

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

١,٤ تمهيد

يستعرض الباحث في الفصل الحالي نتائج الدراسة مع التعليق عليها، في ضوء تحليل البيانات التي تم الحصول عليها من أفراد عينة الدراسة. ويتضمن الفصل عرض النتائج في إطار عدة محاور، يشمل المحور الأول بعض الخصائص والسمات لعينة الدراسة، بينما يتناول المحور الثاني تأثير وسائل الإعلام على القضايا التي تسهم في تشكيل الوعي الاجتماعي للطلبة العمانيين، ويُخصص المحور الثالث لعرض نتائج مساهمة الإعلام في تعزيز المستوى الثقافي تجاه القضايا الاجتماعية، ويتطرق المحور الرابع لدور وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث الثقافي، ويعرض المحور الخامس طريقة وسائل الإعلام في عملية تشكيل الوعي الاجتماعي على مستوى المعرفة والوعي بالقضايا الاجتماعية من وجهة نظر الطلاب، ويتناول المحور السادس المقترحات المساعدة لجعل الإعلام أكثر إيجابية في تقديم رسالته للمجتمع، يليه المحور السابع الذي يعرض وسائل الإعلام الأكثر تأثيراً ومتابعة في قضايا الوعي الاجتماعي، ثم المحور الثامن الذي يعرض نتائج المقابلات الشخصية مع الطلاب.

وفي المحور الأخير (المحور التاسع) من هذا الفصل تم عرض نتائج الفروض التي تسعى الدراسة إلى التحقق من صحتها، والمتضمنة أربعة فروض، منها فرضان تقيس الفروق، وفرضان آخران يقيسان تأثير مجموعة من المتغيرات المستقلة على متغير تابع.

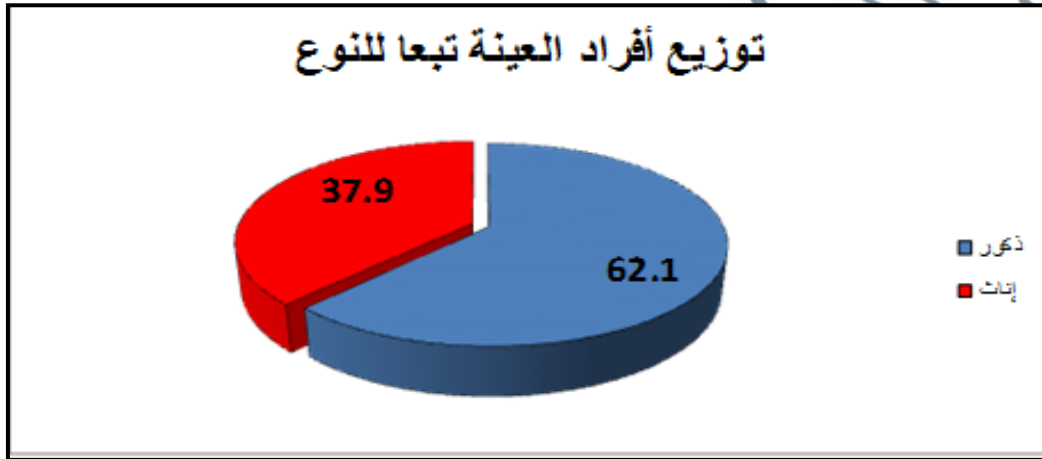
٢,٤ خصائص عينة الدراسة

١,٢,٤ النوع الاجتماعي:

جدول (٤) توزيع أفراد العينة حسب النوع

النوع	ك	%
ذكر	١٤١١	٦٢,١
أنثى	٨٦١	٣٧,٩
الإجمالي	٢٢٧٢	١٠٠

يتبين من الجدول أعلاه، إنَّ نسبة ٦٢,١% من مجموع المبحوثين كانوا ذكورا في مقابل نسبة ٣٧,٩% إناث.



الرسم البياني رقم (١) توزيع عينة الدراسة تبعا للنوع

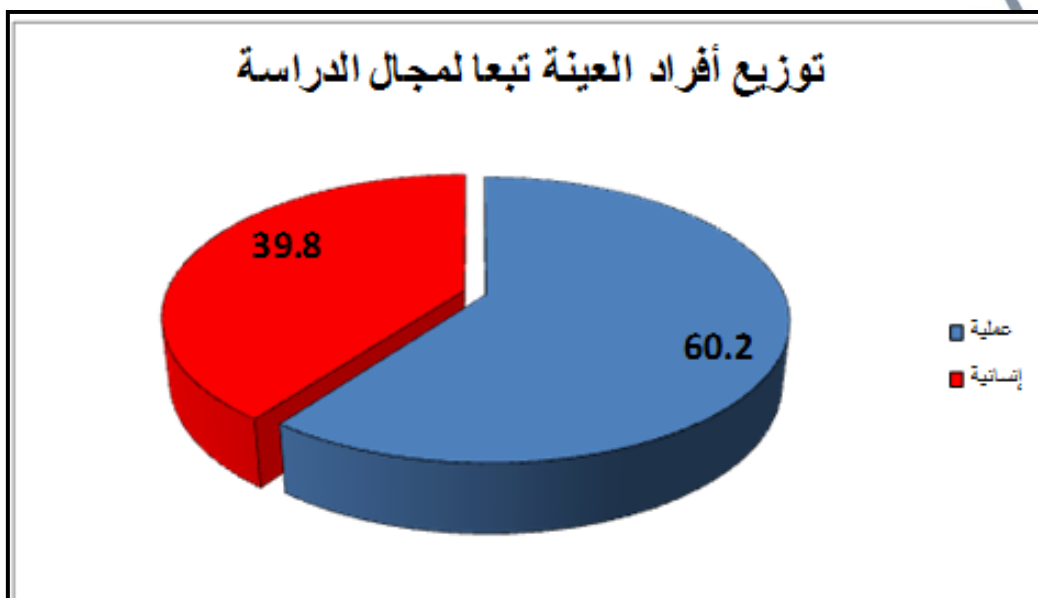
٢,٢,٤ مجال الدراسة:

جدول (٥) توزيع أفراد العينة حسب مجال الدراسة

مجال الدراسة	ك	%
عملية	١٣٦٧	٦٠,٢
إنسانية	٩٠٥	٣٩,٨
الإجمالي	٢٢٧٢	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن العينة قد اشتملت على نسبة ٦٠,٢٪ من طلاب الكليات العملية مقابل

٣٩,٨٪ من الكليات الإنسانية أو النظرية.



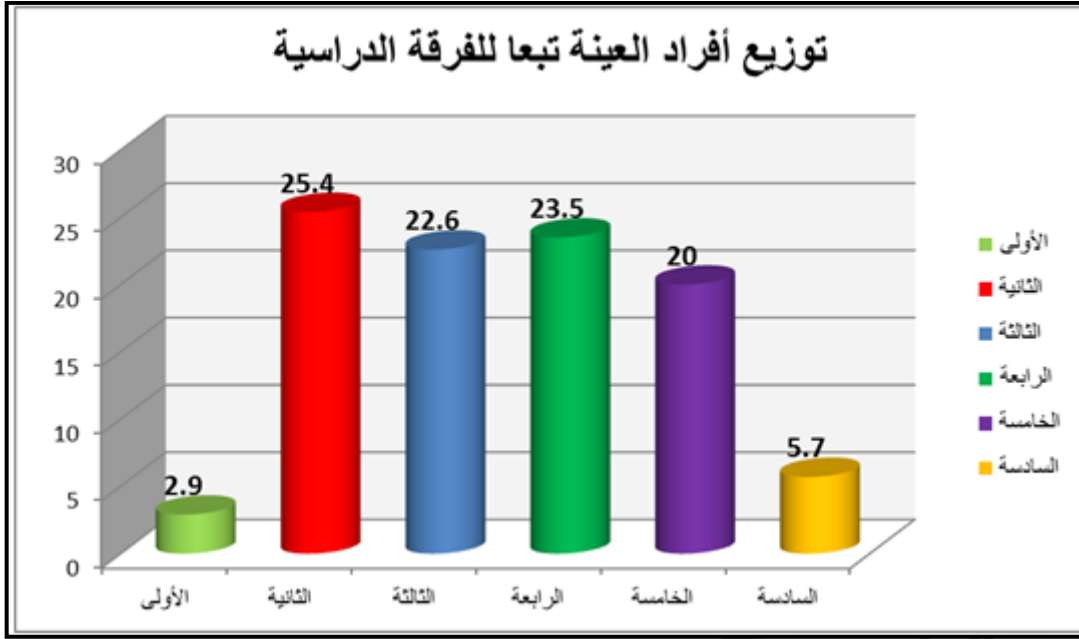
الرسم البياني رقم (٢) توزيع أفراد العينة تبعاً لمجال الدراسة

٣,٢,٤ الفرقة الدراسية:

جدول (٦) توزيع أفراد العينة حسب الفرقة الدراسية

الفرقة الدراسية	ك	%
الأولى	٦٦	٢,٩
الثانية	٥٧٦	٢٥,٤
الثالثة	٥١٣	٢٢,٦
الرابعة	٥٣٤	٢٣,٥
الخامسة	٤٥٤	٢٠
السادسة	١٢٩	٥,٧
الإجمالي	٢٢٧٢	٪١٠٠

يتبين من الجدول أعلاه إنَّ أعلى عدد من الفرق الثانية والرابعة والثالثة بنسبة ٢٥,٤، ٢٣,٥، ٢٢,٦ على التوالي.



الرسم البياني رقم (٣) توزيع أفراد العينة تبعاً للفرقة الدراسية

٤,٢,٤ الحالة الاجتماعية:

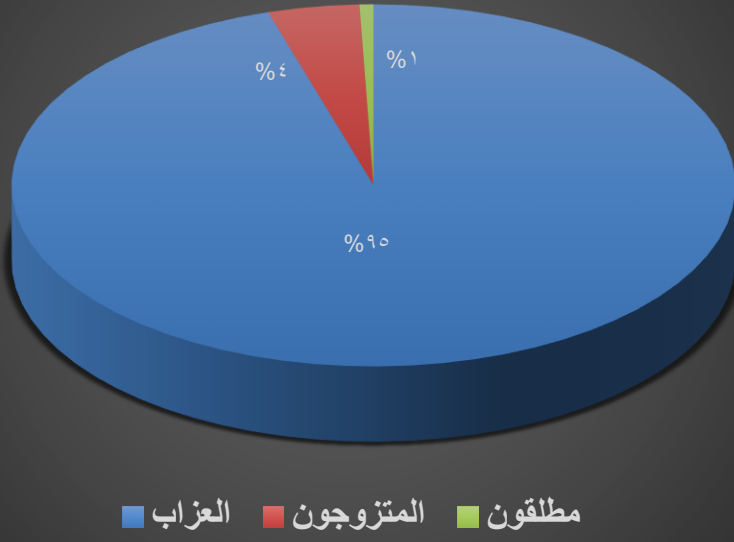
جدول (٧) بيانات أفراد عينة الدراسة تبعاً للحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	ك	%
العزاب	٢١٦٥	٩٥,٣
المتزوجون	٩٣	٤,١
مطلقون	١٤	٠,٦
الإجمالي	٢٢٧٢	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن العينة قد اشتملت على نسبة ٩٥,٣% من أعزب في مقابل ٤,١% من

المتزوجين، في حين ٠,٦% فقط مطلق.

بيانات أفراد عينة الدراسة تبعاً للحالة الاجتماعية



الرسم البياني رقم (٤) توزيع أفراد العينة تبعاً للحالة الاجتماعية

٥,٢,٤ تعليم الأسرة

أ/ تعليم الأب:

جدول (٨) بيانات العينة استناداً لمستوى تعليم الأب

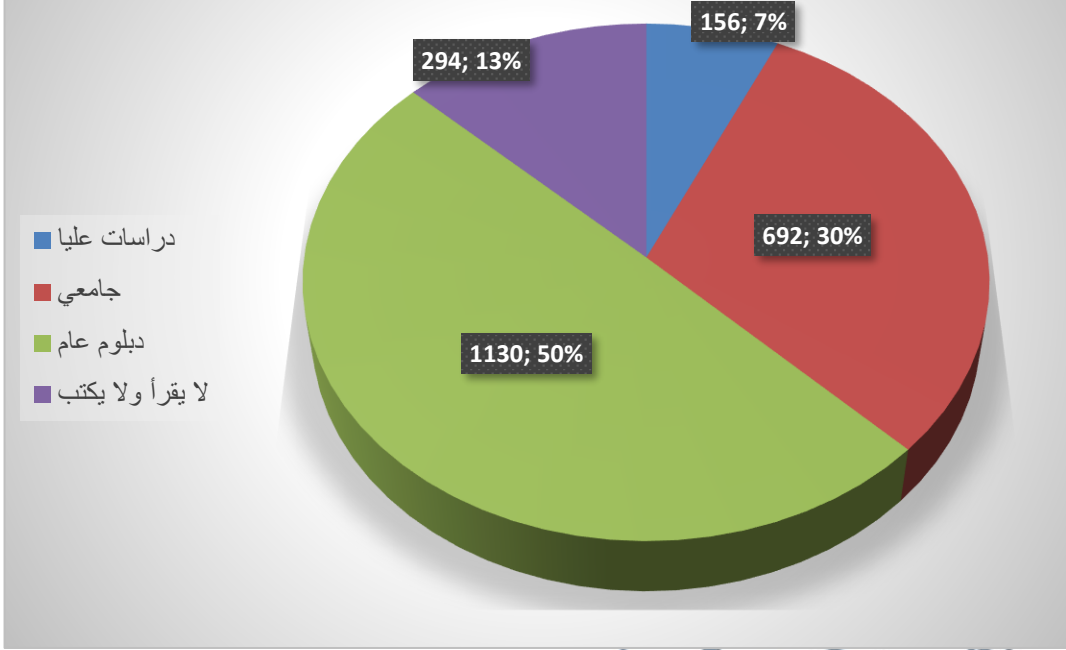
مستوى تعليم الأب	ك	%
دراسات عليا	١٥٦	٦,٩
جامعي	٦٩٢	٣٠,٥
دبلوم عام	١١٣٠	٤٩,٧
لا يقرأ ولا يكتب	٢٩٤	١٢,٩
الإجمالي	٢٢٧٢	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن معظم آباء أفراد العينة من الحاصلين على دبلوم عام بنسبة ٤٩,٧، ومؤهل

جامعي بنسبة ٣٠,٥، يليها الحصول على دراسات عليا بنسبة ٦,٩، مما يشير إلى أن معظم آباء

أفراد العينة على قدر ملائم من التعليم.

نسبة العينة استنادا لمستوى تعليم الأب



الرسم البياني رقم (٥) توزيع أفراد العينة تبعا لمستوى تعليم الأب

ب/ تعليم الأم:

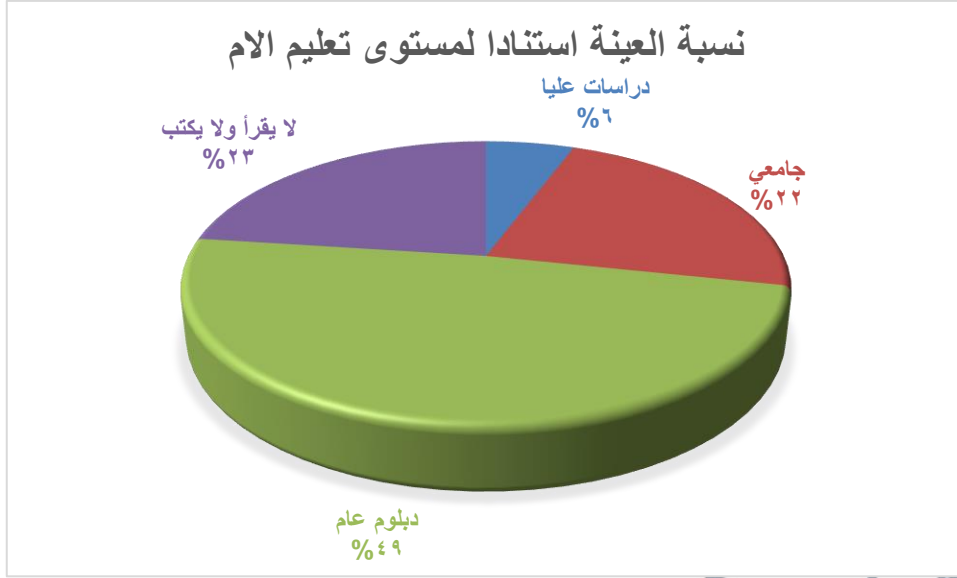
جدول (٩) بيانات العينة استنادا لمستوى تعليم الأم

مستوى تعليم الأم	ك	%
دراسات عليا	١٢٩	٥,٧
جامعي	٥١٥	٢٢,٧
دبلوم عام	١١٠٧	٤٨,٧
لا يقرأ ولا يكتب	٥٢١	٢٢,٩
الإجمالي	٢٢٧٢	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن معظم أمهات أفراد العينة من الحاصلات على دبلوم عام بنسبة

٤٨,٧، ومؤهله جامعي بنسبة ٢٢,٧ %، يليها الحصول على دراسات عليا بنسبة ٥,٧ %، مما يشير إلى

أن معظم أمهات أفراد العينة على قدر ملائم من التعليم.



الرسم البياني رقم (٦) توزيع أفراد العينة تبعا لتعليم الأم

٣,٤ حجم تعرض الشباب الجامعي العماني لوسائل الإعلام.

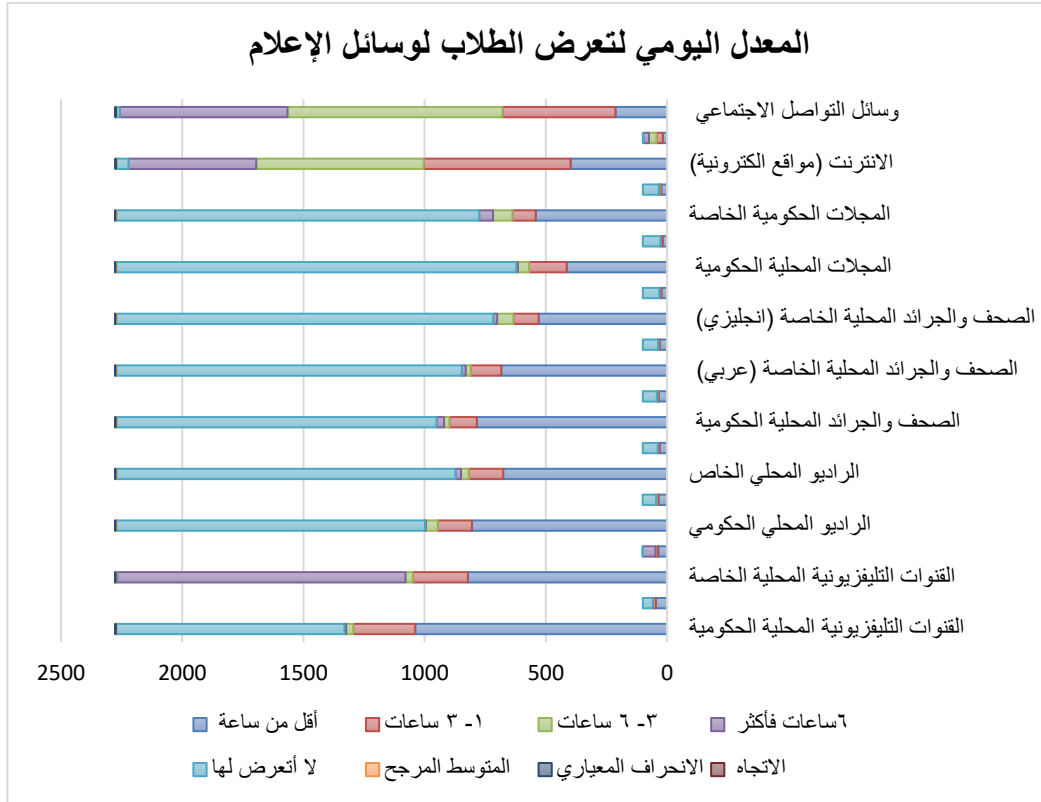
يحقق هذا المحور الهدف الأول في الدراسة، ويجيب عن التساؤل الذي ينص على: ما حجم تعرض

الشباب الجامعي العماني لوسائل الإعلام؟

ولتحقيق ذلك يعرض الجدول (١٠) المعدل اليومي لتعرض الطلبة لوسائل الإعلام، يلي ذلك

الجدول (١١) الخاص بالنسب الإجمالية لمعدل التعرض، وبذلك يشترك الجدولان رقم (١٠) و(١١)

في بيان النتائج الموصلة إلى الإجابة عن السؤال الأول:



الرسم البياني رقم (٧) المعدل اليومي لتعرض الطلاب لوسائل الإعلام

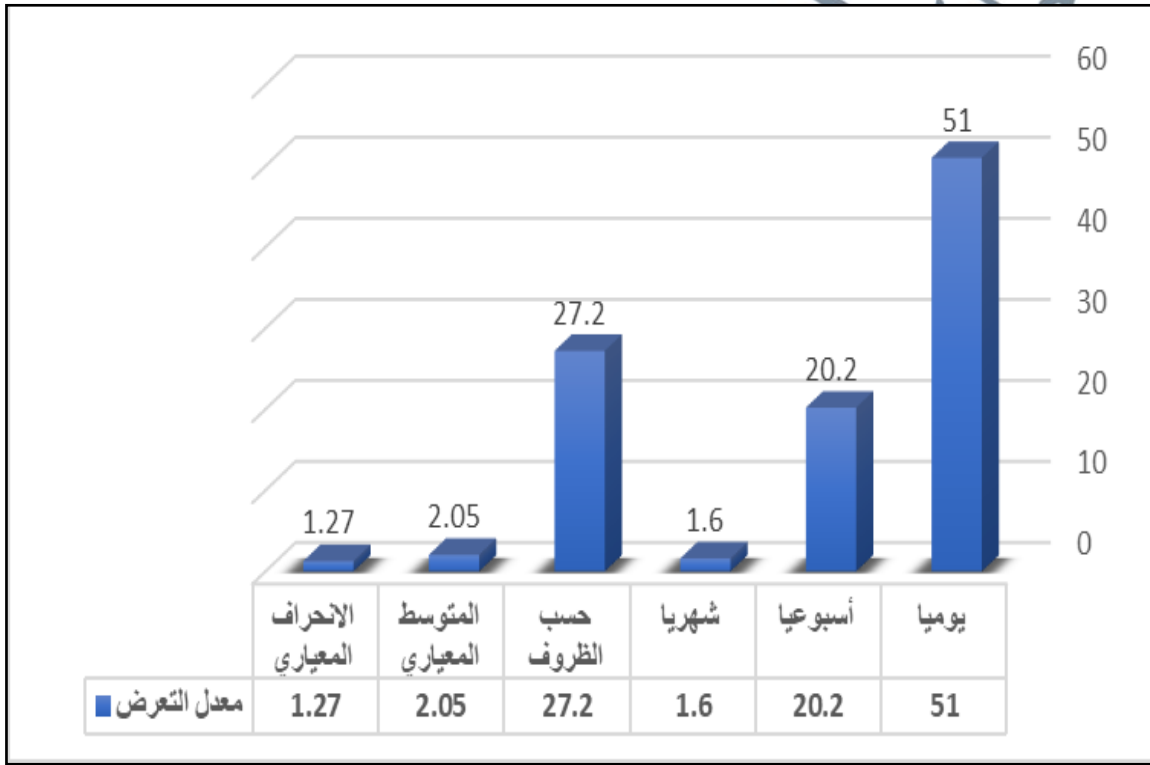
جدول رقم (١٠) المعدل اليومي لتعرض الطلاب لوسائل الإعلام

م	الوسيلة	أقل من ساعة	١ - ٣ ساعات	٣ - ٦ ساعات	٦ ساعات فأكثر	لا أتعرض لها	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه
١	القنوات التلفزيونية المحلية الحكومية	ك	١٠٣٩	٢٥٦	٢٩	٧	٢.٨٠	١.٨٩	أقل من ساعة
	%	٤٥.٧	١١.٣	١.٣	٠.٣	٩٤١			
٢	القنوات التلفزيونية المحلية الخاصة	ك	٨٢٢	٢٢٧	٣٠	١١٨٩	٣.٢٥	٢.٠٤	٦ ساعات فأكثر
	%	٣٦.٢	١٠	١.٣	٠.٢	٤			
٣	الراديو المحلي الحكومي	ك	٨٠٥	١٤١	٤٩	٤	٣.٣٩	٢.٢٠	لا أتعرض لها
	%	٣٥.٤	٦.٢	٣	٠.٢	١٢٧٣			
٤	الراديو المحلي الخاص	ك	٦٧٦	١٤٢	٣٢	٢٣	٣.٥٨	١.٨٤	لا أتعرض لها
	%	٢٩.٨	٦.٣	١.٤	١	١٣٩٩			
٥	الصحف والجرائد المحلية الحكومية	ك	٧٨٥	١١٣	٢٢	٣١	٣.٤٤	١.٤٩	لا أتعرض لها
	%	٣٤.٦	٥	١	١.٤	١٣٢١			
٦	الصحف والجرائد المحلية الخاصة (عربي)	ك	٦٨٤	١٢٦	٢١	١٦	٣.٦٠	١.٨٥	لا أتعرض لها
	%	٣٠.١	٥.٥	٠.٩	٠.٧	١٤٢٥			
٧	الصحف والجرائد المحلية الخاصة (انجليزي)	ك	٥٣٠	١٠٤	٦٧	١٦	٣.٨٦	١.٧٦	لا أتعرض لها
	%	٢٣.٣	٤.٦	٢.٩	٠.٧	١٥٥٥			
٨	المجلات المحلية الحكومية	ك	٤١٤	١٥٦	٤٥	٧	٤.٠٢	١.٣٦	لا أتعرض لها
	%	١٨.٢	٦.٩	٢	٠.٣	١٦٥٠			
٩	المجلات الحكومية الخاصة	ك	٥٤٢	٩٦	٨٠	٥٧	٣.٨٢	١.٧٣	لا أتعرض لها
	%	٢٣.٩	٤.٢	٣.٥	٢.٥	١٤٩٧			
١٠	الانترنت (مواقع الكترونية)	ك	٣٩٨	٦٠٦	٦٩١	٥٢٧	٢.٦٦	١.٠٨	٦-٣ ساعات
	%	١٧.٥	٢٦.٧	٣٠.٤	٢٣.٢	٥٠			
١١	وسائل التواصل الاجتماعي	ك	٢١٣	٤٦٦	٨٨٧	٦٩٢	٢.٩٢	٠.٩٥	٦-٣ ساعات
	%	٩.٤	٢٠.٥	٣٩	٣٠.٥	١٤			

جدول رقم (١١) النسب الإجمالية لمعدل التعرض لوسائل الإعلام

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	حسب الظروف	شهرياً	أسبوعياً	يوميّاً	معدل التعرض
يوميّاً	١,٢٧	٢,٠٥	٦١٩	٣٦	٤٥٨	١١٥٩	التكرار
			٢٧,٢	١,٦	٢٠,٢	٥١	النسبة المئوية %

الرسم البياني رقم (٨) المعدل الإجمالي لتعرض الطلاب لوسائل الإعلام



بدراسة وتحليل محتويات الجدولين (٨) و(٩) اللذين يوضحان المعدل اليومي لتعرض الطلبة لوسائل

الإعلام، يتبين ما يلي:

تعد وسائل التواصل الاجتماعي، والمواقع الإلكترونية أكثر الوسائل التي يتعرض لها الطلبة على الترتيب،

حيث تأتي وسائل التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى تلتها المواقع الإلكترونية في فترة من ٣ الى ٦

ساعات، وهو معدل مرتفع

يأتي في المرتبة الثانية والثالثة على الترتيب القنوات التلفزيونية المحلية الخاصة بمعدل من ٣-٦ ساعات

يومية للقنوات المحلية الخاصة، و بمعدل أقل من ساعة يوميا للقنوات التلفزيونية الحكومية

فيما عدا ما سبق تكون النسبة الأكبر في اتجاه عدم التعرض في كافة وسائل الإعلام المدرجة في الجدول

السابق، وهي كالتالي من الأكبر الى الأصغر في عدم التعرض على الترتيب: مجلات حكومية محلية، صحف

ومجلات حكومية إنجليزي، مجلات حكومية خاصة، صحف وجرائد خاصة عربي، راديو خاص، صحف

وجرائد حكومية، راديو حكومي.

جاء المعدل اليومي للتعرض لوسائل الإعلام في المرتبة الأعلى بنسبة ٥١٪ مقابل ضعف التعرض

الشهري لوسائل الإعلام بنسبة ١,٦٪.

ومما سبق يتضح لنا أن وسائل الإعلام الإلكترونية تحظى بدرجة متابعة أعلى من الوسائل التقليدية من

قبل الشباب الجامعي العماني، حيث تتصدر مواقع التواصل هذه الوسائل يليها المواقع الإلكترونية، نظرا لما

تتمتع به هذه الوسائل من تفاعلية وحوار بين القارئ بالاتصال والمستخدمين، على عكس الوسائل التقليدية

التي تتميز بالخطية في الاتصال من المرسل إلى المستقبل مع وجود تفاعلية بدرجة قليلة في بعض البرامج

التلفزيونية والإذاعية التي توفر بعض الوسائل الداعمة للتفاعل مثل التواصل مع مقدمي البرامج عبر التلفون

أو البريد الإلكتروني أو مواقع التواصل الاجتماعي أو عبر وسائل أخرى.

٤,٤ تأثير وسائل الإعلام على القضايا المساهمة في تشكيل الوعي الاجتماعي

يحقق هذا المحور الهدف الثاني في الدراسة، ويجب عن التساؤل الذي ينص على: هل تؤثر وسائل

الإعلام على القضايا التي تساهم في تشكيل الوعي الاجتماعي؟ ولتحقيق ذلك يعرض الجدول رقم

(١٢) تأثير وسائل الإعلام في القضايا التي تساهم في تشكيل الوعي الاجتماعي.

جدول رقم (١٢) تأثير وسائل الإعلام على القضايا التي تساهم في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الطلبة العمانيين

م	الوسيلة	وسائل الاعلام المحلية	وسائل الاعلام الخاصة	وسائل الانترنت	وسائل التواصل الاجتماعي	الاتجاه
١	تؤكد وسائل الاعلام حرية الرأي والديمقراطية	١٣٤	١١٢	١٥٤٣	٤٨٣	الانترنت
		%	٥.٩	٤.٩	٢١.٣	
٢	تعزيز وسائل الاعلام قيم المساواة في المشاركة الاجتماعية	٥٧	١١٢	١٨٨٦	٢١٧	الانترنت
		%	٢.٥	٤.٩	٩.٦	
٣	تساعد على الاختيار الحر لأعضاء المجالس التشريعية	٦٥	٤٦٩	٦٢١	١١١٧	وسائل التواصل
		%	٢.٩	٢٠.٦	٤٩.٢	
٤	الفساد الإداري والمالي بالسلطنة	٢٢١	٣٤٣	٦٠٨	١١٠٠	وسائل التواصل
		%	٩.٧	١٥.١	٢٦.٨	
٥	تقديم القضايا المهمة للشباب العماني	١٨٦	٣٥٥	١١٣٨	٥٩٣	الانترنت
		%	٨.٢	١٥.٦	٥٠.١	
٦	تنمية الانتماء وخدمة المصلحة الوطنية	١١٣١	٤٤٥	٤٤٥	٢٥١	اعلام محلية
		%	٤٩.٨	١٩.٦	١٩.٦	
٧	السلوكيات والاخلاقيات ونشر الوعي	٧٥٤	٥٦١	٥٨٨	٣٩٩	اعلام محلية
		%	٣١.٩	٢٤.٧	٢٥.٩	

بدراسة وتحليل محتويات الجدول (١٢) الذي يوضح تأثير وسائل الإعلام على القضايا التي تشكل الوعي

الاجتماعي لدى الطلبة، يتبين ما يلي:

تعد وسائل التواصل الاجتماعي، هي الأكثر تأثيراً في الاختيار الحر لأعضاء المجلس التشريعية، وتناول

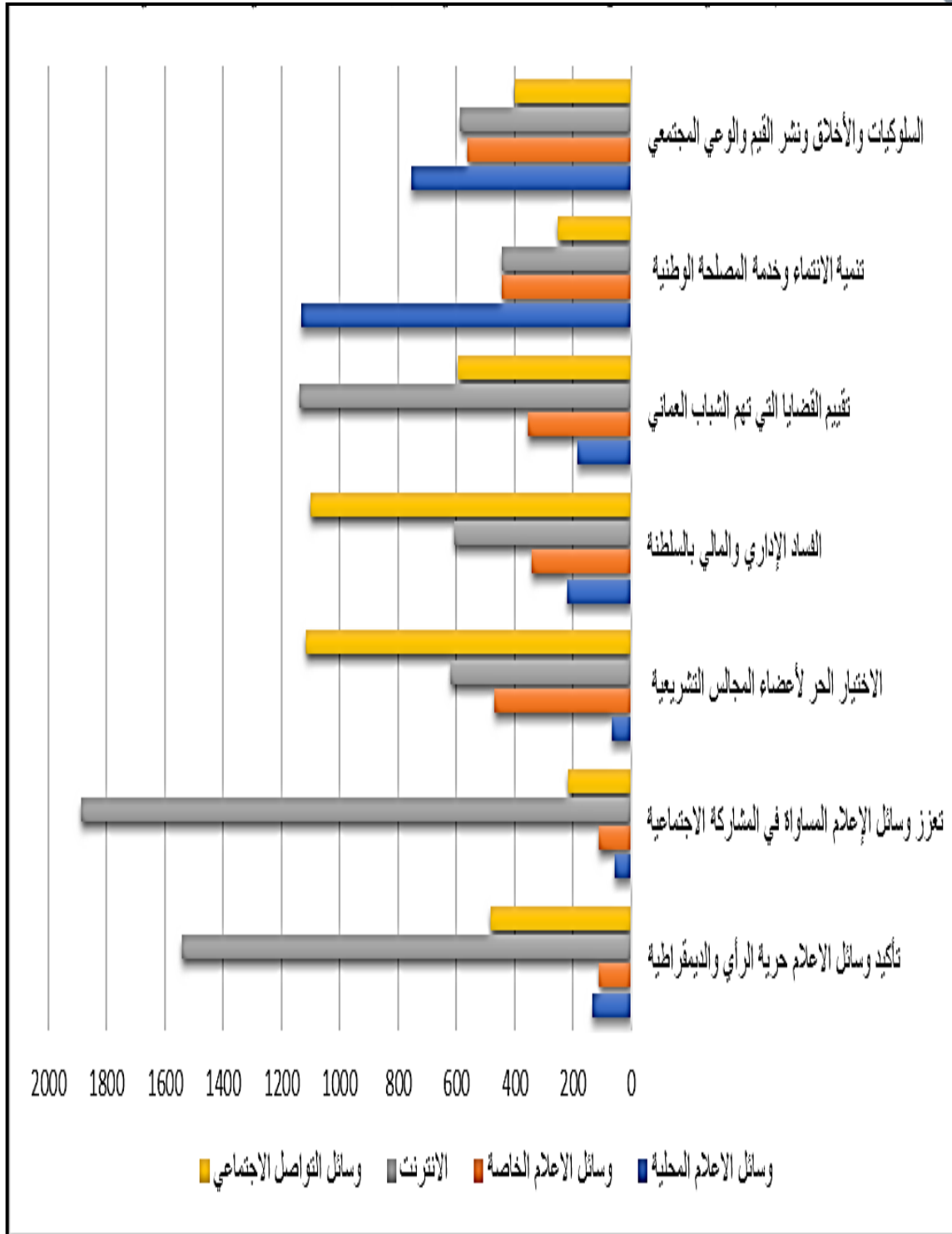
قضايا الفساد المالي والإداري بالسلطنة، يليها الإنترنت، ثم قنوات الإعلام الخاص والحكومي على الترتيب.

وهي نتيجة طبيعية حيث تتيح مواقع التواصل للفرد حرية التعبير في قضايا مالية وإدارية ترفض وسائل الإعلام التقليدية الخوض.

إن الإنترنت هو الوسيلة الأكثر تأثيراً في التأكيد على الحرية والديمقراطية، وتعزيز قيم المساواة في المشاركة الاجتماعية، وتقديم القضايا المهمة للشباب العماني يليها وسائل التواصل الاجتماعي، بمعنى أن وسائل الإعلام الجديدة ممثلة في المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي قد ساهمت بدرجة أعلى في تحقيق ديمقراطية الاتصال والتشارك الاجتماعي في القضايا التي تمه الفرد والمجتمع.

تصدت وسائل الإعلام المحلية في التأثير على تنمية السلوكيات والأخلاقيات والانتماء وبث المصلحة الوطنية، يليها الإنترنت، ثم وسائل الإعلام الخاصة، فيما حلت مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأخيرة؛ نظراً لعدم وجود ضوابط حاكمة على هذه المواقع توجهها لمناقشة وتناول القضايا والسلوكيات التي تعزز الأخلاقيات الحميدة، وروح الإنتماء للوطن. والشكل الأتي يوضح المفاضلة بين تأثير وسائل الإعلام على القضايا التي تسهم في تشكيل الوعي الاجتماعي.

الرسم البياني رقم (٩) تأثير وسائل الإعلام على القضايا المساهمة في تشكيل الوعي الاجتماعي



٥,٤ مساهمة الإعلام في تعزيز المستوى الثقافي تجاه القضايا الاجتماعية

يحقق هذا المحور الهدف الثالث في الدراسة، ويجب عن التساؤل الثالث، الذي ينص على: ما درجة مساهمة

الإعلام في تعزيز المستوى الثقافي تجاه القضايا الاجتماعية؟ ويُطبق جزئية من نظرية الاتصال الثقافي، حيث

يستهدف معرفة دور وسائل الإعلام في تعزيز المستوى الثقافي تجاه بعض القضايا.

جدول رقم (١٣) مساهمة الإعلام في تعزيز المستوى الثقافي تجاه القضايا الاجتماعية

م	الوسائل	الإعلام المحلية	الإعلام الخاصة	الانترنت	التواصل الاجتماعي	الاتجاه
١	الزواج والطلاق	٣٩١	٤٥٣	٣٤٤	١٠٨٤	وسائل التواصل
		١٧,٢	١٩,٩	١٥,١	٤٧,٧	%
٢	العنف والتطرف الديني	٢٢٧	٥٨٦	٨١٩	٦٤٠	الانترنت
		١٠	٢٥,٨	٣٦	٢٨,٢	%
٣	العنف والتطرف السياسي	٥٢	٣٤٣	١٥٢٠	٣٥٧	الانترنت
		٢,٣	١٥,١	٦٦,٩	١٥,٧	%
٤	الإدمان والمخدرات	١٣٩٦	٤٦٠	١٩٣	٢٢٣	وسائل اعلام محلية
		٦١,٤	٢٠,٢	٨,٥	٩,٨	%
٥	مشاكل الشباب والمراهقين	١٩٩	٢١٢	٢٥٥	١٦٠٦	وسائل التواصل
		٨,٨	٩,٣	١١,٢	٧٠,٧	%
٦	الفساد المالي	٢٩٩	٧٥٧	٧٦٤	٤٥٢	الانترنت
		١٣,٢	٣٣,٣	٣٣,٦	١٩,٩	%
٧	الصحة	١٢٠١	٤٠١	٣٦٩	٣٠١	وسائل اعلام محلية
		٥٢,٩	١٧,٦	١٦,٢	١٣,٢	%
٨	السحر والشعوذة	٦٩	١٢٠	١٩٠٤	١٧٩	الانترنت
		٣	٥,٣	٨٣,٨	٧,٩	%
٩	الوساطة والمحابة	٣٧٠	٢٨٥	٤٩٦	١١٢١	وسائل التواصل
		١٦,٣	١٢,٥	٢١,٨	٤٩,٣	%
١٠	الاحلال الاجتماعي والأخلاقي	١٠٣	٢٢٤	٧٣٦	١٢٠٩	وسائل التواصل
		٤,٥	٩,٩	٣٢,٤	٥٣,٢	%
١١	التوظيف والبحث عن عمل	٩٧٢	٨٤٨	٣٣٣	١١٩	وسائل اعلام محلي
		٤٢,٨	٣٧,٣	١٤,٧	٥,٢	%
١٢	الترباط الاسري	٥١٢	١٣١٢	٣٣٠	١١٨	وسائل اعلام خاص
		٢٢,٥	٥٧,٧	١٤,٥	٥,٢	%
١٣	العلاقات الجنسية	٨٣	٢٥٥	١٨٥٥	٧٩	الانترنت
		٣,٧	١١,٢	٨١,٦	٣,٥	%
١٤	التفسير الخاطى للدين	١٦٧٢	٢٢٧	٢٤٤	١٢٩	وسائل اعلام محلي
		٧٣,٦	١٠	١٠,٧	٥,٧	%
١٥	التراث	١٧٠٠	٢٣٥	٢٣٩	٩٨	وسائل اعلام محلي
		٧٤,٨	١٠,٣	١٠,٥	٤,٣	%
١٦	الاحاد	٧٦١	٤٤٨	١٠٠٢	٦١	الانترنت
		٣٣,٥	١٩,٧	٤٤,١	٢,٧	%

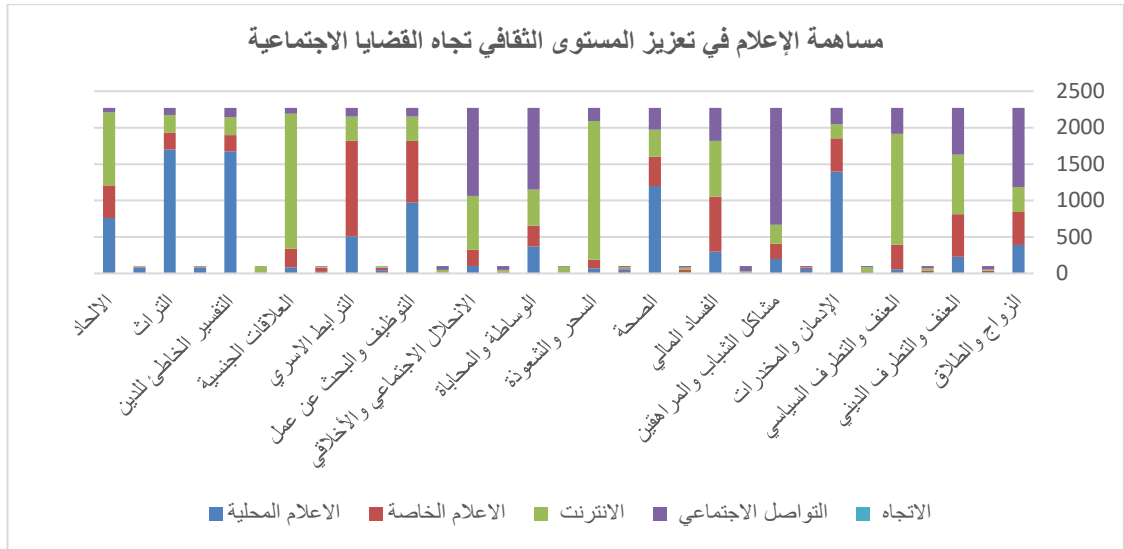
من خلال دراسة وتحليل محتويات الجدول (١٣) الذي يوضح أهم القضايا الاجتماعية،
يتبين ما يلي:

تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي هي الأكثر تأثيراً في القضايا المتعلقة بالعلاقات العاطفية والأسرية وعلاقات الأصدقاء، مثل: قضايا الزواج والطلاق، ومشاكل الشباب والمراهقين، والوساطة والمحابة، وتناول قضايا الانحلال الأخلاقي والاجتماعي.

كان الإنترنت هو الأكثر تأثيراً في قضايا العنف الديني والسياسي، والفساد المالي، والسحر والشعوذة، والترابط الأسري، والإلحاد من وجهة نظر الطلبة.

تركز وسائل الإعلام الحكومية على القضايا الخدمية مثل قضايا الصحة، والتوظيف والبحث عن عمل، كما تركز على معالجة بعض القضايا التي قد تسبب مشاكل اجتماعية تؤثر على المجتمع بشكل خاص والدولة بشكل عام ومنها قضايا الإدمان والمخدرات، فضلاً عن تناولها لقضايا التراث باعتبارها إمتداد حضارياً للدولة والمجتمع، والتفسير الخاطئ لفهم الدين باعتباره قضية مجتمعية وقومية في الوقت الحاضر نتيجة الآثار السلبية التي تنعكس على المجتمع نتيجة التفسير الخاطئ للنصوص الدينية، ومنها التطرف والإرهاب والقتل والعنصرية وغيرها.

تناولت وسائل الإعلام الخاصة العديد من القضايا لكن تركيزها بالدرجة الأولى كان على قضايا الترابط الأسري، يليها قضايا التوظيف والبحث عن العمل كقضية اقتصادية، ثم قضية الفساد المالي كقضية اقتصادية وإدارية .

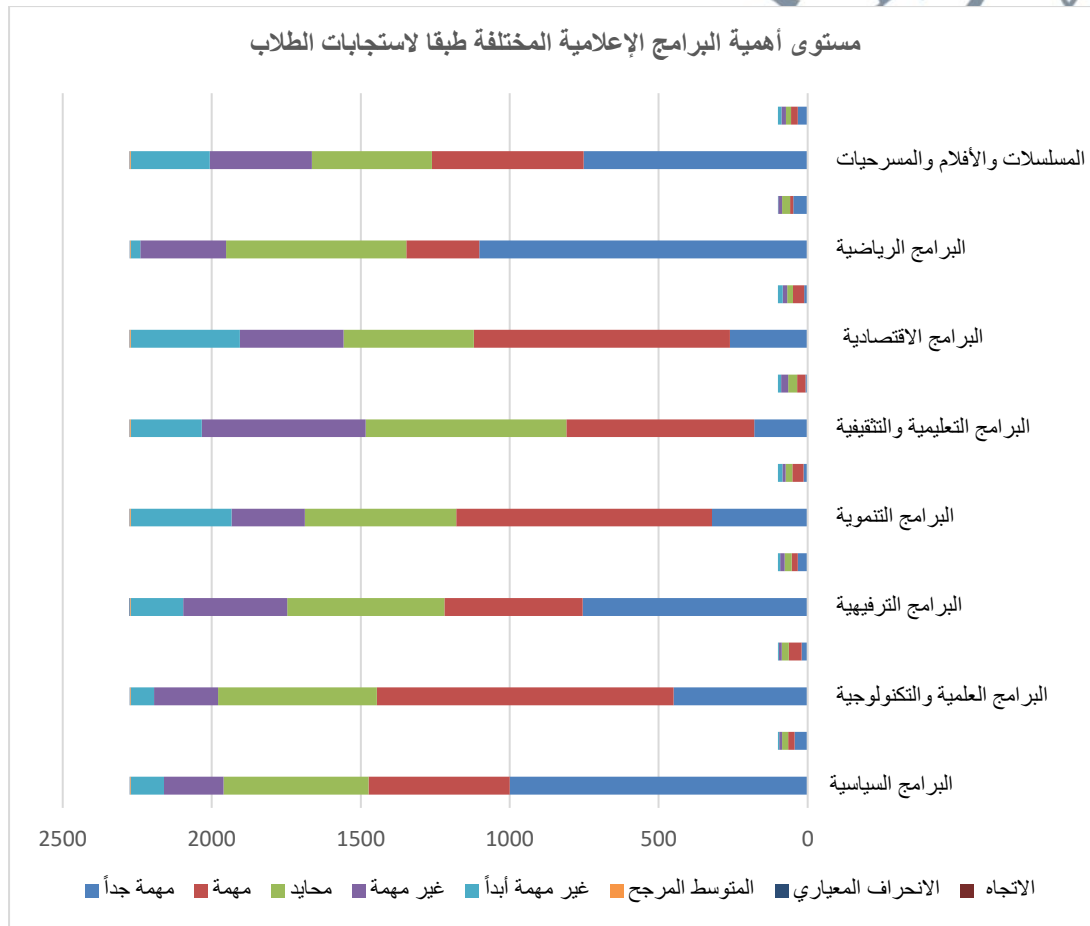


الرسم البياني رقم (١٠) يوضح مساهمة الإعلام في تعزيز المستوى الثقافي تجاه القضايا الاجتماعية ٦,٤ أهم البرامج الإعلامية المختلفة التي تقدم قضايا الشباب.

جدول رقم (١٤) أهم البرامج الإعلامية المختلفة التي تقدم قضايا الشباب

م	الوسيلة	مهمة جداً	مهمة	محايد	غير مهمة	غير مهمة أبداً	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه
١	البرامج السياسية	ك	١٠٠٠	٤٧٤	٤٨٦	٢٠٠	١١٢	٢.١٠	مهمة جداً
		%	٤٤.١	٢٠.٨	٢١.٤	٨.٨٠	٤.٩		
٢	البرامج العلمية والتكنولوجية	ك	٤٥٠	٩٩٦	٥٣٣	٢١٥	٧٨	٢.٣٣	مهمة
		%	١٩.٨	٤٣.٨	٢٣.٥	٩.٥	٣.٤		
٣	البرامج الترفيهية	ك	٧٥٥	٤٦٤	٥٢٨	٣٤٩	١٧٦	٢.٤٤	مهمة جداً
		%	٣٣.٢	٢٠.٤	٢٣.٢	١٥.٤	٧.٧		
٤	البرامج التنموية	ك	٣٢١	٨٥٨	٥٠٨	٢٤٧	٣٣٨	٢.٧٥	مهمة
		%	١٤.١	٣٧.٨	٢٢.٤	١٠.٩	١٤.٩		
٥	البرامج التعليمية والتثقيفية	ك	١٧٩	٦٣١	٦٧٣	٥٥٠	٢٣٩	٣.٠٢	محايد
		%	٧.٩	٢٧.٨	٢٩.٦	٢٤.٢	١٠.٥		
٦	البرامج الاقتصادية	ك	٢٦١	٨٥٩	٤٣٨	٣٤٨	٣٦٦	٢.٨٧	مهمة
		%	١١.٥	٣٧.٨	١٩.٣	١٥.٣	١٦.١		
٧	البرامج الرياضية	ك	١١٠٢	٢٤٥	٦٠٥	٢٨٨	٣٢	٢.١٩	مهمة جداً
		%	٤٨.٥	١٠.٨	٢٦.٦	١٢.٧	١.٤		
٨	المسلسلات والأفلام والمسرحيات	ك	٧٥٢	٥٠٩	٤٠٣	٣٤٣	٢٦٥	٢.٧٦	مهمة جداً
		%	٣٣.١	٢٢.٤	١٧.٧	١٥.١	١١.٧		

بدراسة وتحليل محتويات الجدول (١٤) الذي يوضح أهم البرامج التي يراها الشباب مهمة، يتبين ما يلي: يعتبر الطلبة أن كل من البرامج السياسية، والرياضية، والترفيهية، والأفلام والمسلسلات والمسرحيات من أهم المواد الإعلامية، وكان اتجاه الاستجابة "مهمة جداً". وتعتبر البرامج العلمية والتكنولوجية، والتنمية، والاقتصادية مهمة بالنسبة للشباب. جاءت البرامج التعليمية والتثقيفية في الاتجاه المحايد لمتابعة الشباب لها، ولكن يتلوها في النسبة أنها مهمة، ومن ثم فهم لا يتجاهلون هذه النوعية من البرامج، ولكنها لا تعتبر من بين أولوياتهم. وفيما يلي رسم بياني يعرض مقارنة بين مستوى أهمية البرامج الإعلامية من وجهة نظر الشباب الجامعي العماني .



الرسم البياني رقم (١١) يوضح أهم البرامج الإعلامية المختلفة التي تقدم قضايا الشباب

٧,٤ دور وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث الثقافي المتمثل في القيم، والمعايير، والتقاليد

الاجتماعية

يحقق هذا المحور الهدف الرابع في الدراسة، ويجيب عن التساؤل الرابع، الذي ينص على: ما التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث الثقافي من وجهة نظر الشباب الجامعي؟ ويطبق هذا المحور جزئية مهمة من نظرية الاتصال الثقافي، وهي تأثير وسائل الإعلام في نقل التراث الثقافي وتعزيزه.

جدول رقم (١٥) دور وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث الثقافي

الدور	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق أبداً	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه
يعمل الإعلام على نقل التراث الاجتماعي	ك	٥٠,٤	٩٤٥	٤٧٢	١٨١	١٧٠	١,٩٠	أوافق
	%	٢١,١	٣٩,٦	١٩,٨	٧,٦	٧,١		
يسهم الإعلام في إضعاف الترابط الأسري	ك	٤٢,٨	٧٦٣	٩٥٩	٢٧	٩٥	٢,٦٥	محايد
	%	١٧,٩	٣٢	٤٠,٢	١,١	٤		
يسهم الإعلام في التوعية بفهم الدين وتنمية الوازع الديني	ك	٧١,١	٤٣٨	٤٢٩	٣٢٧	٣٦٧	٣,٠٤	أوافق بشدة
	%	٢٩,٨	١٨,٤	١٨	١٣,٧	١٥,٤		
يسهم الإعلام في تغيير بعض العادات الاجتماعية المكلفة كالعزائم وبالتالي تقليل الاستهلاك	ك	٧٣,١	٤٢٠	٧٢٨	٢٩٤	٩٩	٣,١٠	أوافق بشدة
	%	٣٠,٦	١٧,٦	٣٠,٥	١٢,٣	٤,١		
تعتبر وسائل الاعلام هي المسؤولة عن الكثير من الانحرافات الاجتماعية	ك	٤٧,٢	٣١٧	٨٤١	٤٦١	١٨١	٢,٥٤	محايد
	%	١٩,٨	١٣,٣	٣٥,٢	١٩,٣	٧,٦		

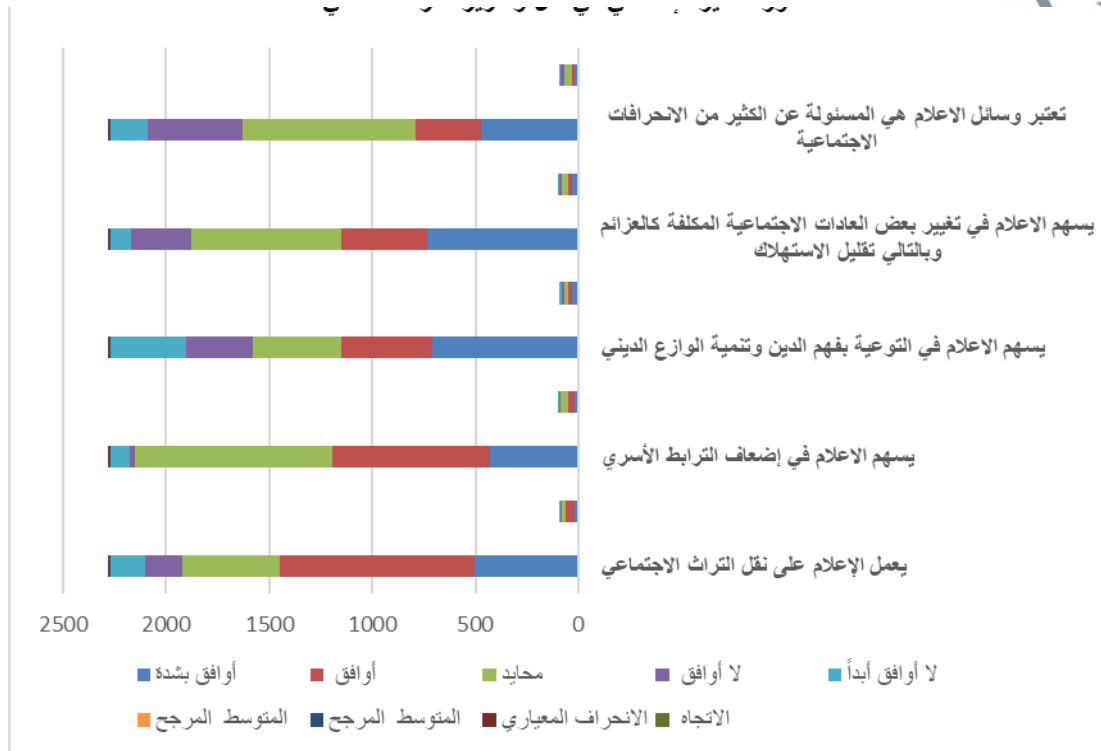
وبدراسة وتحليل محتويات الجدول (١٥) الذي يوضح دور وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث، يتبين

لنا ما يلي:

يعتبر تغيير العادات الاجتماعية السلبية، والتوعية بفهم الدين وتنمية الوازع الديني هي أكثر الأدوار التي يسهم فيها الإعلام كما يراها أفراد العينة. ويأتي في المرتبة التالية دور الإعلام في نقل التراث الاجتماعي يقف أفراد العينة بشكل محايد من أن لوسائل الإعلام دوراً في إضعاف الترابط الأسري، والتأثير السلبي للانحرافات الاجتماعية، على الرغم من أن التأثير التالي في اتجاه الموافقة، ومن ثم فهو اتجاه محايد في اتجاه

تأكيد الدور السلبي في هذه النقاط، رغم أهمية الدور الإيجابي لوسائل الإعلام. والشكل الآتي يوضح بشكل

أوضح دور وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث الثقافي.



الرسم البياني رقم (١٢) يوضح دور وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث الثقافي

٨,٤ تأثير الإعلام في عملية تشكيل الوعي الاجتماعي على مستوى المعرفة والوعي بالقضايا

الاجتماعية من وجهة نظر الطلاب

يحقق هذا المحور الهدف الخامس في الدراسة، ويجب عن التساؤل الخامس، الذي ينص على: ما دور وسائل

الإعلام في عملية تشكيل الوعي الاجتماعي على مستوى المعرفة والوعي بالقضايا الاجتماعية؟

وتوضح الجداول من (١٦) إلى (١٩) النتائج المتعلقة بالإجابة عن هذا التساؤل:

جدول رقم (١٦) تأثير وسائل الإعلام المحلية على مستوى المعرفة والوعي بالقضايا الاجتماعية

م	الوسيلة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق أبداً	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه
١	مدى فاعلية وسائل الإعلام المحلية في زيادة الوعي الاجتماعي	ك	٧٥١	٦٩٣	٥١٣	١٦١	١٥٤	٢,٩٠	أوافق بشدة
		%	٣٣,١	٣٠,٥	٢٢,٦	٧,١	٦,٨		
٢	تحتاج وسائل الإعلام المحلية لوسائل أخرى مساندة لنشر الوعي الاجتماعي	ك	٥١٩	٨٠٩	٥٠٤	٣٩٧	٤٣	٣,٤٦	أوافق
		%	٢٢,٨	٣٥,٦	٢٢,٢	١٧,٥	١,٩		
٣	تسهم المناهج الدراسية في زيادة الوعي بالقوانين داخل السلطنة	ك	٥٥١	٤٤٧	٥٦٦	٣٥٤	٣٥٤	٢,٩٧	محايد
		%	٢٤,٣	١٩,٧	٢٤,٩	١٥,٦	١٥,٦		
٤	التعليم النظامي هو المصدر الرئيسي للوعي الاجتماعي	ك	٦٨٢	٥٣٩	٨٣٩	١٧٠	٤٢	٢,٩٩	محايد
		%	٢٨,٦	٢٢,٦	٣٥,٢	٧,١	١,٨		
٥	تسهم وسائل الإعلام في تنمية ثقافة الإبداع والابتكار	ك	٤٤٥	٢٣٨	٥٩٧	٩١٨	١٨٨	٣,٥	لا أوافق
		%	١٨,٧	١٠	٢٥	٣٨,٥	٧,٩		
٦	تسهم وسائل الإعلام في دعم مبدأ الشورى في الحياة المجتمعية	ك	٤٣٩	١٥٤	١٠٢٠	٣٢٢	٣٣٧	٢,٩٨	محايد
		%	١٨,٤	٦,٥	٤٢,٧	١٣,٥	١٤,١		
٧	تسهم السينما في معرفتي بالقضايا الاجتماعية	ك	٦٣٥	٦٤١	٥٣١	٤٥٣	١٢	٣,٥٢	أوافق
		%	٢٦,٦	٢٦,٩	٢٢,٣	١٩	٠,٥		

بدراسة وتحليل محتويات جدول (١٦) الذي يوضح واقع تأثير وسائل الإعلام المحلية على مستوى المعرفة

والوعي بالقضايا الاجتماعية، يتبين ما يلي:

يوافق أغلب أفراد العينة أن لوسائل الإعلام المحلية دور كبير في زيادة الوعي الاجتماعي، ويأتي بعد

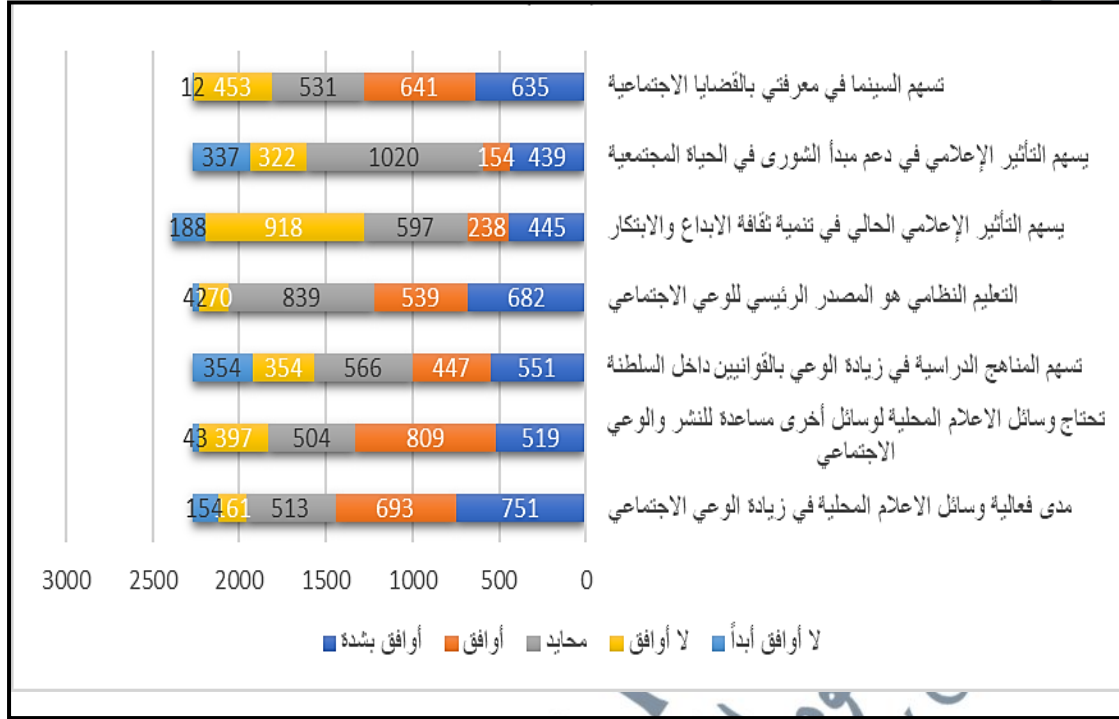
ذلك في نفس اتجاه الموافقة وإن كان بدرجات أقل كل من دور السينما في المعرفة بالقضايا الاجتماعية،

واحتياج وسائل الإعلام المحلية لوسائل أخرى مساندة لنشر الوعي الاجتماعي على الترتيب.

فيما يتعلق بالعلاقة بين الإعلام والتعليم أو المناهج الدراسية تتجه آراء أفراد العينة في اتجاه الحياد

ويليها بعد ذلك الموافقة، مما يشير لأهمية وسائل الإعلام في تفعيل دور المؤسسات التعليمية.

رفض أفراد العينة أن يكون للتأثير الإعلامي الحالي دور في تنمية ثقافة الإبداع والابتكار.



الرسم البياني رقم (١٣) تأثير وسائل الإعلام المحلية على مستوى المعرفة والوعي بالقضايا الاجتماعية

٩,٤ دوافع التعرض لوسائل الإعلام:

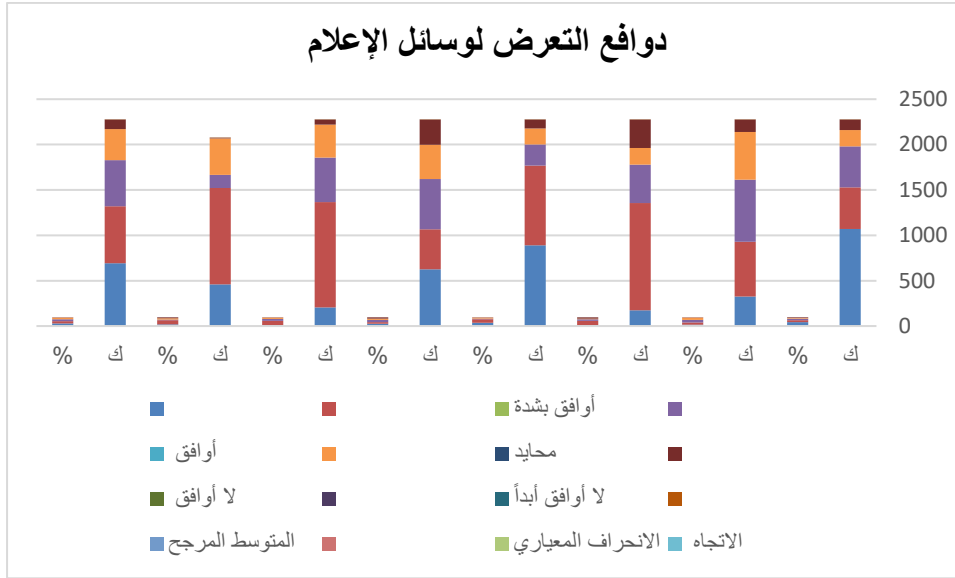
جدول رقم (١٧) دوافع التعرض لوسائل الإعلام

م	الوسيلة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق أبداً	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه
١	متابعة الاحداث المحلية	١٠٧٠	٤٥٨	٤٥٢	١٨١	١١١	٢.٨٢	١.٢٧	أوافق بشدة
		٤٤.٨%	١٩.٢%	١٨.٩%	٧.٦%	٤.٧%			
٢	متابعة الاحداث العربية والعالمية	٣٢٦	٦٠١	٦٨٥	٥٢٨	١٣٢	٣.٠٦	١.٣٨	محايد
		١٣.٧%	٢٥.٢%	٣٠.١%	٢٢.١%	٥.٨%			
٣	تنمية معلوماتي الثقافية والسياسية	١٧٥	١١٨١	٤٢٤	١٨١	٣١١	٢.٦٢	١.٠٧	أوافق
		٧.٣%	٤٩.٥%	١٧.٨%	٧.٦%	١٣%			
٤	زيادة معرفتي في المجالات الدينية	٨٩٠	٨٧٩	٢٣٢	١٧٨	٩٣	٢.٣٢	١.٢٤	أوافق بشدة
		٣٧.٣%	٣٦.٨%	٩.٧%	٧.٥%	٣.٩%			
٥	لمتابعة الرياضة	٦٢٧	٤٤١	٥٥٢	٣٧٦	٢٧٦	٢.٨٨	١.٤٧	أوافق بشدة
		٢٦.٣%	١٨.٥%	٢٣.١%	١٥.٨%	١١.٦%			

أوافق	١.١٢	٢.٩٤	٥٢	٣٦٣	٤٩٢	١١٥٨	٢٠٧	ك	للتسلية والترفيه وتمضية وقت الفراغ	٦
			٢.٢	١٥.٢	٢٠.٦	٤٨.٥	٨.٧	%		
أوافق	١.٢٤	٢.٤٩	٢.٣	٤٠.٤	١٤٥	١٠٦١	٤٥٩	ك	الحصول على معلومات في حياتي العملية	٧
			٨.٥	١٦.٩	٦.١	٤٤.٥	١٩.٢	%		
أوافق بشدة	١.١١	٣.٢٦	١.٣	٣٤.٠	٥١.٠	٦٢٧	٦٩٢	ك	لمتابعة الذوق العام في المأكل والمشرب والملبس	٨
			٤.٣	١٤.٢	٢١.٤	٢٦.٣	٢٩	%		

بدراسة وتحليل محتويات جدول (١٧) الذي يوضح أهم دوافع التعرض لوسائل الإعلام، يتبين الترتيب الآتي: نجد بأن أهم دافع للشباب الجامعي العماني لمتابعة وسائل الإعلام هو متابعة الأحداث المحلية، يليه زيادة المعرفة في المجالات الدينية، ويلاحظ من خلال هذه الدوافع بأنها دوافع نفعية (معرفية)، أي أن الشباب الجامعي العماني يتعرض لوسائل الإعلام بالدرجة الأولى من أجل الحصول على المعرفة، ويهتم بدرجة أكبر بالمعرفة حول الأحداث المحلية أكثر من التركيز على الأحداث العالمية، كما نجد هناك تدين جيد من قبل الشباب الجامعي حيث يتعرض الكثير منهم لوسائل الإعلام لزيادة معارفهم الدينية.

وجاء دافع متابعة الذوق العام في المأكل والملبس والمشرب، ثم متابعة الرياضة، ثم تنمية المعلومات الثقافية، ويأتي الدافع الطقوسي (متابعة وسائل الإعلام للتسلية والترفيه وتمضية الوقت) في مرتبة متأخرة، ما يعني بأن الشباب العماني مهتمين بتنمية معارفهم من خلال وسائل الإعلام بدرجة أعلى من متابعة هذه الوسائل من أجل قضاء وقت الفراغ والتسلية.



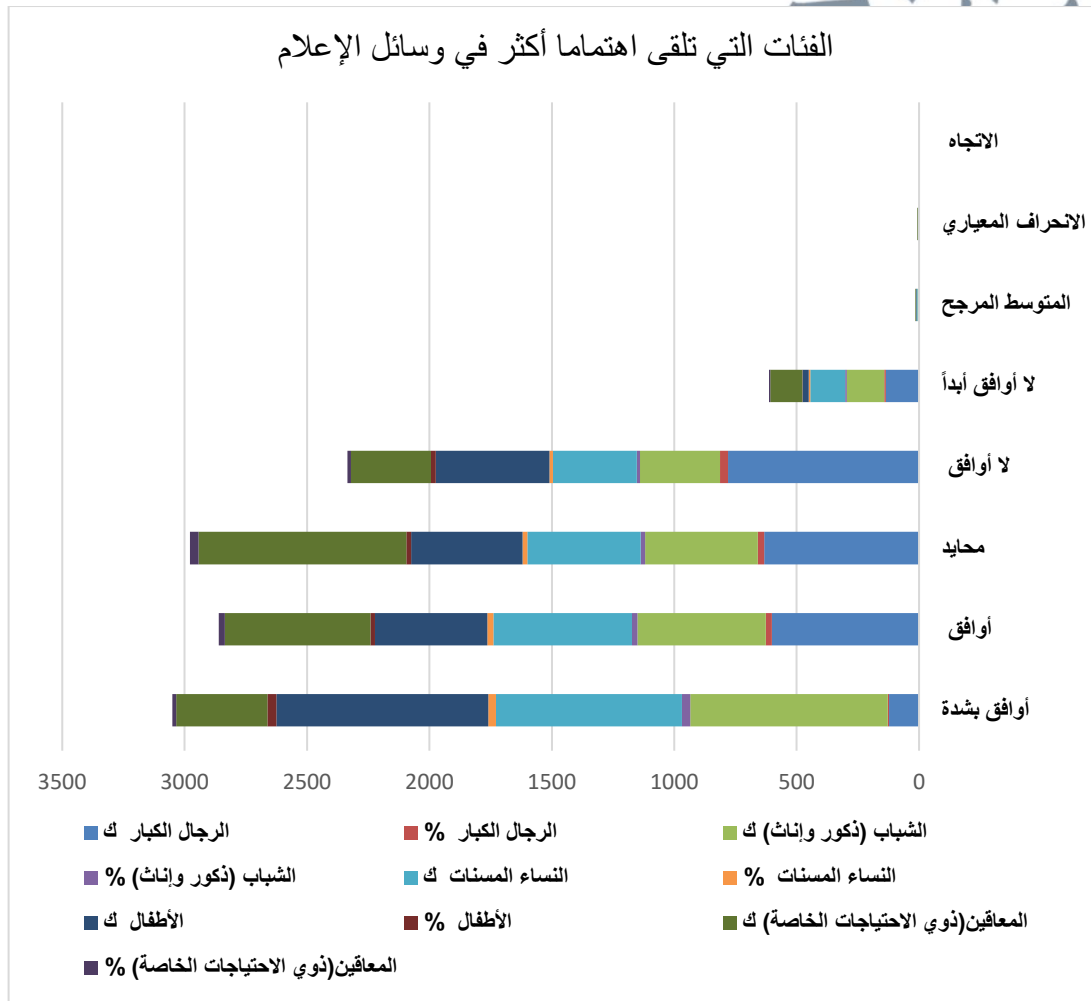
الرسم البياني رقم (١٤) دوافع التعرض لوسائل الإعلام

١٠,٤ الفئات التي تهتم بها وسائل الإعلام:

جدول رقم (١٨) الفئات التي تلقى اهتماما أكثر في وسائل الإعلام

م	الوسيلة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق أبداً	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه
١	الرجال الكبار	ك	١٢٣	٦٠١	٦٣٢	٧٨٠	١٣٦	٣.٧٨	١.٧
		%	٥.٢	٢٥.٢	٢٦.٥	٣٢.٧	٥.٧		
٢	الشباب (ذكور وإناث)	ك	٨٠٧	٥٢٤	٤٦٠	٣٢٧	١٥٤	٢.٧٠	١.١٦
		%	٣٣.٨	٢٢	١٩.٣	١٣.٧	٦.٥		
٣	النساء المسنات	ك	٧٥٩	٥٦٧	٤٦٢	٣٤٢	١٤٢	٣.٠٨	١.٣١
		%	٣١.٨	٢٣.٨	١٩.٤	١٤.٣	٦		
٤	الأطفال	ك	٨٦٦	٤٥٩	٤٥٦	٤٦٥	٢٦	٢.٨٢	١.٣٤
		%	٣٦.٣	١٩.٢	١٩.١	١٩.٥	١.١		
٥	المعاقين (ذوي الاحتياجات الخاصة)	ك	٣٧٢	٥٩٤	٨٤٩	٣٢٧	١٣٠	٢.٩٢	١.٤٤
		%	١٥.٦	٢٤.٩	٣٥.٦	١٣.٧	٥.٤		

بدراسة وتحليل محتويات جدول (١٨) الذي يوضح أكثر الفئات التي تهتم بها وسائل الإعلام، يتبين ما يلي: تأتي فئات الأطفال والنساء والمسنات والشباب في المرتبة الأولى لاهتمام وسائل الإعلام. ولا يوجد اهتمام كافي بفئات ذوي الاحتياجات الخاصة والرجال الكبار (المسنين) من قبل وسائل الإعلام. وهذا يعني بأن وسائل الإعلام تهتم بالفئات المنتجة القادرة على العمل أكثر من الاهتمام بالفئات الأقل إنتاجية ونشاطا في المجتمع.



الرسم البياني رقم (١٥) يوضح نسبة الفئات التي تلقي اهتماما أكثر في وسائل الإعلام

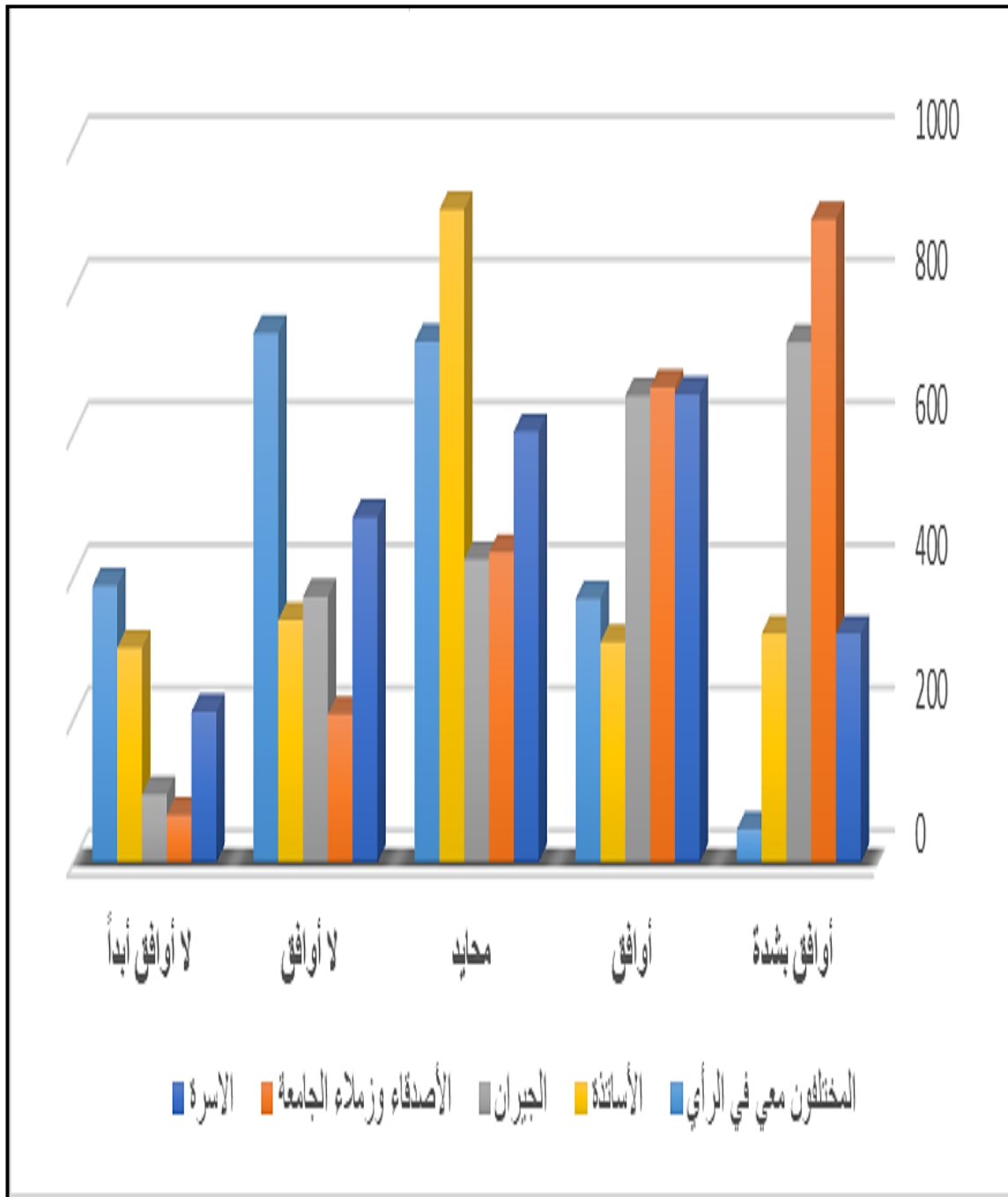
١١,٤ الفئات التي يناقش معها الشباب القضايا الاجتماعية:

جدول رقم (١٩) الفئات التي يمكن معها مناقشة القضايا الاجتماعية التي تتناولها وسائل الإعلام

م	الوسيلة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق أبداً	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه
١	الأسرة	ك	٣٢٠	٦٥٥	٦٠٣	٤٨٣	٢١١	٢.٨٨	أوافق
		%	١٣.٤	٢٧.٥	٢٥.٣	٢٠.٢	٨.٨		
٢	الأصدقاء وزملاء الجامعة	ك	٩٠٠	٦٦٥	٤٣٤	٢٠٧	٦٦	٢.٠٦	أوافق بشدة
		%	٣٧.٧	٢٧.٩	١٨.٢	٨.٧	٢.٨		
٣	الجران	ك	٧٢٨	٦٥٣	٤٢٤	٣٧٢	٩٥	٣.٣٣	أوافق بشدة
		%	٣٠.٥	٢٧.٤	١٧.٨	١٥.٦	٤		
٤	الأساتذة	ك	٣٢٠	٣٠٨	٩١٤	٣٣٩	٣٠٠	٢.٩٧	محايد
		%	١٣.٤	١٢.٩	٣٨.٣	١٤.٩	١٣.٢		
٥	المختلفون معي في الرأي	ك	٤٦	٣٦٩	٧٢٩	٧٤١	٣٨٧	٣.٥٩	لا أوافق
		%	١.٩	١٥.٥	٣٠.٦	٣١.١	١٦.٢		

بدراسة وتحليل محتويات جدول (١٩) الذي يوضح أنسب الفئات التي يمكن المناقشة معهم ما تعرضه وسائل الإعلام من قضايا اجتماعية، يتبين ما يلي:

يعتبر الأصدقاء والزملاء هما أعلى الفئات التي من الممكن أن يتم المناقشة معهم في القضايا الاجتماعية. ويأتي في المرتبة الثانية الأسرة والأساتذة، في حين لا يوجد قبول لفكرة مناقشة من يختلف في الرأي، ومن خلال هذه النتائج نلاحظ بأن الشباب الجامعي العماني أكثر ميولا للنقاش مع الأشخاص المتفق معهم في الرأي ومن تجمعهم بهم علاقة معرفة وقرابة، في الوقت الذي يتهرب من النقاش مع المختلفين معه في الرأي.



الرسم البياني (١٦) الفئات التي يتناقش معها المبحوثون حول القضايا الاجتماعية المثارة في وسائل الإعلام

١٢،٤ المقترحات المساعدة لجعل الإعلام أكثر إيجابية في تشكيل الوعي الاجتماعي

يوضح الجدول رقم (٢٠) أهم المقترحات المساعدة كي تكون وسائل الإعلام أكثر إيجابية في

خدمة المجتمع.

جدول رقم (٢٠) أهم المقترحات المساعدة على أن يكون تأثير الإعلام أكثر إيجابية في تشكيل الوعي

الاجتماعي

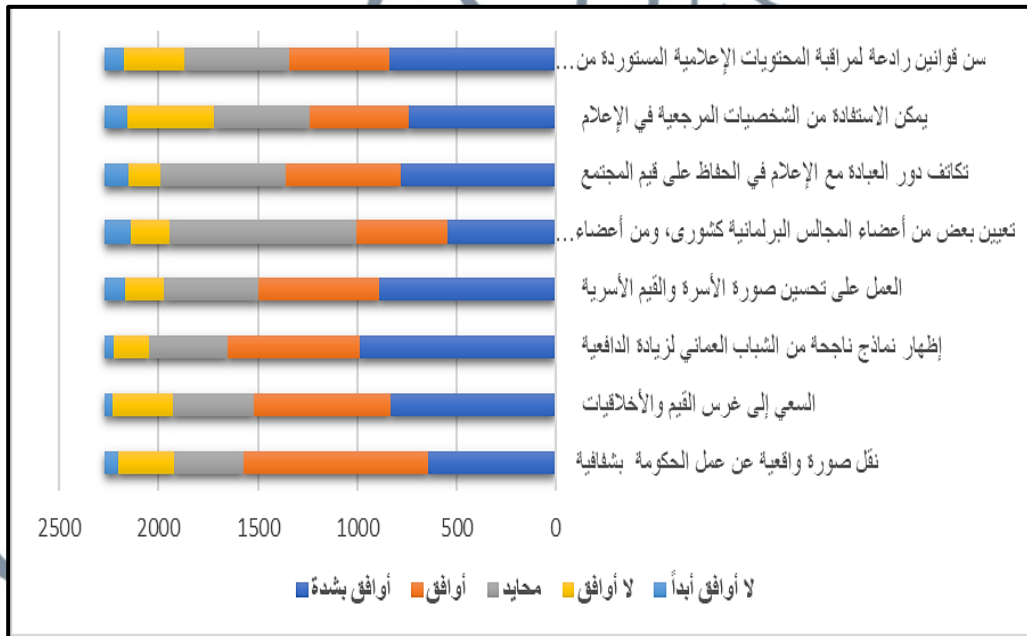
م	المقترح	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق أبداً	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه
١	نقل صورة واقعية عن عمل الحكومة بشفافية	٦٤٣	٩٣١	٣٤٩	٢٨٠	٦٩	٣.٤٧	١.١٤	أوافق
		%	٢٦.٩	٣٩	١٤.٦	١١.٧			
٢	السعي الى غرس القيم والاخلاقيات	٨٣٤	٦٨٧	٤٠٩	٢٩٩	٤٣	٣.٠٥	١.٢٠	أوافق بشدة
		%	٣٥	٢٨.٨	١٧.١	١٢.٥			
٣	إظهار نماذج ناجحة من الشباب العماني لزيادة الدافعية	٩٨٥	٦٦٨	٣٩٧	١٧٥	٤٧	٣.٠١	١.٢٢	أوافق بشدة
		%	٤١.٣	٢٨	١٦.٦	٧.٣			
٤	العمل على تحسين صورة الاسرة والقيم الاسرية	٨٩١	٦٠٤	٤٧٩	١٩٥	١٠٣	٢.٤٢	١.٥٧	أوافق بشدة
		%	٣٧.٣	٢٥.٣	٢٠.١	٨.٢			
٥	تعيين بعض أعضاء المجالس البرلمانية، والصحفيين، وأساتذة الجامعات لمراقبة أداء وسائل الاعلام	٥٤٥	٤٥٩	٩٤١	١٩٣	١٣٤	٣.١٩	١.٢٤	محايد
		%	٢٢.٨	١٩.٢	٣٩.٤	٨.١			
٦	تكانف دور العبادة مع الاعلام في الحفاظ على قيم المجتمع	٧٨٢	٥٧٥	٦٣٥	١٥٩	١٢١	٣.٠٣	١.١١	أوافق بشدة
		%	٣٢.٨	٢٤.١	٢٦.٦	٦.٧			
٧	الاستفادة من الشخصيات المرجعية في الاعلام	٧٣٩	٥٠٢	٤٨١	٤٣٤	١١٦	٢.٥١	١.٤٥	أوافق بشدة
		%	٣١	٢١.١	٢٠.١	١٨.٢			
٨	سن قوانين رادعة لمراقبة المحتويات الإعلامية المستوردة من الدول الأجنبية بمختلف أشكالها	٨٤٠	٥٠٠	٥٢٨	٣٠٦	٩٨	٢.١٨	١.١٧	أوافق بشدة
		%	٣٦.٩	٢١	٢٢.١	١٢.٨			

بدراسة وتحليل محتويات جدول (٢٠) الذي يوضح أهم المقترحات المساعدة على أن يكون تأثير الإعلام أفضل في تقديم رسالته، يتبين ما يلي:

تأتي مقترحات التأكيد على إظهار نماذج ناجحة من الشباب العماني، وتحسين صورة الأسرة والقيم الأسرية أعلى المقترحات في الاتفاق بين أفراد العينة يليها سن القوانين الرادعة للمحتويات الإعلامية المستوردة، والسعي لغرس القيم والأخلاقيات، وتكاتف دور العبادة، والاستفادة من الشخصيات المرجعية بعد ذلك. ويأتي في المرتبة الثانية ضرورة نقل عمل الحكومة بشفافية.

جاء مقترح تعيين بعض من أعضاء المجالس البرلمانية كشورى، ومن أعضاء نقابة الصحفيين، ومن أساتذة الجامعات لمراقبة أداء وسائل الإعلام وتوجيه المنتجين نحو ما يعزز قيم الأسرة والمجتمع في المرتبة الأخيرة من المقترحات التي يمكن أن تساعد وسائل الإعلام على أداء رسالتها وزيادة مساهمتها في تشكيل الوعي الاجتماعي. وفي الشكل الآتي توضيح أكثر لأهم مقترحات المبحوثين في تطوير الرسالة الإعلامية.

الرسم البياني رقم (١٧) أهم المقترحات المساعدة على أن يكون تأثير الإعلام أفضل في تشكيل الوعي الاجتماعي



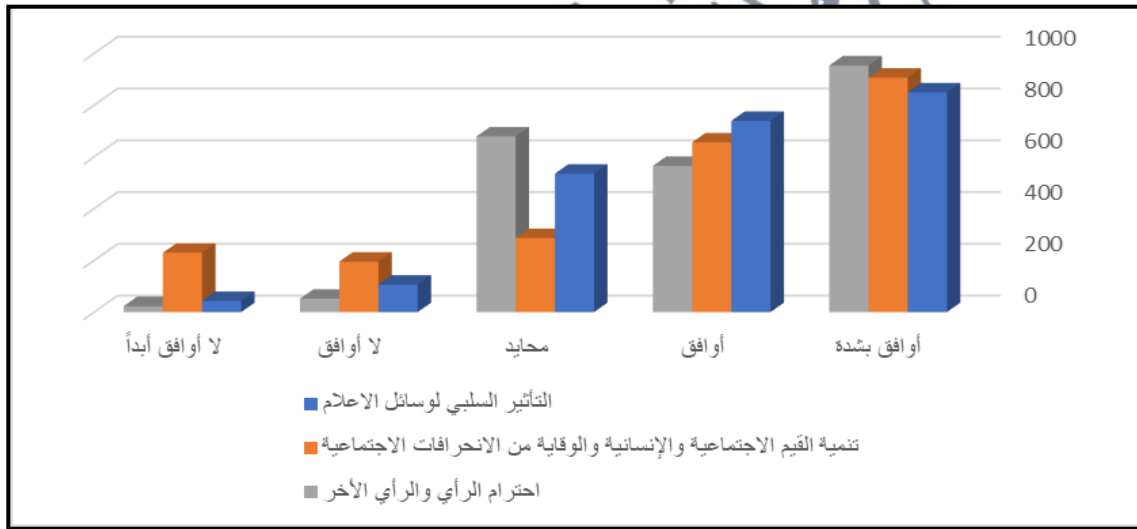
١٣،٤ دور الحوار الأسري في مواجهة التأثير السلبي لوسائل الإعلام:

جدول رقم (٢١) مساهمة الحوار الأسري في التغلب على التأثير السلبي لوسائل الإعلام

م	الأبعاد	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق أبداً	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الاتجاه
١	التأثير السلبي لوسائل الإعلام	ك	٨٤٩	٧٣٩	٥٣٥	١٠٦	٤٣	٢.٧٠	أوافق بشدة
		%	٣٥.٦	٣١	٢٢.٤	٤.٤	١.٨		
٢	تنمية القيم الاجتماعية والإنسانية والوقاية من الانحرافات الاجتماعية	ك	٩٠٦	٦٥٦	٢٨٦	١٩٥	٢٢٩	٢.٣٦	أوافق بشدة
		%	٣٨	٢٧.٥	١٢	٨.٢	٩.٦		
٣	احترام الرأي والرأي الآخر	ك	٩٥٣	٥٦٥	٦٧٩	٥٢	٢٣	١.٩٦	أوافق بشدة
		%	٣٩.٩	٢٣.٧	٢٨.٥	٢.٢	١		

بدراسة وتحليل محتويات الجدول (٢١) الذي يوضح مدى مساهمة الحوار الأسري في التغلب على

التأثير السلبي لوسائل الإعلام، جاءت جميع الأبعاد في اتجاه أوافق بشدة، وهي على الترتيب: احترام الرأي والرأي الآخر، وتنمية القيم الاجتماعية والإنسانية، والوقاية من الانحرافات الاجتماعية، والتقليل من التأثير السلبي لوسائل الإعلام.



الرسم البياني رقم (١٨) مساهمة الحوار الأسري في مواجهة التأثير السلبي لوسائل الإعلام

١٤,٤ وسائل الإعلام الأكثر تأثيراً ومتابعة في قضايا الوعي الاجتماعي

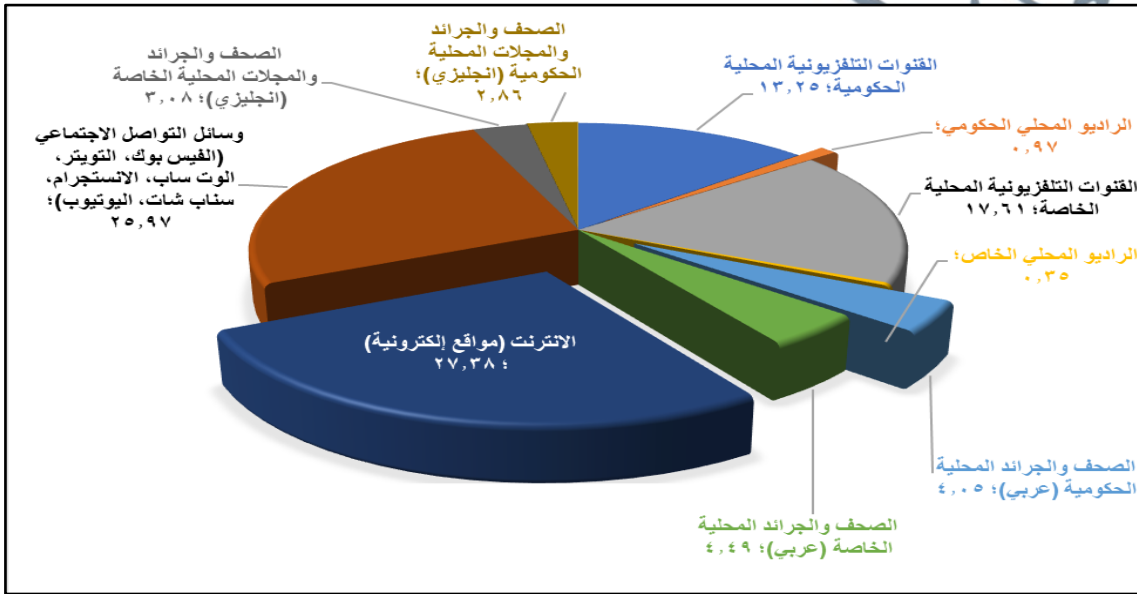
يحقق هذا المحور الهدف السادس في الدراسة، ويجب عن التساؤل السادس، الذي ينص على: ما وسائل الإعلام الأكثر تأثيراً ومتابعة في قضايا الوعي الاجتماعي؟ ويوضح جدول (٢٢) نتائج هذا التساؤل.

جدول رقم (٢٢) وسائل الإعلام الأكثر تأثيرا ومتابعة في القضايا الاجتماعية

م	الوسيلة الإعلامية	التكرار	النسبة المئوية
١	الانترنت (المواقع الالكترونية)	٦٢٢	٢٧,٣٨
٢	وسائل التواصل الاجتماعي	٥٩٠	٢٥,٩٧
٣	القنوات التلفزيونية المحلية الخاصة	٤٠٠	١٧,٦١
٤	القنوات التلفزيونية المحلية الحكومية	٣٠١	١٣,٢٥
٥	الصحف والجرائد والمجلات المحلية الخاصة (عربي)	١٠٢	٤,٤٩
٦	الصحف والجرائد والمجلات المحلية الحكومية (عربي)	٩٢	٤,٠٥
٧	الصحف والجرائد والمجلات المحلية الخاصة (انجليزي)	٧٠	٣,٠٨
٨	الصحف والجرائد والمجلات المحلية الحكومية (انجليزي)	٦٥	٢,٨٦
٩	الراديو المحلي الحكومي	٢٢	٠,٩٧
١٠	الراديو المحلي الخاص	٨	٠,٣٥

من خلال نتائج الجدول السابق، يتضح لنا تصدر وسائل الإعلام الجديد ممثلة في المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الأكثر تأثيرا في القضايا الاجتماعية، وهذه النتيجة يمكن تفسيرها في ضوء طبيعة العينة في هذه الدراسة، وهي عينة الشباب، حيث يعتبر الشباب أكثر الشرائح الاجتماعية تبنيا للوسائل التقنية الحديثة، وبالتالي فإن متابعتهم لهذه الوسائل بدرجة كبيرة كما أوضحتها النتائج السابقة في هذه الدراسة قد جعلتهم يفضلونها ويعتبرونها أكثر تأثيرا في القضايا الاجتماعية، وتشكيل الوعي الاجتماعي.

وتأتي القنوات المحلية الحكومية في المرتبة الثانية في التأثير على القضايا الاجتماعية من وجهة نظر الشباب الجامعي العماني، وهذا يشير إلى ارتباط الشباب بالإعلام الرسمي الحكومي برغم وجود البدائل المتاحة الكثيرة، وقد يعود ذلك إلى وجود بعض البرامج في القنوات الحكومية والجاذبة للشباب والتي تناقش احتياجاتهم. وفيما يلي شكل بياني لتوضيح الوسائل الإعلامية الأكثر تأثيرا في القضايا الاجتماعية من وجهة نظر الشباب.



الرسم البياني رقم (١٩) الوسائل الإعلامية الأكثر تأثيرا ومتابعة في القضايا الاجتماعية

٤-١٥ نتائج تحليل المقابلات الشخصية

توضح الجداول من (٢٣) الى (٢٥) نتائج تحليل المقابلات الشخصية مع التعليق عليها.

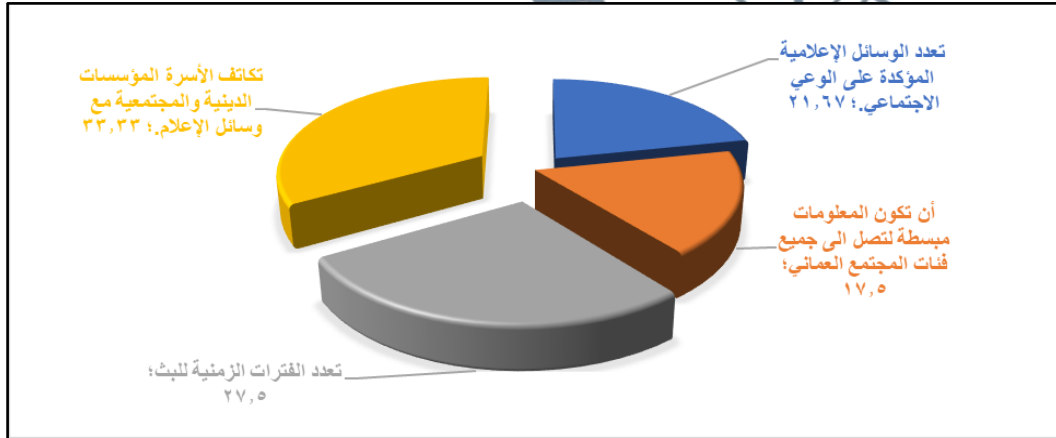
أ/ مقترحات لتعزيز دور وسائل الإعلام في نشر الوعي الاجتماعي

جدول (٢٣) مقترحات لوسائل الإعلام لنشر الوعي الاجتماعي بفاعلية

م	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	تعدد الوسائل الإعلامية المؤكدة على الوعي الاجتماعي.	٢٦	٢١,٦٧
٢	أن تكون المعلومات مبسطة لتصل الى جميع فئات المجتمع العماني	٢١	١٧,٥
٣	تعدد الفترات الزمنية للبث	٣٣	٢٧,٥
٤	تكاتف الأسرة المؤسسات الدينية والمجتمعية مع وسائل الإعلام.	٤٠	٣٣,٣٣
الإجمالي		١٢٠	%١٠٠

وفيما يلي رسم توضيحي لمقترحات وسائل الإعلام لنشر الوعي الاجتماعي

الرسم البياني رقم (٢٠) مقترحات لوسائل الإعلام لنشر الوعي الاجتماعي بفاعلية



وبالنظر الى جدول (٢٣)، يتبين ما يلي:

١- يحتل مقترح تكاتف الأسرة المؤسسات الدينية والمجتمعية مع وسائل الإعلام المرتبة الأولى بنسبة

٣٣,٣٣٪ يليها تعدد الفترات الزمنية للبث بنسبة ٢٧,٥٪. مما يدل على أهمية تكاتف جهات

متعددة في المجتمع مع وسائل الإعلام حتى يحقق هدفه تجاه نشر الوعي الاجتماعي.

٢- ثم يأتي بعد على الترتيب تعدد الوسائل الإعلامية المؤكدة على الوعي الاجتماعي، وتبسيط

المعلومات بنسب ٢١,٦٧٪، ١٧,٥٪.

ب/ أهم القضايا التي تحتاج لمعالجة أكثر من قبل وسائل الإعلام

جدول (٢٤) القضايا التي تحتاج الى معالجة أكبر من جانب وسائل الإعلام

م	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	مناقشة واقع الإعلام وقضايا المرأة والشباب	٣٠	٢٥
٢	أن يتم الاهتمام بفئات الإعاقة المختلفة وتفعيل الدمج وقبول الآخر	٦٣	٥٢,٥
٣	الاهتمام بتحليل لقرارات الحكومة	٢٧	٢٢,٥
	الإجمالي	١٢٠	١٠٠٪

وبدراسة وتحليل محتويات جدول (٢٤)، يتبين ما يلي:

١- احتل الاهتمام بفئات الإعاقة المختلفة وتفعيل الدمج وقبول الآخر المرتبة الأولى في القضايا التي

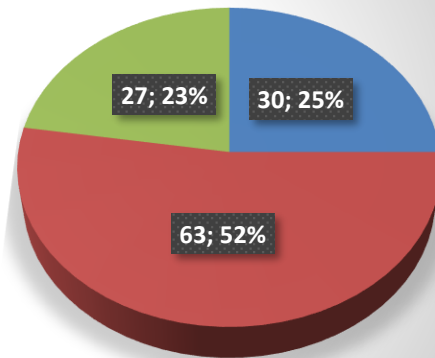
يجب الاهتمام بها بنسبة ٥٢,٥٪.

٢- وتتقارب في المرتبة الثانية كل من: مناقشة واقع الإعلام وقضايا المرأة والشباب، والاهتمام بتحليل

لقرارات الحكومة بنسبة ٢٥٪، ٢٢,٥٪ على الترتيب.

القضايا التي تحتاج الى معالجة أكبر من جانب وسائل الإعلام

- مناقشة واقع الإعلام وقضايا المرأة والشباب
- أن يتم الاهتمام بفئات الإعاقة المختلفة وتفعيل الدمج وقبول الآخر
- الاهتمام بتحليل لقرارات الحكومة



الرسم البياني رقم (٢١) يوضح القضايا التي تحتاج الى معالجة أكبر من جانب وسائل الإعلام

ج/ دور وسائل الإعلام في توفير بيئة جاذبة لمناقشة الآراء والأفكار والأطروحات

جدول (٢٥) مدى إسهام وسائل الإعلام في توفير بيئة إيجابية لمناقشة الآراء والأفكار والأطروحات

م	الاستجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	قبول ما تقدمه وسائل الإعلام في الوقت الراهن	٢٥	٣٠,٨٣
٢	عولمة الإعلام أدت الى وحدة الخطاب والقيم الغربية ضد خصوصيات الدول الأخرى.	٥٨	٤٨,٣٣
٣	هناك اتساع وإثراء في الخطاب	٣٧	٣٠,٨٤
	الإجمالي	١٢٠	%١٠٠

ومن خلال تحليل محتويات الجدول (٢٥)، يتبين ما يلي:

١- احتل عولمة الإعلام أدت الى وحدة الخطاب والقيم الغربية ضد خصوصيات الدول الأخرى المرتبة

الأولى بنسبة ٤٨,٣٣٪، مما يؤكد على أهمية العولمة وأن العالم كله أصبح كقرية صغيرة

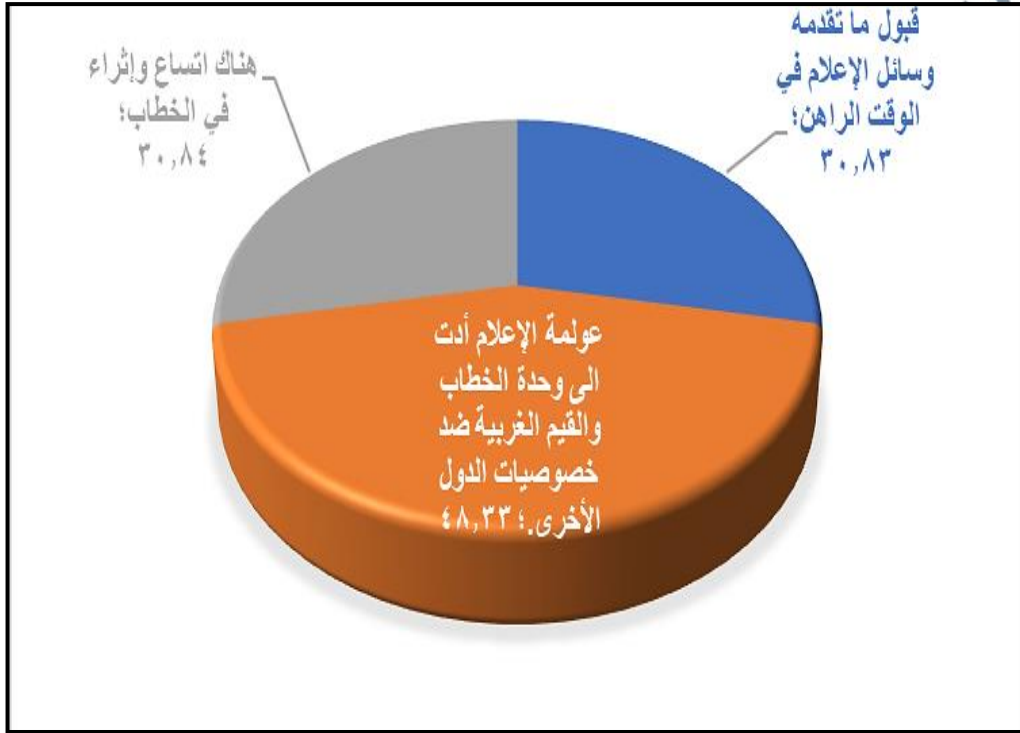
٢- يأتي في المرتبة الثانية قبول أن هناك متسع للجميع، وأن الخطاب الإعلامي بالفعل يحقق ذلك،

بنسبة ٣٠,٨٤.

٣- في حين يأتي في المرتبة الأخيرة قبول ما تقدمه وسائل الإعلام في الوقت الراهن، بنسبة ٣٠,٨٣.

وفيما يلي رسم توضيحي لمدى إسهام وسائل الإعلام في توفير بيئة ايجابية لمناقشة الآراء والأفكار

والأطروحات



الرسم البياني رقم (٢٢) مدى إسهام وسائل الإعلام في توفير بيئة ايجابية لمناقشة الأفكار

١٦,٤ نتائج اختبار فرضيات الدراسة

في هذا المحور من الفصل، نعرض نتائج التحليل الإحصائي الاستدلالي لفروض الدراسة، ونبدأها

بالفرض الأول، كما يلي:

١,١٦,٤ توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير وسائل الإعلام على القضايا التي تساهم في تشكيل

الوعي الاجتماعي تُعزى لاختلاف نوع الوسيلة (تقليدية، جديدة).

لاختبار مدى صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار (Z) لقياس الفرق بين نسبتين، وجاءت النتائج كالآتي:

جدول رقم (٢٦) اختبار (Z) للفرق بين نسبتين لقياس الفروق بين تأثير الوسائل الإعلامية

التقليدية والوسائل الإعلامية الجديدة على القضايا التي تسهم في تشكيل الوعي الاجتماعي

مستوى الدلالة	قيمة (Z)	الوسائل الجديدة		الوسائل التقليدية		الوسائل الإعلامية القضايا
		%	ك	%	ك	
دالة	٠,٠٠١	٨٤,٩٨	٢٠٢٦	١٠,٨	٢٤٦	تأكيد وسائل الاعلام حرية الرأي والديمقراطية
دالة	٠,٠٠١	١٠٩,٣٤	٢١٠٣	٧,٤	١٦٩	تعزير وسائل الاعلام قيم المساواة في المشاركة الاجتماعية
دالة	٠,٠٠١	٤٢,١٢	١٧٣٨	٢٣,٥	٥٣٤	الاختيار الحر لأعضاء المجالس التشريعية
دالة	٠,٠٠١	٣٩,٢٩	١٧٠٨	٢٤,٨	٥٦٤	الفساد الإداري والمالي بالسلطنة
دالة	٠,٠٠١	٤١,٤٥	١٧٣١	٢٣,٨	٥٤١	تقديم القضايا المهمة للشباب العماني
دالة	٠,٠٠١	٢٨,٣٢	٦٩٦	٦٩,٤	١٥٧٦	تنمية الانتماء وخدمة المصلحة الوطنية
دالة	٠,٠٠١	٨,٩٢	٩٨٧	٥٦,٦	١٢٨٥	السلوكيات والاخلاقيات ونشر الوعي

من خلال تفحص نتائج الجدول أعلاه، وقيم اختبار (Z) ودلالاتها الإحصائية، يتضح لنا وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الوسائل الإعلامية التقليدية والوسائل الإعلامية الجديدة في التأثير على القضايا التي تسهم في تشكيل الوعي الاجتماعي من منظور أفراد العينة، حيث جاءت جميع قيم (Z) ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٠١، وهذا يثبت صحة وجود الفروق، وجاءت الفروق في معظم القضايا لصالح وسائل الإعلام الجديدة، أي أن الطلاب يقيمون تأثير وسائل الإعلام الجديدة على تلك القضايا بدرجة أعلى من تأثير وسائل الإعلام التقليدية على نفس القضايا، وباستثناء قضيتين، هما: تنمية الإنتماء وخدمة المصلحة الوطنية، وتعزيز السلوكيات والأخلاقيات، حيث جاءت الفروق في هاتين القضيتين لصالح الوسائل الإعلامية التقليدية، وهذا يشير إلى إن الطلاب يقيمون تأثير وسائل الإعلام التقليدية على قضيتي الإنتماء الوطني، والأخلاقيات بدرجة أعلى من تأثير وسائل الإعلام الجديدة.

٢,١٦,٤ توجد فروق ذات دلالة إحصائية في حجم التعرض لوسائل الإعلام تُعزى لاختلاف المتغيرات

الديمغرافية الأتية: النوع، التخصص، مستوى تعليم الأب، مستوى تعليم الأم.

جدول رقم (٢٧) اختبار (t-test) و تحليل التباين (ANOVA) لقياس الفروق في حجم

التعرض لوسائل الإعلام تبعا لاختلاف المتغيرات الديمغرافية لطلبة

مستوى الدالة		قيمة (T) قيمة (F)	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العينة	المتغير
غير دالة	0.194	T= 1.298	٠,٥٤٠	١,٩٢	١٤١١	ذكور
			٠,٤٦٤	١,٩٥	٨٦١	إناث
دالة	0.001	T= 4.042	٠,٥١٤	١,٩٠	١٣٦٧	علمي
			٠,٥٠٧	١,٩٨	٩٠٥	إنساني
دالة	0.001	F= 23.521	٠,٤٥٢	١,٨٤	٢٩٤	لايقرأ ولا يكتب
			٠,٤٨٨	١,٨٨	١١٣٠	دبلوم
			٠,٥٦٦	٢,٠٦	٦٩٢	جامعي
			٠,٤٣٣	١,٩٥	٢٥٦	دراسات عليا
دالة	0.001	F= 40.543	٠,٤١٣	١,٨٤	٥٢١	لايقرأ ولا يكتب
			٠,٥٠٨	١,٩١	١١٠٧	دبلوم
			٠,٥٨٧	٢,١٣	٥١٥	جامعي
			٠,٣٦٠	١,٧٣	١٢٩	دراسات عليا

من بيانات الجدول السابق يتضح لنا الآتي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في حجم تعرضهم لوسائل الإعلام، حيث بلغت قيمة (T) ١,٢٩٨، وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوية (٠,١٩٤).
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الكليات العلمية وطلاب الكليات الإنسانية في حجم تعرضهم لوسائل الإعلام، حيث بلغت قيمة (T) ٤,٠٤٢، وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى

معنوية أقل من ٠,٠١، وجاءت الفروق لصالح طلاب الكليات الإنسانية، أي أن طلاب الكليات الإنسانية أكثر تعرضاً لوسائل الإعلام من طلاب الكليات العلمية.

● وجود فروق ذات دلالة إحصائية في حجم التعرض لوسائل الإعلام تُعزى لاختلاف مستوى تعليم الأب، حيث بلغت قيمة (F) ٢٣,٥٢١، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠١، وباستخدام اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنة البعدية، كشفت النتائج عن وجود فروق بين فئة الجامعي من جهة وفتي الدبلوم ولايقرأ ولايكتب من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح فئة الجامعي، وهذا يعني بأن الطلاب الذين لدى أبائهم تعليم جامعي أكثر تعرضاً لوسائل الإعلام من الطلاب الذين مستوى تعليم أبائهم أقل (دبلوم أو لايقراً ولايكتب).

● وجود فروق ذات دلالة إحصائية في حجم التعرض لوسائل الإعلام تُعزى لاختلاف مستوى تعليم الأم، حيث بلغت قيمة (F) ٤٠,٥٤٣، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠١، وباستخدام اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنة البعدية، كشفت النتائج عن وجود فروق بين فئة الدراسات العليا من جهة وفتي الجامعي والدبلوم من جهة أخرى، وجاءت الفروق لصالح فتي الجامعي والدبلوم، وهذا يعني بأن الطلاب الذين أمهاتهم تحمل مؤهل دراسات عليا أقل تعرضاً لوسائل الإعلام من الطلاب الذين مستوى تعليم أمهاتهم (جامعي أو دبلوم).

٣,١٦,٤ يؤثر حجم التعرض لوسائل الإعلام، ودوافع التعرض لوسائل الإعلام، وإدراك أهم البرامج الإعلامية في إدراك دور وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث الثقافي.

للتحقق من صحة هذا الفرض من عدمه، تم إجراء اختبار تحليل الإنحدار المتعدد لقياس تأثير المتغيرات المستقلة الأربعة المتمثلة في (حجم التعرض لوسائل الإعلام، ودوافع التعرض النفعية، ودوافع التعرض الطقوسية لوسائل الإعلام، وإدراك المبحوثين لأهم البرامج الإعلامية) في المتغير التابع (إدراك دور

وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث الثقافي). وقبل إجراء بعض الاختبار السابقة لتطبيق الإنحدار

المتعدد، وهي مصفوفة الارتباط بين المتغيرات المستقلة والتابعة، واختبار الارتباطات المشتركة بين

المتغيرات المستقلة.

١. مصفوفة الارتباط بين المتغيرات المستقلة والتابعة.

جدول رقم (٢٨) مصفوفة الارتباط بين حجم التعرض ودوافع التعرض لوسائل الإعلام،

وإدراك أهم البرامج الإعلامية، وإدراك دور وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث الثقافي

إدراك دور وسائل الإعلام في تعزيز التراث الثقافي	إدراك أهمية البرامج الإعلامية	دوافع طقوسية	دوافع معرفية	حجم التعرض لوسائل الإعلام	المتغيرات
.367**	.692**	.424**	.333**	1	حجم التعرض لوسائل الإعلام
.431**	.370**	.372**	1	.333**	دوافع معرفية
.371**	.287**	1	.372**	.424**	دوافع طقوسية
.110**	1	.287**	.370**	.692**	إدراك أهم البرامج الإعلامية
1	.110**	.371**	.431**	.367**	إدراك دور وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث الثقافي

** دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٠١.

من بيانات الجدول السابق يتضح لنا وجود علاقات ارتباطية بين جميع المتغيرات المستقلة (حجم

التعرض لوسائل الإعلام، ودوافع التعرض النفعية، ودوافع التعرض الطقوسية لوسائل الإعلام،

وإدراك أهم البرامج الإعلامية) وبين المتغير التابع إدراك دور وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث

الثقافي، حيث تراوحت قيم معامل الارتباط بين (٠,١١) بين إدراك أهم البرامج الإعلامي وإدراك

دور وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث الثقافي، و ٠,٤٣ بين الدوافع المعرفية لمتابعة وسائل

الإعلام وإدراك دور وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث الثقافي)، وجميع هذه القيم دالة عند

مستوى معنوية أقل من ٠.٠٠١، ووجود هذه العلاقات الارتباطية بين المتغيرات المستقلة وبين المتغير التابع تؤكد سلامة تطبيق اختبار الإنحدار المتعدد الذي يشترط وجود علاقات ارتباطية بين المتغيرات المستقلة والمتغيرات التابعة قبل تطبيقه.

٢- اختبار الارتباطات المشتركة للتحقق من عدم وجود ازدواج خطي بين المتغيرات المستقلة.

جدول رقم (٢٩) اختبار الارتباطات المشتركة بين المتغيرات المستقلة المؤثرة في إدراك دور وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث الثقافي

المتغيرات	معامل التباين المسموح به Tolerance	معامل تضخم التباين VIF
حجم التعرض لوسائل الإعلام	٠,٤٦٦	٢,١٤
دوافع التعرض النفعية لوسائل الإعلام	٠,٧٨٦	١,٢٧
دوافع التعرض الطقوسية لوسائل الإعلام	٠,٧٥٧	١,٣٢
إدراك أهم البرامج الإعلامية في تعزيز الوعي الاجتماعي	٠,٤٩٧	٢,٠١

من بيانات الجدول أعلاه يتضح عدم وجود ازدواج خطي بين المتغيرات المستقلة، حيث جاءت جميع قيم معامل التباين المسموح به أعلى من القيمة ٠,١٠، كما جاءت قيم معامل تضخم التباين لجميع المتغيرات المستقلة الداخلة في النموذج أقل من (٣)، وهذا يعني أن كل متغير مستقل بذاته وليس بحاجة إلى دمج مع متغير آخر.

٣- نموذج الانحدار المتعدد القياسي لاختبار تأثير المتغيرات المستقلة (حجم ودوافع التعرض وإدراك أهم البرامج الإعلامية) على المتغير التابع (إدراك دور وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث الثقافي).

جدول (٣٠) نموذج الإنحدار الخطي المتعدد

لتحديد الأثر المعنوي للمتغيرات المستقلة (حجم ودوافع التعرض وإدراك أهم البرامج الإعلامية) على المتغير التابع (إدراك دور وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث الثقافي)

F-test		t-test		المعلومات المقدرة β	المتغير المستقل
Sig. الدلالة	القيمة	Sig. الدلالة	القيمة		
٠,٠٠١	٢٨٤,٧٢٥	٠,٠٤	١,٤٨٥	٠,١٤٥	الجزء الثابت Constant
		٠,٠٠١	١٧,٣٥٤	٠,٦٩٢	حجم التعرض
		٠,٠٠١	١٨,٨٧٥	٠,٣١٣	دوافع التعرض النفعية
		٠,٠٠١	٧,٩٧٨	٠,١٢٤	دوافع التعرض الطقوسية
		٠,٠٠١	١٥,٢٩٠	٠,٢٦٧	إدراك أهم البرامج الإعلامية

معامل الارتباط (R) = ٠,٥٧٨ معامل التحديد (R^2) = ٠,٣٣٤ معامل التحديد المعدل (R^2) = ٠,٣٣٣

من بيانات الجدول أعلاه يتضح لنا الآتي:

- بلغت قيمة معامل الارتباط (R) بين المتغيرات المستقلة كافة وبين المتغير التابع إدراك دور وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث الثقافي (٠,٥٧) .
 - بلغت قيمة معامل التحديد المعدل (R^2) بين المتغيرات المستقلة كافة وبين المتغير التابع إدراك دور وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث الثقافي (٠,٣٣)، وهذا يعني أن المتغيرات المستقلة الأربعة تفسر ما نسبته ٣٣٪ من التباين (التغير الكلي) في دور وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث الثقافي.
 - بلغت قيمة (F) ٢٨٤,٧٢٥، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠١، وهذا يعني بأن نموذج الإنحدار معنوي، أي إنه يتضمن متغير مستقل أو أكثر يؤثر بدلالة إحصائية على المتغير التابع.
 - من الجدول يتضح لنا أيضا بأن قيمة اختبار (t-test) للثابت وللمتغيرات المستقلة ذات دلالة إحصائية، وهذا يعني أن المتغيرات المستقلة الأربعة تؤثر في إدراك دور وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث الثقافي.
 - معادلة النموذج: إذا رمزنا للمتغيرات المستقلة بالرموز (X1,X2,X3,X4)، والمتغير التابع بالرمز (Y)، فإن معادلة الإنحدار تصاغ كالتالي:
- $Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$ ، وبموجب البيانات السابقة يمكن حساب إنحدار إدراك دور وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث الثقافي على معلومية المتغيرات المستقلة الأربعة، وبالتعويض في المعادلة نجد أن:

٧ (إدراك دور وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث الثقافي) = ٠.١٤٥ + ٠.٦٩ (حجم التعرض) +
٠.٣١ (دوافع نفعية) + ٠.١٢ (دوافع طقوسية) + ٠.٢٧ (إدراك أهم البرامج الإعلامية)

ومن المعادلة السابقة يتضح لنا أن المتغيرات المستقلة الأربعة تؤثر في إدراك دور وسائل الإعلام في نقل وتعزيز التراث الثقافي ، لكن تأثير متغير حجم التعرض لوسائل الإعلام يؤثر بدرجة أعلى من جميع المتغيرات، يليه الدوافع النفعية للتعرض لوسائل الإعلام، ثم إدراك أهم البرامج الإعلامية في تعزيز الوعي الاجتماعي، وأخيرا الدوافع الطقوسية للتعرض لوسائل الإعلام.

٤,١٦,٤ يتأثر الوعي الاجتماعي بدور الإعلام في تعزيز مستوى المعرفة بالقضايا الاجتماعية بمجموعة من المتغيرات، هي: حجم التعرض، ودوافع التعرض لوسائل الإعلام، وإدراك أهم البرامج الإعلامية في تعزيز الوعي الاجتماعي.

للتحقق من صحة هذا الفرض من عدمه، تم إجراء اختبار تحليل الإنحدار المتعدد لقياس تأثير المتغيرات المستقلة الأربعة المتمثلة في (حجم التعرض لوسائل الإعلام، ودوافع التعرض النفعية، ودوافع التعرض الطقوسية لوسائل الإعلام، وإدراك المبحوثين لأهم البرامج الإعلامية) في المتغير التابع (الوعي الاجتماعي بدور الإعلام في تعزيز مستوى المعرفة بالقضايا الاجتماعية). وقبل إجراء بعض الاختبار السابقة لتطبيق الإنحدار المتعدد، وهي مصفوفة الارتباط بين المتغيرات المستقلة والتابعة، واختبار الارتباطات المشتركة بين المتغيرات المستقلة.

٢. مصفوفة الارتباط بين المتغيرات المستقلة والتابعة.

جدول رقم (٣١) مصفوفة الارتباط بين حجم التعرض ودوافع التعرض لوسائل الإعلام،

وإدراك أهم البرامج الإعلامية، والوعي الاجتماعي بدور الإعلام في تعزيز مستوى المعرفة

بالقضايا الاجتماعية

المتغيرات	حجم التعرض لوسائل الإعلام	دوافع معرفية	دوافع طقوسية	إدراك أهمية البرامج الإعلامية	الوعي بدور الإعلام في تعزيز المعرفة بالقضايا الاجتماعية
حجم التعرض لوسائل الإعلام	1	.333**	.424**	.692**	.342**
دوافع معرفية	.333**	1	.372**	.370**	.381**
دوافع طقوسية	.424**	.372**	1	.287**	.352**
إدراك أهم البرامج الإعلامية	.692**	.370**	.287**	1	.170**
الوعي بدور الإعلام في تعزيز مستوى المعرفة بالقضايا الاجتماعية	.342**	.381**	.352**	.170**	1

**دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠١ .

من بيانات الجدول أعلاه يتضح لنا وجود علاقات ارتباطية بين جميع المتغيرات المستقلة (حجم التعرض لوسائل الإعلام، ودوافع التعرض النفعية، ودوافع التعرض الطقوسية لوسائل الإعلام، وإدراك أهم البرامج الإعلامية) وبين المتغير التابع الوعي الاجتماعي بدور الإعلام في تعزيز مستوى المعرفة بالقضايا الاجتماعية، حيث تراوحت قيم معامل الارتباط بين (٠,١٧) بين إدراك أهمية البرامج الإعلامية والوعي الاجتماعي بدور الإعلام في تعزيز المعرفة بالقضايا الاجتماعية، و ٠,٣٨ بين الدوافع المعرفية لمتابعة وسائل الإعلام والوعي الاجتماعي بدور الإعلام في تعزيز المعرفة بالقضايا الاجتماعية)، وجميع هذه القيم دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠١، ووجود هذه العلاقات الارتباطية بين المتغيرات المستقلة وبين المتغير التابع تؤكد سلامة تطبيق اختبار الإنحدار المتعدد الذي يشترط وجود علاقات ارتباطية بين المتغيرات المستقلة والمتغيرات التابعة قبل تطبيقه.

٤ - اختبار الارتباطات المشتركة للتحقق من عدم وجود ازدواج خطي بين المتغيرات

المستقلة.

جدول رقم (٣٢) اختبار الارتباطات المشتركة بين المتغيرات المستقلة المؤثرة

في الوعي بدور الإعلام في تعزيز المعرفة بالقضايا الاجتماعية

معامل تضخم التباين VIF	معامل التباين المسموح به Tolerance	المتغيرات
١,٣٣	٠,٧٥٤	حجم التعرض لوسائل الإعلام
١,٤٥	٠,٦٨٧	دوافع التعرض النفعية لوسائل الإعلام
١,٢٩	٠,٧٧٧	دوافع التعرض الطقوسية لوسائل الإعلام
١,٢١	٠,٨٢٧	إدراك أهم البرامج الإعلامي في تعزيز الوعي الاجتماعي

من بيانات الجدول أعلاه يتضح عدم وجود ازدواج خطي بين المتغيرات المستقلة، حيث جاءت جميع قيم معامل التباين المسموح به أعلى من القيمة ٠,١٠، كما جاءت قيم معامل تضخم التباين لجميع المتغيرات المستقلة الداخلة في النموذج أقل من (٣)، وهذا يعني أن كل متغير مستقل بذاته وليس بحاجة إلى دمج مع متغيرات أخرى.

٥- نموذج الانحدار المتعدد القياسي لاختبار تأثير المتغيرات المستقلة (حجم ودوافع التعرض وإدراك أهم البرامج الإعلامية) على المتغير التابع (الوعي الاجتماعي بدور الإعلام في تعزيز مستوى المعرفة بالقضايا الاجتماعية).

جدول (٣٣) نموذج الانحدار الخطي المتعدد

لتحديد الأثر المعنوي للمتغيرات المستقلة (حجم ودوافع التعرض وإدراك أهم البرامج الإعلامية) على المتغير التابع (الوعي الاجتماعي بدور الإعلام في تعزيز مستوى المعرفة بالقضايا الاجتماعية)

F-test		t-test		المعلومات المقدرة β	المتغير المستقل
Sig. الدلالة	القيمة	Sig. الدلالة	القيمة		
٠,٠٠١	٨١١,٣٧٨	٠,٠٠١	٦١,٤٠٦	١,٨٢٣	الجزء الثابت Constant
		٠,٠٠١	١٦,٣٥٠	٠,١٦٩	حجم التعرض
		٠,٠٠١	١١,١٨٩	٠,١٠١	دوافع التعرض النفعية
		٠,٠٠١	٦,٢٤٥	٠,٠٨٥	دوافع التعرض الطقوسية
		٠,٠٠١	٤٣,٥٣٧	٠,٢٩١	إدراك أهم البرامج الإعلامية

معامل التحديد المعدل $(R^2) = ٠,٥٨٨$

معامل التحديد $(R^2) = ٠,٥٨٩$

معامل الارتباط $(R) = ٠,٧٦٧$

من بيانات الجدول أعلاه يتضح لنا الآتي:

- بلغت قيمة معامل الارتباط (R) بين المتغيرات المستقلة كافة وبين المتغير التابع الوعي الاجتماعي تجاه نقل وتعزيز التراث الثقافي (٠,٧٧) .
- بلغت قيمة معامل التحديد المعدل (R^2) بين المتغيرات المستقلة كافة وبين المتغير التابع الوعي الاجتماعي تجاه نقل وتعزيز التراث الثقافي (٠,٥٩)، وهذا يعني أن المتغيرات المستقلة الأربعة تفسر ما نسبته ٥٩٪ من التباين (التغير الكلي) في الوعي الاجتماعي بدور الإعلام في تعزيز مستوى المعرفة بالقضايا الاجتماعية.
- بلغت قيمة (F) ٨١١,٣٧٨، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠١، وهذا يعني بأن نموذج الانحدار معنوي، أي إنه يتضمن متغير مستقل أو أكثر يؤثر بدلالة إحصائية على المتغير التابع.
- من الجدول يتضح لنا أيضا بأن قيمة اختبار (t-test) للثابت وللمتغيرات المستقلة ذات دلالة إحصائية، وهذا يعني أن المتغيرات المستقلة الأربعة تؤثر في الوعي الاجتماعي بدور الإعلام في تعزيز مستوى المعرفة بالقضايا الاجتماعية.
- معادلة النموذج: إذا رمزنا للمتغيرات المستقلة بالرموز (X1,X2,X3,X4)، والمتغير التابع بالرمز (Y)، فإن معادلة الإنحدار تصاغ كالتالي:
$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$
 وبموجب البيانات السابقة يمكن حساب انحدار الوعي الاجتماعي بدور الإعلام في تعزيز مستوى المعرفة بالقضايا الاجتماعية على معلومية المتغيرات المستقلة الأربعة، وبالتعويض في المعادلة نجد أن:

٧ (الوعي الاجتماعي بدور الإعلام في تعزيز مستوى المعرفة بالقضايا الاجتماعية) = ٠.١٧ + ١.٨٢٣ (حجم التعرض) + ٠.١٠ (دوافع نفعية) + ٠.٠٨ (دوافع طقوسية) + ٠.٢٩ (إدراك أهم البرامج الإعلامية)

ومن المعادلة السابقة يتضح لنا أن المتغيرات المستقلة الأربعة تؤثر في الوعي الاجتماعي بدور الإعلام في تعزيز مستوى المعرفة بالقضايا الاجتماعية، لكن تأثير متغير إدراك أهم البرامج الإعلامية في تعزيز الوعي الاجتماعي بدور الإعلام في تعزيز المعرفة بالقضايا الاجتماعية يؤثر بدرجة أعلى من جميع المتغيرات، يليه حجم التعرض لوسائل الإعلام، ثم الدوافع النفعية ، وأخيرا الدوافع الطقوسية للتعرض لوسائل الإعلام.