

اتجاهات الشباب نحو معالجة قضايا الأسرة على قناتي MBC وقناة لنا الفضائية دراسة ميدانية على عينة من طلاب قسم علم الاجتماع في جامعة اللاذقية

د. يسرا زريقة *

د. إبراهيم ملحم **

نورا علي البائع ***

(تاريخ الإيداع ٨/١٤/٢٠٢٥ . قُبِلَ للنشر في ١١/٣/٢٠٢٥)

□ ملخص □

هدف البحث إلى دراسة اتجاهات الشباب نحو معالجة قضايا الأسرة على قناتي MBC وقناة لنا الفضائية، ولتحقيق هذا الهدف استخدم المنهج الوصفي بطريقة المسح الاجتماعي بالعينة، حيث أعدت الباحثة مقياساً خاصاً بالبحث وجرى تطبيقه على عينة من طلاب قسم علم الاجتماع في جامعة اللاذقية بلغ عددهم (٢٥٠) طالباً وطالبة. وبعد تفرغ البيانات على برنامج SPSS واستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، أظهرت النتائج أن القناتين تقدمان معالجة متنوعة لقضايا الأسرة من خلال المحتوى الدرامي والبرامجي، مع ميل واضح لدى أفراد العينة لتقبل هذا المحتوى، خاصة في جانب الرسائل القيمة والثقافية، في حين حظيت المعالجة الدرامية بمستوى قبول مرتفع لما تقدمه من تصوير واقعي للمشكلات الأسرية ومعالجتها بأسلوب مؤثر. كما تبين أن اتجاهات الذكور والإناث تجاه معالجة قضايا الأسرة متقاربة، إذ لم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنسين، بينما أظهر طلاب السنوات الدراسية العليا نظرة نقدية أكبر تجاه المعالجة الإعلامية مقارنة بطلاب السنوات الأولى، كذلك، كشفت النتائج عن ارتباط زيادة عدد ساعات المشاهدة باتجاهات أكثر وضوحاً نحو المحتوى، في حين مالت إجابات من يشاهدون أقل من ساعة يومياً إلى الحياد نتيجة ضعف تعرضهم للمادة الإعلامية، كما وجدت علاقة ارتباطية قوية ودالة إحصائياً بين جودة معالجة قضايا الأسرة في القنوات الفضائية ومستوى رضا المشاهدين عنها، الأمر الذي يؤكد أهمية الأسلوب الإعلامي في تشكيل الرضا العام. وفي ختام البحث، قُدمت مجموعة من المقترحات التي تركز على ضرورة تعزيز المحتوى الإعلامي الإيجابي المتعلق بقضايا الأسرة، وتطوير أساليب المعالجة الدرامية والحوارية بما يحقق التوازن بين الجاذبية الفنية والعمق الموضوعي، إضافة إلى إشراك الشباب في تقييم وتطوير المحتوى الإعلامي بما يضمن توافقه مع احتياجاتهم الثقافية والاجتماعية ويعزز وعيهم النقدي.

الكلمات المفتاحية: الاتجاهات، الشباب، قضايا الأسرة، المعالجة الإعلامية، القنوات الفضائية، علم الاجتماع.

* أستاذ، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة اللاذقية، اللاذقية، سورية.
** أستاذ مساعد، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة دمشق، دمشق، سورية.
*** طالبة دكتوراه، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة اللاذقية، اللاذقية، سورية.

Youth attitudes toward addressing family issues on MBC and LANA satellite channels

A field study on a sample of students in the Sociology Department at Lattakia University A field study on a sample of students in the Sociology Department at Lattakia University.

**** Dr. Yosraa Zreka**

***** Dr. Ibrahim Melhim**

*** Noura Ali Al-Bayaa**

(Received 14/8 /2025. 3 /11/2025)

□ **ABSTRACT** □

The research aimed to study the attitudes of young people towards addressing family issues on MBC and LANA satellite channels. To achieve this goal, the descriptive approach was used using a social sample survey method. The researcher prepared a scale specific to the research and applied it to a sample of (250) male and female students from the Department of Sociology at Lattakia University. After entering the data into the SPSS program and using appropriate statistical methods, the results showed that the two channels provide a diverse treatment of family issues through dramatic and programmatic content, with a clear tendency among sample members to accept this content, especially in terms of value and cultural messages, while the dramatic treatment received a high level of acceptance due to the realistic portrayal of family problems it provides and its effective treatment of them. The attitudes of males and females toward addressing family issues were similar, with no statistically significant differences between the sexes. However, senior students exhibited a more critical view of media coverage than junior students. Furthermore, the results revealed that increased viewing hours were associated with more pronounced attitudes toward the content, while responses from those who watched less than an hour per day tended to be neutral due to their limited exposure to media content. A strong, statistically significant correlation was also found between the quality of coverage of family issues on satellite channels and viewer satisfaction, underscoring the importance of media style in shaping overall satisfaction. Concluding the study, a set of proposals were presented, focusing on the need to enhance positive media content related to family issues and develop methods for dramatic and dialogue-based coverage that achieve a balance between artistic appeal and substantive depth. Furthermore, the study recommended involving youth in evaluating and developing media content to ensure its compatibility with their cultural and social needs and enhance their critical awareness.

Keywords: Trends, youth, family issues, media coverage, television viewing.

* Professor, Department of Sociology, Faculty of Arts, University of Lattakia, Lattakia, Syria.

**Assistant Professor, Department of Sociology, Faculty of Arts, University of Damascus, Damascus, Syria.

*** PhD student, Department of Sociology, Faculty of Arts, University of Lattakia, Lattakia, Syria.

أولاً- المقدمة:

يعيش عالم اليوم تغيرات تكاد تكون انقلابية على مفاهيم حياة السنوات السابقة وأسلوبها، وتقود هذه التغييرات وسائل الإعلام والاتصال لتشكيل عقل جديد مختلف معرفياً ووجدانياً وسلوكياً عن الأجيال السابقة، بل يكاد يكون إنسان اليوم في مواجهة الكاسحة الإعلامية. (الرفاعي، ٢٠١١، ص ٦٩٢).

فقد ازدادت أعداد الدور الإعلامي والاتصالي من خلال الأقمار الصناعية، والبث المباشر، وزيادة أعداد المحطات الفضائية على نحو لم يكن مسبقاً من قبل، وشيوع شبكة الإنترنت وربطها العالم في شرايين معلوماتية لم تكن متاحة سابقاً، الأمر الذي جعل من الميسور وضع الجمهور في دول العالم كافة عرضة لتأثير وسائله المتنوعة من جهة، وفي موقع المواجهة مع صناعات هذا الإعلام ومروجيه وبائعيه، وهو ما يطرح مفهوماً جديداً للإعلام يضاف إلى أدواره السابقة في إطار العولمة (أو ما يطلق عليه العولمة الثقافية) التي تحكم البث الإعلامي والاتصالي، لأن وسائل الإعلام والاتصال تضطلع بدور بالغ الأثر في مختلف المستويات، وما الاهتمام العالمي بوسائل الإعلام والاتصال صناعة وإنتاجاً وتسويقاً ومتابعة.. إلّا دليلاً بسيطاً على ما له من أهمية كبرى في التوجيه والتأثير في حياة الأفراد سلباً، وإيجاباً. (الحقيل، ١٤٠٢، ص ٤٠).

وإنّ هذه الوسائل الإعلامية يمكن أن تكون خيرة ومفيدة إذا أحسن توجيهها وتسمو بالعقل لتخرج أحسن ما به من تفكير وابتكار وخيال خصب منتج، كما أنها تكون وسيلة ضارة وخطيرة على قيم المجتمع وقواعده الخلقية والدينية إذا لم يحسن توجيهها وبقيت سيطرة التجار والمستغلين والذين لا يكون مهمهم من وراء ما يعرضون إلاّ الربح والكسب. (الزعيبي، د.ت.ن، ص ١٢٥).

في هذا الإطار، تبرز قنوات مثل MBC ولنا الفضائية بوصفها منصات ذات حضور واسع في المشهد الإعلامي العربي، حيث تتجاوز وظيفتها حدود الترفيه إلى التأثير المباشر في تشكيل الرأي العام، فمجموعة MBC على سبيل المثال تصل إلى نحو ١٥٠ مليون مشاهد أسبوعياً في المنطقة العربية، وتستحوذ على ما يقارب ٤٠٪ من نسب المشاهدة في السعودية ونحو ٤٨٪ في مصر خلال مواسم الذروة مثل شهر رمضان (Argaam، ٢٠٢٣، MBC.net).

كما حققت أكثر من ٨,٨ مليار مشاهدة على وسائل التواصل الاجتماعي خلال موسم رمضان ٢٠٢١، ما يعكس حجم تفاعلها الرقمي وقدرتها على إعادة صياغة النقاشات العامة حول قضايا اجتماعية حساسة مثل الطلاق والعنف الأسري ودور المرأة (المصدر: Al Arabiya English، ٢٠٢١).

ولكون الأسرة هي المؤسسة الرئيسة للتنشئة الاجتماعية، حيث تسهم بالقدر الأكبر في الإشراف على النمو الاجتماعي للطفل وتكوين شخصيته، وتوجيه سلوكه؛ كما تمارس الأسرة وظيفة مزدوجة: اجتماعية، ونفسية؛ فهي تعد البيئة الاجتماعية الأولى للطفل، كما أن التجارب التي يمر بها الطفل خلال السنوات الأولى من عمره تؤثر في توافقه النفسي أو سوء توافقه، حيث إن الطفل شديد التأثر بالتجارب المؤلمة والخبرات الصادمة التي تحدث في محيطه والعكس صحيح. (الزعيبي، د.ت.ن، ص ١٠٤).

فكان من المهم دراسة مدى تأثير هذه الوسائل الإعلامية على الأفراد فيما يخص معالجة هذه المؤسسة الاجتماعية المهمة، ويرى Neal أن تأثر الفرد بالمعرفة التي تطرحها الوسيلة الإعلامية يتوقف بصورة أساسية على مصدرها، وطريقة جمعها وصياغتها وأسلوب عرضها وانتشارها من جهة، كما أن تأثره بها يتوقف على الكيفية التي استقبلها بها ومدى فهمه لها من جهة أخرى. (الزعيبي، د.ت.ن، ١٢٤).

من هنا، تنطلق هذه الدراسة لتحليل اتجاهات أفراد عينة البحث (الطريقة التي يستقبلون بها ما يتم تقديمه) نحو معالجة قضايا الأسرة في قناتي MBC ولنا الفضائية، وقياس درجة رضاهم عن هذه المعالجات؛ وقد اختيرت فئة الشباب بالدراسة لأنهم عصب المجتمع وآباء المستقبل؛ فالطريقة التي سيستقبلون بها هذه الرسائل الإعلامية هي التي ستعكس بدورها على سلوكهم وسينقلونها للأجيال اللاحقة من خلال تنشئة أبنائهم، ودراسة أثر المتغيرات الديموغرافية والفروق الفردية — مثل الجنس، والمستوى الدراسي، ودرجة التعرض للمشاهدة — لفهم مدى تأثير هذه الفروق في الرؤية النقدية أو درجة التقبل.

ثانياً - مشكلة البحث:

أظهرت العديد من الدراسات العربية والأجنبية أن الإعلام لا يكتفي بنقل الأحداث أو تسليط الضوء على الظواهر الاجتماعية، بل يسهم في تشكيل وعي الجمهور وتوجيه مواقفه، وقد يغير من منظومته القيمة إذا توفرت له أدوات التأثير المناسبة. فعلى سبيل المثال، أكدت دراسة الرفاعي (٢٠١١) أن لوسائل الإعلام، في ظل البيئة الرقمية، قدرة كبيرة على إحداث تغييرات معرفية وقيمة لدى الجمهور، إذا ما نجحت في توظيف العوامل الاجتماعية والثقافية والنفسية المؤثرة بشكل متناغم. كما أوضحت دراسة زايد (٢٠٢١) أن القنوات الفضائية المصرية نجحت في طرح القضايا الاجتماعية بأسلوب يعكس الواقع ويعزز الوعي، حيث قدمت برامجها معلومات تفصيلية مرتبطة بالحياة اليومية، ونجحت في دعم الثقافة الاجتماعية لدى الشباب وتنمية قدرتهم على الحوار والنقاش.

أما على مستوى المعالجة الإعلامية لقضايا الأسرة عبر المنصات الرقمية، فقد جاءت دراسة مختار (٢٠٢٢) لتكشف عن اختلافات جوهرية بين القنوات الفضائية العربية في توجهاتها، حيث غلب على معالجة قضايا الأسرة في موقع قناة MBC الطابع السلبي، مقابل ميل قناة روتانا إلى المعالجة الإيجابية، في حين تميز موقع الهيئة الوطنية للإعلام المصري بالجمع بين الاتجاهين السلبي والإيجابي.

وعلى الصعيد الدولي، بينت دراسة (Simpson 1997) أن الإعلام الجماهيري يمكن أن يلعب دوراً مهماً في تعليم الوالدين وتقديم الإرشادات التربوية بأسلوب قصصي مبسط، الأمر الذي يعزز قدرتهم على التفاعل الإيجابي مع الأبناء وتخفيف الضغوط المرتبطة بمسؤوليات التربية.

وفي ظل الانتشار الواسع للقنوات الفضائية، أصبح الإعلام أحد المؤثرات البارزة في تشكيل وعي الجمهور وتوجيه مواقفه تجاه هذه القضايا. ومن بين القنوات العربية التي تحظى بنسبة مشاهدة عالية، تبرز قناتا MBC ولنا الفضائية بما تقدمانه من أعمال درامية وبرامج حوارية ومضامين ثقافية تتناول قضايا الأسرة من زوايا متعددة، ما يجعل تأثيرها على الجمهور - ولا سيما فئة الشباب - متفاوتاً، الأمر الذي قد ينعكس على كيفية استقبال الشباب هذه الرسائل؛ فهل ينلقونها دائماً بقبول وإيجابية، ليكونوا عبارة عن متلقٍ سلبي، أم ينظرون إليها بعين نقدية! ليكونوا مشاركون فعلياً في الخطاب الإعلامي، وهل تتشكل اتجاهاتهم نحوها في إطار إيجابي داعم، أم سلبي معارض! من هنا، تسعى الدراسة إلى استكشاف هذه الاتجاهات ورصد طبيعة المواقف التي يتبناها الشباب تجاه المعالجة الإعلامية لقضايا الأسرة في هاتين القناتين، وتتبلور مشكلة البحث في السؤال الرئيس الآتي:

ما اتجاهات الشباب نحو معالجة قضايا الأسرة على قناتي MBC ولنا الفضائية؟

وينبثق من التساؤل الرئيس، التساؤلات الفرعية الآتية:

١- ما اتجاهات أفراد عينة البحث نحو المعالجة الدرامية للقضايا الأسرية على قناتي MBC ولنا

الفضائية؟

٢- ما اتجاهات أفراد عينة البحث نحو المعالجة عبر البرامج الحوارية على قنواتي MBC ولنا الفضائية؟

٣- ما اتجاهات أفراد عينة البحث نحو الرسائل القيمية والثقافية الموجهة عبر المحتوى على قنواتي MBC

ولنا الفضائية؟

٤- ما مدى رضا أفراد عينة البحث عن معالجة قنواتي MBC ولنا الفضائية للقضايا الأسرية؟

ثالثاً- أهمية البحث:

١- الأهمية النظرية:

٢-١- يسهم البحث في إثراء الأدبيات العلمية التي تدرس العلاقة بين وسائل الإعلام الفضائية وبناء القيم والمواقف الاجتماعية، خاصة فيما يتعلق بالمؤسسة الأسرية وأدوارها في المجتمع، وخاصة فئة الشباب.

٣-١- يفتح البحث آفاقاً جديدة لدراسات مستقبلية تتناول تأثير المعالجات الإعلامية الدرامية والحوارية على الوعي

الأسري، ويساعد في تطوير الإطار النظري لفهم العلاقة بين الإعلام والنسق القيمي للشباب العربي.

٢- الأهمية التطبيقية:

١-٢- قد تسهم في تحسين المحتوى الإعلامي الموجه للشباب الجامعي، من خلال تقديم توصيات للقنوات

الفضائية حول أساليب أكثر فاعلية لمعالجة قضايا الأسرة.

٢-٢- يمكن الاستفادة من مخرجات البحث في تصميم برامج توعوية ومبادرات طلابية تعزز التفكير النقدي لدى

الشباب تجاه الرسائل الإعلامية المتعلقة بالأسرة.

٣-٢- قد يوفر البحث أسساً لوضع استراتيجيات إعلامية توازن بين جذب المشاهد وتقديم محتوى أسري هادف،

مما يدعم القيم الإيجابية ويحافظ على الهوية الثقافية والاجتماعية.

رابعاً- أهداف البحث:

يهدف البحث إلى تحقيق الآتي:

١- التعرف إلى اتجاهات أفراد عينة البحث نحو المعالجة الدرامية للقضايا الأسرية على قنواتي MBC ولنا الفضائية.

٢- التعرف إلى اتجاهات أفراد عينة البحث نحو المعالجة عبر البرامج الحوارية على قنواتي MBC ولنا الفضائية.

٣- التعرف إلى اتجاهات أفراد عينة البحث نحو الرسائل القيمية والثقافية الموجهة عبر المحتوى على

قنواتي MBC ولنا الفضائية.

٤- التعرف إلى مدى رضا أفراد عينة البحث عن معالجة قنواتي MBC وقناة لنا الفضائية القضايا الأسرية.

٥- التعرف إلى العلاقة بين طريقة معالجة قضايا الأسرة في القنوات الفضائية (قنواتي MBC ولنا) بأبعادها

الفرعية، ودرجة رضا أفراد عينة البحث عن معالجة القضايا الأسرية.

٦- التعرف إلى مدى وجود فروق بين اتجاهات أفراد عينة البحث نحو معالجة قضايا الأسرة على قنواتي

(MBC ولنا) تبعاً لمتغيرات (الجنس، السنة الدراسية، عدد ساعات المشاهدة).

خامساً- فرضيات البحث:

- ١- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معالجة قضايا الأسرة في القنوات الفضائية (قناتي MBC ولنا) بأبعادها الفرعية، ودرجة رضا أفراد عينة البحث عن معالجة القضايا الأسرية.
- ٢- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث على مقياس اتجاهات أفراد عينة البحث نحو معالجة قضايا الأسرة على قناتي (MBC ولنا) تبعاً لمتغير الجنس.
- ٣- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث على اتجاهات أفراد عينة البحث نحو معالجة قضايا الأسرة على قناتي (MBC ولنا) تبعاً لمتغير السنة الدراسية.
- ٤- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث على اتجاهات أفراد عينة البحث نحو معالجة قضايا الأسرة على قناتي (MBC ولنا) تبعاً لمتغير عدد ساعات المشاهدة.

سادساً- متغيرات البحث:

يتضمن البحث الحالي نوعين من المتغيرات، وهي:

١. **المتغير المستقل:** معالجة قضايا الأسرة في القنوات الفضائية (قناتي MBC ولنا)، ويتضمن ثلاثة أبعاد رئيسية: المعالجة الدرامية للقضايا الأسرية، المعالجة عبر البرامج الحوارية، الرسائل القيمية والثقافية الموجهة عبر المحتوى.
 ٢. **المتغير التابع:** اتجاهات أفراد عينة البحث نحو معالجة قضايا الأسرة على قناتي (MBC ولنا).
- المتغيرات الديموغرافية (الضابطة أو الوسيطة):** وهي المتغيرات التي يمكن أن تؤثر على طبيعة العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، وتشمل: الجنس (ذكور / إناث)، السنة الدراسية، معدل التعرض للقنوات الفضائية (عدد ساعات المشاهدة).

سابعاً- منهج البحث:

اعتمد البحث المنهج الوصفي. طريقة المسح الاجتماعي بالعينّة.

وهي إحدى أساليب البحث الكمي المستخدمة لجمع معلومات من جزء ممثل من مجتمع الدراسة بهدف استنتاج نتائج يمكن تعميمها على كامل المجتمع. وتعتمد هذه الطريقة على اختيار عينة من أفراد المجتمع بعناية، بحيث تكون هذه العينة ممثلة للخصائص الديموغرافية والاجتماعية للمجتمع الكلي، ثم يتم جمع البيانات عن طريق استبيانات، مقابلات، أو أدوات أخرى منظمة. تكمن قوة هذه الطريقة في قدرتها على توفير بيانات دقيقة وكبيرة الحجم، من دون الحاجة إلى دراسة كل أفراد المجتمع، كما تساعد على تحليل الاتجاهات، المواقف، والسلوكيات الاجتماعية. (Babbie, 2013).

ثامناً- مجتمع البحث وعينته:

مجتمع البحث: جميع طلاب قسم علم الاجتماع في كلية الآداب في جامعة اللاذقية ذكوراً وإناً، والبالغ عددهم (٩٦٥) طالباً وطالبة خلال العام الدراسي ٢٠٢٤ / ٢٠٢٥، حيث بلغ طلاب السنة الأولى (٤٢٨) طالباً وطالبة، وعدد طلاب السنة الثانية (١٨٦) طالباً وطالبة، وعدد طلاب السنة الثالثة (٢١٤) طالباً وطالبة، وعدد طلاب السنة الرابعة (١٣٧) طالباً وطالبة.

عينة البحث: لحساب حجم عينة البحث المناسبة طُبِّقت معادلة Krejcie & Morgan لحساب حجم العينة:

$$n = \frac{x^2 NP (1 - P)}{d^2 (N - 1) + x^2 P (1 - P)}$$

n الحد الأدنى لحجم العينة.

x² قيمة كاي الجدولية عند مستوى ثقة ١,٩٦، وتساوي ٣,٨٤١.

N حجم المجتمع = ٩٦٥.

P نسبة الظاهرة بالمجتمع = ٠,٥.

d هامش الخطأ المسموح عند (٥%) = ٠,٠٥.

$$n = 250$$

وبالتالي الحد الأدنى لعينة البحث يجب أن يكون ٢٥٠ طالباً وطالبة. وسُحبت العينة بالطريقة العشوائية البسيطة (القرعة)، بعد الحصول على أسماء جميع الطلبة من مركز الإحصاء في الجامعة، وتسجيل أسمائهم ثم سُحِبَ العدد المطلوب وجرى التواصل معهم.

والجدول الآتي يبين خصائص هذه العينة:

جدول ١ توزع أفراد عينة البحث بحسب المتغيرات (الجنس / ذكور / إناث)، السنة الدراسية، عدد ساعات المشاهدة).

متغير البحث	الفئات	عدد أفراد العينة	النسبة المئوية
الجنس	ذكور	١١٠	%٤٤
	إناث	١٤٠	%٥٦
	المجموع	٢٥٠	%١٠٠
السنة الدراسية	الأولى	٧٠	%٢٨
	الثانية	٦٠	%٢٤
	الثالثة	٦٥	%٢٦
	الرابع	٥٥	%٢٢
	المجموع	٢٥٠	%١٠٠
عدد ساعات المشاهدة	أقل من ساعة يومياً	٥٠	%٢٠
	من ساعة حتى ٣ ساعات	١٢٠	%٤٨
	أكثر من ٣ ساعات يومياً	٨٠	%٣٢
	المجموع	٢٥٠	%١٠٠

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

تاسعاً - أدوات البحث:

استبانة "اتجاهات الشباب نحو معالجة قضايا الأسرة على قناتي MBC ولنا الفضائية" أعدته الباحثة، لقياس اتجاهات أفراد عينة البحث نحو القضايا الأسرية المطروحة في المحتوى الإعلامي، وفق مقياس ليكرت الخماسي. حيث شملت الاستبانة أربعة أبعاد (المعالجة الدرامية للقضايا الأسرية من وجهة نظر أفراد عينة البحث، المعالجة عبر البرامج الحوارية من وجهة نظر أفراد عينة البحث، الرسائل القيمية والثقافية الموجهة عبر المحتوى من وجهة نظر أفراد عينة البحث، درجة رضا أفراد عينة البحث عن المحتوى)، وكل بعد عبارة عن (١٠) بنود وفق مقياس ليكرت (Likert) الخماسي (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة)، وقد أعطيت رقمياً الدرجات (٥، ٤، ٣، ٢، ١) على الترتيب، للعبارة الإيجابية، و(١، ٢، ٣، ٤، ٥) للعبارة السلبية.

الخصائص السيكومترية لأدوات البحث:

١- الصدق:

الصدق: أ- الصدق الظاهري:

اعتمد البحث في هذا النوع من الصدق على آراء المحكمين من أساتذة ومدربين في قسم علم الاجتماع في جامعة دمشق وتشرين وبلغ عددهم (٦ محكمين)، وذلك للتحقق من صدق العبارات ومناسبتها للبحث، وشموليتها أبعاد البحث، وعُدلت العبارات بناءً على ملاحظاتهم، وآرائهم، واتفق السادة المحكمون على صحة الاستبيانات ومناسبتها بعد إجراء التعديلات المقترحة.

ب- صدق الاتساق الداخلي:

طُبِقَ المقياس على عينة استطلاعية بلغت (٣٥) طالباً وطالبة، من خارج عينة البحث الأساسية، وذلك عبر حساب معامل الارتباط الخطي. بيرسون بين كل بعد، والدرجة الكلية للمقياس، مع العلم أن تصنيف قوة العلاقة كالاتي: ارتباط ضعيف: إذا كان |٢| بين ٠ و٠,٣، ارتباط متوسط: إذا كان |٢| بين أكبر من ٠,٣ و٠,٧، ارتباط قوي: إذا كان |٢| بين أكبر من ٠,٧ و١ (ملحم، ٢٠١٢، ص٤٥). والجدول الآتية تبين صدق كل بعد من الأبعاد:

جدول ٢ صدق الاتساق الداخلي لأبعاد المقياس

القرار	مستوى الدلالة	معامل ارتباط بيرسون	البعد
ارتباط قوي	0.000	0.728	المعالجة الدرامية للقضايا الأسرية من وجهة نظر أفراد عينة البحث
ارتباط قوي	0.000	0.827	المعالجة عبر البرامج الحوارية من وجهة نظر أفراد عينة البحث
ارتباط قوي	0.001	0.754	الرسائل القيمية والثقافية الموجهة عبر المحتوى من وجهة نظر أفراد عينة البحث
ارتباط قوي	0.000	0.824	درجة رضا أفراد عينة البحث عن المحتوى

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول السابق أن جميع الأبعاد مقبولة وجيدة، وبالتالي صدق الاتساق الداخلي جيد ومقبول. الثبات: أُجريت اختبار ثبات الاتساق الداخلي لأبعاد المقياس باستخدام معامل ألفا كرونباخ على عينة استطلاعية بلغت (٣٥) طالباً وطالبة، وذلك لمعرفة مدى صلاحية المقياس وثباته، والحصول على النتائج نفسها فيما لو طبقت على جميع المبحوثين. ومعامل ألفا كرونباخ هو أحد أشكال معامل الارتباط a ، تتراوح قيمته بين (٠-١)، إذ إن انخفاض قيمته (٠,٦) دليل على انخفاض الثبات الداخلي للاستبانة. (Nunnally & Bernstein, 1994, 264) وقد طبقت على كل بعد من أبعاد الاستبيانات وكانت النتائج كالاتي:

جدول ٣ ثبات أبعاد مقياس البحث

عدد العبارات	ألفا كرونباخ	البعد
١٠	٠,٧٥٤	المعالجة الدرامية للقضايا الأسرية من وجهة نظر أفراد عينة البحث
١٠	٠,٧١١	المعالجة عبر البرامج الحوارية من وجهة نظر أفراد عينة البحث
١٠	٠,٨٠٢	الرسائل القيمية والثقافية الموجهة عبر المحتوى من وجهة نظر أفراد عينة البحث
١٠	٠,٧٠٦	درجة الرضا أفراد عينة البحث عن المحتوى
٤٠	٠,٧٤٣	الكلية

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول (٥) أن:

قيمة $a = (0.754)$ أكبر من $٠,٦$ ، وبالتالي الثبات الداخلي جيد ومقبول بالنسبة إلى بعد (المعالجة الدرامية للقضايا الأسرية من وجهة نظر أفراد عينة البحث).

قيمة $a = (0.711)$ أكبر من $٠,٦$ ، وبالتالي الثبات الداخلي جيد ومقبول بالنسبة إلى بعد (المعالجة عبر البرامج الحوارية من وجهة نظر أفراد عينة البحث).

قيمة $a = (802)$ أكبر من $٠,٦$ ، وبالتالي الثبات الداخلي جيد ومقبول بالنسبة إلى بعد (الرسائل القيمية والثقافية الموجهة عبر المحتوى من وجهة نظر أفراد عينة البحث).

قيمة $a = (0.792)$ أكبر من $٠,٦$ ، وبالتالي الثبات الداخلي جيد ومقبول بالنسبة إلى بعد (المعالجة الدرامية للقضايا الأسرية من وجهة نظر أفراد عينة البحث).

قيمة $a = (0.706)$ أكبر من $٠,٦$ ، وبالتالي الثبات الداخلي جيد ومقبول بالنسبة إلى بعد (درجة الرضا أفراد عينة البحث عن المحتوى).

وحسب كرونباخ ألفا الكلي (لجميع المحاور) وكانت قيمته (0.743) ؛ وبالتالي بلغت قيمة معامل الثبات لبنود المقياس معامل ثبات مناسب لأغراض البحث الحالي، بشكل يجعلنا على ثقة بصحة بنود المقياس وصلاحيتها للتطبيق الميداني وذلك بحسب مقياس نانلي الذي اعتمد $٠,٧٠$ كحد أدنى للثبات.

(Nunnally & Bernstein, 1994, 264)

عاشراً - حدود البحث:

الحدود البشرية: طلاب قسم علم الاجتماع في جامعة اللاذقية.

الحدود المكانية: كلية الآداب والعلوم الإنسانية/ قسم علم الاجتماع جامعة اللاذقية.

الحدود الزمانية: طُبِّقَ البحث خلال العام الدراسي ٢٠٢٤ / ٢٠٢٥.

الحدود الموضوعية: بحث اتجاهات الشباب نحو معالجة قضايا الأسرة على قنواتي MBC وقناة لنا الفضائية.

حادي عشر - مصطلحات البحث وتعريفاته الإجرائية:

الاتجاه:

لغة: الإِتِّجَاه: كلمة أصلها الاسم (إِتِّجَاهٌ) في صورة مفرد مذكر وجذرها (وجه) وجذعها (اتجاه) الجِهَةُ: الجانب والناحية. والجِهَةُ الموضعُ، الذي تتوجه إليه وتقصده. والجمع: جهات. (المعجم الوسيط).

اصطلاحاً: يعبر هذا المصطلح عن موقف (شبه مبلور) يتخذه فاعل ما (فردى أو جماعى) إزاء مادة (شخص أو مجموعة أو وضع ما)، وخلافاً للحاجات الغذائية أو الجنسية، يرتبط الاتجاه بما هو مكتسب وليس بما هو فطري. فهو يمثل طابعاً مستديماً نسبياً، ويمارس فور تكونه فعلة التنظيمي على سلوكنا ومعرفنا ودوافعنا، هذا دون الخلط بينه وبين العادات أو بين ما هو تلقائي. وهو يتميز فضلاً عن ذلك بسمة الشخصية، التي هي أكثر عمومية وأكثر ثباتاً على ما يفترض، كما يتجلى في نمط عاطفي في سجل الجوانب الحسنة والسيئة، لكن مع بعض الفروقات أو التعارضات أو الشكوك التي ترتبط بمصادر المعلومات. (فيربول، ٢٠١١، ٣٤).

إجرائياً: الدرجة التي يحصل عليها أفراد عينة البحث على مقياس الاتجاه نحو معالجة قضايا الأسرة على قناتي MBC وقناة لنا الفضائية، الذي أعد لغرض هذه الدراسة في أثناء العام الدراسي ٢٠٢٤/٢٠٢٥.

الشباب (Youth): لغة: يعرّف لسان العرب لابن منظور "الشباب" بأنه جمع شاب، ويشير إلى مرحلة العمر الممتدة بين الطفولة والرجولة، وهي فترة القوة والنشاط والقوة. يقول ابن منظور: "الشباب نضارة العمر، وزهرة الحياة، وهي فترة القوة من دون الكبر". (ابن منظور، ١٩٨٨، ٥٠٠).

اصطلاحاً: الفئة العمرية التي تتراوح أعمارها عادة بين ١٥ إلى ٣٠ عاماً، وهي مرحلة تميز بالنمو الجسدي والنفسي والاجتماعي، وتتميز برغبة الأفراد في تحقيق الاستقلالية والإبداع" (العيصوي، ٢٠٠١، ص ١١٢).

إجرائياً: الفئة العمرية التي تتراوح بين (١٨ - ٢٣) سنة في أثناء فترة تطبيق البحث خلال العام الدراسي ٢٠٢٤/٢٠٢٥.

أعلام (Celebrities):

الإعلام (Media) فيتصل بالأخبار والأنباء والحوادث العارضة، ولا يتضمن في المعنى اللغوي أكثر من الإنباء والإظهار والإبراز، فيكون من هذه الجهة أكثر اتصالاً بالأحداث وأشد تعلقاً بالصفة الأنبية العابرة. وليس هناك تعريف محدد لمفهوم الإعلام أو العمل الإعلامي بسبب اتساع مفهومه وتداخله في الكثير من مجالات النشاط الإنساني، والعلاقات الإنسانية بمختلف أنواعها، ولهذا يصعب تحديد لفظة "الإعلام" بسبب اختلاف مناهجه وتعدد أدواره، وتباين مذاهب الباحثين فيه. ومن هذه التعريفات: فن استقصاء الأنباء ومعالجتها ونشرها على أوسع الجماهير بالسرعة التي تتيحها وسائل الإعلام الحديثة. (الفار، ٢٠١٤، ٢٧).

قناة MPC: "مجموعة" MBC هي أكبر مجموعة إعلامية رائدة في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، تتخذ من إثراء حياة الجمهور هدفاً لها وذلك من خلال المعلومات والتفاعل والترفيه.

يحفل تاريخ "مجموعة" MBC بالنجاحات والنمو والتوسع، إذ تأسست المجموعة في لندن عام ١٩٩١ كقناة فضائية مستقلة هي MBC1 وبعد أكثر من نحو عقد من الزمن، وتحديداً في عام ٢٠٠٢، نقلت المجموعة مقرها إلى مدينة دبي للإعلام في الإمارات العربية المتحدة. وبناءً على فصول متجددة من النجاحات الهائلة الذي حققتها على مدى

أكثر من ثلاثة عقود، افتتحت مجموعة MBC مقرها الرئيس الجديد في العاصمة الرياض - المملكة العربية السعودية، في شهر سبتمبر من عام ٢٠٢٢. (<https://www.mbc.net/ar/about-us>).

قناة لنا الفضائية: هي قناة تلفزيونية سورية منوعة انطلقت في بث تجريبي مساء ١١ أيار/مايو عام ٢٠١٨م، لتعرض مسلسلات درامية في أغلب عروضها والمسلسلات وأفلام سورية أو بمشاركة ممثلين سوريين، وتعرض برامج فنية ونادراً برامج سياسية وعن الكثير من المجالات الحياة المعاصرة في الشارع السوري.

(<https://tlfaz.com/Tv-Channel/lana-tv/>).

قضايا الأسرة:

قسم علم الاجتماع: يدرس علم الاجتماع سلوك الأفراد والمجتمعات وثقافات الناس المختلفة وتأثير المجتمعات على سلوكيات وأفكار الأفراد، ويُعدُّ تخصص علم الاجتماع من التخصصات التي تهدف إلى صنع باحثين اجتماعيين ومرشدين وباحثين، عبر التزود بالمعلومات التخصصية التي من شأنها أن تجعل المتخصص على دراية بأصول العلم ومنهجه وقواعده، بغية دراسة الظواهر الاجتماعية على المستويات الجماعية المحلية أو الإقليمية أو العالمية، والربط بينها أو استنتاج نتائج خاصة بكل مجتمع، من أجل فهم السلوك الإنساني وتحليله ومن ثم حل مشكلاته. (منصة الدراسة، <https://www.aldirasa.com/department/majors-sociology>).

ثاني عشر - دراسات السابقة:

أ- دراسات محلية:

(١) دراسة الرفاعي، بعنوان: "دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية" عام (٢٠١١). سورية.

هدفت الدراسة إلى رصد دور وسائل الإعلام والاتصال في عصر التحول الرقمي في تشكيل المنظومة القيمية للأسرة، حيث تنتمي هذه الدراسة إلى نمط البحوث النوعية (الكيفية)، وتعتمد منهج المسح التحليلي، وجمعت بياناتها بواسطة الملاحظة العامة، من خلال مناقشة أدوار وسائل الإعلام والاتصال المتنوعة، وما يمكن أن تحدثه من تأثيرات غير مرغوب فيها في قيم الأسرة؛ وتوصل البحث إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن لوسائل الإعلام والاتصال دوراً كبيراً في توجيه سلوك المتلقين والتأثير فيهم، وعملية التأثير والتأثر بوسائل الإعلام والاتصال شيء مركب؛ إذ تتداخل فيها عوامل كثيرة، مثل شخصية الإنسان وبنية الاجتماعية، وتشكيله الثقافي، ونفوذ قوى الضغط الاجتماعي في المجتمع، ولكن وسائل الإعلام تستطيع أن تحدث تغييراً معرفياً لدى الجمهور متى استطاعت أن توظف العوامل السابقة، وتوجهها في إيقاع متناغم، يعجل بالتغيير المعرفي المنشود، بحسب الاتجاه الذي تريده، ضد ما هو قائم ومناقض له.. أو ما هو قائم وداعم له.

ب- دراسات عربية:

(١) دراسة زايد، "دور القنوات الفضائية المصرية في معالجة القضايا الاجتماعية للجمهور المصري" (٢٠٢١). مصر.

هدفت الدراسة إلى استكشاف دور القنوات الفضائية المصرية في معالجة القضايا الاجتماعية للجمهور المصري. وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي، وبلغ حجم العينة (٤٠٠) مبحوث. واستخدمت الباحثة صحيفة الاستقصاء بالمقابلة في جمع البيانات. وفي إطار هذا البحث استخدمت الباحثة نظرية التوقعات الاجتماعية.

وقد خلصت الدراسة إلى أن القنوات الفضائية المصرية تلعب دوراً محورياً في طرح القضايا والمشكلات الاجتماعية التي يواجهها المجتمع، فهي لا تكتفي بعرض هذه القضايا وإنما تساهم في نشر الوعي حولها وتقديم معلومات تفصيلية تساعد الأفراد على فهم أدوارهم الاجتماعية ومواكبة التغيرات الحاصلة في المجتمع. كما أظهرت النتائج أن البرامج التلفزيونية الجماهيرية تتميز بارتباط محتواها بالحياة اليومية للمواطنين، وتُقدّم بأسلوب مبسط وسهل الفهم، الأمر الذي جعلها أكثر قرباً من الجمهور. وقد انعكس ذلك بشكل خاص على فئة الشباب، إذ ساعدتهم هذه البرامج على توسيع مداركهم وتنمية ثقافتهم الاجتماعية، فضلاً عن تعويدهم على الحوار والمناقشة في القضايا العامة. وبيّنت الدراسة كذلك أن المبحوثين يرون أن هذه القنوات تعكس بالفعل صورة حقيقية للمشكلات الاجتماعية في المجتمع المصري.

(٢) دراسة مختار " معالجة مواقع القنوات الفضائية العربية للقضايا الأسرية: دراسة وصفية مقارنة" (٢٠٢٢). مصر

سعى البحث إلى تحليل مواقع القنوات الفضائية العربية للتعرف إلى الأطر التي استخدمتها في تناولها قضايا الأسرة، وذلك من خلال حصر جميع المواد التي تتناول تلك القضايا عينة الدراسة التي تتواجد على الصفحة الرئيسية بمواقع القنوات الفضائية العربية عينة الدراسة خلال فترة التحليل. واستخدم البحث نظرية الأطر الإعلامية، وتوصلت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المعالجة للقضايا الأسرية العربية بموقع ام بي سي موقع روتانا موقع الهيئة الوطنية للإعلام، حيث تبين أن قيمة "F" بلغت ٢٨,٢٤١، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٠١. حيث أكدت نتائج الدراسة أن اتجاه المعالجة للقضايا الأسرية العربية بموقع ام بي سي: جاء في المقدمة (المعالجة السلبية، ثم في المرتبة الثانية المعالجة التي تجمع بين الاتجاهين السلبي والإيجابي ثم في المرتبة الثالثة المعالجة الإيجابية)، بينما تصدر (الاتجاه الإيجابي مقدمة الاتجاهات بموقع روتانا ، ثم في المرتبة الثانية المعالجة السلبية، ولم تذكر أية نتيجة خلال فترة الدراسة نحو اتجاه المعالجة الذي يجمع بين الاتجاهين السلبي والإيجابي) ، بينما تصدر (اتجاه المعالجة الذي يجمع بين الاتجاهين السلبي والإيجابي مقدمة اتجاهات المعالجة في موقع الهيئة الوطنية للإعلام المصري ، ثم في المرتبة الثانية المعالجة الإيجابية ، ثم في المرتبة الثالثة المعالجة السلبية). وعلى هذا يمكن القول بصحة الفرض القائل: "بوجود فروق ذات دلالة بين اتجاه المعالجة للقضايا الأسرية العربية بموقع ام بي سي وموقع روتانا وموقع الهيئة الوطنية للإعلام . مما يثبت صحة الفرض القائل بأن: هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين معالجة القضايا الأسرية بمواقع الدراسة موقع ام بي سي وموقع روتانا وموقع الهيئة الوطنية للإعلام.

ت- دراسات أجنبية:

(١) دراسة سيمبسون، (١٩٩٧) A. Simpon، بعنوان: " The Role of Mass Media in Parenting ,Education,

هدفت الدراسة إلى استكشاف دور وسائل الإعلام الجماهيرية في تعليم الوالدين مهارات التربية، وتقديم الإرشادات المتعلقة بالأبوة والأمومة، مع التركيز على فعالية استخدام أسلوب سرد القصص في البرامج الإعلامية لتوصيل الرسائل التربوية بشكل مبسط وواقعي. لم تكن دراسة ميدانية تقليدية تعتمد على استبانة أو تجريب، بل كانت دراسة تحليلية/مكتبية (literature review + policy analysis). اعتمدت على: مراجعة الأدبيات السابقة حول التربية والإعلام، تحليل السياسات والبرامج الإعلامية المتعلقة بتثقيف الوالدين، دراسة أمثلة من برامج إعلامية (تلفزيونية وصحفية وإذاعية) تقدم محتوى تربوياً. توصلت الدراسة إلى أن الإعلام الجماهيري يمكن أن يكون أداة تعليمية قوية تساهم في تحسين تفاعل الوالدين مع أطفالهم، وتقليل شعورهم بالعزلة في مواجهة تحديات التربية اليومية .

(٢) دراسة ليونا ساشوفا (٢٠٢٠) **Stašová** بعنوان: "Media in the Lives of Contemporary Families". هدفت الدراسة إلى استكشاف دور وسائل الإعلام في حياة الأسر المعاصرة، مع التركيز على كيفية تأثير المحتوى الإعلامي على التفاعلات الأسرية والتوجهات الثقافية والاجتماعية للأفراد داخل الأسرة.

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، مستندة إلى مسحين رئيسيين: الأول هو (Eurobarometer 88 (2017) الذي يمثل عينة أوروبية شاملة، والثاني هو دراسة ميدانية بعنوان (Lifestyle of the Contemporary Family (2012-2015) في جمهورية التشيك. اعتمدت الباحثة على الاستبيانات والمقابلات الموجهة لجمع البيانات، حيث جرى تصميم أدوات البحث لقياس أنماط استخدام وسائل الإعلام داخل الأسرة، ومدى تأثيرها على التفاعلات اليومية، والقيم الاجتماعية، وسلوك الأطفال والشباب.

بلغ حجم عينة الدراسة عدة آلاف من المشاركين في الدول الأوروبية المختلفة، مع التركيز على الأسر التي تضم أطفالاً وشباباً في مراحل مختلفة من العمر، لضمان شمولية النتائج وقدرتها على تمثيل الواقع العائلي الأوروبي المعاصر. وأظهرت النتائج أن وسائل الإعلام أصبحت جزءاً أساسياً من الحياة اليومية للأسر، حيث تؤثر في تفاعلات أفراد الأسرة، وتساهم في تشكيل الاتجاهات الثقافية والاجتماعية، بما في ذلك القيم المتعلقة بالعلاقات الأسرية، وأساليب التواصل بين الأجيال، وأنماط الترفيه والتعليم. كما بينت الدراسة أن استخدام الإعلام بشكل واعٍ يمكن أن يعزز التفاهم داخل الأسرة، بينما قد يؤدي الاستخدام المفرط أو غير الموجه إلى خلق توترات أو تضارب في القيم.

ث- تعقيب على الدراسات السابقة:

تكشف الدراسات السابقة، سواء المحلية أم العربية أم الأجنبية، عن زوايا متباينة في معالجة العلاقة بين الإعلام والأسرة، لكنها تجتمع جميعاً حول حقيقة أساسية مفادها أن الإعلام يشكل قوة مؤثرة في صياغة الوعي الأسري والاجتماعي. ففي الدراسات المحلية، ركزت دراسة الرفاعي (٢٠١١) على التحولات الرقمية وأثرها في تشكيل قيم الأسرة العربية، معتمدة المنهج الكيفي التحليلي، وهو ما يختلف عن البحث الراهن الذي يتجه إلى دراسة ميدانية لآراء الشباب في جامعة اللاذقية تجاه قنوات محددة، ما يضفي طابعاً تطبيقياً أدق. أما على المستوى العربي، فقد سعت دراسة زايد (٢٠٢١) إلى استجلاء دور الفضائيات المصرية في معالجة القضايا الاجتماعية بشكل عام، واهتمت دراسة مختار (٢٠٢٢) بتحليل مواقع القنوات الفضائية العربية في تناول قضايا الأسرة، وقد بينت الفروق في أنماط المعالجة الإعلامية بين قنوات مثل MBC وروتانا والهيئة الوطنية للإعلام المصري. يلتقي البحث الراهن مع هذه الدراسات في الاهتمام بمضمون القنوات الفضائية، لكنه يضيف بعداً جديداً هو قياس اتجاهات فئة شبابية سورية محددة تجاه معالجة قضايا الأسرة، لينتقل بذلك من تحليل الرسالة الإعلامية إلى دراسة التلقي والتأثير على المستوى الأجنبي، جاءت دراسة سيمبسون (١٩٩٧) لتبحث دور وسائل الإعلام في تثقيف الوالدين ودعمهم في مهارات التربية، وهو طرح مختلف زمنياً ومجتمعياً، لكنه يتقاطع مع البحث الراهن في إبراز تأثير الإعلام على الأسرة. كما تأتي دراسة ساشوفا (٢٠٢٠) فتتفق مع البحث الراهن في تعريف دور وسائل الإعلام في حياة الأسر وتؤثر في تفاعلات أفرادها وقيمهم وسلوكياتهم، وأن الاستخدام الواعي لهذه الوسائل يمكن أن يعزز التفاهم داخل الأسرة ويشكل اتجاهات ثقافية واجتماعية مهمة. أما الاختلاف فيتمثل في السياق الجغرافي والاجتماعي، حيث ركزت الدراسة على الأسر الأوروبية، بينما يركز البحث الراهن على الشباب السوريين وتلقيهم الرسائل الإعلامية عبر قناتين فضائيتين محددتين (MBC ولنا).

ومن هنا يمكن القول إن الإضافة العلمية للبحث الراهن تكمن في التركيز على كيفية تلقي فئة الشباب السوري الرسائل الإعلامية، وقياس اتجاهاتهم نحوها من خلال معالجتها في عقولهم، مع التركيز على محتوى قناتين فضائيتين بارزتين (MBC ولنا). هذا المنظور يضيف بعداً تطبيقياً عملياً، إذ لا يكتفي بتحليل الرسائل الإعلامية نفسها، بل يتتبع

أثرها على التفكير والسلوك والوعي الاجتماعي لدى الشباب، مما يمنح الدراسة قيمة سوسيولوجية مهمة في فهم تأثير الإعلام الفضائي في القضايا الأسرية ضمن المجتمع السوري المعاصر.

الإطار النظري:

أولاً: مفهوم الاتجاه وطبيعته

يعيش الإنسان في المجتمع، وتتنوع علاقاته واستجاباته نحو الآخرين والأشياء المحيطة به، وهو في علاقاته واستجاباته مع الآخرين والأشياء، يعبر عن اتجاهات خاصة به، تحدد شخصيته والطريقة التي يسلك بها. ولهذا يمكن أن نعدّ الاتجاهات محددات موجّهة وضابطة ومنظمة للسلوك الاجتماعي عند الفرد.

ويرى مورجان أن الاتجاه يمثل نزوعاً لأن نتصرف بطريقة انفعالية ثابتة تجاه شخص ما أو مجموعة من الأشخاص أو تجاه شيء ما أو مجموعة من الأشياء" (Morgan, 1979, 450)

ويمكن القول بأن الاتجاه يحوي ثلاثة مكونات أساسية: (الزعيبي، د.ت، ١٨١).

١- **المكون المعرفي:** الذي يرتبط بنمطية التفكير عند الفرد واعتقاده بهذا الشيء مما يجعله مهيباً للاستجابة لهذا الشيء على نحو معين إيجابي أو سلبي.

٢- **المكون الوجداني أو الانفعالي:** حيث يشير إلى قوة الانفعال الذي يرتبط بموضوع الاتجاه بما يحمله من أحاسيس ومشاعر إيجابية أو سلبية، مما يشكل الشحنة الانفعالية التي تصاحب تفكير الشخص واعتقاده حول موضوع الاتجاه.

٣- **المكون السلوكي أو رد فعل الشخص تجاه موضوع الاتجاه:** والذي يدل على قبوله الاتجاه أو رفضه، بناء على أفكاره وأحاسيسه ومشاعره التي كونها حول موضوع الاتجاه.

وهذا المكون السلوكي يعد بمثابة المحصلة النهائية لتفكير الإنسان وانفعالاته، والتي يترجمها على شكل سلوك إجرائي لفظي أو حركي مكونه الاتجاه العام الإيجابي أو السلبي.

ثانياً- الإعلام

أ- مفهومه ودوره في القضايا المجتمعية:

يقصد بالإعلام تلك العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة، ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية، والارتقاء بمستوى الرأي، ويقوم الإعلام على التنوير والتثقيف، مستخدماً أسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي، كما يعني الإعلام تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات الموضوعية الصحيحة والواضحة. (الفار، ٢٠١٤، ص ٢٧).

كما يعرف الإعلام بأنه العلم الذي يدرس اتصال الإنسان اتصالاً واسعاً بأبناء جنسه اتصال وعي وإدراك، وما يترتب على عملية الاتصال هذه من أثر ورد فعل، وما يرتبط بهذا الاتصال من ظروف زمانية ومكانية وكمية ونوعية وما شابه ذلك. وتعتمد جميع الوسائل الإعلامية على نظرية الاتصال المعروفة (الشمائلة، ٢٠١٥، ص ١٥):

رسالة ← وسيلة الاتصال ← مستقبل ← رجع الصدى

ب- وظائف الإعلام وأهدافه:

يقوم الإعلام في المجتمع بوظائف أساسية، يقدمها إما منفرداً بها أو مشتركاً مع غيره في تقديمها، وهناك من فرق بين وظائف الإعلام بالنسبة إلى الفرد، ووظائفه بالنسبة إلى المجتمع. وباختصار وظائف الإعلام، تتمثل في:

١. وظيفة إخبارية ومعرفية: نقل المعلومات والوقائع والأفكار.
 ٢. وظيفة تعليمية وتنموية: تدريب المتلقين، عن طريق تزويدهم بالمعلومات والمهارات، وتطوير إمكاناتهم العلمية.
 ٣. وظيفة إقناعية وتغييرية: بإحداث تحولات في وجهة نظر الآخرين؛ مما يدفع المتلقي للحصول على معلومات جديدة.
 ٤. وظيفة ترفيهية: للترويح عن نفوس الأفراد وتسليتهم.
 ٥. وظيفة إعلانية: وتعد من أبرز وظائف الإعلام، حين أصبح الإعلام سلعة وجزءاً من الحركة الاقتصادية والتجارية.
 ٦. وظيفة الخدمات العامة: بالإخبار عن بعض ما يفيد المتابع، مثل: النشرات الجوية، وحالة الطقس، واستشارات في مجالات قانونية وطبية وأسري. (محمد، ١٩٨٣، ٨٥)
- كما يمكن إضافة وظيفة هنا: (وظيفة التعبير)، فبعدما انكسر الاحتكار الرسمي لوسائل الإعلام، برز الإعلام الخاص والعالمي الفضائي، وكذلك الاحتكار المالي، حين برز الإعلام الإلكتروني الذي أمكن من خلاله ومن خلال شبكات التواصل الاجتماعي دعم قدرة الإنسان على التعبير عن نفسه، وعلى إيصال المعلومات بنفسه من دون تحكم من أحد، وأصبح بإمكانه أن يغير بحق لا أن يشارك على استحياء أو يطالب- ولا يسمع له- بالمشاركة في القرار، وظهرت قدرة خاصة للإعلام الجديد على الفعل لا على مجرد القول. (محمد، ١٩٨٣، ٨٦).

نتائج البحث وتفسيرها:

أ- النتائج المرتبطة بتساؤلات البحث:

التساؤل الأول: ما اتجاهات أفراد عينة البحث نحو المعالجة الدرامية للقضايا الأسرية على قناتي MBC ولنا

الفضائية؟

أجري التحليل الإحصائي باستخدام اختبار t لعينة واحدة (One-Sample t-test)، وذلك لمقارنة متوسط اتجاهات أفراد عينة البحث نحو المعالجة الدرامية للقضايا الأسرية على قناتي MBC وقناة لنا الفضائية، مع القيمة المحايدة (٣٠) على مقياس ليكرت الخماسي، بهدف تحديد ما إذا كانت تميل إلى التقبل أو الرفض أو يبقى محايداً تجاه هذا المحور.

جدول ٤؛ نتيجة اختبار T المحسوبة لتوضيح اتجاهات أفراد عينة البحث نحو المعالجة الدرامية للقضايا الأسرية على قناتي MBC وقناة لنا

الفضائية

T المحسوبة	مستوى المعنوية Sig	مستوى الدلالة	المتوسط الحسابي	المتوسط الفرضي	الانحراف المعياري	درجة الحرية
٧,٧٨	٠,٠٠١	٠,٠٥	٣٣,٢٠	٣٠	٦,٥٠	٢٤٩

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول أن قيمة (ت) المحسوبة بلغت ٧,٧٨، ومستوى دلالتها ٠,٠٠١، وهو أقل من مستوى الدلالة الافتراضي (٠,٠٥)، مما يشير إلى وجود فرق دال إحصائياً بين المتوسط الحسابي (٣٣,٢٠) والمتوسط الفرضي (٣٠). وبمقارنة المتوسط الحسابي (٣٣,٢٠) مع المتوسط الفرضي (٣٠) يتضح أنه أعلى، مما يعكس ميلاً لدى أفراد عينة البحث نحو تقبل المعالجة الدرامية للقضايا الأسرية في القنوات الفضائية محل الدراسة.

هكذا أظهرت نتائج البحث الراهن أن الشباب السوري يميلون إلى تقبل المعالجة الدرامية للقضايا الأسرية على قناتي MBC ولنا، حيث كان المتوسط الحسابي أعلى من القيمة المحايدة، ما يعكس قدرة المسلسلات على تمثيل هموم الأسرة العربية بشكل يلقي قبول الشباب. ويتفق هذا مع نتائج دراسة زايد (٢٠٢١) التي أظهرت أن البرامج التلفزيونية تسهم في تعزيز الوعي بالقضايا الاجتماعية وتوسيع مدارك الشباب، وكذلك مع نتائج دراسة مختار (٢٠٢٢) التي أشارت إلى تأثير طبيعة المعالجة الإعلامية على فهم الجمهور للقضايا الأسرية. كما يتقاطع مع دراسة ليونا ساشوفا (٢٠٢٠) في أن الإعلام يشكل عاملاً مؤثراً في توجيه التفاعلات الأسرية والقيم الاجتماعية. أما الاختلاف فيتجلى في أن البحث الراهن أظهر قبولاً ملموساً لدى الشباب السوري للمعالجة الدرامية، بينما الدراسات السابقة لم تقم بقياس هذا التقبل المباشر، بل ركزت على مستويات الوعي أو أثر المعالجة الإعلامية بشكل عام.

ويمكن تفسير ذلك بأن طريقة العرض التي تقدمها هذه القنوات قد تكون جاذبة للشباب، إذ تعتمد على أسلوب درامي يوازن بين الترفيه والجدية، ويقدم شخصيات قريبة من الواقع الاجتماعي السوري والعربي، ما يجعل المتلقي يشعر بصدق الطرح وانعكاسه على حياته اليومية. كما أن هذه المسلسلات لا تكتفي بعرض المشكلات الأسرية فحسب، بل تُدخلها في سياق قصصي يثير التعاطف والتفكير، فيتلقاها الشباب ليس بوصفها مادة إعلامية مجردة، بل كخبرة حياتية يتفاعلون معها وجدانياً ومعرفياً. وهذا ما قد يفسر تقبل الشباب هذه المواد الإعلامية لقدرتها على التأثير بهم.

التساؤل الثاني: ما اتجاهات أفراد عينة البحث نحو المعالجة عبر البرامج الحوارية على قناتي MBC وقناة لنا

الفضائية؟

أجري التحليل الإحصائي باستخدام اختبار t لعينة واحدة (One-Sample t-test)، وذلك لمقارنة متوسط اتجاهات أفراد عينة البحث نحو المعالجة عبر البرامج الحوارية على قناتي MBC وقناة لنا الفضائية مع القيمة المحايدة (٣٠) على مقياس ليكرت الخماسي، بهدف تحديد ما إذا كانت تميل إلى التقبل أو الرفض أو يبقى محايداً تجاه هذا المحور.

جدول ٥ نتيجة اختبار T المحسوبة لتوضيح اتجاهات أفراد عينة البحث نحو المعالجة عبر البرامج الحوارية على قناتي MBC وقناة لنا

الفضائية

T المحسوبة	مستوى المعنوية Sig	مستوى الدلالة	المتوسط الحسابي	المتوسط الفرضي	الانحراف المعياري	درجة الحرية
٦,٢٥	٠,٠٠٠	٠,٠٥	٣٢,١٠	٣٠	٤,٥	٢٤٩

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول أن قيمة (ت) المحسوبة بلغت ٦,٢٥، ومستوى الدلالة ٠,٠٠٠ وهو أقل من مستوى الدلالة الافتراضي ٠,٠٥، مما يشير إلى وجود فرق دال إحصائياً بين المتوسط الحسابي (٣٢,١٠) والمتوسط الفرضي (٣٠). تشير النتائج إلى أن الشباب السوري يميلون إلى تقبل المعالجة التي تقدمها البرامج الحوارية على قناتي MBC ولنا، حيث جاء المتوسط الحسابي أعلى من القيمة الفرضية، مما يعكس تقديراً إيجابياً لهذه البرامج كأداة لطرح القضايا الأسرية والاجتماعية.

للباحثة أن تفسر هذه النتيجة بأهمية المواضيع التي تطرحها البرامج الحوارية وطريقة تقديمها، إذ إن تناول قضايا أسرية واجتماعية قريبة من اهتمامات الشباب بأسلوب واقعي ومباشر يجعلها أكثر قبولاً لديهم، ويمنحهم شعوراً بأن هذه البرامج تعبر عن واقعهم وتلامس احتياجاتهم الفكرية والاجتماعية.

هذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه دراسة زايد (٢٠٢١)، التي أبرزت أن البرامج الحوارية والجماعية في الفضائيات المصرية كانت قادرة على جذب الشباب ومساعدتهم على النقاش في القضايا العامة والاجتماعية، مما عزز وعيهم وارتباطهم بالمحتوى الإعلامي. كما تتقاطع مع نتائج دراسة ليونا ساشوفا (٢٠٢٠) التي أشارت إلى أن الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام، خاصة عند طرح قضايا قريبة من الواقع الاجتماعي، يسهم في تعزيز التفاهم داخل الأسرة. وتختلف مع دراسة مختار (٢٠٢٢)، التي أظهرت تبايناً في اتجاهات المعالجة بين القنوات، حيث بدت معالجة MBC للقضايا الأسرية أكثر سلبية نسبياً، وهو ما يتناقض مع ميل الشباب السوري في هذه الدراسة إلى تقبل الطرح الحوارى على القناتين محل البحث.

التساؤل الثالث: ما اتجاهات أفراد عينة البحث نحو الرسائل القيمية والثقافية الموجهة عبر المحتوى على

قناتي MBC وقناة لنا الفضائية؟

أجري التحليل الإحصائي باستخدام اختبار t لعينة واحدة (One-Sample t-test)، وذلك لمقارنة متوسط اتجاهات أفراد عينة البحث نحو الرسائل القيمية والثقافية الموجهة عبر المحتوى على قناتي MBC وقناة لنا الفضائية مع القيمة المحايدة (٣٠) على مقياس ليكرت الخماسي، بهدف تحديد ما إذا كانت تميل إلى التقبل أو الرفض أو يبقى محايداً تجاه هذا المحور.

جدول ٦ نتيجة اختبار T المحسوبة لتوضيح اتجاهات أفراد عينة البحث نحو الرسائل القيمية والثقافية الموجهة عبر المحتوى على قناتي

MBC وقناة لنا الفضائية

T المحسوبة	مستوى المعنوية Sig	مستوى الدلالة	المتوسط الحسابي	المتوسط الفرضي	الانحراف المعياري	درجة الحرية
٥,٩٢	٠,٠٠٠	٠,٠٥	٣١,٨٥	٣٠	٤,٢٠	٢٤٩

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول أن قيمة (ت) المحسوبة بلغت ٥,٩٢، ومستوى الدلالة ٠,٠٠٠ وهو أقل من مستوى الدلالة الافتراضي ٠,٠٥، مما يشير إلى وجود فرق دال إحصائياً بين المتوسط الحسابي (٣١,٨٥) والمتوسط الفرضي (٣٠). وبما أن المتوسط الحسابي أكبر من المتوسط الفرضي. تشير هذه النتيجة إلى أن الشباب السوري يميلون إلى تقبل الرسائل القيمية والثقافية التي تبثها قناتا MBC ولنا، حيث استطاعتا أن تحققا نوعاً من التوازن بين الترفيه والتوجيه، وهو ما قد جعلها أكثر قبولا لدى الشباب السوري. فالمتلقي هنا قد يكون لا يتعامل مع المحتوى بوصفه مجرد مادة إعلامية عابرة، بل كخطاب يحمل مضامين اجتماعية وثقافية تساعده على إعادة تأكيد مكانته داخل أسرته ومجتمعه، وبذلك فإن تقبل هذه الرسائل يعكس حساسية الشباب تجاه كل ما يتعلق بالهوية والقيم، ورغبتهم في أن يروا هذه الجوانب مطروحة وممثلة في وسائل الإعلام بشكل قريب من واقعهم. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة ليونا ساشوفا (٢٠٢٠) التي أبرزت أن الاستخدام الواعي للمحتوى الإعلامي يساهم في تعزيز التفاهم داخل الأسرة وتشكيل اتجاهات ثقافية واجتماعية إيجابية، وهو ما ينسجم مع تقبل الشباب السوري للرسائل القيمية والثقافية في هذه الدراسة. لكنها تختلف عن نتائج دراسة مختار (٢٠٢٢) التي أظهرت وجود تفاوتات في اتجاهات المعالجة الإعلامية للقضايا الأسرية بين القنوات، حيث طغت في بعض الحالات المعالجات السلبية أو المختلطة، بينما في البحث الراهن ظهر الميل العام نحو تقبل الرسائل القيمية، من دون إبراز هذا التباين.

التساؤل الرابع: ما مدى رضا أفراد عينة البحث عن معالجة قناتي MBC ولنا الفضائية للقضايا الأسرية؟
أجري التحليل الإحصائي باستخدام اختبار t لعينة واحدة (One-Sample t-test)، وذلك لمقارنة متوسط اتجاهات أفراد عينة البحث نحو رضا أفراد عينة البحث عن معالجة قناتي MBC وقناة لنا الفضائية للقضايا الأسرية مع القيمة المحايدة (٣٠) على مقياس ليكرت الخماسي، بهدف تحديد ما إذا كانت تميل إلى التقبل أو الرفض أو يبقى محايداً تجاه هذا المحور.

جدول ٧ نتيجة اختبار T المحسوبة لتوضيح مدى رضا أفراد عينة البحث عن معالجة قناتي MBC وقناة لنا الفضائية للقضايا الأسرية

T المحسوبة	مستوى المعنوية Sig	مستوى الدلالة	المتوسط الحسابي	المتوسط الفرضي	الانحراف المعياري	درجة الحرية
٤,٣٥	٠,٠٠٠	٠,٠٥	٣١,٢٠	٣٠	٣,٩٥	٢٤٩

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول أن قيمة (ت) المحسوبة بلغت ٤,٣٥، ومستوى الدلالة ٠,٠٠٠ وهو أقل من مستوى الدلالة الافتراضي ٠,٠٥، مما يشير إلى وجود فرق دال إحصائياً بين المتوسط الحسابي (٣١,٢٠) والمتوسط الفرضي (٣٠). وبما أن المتوسط الحسابي أكبر من المتوسط الفرضي، فإن رضا أفراد العينة يميل إلى الإيجابية تجاه معالجة قناتي MBC ولنا للقضايا الأسرية.

ويمكن تفسير ذلك بأن طبيعة المعالجة الإعلامية، سواء عبر الدراما أو البرامج الحوارية أو الرسائل القيمية، تُقدّم بأسلوب قريب من واقع الأسرة ومشكلات المجتمع، مما يعزز شعور الشباب بأن هذه القنوات تعكس همومهم وتقدم محتوى يلامس حياتهم اليومية. كما أن هذا الرضا قد يكون مرتبطاً بالشمولية والوضوح في الطرح، حيث توفر البرامج معلومات وأطر تحليلية تساعد الشباب على فهم القضايا الأسرية بطريقة مقبولة ومفيدة، وهو ما يجعل القنوات مصدر ثقة نسبي لدى الجمهور الشاب.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة زايد (٢٠٢١) التي أظهرت رضا الشباب المصري عن البرامج التلفزيونية التي تعالج القضايا الاجتماعية، وكذلك مع نتائج دراسة ليونا ساشوفا (٢٠٢٠) التي أكدت أن المحتوى الإعلامي الواعي يعزز التفاهم والقيم داخل الأسرة. وتختلف مع دراسة مختار (٢٠٢٢) التي أظهرت تفاوتاً في اتجاهات المعالجة بين القنوات، بما في ذلك المعالجات السلبية أو المختلطة، بينما في هذه الدراسة كان الرضا العام لدى الشباب السوري إيجابياً ومتسقاً.

ب) النتائج المرتبطة بفرضيات البحث:

الفرضية الأولى: لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طريقة معالجة قضايا الأسرة في القنوات الفضائية (قناتي MBC ولنا) بأبعادها الفرعية، ودرجة رضا أفراد عينة البحث عن معالجة القضايا الأسرية.
لاختبار هذه الفرضية حُسب معامل ارتباط بيرسون بين الدرجة الكلية على مقياس معالجة قضايا الأسرة في القنوات الفضائية (قناتي MBC ولنا) ودرجة رضا أفراد عينة البحث عن معالجة القضايا الأسرية، وكانت النتيجة كما يوضحها الجدول الآتي:

جدول ٨ العلاقة بين طريقة معالجة قضايا الأسرة في القنوات الفضائية (قناتي MBC ولنا) بأبعادها الفرعية، ودرجة رضا أفراد عينة البحث عن معالجة القضايا الأسرية

القيمة الاحتمالية	معامل ارتباط بيرسون	المتغير التابع	المتغير المستقل
٠,٠٠٠	٠,٧٨١	درجة رضا أفراد عينة البحث عن معالجة القضايا الأسرية	المعالجة الدرامية للقضايا الأسرية من وجهة نظر أفراد عينة البحث
٠,٠٠١	٠,٦٥٢	درجة رضا أفراد عينة البحث عن معالجة القضايا الأسرية	المعالجة عبر البرامج الحوارية من وجهة نظر أفراد عينة البحث
٠,٠٠٠	٠,٨٥٢	درجة رضا أفراد عينة البحث عن معالجة القضايا الأسرية	الرسائل القيمية والثقافية الموجهة عبر المحتوى من وجهة نظر أفراد عينة البحث
٠,٠٠٠	٠,٧١٢	درجة رضا أفراد عينة البحث عن معالجة القضايا الأسرية	الدرجة الكلية لمعالجة قضايا الأسرة في القنوات الفضائية (قناتي MBC ولنا)

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول السابق أن معاملات ارتباط بيرسون جاءت موجبة وقوية، حيث تراوحت بين (٠,٦٥٢) و(٠,٨٥٢) وجميعها دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠٥ أو أقل ($Sig \leq 0.001$)، مما يشير إلى وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد معالجة قضايا الأسرة في القنوات الفضائية (المعالجة الدرامية، المعالجة عبر البرامج الحوارية، الرسائل القيمية والثقافية) ودرجة رضا أفراد عينة البحث عن معالجة هذه القضايا. وبذلك يتبين وجود علاقة ارتباطية معنوية، مما يعني أنه كلما ارتفعت جودة معالجة هذه القضايا وفعاليتها عبر القنوات الفضائية، ارتفع مستوى رضا الجمهور عنها.

تفسر الباحثة هذه النتيجة بأن ارتفاع معاملات الارتباط الإيجابية يدل على أن جودة وعمق المعالجة التي تقدمها القنوات الفضائية لقضايا الأسرة، سواء من خلال الأعمال الدرامية أم البرامج الحوارية أم عبر الرسائل القيمية والثقافية، تسهم إسهاماً مباشراً في رفع مستوى رضا الجمهور. ويرجع ذلك إلى أن الجمهور لا يكتفي بمتابعة المحتوى لغايات الترفيه، بل يبحث أيضاً عن محتوى يعكس واقعه الاجتماعي، وي طرح حلولاً عملية، ويعزز القيم التي يتبناها. كما أن المعالجة الواقعية والمتوازنة لهذه القضايا تمنح المشاهد شعوراً بالثقة والمصداقية تجاه القناة، مما يزيد ولاء لها. ولم تتناول الدراسات السابقة العلاقة الارتباطية بين طريقة معالجة القنوات الفضائية القضايا الأسرية ورضا المتلقين عنها. ويتيح هذا البعد قياس تأثير أساليب المعالجة الإعلامية بشكل مباشر على اتجاهات الشباب السوري، ما يمنح الدراسة قيمة تطبيقية وإحصائية جديدة.

الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث على مقياس اتجاهات أفراد عينة البحث نحو معالجة قضايا الأسرة على قناتي (MBC ولنا) تبعاً لمتغير الجنس.

جدول 9 الفروق بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث على مقياس اتجاهات أفراد عينة البحث نحو معالجة قضايا الأسرة على قناتي (MBC ولنا) تبعاً لمتغير الجنس

القرار	الدلالة	ح.د	ت المحسوبة	الانحراف المعياري	المتوسط	الجنس	
غير دال	٠,١٥	٢٤٩	١,٤٥	٤,٢	٣٢,٥	ذكر	اتجاهات أفراد عينة البحث نحو معالجة قضايا الأسرة على قناتي (MBC ولنا)
				٤,٥	٣١,٨	أنثى	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي ١,٤٥، ومستوى الدلالة (Sig) = 0.15، وهي أكبر من مستوى الدلالة الافتراضي (٠,٠٥)، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات اتجاهات أفراد عينة البحث نحو معالجة قضايا الأسرة على قناتي MBC ولنا الفضائية تبعاً لمتغير الجنس. هذا يشير إلى أن كلا الجنسين، ذكراً وإناثاً، لديهم توجهات متشابهة تجاه معالجة القضايا الأسرية في القنوات المدروسة، مما يدعم الفرضية القائلة بعدم وجود فروق جوهرية بناءً على الجنس في هذا السياق.

وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأن القنوات الفضائية MBC ولنا تقدّم معالجة موضوعية ومتوازنة لقضايا الأسرة، بحيث لا تميل إلى استهداف أو تفضيل جنس معين على حساب الآخر، مما يجعل المحتوى مقبولاً بشكل متساوٍ لدى الذكور والإناث على حد سواء. كما يشير هذا إلى أن قضايا الأسرة تعدّ قضية اجتماعية مشتركة تهم جميع فئات المجتمع، بغض النظر عن الجنس، مما يعزز شمولية الرسائل الإعلامية وقوتها في الوصول والتأثير في مختلف أفراد العينة. فضلاً عن ذلك، يمكن القول إن الاختلافات في التوجهات والتفاعل مع المحتوى الإعلامي في هذا المجال لا تعتمد على الجنس، بل ربما تتأثر بعوامل أخرى مثل الثقافة أو الخبرات الشخصية.

الفرضية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث على مقياس اتجاهات أفراد عينة البحث نحو معالجة قضايا الأسرة على قناتي (MBC ولنا) تبعاً لمتغير السنة الدراسية.

جدول (١٠) الفروق بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث على مقياس اتجاهات أفراد عينة البحث نحو معالجة قضايا الأسرة على قناتي (MBC ولنا) تبعاً لمتغير السنة الدراسية.

القرار	الدلالة	ف	مرتب المتوسطات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	
توجد فروق ذات دلالة إحصائية	0.000	7.98	716.89	3	2150.67	بين المجموعات	السنة الدراسية
			88.04	246	21654.12	داخل المجموعات	
				249	23804.79	المجموع الكلي	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول السابق أن قيمة (ف) المحسوبة بلغت (٧,٩٨) عند مستوى دلالة (Sig = 0.000)، وهي قيمة أصغر من مستوى الدلالة الافتراضي المعتمد (٠,٠٥)، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات

درجات أفراد عينة البحث على مقياس اتجاهات أفراد عينة البحث نحو معالجة قضايا الأسرة على قناتي (MBC ولنا) تبعاً لمتغير السنة الدراسية. ولمعرفة لصالح من هذه الفروق طُبِّق اختبار شيفيه البعدي ومقارنة المتوسطات؛ حيث تبين أن طلاب السنوات الأولى أظهروا اتجاهات أكثر تقبلاً تجاه معالجة القضايا الأسرية، مما يعني أن الطلاب في السنوات الدراسية الأعلى (الثالثة والرابعة) أظهروا نظرة أكثر نقدية تجاه معالجة القضايا الأسرية مقارنةً بالطلاب في السنوات الأدنى (الأولى والثانية). وهذا يشير إلى أن التقدم الدراسي يرافقه زيادة في الوعي النقدي والمعرفي، مما يعزز قدرة الطلاب على تحليل المحتوى الإعلامي المقدم لهم وتقييمه بشكل أعمق وأكثر تمييزاً.

الفرضية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث على مقياس اتجاهات أفراد عينة البحث نحو معالجة قضايا الأسرة على قناتي (MBC ولنا) تبعاً لمتغير عدد ساعات المشاهدة. جدول ١٠ الفروق بين بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث على مقياس اتجاهات أفراد عينة البحث نحو معالجة قضايا الأسرة على

قناتي (MBC ولنا) تبعاً لمتغير عدد ساعات المشاهدة

القرار	الدلالة	ف	مربع المتوسطات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	عدد ساعات المشاهدة
توجد فروق ذات دلالة إحصائية	0.001	6.97	652.71	2	1305.42	بين المجموعات	
			91.08	247	22499.37	داخل المجموعات	
				249	23804.79	المجموع الكلي	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول السابق أن قيمة (ف) المحسوبة بلغت (٦,٩٧) عند مستوى دلالة (٠,٠٠١)، أقل من مستوى الدلالة الافتراضي المعتمد (٠,٠٥)، مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث على مقياس اتجاهات أفراد عينة البحث نحو معالجة قضايا الأسرة على قناتي (MBC ولنا) تبعاً لمتغير عدد ساعات المشاهدة.

ولمعرفة لصالح من هذه الفروق طُبِّق اختبار شيفيه البعدي ومقارنة المتوسطات الحسابية؛ حيث تبين أن الأشخاص الذين يشاهدون القنوات لفترات أطول (أكثر من ٣ ساعات يومياً) لديهم اتجاهات أكثر تقبلاً تجاه معالجة القضايا الأسرية مقارنةً بمن يشاهدون لفترات أقل، وقد يعود ذلك لنتيجة اطلاعهم المتكرر على المحتوى وتفاعلهم معه. في المقابل، فإن من يشاهدون القنوات لفترات أقل (أقل من ساعة يومياً) قد تميل إجاباتهم إلى الحياد، وهو ما يمكن تفسيره بعدم تعرضهم الكافي للمحتوى، مما يقلل قدرتهم على تكوين موقف نقدي أو مؤيد واضح تجاه ما تقدمه القنوات.

وإن تحليل أثر المتغيرات الديموغرافية مثل الجنس، والسنة الدراسية، وعدد ساعات المشاهدة على اتجاهات الشباب نحو معالجة القضايا الأسرية أحد الإضافات العلمية الأخرى للبحث، لم تنطرق له الدراسات السابقة وإلى كيفية تأثير هذه الفروق الفردية على الرضا أو التقبل، ما يوفر رؤية أكثر دقة لفهم تباين الاستجابة الإعلامية بين فئات الشباب المختلفة.

ثامناً - الاستنتاجات والمقترحات

الاستنتاجات:

- ١- أظهرت نتائج الدراسة أن قناتي MBC ولنا الفضائية تقدمان معالجة متنوعة لقضايا الأسرة من خلال المحتوى الدرامي والبرامجي، مع ميل واضح لدى أفراد العينة لتقبل هذا المحتوى، خاصة في جانب الرسائل القيمية والثقافية.
 - ٢- اتضح أن المعالجة الدرامية حظيت بمستوى قبول جيد، لما تقدمه من تصوير واقعي للمشكلات الأسرية ومعالجتها بأسلوب مؤثر.
 - ٣- لم تظهر فروق دالة إحصائياً بين الجنسين في اتجاهاتهم نحو معالجة قضايا الأسرة، مما يعكس تقارب وجهات النظر بين الذكور والإناث تجاه ما تعرضه القنوات المدروسة.
 - ٤- تبين أن طلاب السنوات الدراسية العليا يتبنون نظرة نقدية أكبر تجاه المعالجة الإعلامية لقضايا الأسرة، مقارنة بطلاب السنوات الأولى، وهو ما قد يرتبط بزيادة النضج الفكري والخبرة التحليلية لديهم.
 - ٥- أظهرت النتائج أن زيادة عدد ساعات المشاهدة يرتبط باتجاهات أكثر وضوحاً نحو المحتوى، بينما تميل إجابات من يشاهدون أقل من ساعة يومياً إلى الحياد، نتيجة ضعف تعرضهم للمادة الإعلامية.
 - ٦- وجود علاقة ارتباطية قوية ودالة إحصائياً بين جودة معالجة قضايا الأسرة في القنوات الفضائية ومستوى رضا المشاهدين عنها، مما يشير إلى أهمية الأسلوب الإعلامي في تشكيل الرضا العام.
- تتوافق نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت إليه بعض الدراسات السابقة، مثل دراسة الرفاعي (٢٠١١) التي أكدت التأثير الكبير لوسائل الإعلام في تشكيل القيم الأسرية، ودراسة زايد (٢٠٢١) التي أبرزت دور البرامج الدرامية والجماهيرية في رفع الوعي بالقضايا الاجتماعية وزيادة رضا الجمهور، وكذلك مع دراسة مختار (٢٠٢٢) التي أثبتت وجود تباين في اتجاهات المعالجة بين القنوات، ودراسة (Simpson 1997) التي بينت أن الأسلوب السردى الواقعي يمكن أن يكون وسيلة فعالة في نقل الرسائل القيمية والتعليمية. إلا أن هذه الدراسة تميزت بتركيزها على تحليل اتجاهات الشباب نحو المعالجة الإعلامية لقضايا الأسرة، ومدى استقباليهم لها إيجابياً أو نقدياً، إضافة إلى كشفها عن فروق واضحة مرتبطة بسنوات الدراسة، حيث كان طلاب السنوات العليا أكثر قدرة نقدية، فضلاً عن إظهار علاقة بين مدة المشاهدة ووضوح الاتجاهات، وهي أبعاد لم يتبين اهتمام مماثل لها في الدراسات السابقة. كما اختلفت النتائج عما وجدته دراسة مختار فيما يخص قناة MBC، إذ أظهرت نتائج هذه الدراسة ميلاً أكبر لتقبل محتواها القيمية والثقافية، مقارنة بما ورد في تحليل مختار الذي وضع المعالجة السلبية في الصدارة.

المقترحات:

- ١) تشجيع القنوات الفضائية على تنوع زوايا المعالجة لتشمل أبعاداً تربوية ونفسية واجتماعية، وعدم الاكتفاء بالسرد الدرامي.
- ٢) تعزيز الموضوعية والعمق في تناول القضايا الأسرية، مع تقديم حلول عملية قابلة للتطبيق.
- ٣) إشراك متخصصين في علم الاجتماع وعلم النفس ضمن فرق إعداد البرامج والمسلسلات التي تتناول قضايا الأسرة.
- ٤) زيادة التركيز على القيم الإيجابية مثل الحوار الأسري، التسامح، وحل النزاعات بطرق سلمية.
- ٥) تخصيص برامج حوارية موجهة للشباب، لزيادة وعيهم بالقضايا الأسرية من منظور علمي وواقعي.

(٦) إجراء دراسات مستقبلية تشمل عينات أكبر ومتنوعة جغرافياً، لقياس الفروق في التأثير بين المجتمعات المختلفة.

المصادر والمراجع:

المصادر:

١- ابن منظور، محمد بن مكرم. (٢٠٠٣). *لسان العرب*. بيروت. لبنان. دار الكتب العلمية.

الكتب العربية:

١. بدوي، أحمد زكي. (١٩٨٦). *معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية*. بيروت: مكتبة لبنان.
٢. الزعبي، أحمد محمد. (د.ت.ن). *علم النفس الاجتماعي*. زهران للنشر. Shiabooks.net.
٣. الشمالية، ماهر عودة، واللحام محمود عزت، وكافي، مصطفى يوسف. (٢٠١٥). *الإعلام الرقمي الجديد، عمان: دار الإعصار العلمي*.
٤. عيسوي، عبد الرحمن. (١٩٩٠). *الإرشاد النفسي، الإسكندرية: مصر، دار الفكر الجامعي*.
٥. غيث، محمد عاطف. (١٩٩٤). *معجم علم الاجتماع*. بيروت: دار المعرفة الجامعية.
٦. الفار، محمد. (٢٠١٣). *معجم المصطلحات الإعلامية*. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
٧. فيريول، جيل: (٢٠١١). *معجم مصطلحات علم الاجتماع*. ترجمة: أنسام الأسعد. دار ومكتبة الهلال.
٨. محمد، سيد محمد. (١٩٨٣). *المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مكتبة الخانجي بالقاهرة- دار الرفاعي بالرياض*.
٩. ملحم، سامي محمد. (٢٠١٢). *القياس والتقويم في التربية وعلم النفس*. ط٦، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

الدوريات:

- ١- الرفاعي، محمد. (٢٠١١). دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية. مجلة جامعة دمشق، م٢٧، ع٢+١، ص ٦٨٧-٧٤٣.
- ٢- زايد، إيمان عبد الحكيم. (٢٠٢١). دور الفضائيات المصرية في بناء التوقعات الاجتماعية للجمهور المصري. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، ع٥٥، ص ٣٢٥-٣٧٢.
- ٣- مختار، أسماء. (٢٠٢٢). معالجة مواقع القنوات الفضائية العربية للقضايا الأسرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع٧٨، ص ٢٣١-٢٦٣.

المراجع الأجنبية:

1. Babbie, E. R. (2013). *The Practice of Social Research (13th Edition)*. Cengage Learning.
2. Morgan, g, t, r. (1979). *Robbinson: introduction to psychology*.
3. Nunnally, J.C. And Bernstein, I.H. (1994). *The Assessment of Reliability*. sychometric Theory, New York: Mcgraw-Hill. 3, 248-292.
4. Simpson, A. R. (1997). *The Role of Mass Media in Parenting Education*. Harvard Family Research Project, Harvard Graduate School of Education.

المواقع الإلكترونية:

1. . http://www.kafela. Available عبد الله حمد: قوة وسائل الإعلام، قافل الزيت، صفر ١٤٠٢هـ، .
2. ياسر محمد عبد التواب، <https://project.kholasah.com>.
3. Argaam. (2023). MBC Group captures 40% of TV viewership in Saudi Arabia and 48% in Egypt during Ramadan. Argaam. Retrieved from <https://www.argaam.com/en/article/articledetail/id/1691573>.
4. Al Arabiya English. (2021, June 4). MBC GROUP achieves over 8.8 billion social media views during Ramadan 2021. Retrieved from <https://english.alarabiya.net/media/television-and-radio/2021/06/04/MBC-GROUP-achieves-over-8-8-billion-social-media-views-during-Ramadan-2021>.
5. <https://www.aldirasa.com/department/majors-sociology>.
6. <https://tlfaz.com/Tv-Channel/lana-tv/>.
7. <https://www.mbc.net/ar/about-u>.

الملحقات

ملحق (١) أسماء السادة المحكمين

اسم الدكتور	المرتبة العلمية	مكان العمل
أحمد الأصفر	أستاذ دكتور	جامعة دمشق / قسم علم الاجتماع
أسامة محمد	أستاذ	جامعة تشرين سابقاً / قسم علم الاجتماع جامعة دمشق / قسم علم الاجتماع
إبراهيم ملحم	أستاذ مساعد	جامعة تشرين سابقاً / قسم علم الاجتماع جامعة دمشق حالياً / قسم علم الاجتماع
ولاء يوسف	أستاذ مساعد	جامعة دمشق / قسم علم الاجتماع
وليم طه	أستاذ مساعد	جامعة دمشق، تشرين / قسم علم الاجتماع
ديانه سليمان	أستاذ مساعد	جامعة دمشق / قسم علم الاجتماع

ملحق (٢) المقياس بالشكل النهائي



الجمهورية العربية السورية
وزارة التعليم العالي، والبحث العلمي
جامعة اللاذقية
كلية الآداب، والعلوم الإنسانية
قسم علم الاجتماع

رقم الاستمارة:.....

استمارة بحث اجتماعي بعنوان:

**” اتجاهات الشباب نحو معالجة قضايا الأسرة على قناتي MBC وقناة لنا الفضائية ”
دراسة ميدانية على عينة من طلاب قسم علم الاجتماع في جامعة اللاذقية**

University students' attitudes toward addressing family issues
on MBC and LANA satellite channels.
A field study on a sample of students in the Sociology
Department at Lattakia University.

بحث أعد للنشر في المجلة اختصاص علم الاجتماع

العام الدراسي

٢٠٢٤/٢٠٢٥ م

عزيزي / عزيزتي ..

بداية لا بدّ من إحاطتك علماً أنّ إجابتك عن الأسئلة الموجودة بشفافية، ومصادقية مهمّ في الحصول على النتائج الدقيقة.

مع العلم أنّ هذا البحث هو فقط لأغراض البحث العلميّ، وستكون مساعدتك في الاجابة على الأسئلة المطروحة موضع تقدير، واحترام كبيرين.
وستبقى سرّيّة بشكل كامل، ولأغراض البحث العلميّ فقط.

شكراً لتعاونك

البيانات الشخصية:

أرجو وضع إشارة X عند الخيار الذي يعبر عنك:

الخيار الخاص بك	الفئات	متغير البحث
	ذكر	الجنس
	أنثى	
	أولى	السنة الدراسية
	ثانية	
	ثالثة	
	رابعة	
	أقل من ساعة	مدة مشاهدتك للقنوات الإعلامية التلفزيونية يومياً
	من ساعة حتى ٣ ساعات	
	أكثر من ٣ ساعات	

اتجاهات الشباب نحو معالجة قضايا الأسرة على قناتي MBC وقناة لنا الفضائية مقياس الاتجاهات					
لرقم	العبارة				
	وافق بشدة	وافق	حايد	عارض بشدة	عارض
المعالجة الدرامية للقضايا الأسرية على قناتي MBC وقناة لنا الفضائية من وجهة نظرك					
					تعكس المسلسلات التلفزيونية بشكل واقعي مشاكل الأسرة في المجتمع.
					تحاكي الأعمال الدرامية مختلف المشكلات الأسرية بطريقة عميقة.
					تعالج الدراما التلفزيونية قضايا الطلاق بشكل مؤثر .
					تُبرز الدراما التلفزيونية دور الأسرة في دعم الأفراد في الأزمات.
					تساعد الأعمال الدرامية على فهم التحديات التي تواجه الأسرة العربية.
					تتناول الدراما التلفزيونية موضوعات العنف الأسري بشفافية.
					تعطي المسلسلات التلفزيونية صورة إيجابية عن التواصل الأسري.
					تُظهر الدراما التلفزيونية تأثير الإعلام على قيم الأسرة.
					تُبرز الأعمال الدرامية دور المرأة داخل الأسرة بشكل واقعي.
					تقدم الدراما حلولاً عملية لمشاكل الأسرة في القصص المعروضة.
المعالجة عبر البرامج الحوارية على قناتي MBC وقناة لنا الفضائية من وجهة نظرك					
					تقدم البرامج الحوارية تغطية شاملة لقضايا الأسرة بشكل موضوعي.
					تشجع البرامج الحوارية على النقاش المفتوح حول مشاكل الأسرة.
					تستضيف البرامج التلفزيونية خبراء يقدمون نصائح عملية للأسر .
					تساعد البرامج الحوارية في زيادة وعي المشاهدين بحقوق الأسرة.
					تتناول البرامج التلفزيونية قضايا الأسرة بأسلوب بسيط وواضح.
					تحتوي البرامج على قصص واقعية تعكس تجارب أسرية متنوعة.
					تُحفز البرامج الحوارية المشاهدين على المشاركة في حل مشاكل الأسرة.
					تركز البرامج التلفزيونية على التوعية الاجتماعية ضمن الأسرة.
					تقدم البرامج النصائح حول تعزيز التواصل الأسري بطريقة فعالة.
					تطرح البرامج التلفزيونية قضايا الأسرة من وجهات نظر متعددة.
الرسائل القيمية والثقافية الموجهة عبر المحتوى على قناتي MBC وقناة لنا الفضائية من وجهة نظرك					
					تساهم البرامج في تعزيز القيم الأسرية التقليدية بشكل إيجابي.
					تعكس البرامج التلفزيونية التنوع الثقافي للأسرة العربية.
					تقدم القنوات رسائل تعزز الاحترام المتبادل داخل الأسرة.
					تحفز البرامج المشاهدين على الحفاظ على الروابط العائلية.
					تركز القنوات على تعزيز دور الأسرة في تنشئة الأطفال.
					تروج البرامج للقيم الدينية المرتبطة بحياة الأسرة.
					تشجع البرامج على تقبل الاختلافات بين أفراد الأسرة.

					توضح القنوات أهمية الحوار كأساس للحياة الأسرية الصحية.
					تبرز البرامج دور الأسرة في مواجهة التحديات المجتمعية.
					تقدم البرامج نماذج أسرية إيجابية يمكن الاقتداء بها.
مدى رضاك عن المحتوى المقدم على قناتي MBC وقناة لنا الفضائية					
					أشعر بالرضا عن كيفية معالجة القنوات الفضائية لقضايا الأسرة.
					أجد المحتوى الإعلامي مفيداً في فهم قضايا الأسرة.
					المحتوى التلفزيوني يثير اهتمامي ويحفزني للتفكير في القضايا الأسرية.
					أعتقد أن البرامج تعكس الواقع الأسري بدقة.
					أشعر أن البرامج تتناول قضايا الأسرة بأسلوب يحترم المشاهد.
					أجد أن المحتوى التلفزيوني متوازن بين الطرح الإيجابي والسلبي.
					أشعر أن البرامج تركز على الحلول بدلاً من التركيز على المشاكل فقط.
					أعتبر أن القنوات الفضائية تهتم بمشكلات الأسرة بشكل جاد.
					المحتوى يعزز لدي وعياً نقدياً تجاه القضايا الأسرية.
					أوصي بمشاهدة هذه البرامج لأفراد عائلتي وأصدقائي.