



## 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/library/2934>

تاريخ الاسترداد: 2025/05/10 04:44 +03

الموسوعة السياسية 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 السياسية – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على [info@political-encyclopedia.org](mailto:info@political-encyclopedia.org)

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسية – 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 السياسية  
مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكرية ومتطلبات رخصة المنشاع الإبداعي التي يتضمن المقال تحتها.



## دّوافع 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 استماراة الاستقصاء الميداني، وبالتالي يطبق على عينة متاحة من هؤلاء الشباب، بلغت (204) مفردة، وقد توصل الباحث إلى أن التلفزيون ما زال يحظى بحجم تعرضٍ مرتفعٍ، وأن أهم ميزة فيه سهولة الاستعمال، أما الإذاعة فحجم الاستماع إليها في الغالب منخفض، وأهم ميزة فيها رخص تكلفة الاستعمال.

وقد حل دافع (لأتسلّى 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 الإعلام

## 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 المتلقى لوسائل الإعلام، باختلاف الأفراد والمجتمعات، والبيئات التي تجري فيه عملية الاتصال، وقد تناولت العديد من النظريات الإعلامية دراسة دوافع استعمال المتلقين لوسائل الإعلام، كما في النظريات (الانتقائية) التي جاءت ردًا على نظريات التأثير المباشر لوسائل الإعلام ، كنظرية الاستعمالات والإشباعات Dependency of Uses& Gratifications، أو اعتماد وسائل الإعلام Mass Media التي أكد أصحابها وجود دوافع تتبع من الإحساس الاحتياجات المختلفة الاتصالية أو المعرفية ... وغيرها، تكون محركاً لتلقي مضمون إعلامية محددة لإشباع احتياجات محددة، فقسمت النظرية الأولى الدوافع إلى منفعية (الحصول على معلومات، آراء، خبرات، مهارات، ...)، وطقوسية (تسليه، ترفيه، الهروب من المشاكل، الهروب من الإحساس بالوحدة، التعود، ..)<sup>1</sup>، وحددت النظرية الثانية الدوافع أو (الأهداف) إلى دوافع: فهم، وتسليه وتوجيه<sup>2</sup>، 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 تلي 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 وتقديرات المحللين

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

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

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

وعلى الرغم من قدم وكثرة الدراسات الإعلامية التي تناولت دّوافع استعمال وسائل الإعلام المختلفة، في المجتمعات المختلفة الغربية والعربية، لكن البيئة البحثية الإعلامية السورية لم تتمكن من تحديد أو تجديد التّعريف على هذه الدّوافع، سيما وأن احتياجات الأفراد، ومن ثم دّوافع استعمالهم لوسائل الإعلام تتغيّر وتتجدد بتغيير الظروف والمستجدات، وخاصةً في ظل ظهور وسائل اتصال وإعلام رقمية تناقض 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 التّعريف على دّوافع استعمال الشباب السوري لوسائل الإعلام التقليدية، (التلفزيون والإذاعة فقط)، والتوصيل إلى المزايا التي جعلت من بعض هذه الوسائل ما زالت مستمرة وتلقى رواجاً فيما بينهم.

#### **الدراسات السابقة:**

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

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

### من الاستماع للراديو، دراسة حالة لراديو جامعة البتراء<sup>1</sup>:

استهدف الباحثون في هذه الدراسة، تعرف دوافع استعمال المجتمع لتكنولوجيا الاتصال وخاصة الراديو، وبالتطبيق على حالة راديو الحرم الجامعي في جامعة البتراء. وقد اعتمد تنظيرية الاستعمالات والإشباعات، وتحديداً اختبار دوافع: البحث عن المعلومات، دوافع التفاعل، دوافع الهوية الذاتية، ودوافع الترفيه، وقد انتمدت هذه الدراسة للدراسات الوصفية، واعتمد الباحثون استنارة الاستقصاء الميداني لجمع البيانات من (100)، مبحث 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 مسامين 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)<sup>2</sup>:

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.

<sup>1</sup> 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](http://nstproceeding.com) ، تاريخ التصفح: 1/6/2021

<sup>2</sup> 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 استماراة الاستقصاء التي وزعتها على عينة من الشباب المصري الجامعي بلغت (400 مفردة)، وقد توصلت إلى النتائج التالية:

1- ما زال التلفزيون يحتل مكانة هامة في حياة الشباب المصري، وي تعرضون لبرامجه يومياً، ولم يلغُّن حياتهم.

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

3- أمانى فاروق عبد العزيز (2015) استعمالات الشباب الجامعي للإذاعات المصرية التي تبث على موجة FM، والإشاعات المتحقق منها<sup>1</sup>:

سعت الباحثة في هذه الدراسة إلى معرفة دَوْافِعُ اسْتِعْمَالِ الشَّابِّ السُّورِيِّ لِلإِذاعاتِ الْمُصْرِيَّةِ الْمُحْلِيَّةِ، والإشاعاتِ الْمُتَحَقِّقَةِ نَتْيَاهُ هَذَا الْاسْتِعْمَالِ، وقد اعتمدت الباحثة منهج المسح بالعينة، مع استعمال أداة استماراة الاستقصاء وبالتطبيق على (400) مفردة من الشباب الجامعي، وقد توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

1- تَوَعَّدت دَوْافِعُ اسْتِعْمَالِ الشَّابِّ السُّورِيِّ لِلإِذاعاتِ الْمُصْرِيَّةِ ما بَيْن دَوْافِعُ مُنْفَعِيَّةٍ: زيادة المعرفة واكتساب المعلومات وأشياء جديدة، ودَوْافِعُ طَقْوَسِيَّةٍ: التسلية والترفيه وتمضية الوقت.

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

---

<sup>1</sup>أمانى فاروق عبد العزيز، (2015)، استعمالات الشباب الجامعي للإذاعات المصرية التي تبث على موجة FM، والإشاعات المتحقق 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 مهيدى أم البوachi (الجزائر) للإنترنت وتكنولوجيات الاتصال والإعلام<sup>1</sup>:

هدفت الباحثة في هذه الدراسة-والتي تبنت نظرية الاستعمالات والإشباعات مدخلاً لتطبيق فرضها-إلى تعرف استعمالات الطالب الجامعي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال-التلفزيون والإنترنت تحديداً-، والإشباعات المحققة منها على المستوى العلمي والثقافي. انتمدت هذه الدراسة للدراسات الوصفية التحليلية، واستعملت الباحثة فيها منهج المسح بالعينة، باستعمال نوعين من العينات العينة القصدية والعينة الطبقية بطريقة الحصص المتساوية، واستعملت استمارنة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، حيث وزّعت على 210 طالب من كلية العلوم الإنسانية وكلية الرياضيات والإعلام الآلي، بجامعة العربي بن مهيدى بأم البوachi، موزّعة على كافة مستويات التدرج للسنة الجامعية 2012-2013، وتمثل أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يلي:

- 1- احتل كل من التلفزيون (المরتبة 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 والإنترنت من معلومات تساهُم في دعم تكوينه العلمي ومستواه الثقافي.

<sup>1</sup> وفاء نصري، (2015)، تكنولوجيا الإعلام والاتصال والمستوى الثقافي والعلمي للطالب الجامعي دراسة في استعمالات وإشباعات طلبة جامعة العربي بن مهيدى أم البوachi (الجزائر)، رسالة مكملة لنيل درجة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، جامعة أم البوachi، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية.

## 5- Marcus White (2014)، تويتر والتلفزيون: دراسة الاستعمالات والإشباعات المتحققة من استعمال تويتر ومشاهدة التلفزيون<sup>1</sup>:

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

1- تشابهت إلى حدٍ كبير دّوافع استعمال تويتر ومشاهدة التلفزيون، وقد تحدّدت هذه الدّوافع في الدّوافع الطقوسية بشكلٍ كبير، كالسلبية 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 عبده، أمينة صبري، (2008)، مكانة الإذاعات الحكومية دورها في ظل منافسة الإذاعات الخاصة<sup>2</sup>:

سعى الباحثان في هذه الدراسة والتي نشرت في هذا الكتاب، إلى تعرّف مدى تأثير مكانة الإذاعات الحكومية في ظل انتشار الإذاعات الخاصة، وتعرّف دّوافع استعمال هذه الإذاعات في مدینتي القاهرة وتونس، وكذلك تحديد ميزات هذه الإذاعات مقابل ميزات الإذاعات الخاصة، وقد اعتمد الباحثان منهج المسح، مستعملين استمارنة الاستقصاء التي وزعت على عينة من مستمعي الإذاعات في العاصمتين. وقد توصل الباحثان إلى النتائج التالية:

<sup>1</sup>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.

<sup>2</sup>أمينة صبري، (2008)، مكانة الإذاعات الحكومية في ظل منافسة الإذاعات الخاصة، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية.

- 1 يفضل أفراد عينة الدراسة، وبنسبة 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 تكررت في صالح الإذاعات الخاصة، إيقاعها السريع، والتطور المستمر مع تطورات العصر، وهامش الحرية المرتفع فيها.
- 7- عبد الجود سعيد محمد ربيع، (2006)، استعمالات الشباب الجامعي للصحف المحلية والإشعارات المتحقق منها، دراسة ميدانية وتحليلية<sup>1</sup>:
- 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 استمار الاستقصاء، وتحليل المضمون للحصول على البيانات والمعلومات، وقد تكونت عينة الدراسة الميدانية من (200) مفردة، 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 للإشعارات المتحقققة فقد تمثلت بالشعور بالراحة، والاسترخاء، والتحدث مع الآخرين.

<sup>1</sup> عبد الجود سعيد محمد ربيع، (2006)، استعمالات الشباب الجامعي للصحف المحلية والإشعارات المتحقق 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، استمارنة 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 غالب على الدراسات التي تناولت دوافع استعمال الراديو، ظهور دوافع للتسلية والترفية (الدوافع الطقوسية).

وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في استعمال النظرية، الاستعمالات والإشباعات وفي اعتماد المنهج الوصفي، وأداة القياس، استمارنة الاستقصاء، غير أن التطبيق في المجتمع السوري، عند 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:**

تلقي 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 لكثيرٍ من الصحف المطبوعة اليومية، أو انخفاض نسب الاستماع أو المشاهدة، لكن المؤكد أن هذه الوسائل الحديثة لم تستطع أن تلغى الوسائل التقليدية، فيما زال الجمهور السوري، يستمع للراديو في المواصلات، وأماكن العمل، ويشاهد التلفزيون من على شاشة التلفزيون أو من خلال الوسائل الرقمية، لكن المعلومات المتوفرة 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 وسائل الإذاعة والتلفزيون،

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

#### **أهمية الدراسة:**

تبعد 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 دافع استعمال الجمهور السوري، وخاصة الشباب لوسائل الإعلام التقليدية، ما يقدم للباحثين أو للقائمين في الاتصال في هذه الوسائل، معلومات مفيدة يمكن توظيفها في تقديم مضامينهم الاتصالية.
- 3 التركيز فقط على تعرف حجم، ودافع استعمال وسائل الإعلام التقليدية، في حين يُركِّز 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 تحدث عنه نظرية الاستعمالات والإشباعات، تعبيراً عن مبدأ الانقائية 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، (المنفعية 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، والอายุ، والتعليم).

#### **فروض الدراسة:**

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

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

1- هناك علاقّة ارتباطيّة دالّة إحصائيّاً بين حجم تعرّض الشّباب السّوري لوسائل الإعلام التقليديّة، ودوافع استعمال هذه الوسائل.

2- هناك علاقّة ارتباطيّة دالّة إحصائيّاً بين حجم تعرّض الشّباب السّوري لوسائل الإعلام التقليديّة، وحجم النّشاط الممارس قبل وأثناء وبعد استعمال هذه الوسائل.

3- هناك فروق دالّة إحصائيّاً في حجم تعرّض الشّباب السّوري لوسائل الإعلام التقليديّة، بين فئات المتغيّرات الديمغرافيّة والشخصيّة (النوع، العمر، التعليم).

المنهج المستخدم، وأداة القياس:

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

### **مجتمع الدراسة وعينتها:**

تكون مجتمع هذه الدراسة من الشّباب السّوري على اختلاف جنسه، ومستوى تعليمه، وحالته الاجتماعيّة، من الفئة العمريّة من سن (18 عاماً إلى 35 عاماً)، أما عينة الدراسة فقد اختيرت بطريقة العينة المتاحة، وقد بلغ عدد أفرادها (204 مبحوثاً)، ومن سكان مدينة دمشق، وقد روعي في هذه العينة تمثيل المتغيّرات الديمغرافيّة والشخصيّة التي يسعى الباحث لدراسة تأثيرها على حجم ودوافع استعمال وسائل الإعلام التقليديّة. كما وزعت مباشرة، وبالاستعانة ببعض الباحثين.

### **إجراءات الصدق والتثبت:**

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

وقد ظهرت النتائج التالية:

- 1- مقياس دوفاع استعمال التلفزيون، وقد بلغت قيمة (ألفا كرونباخ): 0.917، وهي نسبة جيدة تشير إلى ثبات وصلاحية المقياس للاستعمال.
- 2- مقياس دوفاع 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، ومقابلة 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
الدافع المنفعية	الدافع: هو حالة نفسية فيزيولوجية ترجم الفرد إلى القيام بسلوكٍ معين يشبع أو يرضي حاجةً ما لديه. <sup>1</sup> وتستهدف الدافع المنفعية تعرف الذات، واكتساب المعلومات وجميع أشكال التعلم. <sup>2</sup>	حجم الدافع 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، ...
الدافع الطقوسية	تستهدف الدافع الطقوسية تمضية الوقت، والاسترخاء والصدقة، والهروب من المشكلات. <sup>3</sup>	حجم الدافع الطقوسية التي تقف وراء تعرض الشباب السوري لوسائل الإعلام التقليدية كـ: التخلص من الإحسان بالوحدة، التعود، الهروب من المشكلات اليومية، ...
نشاط الجمهور	النشاط أو الفعالية لدى الجمهور تشير إلى الدافع الأساسية، الانتقامية، الأذواق والاهتمامات التي تحدث أثناء التعرض. <sup>4</sup>	حجم النشاط الذي يمارسه الشباب السوري قبل عملية التعرض، وأنشاءها وبعدها.

### **الإطار النظري للدراسة:**

**نظريّة الاستعمالات والإشباعات:** ظهرت هذه النظرية على يد عالم الاتصال (كاتز) Katz، و(بلومر) Blumer في عام 1974، ردًا على الاتجاه السائد للدراسات الإعلامية التي كانت تتحدث عن كيفية تعامل الجمهور مع وسائل الإعلام، وليس تأثير هذه الوسائل عليه، واقتصر هذا العالم، ضرورة التحول من دراسة ماذا يفعل الجمهور مع وسائل الإعلام؟<sup>5</sup>

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، (1997)، نظريّات الإعلام واتجاهات التأثير (ط1)، القاهرة، عالم الكتب، ص 217.

<sup>2</sup> حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، (2006)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص 246.

<sup>3</sup> المرجع السابق، ص 247.

<sup>4</sup> المرجع السابق، ص 244.

<sup>5</sup> Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, (2009), Encyclopedia of Communication Theory, USA, SAGE Publication, P. 978,

وبدلاً من النظر للجمهور كأفراد سلبين يُنظر إليهم بوصفهم مشاركين إيجابيين في عملية الاتصال فهم يشعرون بحاجات معينة، ومن ثم يختارون عن وعي الوسائل والمضممين التي تُشبع احتياجاتهم النفسية والاجتماعية.

وقد حدد الباحثون جملة من الافتراضات، تقوم عليها هذه النظرية، وتأخذ بعين الاعتبار المتنامي 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 سلبياً.

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، ودُوافعه 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 إعلاميًّا معيناً.<sup>1</sup>

وقد سعت الدراسات الإعلامية التي اعتمدت هذه النظرية إلى معرفة كيف يختار ويستعمل الجمهور وسائل الاتصال التي تُشبع احتياجاته وتوقعاته، وتحديد دُوافع 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<sup>2</sup>:

<sup>1</sup> Stanley J. Baran and Dennis K. Davis, (2005), Mass Communication Theory, Foundations, Ferment, and Future, 6ed., USA, Boston, PP.205-204

<sup>2</sup> 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 احتياجاته، كما يختار المضمون الذي يتلقى 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 الاجتماعي 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- **د汪ع التعرض لوسائل الاتصال:** تفترض هذه النظرية أن لجمهور وسائل الاتصال دوافع وأهداف من عملية التعرض، ولدى الفرد وضوحٌ وقدرةٌ 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 المضمون 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 تعبر عن نشاط هذا الجمهور وقدرته على اختيار المعلومات التي تلبي احتياجاته،

- حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص 243-249.

- محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 209-229.

- شيرين الكوانى، (2010)، مصداقية الإنترنٽ وعلاقتها باستعمال الجمهور المصري لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أسيوط، ص 131.

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 المتحقق، إشباعات المحتوى وتنتج عن التعرض لمحتوى الوسيلة الاتصالية، والتي تمثل في الإشباعات التوجيهية (اكتساب المعلومات، مراقبة البيئة)، والإشباعات الاجتماعية (ربط المعلومات بالعلاقات الاجتماعية الواقعية)، وكذلك إشباعات العملية وتتمثل أيضاً في الإشباعات شبه التوجيهية (خفيف 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 بشكل 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 بشكل كامل.<sup>1</sup>

#### **النتائج العامة للدراسة التطبيقية:**

**أولاً: سمات عينة الدراسة:**

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

<sup>1</sup> 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

.187\_186

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 الدافع للتعرض هذه الوسائل، وقد ظهر أن عينة هذه الدراسة تتوزع 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. وبيّنت النتائج ارتفاع نسبة المبحوثين من الفئة العمرية (من 18 عام حتى أقل من 25 عام)، ووصلوها إلى (71.6%)، وهي الفئة العمرية التي حدتها 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 للإذاعات لدى عينة الدراسة:

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

**الجدول رقم (2) توزع المبحوثين طبقاً لمقياس حجم الاستماع للإذاعة**

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

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:

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

**الجدول رقم (3) توزع المبحوثين طبقاً لمقياس حجم مشاهدة التلفزيون**

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

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 يتبعها الشباب، على الرغم من ملاحظة انسحاب أغلبهم إلى وسائل الاتصال الحديثة، وتطبيقاتها المختلفة.

### 3- مزايا وسائل الإعلام التقليدية حسب عينة الدراسة:

لتعرف الأسباب التي مازالت تقف وراء استمرار الشباب السوري (عينة الدراسة) في التعامل مع الوسائل التقليدية، طُرِّح 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

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

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- دّوافع التعرض لوسائل الإعلام التقليدية لدى عينة الدراسة:

لمعرفة دّوافع التعرض لوسائل الإعلام التقليدية، طرح الباحث جملة من العبارات التي تعبّر عن الدّوافع النفعية أو الطقوسية للاستعمال، وبعد جمع البيانات، وحساب الوزن النّسبي لكل عبارة من هذه العبارات، ظهرت النّتائج المبينة في الجدول التالي:

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

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

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن دافع (لأسلئل 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 دافع الحصول على آخر الأخبار المستجدات تأتي في مقدمة استعمال هذه الوسيلة، وهو الدافع الثاني الذي ذكره أفراد عينة هذه الراسة، 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:

أكيدت نظرية الاستعمالات الإشباعات على أن جمهور وسائل الإعلام، جمهور نشط ومتتنوع 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 إعلامية تقليدية

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

تؤكد نتائج الجدول السابق فكرة الانتقائية التي انطلقت منها نظرية الاستعمالات والإشبعات، فقد حل (اختار المضامين التي تهمني) في رأس الأنشطة التي يقوم بها أفراد عينة الدراسة، ويوزن نسبياً بلغ (78.43)، تلاه (استزيد من المعلومات من مصادر أخرى)، بينما تراجع (أتابع 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، ودّوافع استعمال هذه الوسائل.

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

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

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

$r =$  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 ودّوافعهم النفعية، وأيضاً وجود علاقة ارتباطية متوسطة

الشدة، دالة إحصائياً بين حجم تعرضهم للتلفزيون ودوافعهم الطقوسية.

- وجود 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 الجمهور وسائل الإعلام، عادةً ما يكون مدفوعاً بدوافع مختلفة نفعية أو طقوسية، وأن المتألق يستطيع أن يحدد هذه الدوافع، فكما ظهرت هذه الدوافع عند الشباب السوري زاد استعماله لهاتين الوسائلتين، التلفزيون والإذاعة، وهما بما يمتلكاه 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 المسنودة، والتلفزيون، وحجم النشاط الممارس في استعمال أو التعرض لهذه الوسائل، استُعمل معاً معيار 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

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

$r$  = 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 قبلِي، أي أن يسعى لمعرفة توقيات العرض، أو أي نشاطٍ أثناء أو بعد الاستعمال وكأن عملية الاستعمال هذه تم دون تركيز بسبب العوامل الخارجية (مشاكل، ضغوط نفسية واجتماعية واقتصادية، ..)، أو أن الشباب وبسبب استعماله المكثف لوسائل الاتصال الرقمية ربما يعتمدُها 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، استعمل اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية لفروق بين مترين 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 في حجم استعمال أو التعرض لوسائل الإعلام التقليدية بين الذكور والإإناث

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

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 بحسبٍ متقابلة.

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

1-2 الفروق في حجم الاستماع للإذاعات بين فئات التعليم: لاختبار الفروق بين هذين المتغيرين، استعمل تحليل التباين ذو البعد الواحد (One-way Analysis of Variance)

المعروف اختصاراً باسم ANOVA، وقد ظهرت النتائج التالية:

جدول رقم (10) الفرق في حجم الاستماع للإذاعة بين فئات المتعلمين

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

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 بحسبٍ متقابلة.

-2 الفروق في حجم مشاهدة التلفزيون بين فئات التعليم: لاختبار الفروق بين هذين المتغيرين، استعمل تحليل التباين ذو البعد الواحد (One-way Analysis of Variance)

المعروف اختصاراً باسم ANOVA، وقد ظهرت النتائج التالية:

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

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

تشير نتائج الجدول السابق إلى وجود فروق في حجم مشاهدة التلفزيون، بين فئات التعليم لدى الشباب السوري، عينة الدراسة، دالة إحصائية، ما يشير إلى أن حجم التعرض للتلفزيون يختلف باختلاف الفئات التعليمية للمبحوثين، ولمعرفة الفئة التعليمية مصدر الاختلاف في حجم التعرض، استعملت الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة LSD: Least Significance Difference (LSD: Least Significance Difference) لمعرفة مصدر التباين أقل فرق معنوي وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائيًا بينها، وقد أظهرت النتائج: وجود فروق دالة إحصائيًا بين متوسطات التعرض للتلفزيون لفئة 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 الفرق في حجم التعرض لوسائل الإعلام التقليدية بين فئات العمر:

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

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

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

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.

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

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

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

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 مقاربة.

#### **أهم النتائج:**

##### **أولاً: بالنسبة لمواصفات عينة الدراسة:**

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

##### **ثانياً: بالنسبة للنتائج العامة والتي تجيز عن أسلمة الدراسة:**

- 1 - غالب حجم الاستماع المنخفض على باقي مستويات الاستماع بالنسبة للإذاعة، أما التلفزيون فقد غالب 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 (الأسلي مع المضامين المقدمة: أفلام، مسلسلات، ..)، وهو من الدوافع الطقوسية، في مقدمة دوافع التعرض للتلفزيون، كما حل دافع (التخلص من الروتين والممل) 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)، والدowافع النفعة 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 Gratification, in William F. Eadie, 21<sup>st</sup> 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،أمانى فاروق، (2015)، استعمالات الشباب الجامعي للإذاعات المصرية التي تبث على موجة FM، 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 مهيدى أم البوادي (الجزائر)، رسالة مكملة لنيل درجة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، جامعة أم البوادي، 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 الجود سعيد، (2006)، استعمالات الشباب الجامعي للصحف المحلية والإشعاعات 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 الإنترن特 وعلاقتها باستعمال الجمهور المصري لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أسipوط.
- 13- Stanley J. Baran 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.