مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: دور وسائل الإعلام الوطني في إثارة الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في سورية دراسة وصفية حول القناة السورية – القناة الإخبارية السورية – إذاعة دمشق
اسم الكاتب: د. فداء ناصر، آرام الأسد
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/5528
تاريخ الاسترداد: 2026/11/03 23:18 +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 تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية – ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

دور وسائل الإعلام الوطني في إثارة الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في سورية دراسة وصفية حول القناة السورية – القناة الإخبارية السورية – إذاعة دمشق

الدكتور: فداء ناصر [*]
آرام الأسد [**]

(تاريخ الإيداع 20 / 10 / 2020. قُبِل للنشر في 1 / 12 / 2020)

□ ملخّص □

تهدف الدراسة إلى قياس مستوى الوعي السياسي لدى شريحة الطلاب الجامعيين في بعض الجامعات السورية، خصوصاً بعد الأحداث والظروف التي يعيشها المواطنون في الجمهورية العربية السورية، بالإضافة لقياس درجة التزام القنوات الحكومية السورية موضوع الدراسة بالمعايير الناظمة للعمل الإعلامي بصورته الصحيحة ومدى استيفائها للشروط وتحقيقها لنسب المشاهدة والمتابعة ودرجة تأثيرها بشريحة الطلبة الجامعيين من خلال الاستبانة وباستخدام المنهج الوصفي التحليلي في تحليل واختبار فرضيات البحث.

وتوصلت الدراسة إلى أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية نحو دور القنوات الثلاث المدروسة في تشكيل الوعي الاجتماعي باختلاف متغير النوع الاجتماعي، مع وجود أثر باختلاف متغير الجامعة عند القناة السورية والإخبارية فقط بينما لا يوجد عند الإذاعة، أيضاً لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية باختلاف متغير الكلية عند القناة السورية وإذاعة دمشق، بينما يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند القناة الإخبارية السورية.

الكلمات المفتاحية: وسائل الإعلام الوطني، الوعي السياسي، القنوات الحكومية السورية، الجامعات السورية.

[*] **استاذ – المعهد الوطني للإدارة العامة (INA)– دمشق– سورية.**
[**] **باحثة – المعهد الوطني للإدارة العامة (INA)– دمشق– سورية.**

The Role Of National Media In Raising Political Awareness Among University Students In Syria
A Study Of Syrian TV, Al-Ikhbariya Al-Souriya, Dimashq' Broadcast

Dr .Fidaa Naser*
Aram Alassad**

(Received 20 / 10 / 2020. Accepted 1 / 12 / 2020)

□ ABSTRACT □

This research aims to measure the level of political awareness among university students in several Syrian universities, especially after the events and conditions they witnessed during the war, in addition to measuring the degree of commitment of Syrian government channels mentioned in this research based on the standards that regulate media work in its correct manner, the extent of its fulfillment of conditions, its viewing and follow-up rates, and the degree of its influence on students through the questionnaire and by using the descriptive and analytical method in analyzing and testing research hypotheses.

The study concluded that there is no statistically significant effect towards the role of the three studied channels in shaping social awareness with the difference of the gender variable, with a presence of an effect of the difference in the university variable at the Syrian TV and Al-ikhbariya only while it does not exist at the Dimashq' Broadcast, also there is no statistically significant effect on the difference of college variable at the Syrian TV and Dimashq' Broadcast, while there is a statistically significant impact on Al-ikhbariya channel.

Keywords: national media, political awareness, Syrian government channels, Syrian universities.

*Professor - High Institute For Public Administration (Ina)- Damascus - Syria.
**Researcher - High Institute For Public Administration (Ina)- Damascus –Syria.

مقدمة:

شهدت سورية في السنوات العشر الأخيرة الكثير من التبدلات والتحولات في الظروف المعيشية، نتيجة الأوضاع الاقتصادية والتغيرات الاجتماعية والعديد من الأحداث العسكرية التي أثرت بشكل أو بآخر على أمن المواطن وأمانه، لاسيما بعد قيام الدول الاستعمارية وشركاؤها بشن الحرب الشرسة على الجمهورية العربية السورية والتي بدأت بشكل محض على صورة قوة إعلامية ناعمة استهدفت تشتيت الرأي العام والتأثير في العقول ونشر الفتن، ليتبعها فيما بعد استخدام القوى الصلبة (العسكرية) في محاولات بائسة لهدم البنى التحتية وإضعاف الاقتصاد السوري ونشر الاقتتال الطائفي والطبقي بين أبنائه.

من هنا لابد أن يبرز دور الإعلام السوري كقوة دفاعية رادعة تمنع الوسائل الإعلامية الغربية المحرضة على الفتنة من التغلغل بين أوساط الجماهير ودفعها للاستسلام والقبول بالحياة الجديدة والتي تشكل صورة عمَّا رسم وخطّط له الكيان الصهيوني منذ بداياته.

لابد أن تؤدي هذه التحولات إلى تحولات أخرى في وعي المجتمع السوري عامة، والشباب السوري خاصة، خصوصاً فيما يتعلق باهتماماتهم السياسية والاجتماعية أو فيما يتعلق بنظرتهم إلى طبيعة التحديات التي أفرزتها هذه الأحداث على المستوى الوطني أو على المستوى الذاتي.

من هنا تكمن أهمية هذا البحث، خاصةً عندما يتعلق الأمر ربما بانبعاث قيم جديدة ووعي جديد تفرضه الظروف المحيطة، حيث تعد طلبة الجامعات شريحة متميزة وقادرة على التعبير عن موضوع الوعي السياسي، كما أنهم ينتمون إلى مختلف الفئات الاقتصادية والاجتماعية، وهم أكثر الشرائح عُرضة لمناقشة موضوعات مختلفة، ويمارسون أنشطة متنوعة نظراً لوجودهم في داخل مؤسسات تعليمية وثقافية.

جاءت هذه الدراسة للوقوف على "**دور ورسائل الإعلام الوطني في إثارة الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في سورية**" بمنهج وصفي يمكنها من وضع رزمة من الاقتراحات والتوصيات التي تسهم في إثراء هذا الموضوع.

مشكلة البحث وتساؤلاته:

تنبع مشكلة البحث من تساؤل دار في ذهن الباحثة من خلال الملاحظة عن اهتمامات واتجاهات الطلبة الجامعيين في سورية، وتأثير وسائل الإعلام عليهم باعتبار أن الطلاب يخضعون للكثير من المؤثرات والأحداث على الأصعدة كافة، والتي تؤثر بالضرورة على تكوين اتجاهاتهم وقيمهم وسلوكياتهم.

وعليه تتلخص مشكلة البحث الرئيسية في التساؤل حول مدى **اعتماد الشباب الجامعي السوري على وسائل الإعلام الوطني في سورية في التزود بالثقافة والمعلومات ومتابعة الأحداث المحلية والخارجية؟**

وينبثق عن هذا التساؤل التساؤلات الفرعية الآتية:

1- ما مدى متابعة الطلاب الجامعيين في سورية لوسائل الإعلام الوطني (القناة السورية-الإخبارية السورية-إذاعة دمشق)؟

2- ما دوافع متابعة الطلاب الجامعيين في سورية لوسائل الإعلام الوطني (القناة السورية-الإخبارية السورية-إذاعة دمشق)؟

3-ما الإشباعات للطلاب الجامعيين في سورية من متابعة وسائل الإعلام الوطني (القناة السورية-الإخبارية السورية-إذاعة دمشق)؟

4-ما مدى التزام وسائل الإعلام الوطني (القناة السورية-الإخبارية السورية-إذاعة دمشق) بالمعايير الأخلاقية والمهنية خلال عرضها للأحداث المتعلقة بالحرب على سورية وأحداث الدول المجاورة والأحداث العالمية؟

5-ما مصادر الأخبار التي اعتمدت عليها وسائل الإعلام الوطني (القناة السورية-الإخبارية السورية-إذاعة دمشق) في تغطية أخبار الحرب على سورية والأحداث الأخرى؟

أهمية البحث و أهدافه:

أهداف البحث:

1- التعرف على اتجاهات الطلبة الجامعيين في سورية في متابعة وسائل الإعلام الوطني، ومدى تفاعلهم مع ما تقدمه هذه الوسائل.

2- التعرف على دور وسائل الإعلام الوطني (القناة السورية، القناة الإخبارية السورية، إذاعة دمشق) وتأثيرها في تشكيل الرأي لدى طلبة الجامعات في سورية في تغطية الأحداث التي جرت خلال الحرب على سورية.

3- التعرف على الصلة بين العوامل المحددة لتشكيل اتجاهات طلبة الجامعات في سورية الفعلية نحو الأحداث التي عصفت في سورية والوطن العربي.

4- التعرف على مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عينة الدراسة المبحوثة تعزى للعوامل الديموغرافية (الجنس- الجامعة والكلية).

5- الوصول إلى نتائج ذات دلالة يمكن من خلالها تقديم توصيات تحقق الغرض والهدف من جراء هذه الدراسة.

أهمية البحث :

الأهمية النظرية (العلمية): تكمن أهمية البحث في كونها تعالج موضوعاً يتعلق باتجاهات واهتمامات طلبة الجامعات في سورية نحو ما تقدمه وسائل الإعلام الوطني من برامج وأخبار، وتُعد دراسات الاهتمامات والاتجاهات والإشباعات عند التعرض إلى وسائل الإعلام الوطني في سورية مجالاً خصباً للبحث نظراً لتغلغل وسائل الإعلام في جميع مناحي الحياة وظهور الثورة المعلوماتية التي بدأت تطل بآثارها السلبية والإيجابية على المجتمعات الإنسانية، وهي بذلك تسهم في إثراء المكتبة العربية بشكل عام والمكتبة السورية بشكل خاص في مجال يعد من أهم المجالات الاجتماعية والسياسية.

الأهمية العملية: يشكل هذا البحث أداة علمية ومعرفية للوصول إلى إعداد دراسة تضع نتائجها بين يدي القائمين على تشكيل اتجاهات واهتمامات طلبة الجامعات في سورية أهم أنواع الخبرات المفيدة في هذا المجال. ويطمح البحث إلى تكوين قاعدة معلومات وبيانات حول موضوع اتجاهات واهتمامات الطلبة الجامعيين في سورية نحو متابعة ما تبثه وسائل الإعلام الوطني، وتقييم الأداء التلفزيوني والإذاعي لوسائل الإعلام الوطني في موضوع اتجاهات واهتمامات الطلبة الجامعيين والقضايا المرتبطة بها.

فرضيات البحث: يستند البحث إلى ثلاث فرضيات رئيسية وهي:

1- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لدور وسائل الإعلام الوطني في الجمهورية العربية السورية في إثارة الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي باختلاف متغير (النوع الاجتماعي)؟

2- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لدور وسائل الإعلام الوطني في الجمهورية العربية السورية في إثارة الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي باختلاف متغير (الجامعة)؟

3- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لدور وسائل الإعلام الوطني في الجمهورية العربية السورية في إثارة الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي باختلاف متغير (الكلية)؟

مصطلحات البحث وتعريفاته الإجرائية:

- الاتجاه Direction: هو مفهوم ثابت نسبياً يعبر عن درجة استجابة الفرد لموضوع معين استجابة إما بالإيجاب أو الرفض، نتيجة لتفاعل مجموعة من العوامل المعرفية والوجدانية والاجتماعية والسلوكية تشكل في مجملها خبرات الفرد ومعتقداته وسلوكه نحو الأشياء والأشخاص المحيطة به. [1]
- الوعي السياسيPolitical Awareness : يعرف الوعي السياسي إجرائياً في هذه البحث بإدراك الطلبة لأهم المرتكزات السياسية الوطنية، والمخاطر المحيطة بالوطن، وأهمية الوحدة الداخلية، وأهم المنجزات الوطنية، وأهم القضايا السياسية العالمية.
- الحرب على سورية Foreign War Among Syria : هي الحرب التي بدأت في عام –٢٠١١– بتحالف الدول الغربية وإسرائيل مع بعض الدول العربية الرجعية لإسقاط الدولة السورية وتكون مدخلاً لتفكيك المنطقة والسيطرة على ثرواتها، ورسم شرق أوسط جديد تكون إسرائيل فيه القائد والمهيمن الأمين على المصالح الغربية في هذا الشرق الجديد، ولتحقيق هدف الحرب كان لابد من تدمير عناصر القوة في المجتمع والقضاء على الفكر المقاوم في المنطقة (المحور المنادي بتحرير فلسطين وكافة الأراضي العربية المحتلة)، وذلك بسلاح الإرهاب التكفيري والتضليل الإعلامي والحصار الاقتصادي حيث تم تطويع المرتزقة الإرهابيين من أكثر من مائة دولة وزجهم في الحرب ضد الشعب السوري، ومشاركة أكثر من مائة وخمسين وسيلة إعلامية عربية وأجنبية في توجيه الرأي العام نحو أهداف هذه الحرب، والسيطرة على منابع الثروات في سورية، مما أدى وخلال ما يقارب العشرة أعوام إلى تدمير جزء كبير من الاقتصاد الوطني وتخريب البنى التحتية دون أن ننسى عشرات الألوف من الشهداء العسكريين والمدنيين.
- وسائل الإعلام الوطني National Media : ويقصد بها الإعلام الحكومي أو الإعلام المملوك للدولة والذي تسيطر عليه في النهاية و/أو تموله الدولة، من وسائل مرئية ومسموعة والتي تخضع لقوانين الدستور الناظم للحياة في الجمهورية العربية السورية وتشريعاته بمختلف أشكالها، واقتصرنا في بحثنا هذا على القناة السورية، الإخبارية السورية وإذاعة دمشق.

<u>الإطار النظري والدراسات السابقة:</u>

<u>الدراسات السابقة:</u>

1–دراسة إياد محمد البرنية (2005) بعنوان: <u>"استخدامات الشباب الجامعي الفلسطيني في قطاع غزة للقنوات الإخبارية الفضائية العربية، وعلاقتها بمستوى المعرفة بالقضايا العربية"</u>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشباب الجامعي الفلسطيني في قطاع غزة للقنوات الإخبارية الفضائية العربية، وعلاقتها بمستوى المعرفة بالقضايا العربية.

نتائج الدراسة: يعتمد ٧،٥٤ %من المبحوثين على القنوات الإخبارية الفضائية العربية في الحصول على المعرفة بالقضايا العربية، ومن أهم القنوات الفضائية العربية الإخبارية التي يحرص الشباب الجامعي الفلسطيني على مشاهدتها لما حصلت عليه من تكرارات هي: النيل للأخبار– العربية– الجزيرة الإخبارية– ANN–ANB، أخيراً أهم المواد التي يقبل المبحوثون على مشاهدتها بالترتيب كانت: مواجيز الأخبار، النشرات الإخبارية، البرامج الحوارية، وأهم الموضوعات المفضلة هي البرامج السياسية والموضوعات الدينية، والموضوعات الثقافية.

2–دراسة عامر الخطيب وآخرون (2000م) بعنوان: <u>"دور الوسائط الإعلامية في تدعيم قيم التربية السياسية لدى طلبة جامعة الأزهر"</u>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى قيام الوسائط الإعلامية في المجتمع الفلسطيني بدور فعال في تدعيم قيم التربية السياسية لدى طلبة جامعة الأزهر بغزة، ومعرفة الوضع الحالي لوسائط الإعلام الفلسطينية ووظائفها، ودورها في تدعيم القيم التربوية السياسية.

نتائج الدراسة: تبين من خلال نتائج الدراسة أن نسبة (٢٠٪) من عينة الدراسة أجابوا أن التليفزيون ينمي ويدعم قيم الديمقراطية إلى حد كبير في نفوسهم، وقد رأى (٢٩٪) من أفراد العينة أن التليفزيون ينمي ويدعم قيم الديمقراطية لحد متوسط، وتبين أن نسبة (٢٤٪) من عينة الدراسة يرون أن التلفزيون يُنمّي ويدعم قيم الديمقراطية لحد ضعيف.

الدراسات الأجنبية:

3-دراسة آن هسيانغ (ANN-Hsiang) (2004) بعنوان: "التنشئة والمشاركة السياسية في نيويورك":

هدفت إلى التعرف على أثر التنشئة السياسية والتواصل في المجتمع، كما هدفت إلى الحد من اللامبالاة السياسية لدى الشباب وتعزيز المشاركة السياسية عندهم.

نتائج الدراسة: لمصادر التنشئة أثر كبير في تعزيز الانتماء والمواطنة، وتعزيز المشاركة السياسية والحد من الفتور السياسي لدى الشباب، وضرورة وجود برامج لتوعية وإرشاد الشباب سواء في المنزل أو من خلال وسائل الإعلام، ومن خلال المنهاج الدراسي، لتعزيز قيم الديمقراطية، والاقتدار السياسي، والمشاركة السياسية.

4-دراسة فلاديمير (Vladimir Vujelae) (1994) بعنوان: " الثقافة السياسية والتنشئة السياسية":

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور المدرسة في التنشئة السياسية، وتطوير الثقافة السياسية، وقد استخدم الباحث في هذه الدراسة منهج التحليل المقارن في كرواتيا والولايات المتحدة الأمريكية.

نتائج الدراسة: أن التعليم السياسي مهم في المجتمع المعاصر، وأن سياسة التعليم التي تنقصها التوجهات السياسية تعد سياسة خاطئة، كما أن المدارس الابتدائية نقطة حاسمة في تشكيل الاتجاهات السياسية الجوهرية التي تظهر في مرحلة النمو، بينما جاء تشكيل الاتجاهات عند الشباب الكرواتي جاء متأخرا" سنتين عن الشباب، أخيراً يوجد لدى الطلبة الكرواتيين كفاءة سياسية أقل مما لدى أقرانهم الأمريكان.

ما يُميّز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة:

يتخصص البحث بدراسة شريحة عشوائية من الطلبة الجامعيين في سورية على صعيد الوعي السياسي وتعد هذه الدراسة الأولى من نوعها في الجمهورية العربية السورية وتتميز بفرادتها لقصور الدراسات التي تخصصت في هذا المجال بالإضافة إلى قياس مدى التزام بعض القنوات السورية بمعايير العمل الإعلامي وقياس مدى متابعتها من قبل شريحة من الطلاب في الجمهورية العربية السورية.

الإطار النظري:

أولاً: نظريات إعلامية:

قامت الباحثة في هذا القسم بعرض بعض النظريات الإعلامية التي تحدثت عن المحتوى الإعلامي واحتياجات الجماهير والمفاهيم المتعلقة بتلقي المحتوى والتي تفيد في فهم وبلورة مشكلة البحث.

1-نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: Mass Media Dependence Theory

يقوم نموذج النظرية على ركيزتين أساسيتين هما الأهداف والمصادر، حيث أنه لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية فإن عليهم الاعتماد على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح.

1-1-الأهداف التي يسعى الأفراد إلى تحقيقها بحسب النظرية: [2]

الفهم (معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات) – التوجيه والإرشاد (توجيه ذاتي باتجاه القرارات المناسبة مثلاً وتوجيه جماعي تفاعلي كما في التعامل مع المواقف الجديدة والطارئة) – التسلية والهروب (ويقصد بالهروب التسلية الاجتماعية كمشاهدة السينما مع الاصدقاء) – توفير المعلومات [3]

1-2-فروض النظرية: تختلف المجتمعات وفقاً لدرجة استقرارها وكلما زادت حالات الاضطراب وعدم الاستقرار في مجتمع ما كلما زاد اعتماد أفراد المجتمع على وسائل الإعلام، وكلما كان النظام الإعلامي القائم في مجتمع ما قادراً على تحقيق أهداف الجمهور في هذا المجتمع وإشباع احتياجاته كلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، كما تختلف درجة الاعتماد على وسائل الإعلام بين الجمهور وفقا لظروفهم وخصائصهم وأهدافهم.

1-3-تأثيرات وسائل الإعلام:

أ- التأثيرات المعرفية: .Cognitive Effects

- الغموضAmbiguity: حيث يصادف الشخص مشكلة الغموض هذه في حال نقص المعلومات المتاحة لدى الجمهور مما يدفعه للجوء إلى وسائل الإعلام المختلفة لإزالة هذا الغموض ولاسيما في أوقات الأزمات أو الكوارث والحروب والثورات.
- تكوين الاتجاهات Attitude Formation: حيث تقوم وسائل الإعلام بدورها في عملية تشكيل اتجاهات الأفراد تجاه الموضوعات والقضايا المختلفة وذلك من خلال دفعها بالعديد من الآراء والأفكار والشخصيات التي تثير اهتمام المتلقي وخاصة في الأحوال الاستثنائية أوقات الحروب والاضطرابات.
- ترتيب الأولويات Agenda Setting: وذلك من خلال دور وسائل الإعلام في ترتيب اهتمامات جمهور المتلقين من بين ما تثيره من موضوعات وأفكار بحسب ترتيب الوسائل ذاتها لهذه الموضوعات.
- اتساع المعتقدات Enlargement Ideas: وذلك بالتأثير على نظم معتقدات الأفراد بزيادتها إما من خلال زيادة الفئات التي تنضم لهذه المعتقدات وتقوم بتنظيمها في إطار محدد أو من خلال زيادة المعتقدات في كل فئة.
- القيم Values: وهي مجموعة القيم والمبادئ التي يشترك فيها أفراد جماعه ما يرغبون في ترويجها والحفاظ عليها كقيم التسامح والمساواة.

ب- التأثيرات الوجدانية: Affective Effects

- الفتور العاطفيDesensitization: احتمالية حدوث نوع من الفتور العاطفي نتيجة التعرض المفرط لموضوعات ومشاهد العنف في المحتوى الإعلامي مما قد ينتج عنه نوع من الفتور وعدم الرغبة في مساعدة الآخرين، وإن كان علماء الاجتماع لم يبدوا اهتمام بتأثيرات العنف على مشاعر المتلقين للوسائل الإعلامية حيث يرى بعض هؤلاء العلماء أن تأثير التعرض لمشاهد العنف يتناقص بمرور الوقت. [4]
- الخوف والقلق Fear and Anxiety: حيث أن تعرض الأفراد لما تقدمه وسائل الإعلام من مواد تثير الخوف والرعب ومشاعر القلق تنعكس على المتلقين نتيجة الخوف من الوقوع كضحايا لأعمال مماثله لما يشاهدونه من أحداث.
- الدعم المعنوي والاغتراب Morale and Alienation: ويحدث هذا التأثير نتيجة الرسائل الإعلامية والمعلومات ذات التأثير المباشر على معنويات الأفراد ومستوى الأخلاق لديهم، فالمجتمعات التي تقوم فيها وسائل الإعلام بأدوار اتصاليه لرفع الحالة المعنوية لدى الشعور الجمعي والتوحيد والاندماج ولاسيما إذا ما كانت هذه الوسائل تعكس الفئات

الاجتماعية التي ينتمي إليها المتلقي، ويزداد اغتراب الفرد حينما لا يجد معلومات معبره عن نفسه وثقافته وانتماءاته العرقية والدينية والسياسية من خلال وسائل الإعلام. [5]

ج- التأثيرات السلوكية: Behavioral Effects

تنقسم التأثيرات السلوكية بحسب النموذج إلى **التنشيط Activation:** وهو يعنى قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية وهو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية وقد يكون التنشيط عمل مفيد اجتماعيا كما في الإقلاع عن التدخين، المشاركة السياسية، أو ضار اجتماعيًا كما في محاكاة السلوكيات السيئة كالعنف والجريمة، وثانياً **الخمول Deactivation:** وهو تجنب القيام بالفعل وقد يحدث هذا التأثير نتيجة تغطية إعلامية مبالغ فيها بما ينعكس على السلوك الشخصي للمتلقي مثل العزوف عن المشاركة السياسية، أو الابتعاد عن الأنشطة المجتمعية.

2-نظرية الاستخدامات والإشباعات Uses and Gratification Theory:

تهدف لدراسة الاتصال دراسة وظيفية منظمة فبدلاً من النظر للجمهور كأفراد سلبيين يتم النظر إلى الأفراد بوصفهم مشاركين إيجابيين في عملية الاتصال فهم يشعرون بحاجات معينة، وبالتالي يختارون عن وعي الوسائل والمضامين التي تشبع حاجاتهم النفسية والاجتماعية. [6]

2-1-أهداف النظرية: [7]

1-محاولة التعرف على استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، على اعتبار أن الجمهور نشيط ويستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.

2-الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض، والإشباعات.

3-تحديد دوافع تعرض الأفراد لوسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

2-2-فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات:

إن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط يتسم بالإيجابية والفاعلية، استخدامه لهذه الوسائل موجه لتحقيق أهداف معينة خاصة به، وهو جمهور قادر على تحديد أهدافه وحاجاته، وكذلك دوافع تعرضه لوسائل الإعلام، ومن ثم فهو قادر على تحديد اختيار المضمون الذي يلبي حاجاته، كما يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.

تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى في إشباع حاجات الأفراد المتعددة والمتنوعة، مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات، فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الاعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة، تجعل الفرد يتجه إلى مصدرها لإشباع حاجاته دون الآخر. [8]

الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة، بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة. [9]

2-3-بعض عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات:

أ- الأصول الاجتماعية والنفسية لاحتياجات الجمهور: يرى كاتز وزملاؤه أن الاحتياجات تعود في الأصل إلى أصول اجتماعية ونفسية للأفراد مما يولد توقعات معينة من وسائل الإعلام وأنماط مختلفة من التعرض.

ب- افتراض الجمهور النشط: فالنشاط عند جمهور وسائل الإعلام يشير إلى توفر الدافع والانتقائية.

ت- الحاجات: بحسب تصنيف ماسلو: الفسيولوجية، الأمنية، الاجتماعية، الذاتية، تحقيق الذات.

ث- دوافع وحاجات التعرض لوسائل الإعلام: دوافع نفعية وهي دوافع تهدف للتعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات، والخبرات وجميع أشكال التعلم، ودوافع طقوسية وهي الدوافع التي تهدف إلى تمضية الوقت، والاسترخاء والصداقة، والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات. [10]

ج- توقعات الجمهور من وسائل الاتصال: إن الشخص يختار من بين بدائل وسائل الاتصال الوسيلة والمضمون طبقاً لقيمتها في إشباع حاجاته حسب توقع الأفراد، وبالتالي فإشباع الوسيلة والمضمون لحاجات الأفراد يعزز من تعرض الفرد للوسيلة مرة أخرى والعكس بالعكس.

ح- إشباعات وسائل الاتصال: فالإشباع الذي يبحث عنه الفرد ليس بالضرورة هو الإشباع الذي يتحقق بالفعل، وقد أثبتت دراسات أن الجمهور يختار وسيلة معينة لإشباع حاجات معينة، فالكتب تلبي حاجة الحصول على المعلومات، والتلفزيون يلبي حاجة التسلية .. إلخ. [11]

3-نظرية حارس البوابة: Gatekeeping Theory

تَقوم النظرية على أساس أن المادة الإعلامية تمر بمراحل عديدة، وخلال كل مرحلة هناك حارس يقوم بتمرير المعلومات وفقًا لحاجتها، وأصبحت نظرية تُساعد على تفسير دور القائم بعملية الاتصال، وهُو في مفهوم الإعلام يُمثل رجل الإعلام، أي رجل الصحافة أو المُقدم التلفزيوني أو المُعدّ للتقارير. [12]

يتمثل دور رجل الإعلام بإيصال المعلومات إلى المجتمع، حيث تُعد مراحل مرور الخبر أو المادة الإعلامية بوابات، والقائم في كل مرحلة هو حارس على تلك البوابة، لذا يُسمى حارس البوابة، وتكمن واجباته بتمرير المعلومات بمصداقية، مع ضرورة توخي الدور التوعوي في المجتمع والابتعاد عن المواد الإعلامية السلبية. [13]

المعايير الشخصية للقائم بالاتصال:

يُمكن التعرف أكثر إلى ما هي نظرية حارس البوابة عند التعرف إلى العوامل التي تضبط عمل القائم بالاتصال، والتي يُمكن اعتباره حارسًا للبوابة عند التزامه بها حقًا، ويمكن ذكر البعض منها كالآتي: [14]

المعايير الذاتية: الجنس والعمر والطبقة الاجتماعية والحالة المادية، إضافة إلى القدرات الفردية ومهارات الاتصال المتعلقة بالعمل والاتجاهات السياسية وغيرها من ميولات لدى القائم بالاتصال.

المعايير المهنية: تتمثل بسياسة المؤسسة التي يعمل فيها القائم بالاتصال، مثل الصحيفة أو القناة في التلفزيون، ومصادر الأخبار المُعتمدة لدى الصحفي، وعلاقات العمل والضغوطات التي يتعرض لها القائم بالاتصال أثناء العمل.

ثانياً: الوعي السياسي:

الوعي في اللغة هو الفهم وسلامة الإدراك، أول من استخدمها جون لوك في مناقشاته الفلسفية، قصد بها أن الانسان يعي دائماً بنفسه وهو يفكر، كما أنه أول من فسّر الوعي بأنه الأفكار التي تمر في عقل الانسان. [15]

ويعرف **الوعي السياسي** بحسب العشري بأنه: "متابعة الفرد للأحداث والتطورات السياسية وإدراك أهمية الفوائد العائدة من الانخراط في السياسة وقراءة الكتب والموضوعات السياسية ومتابعة البرامج وتحليلها والإلمام بالقضايا المرتبطة بالبلاد وتكوين فكر ورأي واضحين حول هذه الأمور السياسية". [16]

1-أهمية الوعي السياسي:[17]

يساعد على تحليل الأحداث بصورة موضوعية وعلمية بعيدة عن العواطف وتأثيرات البيئة [17] ، كما يساعد في القضاء على الاستبداد السياسي الذي يعد السبب الرئيسي وراء التخلف في العديد من المجالات، ويعزز الديمقراطية في نظر الفرد ورؤيته لقضايا وطنه وأمته، وكذلك رؤيته للظروف التي تؤثر في المجتمع بصورة تحليلية واعية، كما يرفع

من قدرة الأفراد على التحليل الموضوعي والعلمي للأحداث السياسية، ويحصنها من اكتساب وعي زائف تحكمه الطائفية والعنصرية. [18]

ولغياب الوعي السياسي آثار سلبية على بناء المجتمع سياسيا وديمقراطيا، فغيابه يفقد الرؤية الواضحة لنضوج المجتمع سياسيا وثقافيا، ويجعل قيم الحياة تنهار وتفقد توازنها وبريقها من فضاء المجتمع، وان أي تراجع أو ضمور في مسيرة بناء الوعي السياسي يعطل دور المجتمع، و في ظل غياب الوعي لا يمكن لأي شعب أو مجتمع التعرف على واقعه ورصد مواطن القوة والضعف والعوامل المؤثرة فيه، وبذلك من الصعوبة جدا التكهن بتداعيات الظروف السياسية التي تحيط بالمجتمع، وذلك بسبب عدم فهم أسلوب اللغة السياسية المثالية التي يستقرئ بها العالم المتحضر لأحداثه السياسية.

2-علاقة وسائل الإعلام بالوعي السياسي:

يرى بعض الباحثين أنه لا يمكن الفصل بين هذين النشاطين نظراً لأهمية الوظيفة الإعلامية في تبليغ وإشراك المواطنين في الحياة السياسية والمجتمعية بمدى معرفتهم للحقائق، بالإضافة إلى مساهمة وسائل الإعلام بتعبئة الجماهير، ناهيك عن كونها أداة اتصالية غير مباشرة تقوم بنقل مطالب ورغبات الجمهور إلى صناع القرار وردود الفعل تجاه السياسات والقرارات الحكومية. [19]

3-بعض المعوقات التي تواجه وسائل الإعلام في نشر الوعي السياسي:

- المصداقية حيث وسائل الإعلام دائماً محل شك حتى وإن كانت صادقة فالناس لا يثقون بمن يعمل في هذا المجال (أي السياسة) فكيف يثقون في وسائل الإعلام، فإذا لم يثق الجمهور في صدق وسائل الإعلام فلن يثق في الذين يعملون في السياسة، كما أنها تقوم بإبراز الأخبار الطيبة والتركيز عليها والتهوين من شأن الأخبار السيئة، فنحن نركز على الانجازات فقط ولا نغطي الجوانب السلبية وغيرها، أيضاً استغلال وسائل الإعلام في بعض الدول من جانب المسؤولين على نحو يتصف بالأنانية لبناء أمجادهم الشخصية، وينعكس ذلك بصورة سلبية على دور وسائل الإعلام في تحقيق أهدافها، حيث التحيز الصادر من اللاوعي يسود عند تناول الأخبار والموضوعات والتحليلات والنقاشات السياسية.
- اتجاه الإعلام ووسائل الإعلام إلى الكم حيث الإغراق في تناول الموضوعات السياسية يغطي على الكيف لخدمة التوجهات السياسية، والذي لا يكون موفقاً في كثير من الأحيان، خاصة إذ حاول الإعلام السياسي تجاوز الحدود المخاطبة للرأي العالمي، حيث تختلف القيم من مجتمع إلى آخر. [20]
- تركيز الاهتمام على أحداث وقضايا أو موضوعات سياسية معينة وقد يكون هذا التركيز بدرجة ملحوظة، وبنفس المستوى تجاهل الاهتمام بأحداث وقضايا ومشكلات أخرى قد تكون على قدر كبير من الأهمية، وكأن المسألة تقع تحت سيطرة تصنيفات لموضوعات معينة أكثر من التركيز على ما تفرضه الظروف المحلية والدولية من اهتمام بأحداث وقضايا ومشكلات آنية.

<u>الإطار المنهجي للدراسة (الطريقة والإجراءات):</u>

منهج الدراسة:

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، والذي يحاول وصف دور وسائل الإعلام الوطني في إثارة الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين في سورية، ولاختبار فرضيات الدراسة تم استخدام الاختبارات الإحصائية في برنامج (SPSS) حيث أن المقياس المستخدم (1-3) وهو مقياس "ليكرت" ذو التوزيع الثلاثي، وقد استخدمت الباحثة الأساليب الإحصائية التالية في معالجة بيانات الدراسة:

1-النسب المئوية والتكرارات والمتوسط الحسابي: يستخدم هذا الأمر بشكل أساسي لأغراض معرفة تكرار فئات متغير ما ويفيد الباحثة في وصف عينة الدراسة.

2-اختبار ألفا كرونباخ (Cronbachs alpha) لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة.

3-اختبار (T-test).

4-اختبار (One way ANOVA).

مصادر جمع المعلومات والبيانات:

1-المصادر الأولية: لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع البحث لجأت الباحثة إلى جمع البيانات الأولية من خلال الاستبانة كأداة رئيسية للدراسة، صُممت خصيصاً لهذا الغرض، ووزعت على عينة الدراسة وعددها (160) استبانة.

2-المصادر الثانوية: حيث اعتمدت الباحثة في الجانب النظري للبحث على مصادر البيانات الثانوية والتي تمثلت بالكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والمقالات والتقارير، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، بالإضافة للبحث والمطالعة في مواقع الانترنت المختلفة.

مجتمع الدراسة:

يتكون مجمع الدراسة من طلبة الجامعات والمعاهد الأربعة التالية: جامعة دمشق، جامعة تشرين، جامعة الشام الخاصة، المعهد الوطني للإدارة العامة.

عينة الدراسة:

قامت الباحثة باستخدام العينة العشوائية حيث يكون لكل مفردة من مفردات المجتمع في هذا النوع من العينات نفس الفرصة للاختيار والظهور في العينة، وقد تم توزيع 180 استبانة على مفردات العينة لكبر حجم مجتمع الدراسة وتمكنت الباحثة من استرداد (160) استبانة من عينة الدراسة تمثل ما نسبته (88,8) من مجموع العينة التي تم توزيعها.

وقد وقع الاختيار على أن تكون العينة من محافظتين مختلفتين (دمشق- اللاذقية) ومن جامعات ومعاهد حكومية (جامعة دمشق – جامعة تشرين- المعهد الوطني للإدارة العامة) وجامعات خاصة (جامعة الشام الخاصة) مما يضفي المزيد من المصداقية والتنوع في نتائج الدراسة.

حدود الدراسة:

الحدود البشرية: اقتصرت هذه الدراسة على آراء عينة من الطلبة الجامعيين بمرحلة البكالوريوس والدراسات العليا في بعض الجامعات السورية من خلال عينة عشوائية ممثلة للطلبة الجامعيين وطلبة الدراسات العليا.

الحدود الزمانية: تم إجراء هذه الدراسة في الفترة ما بين شهري حزيران وتشرين الثاني من عام ٢٠٢٠.

الحدود المكانية: تقتصر هذه الدراسة على الطلبة الدارسين بالجامعات السورية "جامعة دمشق- جامعة تشرين- جامعة الشام الخاصة- المعهد الوطني للإدارة العامة".

<u>العرض والمناقشة والتحليل:</u>

المعلومات الشخصية:

فيما يلي عرض لعينة الدراسة وفق المعلومات الشخصية:

1-توزيع أفراد العينة حسب النوع الاجتماعي:

جدول رقم (1): توزيع عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي

النوع الاجتماعي	العدد	النسبة المئوية %
ذكر	47	%29.4
أنثى	113	%70.6
المجموع	160	%100

من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS)

يوضح الجدول السابق أن الإناث كانت نسبتهم أعلى من الذكور حيث كانت نسبتهم المئوية 70.6%، أما الذكور فكانت نسبتهم (29.4%).

2-توزيع أفراد العينة حسب الجامعة:

جدول رقم (2): توزيع عينة الدراسة حسب الجامعة

الجامعة	العدد	النسبة المئوية %
جامعة دمشق	71	%44.4
جامعة تشرين	72	%45.0
المعهد الوطني للإدارة العامة	8	%5.0
جامعة الشام الخاصة	9	%5.6
المجموع	160	%100

من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS)

يمثل جدول رقم (2) متغير الجامعة، حيث حصل أفراد العينة من جامعة دمشق على نسبة مئوية بلغت (44.4%)، بينما حصل أفراد العينة من جامعة تشرين على نسبة (45%)، كذلك حصل طلبة المعهد الوطني للإدارة العامة على نسبة (5%)، أما بالنسبة لجامعة الشام الخاصة فقد حصل طلبة الجامعة على نسبة (5.6%).

3-توزيع أفراد العينة حسب الكلية:

جدول رقم (3): توزيع عينة الدراسة حسب الكلية

الكلية	العدد	النسبة المئوية%
كليتي الطب البشري و طب الأسنان	15	%9.4
كلية الآداب والعلوم الإنسانية	26	%16.3
كلية الحقوق	30	%18.8
كلية الصيدلة	18	%11.3
كليات الهندسة المختلفة	22	%13.8
كلية التجارة والاقتصاد	18	%11.3
كلية الإعلام	22	%13.8

تخصص الإدارة (المعهد الوطني للإدارة العامة)	9	%5.6
المجموع	160	%100

من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS)

نلاحظ من الجدول السابق توزع أفراد العينة بحسب الكلية حيث بلغت نسبة طلبة كليتي الطب البشري وطب الأسنان (9.4%) بينما حصل طلاب كلية الآداب والعلوم الإنسانية على نسبة (16.3%) أما طلاب كلية الحقوق فقد حصلوا على نسبة (18.8%)، وقد حصل طلاب كلية الصيدلة على نسبة (11.3%)، وبالنسبة لكليات الهندسة بأنواعها فقد حصل طلابها على نسبة (13.8%) أما كلية التجارة والاقتصاد فقد حصل طلابها على نسبة (11.3%)، بينما حصل طلاب كلية الإعلام على نسبة (13.8%)، وحصل طلاب المعهد الوطني للإدارة العامة على نسبة (5.6%).

4-توزع أفراد العينة حسب متابعة القنوات التالية: (القناة السورية- الإخبارية السورية-إذاعة دمشق):

جدول رقم (4) توزيع عينة الدراسة حسب متابعة القنوات التالية: (القناة السورية، الإخبارية السورية، إذاعة دمشق)

متابعة القنوات السابقة	العدد	النسبة المئوية %
القناة السورية	24	%15
الإخبارية السورية	96	%60
إذاعة دمشق	2	%1.3
الثلاثة معاً	38	%23.8
لا أتابع أياً منها	0	0
المجموع	160	%100

من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS)

يوضح الجدول رقم (4) أن من يتابعون القناة السورية بلغت نسبتهم (15%) أما القناة الإخبارية السورية فقد حصلت على غالبية المتابعة بنسبة (60%)، بينما حصلت إذاعة دمشق على نسبة ضئيلة بمعدل (1.3%)، ومن يتابع القنوات الثلاث بلغوا (23.8%) بينما حصل من لا يتابع أي من القنوات على نسبة (صفر%) وذلك لأن الباحثة حرصت على أنه يتوجب لمن يريد المشاركة في الاستبانة أن يتابع على الأقل واحدة من القنوات الثلاث وأنه في حالة عدم المتابعة فتتم إعادة الاستبانة للباحثة.

5-توزيع أفراد العينة حسب متوسط الوقت الذي يقضيه الطالب يومياً في المشاهدة:

جدول رقم (5): توزيع عينة الدراسة حسب متوسط الوقت الذي يقضيه الطالب يومياً في المشاهدة

متوسط الوقت الذي يقضيه الطالب يومياً في المشاهدة	العدد	النسبة المئوية%
من نصف ساعة إلى أقل من ساعة	100	%62.5
من 1 ساعة إلى ساعتين	43	%26.9
من 3-4 ساعات	14	%8.8

5 ساعات فأكثر	3	%1.9
المجموع	160	%100

من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS)

يوضح الجدول السابق أن الأغلبية من الطلاب يشاهدون القنوات السابقة أقل من ساعة يومياً حيث بلغت النسبة (62.5%) ويليها من يشاهد من 1 ساعة إلى ساعتين يومياً بنسبة (26.9%)، أما بالنسبة لمن يشاهد لمدة 3-4 ساعات يومياً فقد بلغت النسبة (8.8%) وأخيراً حصل من يشاهد لمدة خمس ساعات فأكثر على نسبة (1.9%).

أداة الدراسة:

لقد تم اختيار مقياس ليكرت (Likert) الثلاثي لأنه يعتبر من أكثر المقاييس استخداماً لسهولة فهمه وتوازن درجاته، حيث يشير أفراد العينة الخاضعين للاختبار عن مدى موافقتهم على كل عبارة من المتغيرات على النحو الآتي:

جدول رقم (6) مقياس ليكرت الثلاثي

موافق	محايد	غير موافق
3	**2**	**1**

صدق الاستبانة وثباتها:

1-صدق الأداة (الاستبانة): يقصد بصدق الاستبانة أن تقيس أسئلة الاستبانة ما وضعت لقياسه، وقامت الباحثة بالتأكد من صدق الاستبانة من خلال اختبار الصدق حيث عرضت الباحثة الاستبانة على لجنة من المحكمين تألفت من (4) من أعضاء الهيئة التدريسية والمتخصصين، واستجابت الباحثة لآراء المحكمين وقامت بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة.

2-ثبات الأداة (الاستبانة): تحققت الباحثة من خلال طريقة الاختبار وإعادة الاختبار حيث تم توزيع (15) استبانة على عينة عشوائية من مجتمع الدراسة وأعيد توزيعها مرة أخرى، وبلغ معدل ثبات الإجابات في المرتين (89.5%).

كما تحققت الباحثة من ثبات الاستبانة من خلال اختبار معامل "ألفا كرونباخ" وذلك كما يلي:

جدول رقم (7) نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

المجال	المحور	معامل ألفا كرونباخ
1	مدى التعرض والمتابعة للقنوات الثلاث	0.936
2	دوافع التعرض والمتابعة للقنوات الثلاث	0.887
3	الإشباعات المتحققة	0.952
4	معايير التغطية	0.965
5	مصادر التغطية	0.925
6	التفاعل مع الحدث	0.869

من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS)

يتبين من الجدول السابق أن قيمة معامل ألفا كرونباخ لجميع مجالات الدراسة كانت أكبر من 0.60، وبذلك تكون الباحثة قد تأكدت من صدق وثبات استبانة الدراسة مما يجعلها على ثقة بصحة الاستبانة وصلاحيتها لتحليل النتائج والإجابة على أسئلة الدراسة.

نتائج التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الوطني في إثارة الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين في سورية حث تم توزيع (160) استبانة على أفراد عينة الدراسة، وبعد تطبيق أداة الدراسة جمعت إجابات أفراد العينة، وحولت إجاباتهم إلى درجات، ثم تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية، كما تم اختبار الاتساق الداخلي "ألفا كرونباخ" والمتوسطات الحسابية لإيجاد دور القنوات الثلاث التي تشكل محور الدراسة "القناة السورية. الإخبارية السورية، إذاعة دمشق" في إثارة الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين في سورية وذلك عند مستوى الدلالة (a=0.05).

نتائج الدراسة:

سعت إلى الإجابة على السؤال الرئيسي التالي:

ما هو دور وسائل الإعلام الوطني في إثارة الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين في سورية؟

للإجابة عن هذا السؤال الذي يبلور مشكلة الدراسة تم تقسيمه إلى الأسئلة الآتية:

السؤال الأول: ما مدى التعرض والمتابعة للقنوات التالية (القناة السورية، الإخبارية السورية، إذاعة دمشق) من قبل الطلبة الجامعيين؟

حيث تم حساب المتوسط الحسابي والنسبة المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة كما هو موجود في الملحق رقم (1)، ويتضح من الملحق أن نسبة التعرض والمتابعة للقناة السورية بلغت (47.8%) أما بالنسبة للإخبارية السورية فكانت (43.2%) بينما حصلت إذاعة دمشق الآن على نسبة (51.1%).

السؤال الثاني: ما دوافع التعرض والمتابعة للقنوات التالية (القناة السورية، الإخبارية السورية، إذاعة دمشق) من قبل الطلبة الجامعيين؟

يتضح من الملحق رقم (2) أن نسبة الموافقة على مجال دوافع التعرض والمتابعة للقناة السورية بلغت (40.9%) بينما بالنسبة للإخبارية السورية فكانت (34.4%) أما بالنسبة لإذاعة دمشق فبلغت (46.8%).

السؤال الثالث: ما هي الإشباعات المتحققة للطلبة الجامعيين من متابعة القنوات الثلاث :(القناة السورية، الإخبارية السورية، إذاعة دمشق)؟

يتضح من الملحق رقم (3) أن نسبة الموافقة على مجال الإشباعات المتحققة من متابعة القناة السورية بلغت (38.8%) والإخبارية السورية بلغت (32.7%) أما إذاعة دمشق (42.4%).

السؤال الرابع: ما معايير التغطية المتبعة في القنوات الثلاث :(القناة السورية، الإخبارية السورية، إذاعة دمشق)؟

يتضح من الملحق رقم (4) أن نسبة الموافقة على معايير التغطية في القناة السورية بلغت (41.9%) بينما بالنسبة للإخبارية السورية بلغت (34.1%) أما في إذاعة دمشق فقد بلغت (38.4%).

السؤال الخامس: ما مصادر التغطية التي تعتمد عليها القنوات الثلاث: "القناة السورية، الإخبارية السورية، إذاعة دمشق "؟

يتضح من الملحق رقم (5) حصول القناة السورية على نسبة (25,95%) بالنسبة لمصادر التغطية بينما حصلت الإخبارية السورية على نسبة (24,2%) أما إذاعة دمشق فحصلت على نسبة (28,35%).

السؤال السادس: كيف تفاعلت القنوات الثلاث: القناة السورية، الإخبارية السورية، إذاعة دمشق الآن مع الأحداث؟

يتضح من الملحق رقم (6) أن درجة تفاعل القناة السورية مع الحدث بلغت (35%) بينما بلغت درجة تفاعل الإخبارية السورية مع الحدث (31.8%) أما إذاعة دمشق فبلغت (34.4%).

السؤال السابع: هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في دور القنوات التالية " القناة السورية، الإخبارية السورية، إذاعة دمشق" في إثارة الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين باختلاف المتغيرات الوسيطة (النوع الاجتماعي، الجامعة، الكلية)؟

ويمكن تقسيم الإجابة على هذا السؤال من خلال الإجابة على **اختبار الفرضيات** الآتية:

1- هل هناك أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لدور القنوات الثلاث " القناة السورية، الإخبارية السورية، إذاعة دمشق " في إثارة الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين باختلاف متغير النوع الاجتماعي؟

من أجل الإجابة على هذا السؤال، تم تطبيق اختبار T-test على علامات بنود الاستبانة لفئات متغير النوع الاجتماعي وكانت النتائج كما يلي :

أ- **القناة السورية:** يتضح من الجدول (8) أن مستوى الدلالة لجميع مجالات الدراسة على قناة السورية كانت أكبر من (0,05)، وبالتالي نقبل فرضية العدم والتي تنص على أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) لدور القناة السورية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي باختلاف متغير النوع.

جدول (8) اختبار T-test لدراسة الفروق حسب قناة السورية باختلاف متغير النوع الاجتماعي

القناة	المجال	النوع الاجتماعي	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	Sig.
القناة السورية	مدى التعرض والمتابعة للقناة	ذكر	2.1787	29,4	0,637
		أنثى	2.2336	70,6	
	دوافع التعرض والمتابعة للقناة	ذكر	2.0532	29,4	0,298
		أنثى	2.1903	70,6	
	الإشباعات المتحققة	ذكر	2.0152	29,4	0,531
		أنثى	2.0872	70,6	
	معايير التغطية	ذكر	2.0993	29,4	0,890
		أنثى	2.1165	70,6	
	مصادر التغطية	ذكر	1.875	29,4	0,721
		أنثى	1.9049	70,6	
	التفاعل مع الحدث	ذكر	1.9483	29,4	0,179
		أنثى	2.0518	70,6	

من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS)

ب- القناة الإخبارية: يتضح من الجدول (9) أن مستوى الدلالة لجميع مجالات الدراسة على قناة الإخبارية كانت أكبر من (0,05)، وبالتالي نقبل فرضية العدم والتي تنص على أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) لدور قناة الإخبارية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي باختلاف متغير النوع.

جدول (9) اختبار T-test لدراسة الفروق حسب قناة الإخبارية باختلاف متغير النوع الاجتماعي

القناة	المجال	النوع الاجتماعي	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	Sig.
القناة الإخبارية	مدى التعرض والمتابعة للقناة	ذكر	2.1362	29,4	0,846
		أنثى	2.1133	70,6	
	دوافع التعرض والمتابعة للقناة	ذكر	1.8617	29,4	0,555
		أنثى	1.9469	70,6	
	الإشباعات المتحققة	ذكر	1.8875	29,4	0,556
		أنثى	1.9558	70,6	
	معايير التغطية	ذكر	1.9539	29,4	0,902
		أنثى	1.969	70,6	
	مصادر التغطية	ذكر	1.8772	29,4	0,125
		أنثى	1.9772	70,6	
	التفاعل مع الحدث	ذكر	1.8602	29,4	0,145
		أنثى	1.9747	70,6	

من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS)

ت- الإذاعة: يتضح من الجدول (10) أن مستوى الدلالة لجميع مجالات الدراسة على الإذاعة كانت أكبر من (0,05)، وبالتالي نقبل فرضية العدم والتي تنص على أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) لدور الإذاعة في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي باختلاف متغير النوع.

جدول (10) اختبار T-test لدراسة الفروق حسب إذاعة دمشق باختلاف متغير النوع الاجتماعي

القناة	المجال	النوع الاجتماعي	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	Sig.
الإذاعة	مدى التعرض والمتابعة للقناة	ذكر	2,4426	29,4	0,216
		أنثى	2.3168	70,6	
	دوافع التعرض والمتابعة للقناة	ذكر	2.3936	29,4	0,328
		أنثى	2.2788	70,6	
	الإشباعات المتحققة	ذكر	2.2736	29,4	0,453
		أنثى	2.1947	70,6	
	معايير التغطية	ذكر	2.2057	29,4	0,591

		أنثى	2.1445	70,6	
	مصادر التغطية	ذكر	2.0665	29,4	0,668
		أنثى	2.031	70,6	
	التفاعل مع الحدث	ذكر	2.0547	29,4	0,627
		أنثى	2.091	70,6	

من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS)

1- هل هناك أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لدور القنوات الثلاث " القناة السورية، الإخبارية السورية، إذاعة دمشق " في إثارة الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين باختلاف متغير الجامعة؟

من أجل الإجابة على هذا السؤال، تم تطبيق اختبار ((One way ANOVA على علامات بنود الاستبانة لفئات متغير الجامعة وكانت النتائج كما يلي:

أ- **القناة السورية:** يتضح من الجدول (11) أن مستوى الدلالة لمجال الإشباعات المتحققة على القناة السورية كانت أصغر من (0,05)، وبالتالي نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) لدور قناة السورية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي في مجال الإشباعات المتحققة باختلاف متغير الجامعة، وكان الفرق لصالح المعهد الوطني للإدارة العامة، بينما لم يكن هناك أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) لدور قناة السورية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي باختلاف متغير الجامعة لباقي مجالات الدراسة.

جدول (11) اختبار One way ANOVA لدراسة الفروق حسب القناة السورية باختلاف متغير الجامعة

القناة	المجال	الجامعة	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	Sig.
القناة السورية	مدى التعرض والمتابعة للقناة	دمشق	2.2901	44,4	0,137
		تشرين	2.1194	45,0	
		جامعة الشام الخاصة	2.05	5,0	
		المعهد الوطني للإدارة العامة	2.5778	5,6	
	دوافع التعرض والمتابعة للقناة	دمشق	2.2465	44,4	0,299
		تشرين	2.0764	45,0	
		جامعة الشام الخاصة	1.8125	5,0	
		المعهد الوطني للإدارة العامة	2.2778	5,6	
	الإشباعات المتحققة	دمشق	2.169	44,4	0,036
		تشرين	1.9226	45,0	
		جامعة الشام الخاصة	2	5,0	

		المعهد الوطني للإدارة العامة	2.4603	5,6	
	معايير التغطية	دمشق	2.2347	44,4	0,065
		تشرين	1.9838	45,0	
		جامعة الشام الخاصة	1.8333	5,0	
		المعهد الوطني للإدارة العامة	2.4074	5,6	
	مصادر التغطية	دمشق	1.9542	44,4	0,309
		تشرين	1.8403	45,0	
		جامعة الشام الخاصة	1.7344	5,0	
		المعهد الوطني للإدارة العامة	2.0278	5,6	
	التفاعل مع الحدث	دمشق	2.0805	44,4	0,155
		تشرين	1.9405	45,0	
		جامعة الشام الخاصة	2.0179	5,0	
		المعهد الوطني للإدارة العامة	2.2063	5,6	

من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS)

ب- القناة الإخبارية: يتضح من الجدول (12) أن مستوى الدلالة لمجالي مدى التعرض والمتابعة والإشباعات المتحققة على القناة الإخبارية كانت أصغر من (0,05)، وبالتالي نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) لدور قناة الإخبارية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي في مجالي مدى التعرض والمتابعة والإشباعات المتحققة باختلاف متغير الجامعة، وكان الفرق لصالح المعهد الوطني للإدارة العامة، بينما لم يكن هناك أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) لدور قناة الإخبارية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي باختلاف متغير الجامعة لباقي مجالات الدراسة.

جدول (12) اختبار One way ANOVA لدراسة الفروق حسب قناة الإخبارية باختلاف متغير الجامعة

القناة	المجال	الجامعة	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	Sig.
القناة الإخبارية	مدى التعرض والمتابعة للقناة	دمشق	2.2394	44,4	0,025
		تشرين	1.9722	45,0	
		جامعة الشام الخاصة	1.95	5,0	
		المعهد الوطني للإدارة العامة	2.5111	5,6	

	دوافع التعرض والمتابعة للقناة	دمشق	2.0704	44,4	0,080
		تشرين	1.75	45,0	
		جامعة الشام الخاصة	1.8125	5,0	
		المعهد الوطني للإدارة العامة	2.2222	5,6	
	الإشباعات المتحققة	دمشق	2.0342	44,4	0,011
		تشرين	1.7798	45,0	
		جامعة الشام الخاصة	1.8929	5,0	
		المعهد الوطني للإدارة العامة	2.4444	5,6	
	معايير التغطية	دمشق	2.1197	44,4	0,014
		تشرين	1.8009	45,0	
		جامعة الشام الخاصة	1.6875	5,0	
		المعهد الوطني للإدارة العامة	2.2963	5,6	
	مصادر التغطية	دمشق	1.9384	44,4	0,43
		تشرين	1.7413	45,0	
		جامعة الشام الخاصة	1.6875	5,0	
		المعهد الوطني للإدارة العامة	2	5,6	
	التفاعل مع الحدث	دمشق	2.0161	44,4	0,216
		تشرين	1.8591	45,0	
		جامعة الشام الخاصة	1.9464	5,0	
		المعهد الوطني للإدارة العامة	2	5,6	

من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS)

ت- الإذاعة: يبين الجدول (13) أن مستوى الدلالة لجميع مجالات الدراسة على الإذاعة كانت أكبر من (0,05)، وبالتالي نقبل فرضية العدم والتي تنص على أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) لدور الإذاعة في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي باختلاف متغير الجامعة.

جدول (13) اختبار One way ANOVA لدراسة الفروق حسب الإذاعة باختلاف متغير الجامعة

القناة	المجال	الجامعة	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	Sig.
الإذاعة	مدى التعرض والمتابعة للقناة	دمشق	2.4	44,4	0,062
		تشرين	2.3417	45,0	
		جامعة الشام الخاصة	1.85	5,0	
		المعهد الوطني للإدارة العامة	2.5333	5,6	
	دوافع التعرض والمتابعة للقناة	دمشق	2.338	44,4	0,086
		تشرين	2.3681	45,0	
		جامعة الشام الخاصة	1.75	5,0	
		المعهد الوطني للإدارة العامة	2.1667	5,6	
	الإشباعات المتحققة	دمشق	2.2418	44,4	0,090
		تشرين	2.1019	45,0	
		جامعة الشام الخاصة	1.7292	5,0	
		المعهد الوطني للإدارة العامة	2.4074	5,6	
	معايير التغطية	دمشق	2.3018	44,4	0,053
		تشرين	2.1766	45,0	
		جامعة الشام الخاصة	1.7143	5,0	
		المعهد الوطني للإدارة العامة	2.3333	5,6	
	مصادر التغطية	دمشق	2.1109	44,4	0,350
		تشرين	1.9913	45,0	
		جامعة الشام الخاصة	1.875	5,0	
		المعهد الوطني للإدارة العامة	2.0417	5,6	
	التفاعل مع الحدث	دمشق	2.1147	44,4	0,603
		تشرين	2.0397	45,0	
		جامعة الشام الخاصة	2.0179	5,0	
		المعهد الوطني للإدارة العامة	2.1905	5,6	

من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS)

2- **هل هناك أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لدور القنوات الثلاث " القناة السورية، الإخبارية السورية، إذاعة دمشق " في إثارة الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين باختلاف متغير الكلية؟**

من أجل الإجابة على هذا السؤال، تم تطبيق اختبار (One way ANOVA) على علامات بنود الاستبانة لفئات متغير الكلية وكانت النتائج كما يلي :

أ- **القناة السورية:** يبين الجدول (14) أن مستوى الدلالة لجميع مجالات الدراسة على القناة السورية كانت أكبر من (0,05)، وبالتالي نقبل فرضية العدم والتي تنص على أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) لدور القناة السورية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي باختلاف متغير الكلية.

جدول (14) اختبار One way ANOVA لدراسة الفروق حسب القناة السورية باختلاف متغير الكلية

القناة	المجال	الجامعة	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	Sig.
القناة السورية	مدى التعرض والمتابعة للقناة	كليتي الطب البشري و طب الأسنان	2.1733	9,4	0,194
		كلية الآداب والعلوم الإنسانية	2.2615	16,3	
		كلية الحقوق	2.0467	18,8	
		كلية الصيدلة	2.2222	11,3	
		كليات الهندسة المختلفة	2.2182	13,8	
		كلية التجارة والاقتصاد	1.9889	11,3	
		تخصص الإدارة (المعهد الوطني للإدارة العامة)	2.5778	5,6	
		كلية الإعلام	2.4636	13,8	
	دوافع التعرض والمتابعة للقناة	كليتي الطب البشري و طب الأسنان	2.3000	9,4	0,531
		كلية الآداب والعلوم الإنسانية	2.2308	16,3	
		كلية الحقوق	1.9333	18,8	
		كلية الصيدلة	2.0833	11,3	
		كليات الهندسة المختلفة	2.0227	13,8	
		كلية التجارة والاقتصاد	2.1667	11,3	
		تخصص الإدارة (المعهد الوطني للإدارة العامة)	2.2778	5,6	
		كلية الإعلام	2.3636	13,8	
	الإشباعات المتحققة	كليتي الطب البشري و طب الأسنان	1.9905	9,4	0,226
		كلية الآداب والعلوم الإنسانية	2.0659	16,3	
		كلية الحقوق	1.8667	18,8	
		كلية الصيدلة	2.1508	11,3	
		كليات الهندسة المختلفة	1.9805	13,8	
		كلية التجارة والاقتصاد	2.0159	11,3	
		تخصص الإدارة (المعهد الوطني للإدارة العامة)	2.4603	5,6	
		كلية الإعلام	2.2857	13,8	
	معايير التغطية	كليتي الطب البشري و طب الأسنان	1.9667	9,4	0,494
		كلية الآداب والعلوم الإنسانية	2.1154	16,3	

		كلية الحقوق	2.0000	18,8	
		كلية الصيدلة	2.1574	11,3	
		كليات الهندسة المختلفة	2.0833	13,8	
		كلية التجارة والاقتصاد	1.9537	11,3	
		تخصص الإدارة (المعهد الوطني للإدارة العامة)	2.4074	5,6	
		كلية الإعلام	2.3561	13,8	
	مصادر التغطية	كليتي الطب البشري و طب الأسنان	1.8500	9,4	0,975
		كلية الآداب والعلوم الإنسانية	1.9327	16,3	
		كلية الحقوق	1.8375	18,8	
		كلية الصيدلة	1.8472	11,3	
		كليات الهندسة المختلفة	1.9034	13,8	
		كلية التجارة والاقتصاد	1.9167	11,3	
		تخصص الإدارة (المعهد الوطني للإدارة العامة)	2.0278	5,6	
		كلية الإعلام	1.9261	13,8	
	التفاعل مع الحدث	كليتي الطب البشري و طب الأسنان	1.9714	9,4	0,516
		كلية الآداب والعلوم الإنسانية	1.9835	16,3	
		كلية الحقوق	1.9143	18,8	
		كلية الصيدلة	2.0794	11,3	
		كليات الهندسة المختلفة	2.1494	13,8	
		كلية التجارة والاقتصاد	1.9603	11,3	
		تخصص الإدارة (المعهد الوطني للإدارة العامة)	2.2063	5,6	
		كلية الإعلام	2.0455	13,8	

من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS)

ب- **القناة الإخبارية:** يتضح من الجدول (15) أن مستوى الدلالة لمجالي مدى التعرض والمتابعة ودوافع التعرض والمتابعة على القناة الإخبارية كانت أصغر من (0,05)، وبالتالي نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) لدور قناة الإخبارية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي في مجالي مدى التعرض والمتابعة ودوافع التعرض والمتابعة باختلاف متغير الكلية، وكان الفرق في مجال مدى التعرض لصالح المعهد الوطني للإدارة العامة، وكان الفرق في مجال دوافع التعرض والمتابعة لصالح كليتي الطب البشري وطب الأسنان، بينما لم يكن هناك أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) لدور قناة الإخبارية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي باختلاف متغير الكلية لباقي مجالات الدراسة.

جدول (15) اختبار One way ANOVA لدراسة الفروق حسب القناة الإخبارية باختلاف متغير الكلية

القناة	المجال	الجامعة	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	Sig.
القناة الإخبارية	مدى التعرض والمتابعة للقناة	كليتي الطب البشري و طب الأسنان	2.0933	9,4	0,027
		كلية الآداب والعلوم الإنسانية	2.0462	16,3	
		كلية الحقوق	1.8200	18,8	
		كلية الصيدلة	2.0111	11,3	
		كليات الهندسة المختلفة	2.2545	13,8	
		كلية التجارة والاقتصاد	2.1111	11,3	
		تخصص الإدارة (المعهد الوطني للإدارة العامة)	2.5111	5,6	
		كلية الإعلام	2.4364	13,8	
	دوافع التعرض والمتابعة للقناة	كليتي الطب البشري و طب الأسنان	2.2667	9,4	0,037
		كلية الآداب والعلوم الإنسانية	1.6731	16,3	
		كلية الحقوق	1.5833	18,8	
		كلية الصيدلة	1.8889	11,3	
		كليات الهندسة المختلفة	1.9091	13,8	
		كلية التجارة والاقتصاد	2.1389	11,3	
		تخصص الإدارة (المعهد الوطني للإدارة العامة)	2.2222	5,6	
		كلية الإعلام	2.1818	13,8	
	الإشباعات المتحققة	كليتي الطب البشري و طب الأسنان	2.0381	9,4	0,081
		كلية الآداب والعلوم الإنسانية	1.8571	16,3	
		كلية الحقوق	1.6714	18,8	
		كلية الصيدلة	1.9127	11,3	
		كليات الهندسة المختلفة	1.9675	13,8	
		كلية التجارة والاقتصاد	1.9127	11,3	
		تخصص الإدارة (المعهد الوطني للإدارة العامة)	2.4444	5,6	
		كلية الإعلام	2.1169	13,8	
	معايير التغطية	كليتي الطب البشري و طب الأسنان	2.0222	9,4	0,209
		كلية الآداب والعلوم الإنسانية	1.9103	16,3	
		كلية الحقوق	1.7722	18,8	
		كلية الصيدلة	1.8519	11,3	
		كليات الهندسة المختلفة	2.0152	13,8	

		كلية التجارة والاقتصاد	1.8333	11,3	
		تخصص الإدارة (المعهد الوطني للإدارة العامة)	2.2963	5,6	
		كلية الإعلام	2.2652	13,8	
	مصادر التغطية	كليتي الطب البشري و طب الأسنان	2.0250	9,4	0,250
		كلية الآداب والعلوم الإنسانية	1.7452	16,3	
		كلية الحقوق	1.7500	18,8	
		كلية الصيدلة	1.6736	11,3	
		كليات الهندسة المختلفة	1.8750	13,8	
		كلية التجارة والاقتصاد	1.9306	11,3	
		تخصص الإدارة (المعهد الوطني للإدارة العامة)	2.0000	5,6	
		كلية الإعلام	1.9148	13,8	
	التفاعل مع الحدث	كليتي الطب البشري و طب الأسنان	2.0381	9,4	0,430
		كلية الآداب والعلوم الإنسانية	1.8956	16,3	
		كلية الحقوق	1.7905	18,8	
		كلية الصيدلة	1.9603	11,3	
		كليات الهندسة المختلفة	2.0584	13,8	
		كلية التجارة والاقتصاد	1.8810	11,3	
		تخصص الإدارة (المعهد الوطني للإدارة العامة)	2.0000	5,6	
		كلية الإعلام	2.0260	13,8	

من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS)

ت- **الإذاعة:** يبين الجدول (16) أن مستوى الدلالة لجميع مجالات الدراسة على الإذاعة كانت أكبر من (0,05)، وبالتالي نقبل فرضية العدم والتي تنص على أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) لدور الإذاعة في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي باختلاف متغير الكلية.

جدول (16) اختبار One way ANOVA لدراسة الفروق حسب الإذاعة باختلاف متغير الكلية

القناة	المجال	الجامعة	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	Sig.
الإذاعة	مدى التعرض والمتابعة للقناة	كليتي الطب البشري و طب الأسنان	2.2400	9,4	0,405
		كلية الآداب والعلوم الإنسانية	2.4385	16,3	
		كلية الحقوق	2.2667	18,8	
		كلية الصيدلة	2.1333	11,3	
		كليات الهندسة المختلفة	2.5091	13,8	

	11,3	2.3111	كلية التجارة والاقتصاد		
	5,6	2.5333	تخصص الإدارة (المعهد الوطني للإدارة العامة)		
	13,8	2.4364	كلية الإعلام		
0,110	9,4	2.2667	كليتي الطب البشري و طب الأسنان	دوافع التعرض والمتابعة للقناة	
	16,3	2.5577	كلية الآداب والعلوم الإنسانية		
	18,8	2.0500	كلية الحقوق		
	11,3	2.1389	كلية الصيدلة		
	13,8	2.3636	كليات الهندسة المختلفة		
	11,3	2.5000	كلية التجارة والاقتصاد		
	5,6	2.1667	تخصص الإدارة (المعهد الوطني للإدارة العامة)		
	13,8	2.4091	كلية الإعلام		
0,656	9,4	2.0333	كليتي الطب البشري و طب الأسنان	الإشباعات المتحققة	
	16,3	2.2308	كلية الآداب والعلوم الإنسانية		
	18,8	2.0889	كلية الحقوق		
	11,3	2.0370	كلية الصيدلة		
	13,8	2.2424	كليات الهندسة المختلفة		
	11,3	2.0370	كلية التجارة والاقتصاد		
	5,6	2.4074	تخصص الإدارة (المعهد الوطني للإدارة العامة)		
	13,8	2.2955	كلية الإعلام		
0,971	9,4	2.0250	كليتي الطب البشري و طب الأسنان	معايير التغطية	
	16,3	2.1058	كلية الآداب والعلوم الإنسانية		
	18,8	2.0083	كلية الحقوق		
	11,3	1.9306	كلية الصيدلة		
	13,8	2.0568	كليات الهندسة المختلفة		
	11,3	2.0833	كلية التجارة والاقتصاد		
	5,6	2.0417	تخصص الإدارة (المعهد الوطني للإدارة العامة)		
	13,8	2.0625	كلية الإعلام		
0,378	9,4	2.1905	كليتي الطب البشري و طب الأسنان	مصادر التغطية	
	16,3	2.3956	كلية الآداب والعلوم الإنسانية		
	18,8	2.0333	كلية الحقوق		
	11,3	2.0397	كلية الصيدلة		

		كليات الهندسة المختلفة	2.2727	13,8	
		كلية التجارة والاقتصاد	2.2698	11,3	
		تخصص الإدارة (المعهد الوطني للإدارة العامة)	2.3333	5,6	
		كلية الإعلام	2.2792	13,8	
	التفاعل مع الحدث	كليتي الطب البشري و طب الأسنان	2.0190	9,4	0,607
		كلية الآداب والعلوم الإنسانية	2.1813	16,3	
		كلية الحقوق	1.9762	18,8	
		كلية الصيدلة	2.0952	11,3	
		كليات الهندسة المختلفة	2.1623	13,8	
		كلية التجارة والاقتصاد	2.0079	11,3	
		تخصص الإدارة (المعهد الوطني للإدارة العامة)	2.1905	5,6	
		كلية الإعلام	2.0649	13,8	

من إعداد الباحثة اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS)

نتائج البحث:

بناءً على التحليلات السابقة توصلت الباحثة إلى النتائج الآتية:

1-لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بالنسبة لدور القناة السورية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي باختلاف متغير النوع (ذكر، أنثى)، كما لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لدور القناة الإخبارية والإذاعة في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي باختلاف متغير النوع الاجتماعي.

2-يوجد أثر ذو دلالة إحصائية في دور قناة السورية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي في مجال الإشباعات المتحققة باختلاف متغير الجامعة، وكان الفرق لصالح المعهد الوطني للإدارة العامة، بينما لم يكن هناك أثر ذو دلالة إحصائية في دور قناة السورية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي باختلاف متغير الجامعة لباقي مجالات الدراسة، كما يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لدور قناة الإخبارية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي في مجالي مدى التعرض والمتابعة والإشباعات المتحققة باختلاف متغير الجامعة، وكان الفرق لصالح المعهد الوطني للإدارة العامة، بينما لم يكن هناك أثر ذو دلالة إحصائية في دور قناة الإخبارية والإذاعة في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي باختلاف متغير الجامعة لباقي مجالات الدراسة.

3- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لدور القناة السورية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي باختلاف متغير الكلية، ويوجد أثر ذو دلالة إحصائية لدور قناة الإخبارية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي في مجالي مدى التعرض والمتابعة ودوافع التعرض والمتابعة باختلاف متغير الكلية، وكان الفرق في مجال مدى التعرض لصالح المعهد الوطني للإدارة العامة، وكان الفرق في مجال دوافع التعرض والمتابعة لصالح كليتي الطب البشري وطب الأسنان، بينما لم يكن هناك أثر ذو دلالة إحصائية لدور قناة الإخبارية والإذاعة في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي باختلاف متغير الكلية لباقي مجالات الدراسة.

توصيات البحث:

1-زيادة الأبحاث المتعلقة بمحتوى الشاشة المقدم، وانسجامها مع رغبات المشاهد، وضرورة تكيفها مع الأحداث ومع تقلب الظروف والأحداث العاجلة ومواكبتها للواقع الاجتماعي.

2-الاهتمام بتحسين مستوى النشرات الإخبارية المقدمة، مع التأكيد على الأمانة والمصداقية في العرض والتوازن في المضمون لكسب ثقة المشاهد.

3-تشير النسب الضئيلة في أغلب مجالات الدراسة إلى وجود خلل كبير في العمل الإعلامي المتعلق بالجانب السياسي المقدم من القنوات الثلاث، وتنصح الباحثة بالاستعانة بالخبراء وإعادة الهيكلة الكلية للقنوات الفضائية الحكومية لتحسينها وتطوير جودة المنتج المقدم.

4-القيام بالبحوث الميدانية المستمرة للتعرف على تأثيرات برامج القنوات الثلاث على الشباب الجامعي والعمل على إيجاد حلول مناسبة للحد من هذا التأثير.

5-تأهيل القائمين بالاتصال من الإعلاميين العاملين في القنوات الثلاث وتدريبهم والعمل على زيادة قدراتهم لإنتاج برامج تشبع احتياجات المواطنين.

References:

1- SEDDEK,M.M. *the trend towards working in farming projects in desert areas and its association with some Personality features.* MA published thesis*:* Postgraduate Education, , Cairo University, Postgraduate Education, Mental Health,1993,21

2- DENNIS,K, STANLEY,J, DAVES,B, *Mass Communication Theory: foundations*, 2003,227

3- HALPRIN,P. *Media Dependency and Political Perceptions in an Authoritarian Political*, Journal of communication, Vol(4),No(4),1994,40,41

4- SAYED,L.S. *The Impact of Exposure to News and News Programs on Satellite Channels on the Cognitive Level of the Egyptian Public*: A Christian Study, Unpublished Master Thesis, ,Cairo: College of Mass Communication, Department of Radio and Television, Cairo University, 2007,35

5- RAGAB, H.R. *The Egyptian Youth's Uses of Arab News Websites on the Internet*: A Survey Study", unpublished MA Thesis, Cairo: Faculty of Arts, Ain Shams University, 2009, 128

6- ALHAGG, K, *BA in Media and Communication*, from the Syrian Virtual University Publications, Syria, 2020,87

7- Katz, e , Gurevitch, M, & Haas, H,. "*on the use of the mass media for important things*, american sociological review, . (1973) 38,164-181,

8- Strano, Michele, M. *user description through facebook profile images*, a case study, Cybersychology journal of psychosocial research on cyberspace, Vol(2). No(5), 2005. 1-11

9- De Bock, H. " *Gratification frustration during a newspaper strike and a TV blackout* Journalism Quarterly,1980, 57,61-66, 78

10- ALHAGG, same reference,92

11- ALHAGG, same reference,93

12- ALDHALA'IN, N., KAFI, M. *Communication and Media Theories (First Edition)*, Amman: Dar Al-Asar Al-Alami for Publishing and Distribution, 2016,167.

13- *Guarding Media Portals (Communication)* ", www.wikiwand.com, accessed on 28-10-2020

14- ALDHALA'IN, same reference,178
15- MAKKAWI, A. *Communication and its Contemporary Theories*, Cairo: The Egyptian Lebanese House, 1998
16- ASHRI, M.S., *Political trends and their relationship to some social variables, among students of Al-Azhar University*, Journal of Education, College of Education, Al-Azhar University, 1998, 74
17 + 18- AL-ZAHIR, N.I*., Introduction to Political Science*, First Edition, Jordan, Modern Book World for Publishing and Distribution, 2015, 181
19- MOSTAFA, H. *Media and Political Participation (Constituents and Problems),* The Egyptian Journal for Public Opinion Research, No. 2, Cairo University, Faculty of Information, Egypt, 2000, 362.
20- ABBAS, B.T. *Modern Specialized Media*, 1st Edition, Amman (Jordan), Academics for Publishing and Distribution, 2014, 110

الملحق رقم (1):

المتوسطات الحسابية لمجال مدى التعرض والمتابعة للقنوات الثلاث " القناة السورية – الإخبارية السورية – إذاعة دمشق

الرقم	نص الفقرة	القناة السورية		الإخبارية السورية		إذاعة دمشق	
		المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية
1	أفضل مشاهدة القناة على القنوات الأخرى لتغطيتها المتميزة	2.10	40.6	1.91	33.8	2.28	46.9
2	أحرص على مشاهدة القناة بشكل دائم	2.15	41.3	2.04	37.5	2.32	48.8
3	أثق في القناة مصدراً شاملاً للأحداث السياسية	2.04	36.3	1.91	33.1	2.13	36.3
4	إن القناة تغني عن متابعة القنوات الأخرى	2.44	63.1	2.36	57.5	2.52	61.9
5	أنظم وقتي لمتابعة برامجي المفضلة على القناة	2.36	58.1	2.38	54.4	2.53	61.9
الدرجة الكلية لمجال التعرض والمتابعة للقنوات الثلاث		**2.218**	**47.88**	**2.12**	**43.26**	**2.356**	**51.16**

الملحق رقم (2):

المتوسطات الحسابية لمجال دوافع التعرض والمتابعة للقنوات الثلاث " القناة السورية – الإخبارية السورية – إذاعة دمشق"

الرقم	نص الفقرة	القناة السورية		الإخبارية السورية		إذاعة دمشق	
		المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية
1	أفضل أن أتابع الأحداث السياسية العربية	2.15	41.3	1.87	34.4	2.30	48.1
2	أحرص على متابعة الأحداث السياسية الإقليمية والدولية	2.15	40.6	1.98	34.5	2.33	45.6
الدرجة الكلية لمجال دوافع التعرض والمتابعة لكل قناة		**2.15**	**40.95**	**1.92**	**34.4**	**2.31**	**46.8**

الملحق رقم (3):

المتوسطات الحسابية لمجال الإشباعات المحققة

الرقم	نص الفقرة	القناة السورية		الإخبارية السورية		إذاعة دمشق	
		المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية
1	إشباع حاجاتي الثقافية	2.14	43.1	2.26	45.6	2.27	46.3
2	إشباع حاجاتي السياسية المتنوعة	2.18	42.5	2.06	38.8	2.36	47.5
3	حب الاستطلاع	1.90	31.9	1.92	28.7	2.13	38.8
4	التعرف إلى الأحداث لحظة وقوعها	2.14	41.3	1.79	28.1	2.23	42.5
5	التعرف إلى الشخصيات المؤثرة سياسياً	1.94	34.4	1.81	28.7	2.15	36.9
6	التعرف إلى أسباب الأحداث السياسية الحالية وتداعياتها	2.05	37.5	1.84	28.7	2.23	41.3
7	زيادة القدرة على الحوار والمناقشة في القضايا المطروحة	2.10	41.3	1.87	30.6	2.16	43.8
الدرجة الكلية لمجال الإشباعات المحققة		2.06	38.8	1.93	32.7	2.21	42.4

الملحق رقم (4):

المتوسطات الحسابية لمجال معايير التغطية المتبعة في القنوات الثلاث: " القناة السورية، الإخبارية السورية، إذاعة دمشق

الرقم	نص الفقرة	القناة السورية		الإخبارية السورية		إذاعة دمشق	
		المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية
1	تلتزم القناة بالدقة في عرض الاحداث السياسية	2.13	43.8	1.84	29.4	2.17	38.1
2	تلتزم القناة بالموضوعية في عرض الاحداث السياسية	2.09	43.1	1.93	33.8	2.16	33.8
3	تحرص القناة على التوازن في عرض الآراء المختلفة حول الاحداث السياسية الحالية	2.26	49.4	2.14	40	2.30	46.9
4	تحرص القناة على المصداقية في عرض الاحداث السياسية الحالية	1.97	35	1.86	32.5	2.05	34.4
5	تتيح القناة حق الرد للجهات التي ربما تتضرر من عرض الاحداث	2.06	36.3	2.05	34.4	2.14	36.3
6	تبرز القناة الاحداث السياسية وفق أهميتها من وجهة نظر الجمهور	2.15	43.8	1.96	35	2.16	41.3
الدرجة الكلية لمجال معايير التغطية المتبعة في القنوات الثلاث		2.11	41.9	1.96	34.1	2.16	38.4

الملحق رقم (5):

المتوسطات الحسابية لمجال مصادر التغطية في القنوات الثلاث: القناة السورية، الإخبارية السورية، إذاعة دمشق

الرقم	نص الفقرة	القناة السورية		الإخبارية السورية		إذاعة دمشق	
		المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية
1	تعتمد القناة على المراسلين في	1.45	11.9	1.32	8.8	1.81	17.5

	تغطية الأحداث						
2	تعتمد القناة على وكالات الانباء العربية	1.94	26.9	1.94	26.9	2.04	28.7
3	تعتمد القناة على وكالات الانباء الأجنبية	2.21	41.9	2.17	40.6	2.27	42.5
4	تعتمد القناة على صحف و مجلات عربية	2.00	26.9	1.98	29.4	2.08	29.4
5	تعتمد القناة على صحف ومجلات اجنبية	2.18	35.6	2.16	34.4	2.26	38.1
6	تعتمد القناة على شبكة الانترنت و شبكات التواصل الاجتماعي	1.77	20.6	1.69	16.3	1.87	20.6
7	تعتمد القناة على تغطية صحفية خاصة(مؤتمرات، لقاءات، ندوات..الخ)	1.61	14.4	1.58	11.9	1.90	20.6
8	تعتمد القناة على شهود العيان	2.01	29.4	1.89	25.6	2.10	29.4
الدرجة الكلية لمجال مصادر التغطية للقنوات الثلاث		1.89	25.95	1.84	24.2	2.04	28.35

الملحق رقم (6):

المتوسطات الحسابية لمجال تفاعل القنوات الثلاث " القناة السورية، الإخبارية السورية، إذاعة دمشق " مع الحدث

الرقم	نص الفقرة	القناة السورية		الإخبارية السورية		إذاعة دمشق	
		المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية
1	اعتقد ان القناة عكست الاحداث السياسية بمصداقية	2.08	38.8	1.91	30.6	2.10	34.4
2	اعتقد أن للقناة دوراً في إثارة الشائعات في المجتمع	2.35	55.6	2.36	55.6	2.36	51.2
3	عكست القناة صورة حقيقية للأحداث العسكرية التي جرت على الأرض السورية	1.74	22.5	1.62	20.0	1.84	25.0
4	ساهمت القناة في تغيير الاتجاهات السياسية تجاه الاحداث السياسية الحالية	2.03	30.0	1.92	26.3	2.10	30.6

5	ساهمت القناة في تشكيل رأي عام مساند للأحداث السياسية	1.86	23.1	1.78	20.6	1.97	26.0
6	نقلت القناة هموم المواطنين وتخوفاتهم بشفافية	2.13	41.9	2.01	37.5	2.13	40.0
7	استخدمت القناة لغة عاطفية للتأثير على المشاهدين خلال الأحداث	1.97	33.1	1.99	32.5	2.06	33.8
المجموع الكلي		2.02	35	1.94	31.8	2.08	34.4