواه الثقافي.

[1]وفاء نصري، (2015)، تكنولوجيا الإعلام والاتصال والمستوى الثقافي والعلمي للطالب الجامعي_ دراسة في استعمالات وإشباعات طلبة جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي (الجزائر)، رسالة مكملة لنيل درجة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، جامعة أم البواقي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية.

5- Marcus White،(2014)، تويتر والتلفزيون: دراسة الاستعمالات والإشباعات المتحققة من استعمال تويتر ومشاهدة التلفزيون[1]:

هدف الباحث في هذه الدراسة، تعرُّفُ دوافعِ استعمال موقع التواصل الاجتماعي، تويتر، أثناء مشاهدة التلفزيون، وكذلك تعرف دوافع استعمال التلفزيون، وقد استعمل الباحث المنهج الوصفي، واعتمد استمارة الاستقصاء التي وزعت الكترونياً على (213 مبحوث)، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1- تشابهت إلى حدٍ كبير دوافع استعمال تويتر ومشاهدة التلفزيون، وقد تحددت هذه الدوافع في الدوافع الطقوسية بشكلٍ كبير، كالتسلية والترفيه، والاسترخاء، والهروب من مشكلات الحياة اليومية، والتواصل والتفاعل الاجتماعي.

2- أكثر المضامين التلفزيونية التي يكثر فيها استعمال تويتر، العروض الرياضية، احتفالات توزيع الجوائز، البرامج الإخبارية.

6-خالد جمال عبدو، أمينة صبري، (2008)، مكانة الإذاعات الحكومية ودورها في ظل منافسة الإذاعات الخاصة[2]:

سعى الباحثان في هذه الدراسة والتي نشرت في هذا الكتاب، إلى تعرف مدى تأثر مكانة الإذاعات الحكومية في ظل انتشار الإذاعات الخاصة، وتعرف دوافع استعمال هذه الإذاعات في مدينتي القاهرة وتونس، وكذلك تحديد ميزات هذه الإذاعات مقابل ميزات الإذاعات الخاصة، وقد اعتمد الباحثان منهج المسح، مستعملين استمارة الاستقصاء التي وزعت على عينة من مستمعي الإذاعات في العاصمتين. وقد توصل الباحثان إلى النتائج التالية:

[1]Marcus White, (2014), Twitter &Television: A Uses &Gratification Study of Twitter Usage & TV Viewing, A thesis Presented to the Faculty of the Graduate School at the University of Missouri.

[2]أمينة صبري، (2008)، مكانة الإذاعات الحكومية في ظل منافسة الإذاعات الخاصة، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية.

1– يفضل أفراد عينة الدراسة، وبنسبةٍ كبيرة الإذاعات الخاصة، لأنها تقدم مضموناً (خفيفاً)، عصرياً ومسلياً، ويغلب عليها مضمون الدراما والأغاني.

2– تركزت دوافع استعمال عينة الدراسة في مدينة القاهرة، في التسلية من خلال المضامين المسلية والخفيفة، أما عينة الدراسة في تونس فقد تركزت دوافعهم في الحصول على المعلومات المفيدة.

3– من الميزات التي ذكرت في صالح الإذاعات الخاصة، إيقاعها السريع، والتطور المستمر مع تطورات العصر، وهامش الحرية المرتفع فيها.

7–عبد الجواد سعيد محمد ربيع، (2006)، استعمالات الشباب الجامعي للصحف المحلية والإشباعات المتحققة منها، دراسة ميدانية وتحليلية[1]:

هدف الباحث في دراسته إلى تعرف سمات قراء الصحف المحلية، ومظاهر الاهتمام والتفضيل لديهم في هذه الصحف، وتعرف دوافع استعمال الجمهور لهذه الصحف، اعتمد الباحث منهج المسح، واستعمل استمارة الاستقصاء، وتحليل المضمون للحصول على البيانات والمعلومات، وقد تكونت عينة الدراسة الميدانية من (200مفردة)، وقد توصل الباحث في دراسته إلى النتائج التالية:

1–نسبة كبيرة من المبحوثين (78.2%)، مرتبطين بقراءة الصحف المحلية.

2–يأتي في مقدمة الدوافع النفعية لقراءة الصحف المحلية، الحصول على أخبار المحافظة أو القرية التي ينتمي إليها المبحوث، بينما جاء في مقدمة الدوافع الطقوسية: التعود على القراءة.

3–أما بالنسبة للإشباعات المتحققة فقد تمثلت بالشعور بالراحة، والاسترخاء، والتحدث مع الاخرين.

[1]عبد الجواد سعيد محمد ربيع، (2006)، استعمالات الشباب الجامعي للصحف المحلية والإشباعات المتحققة منها، دراسة تحليلية وميدانية، جامعة القاهرة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد السابع، العدد الأول، يناير/يونيو.

تعليق على الدراسات السابقة:

اعتمدت أغلب الدراسات المنهج الوصفي، وباستعمال أداة القياس، استمارة الاستقصاء الميداني، كما استعملت نظرية الاستعمالات والإشباعات، في بناء فروضها والتحقق من أهدافها، وقد توصلت هذه الدراسات إلى أن الدوافع النفعية تأتي في مقدمة دوافع التلفزيون، تليها الدوافع الطقوسية، بينما غلب على الدراسات التي تناولت دوافع استعمال الراديو، ظهور دوافع للتسلية والترفيه (الدوافع الطقوسية).

وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في استعمال النظرية، الاستعمالات والإشباعات وفي اعتماد المنهج الوصفي، وأداة القياس، استمارة الاستقصاء، غير أن التطبيق في المجتمع السوري، وعند شريحة الشباب، وبشكلٍ محدد على هذه الوسائل، من غير المقارنة مع الوسائل الرقمية الحديثة، وفي ظل الظروف السياسية والصحية في الوقت الحالي، وفي ظل التوقعات التي تقول بأن استعمالات هذه الشريحة اختلفت بشكلٍ كبير هو الدافع لإجراء هذه الدراسة.

مشكلة الدراسة:

تلقى العديد من الوسائل الإعلامية التقليدية (الراديو والتلفزيون)، إلى الآن انتشاراً في أوساط العديد من فئات الجمهور السوري، وعلى الرغم من وجود كثيرٍ من المؤشرات على تأثير وسائل الإعلام الرقمية على هذه الوسائل، في سوريا وفي كل أنحاء العالم، كاختفاء النسخ الورقية لكثير من الصحف المطبوعة اليومية، أو انخفاض نسب الاستماع أو المشاهدة، لكن المؤكد أن هذه الوسائل الحديثة لم تستطع أن تلغي الوسائل التقليدية، فما زال الجمهور السوري، يستمع للراديو في المواصلات، وأماكن العمل، ويشاهد التلفزيون من على شاشة التلفزيون أو من خلال الوسائل الرقمية، لكن المعلومات المتوافرة حول دوافع استعمال هذا الجمهور، وخاصة فئة الشباب، لهذه الوسائل، غير محددة، ولذلك فإن الباحث يحاول من خلال هذه الدراسة التعرف على(دوافع استعمال الشباب السوري وسائل الإعلام التقليدية)، وبالتركيز على وسيلتي الإذاعة والتلفزيون،

وذلك باستعمال نظرية الاستعمالات والإشباعات، وبالتركيز على دراسة حجم هذا الاستعمال، والدوافع المختلفة له، منفعية، أو طقوسية، وكذلك على حجم النشاط الممارس في هذا الاستعمال، والتعرف أيضاً على دور المتغيرات الشخصية والديمغرافية المختلف:النوع، العمر، التعليم، على حجم الاستعمال ودوافعه، وقد طُبّقت على عينة متاحة من الشباب السوري.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من جملة من العوامل، يمكن ذكرها في:

1- تحديد ومعرفة حجم استعمال وسائل الإعلام التقليدية لدى الجمهور السوري، وخاصة الشباب منهم، في ظل الاعتقاد بانسحاب جزءٍ كبيرٍ منهم إلى وسائل الإعلام الرقمية.

2- حديد ومعرفة دوافع استعمال الجمهور السوري، وخاصة الشباب لوسائل الإعلام التقليدية، ما يقدم للباحثين أو للقائمين في الاتصال في هذه الوسائل، معلوماتٍ مفيدة يمكن توظيفها في تقديم مضامينهم الاتصالية.

3- التركيز فقط على تعرف حجم، ودوافع استعمال وسائل الإعلام التقليدية، في حين يُركّز في الوقت الحالي، وفي أغلب الدراسات الإعلامية على دراسة وسائل الاتصال الرقمية الحديثة.

4- الوقوف على دور النشاط الممارس قبل أو أثناء أو بعد عملية الاستعمال أو التعرض، بما يوضح دور هذا المتغير كمتغيرٍ أساسي تحدثت عنه نظرية الاستعمالات والإشباعات، تعبيراً عن مبدأ الانتقائية التي يقوم بها الجمهور المستعمل لوسائل الإعلام.

أهداف الدراسة:

يسعى الباحث من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1- التعرف على حجم استعمال وسائل الإعلام التقليدية، وبشكلٍ منفصل لكل وسيلة (الإذاعة، التلفزيون).
2- تعرف دوافع التعرض لوسائل الإعلام التقليدية، وبشكلٍ منفصل لكل وسيلة (الإذاعة، التلفزيون)، وبالتحديد الدوافع المنفعية والطقوسية لكل وسيلة.
3- تعرف حجم النشاط الذي يقوم به الشباب السوري قبل وأثناء وبعد عملية التعرض لوسائل الإعلام التقليدية، وما دور هذا النشاط في حجم التعرض ودوافعه.
4- تعرف دور المتغيرات الديمغرافية والشخصية (النوع، العمر، التعليم)، في التأثير على حجم استعمال وسائل الإعلام التقليدية.

تساؤلات الدراسة:

أولاً: ما حجم تعرض الشباب السوري لوسائل الإعلام التقليدية (الإذاعة، التلفزيون)، ويتفرع عن هذا السؤال، الأسئلة الفرعية التالية:

1- ما مدى تعرض الشباب السوري لوسائل الإعلام التقليدية (الإذاعة، التلفزيون)
2- كم يوماً في الأسبوع يتعرض الشباب السوري لوسائل الإعلام التقليدية (الإذاعة، التلفزيون).
3- كم ساعةً في اليوم يتعرض الشباب السوري لوسائل الإعلام التقليدية (الإذاعة، التلفزيون).

ثانياً: ما دوافع تعرض الشباب السوري لوسائل الإعلام التقليدية، (النفعية والطقوسية).

ثالثاً: ما حجم النشاط الذي يمارسه الشباب السوري قبل وأثناء وبعد عملية التعرض لوسائل الإعلام التقليدية.

رابعاً: ما المتغيرات الديمغرافية والشخصية المؤثرة في حجم تعرض الشباب السوري لوسائل الإعلام التقليدية، كـ (النوع، والعمر، والتعليم).

فروض الدراسة:

بناءً على الدراسات السابقة، وعلى الإطار النظري للمجال الذي تبحث فيه هذه الدراسة،

نظرية الاستعمالات والإشباعات، حدد الباحث في دراسته الفروض الرئيسية التالية، والتي يحاول من خلال دراسته التطبيقية التثبت من صحتها:

1– هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين حجم تعرض الشباب السوري لوسائل الإعلام التقليدية، ودوافع استعمال هذه الوسائل.

2– هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين حجم تعرض الشباب السوري لوسائل الإعلام التقليدية، وحجم النشاط الممارس قبل وأثناء وبعد استعمال هذه الوسائل.

3– هناك فروق دالة إحصائياً في حجم تعرض الشباب السوري لوسائل الإعلام التقليدية، بين فئات المتغيرات الديمغرافية والشخصية (النوع، العمر، التعليم).

المنهج المستخدم، وأداة القياس:

تعدُّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي يسعى الباحث من خلالها جمع البيانات والحقائق عن الظاهرة المدروسة، وقد استعمل الباحث بغية تحقيق أهدافه في الدراسة، وللتأكد من صحة الفروض التي طرحها، منهج المسح، وباعتماد استمارة الاستقصاء كأداةٍ قادرة على جمع البيانات المطلوبة.

مجتمع الدراسة وعينتها:

تكون مجتمع هذه الدراسة من الشباب السوري على اختلاف جنسه، ومستوى تعليمه، وحالته الاجتماعية، من الفئة العمرية من سن (18 عاماً إلى 35 عاما)، أما عينة الدراسة فقد اختيرت بطريقة العينة المتاحة، وقد بلغ عدد أفرادها (204 مبحوثاً)، ومن سكان مدينة دمشق، وقد روعي في هذه العينة تمثيل المتغيرات الديمغرافية والشخصية التي يسعى الباحث لدراسة تأثيرها على حجم ودوافع استعمال وسائل الإعلام التقليدية. كما وزعت مباشرة، وبالاستعانة ببعض الباحثين.

إجراءات الصدق والثبات:

قام الباحث للتثبت من ثبات المقاييس المتضمنة في استمارة الاستقصاء، بإجراء اختبار (ألفا كرونباخ)، وذلك على مقاييس: دوافع الاستعمال، والنشاط الممارس في الاستعمال،

وقد ظهرت النتائج التالية:

1- مقياس دوافع استعمال التلفزيون، وقد بلغت قيمة (ألفا كرونباخ): 0.917، وهي نسبة جيدة تشير إلى ثبات وصلاحية المقياس للاستعمال.

2- مقياس 1دوافع استعمال الراديو، وقد بلغت قيمة (ألفا كرونباخ): 0.949، وهي نسبة جيدة تشير إلى ثبات وصلاحية المقياس للاستعمال.

3- مقياس النشاط الممارس في الاستعمال، وقد بلغت قيمة (ألفا كرونباخ): 0.752، وهي نسبة جيدة تشير إلى ثبات وصلاحية المقياس للاستعمال.

التعريفات الإجرائية والنظرية:

اعتمد الباحث في دراسته نظرية الاستعمالات الإشباعات، كرؤية فكرية يمكن من خلالها التوصل إلى تحقيق أهداف دراسته، ومن خلال هذا الاستعمال ظهرت المفاهيم التالية والتي يعرض لها الباحث التعريف النظري، ومقابله التعريف الإجرائي، والذي يحدد كيف سيقوم الباحث بقياس هذه المتغيرات:

جدول رقم (1) التعريفات النظرية والإجرائية لمتغيرات الدراسة

المفهوم	التعريف النظري	التعريف الإجرائي
حجم التعرض	كثافة الوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض لوسائل الاتصال	كثافة الوقت مقدراً بدورية التعرض، وعدد أيام التعرض، وعدد ساعات التعرض يومياً
الدوافع المنفعية	الدافع: هو حالة نفسية فيزيولوجية تزجه الفرد إلى القيام بسلوكٍ معين يشبع أو يرضي حاجةً ما لديه[1]. وتستهدف الدوافع المنفعية تعرف الذات، واكتساب المعلومات وجميع أشكال التعلم[2].	حجم الدوافع المنفعية التي تقف وراء تعرض الشباب السوري لوسائل الإعلام التقليدية كـ: معرفة آخر الأخبار المحلية والعربية والعالمية، فهم أسباب ونتائج الأحداث، التعرف على آراء المتخصصين، ...
الدوافع الطقوسية	تستهدف الدوافع الطقوسية تمضية الوقت، والاسترخاء والصداقة، والهروب من المشكلات[3].	حجم الدوافع الطقوسية التي تقف وراء تعرض الشباب السوري لوسائل الإعلام التقليدية كـ: التخلص من الإحساس بالوحدة، التعود، الهروب من المشكلات اليومية، ...
نشاط الجمهور	النشاط أو الفعالية لدى الجمهور تشير إلى الدوافع الأساسية،الانتقائية، الأذواق والاهتمامات التي تحدث أثناء التعرض[4].	حجم النشاط الذي يمارسه الشباب السوري قبل عملية التعرض، وأثناءهاوبعدها.

الإطار النظري للدراسة:

نظريـــة الاســتعمالات والإشــباعات: ظهـرت هـذه النظريــة علــى يـد عـالم الاتصــال (كـاتز)Katz، و(بلـومر) Blumer فـي عـام 1974،رداً علـى الاتجـاه السـائد للدراسـات الإعلامية التي كانت تتحدث عن كيفية تعامل الجمهور مع وسائل الإعلام، وليس تأثير هذه الوسائل عليه، واقترح هذا العالم، ضرورة التحول من دراسة ماذا يفعل الجمهور مع وسائل الإعلام؟[5]

[1] محمد عبد الحميد، (1997)، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (ط1)، القاهرة، عالم الكتب، ص 217.

[2] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، (2006)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص ص 246.

[3] المرجع السابق، ص 247.

[4] المرجع السابق، ص 244.

[5] Stephen W. Littelejohn, Karen A. Foss, (2009), Encyclopedia of Communication Theory, , USA, SAGE Publication, P. 978,

وبدلاً من النظر للجمهور كأفراد سلبيين يُنظر إليهم بوصفهم مشاركين إيجابيين في علمية الاتصال فهم يشعرون بحاجات معينة، ومن ثم يختارون عن وعي الوسائل والمضامين التي تشبع احتياجاتهم النفسية والاجتماعية.

وقد حدد الباحثون جملة من الافتراضات، تقوم عليها هذه النظرية، وتأخذ بعين الاعتبار المتلقي وسلوكه الاتصالي مع وسائل الإعلام، وقد لخص الباحثون هذه الافتراضات فيما يلي:

1- يستعمل الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق أهدافٍ معينة، لذلك فهو جمهور نشط، وليس سلبي.

2- يختار الجمهور وسيلة الإعلام التي يرى أنها مناسبة لإشباع احتياجاته الاتصالية المختلفة.

3- تتنافس وسائل الإعلام، مع المصادر الأخرى (الاتصال الشخصي، المؤسسات والمنظمات المختلفة)، لإشباع احتياجات الجمهور.

4- يستطيع الجمهور وحده تحديد احتياجاته، ودوافعه لاستعمال وسائل الإعلام، كما أنه يستطيع تحديد مدى إشباع هذه الاحتياجات أم لا.

5- يحدد الجمهور نفسه قيمة العلاقة بين حاجاته الاتصالية، واستعماله لوسيلة إعلامية أو محتوىً إعلامي معين.[1]

وقد سعت الدراسات الإعلامية التي اعتمدت هذه النظرية إلى معرفة كيف يختار ويستعمل الجمهور وسائل الاتصال التي تشبع احتياجاته وتوقعاته، وتحديد دوافع تعرضه أو استعماله لوسائل إعلامية معينة، وكذلك التأكيد على نتائج استعمال هذه الوسائل بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

كما تتكون نظرية الاستعمالات والإشباعات Uses &Gratifications، من مجموعة من العناصر هي[2]:

---

[1]Stanley J. Barran and Dennis K. Davis, (2005), Mass Communication Theory, Foundations, Ferment, and Future, 6ed., USA, Boston,PP.205-204

[2]تم الرجوع في هذه الفقرة إلى:

1- **الجمهور النشط:** إذ يشير (كاتز) Katz إلى أن جمهور وسائل الاتصال الجماهيرية، نشط ويختار التعرض للوسائل التي تلبي احتياجه، كما يختار المضمون الذي يتفق مع توقعاته، ويمكن أن يحمل النشاط أكثر من معنى، كالمنفعة والقصدية أو العمدية، والانتقائية، ومقاومة تأثير وسائل الإعلام أو الاتصال.

2- **الأصول النفسية والاجتماعية لاستعمال وسائل الاتصال:** فلا يتعامل جمهور وسائل الاتصال مع هذه الوسائل بصفتهم أفراداً معزولين عن واقعهم الاجتماعين بل من خلال انتمائهم لجماعات وبيئة ثقافية واحدة، وقد أشارت العديد من الدراسات إلى دور النوع، والعمر، والمهنة، والمستوى التعليمي والاقتصادي والاجتماعي في التعرض لوسائل الاتصال.

3- **دوافع التعرض لوسائل الاتصال:** تفترض هذه النظرية أن لجمهور وسائل الاتصال دوافع وأهداف من عملية التعرض، ولدى الفرد وضوحُ وقدرةُ على تحديد هذه الدوافع ويسعى الفرد من خلال التعرض لهذه الوسائل لإشباع هذه الدوافع، وقد قسمت الدراسات في هذا المجال دوافع التعرض إلى دوافع منفعية (اكتساب المعرفة، والخبرات والمهارات، والتعرف على الآراء، ..)، ودوافع طقوسية(تمضية الوقت، التسلية والترفيه، والهروب من الإحساس بالوحدة، والتعود، ..).

4- **التوقعات من وسائل الإعلام:** تعد توقعات الأفراد عن الوسائل الاتصالية أو المضامين التي يمكن أن تشبع احتياجاتهم ودوافعهم، سبباً في عملية التعرض، لكن هذه التوقعات ستختلف حسب الفروق الفردية والثقافية للأفراد.

5- **التعرض لوسائل الاتصال:** تعتبر هذه النظرية أن زيادة التعرض لوسائل الاتصال تعبيرُ عن نشاط هذا الجمهور وقدرته على اختيار المعلومات التي تلبي احتياجاته،

- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص ص 243– 249.
- محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص ص209–229.
- شيرين الكدواني، (2010)، مصداقية الإنترنت وعلاقتها باستعمال الجمهور المصري لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أسيوط، ص131.

كما يرتبط هذا التعرض بكثير من المتغيرات الديمغرافية والشخصية (النوع، العمر، التعليم،..).

6- **إشباعات وسائل الاتصال:** يندفع الأفراد، وفق هذه النظرية، نحو استعمال وسائل الاتصال بغية الحصول على نتائج خاصة تدعى الإشباعات، وقد ميزت الدراسات بين نوعين أساسيين من الإشباعات المتحققة، إشباعات المحتوى وتنتج عن التعرض لمحتوى الوسيلة الاتصالية، والتي تتمثل في الإشباعات التوجيهية (اكتساب المعلومات، مراقبة البيئة)، والإشباعات الاجتماعية (ربط المعلومات بالعلاقات الاجتماعية الواقعية)، وكذلك إشباعات العملية وتتمثل أيضاً في الإشباعات شبه التوجيهية (تخفيف الإحساس بالتوتر، التسلية، ..) والإشباعات شبه الاجتماعية (التوحد مع شخصيات وسائل الاتصال).

وقد وجهت لهذه النظرية العديد من الانتقادات تركز أكثرها حول أنها لا تعدو عن وسيلة لجمع المعلومات بشكلٍ عام وبصورة ذاتية من الأفراد عن استعمالهم لوسائل الاتصال، دون الربط بين المتغيرات الاجتماعية أو النفسية مع أنوع الدوافع أو الاحتياجات، وأن هذه النظرية لم تستطع تحديد معنى الجمهور النشط، والذي يحمل العديد من المحددات والأبعاد، كما أن قياس حجم التعرض من خلال قياس الوقت المستغرق لا يكفي لإيضاح قوة الدوافع، أو تحقيق الإشباع بشكلٍ كامل[1].

النتائج العامة للدراسة التطبيقية:

أولاً: سمات عينة الدراسة:

1- **النوع:** اعتمد البحث في دراسته أسلوب العينة المتاحة، وقد أظهرت النتائج زيادة

[1] تم الرجوع في هذه الفقرة إلى:
- محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص ص 226 _ 227.
- منال المزاهرة، (2012)، نظريات الاتصال، الأردن، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ص ص 186_187.

نسبة الإناث في عينة الدراسة مقابل الذكور، (65.3%)، ولا يعتقد الباحث أن هذا ربما يكون ارتفاعاً بنسبة استعمال الإناث لوسائل الإعلام التقليدية، وإنما اتساقاً مع الواقع الحالي في المجتمع السوري، والذي يظهر فيه ارتفاع نسبة الإناث نتيجة سفر أو هجرة أو انشغال الذكور، بما يجعلهم غير متفرغين لاستعمال هذه الوسائل.

2– **التعليم:** أشارت الدراسات التي اعتمدت نظرية الاستعمالات والإشباعات، إلى تأثير متغير التعليم على حجم التعرض لوسائل الإعلام، وحتى على نوع وحجم الدوافع للتعرض هذه الوسائل، وقد ظهر أن عينة هذه الدراسة تنوعت مستويات تعليمها وارتفاع نسبة التعليم الجامعي بين أفراد عينة الدراسة، والتي وصلت إلى (65.2%)، وهو ما يتفق أيضاً مع واقع الحال في المجتمع السوري، حيث ارتفاع نسبة التعليم فيه، بينما انخفضت نسبة التعليم غير الثانوي، والتعليم العالي بين أفراد عينة الدراسة بشكلٍ واضح.

3– **العمر:** على الرغم من أن الباحث ركز في اختيار عينة الدراسة على فئة الشباب في المجتمع السوري، لكنه وسع من إطار هذه الشريحة لتبدأ من 18 عاماً إلى 35 عام، والذي يمكن من خلاله تبيان تأثير الاختلافات في العمر على حجم الاستعمال أو دوافعه. وبينت النتائج ارتفاع نسبة المبحوثين من الفئة العمرية (من 18 عام حتى أقل من 25 عام)، ووصولها إلى (71.6%)، وهي الفئة العمرية التي حددتها الأمم المتحدة لفئة الشباب، لكن وجود الفئة العمرية (من 25 عام حتى 35 عام)، كان ظاهراً.

ثانياً: النتائج العامة للدراسة والإجابة على أسئلة الدراسة:

1–حجم الاستماع للإذاعةلدى عينة الدراسة:

صُمّم مقياس حجم الاستماع للإذاعة من أسئلة مدى الاستماع، وعدد أيام الاستماع، وعدد ساعات الاستماع في اليوم، وبعد جمع الأسئلة الثلاث وتقسيم درجاتها على ثلاث مستويات للاستماع ظهرت النتائج المبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (2) توزع المبحوثين طبقا لمقياس حجم الاستماع للإذاعة

فئات المقياس	ك	%
حجم استماع مرتفع= 9-12	7	4.5
حجم استماع متوسط = 6-8	33	21.3
حجم استماع منخفض= 2-5	115	74.2
المجموع	155	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع نسبة حجم الاستماع المنخفض للإذاعة، وقد بلغت (74.2%)، على الرغم من ارتفاع نسبة حجم الاستماع عموماً مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى، إذ وصلت النسبة إلى (75.98%)، وخاصة مع ازدياد عدد الإذاعات، والاستماع إليها في أماكن كثيرة، كوسائل النقل الخاصة والعامة، وأماكن العمل، أو أثناء الانشغال بأداء واجبات مختلفة.

2-حجم مشاهدة التلفزيون لدى عينة الدراسة:

صُمم مقياس حجم مشاهدة التلفزيون من أسئلة مدى المشاهدة، وعدد أيام المشاهدة، وعدد ساعات المشاهدة في اليوم، وبعد جمع الأسئلة الثلاث وتقسيم درجاتها على ثلاث مستويات للمشاهدة ظهرت النتائج المبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3) توزع المبحوثين طبقا لمقياس حجم مشاهدة التلفزيون

فئات المقياس	ك	%
حجم مشاهدة مرتفع= 9-12	76	40.2
حجم مشاهدة متوسط = 6-8	59	31.2
حجم مشاهدة منخفض= 2-5	54	28.6
المجموع	189	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع نسبة حجم المشاهدة المرتفعة، وقد بلغت (40.2%)، وارتفاع نسبة حجم المشاهدة عموماً مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى، إذ وصلت النسبة إلى (92.64%) وهو ما يتفق مع الدراسات السابقة الواردة في هذه

الدراسة والتي أكدت استمرار مشاهدة التلفزيون وعده واحداً من الوسائل الإعلامية الأساسية التي يتابعها الشباب، على الرغم من ملاحظة انسحاب أغلبهم إلى وسائل الاتصال الحديثة، وتطبيقاتها المختلفة.

3– مزايا وسائل الإعلام التقليدية حسب عينة الدراسة:

لتعرُّف الأسباب التي مازالت تقف وراء استمرار الشباب السوري (عينة الدراسة) في التعامل مع الوسائل التقليدية، طُرح السؤال التالي حول المزايا المتوفرة في هذه الوسائل، وبعد جمع البيانات ظهرت النتائج التالية:

الجدول رقم (4) توزيع إجابات المبحوثين حسب رؤيتهم لمزايا الوسائل الإعلامية التقليدية

الوسائل التقليدية / الدوافع	التلفزيون		الإذاعة المسموعة	
	ك	%	ك	%
سهولة الاستعمال	146	77.2	79	51.00
رخيصة وغير مكلفة	139	73.5	81	52.3
تقدم كماً كبيراً من المعلومات	65	34.4	18	11.6
تقدم معلومات يمكن أن أثق بها	90	47.6	29	18.7
تقدم المعلومات بشكلٍ فوري	50	26.5	16	10.3
تتيح لي إمكانية التعبير عن رأيي	8	4.2	5	3.2
تتيح لي إمكانية التواصل مع الآخرين	5	2.6	6	3.9
تقدم لي خدمات مختلفة معلوماتية واتصالية	13	6.9	18	11.6
تتيح لي إمكانية التفاعل مع القائم بالاتصال	12	6.3	22	14.2
يمكن أن أتعرض إليها في أي مكان	13	6.9	45	29.00
(ن) جملة من سئلوا	189		155	

أظهرت بيانات الجدول السابق تفوق ميزة (السهولة في الاستعمال) بالنسبة للتلفزيون على باقي الميزات التي ذكرت في السؤال، وبلغت (77.2%)، وهو ما يؤكد أهم ميزات

هذه الوسيلة، أنها سهلة في الاستعمال ولا تحتاج إلى مهارات خاصة، كمعرفة القراءة أو الكتابة، أما بالنسبة للإذاعات المسموعة فقد تقدمت ميزة (رخيصة وغير مكلفة) على باقي الميزات (52.3%)، تلتها ميزة (السهولة في الاستعمال).

4- دوافع التعرض لوسائل الإعلام التقليدية لدى عينة الدراسة:

لمعرفة دوافع التعرض لوسائل الإعلام التقليدية، طرح الباحث جملة من العبارات التي تعبر عن الدوافع النفعية أو الطقوسية للاستعمال، وبعد جمع البيانات، وحساب الوزن النسبي لكل عبارة من هذه العبارات، ظهرت النتائج المبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (5) توزيع إجابات المبحوثين حسب درجة دوافعهم للتعرض لوسائل الإعلام التقليدية

الوسائل التقليدية / الدوافع	التلفزيون		الإذاعة المسموعة	
	الوزن النسبي	المتوسط	الوزن النسبي	المتوسط
لمعرفة آخر الأخبار والأحداث المحلية والعربية والعالمية	73.90	2.22	53.76	1.61
لأفهم أسباب ونتائج وتأثيرات الأحداث	71.96	2.16	53.76	1.61
لأتعرف آراء الخبراء والمتخصصين	71.60	2.15	56.13	1.68
لأتعرف قضايا وموضوعات أتناقش بها	68.25	2.05	56.99	1.71
لأبقى على اطلاع على آخر الأخبار والمستجدات	76.72	2.30	57.85	1.74
لأكون لتفسي رأياً حول الأحداث الجارية	67.55	2.03	56.13	1.68
لأتتبع أخبار المشاهير والشخصيات العامة	70.37	2.11	56.99	1.71
لأحصل على معلومات تساعدني في حل مشكلاتي	58.73	1.76	55.27	1.66
تعودت على استعمالها	73.02	2.19	56.13	1.68
لأتخلص من الإحساس بالوحدة	71.96	2.16	58.71	1.76
لأتسلى مع المضامين: أفلام، مسلسلات،..	80.95	2.43	60.00	1.80
لأتخلص من الروتين والملل	75.49	2.26	60.86	1.83
لأهرب من مشكلات الحياة	65.61	1.97	56.34	1.69
(ن) جملة من سئلوا	189		155	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن دافع (لأتسلى مع المضامين المقدمة: أفلام، مسلسلات، ..)، وهو من الدوافع الطقوسية، جاء في مقدمة دوافع مشاهدة التلفزيون، بوزن نسبي بلغ (80.95)، على الرغم من أن كثيراً من الدراسات كانت أظهرت أن دوافع الحصول على آخر الأخبار المستجدات تأتي في مقدمة استعمال هذه الوسيلة، وهو الدافع الثاني الذي ذكره أفراد عينة هذه الدراسة، أما الإذاعة، فقد جاء دافع (التخلص من الروتين والملل) في المقدمة وبوزن نسبي بلغ (60.86)، وهو من الدوافع الطقوسية أيضاً، ما يشير إلى أن أفراد عينة الدراسة من الشباب السوري تحركهم الدوافع الطقوسية لاستعمال الوسائل الإعلامية المسموعة والمرئية التقليدية، وبعدها الدوافع النفعية.

4– النشاط الذي تمارسه عينة الدراسة مع التعرض لوسائل الإعلام التقليدية:

أكدت نظرية الاستعمالات الإشباعات على أن جمهور وسائل الإعلام، جمهورٌ نشط وتتنوع هذه الأنشطة قبل أو أثناء أو حتى بعد عملية الاستعمال أو التعرض، ولمعرفة هذه الأنشطة، طرح الباحث مجموعة من أوجه هذه الأنشطة، وبعد جمع البيانات ظهرت النتائج التالية:

الجدول رقم (6) توزيع إجابات المبحوثين حسب النشاط الذي يمارسونه عند التعرض لوسائل الإعلامية التقليدية

الدرجة / نوع النشاط	دائماً		أحياناً		نادراً		الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	
أختار المضامين التي تهمني	102	50.0	72	35.3	30	14.7	78.43
أستزيد من المعلومات من مصادر أخرى	75	36.8	91	44.6	38	18.6	72.71
أتذكر المضامين التي أتعرض لها	68	33.3	95	46.6	41	20.1	71.08
أتناقش مع من حولي فيما أتعرض	47	23.00	107	52.5	50	24.5	66.18
أحاول التركيز قدر الإمكان	30	14.7	95	46.6	79	38.7	58.66
أنظم وقتي لاستعمالها في الوقت المناسب	24	11.8	86	42.2	94	46.1	55.23
أتواصل مع القائمين بالاتصال	25	12.3	63	3.9	116	56.9	51.80
أتعرض في وقت الإعادة	18	8.8	65	31.9	121	59.3	49.84
أتتبع مواعيد البرامج	13	6.4	59	28.9	132	64.7	47.22
ن (جملة من سئلوا)	204						

تؤكد نتائج الجدول السابق فكرة الانتقائية التي انطلقت منها نظرية الاستعمالات والإشباعات، فقد حل (اختار المضامين التي تهمني) في رأس الأنشطة التي يقوم بها أفراد عينة الدراسة، وبوزن نسبي بلغ (78.43)، تلاه(استزيد من المعلومات من مصادر أخرى)، بينما تراجع (أتتبع مواعيد البرامج)، وهو النشاط الذي يمكن أن يقوم به أفراد عينة الدراسة قبل عملية التعرض إلى نهاية الأنشطة التي يقومون بها.

ثالثاً: نتائج اختبار الفروض:

الفرض الأول:هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين حجم تعرض الشباب السوري لوسائل الإعلام التقليدية، ودوافع استعمال هذه الوسائل.

لاختبار العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام التقليدية: الإذاعات المسموعة، والتلفزيون، ودوافع استعمال هذه الوسائل، النفعية والطقوسية، استُعمِلمعامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio)، ووقد ظهرت النتائج المبينة في الجدول التالي:

جدول رقم (7) العلاقة الارتباطية بين حجم التعرض لوسائل الإعلام التقليدية ودوافع استعمالها

الوسائل التقليدية / الدوافع× حجم التعرض	التلفزيون		الإذاعة المسموعة	
	r	p	R	P
الدوافع النفعية×حجم التعرض	0.41	0.000	0.39	0.000
الدوافع الطقوسية × حجم التعرض	0.52	0.000	0.36	0.000
(ن) جملة من سئلوا	189		155	

r= قيمة معامل الارتباط P = مستوى المعنوية

تشير النتائج الواردة في الجدول السابق إلى:

- وجود علاقة ارتباطية متوسطة الشدة، دالة إحصائياً بين حجم تعرض الشباب السوري، عينة الدراسة، للتلفزيون ودوافعهم النفعية، وأيضاً وجود علاقة ارتباطية متوسطة

الشدة، دالة إحصائياً بين حجم تعرضهم للتلفزيون ودوافعهم الطقوسية.

– ووجود علاقة ارتباطية متوسطة الشدة، دالة إحصائياً بين حجم استماع الشباب السوري، عينة الدراسة، للإذاعات ودوافعهم النفعية، وأيضاً وجود علاقة ارتباطية متوسطة الشدة، دالة إحصائياً بين حجم استماعهم للإذاعات ودوافعهم الطقوسية. ما يتفق مع فروض هذه النظرية التي تقول إن استعمال الجمهوروسائل الإعلام، عادةً ما يكون مدفوعاً بدوافع مختلفة نفعية أو طقوسية، وأن المتلقي يستطيع أن يحدد هذه الدوافع، فكلما ظهرت هذه الدوافع عند الشباب السوري زاد استعماله لهاتين الوسيلتين، التلفزيون والإذاعة، وهما بما يمتلكانه من ميزاتٍ مختلفة يتمكنان من إشباع هذه الدوافع.

الفرض الثاني:هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين حجم تعرض الشباب السوري لوسائل الإعلام التقليدية، وحجم النشاط الممارس قبل وأثناء وبعد استعمال هذه الوسائل.

لاختبار العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام التقليدية: الإذاعات المسموعة، والتلفزيون، وحجم النشاط الممارس في استعمال او التعرض لهذه الوسائل، استُعمِلمعامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)، وقد ظهرت النتائج المبينة في الجدول التالي:

جدول رقم (8) العلاقة الارتباطية بين حجم التعرض لوسائل الإعلام التقليدية وحجم النشاط الممارس

الوسائل التقليدية / حجم الاستعمال× حجم النشاط	التلفزيون		الإذاعة	
	r	p	r	P
حجم الاستعمال×النشاط	0.12	0.105	0.15	0.057
(ن) جملة من سئلوا	189		155	

r = قيمة معامل الارتباط P = مستوى المعنوية

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقات ارتباطية غير دالة إحصائياً بين حجم التعرض للتلفزيون، والنشاط الذي يمارسه الشباب السوري، عينة الدراسة، في استعماله، وحجم الاستماع للإذاعات والنشاط الممارس في استماعها، بما يشير إلى أن الشباب

السوري ربما لا يقرن استعماله لهذه الوسائل بأي نشاطٍ قبلي، أي أن يسعى لمعرفة توقيتات العرض، أو أي نشاطٍ أثناء أو بعد الاستعمال وكأن عملية الاستعمال هذه تتم دون تركيز بسبب العوامل الخارجية (مشاكل، ضغوط نفسية واجتماعية واقتصادية، ..)، أو أن الشباب وبسبب استعماله المكثف لوسائل الاتصال الرقمية ربما يعتمدها لمتابعة أو استكمال المعلومات والأخبار من خلالها.

الفرض الثالث: هناك فروق دالة إحصائياً في حجم تعرض الشباب السوري لوسائل الإعلام التقليدية، بين فئات المتغيرات الديمغرافية والشخصية (النوع، العمر، التعليم، الحالة الاجتماعية).

1- الفروق في حجم التعرض بين فئات النوع:

لاختبار الفروق بين هذين المتغيرين، استعمِل اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio). وقد ظهرت النتائج المبينة في الجدول التالي:

جدول رقم (9) الفرق فيحجم استعمال أو التعرض لوسائل الإعلام التقليدية بين الذكور والإناث

استعمال الوسائل التقليدية	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
الاستماع للإذاعة	ذكر	44	4.50	1.861	1.102	30.498	1.102
	أنثى	111	4.64	1.877			
مشاهدة التلفزيون	ذكر	62	6.85	2.804	1.656	113.949	0.100
	أنثى	127	7.56	2.618			

تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق في حجم استعمال أو التعرض لوسائل الإعلام التقليدية (الإذاعة، التلفزيون)، بين فئات النوع (ذكور، إناث) من الشباب

السوري، عينة الدراسة، غير دالة إحصائياً، ما يشير إلى أن استعمال هذه الوسائل غير مرتبط بنوع المبحوثين وأنهما يستخدمان هذه الوسائل بنسبٍ متقاربة.

2– الفروق في حجم التعرض لوسائل الإعلام التقليدية بين فئات التعليم:

2–1: الفروق في حجم الاستماع للإذاعات بين فئات التعليم: لاختبار الفروق بين هذين المتغيرين، استعمِل تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA، وقد ظهرت النتائج التالية:

جدول رقم (10)الفرق فيحجم الاستماع للإذاعة بين فئات المتعلمين

الاستماع للإذاعة	التعليم	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ف)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
الاستماع للإذاعة	أقل من ثانوي	4	6.50	1.915	1.432	3 151	0.236
	ثانوي	38	4.53	1.955			
	جامعي	101	4.55	1.729			
	دراسات	12	4.58	2.539			

تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق في حجم الاستماع للإذاعة، بين فئات التعليم لدى الشباب السوري، عينة الدراسة، غير دالة إحصائياً، ما يشير إلى أن الاستماع للإذاعة غير مرتبط بنوع المبحوثين وأنهم يستخدمون هذه الوسيلة بنسبٍ متقاربة.

2–**2– الفروق في حجم مشاهدة التلفزيون بين فئات التعليم**:لاختبار الفروق بين هذين المتغيرين، استعمِل تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA، وقد ظهرت النتائج التالية:

جدول رقم (11) الفرق في حجم مشاهدة التلفزيون بين فئات المتعلمين

مشاهدة التلفزيون	التعليم	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ف)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
مشاهدة التلفزيون	أقل من ثانوي	5	10.60	1.140	3.199	3 185	0.025
	ثانوي	49	7.12	2.682			
	جامعي	121	7.38	2.690			
	دراسات	14	6.43	2.441			

تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق في حجم مشاهدة التلفزيون، بين فئات التعليم لدى الشباب السوري، عينة الدراسة، دالة إحصائياً، ما يشير إلى أن حجم التعرض للتلفزيون يختلف باختلاف الفئات التعليمية للمبحوثين، ولمعرفة الفئة التعليمية مصدر الاختلاف في حجم التعرض،استعمِلت الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests)بطريقة أقل فرق معنوي (LSD: Least Significance Difference)لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVAوجود فروق دالة إحصائياً بينها، وقد أظهرت النتائج: وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات التعرض للتلفزيون للفئة التعليمية (أقل من ثانوي) مع الفئات التعليمية الأخرى، ما يشير إلى أن هذه الفئة هي مصدر الاختلاف عن الفئات التعليمية الأخرى، وهي أكثر تعرضاً منها. وربما يعود هذا لسهولة التعامل مع هذه الوسيلة وقدرتها على جذبهم لميزاتها المتعددة.

3- الفروق في حجم التعرض لوسائل الإعلام التقليدية بين فئات العمر:

3-**1الفروق في حجم الاستماع للإذاعات بين فئات العمر:**لاختبار الفروق بين هذين المتغيرين، استعمِل تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA، وقد ظهرت النتائج التالية:

الجدول رقم (12) الفرق في حجم الاستماع للإذاعة بين فئات العمر

الاستماع للإذاعة	العمر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ف)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
الاستماع للإذاعة	أقل من 18 عام	2	5.00	1.414	0.091	2 152	0.913
	من18–أقل من 25 عام	116	4.57	1.847			
	من 25_ 35 عام	37	4.68	1.987			

تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق في حجم الاستماع للإذاعات، بين فئات العمر لدى الشباب السوري، عينة الدراسة، غير دالة إحصائياً، ما يشير إلى أن الاستماع للإذاعة لا يختلف باختلاف الفئات العمرية للشباب، وأن الفئات العمرية المختلفة لعينة الدراسة يستمعون إليها بنسبٍ متقاربة.

3–**2 الفروق في حجم مشاهدة التلفزيون بين فئات العمر**:لاختبار الفروق بين هذين المتغيرين، استعمِل تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA، وقد ظهرت النتائج التالية:

جدول رقم (13)الفرق في حجم مشاهدة التلفزيون بين فئات العمر

مشاهدة التلفزيون	العمر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ف)	درجة الحرية	مستوى المعنوية
مشاهدة التلفزيون	أقل من 18 عام	2	11.00	0.000	2.028	2 186	0.135
	من 18_ أقل من25 عام	136	7.23	2.650			
	من 25_ 35 عام	51	7.45	2.781			

تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق في حجم مشاهدة التلفزيون، بين فئات العمر لدى الشباب السوري، عينة الدراسة، غير دالة إحصائياً، ما يشير إلى أن التعرض للتلفزيون لا يختلف باختلاف الفئات العمرية للشباب، وأن الفئات العمرية المختلفة لعينة الدراسة يفضلون هذه الوسيلة بنسبٍ متقاربة.

أهم النتائج:

أولاً: بالنسبة لمواصفات عينة الدراسة:

-غلبت فئة الإناث على عينة الدراسة بنسبة أعلى من الذكور، بما يتفق مع واقع الحال في المجتمع السوري، من انخفاض ملحوظ لفئة الشباب من الذكور، كما تقدمت الفئة العمرية من 18عام وحتى أقل من 25 عام على باقي الفئات العمرية، وكان غالبيتهم من ذوي التعليم الجامعي وغير مرتبطين.

ثانياً: بالنسبة للنتائج العامة والتي تجيب عن أسئلة الدراسة:

1- غلب حجم الاستماع المنخفض على باقي مستويات الاستماع بالنسبة للإذاعة، أما التلفزيون فقد غلب حجم التعرض المرتفع على باقي المستويات.

2- يرى الشباب السوري، عينة الدراسة أن أهم ميزة في التلفزيون سهولة الاستعمال، أما الإذاعة فأهم ميزة بالنسبة لهم، رخص تكلفة الاستعمال.

3- حل دافع (لأتسلى مع المضامين المقدمة: أفلام، مسلسلات، ..)، وهو من الدوافع الطقوسية، في مقدمة دوافع التعرض للتلفزيون، كما حل دافع (التخلص من الروتين والملل) في مقدمة دوافع الاستماع للإذاعة، وهو من الدوافع الطقوسية أيضاً.

4- حل النشاط (اختار المضامين التي تهمني) في رأس الأنشطة التي يقوم بها أفراد عينة الدراسة من الشباب السوري، وبالعموم فإن حجم النشاط المتوسط حل في مقدمة مستويات النشاط الذي يقوم به هؤلاء الشباب.

ثالثاً: نتائج اختبار الفروض:

1–ثبتت صحة الفرض الأول حول وجود علاقة ارتباطية بين حجم التعرض لوسائل الإعلام التقليدية (الإذاعة والتلفزيون)، والدوافع النفعية والطقوسية.

2–لم تثبت صحة الفرض الثاني حول وجود علاقة ارتباطية بين حجم التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والنشاط الممارس خلال عملية التعرض، وهو ما يتناقض مع فروض هذه النظرية التي تقرن عملية التعرض بجملة من الأنشطة التي تمارس قبل أو أثناء أو بعد العملية ما يشير إلى قدرة الجمهور على انتقاء المحتوى الإعلامي والتفاعل معه والاستفادة منه.

3–لم تظهر النتائج وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في التعرض لوسائل الإعلام التقليدية (التلفزيون، الإذاعة).

4–لم تظهر النتائج وجود فروق دالة إحصائياً بين فئات التعليم للشباب السوري، عينة الدراسة في حجم التعرض لوسائل التقليدية (الإذاعة فقط)، لكن ظهر وجود فروق دالة إحصائياً بين فئات التعليم للشباب السوري في حجم التعرض للتلفزيون، وذلك لصالح فئة التعليم (أقل من ثانوي) فهي مصدر الفرق.

5–لم تظهر النتائج وجود فروق دالة إحصائياً بين فئات العمر للشباب السوري في حجم الاستماع للإذاعة أو التعرض للتلفزيون.

مراجع الدراسة:

1- CarrieLynneD.Reinhard, Brand Dervin, (2009), Media Use and Gatification, in William F. Eadie, 21st Century Communication, A Reference Handbook, USA, SAGE Publication.

2- Setiwan,Halim Adiputra, et. Al., (2018), Uses & Gratification of community Radio: A case Study of Petra Campus, 4th International Seminar of Research Month. متاح على الرابط:

Http://nstproceeding.com, تاريخ التصفح: 1/6/2021 ،

3- ديفلير، ملفين، روكيتش،ساندرا بول،(1993)،نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع.

4- إبراهيم،صفا محمد، (2016)،استعمالات الشباب للتلفزيون ووسائل الإعلام الجديد والإشباعات المتحققة منها (دراسة مقارنة)، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.

5- عبد العزيز،أماني فاروق، (2015)، استعمالات الشباب الجامعي للإذاعات المصرية التي تبث على موجة الـFM، والإشباعات المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة في جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.

6- نصري، وفاء، (2015)، تكنولوجيا الإعلام والاتصال والمستوى الثقافي والعلمي للطالب الجامعي_ دراسة في استعمالات وإشباعات طلبة جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي (الجزائر)، رسالة مكملة لنيل درجة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، جامعة أم البواقي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية.

7- White, Marcus, (2014), Twitter &Television: A Uses &Gratification Study of Twitter Usage & TV Viewing, A thesis Presented to the Faculty of the Graduate School at the University of Missouri.

8- صبري، أمينة،(2008)، مكانة الإذاعات الحكومية في ظل منافسة الإذاعات الخاصة، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية.

9– محمد ربيع،عبد الجواد سعيد، (2006)، استعمالات الشباب الجامعي للصحف المحلية والإشباعات المتحققة منها، دراسة تحليلية وميدانية، جامعة القاهرة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد السابع، العدد الأول، يناير/يونيو.

10– عبد الحميد، محمد،(1997)، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (ط1)، القاهرة: عالم الكتب.

11– مكاوي،حسن عماد، حسين السيد، ليلى، (2006)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

12– الكدواني،شيرين، (2010)،مصداقية الإنترنت وعلاقتها باستعمال الجمهور المصري لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أسيوط.

13- Stanley J. Barran and Dennis K. Davis, (2005), Mass Communication Theory, Foundations, Fernent, and Future, 6ed.,USA, Boston, PP.205-204.

14– المزاهرة، منال،(2012)، نظريات الاتصال، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.