

## الفصل الثالث

### منهج الدراسة

#### ٣-١ تهييد

يعرض هذا الفصل الطريقة والإجراءات التي انتهجها الباحث في دراسته، والقرار على مجتمع الدراسة واختيار عينته، وإعداد وتصميم الاستبانة، وإجراءات التأكد من صدقها وثباتها، إلى جانب تحديد المتغيرات لهذه الدراسة، والطرق والأساليب المعتمدة في جمع البيانات، والتحليل الإحصائي للبيانات.

#### ٣-٢ طبيعة الدراسة

تعد هذه الدراسة الحالية من صنف الدراسات الكمية الوصفية الهادفة إلى بحث واقع الظواهر والأحداث والاتجاهات وتعمل على تفسيرها وتحليلها، من أجل تعديل هذا الواقع وإجراء تصحيحات فيه أو إكماله وتطويره، إذ تأتي الاستعانة بالمنهج الوصفي لكونه من أبرز المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية، وبما أن الدراسة الحالية تهدف إلى وصف بيانات وخصائص دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الجامعي العماني بهدف الوصول إلى فهم أفضل لاتجاهات تأثير وسائل الإعلام في ظل متغيرات الدراسة، تأتي الحاجة لعمل مسح كمي يستخدم استطلاعات رأي وقوائم وعينات محتملة وحساب التكرارات في ظل الإحصاءات الوصفية التي توفر عرض للبيانات على شكل رسوم بيانية بنسب مئوية، فالأرقام تعطي وصفاً واقعياً مستنداً إلى قاعدة المقياس والإحصاء، والذي يعتبر إجراءً علمياً منظماً يهدف توفير معلومات وبيانات وأوصاف الظاهرة التي يتم بحثها.

تزاوج الدراسة في توظيف مدخلين من مداخل البحث، الأول المدخل التأثري ويعني دراسة تأثير وسائل الإعلام على الشباب الجامعي، وهذا لا يعني دراسة وجود تأثير إعلامي أو غيابه، بل يقدم للباحث دليل على طبيعة تلك التأثيرات وعلاقتها ببعضها. كذلك بحث تلك التأثيرات بمقدمتها والآثار التي تترتب عليها (عبد الحميد، ١٩٩٢: ص ٢٢). ويعد المدخل التأثري أحد المداخل المناسبة في دراسة ما يقوم به الإعلام من أدوار، تعمل على إرضاء المتلقين وتلبية احتياجاتهم. والإجابة عن الأسئلة المتعلقة بأسباب اختيار الشباب الجامعي لوسيلة إعلامية بذاتها. إلى جانب تشخيص المهام التي تنفذها. يعمل المدخل في تشكيل التأثيرات المرغوبة لمختلف الوسائل الإعلامية ومحتوياتها، ورغبات الشاب الجامعي في التفاعل معها والدوافع وراء ذلك. فمدخل التأثير يختبر علاقة التأثيرات التي تمت صياغتها لتلبية الحاجيات مع رغبة الشاب الجامعي في متابعة تلك الوسائل في ضوء الأطر النظرية للتحليل (العمر، ١٩٩٧: ص ٢١٠-٢١٢). ومن دراسة التوازنات والاختلالات المرتبطة بتحقيق تلك التأثيرات لوسائل الإعلام عند تشكيل الوعي الاجتماعي. وهذه التأثيرات والحاجات الأساسية هي ذاتها التي يحتاجها المتلقون لرسائل الإعلام في أوساط الشباب الجامعي.

أما المدخل الثاني، فهو مدخل الوعي الاجتماعي؛ مدخل يعتبر مؤسسات ودوائر الإعلام ووسائل الإعلام المختلفة بأنها تنظيم يقوم بتشكيل الوعي الاجتماعي، بكونها أدوات لنشر المعتقدات لعامة الناس، وبكونها امتداد لحاجات الإنسان، وإنما فعل جمعي للأفراد المجتمع. فالمدخل هذا يؤشر إلى العلاقة بين تأثير وسائل الإعلام وتشكيل الوعي الاجتماعي، ودرجة التوافق التي ينبغي أن تتم، لكي تقوم تلك المنظمات ووسائل الإعلام بالوصول إلى أهدافها، تنفيذاً لفكرتها الشاملة وعقيدها وفلسفتها الكامنة وراء تأثيراتها، بهدف تشكيل وعي اجتماعي (طابع، ٢٠٠١: ص ١٩٥).

### ٣-٣ منهج الدراسة

تم استخدام منهج المسح الاجتماعي، الذي يعد واحدا من مناهج رئيسية للبحوث الوصفية، ويعرف بأنه "الدراسة العلمية لظروف المجتمع وحاجاته بقصد تقديم برنامج إنشائي للإصلاح الاجتماعي" (حسن، ٢٠١١، ص ٢٢٧) ويعرف كذلك بأنه "محاولة منظمة لتقرير، وتحليل، وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي، أو جماعة، أو بيئة معينة، وهو ينص على الموقف الحاضر وليس على اللحظة الحاضرة، كما يهدف للوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها، وذلك للاستفادة منها في المستقبل وخاصة في الأغراض العلمية" (علم الدين، ١٩٩٩).

ويعد منهج المسح الاجتماعي أنسب المناهج للدراسة لتشخيص دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الجامعي العماني، خاصة وان المسح الاجتماعي بغرض تشخيص الأوضاع الاجتماعية مناسب لمثل هذه الدراسات من خلال تشخيص الأداء، والمعارف، والاتجاهات، والقيم، والتصورات الاجتماعية لوعي الشباب.

وإلى جانب منهج المسح، تم استخدام منهج دراسة العلاقات المتبادلة، وفي إطاره تم استخدام أسلوب العلاقات الارتباطية والعلاقات السببية لاختبار فروض الدراسة.

### ٣-٤ مجتمع الدراسة والعينات

نعرض فيما يلي وصف دقيق لمجتمع الدراسة، وأسلوب اختيار العينات والمبررات العلمية لذلك.

## مجتمع الدراسة

طبقاً لأهداف الدراسة يتكون مجتمع الدراسة من طلاب مرحلة البكالوريوس بجامعة السلطان قابوس من الجنسين، وقد تم اختيار مجتمع الشباب لدراسة طبيعة دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي كون الشباب أكثر الشرائح الاجتماعية استخداماً لوسائل الإعلام لاسيما الوسائل الإعلامية الجديدة، وتم تحديد الشباب الجامعي نظراً لتوفر إطار لهذا المجتمع يمكن من خلاله سحب عينة عشوائية ممثلة تمثيلاً صادقاً للمجتمع، ومن ضمن الشباب الجامعي تم التطبيق على طلاب جامعة سلطان قابوس، لأن هذه الجامعة تعتبر الأقدم والأعرق في سلطنة عمان، وتقع في العاصمة العمانية وبالتالي فهي تضم طلاب من مختلف الولايات العمانية، كما تأتي الجامعة في المرتبة الأولى بين الجامعات العمانية، والمرتبة العاشرة بين الجامعات العربية وفقاً للتصنيف العالمي للجامعات كيو إس للعام ٢٠١٩م (Qs, 2019). وقد تم الحرص على تمثيل المجتمع من خلال مراعاة النسبة والتناسب في عدد الطلاب بالكليات الإنسانية والعلمية، ومراعاة توزيعهم على مستويات دراسية متنوعة (سنة أولى، ثانية، ثالثة، رابعة) خلال العام الدراسي ٢٠١٨/٢٠١٩م.

## عينة الدراسة

تم استخدام أسلوب العينة العشوائية الطبقية، حيث يهدف هذا الأسلوب إلى الاستفادة من ميزات الأسلوب العشوائي وزيادة دقة تحليل البيانات، ويساعد أيضاً في زيادة قيمة التجانس ضمن المجموعات Within groups، من جانب آخر يعمل على تقليل التجانس بين المجموعات Between groups. ويمتاز هذا الأسلوب بقدرته على ضبط المتغيرات التي يتوقع تأثيرها في تلك العلاقات. وتمتاز العينة الطبقية بأنها عينة احتمالية تتولى ضبط متغيرات الدراسة خلال تقسيم مجتمع الدراسة إلى طبقات. وتم اختيار العينة

العشوائية الطبقيّة بطريقة العينة الطبقيّة التناسبيّة (النسبيّة)، Proportional Sampling، وتم اختيار عينات

من كل مجموعة من طبقات مجتمع الدراسة بحسب نسبتها وحجمها ضمن مجتمع الدراسة.

وتم تطبيق استمارتي استبانة ومقابلة على الطلاب بهدف الوصول لدلالات إحصائية وكيفية عن

متغيرات الدراسة، لجمع البيانات وتنظيمها وتحليلها للخروج بنتائج ومؤشرات يمكن تعميمها على مجتمع

الدراسة تبعاً لأهدافها.

أما فيما يتعلق بحجم وأسلوب سحب عينة الدراسة وبعد الرجوع إلى الإحصائيات الخاصة بالتعليم

العالي ووفق إحصاءات دائرة التخطيط والإحصاء بجامعة السلطان قابوس حول عدد الطلبة بجامعة السلطان

قابوس (مرحلة البكالوريوس) للعام الجامعي ٢٠١٩/٢٠٢٠م والبالغ عددهم (١٥٨٤٠) طالب وطالبة،

وقد تم تحديد حجم عينة الدراسة والبالغ عددهم الإجمالي (٢٢٧٢) طالب وطالبة ما نسبته (١٤,٣٤٪)

من المجتمع الأصلي للدراسة، بناءً على درجة الثقة وهامش الخطأ في المعاينة كما تحدده الجداول الإحصائية

لحجم العينة المطلوب في الدراسات العلمية، حيث تم تحديد درجة الثقة ب ٩٩٪ وهامش خطأ ٢,٥٪،

وعند هذه القيم فإن حجم العينة المطلوب سحبه من مجتمع الدراسة يتراوح بين (١٠,٠٠٠ إلى ٢٥,٠٠٠)،

هو ما بين (٢,٩٨ إلى ٢٣٩٩)، وعليه فإن حجم العينة في هذه الدراسة والمحدد بالقيمة (٢٢٧٢) يقع

بين القيمتين الجدولية (٢,٩٨ و ٢٣٩٩) {للتفاصيل أنظر الملحق رقم (٦)}. وتم سحب العينة بحسب

النوع الاجتماعي (ذكور - إناث)، والسنوات الدراسية (أولى، ثانية، ثالثة، رابعة)، كذلك والتخصص

العام (علمي - إنساني)، مع مراعاة تحقيق تمثيل نسبي صحيح لمجتمع الدراسة في العينة. كما تم اختيار عينة

عمدية قوامها (١٢٠ طالب وطالبة) من العينة الأساسية لإجراء المقابلات الشخصية معها.

نجاح أي بحث يقوم أساساً على دقة البيانات المتحصل عليها والموظفة فيه، ولعل هذا يتطلب من الباحث تحكماً أكبر في الأدوات المستخدمة لجمع المعلومات والبيانات باختيار أدقها وأنسبها للمنهج المستخدم في الدراسة وتعد الأداة الوسيلة التي تشكل نقطة الاتصال بين الباحث والمبحوث التي تمكنه من جمع المعلومات عن المبحوثين (سامية، ٢٠٠٢).

وتم تصميم أداتين في الدراسة الحالية لقياس دور وسائل الإعلام وتطبيق عن طريق الاستبيان، وكذلك استمارة المقابلة. عليه، اشتملت أدوات جمع البيانات على أداتين نوضحها على النحو التالي:

أ- استبيان: لقياس اتجاهات الطلاب نحو دور وسائل الإعلام في قضية الوعي الاجتماعي. وينقسم إلى قسمين:

- القسم الأول وينقسم لمحورين، المحور الأول يتضمن البيانات الشخصية/ الديموغرافية لعينة الدراسة مثل النوع، العمر، مجال الدراسة، الفرقة الدراسية، الحالة الاجتماعية، مستوى تعليم الأب والأم. والمحور الثاني يتعلق بحجم تعرض الشباب الجامعي لوسائل الإعلام.
- القسم الثاني أسئلة الاستبانة، وقد تم توزيعها على مجموعة محاور، تضمن كل محور عددًا من العبارات التي تقيس المتغيرات المقصودة، للإجابة عن أسئلة الدراسة كافة.
- بناء الاستبيان: تم تصميم الاستبانة بالاستعانة بالإطار النظري للدراسة، والدراسات السابقة، حيث تم الاعتماد على الدراسات الآتية في بناء محاور الاستبيان وبنود كل محور:

دراسة (طارق محمد الفريدي : ٢٠١٤)، ودراسة (زونينمير ووفرهوفن: ٢٠١٤)، ودراسة (خالد يحيى كامل: ٢٠١٣)، ودراسة (موسى عبد الرحيم حلس، وناصر علي مهدي : ٢٠١٠)، ودراسة (إيمان مُشرفه : ٢٠٠٩)، ودراسة (عبد الحكيم عبد الله عمر مكارم : ٢٠٠٩).

وفيما يلي وصفاً موجزاً للمحاور والمجالات التي تضمنها الاستبيان:

- (١) قياس حجم تعرض الشباب الجامعي لوسائل الإعلام: وتم قياس حجم تعرض الشباب الجامعي لوسائل الإعلام من خلال سؤالين، الأول يقيس درجة التعرض اليومي بالساعات لكل وسيلة، والثاني يقيس المعدل العام للتعرض على المستوى اليومي والاسبوعي والشهري.
- (٢) تأثير وسائل الإعلام في القضايا التي تسهم في تشكيل الوعي الاجتماعي: تضمن هذا المحور سبع عبارات تقيس تقييم الشباب الجامعي لتأثير وسائل الإعلام بعض القضايا التي تسهم في تشكيل الوعي الاجتماعي، منها: المساواة الاجتماعية، والإنتماء، وحرية الرأي والتعبير، والديمقراطية، والفساد المالي والإداري.
- (٣) مساهمة وسائل الإعلام في تعزيز المستوى الثقافي ببعض القضايا الاجتماعية: تضمن هذا المحور عرض مجموعة من القضايا الاجتماعية وطلب من المبحوثين تقييم مساهمة وسائل الإعلام في تعزيز ثقافة الشباب بها، ومنها: الزواج والطلاق، والعنف والتطرف الديني، والوساطة، والانحلال الاجتماعي، والترابط الأسري، وغيرها.
- (٤) دور وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث الثقافي: تضمن هذا المحور خمس عبارات، تم بناؤها بالاعتماد على نظرية الاتصال الثقافي، تتناول دور الاعلام في تعزيز التراث الثقافي والاجتماعي، وتغيير العادات والقيم الاجتماعي، وإضعاف الروابط الأسرية، وتعزيز الوعي الديني.

(٥) تأثير وسائل الإعلام في مستوى المعرفة والوعي الاجتماعي: استهدف هذا المحور قياس تأثير وسائل الإعلام على المدركات المعرفية للمبحوثين نحو الوعي الاجتماعي، وتضمن سبع عبارات تم بناؤها بالاعتماد على الدراسات السابقة المذكورة سلفاً.

(٦) المقترحات المساعدة على أن تكون وسائل الإعلام أفضل في تقديم رسالتها: وتضمن هذا المحور ثمان عبارات تمثل مقترحات تم صياغتها بالاعتماد على الدراسات السابقة، وطُلب من المبحوثين الإدلاء برأيهم نحوها، لمعرفة أية مقترحات منها يمكن أن تساهم في تقديم رسالة إعلامية ذات تأثير إيجابي وفعال في المجتمع.

وبعد أن تم بناء محاور الاستبيان وبنوده، تم بناء بدائل الإجابات وفقاً لمقياس ليكرت؛ ويعتبر مقياس ليكرت (Likert Scale) من مقاييس التقييم الشائعة جداً لقياس البيانات في أبحاث العلوم الاجتماعية تم تصميمه من قبل رنيس ليكرت (Rensis Likert)، ويتضمن هذا المقياس عناصر ليكرت التي هي عبارة عن جمل يمكن من خلالها أن يتمكن المشاركون من التعبير عن موافقتهم أو رفضهم على تدرج القياس، التي تتراوح الإجابات بين "الموافقة بشدة، عدم الموافقة بشدة" (انول، ٢٠١٥: ص ١٣٨).

وتم استخدام مقياس ليكرت؛ لكونه من مقاييس الاتجاهات الشائعة، ولما لمتته لطبيعة الدراسة التي تستهدف قياس وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي من منظور الشباب الجامعي، أي أنها تقيس اتجاهات الشباب الجامعي نحو دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لديهم.



## بناء الميزان التقديري لتدرجات الإجابات على سلم ليكرت

استخدم الباحث مقياس الإجابة تدرج خماسي وفق مقياس ليكرت (Likert Scale)، في بناء بدائل الإجابة لقياس دور وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث، وتأثير وسائل الإعلام على مستوى المعرفة والوعي بالقضايا الاجتماعية، ودوافع التعرض لوسائل الإعلام، ومقترحات تطوير رسالة الإعلام؛ بحيث تُعرض الأسئلة على عينة الدراسة، ومقابل كل فقرة خمس إجابات تحدد مستوى موافقتهم عليها، وتُعطى فيه الإجابات أوزان رقمية، تمثل درجة الإجابة على الفقرة، كما هو موضح بالجدول الآتي:

جدول (١): الميزان التقديري لتدرجات الإجابات وفق مقياس ليكرت الخماسي

الإجابة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	٥	٤	٣	٢	١

يتضح من الجدول أعلاه أنه كلما انخفضت الدرجة الممنوحة للإجابة كلما زادت درجة الرفض عليها، حيث نجد أن الفقرة التي يتم الموافقة عليها بشدة تأخذ الدرجة (٥)، والفقرة التي يتم الموافقة عليها تأخذ الدرجة (٤)، أما الفقرة التي تكون نتيجة الإجابة عليها محايد تأخذ الدرجة (٣)، في حين أن الفقرة التي تكون الإجابة عليها بعدم الموافقة تأخذ الدرجة (٢)، وأخيراً الفقرة التي تكون الإجابة عدم الموافقة عليها بشدة تأخذ الدرجة (١)، ولتحديد مستوى الموافقة على مجالات الدراسة وبندوها، تم الاعتماد على قيمة المتوسط المرجح، والجدول (٢) أدناه يوضح مستويات الموافقة استناداً لخمس مستويات (منخفض جداً، منخفض، متوسط، مرتفع، مرتفع جداً).

جدول (٢): مستويات الموافقة على فقرات ومجالات الدراسة

مستوى الموافقة	منخفض جداً	منخفض	متوسط	مرتفع	مرتفع جداً
المتوسط المرجح	أقل من ١,٨٠	١,٨٠ إلى ٢,٥٩	٢,٦٠ إلى ٣,٣٩	٣,٤٠ إلى ٤,١٩	أكبر من ٤,٢٠

وهذا يعطي دلالة واضحة على أن المتوسط المرجح الذي يقل عن (١,٨٠) يدل على وجود درجة منخفضة جداً من الموافقة بمعنى وجود درجة مرتفعة جداً من الرفض، أما المتوسطات المرجحة التي تتراوح بين (١,٨٠ - ٢,٥٩) فتدل على وجود درجة منخفضة من الموافقة، بمعنى درجة مرتفعة من الرفض، بينما المتوسطات التي تتراوح بين (٢,٦٠ - ٣,٣٩) تدل على درجة متوسطة من الموافقة أو وجود درجة حيادية، كما أن المتوسطات التي تتراوح بين (٣,٤٠ - ٤,١٩) تدل على وجود درجة مرتفعة من الموافقة، في حين أن المتوسطات التي تساوي وتزيد عن (٤,٢٠) تدل على وجود درجة مرتفعة جداً من الموافقة، وهذا التقسيم تم تحديده وفق مقياس ليكرت الخماسي الذي تم اعتماده في الميزان التقديري لتدرجات الإجابة على المقياس.

#### مقياس ثنائي الإجابة

استخدم الباحث مقياس ثنائي الإجابة (أوافق - لا أوافق) في مقياس تأثير وسائل الإعلام على القضايا التي تسهم في تشكيل الوعي الاجتماعي، وكذلك تم استخدام التدرج الثنائي (تساهم - لا تساهم) في قياس مساهمة الإعلام في تعزيز المستوى الثقافي تجاه القضايا الاجتماعية؛ بحيث تعرض تساؤلات الاستبانة على عينة الدراسة ومقابل كل إجابة تحدد الموافقة وعدم الموافقة، وتم إعطاء (صفر) لعدم الموافقة أو عدم المساهمة، ودرجة للموافقة أو المساهمة.

وجرى تعبئة الاستبانات أثناء اللقاءات المباشرة مع عينة الدراسة من طلاب الجامعة، خلال شهر نوفمبر ٢٠١٩م. ولدى جمع الاستبانات تبين وجود عدد منها لا يصلح علمياً. وبالتالي أصعب عدد العينة الفعلية النهائي: (٢٢٧٢) طالب وطالبة.

ب - استمارة مقابلة شخصية:

تم بناء استمارة مقابلة شخصية، تتضمن مجموعة من الأسئلة المفتوحة، الهدف منها الحصول على معلومات من الصعب جمعها من خلال الأسئلة المغلقة المعدة سلفاً في استمارة الاستبيان، إلى جانب الحصول على معلومات أكثر عمقاً وشمولية، تفيد الباحث في تفسير النتائج التي تم جمعها من خلال الاستبيان، وتم استهداف طلبة قسم الإعلام بجامعة السلطان قابوس باعتبارهم الفئة الأكثر التصاقاً بوسائل الإعلام وماهيتها، والأكثر قابلية بين شباب طلبة الجامعة على التفاعل وإبداء آراءهم، بموجب إدراكهم للدراسات الإعلامية بمختلف فروعها وماهية وسائل الإعلام وأهدافها، وكذلك لإلمامهم بالمهارات التطبيقية التي اكتسبوها من العمل الميداني التجريبي داخل الجامعة وخارجها الذي يطبق في فصل الصيف بالمؤسسات الإعلامية بسلطنة عمان، ولحرصهم في تطوير رسالة الإعلام ومهنة السامية، وذلك بالتزامهم بالصدق والواقع والدقة في إبداء آراءهم، دونما تحويل أو تحريف للحقائق، كما يحتضنه قسم الإعلام بجامعة السلطان قابوس الذي تأسس سنة ١٩٨٧م بهدف إعداد وتأهيل الشباب العماني الذين التحقوا في مختلف فروع دراسات الإعلام من نخبة (الإبداع الإعلامي) التي تعتبر بحق مجموعة إعلام متمكنة تزخر بالإنجازات والنشاطات الطلابية عبر ملتقى الإبداع الإعلامي الذي يقام سنوياً، ويتولى إبراز مشاريع الطلاب وإبداعاتهم في مختلف جوانب الإعلام. وأنت الأسئلة على النحو التالي:

- ١- ما هي مقترحاتكم الضرورية لوسائل الإعلام لنشر الوعي الاجتماعي بفاعلية؟
- ٢- ما القضية التي تحتاج إلى معالجة أكبر من جانب وسائل الإعلام من وجهة نظرك؟
- ٣- إلى أي مدى تسهم وسائل الإعلام في خلق أجواء عامة تناقش فيها الآراء والأفكار والطروحات من قبل جميع الطلبة؟
- ٤- ما هي أهم المقترحات المساعدة على أن تكون وسائل الإعلام أفضل في تقديم رسالتها؟

### ٦-٣ جمع البيانات وطريقتها:

قام الباحث بتنفيذ الدراسة الحالية حسب الخطوات التالية:

- تصميم الاستبانة لجمع البيانات.
- القرار على حجم العينة.
- استحصال الموافقات من الجهات ذات العلاقة.
- تم توزيع أداة الدراسة على عينتها، واسترجاعها، إذ تم توزيع (٢٣٧٦) استبانة، واسترجع منها (٢٣٧٠) وتم استبعاد (٩٨) استبانة منها، بسبب عدم اكتمال فقراتها ووجود نقص في البيانات الخاصة بالمستجيب أو لعشوائية الإجابة، وبقي (٢٢٧٢) استبانة تصلح لإجراء التحليل، وهذا هو عدد العينة الفعلية للدراسة.
- وكانت الأساليب الإحصائية على النحو التالي:
- قام الباحث بتفريغ وتحليل الاستبانة من خلال برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية والمعروف باسم (Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) وتم تطبيق الأساليب الإحصائية الآتية:
- حساب عدد مرات التكرار (Frequency) والنسبة المئوية والمتوسطات الحسابية (Means) لمواصفات عينة الدراسة.
- حساب التكرارات (Frequency) والنسب المئوية لكل سؤال في الاستبيان مع حساب المتوسط (Means) المرجح والانحراف المعياري والجداول المتقاطعة (Cross-Tabulation).
- بيان مدى أهمية كل فقرة بالنسبة للمحور، وعمل ترتيب Rank.

- معامل ألفا كرونباخ لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة.
- اختبار (Z) للفرق بين نسبتين، لقياس الفروق بين تأثير وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الجديدة على القضايا التي تساهم في تشكيل الوعي الاجتماعي.
- اختبار (t-test) للفرق بين متوسطين، واختبار (ANOVA) للفرق بين أكثر من متوسطين، لقياس الفروق في متوسطات حجم التعرض لوسائل الإعلام تبعا لاختلاف المتغيرات الديمغرافية للطلاب.
- + اختبار تحليل الانحدار المتعدد (MultiRegression) لقياس تأثير مجموعة من المتغيرات المستقلة على متغير تابع.
- التوصل إلى نتائج الدراسة وتحليل تلك النتائج ومناقشتها، وإجراء المقارنة مع الأدب النظري، وكتابة ما يلزم من توصيات مناسبة واقتراح موضوعات وجدها الباحث مهمة.
- وفيما يخص الاختبار التجريبي قام الباحث بإجراء اختبار تجريبي على محاور الاستبانة للتأكد والتحقق من تناسق وسلامة الأدوات من حيث مدى وضوحها وفهم الألفاظ.

### ٧-٣ الموثوقية (جودة البيانات)

#### - الصدق

تم حساب صدق الأدوات بطريقتين: صدق المحتوى (الصدق الظاهري) وصدق البناء (الصدق التكويني)

## أ/ صدق المحتوى (الصدق الظاهري):

يعتبر صدق المحتوى الخطوة الأولى لقياس صدق أداة الدراسة، وهي تقييم كيفية توافق مجموعة من عناصر المقياس مع مجال المحتوى ذي الصلة بالتركيب الذي نحاول قياسه، حيث يعتبر أنه التحقق من تمثيل المقياس للمحتوى المراد قياسه، وعليه فإن تحقيق درجة عالية من صدق المحتوى للمقياس ما هي إلا دلالة على أن فقرات المقياس تمثل نطاق السلوك المراد قياسه تمثيلاً جيداً (الأنصاري، ٢٠٠٠: ص ٩٦).

بينما يشير صدق المحتوى إلى محتوى الأداة وشكلها ومدى ملائمة المحتوى وشموله للموضوع قيد الدراسة، ولتحقيق هذا النوع من الصدق فلا بد من تحديد مجال المحتوى الذي نريد قياسه وبناء أسئلة أو فقرات تمثل الموضوع قيد الدراسة ومن ثم تقديم المحتوى والأسئلة للخبراء والمختصين ليقوموا بفحص الفقرات منطقياً وتقدير مدى تمثيلها للمحتوى المراد قياسه (البطش وآخرون، ٢٠٠٦: ص ١٣٢).

وبالتالي فقد تم التحقق من الصدق الظاهري للأداة، بعرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين، بلغ عددهم (٧) محكمين من متخصصي الإعلام، وقد طلب منهم تكرماً بيان الملاحظات بفقرات الاستبانة فيما يتعلق بصياغة فقراتها، وانسجامها مع المجال الذي درجت فيه، سواء الموافقة على مضمونها أو تعديل الصياغة أو الحذف. وقد جرى الأخذ برأي الأغلبية (أي ٧٥٪ من الأعضاء المحكمين) في عملية التحكيم، لأجل التأكد من صدق وصلاحيّة الاستبانة. تلا ذلك إجراء دراسة استطلاعية على عينة قدرها (٥٪) من مجتمع الدراسة للتأكد من وضوح عبارات الاستبانة. واستناداً على آراء المحكمين ونتائج الدراسة الاستطلاعية؛ تم إعادة صياغة وترتيب بعض العبارات في الاستبانة، وتم إغلاق بعض العبارات المفتوحة، وأصبحت بذلك في صورتها النهائية (ملحق ٢).

## ب/ صدق البناء (الصدق التكويني):

ويُقصد بصدق البناء: درجة توافق نتائج المقياس مع البناء النظري للمفهوم، ويتم قياس صدق البناء بإحدى الطرق أو كليهما، وهما: الصدق التمييزي، أو الصدق التقاربي (Sekaran and Bougie, 2016: 222).

وفي الدراسة الحالية تم استخدام الصدق التمييزي، ويقصد به: قدرة الاختبار على تمييز الفقرات التابعة لكل بعد وعدم وجود تداخل بين فقرات تساؤلات الدراسة ويتم حساب قيمه من خلال نتائج التحليل العاملي، حيث تحسب من خلال حساب الجذر التربيعي لنسبة التباين التي يشتقها العامل الكامن (Latent Factor)، وتدل القيم التي تفوق (٠,٦٠) على وجود درجة عالية من الصدق التمييزي (انول، ٢٠١٥: ص ١٧١). ومن خلال نتائج الجدول رقم (٣) الذي يوضح قيم الصدق التمييزي لمحاور الاستبيان، يتضح تحقق الصدق التمييزي لجميع محاور الاستبيان، حيث تراوحت قيم الصدق التمييزي بين (٠,٦٥) - (٠,٧١)، وجميعها أعلى من قيمة القطع (٠,٦٠)، ما يؤكد تحقق صدق بناء الأداء.

## - الصلاحية/ الثبات

يشير مفهوم الثبات الى مقدرة الأداة التي يستخدمها الباحث على إعطاء نتائج مطابقة للنتائج التي تعطيها في المرة الأولى في حال تم إعادة تطبيق هذه الأداة عدة مرات، على نفس الأشخاص وفي ظروف متشابهة، وهو ما يترتب عليه انخفاض تأثير عوامل الصدفة أو العشوائية، ويحدد هذا المؤشر الدقة التي تقيس بها أداء أي شيء تخضعه للقياس (حسن، ٢٠٠٦: ص ٢).

ويتم قياس الثبات باستخدام مجموعة من المقاييس والتي من أشهرها مؤشر الفاكرونباخ، حيث يتراوح هذا المؤشر قيمة تتراوح بين (٠-١)، وكلما اقتربت القيمة من الواحد الصحيح فإن ذلك يشير الى ارتفاع مستوى ثبات المقياس.

واستنادا الى العديد من الدراسات العلمية التي استخدمت هذا المؤشر لقياس الثبات، فإن ادنى حد للقيمة المقبولة لمعامل الفاكرونباخ تبلغ ٠,٦، وعليه فإن القيمة التي تساوي او تزيد عن الحد الأدنى للقبول تشير الى تحقيق المقياس المستخدم لدرجة الثبات المقبولة في نطاق البحث العلمي.

وفي هذه الدراسة الحالية استخدم الباحث طريقتين لحساب الثبات، ثبات إعادة الاختبار، وثبات التجزئة النصفية.

**الطريقة الأولى للثبات:** ثبات إعادة الاختبار، باستخدام أسلوب إعادة توزيع الاستبانة على ١١٥ مفردة بنسبة (٥٪) من العينة، خلال مدة عشرة أيام من التوزيع الأول، باستخدام نفس الأسلوب المستخدم في معاينة العينة الأساسية، وتم استخدام طريقة (كوبر) في حساب نسبة الاتفاق بين التطبيقين الأول والثاني، وتبين وجود معامل ثبات عالٍ بلغ (٨٥٪).

**الطريقة الثانية للثبات:** حساب الثبات عن طريق التجزئة النصفية أو التقسيم النصفى مع استخدام معامل ألفا كرونباخ لحساب الثبات الكلي للاختبار. وتم إجراء ثبات الأداة والجدول (٣) يبين معاملي الثبات والصدق التمييزي للاستبانة.



جدول (٣) معاملات الثبات والصدق

م	محاور الاستبيان	الثبات (إلفاكرونباخ)	الصدق التمييزي
١	تأثير وسائل الإعلام على القضايا التي تسهم في تشكيل الوعي الاجتماعي	**٠,٧٢١	**٠,٧٠٩
٢	تأثير وسائل الإعلام على مستوى المعرفة والوعي بالقضايا الاجتماعية	**٠,٦٢٤	**٠,٦١٩
٣	دور وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث الثقافي	**٠,٧٢٠	**٠,٦٩٨
٤	دوافع التعرض لوسائل الإعلام	**٠,٧٩٠	**٠,٧٣٢
٥	المقترحات لتقديم رسالة إعلامية أفضل	**٠,٧٦٢	**٠,٧٢٧
٦	الاستبانة ككل	**٠,٨٩٣	**٠,٨١٠

وتشير بيانات الجدول السابق إلى تحقق صدق البناء (الصدق التمييزي)، حيث تجاوزت قيم الصدق التمييزي لجميع المحاور قيمة القطع (٠,٦٠)، كما تحقق ثبات الأداة، حيث تراوحت قيم معامل إلفاكرونباخ لمحاور الاستبيان بين (٠,٦٢ - ٠,٧٩)، وهي قيم مقبولة، تجاوزت الحد الأدنى لقبول الثبات (٠,٦٠).

### ٣-٨ خلاصة الفصل

يتفق الباحثون في الدراسات الإنسانية على مجموعة من الخطوات العلمية والمنهجية التي ينبغي أن يلتزم بها أي باحث عند إعداد دراسة علمية، وتأتي هذه الخطوات كوسيلة لتوحيد إجراءات البحوث في جميع بلدان العالم بما يسمح بإجراء مقارنات أو تعميم للتائج على بلدان أخرى، من هذا المنطلق تم تخصيص الفصل الأول للخطوات المنهجية في هذه الدراسة، وكانت الإشكالية البحثية نقطة الإنطلاق، تلاها التساؤلات التي تسعى الدراسة إلى الإجابة عنها، ثم الفروض يتبعها الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، كما عرضنا الأهمية العلمية والتطبيقية للدراسة، والحدود الموضوعية والبشرية والمكانية لتطبيق الدراسة، فضلاً عن

تسليط الضوء على الإطار النظري التي تنطلق منه الدراسة متمثلا في نظرية حارس البوابة باعتبارها حراس البوابة الإعلامية هم من يتحكمون في الرسالة الإعلامية ويسعون من ورائها إلى تحقيق تأثيرات محددة في الجماهير المستهدفة، ونظرية ترتيب الأولويات التي تحاول شرح الآلية التي تسعى من خلالها وسائل الإعلام إلى ترتيب القضايا والأجندة لدى الرأي العام، واختتمنا الإطار النظري بنظرية التأثير التراكمي طويل الأمد، وعرض أطروحات هذه النظرية والتي تهتم بدراسة المعتقدات والاتجاهات المتكونة لدى الجمهور نتيجة تعرضهم التراكمي للرسائل الإعلامية خلال فترات زمنية طويلة. وعرضنا بعد ذلك الإجراءات المنهجية للدراسة من حيث تحديد منهج الدراسة واختيار العينة الملائمة، وتحديد أدوات جمع البيانات وعرض وصف مختصر لطريقة بناء هذه الأدوات، واختبار مدى صدقها وثباتها، وأخيرا تم عرض الأساليب الإحصائية التي استخدمتها الدراسة في عملية تحليل البيانات التي تم الوصول إليها، سواء عرض التحليل الوصفي للبيانات من خلال التكرارات والنسب المئوية ومقاييس النزعة المركزية (الوسط المرجح والانحراف المعياري)، أو عرض التحليل الاستدلالي من خلال اختبارات الفروق الاحصائية والعلاقات بين متغيرات الدراسة.