مجلة جامعة طرطوس للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة الآداب والعلوم الإنسانية المجلد (7) العدد (2) 2023
Tartous University Journal for Research and Scientific Studies –Arts and Humanities Series Vol. (7) No. (2) 2023

مدى ثقة ورضى طلبة جامعة تشرين بالإعلام السوري في التوعية الصحية خلال جائحة كورونا

د. رامي أمون*

(تاريخ الإيداع 11/29 /2022. قُبِل للنشر في 3/28 /2023)

□ ملخّص □

يهدف البحث الحالي إلى التعرف إلى دور الإعلام السوري في التوعية الصحية بجائحة كورونا، وذلك من خلال قياس درجة متابعة الجمهور السوري، ممثلاً بطلبة جامعة تشرين الإعلام السوري؛ بالإضافة لمدى رضى وثقة الجمهور بأداء الإعلام السوري في التوعية الصحية بجائحة كورونا. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتمثل مجتمع البحث بجميع طلاب جامعة تشرين في اللاذقية، وتكونت عينة البحث من عينة طبقية من (347) طالباً وطالبة. واعتمد البحث الاستبانة أداةً لجمع المعلومات، وكانت من أهم النتائج:

- ✓ تشكل متابعة الإعلام بوقت الفراغ كنشاط مفضل بدرجة متوسطة عند غالبية طلاب جامعة تشرين.
- ✓ – يفضل غالبية طلاب جامعة تشرين متابعة الإعلام الدولي على الإعلام العربي والمحلي.
- ✓ – يفضل طلاب جامعة تشرين الإعلام الإلكتروني أكثر من غيره من أنواع الإعلام حيث يأتي بعده الإعلام المتلفز، في حين يحتل الإعلام المطبوع المرتبة الأخيرة.
- ✓ – الإعلام السّوري حاز على مستوى جيد من الرضى عند 44.22% من طلاب جامعة تشرين، ومستوى متوسط من الرضى عند 29.56%، بالمقابل كان مستوى الرضى ضعيفاً لدى 26.22% من عيّنة البحث عن أداء الإعلام السّوري في التوعية الصّحية بجائحة كورونا.
- ✓ – جاء الإعلام المحلي بدرجة ثقة ضعيفة **كمصدر للمعلومات** في تغطية جائحة كورونا.
- ✓ – حظيت الرّسالة الصّحية التي قدمها الإعلام السّوري خلال تغطيته لجائحة كورونا بثقة جيدة عند نصف أفراد العيّنة، وثقة متوسطة عند 27% منهم، بينما كان هنالك 22.8 % فقط لم يثقوا بالرسالة الصّحية للإعلام السّوري.

الكلمات المفتاحية: الإعلام السوري الإلكتروني – التوعية الصحية – جائحة كورونا.

* أستاذ مساعد- قسم أصول التربية، كلية التربية، جامعة تشرين، اللاذقية، سورية.

مجلة جامعة طرطوس للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة الآداب والعلوم الإنسانية المجلد (7) العدد (2) 2023
Tartous University Journal for Research and Scientific Studies –Arts and Humanities Series Vol. (7) No. (2) 2023

The extent of confidence and satisfaction of the students of Tishreen University with the Syrian Medias in awareness during the Corona pandemic

* D.Rami Ammon

(Received 29/11 /2022. Accepted 28/3/2023)

□ ABSTRACT□

The current research aims to identify the role of the Syrian media in health awareness of the Corona pandemic, by measuring the degree of public follow-up of the fence, represented by the students of Tishreen University, in addition to the extent of the public's satisfaction and confidence in the performance of the Syrian media in health awareness of the Corona pandemic. The research was all students of Tishreen University in Lattakia, and the research sample consisted of a stratified sample of 347 male and female students, and the research adopted the questionnaire as a tool for research, and the most important results were:

 Follow-up media in free time is a preferred activity to a moderate degree for the majority of Tishreen University students.

 The majority of Tishreen University students prefer to follow international media over Arab and local media.

 Tishreen University students prefer electronic media more than other types of media, where television media comes after it, while print media occupies the last rank.

 The Syrian media achieved a good level of satisfaction at 44.22% of Tishreen University students and an average level of satisfaction at 29.56%. In contrast, the level of satisfaction was weak for 26.22% of the research sample on the performance of the Syrian media in health awareness of the Corona pandemic.

 The local media came with a low degree of confidence as a source of information in covering the Corona pandemic

 The health message presented by the Syrian media during its coverage of the Corona pandemic enjoyed good confidence in half of the sample members and medium confidence at 27% of them, while only 22.8% did not trust the health message of the Syrian media**.**

Keywords: Syrian electronic media - health awareness - Corona pandemic.

*Assistant Professor- Foundations of Education - Education faculty- Tishreen University- Lattakia- Syria

مقدمة البحث:

يشهد العصر الحالي تقدماً ملحوظاً في تقنيات وإمكانات وسائل الإعلام، سواء من حيث الفاعلية أو سهولة الاستخدام ومدى تأثيرها على المتلقي وفقاً لإمكانات كل وسيلة؛ حيث تعدّ« وسائل الإعلام المصدر الرئيس للمعلومات، وتؤدي دوراً كبيراً ومهماً في بناء الفرد وتكوينه المعرفي والوجداني والسّلوكي، من خلال عمله على زيادة رصيد الأفراد بالمعلومات والخبرات التي تبني مواقفه وآراءه وسلوكياته وممارساته، ومن خلال اعتماده عليها. فوسائل الإعلام أضحت أداةً مؤثرةً في استحداث وتغيّر سلوكياته وممارساته؛ فمضامينه أصبحت مرتبة للأفكار وواصفة للمعايير وناقلة للحياة » (مكاوي وآخرون، 2006، ص32).

ولهذا، وإزاء هذا التطور التقني الهائل في إمكانات هذه الوسائل الإعلامية فإن النقاش لم ينتهِ بين من يركز على إيجابياتها، وبين من يركز على سلبياتها، والدور الذي يمكن أن تلعبه في حياة الفرد والأسرة والمجتمع بشكل عام، والذي يعتمد اعتماداً أساسياً على استخدام هذه التقنيات، وكيفية توظيفها في خدمة المتلقي.

إن دور وسائل الإعلام في التربية الثقافية للفرد يعدّ من أهم الأدوار الإيجابية التي يمكن أن تلعبها وسائل الإعلام المتنوعة على كافة مفاصل الحياة الثقافية؛ سواءً من ناحية التربية الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية أو الدينية أو الأخلاقية أو الجنسية أو الصّحية، وبالتالي خلق فردٍ واعٍ لسلوكياته ومنسجماً مع قيم مجتمعه. وفي السياق نفسه يعدّ دور الإعلام في التربية الصّحية من خلال التثقيف الصّحي وتعزيز الوعي الصّحي عند كافة أفراد المجتمع من أكثر الأدوار حيويّة، والتي يمكن أن يساهم الإعلام فيها في تنمية المجتمع والنهوض به» يعد الإعلام نشاطاً روحياً من حيث طبيعته، وعملًا تطبيقياً من حيث أسلوبه وأدواته؛ حيث يعمل على تكوين القناعات الفكريّة والمواقف السّلوكيّة، عن طريق نشر الآراء والأفكار والمواقف المختلفة وإدخالها في وعي الناس وتعزيزها في ممارسة حياتهم اليومية »(شماس، 2004، ص17).

يلعب الإعلام دوره في التربية الصّحية بشكل اعتيادي ومستمر في فترات الحياة الطبيعية التي لا تتخللها أحداث صحيّة مؤثرة أو طارئة؛ ولكن تزداد أهمية هذا الدور ، ويصبح أساسياً لحماية المجتمع وذلك في حالات الأزمات الصّحية التي تعاني منها الدول، وتحديداً عند انتشار بعض الأمراض أو الأوبئة، وبقدر ما تكون الأزمة الصّحية خطيرة بقدر ما يزداد دور الإعلام في التوعية الصّحية أهميةً وحيويةً « إن التوعية الصّحية المدروسة والقائمة على أسس سليمة كفيلة بأن تقدم للفرد وللأسرة كل ما يلزم من أجل الوصول لسلوك صحي سليم يحمي الفرد من الكثير من الأمراض والأوبئة، من خلال مجموعة من الخدمات والإجراءات الوقائيّة التي تقدمها الرعاية الصّحية الأساسية والمؤسسات التابعة لها لجميع أفراد المجتمع عامة بهدف رفع المستوى الصّحي للمجتمع والحيلولة دون وقوع الأمراض وانتشاره» (مزاهرة وآخرون، 2012، ص78).

في هذا السياق من المفيد التأكيد على أن دور الإعلام في التوعية الصّحية يكون مترافقاً جنباً إلى جنب مع دور الكادر الطبي العلاجي، بل قد يفوقه أحياناً من حيث الأهمية لأنه يركز على كيفية الوقاية من الإصابة بهذه الأمراض أو هذه الأوبئة ومنع انتشارها، إضافة إلى التوجيه والإرشاد إلى كيفية التعامل معها.

مع نهاية عام (2019) وتحديداً في 20 كانون الأول أعلن الرئيس الصيني عن ظهور إصابات بما يسمى فايروس كورونا بالنسخة كوفيد–19 (COVID – 19) في مدينة ووهان الصينية. ومنذ ذلك التاريخ تغير وجه العالم الصّحي وبدأ الفايروس بالانتشار السريع بين الدول وعبر القارات، وشكل ما بات يعرف بجائحة كورونا مع أعداد إصابات وصلت بحسب منظمة الصحة العالمية لما يزيد عن (175) مليون إصابة مع نهاية شهر تشرين الأول من

عام (2021) وأكثر من أربعة مليون وفاة. شملت الإصابات مختلف دول العالم موزعة على كافة القارات المسكونة بالبشرية بلا استثناء.

إن الانتشار السريع جداً للجائحة وتزايد أعداد الإصابات وضع النظام الصّحي العالمي بخطر وأمام تحدٍ كبيرٍ، تمثل بعدم قدرة الأنظمة الصّحية في الدول التي يزداد فيها أعداد مصابي الكورونا على استيعاب حالات الإصابات، وبالتالي عدم القدرة على تقديم الخدمات الصّحية الضرورية واللازمة، وتحديداً لحالات الإصابة الشديدة والتي تحتاج دخول مشفى وعناية مركزة.

أمام هذا التحدي كان التوجه لدى الجهات والمنظمات الصّحية والطبية كافة، سواءً على المستوى المحلي أو الإقليمي أو العالمي نحو السعي للحد من انتشار هذه الجائحة عبر العمل على تسطيح منحنى الإصابات، وذلك من خلال إجراءات وقائيّة يلتزم بها الجميع على كافة المستويات، سواءً على مستوى الفرد أو على مستوى المؤسسات والدول. الهدف الأساسي من هذه الإجراءات كان منع أو الحد من انتقال وانتشار العدوى (الفايروس).

في هذا السياق كان لا بد من تظافر كافة الجهود واستنفار كافة المؤسسات للوصول إلى هذا الهدف، وهنا ظهرت أهمية الدور التوعوي الصّحي الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام من خلال ارتباطها المباشر بحياة الناس، وقدرتها على التواصل اللحظي مع فئات الجمهور المختلفة « *وسائل الإعلام تلعب دوراً بارزاً في تعزيز التثقيف الصّحي لدى كافة الفئات في المجتمع، من خلال إقامة حملات صحيّة بغرض زيادة توعية المواطنين من مختلف الفئات العمرية والمؤهلات العلمية والطبقات الاجتماعية بالقضايا الصّحية المختلفة، وهي بذلك تساعد المجتمع أفراداً ومؤسسات على اتخاذ دور فعال في التعامل مع القضايا الصّحية التي تشغل بال أفراد المجتمع* » (Merton Tomas, Julie M. Duck, 2001, p7).

في هذا السياق يجب أن تعمل وسائل الإعلام على كسب ثقة الجمهور من خلال تقديم الرسائل الصحية الدقيقة والمعلومات الموثوقة عن الحالة الصحية؛ حتى يكون لهذه الرسالة التأثير الفعال في سلوك الجمهور الصحي من الضروري لوسائل الإعلام عند معالجة القضايا الصّحية « *تحري صحة الأخبار والمعلومات الصّحية التي تنشرها والتحقق من مدى دقتها وسلامتها، وإيصال الحقائق دون تهويل أو تهوين، مع ضرورة أن تراعي الموضوعية في طرح المعلومات بهدف تنوير وتثقيف المجتمع بالمعلومات الطبية المفيدة، وأن تعمل على تكوين رأي صائب فيما يتعلق بالقضايا الصّحية المطروحة من خلال الموازنة في أثناء تحرير المعلومات بالاعتماد على التنويع في الأسلوب والطرح لجميع القضايا الصّحية المختلفة*» (Lynn, 2001,p83).

لم تكن الجمهورية العربية السّورية بمنأى عن جائحة الكورونا، حيث سُجلت أول إصابة فيها حسب وزارة الصحة السّورية بتاريخ 2020/3/20، ومع هذه الإعلان كان لابد من اتخاذ إجراءات حكومية لحماية البلاد من الانتشار الكبير لهذا الخطر الداهم، فكان تحرك الحكومة لاتخاذ مجموعة من التدابير الوقائيّة بدأت بفرض حظر جزئي بتاريخ 2020/3/25 من الساعة السادسة مساء وحتى السادسة صباحاً، إضافة إلى إغلاق المدارس والجامعات ودور العبادة والمقاهي والمطاعم وإيقاف دوام العمال والموظفين.

شارك الإعلام السّوري في حملة التوعية الصّحية من مخاطر جائحة كورونا بكل أنواعه، وحاول أن يلعب دوراً متقدماً في التصدي للجائحة سواء من خلال الإعلام الحكومي أو الخاص وبشرائحه المختلفة المسموع والمتلفز والإلكتروني « *تتميز وسائل الإعلام في العصر الحالي بقدرتها على التأثير في مختلف شرائح المجتمع، ولها قدرة*

على تغيير سلوك ونظرة وممارسة أفراد المجتمع، فمن خلال وسائل الإعلام يمكن إيصال الرسائل الإعلامية الصّحية التي تثقف أفراد المجتمع وتزيد من وعيهم الصّحي» (Carter, 2007, p27).

سيركز البحث الحالي على دراسة الدور الذي يقوم به الإعلام السّوري في التوعية الصّحية للمواطن السّوري بجائحة كورونا، ودراسة مدى رضى الجمهور السّوري عن أداء إعلامه عبر استطلاع رأي بواسطة استبانة توجه لقسم من المجتمع السّوري وهو طلاب جامعة تشرين.

- **أهمية البحث**

تسليط الضوء على الأهمية المتزايدة لدور الإعلام التربوي في نشر الوعي الصّحي للجمهور، والذي تجلّى وظهر بشكلٍ كبيرٍ منذ بداية ظهور أزمة جائحة فايروس كورونا، والذي جعل التواصل الإعلامي هو الطريقة الوحيدة لإيصال المعلومة الصّحية والرسالة التوعوية للمتابع في ظروف حجر صحي احترازي فرض واقعاً جديداً وَجُب التعامل معه بطريقة غير تقليدية. يأتي هذا البحث ليدرس ويقيم أداء الإعلام السّوري في مجال التوعية الصّحية بكيفية الحماية من جائحة الكورونا.

- **أهداف البحث**

1- قياس مدى متابعة الجمهور السّوري (طلاب جامعة تشرين كعيّنة) للإعلام ومعرفة الإعلام المفضل لديه.

2- تحديد أكثر الأنواع الإعلامية المحلية تفضيلاً عند الجمهور السّوري (طلاب جامعة تشرين كعيّنة).

3- قياس مدى رضى الجمهور السّوري (طلاب جامعة تشرين كعيّنة) على أداء الإعلام السّوري ودوره في التوعية الصّحية بجائحة كورونا.

4- قياس مدى ثقة الجمهور السّوري (طلاب جامعة تشرين كعيّنة) بالرسالة الصّحية التي تقدم عبر الإعلام السّوري الخاص بجائحة كورونا.

- **أسئلة البحث:**

1- ما مدى متابعة الجمهور السّوري (طلاب جامعة تشرين كعيّنة) للإعلام ومعرفة الإعلام المفضل لديه؟

2- ما أكثر الأنواع الإعلامية المحلية تفضيلاً عند الجمهور السّوري؟

3- ما مدى رضى الجمهور السّوري (طلاب جامعة تشرين كعيّنة) على أداء الإعلام السّوري ودوره في التوعية الصّحية بجائحة كورونا؟

4- ما مدى ثقة الجمهور السّوري (طلاب جامعة تشرين كعيّنة) بالرسالة الصّحية التي تقدم عبر الإعلام السّوري الخاصة بجائحة كورونا؟

- **فرضيات البحث**

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائيّة عند مستوى دلالة (0.05) بين متوسطات رضى وثقة الجمهور السّوري (طلاب جامعة تشرين كعيّنة) بأداء الإعلام السّوري الخاص بالتوعية الصّحية بجائحة كورونا، تعزى لمتغير مكان السكن.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائيّة عند مستوى دلالة (0.05) بين متوسطات رضى وثقة الجمهور السّوري (طلاب جامعة تشرين كعيّنة) بأداء الإعلام السّوري الخاص بالتوعية الصّحية بجائحة كورونا، تعزى لمتغير نوع الكلية (نظرية، تطبيقية أو طبية).

– لا توجد فروق ذات دلالة إحصائيّة عند مستوى دلالة (0.05) بين متوسطات رضى وثقة الجمهور السّوري (طلاب جامعة تشرين كعيّنة) بأداء الإعلام السّوري الخاص بالتوعية الصّحية بجائحة كورونا، تعزى لمتغير الجنس.

➢ حدود البحث:

– **الحدود الزمانية:** أُنجِز خلال العام الجامعي 2020– 2021.

– **الحدود الموضوعية:** استطلاع رأي عيّنة من طلاب جامعة تشرين بمختلف كلياتها وذلك من خلال استبانة بهدف معرفة مدى الرضى والثقة بأداء الإعلام السّوري من أجل التوعية الصّحية خلال جائحة كورونا.

– **الحدود البشرية:** طلاب جامعة تشرين موزعين بحسب طبيعة ونوع كل كلية: كليات نظرية، كليات تطبيقية وكليات طبية.

– **الحدود المكانية:** جامعة تشرين/ اللاذقية الجمهورية العربية السورية.

➢ منهجية البحث

- **منهج البحث وأدواته:**

– منهج البحث:

يعتمد البحث الحالي المنهج الوصفي والذي يهدف إلى تحديد الوضع الحالي لظاهرة معيّنة ومن ثم يعمل على وصفها، وبالتالي فهو يعتمد على *« دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً، وإن من أهدافه تحديد ما يفعله الأفراد في مشكلة أو ظاهرة ما، والاستفادة من أدائهم وخبراتهم في وضع تصور وخطط مستقبلية، واتخاذ القرارات المناسبة لمواقف متشابهة مستقبلاً»* (ملحم، 2000، ص253– 254).

وكونه يركز على دراسة وتوصيف ظاهرة محددة ترتبط بتغطية وسائل الإعلام السّورية لجائحة الكورونا، وبالتالي يمكن لهذا المنهج أن يزودنا بكافة البيانات والمعطيات التي تسهم في تحقيق أهداف البحث.

– أدوات البحث:

✓ **الاستبانة:** يتم من خلالها استطلاع رأي فئة من الجمهور السّوري (طلاب جامعة تشرين) بهدف معرفة مدى نجاح الإعلام السّوري في كسب ثقة الجمهور خلال التوعية الصّحية الخاصة بجائحة كورونا، ومدى اعتماد الجمهور السّوري على الإعلام السّوري في الحصول على الثقافة الصّحية الخاصة بجائحة الكورونا.

– بلغ عدد بنود الاستبانة 26 بنداً، وكل بند ثلاث خيارات حسب مقياس ليكرت الثلاثي. توزعت البنود على ثلاثة محاور: الأول ركز على عادات وأنماط متابعة الإعلام. الثاني ركز على ثقة العينة بما يقدمه الإعلام السوري من معلومات وتحذيرات عن جائحة كورونا. الثالث ركز على التزام أفراد العينة بما قدمه الإعلام السوري في سبيل الإرشاد والتوجيه بما يخص التعامل مع جائحة كورونا.

– **صدق الاستبانة:** جرى التحقق من صدق الاستبانة والتأكد من قدرتها على قياس ما صممت لقياسه بطريقتين:

– الأولى: عرضها على مجموعة من المحكمين والمختصين وقد استجاب الفريق البحثي لما طرحه المحكمون من ملاحظات وتعديلات في ضوء التعديلات المقترحة وصولاً إلى الاستبانة بشكلها النهائي.

– الطريقة الثانية: جرى حساب الصدق البنائي، من خلال حساب معامل الارتباط بين درجة كل بند والدرجة الكلية للاستبانة وتبين أن معاملات الارتباط جميعها موجبة ودالة إحصائياً، وقد تراوحت درجات معامل الارتباط بين

(0.25 – 0.69) وهذه النتيجة تشير إلى أن عبارات الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الاتساق الداخلي، وبالتالي فإنها تتمتع بدرجة عالية من الصدق.

– **ثبات الاستبانة:** جرى التأكد من ثبات نتائج الاستبانة بطريقة معاملات ثبات ألفا كرونباخ، وقد تم حساب معامل ألفا كرونباخ للدرجة الكلية للاستبانة فبلغت (0.75)، وهذه النتيجة تؤكد درجة جيدة من ثبات الاستبانة في البحث الحالي.

- **مجتمع البحث وعينته:**

– **مجتمع البحث:** يتكون مجتمع البحث من جميع طلاب جامعة تشرين في اللاذقية خلال العام الدراسي 2021/2020، والبالغ عددهم 79000 طالبٍ، موزعين على عشرين كلية ومعهد عال.

– **عيّنة البحث:**

✓ **عيّنة طبقية:** الخاصة بالاستبانة وتتألف من عيّنة من طلاب جامعة تشرين موزعين بحسب متغيرات تصنيفية (الجنس، مكان الإقامة (ريف، مدينة)، نوع الكلية.

حيث جرى تصنيف كليات جامعة تشرين إلى ثلاث طبقات وهي: الكليات التطبيقية، الكليات النظرية والكليات الطبية، جرى سحب العيّنة ضمن كل طبقة بطريقة عشوائية بسيطة.

توصيف العيّنة:

– بلغ حجم العيّنة الفعلية للدراسة 347 طالباً

توزعوا حسب المتغيرات السابقة كما يأتي:

جدول رقم (1) توزع أفراد العيّنة بحسب المتغيرات

توزع أعداد الطلاب حسب الجنس ومكان السكن ونوع الكلية							
	الجنس		مكان السكن		نوع الكلية		
	ذكور	إناث	ريف	مدينة	تطبيقية	نظرية	طبية
	180	167	118	229	133	103	111
النسبة المئوية	%51.9	%48.1	%34	%66	%38.3	%29.7	%32
المجموع	347		347		347		

– كما توزع أفراد العيّنة بحسب الكلية كما يأتي:

جدول رقم (2) توزع أفراد العيّنة بحسب الاختصاص

توزيع أعداد الطلاب حسب كل الكلية		
الكلية	عدد الطلاب	النسب المئوية
التربية	42	%12.1
الحقوق	29	%8.4
الاقتصاد	21	%6.1
الآداب	32	%9.2
العلوم	2	%0.6
طب الأسنان	31	%8.9

الطب البشري	50	%14.4
الصيدلة	30	%8.6
الهندسة الزراعية	4	%1.2
الهندسة المعلوماتية	30	%8.6
الهندسة المدنية	30	%8.6
الهندسة الميكانيكية	46	%13.3
المجموع	347	%100

- **الدراسة الإحصائية والكمية:**

استخدم البحث التكرارات والنسب المئوية لمعالجة نتائج البحث، كما اعتمد الباحث في الدراسة الإحصائيّة على البرنامج الإحصائي ال SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) الخاص بمعالجة البيانات واختبار الفرضيات الإحصائيّة واستصدار النتائج.

- **نتائج البحث:**

النتائج المتعلقة بالسؤال الرئيس وأسئلته الفرعية ومناقشتها:

1- ما مدى متابعة الجمهور السّوري (طلاب جامعة تشرين كعيّنة) للإعلام ومعرفة الإعلام المفضل لديه؟

للتحقق من السؤال الأول، جرى حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد العيّنة على كل من أسئلة الاستبانة (الأول والثاني والثالث)، وذلك كما هو موضح في الجداول التالية:

- **بالنسبة للسؤال الفرعي الأول:** الذي ينص على (تشكل متابعة وسائل الإعلام أحد نشاطاتك المفضلة لقضاء وقت الفراغ) جاءت إجابات أفراد العيّنة كما هو موضح في الجدول رقم (3)

جدول رقم (3): متابعة وسائل الإعلام من قبل أفراد العيّنة

تشكل متابعة وسائل الإعلام أحد نشاطاتك المفضلة لقضاء وقت الفراغ		
	العدد	النسبة المئوية
نعم	103	%29.7
أحياناً	155	%44.7
لا	89	%25.6
المجموع	347	%100

- يتضح من الجدول السابق أن النسبة الأكبر من أفراد العيّنة يعدّون وسائل الإعلام نشاطاً مفضلاً لديهم لقضاء وقت الفراغ بدرجة متوسطة عبر عنها الخيار أحياناً وبمقدار 44.7%، بينما جاء في المرتبة الثانية اعتبار

وسائل الإعلام نشاطاً مفضلاً بدرجة جيدة، وعبر عنها الخيار نعم وبنسبة 29.7%. يلاحظ أن ما نسبته 25.6% من أفراد العيّنة لا يتابعون وسائل الإعلام كخيار تفضيلي لقضاء وقت الفراغ.

– تفسر النتيجة السابقة والتي تبين أن النسبة الأكبر من أفراد عيّنة البحث تتابع وسائل الإعلام كأحد النشاطات المفضلة لقضاء وقت الفراغ بدرجة **متوسطة**، لكون جميع أفراد عيّنة البحث هم من طلاب الجامعة، مما يعني أن لديهم الكثير من الواجبات الدراسية والتي لا تسمح لهم بتخصيص الكثير من الوقت لوسائل الإعلام، إضافة الى الاهتمامات والهوايات الأخرى التي قد تشغل حيزاً من اهتمامات طلاب الجامعة

- **بالنسبة إلى السؤال الفرعي الثاني:** الذي ينص على (عدد الساعات الوسطى اليومي لمتابعة وسائل الإعلام) جاءت إجابات أفراد العيّنة كما هو موضح في الجدول رقم (4):

جدول رقم (4) عدد الساعات الوسطى اليومي لمتابعة وسائل الإعلام

عدد الساعات الوسطى اليومي لمتابعة الإعلام		
	العدد	النسبة المئوية
أقل من ساعتين	204	%58.8
2 –4 ساعات	90	%25.9
4 – 6 ساعات	39	%11.2
اكثر من 6 ساعات	14	%4
المجموع	347	%100

– يتضح من الجدول السابق أن غالبية أفراد العيّنة، وبنسبة تقارب 59% تخصص أقل من ساعتين يومياً لمتابعة وسائل الإعلام، بينما كان من يخصص ساعات طويلة يومياً للأنشطة الإعلامية هم أقل بكثير؛ حيث إن (4%) من أفراد العيّنة فقط يخصصون أكثر من أربع ساعات يومياً لمتابعة وسائل الإعلام.

– تعود النتيجة السابقة إلى نوعية أفراد العيّنة؛ وهم طلاب جامعة؛ وبالتالي لا يملكون الوقت الكثير للأنشطة الإعلامية، وربما أدى انقطاع التيار الكهربائي لفترات طويلة إلى عزوف أفراد العيّنة عن بعض وسائل الإعلام مثل التلفاز والراديو. ويمكن أن يكون لجائحة كورونا دورٌ أيضاً في ابتعاد أفراد العينة عن متابعة الإعلام نسبياً، حتى لا تزداد لديهم حالات القلق والخوف والهلع، وبالتالي كان هنالك نوع من الاعتدال في متابعة وسائل الإعلام.

- **بالنسبة إلى السؤال الفرعي الثالث:** الذي ينص على (الإعلام المفضل لديك) جاءت إجابات أفراد العيّنة كما يأتي:

جدول رقم (5) نوع الإعلام المفضل لدى أفراد عيّنة البحث

الإعلام المفضل لديك (الأكثر تفضيلاً 1 ثم 2 ثم 3)																	
إعلام دولي						إعلام عربي						إعلام محلي					
الترتيب 3		الترتيب 2		الترتيب 1		الترتيب 3		الترتيب 2		الترتيب 1		الترتيب 3		الترتيب 2		الترتيب 1	
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد
15	52	11.2	39	48.7	169	15.9	55	32.3	112	21.9	76	26.2	91	13.8	48	29.1	101

– يتبين من الجدول السابق أن الإعلام الدولي سيطر بصورة كبيرة من حيث الإعلام المفضل لدى أفراد عيّنة البحث، حيث جاء في المرتبة الأولى بتكرار وقدره (169) وبنسبة مئوية بلغت (48.7%)، في حين جاء الإعلام

العربي في المرتبة الثانية بتكرار وقدره (112) ونسبة مئوية بلغت (32.3%)، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة جاء الإعلام المحلي بتكرار وقدره (91) ونسبة مئوية بلغت (26.2%).

– يمكن أن تفسر النتيجة بأن عيّنة البحث تجد في الإعلام الدولي المادة الإعلامية التي تجذبها، وتعالج الموضوعات التي يبحث عنها طالب الجامعة أكثر من الإعلام العربي أو المحلي؛ حيث تستخدم تلك الوسائل أحدث التقنيات في تقديم المادة الإعلامية.

الاستنتاج:

– تشكل متابعة الإعلام بوقت الفراغ كنشاط مفضل بدرجة متوسطة عند غالبية طلاب جامعة تشرين.

– يفضل غالبية طلاب جامعة تشرين متابعة الإعلام الدولي على الإعلام العربي والمحلي.

ثانياً: النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني ومناقشته: ما هي أكثر الأنواع الإعلامية المحلية تفضيلاً عند الجمهور السّوري (طلاب جامعة تشرين)؟

للتحقق من السؤال الثاني، جرى حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد العيّنة، وذلك كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (6) نوع الإعلام المحلي الذي يفضله أفراد عيّنة البحث

نوع الإعلام المحلي الذي تفضله لمتابعة آخر التطورات حول جائحة كورونا								
	التفضيل أولاً		التفضيل ثانياً		التفضيل ثالثاً		التفضيل رابعاً	
المطبوع	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
	6	1.7	19	5.5	64	18.3	154	44.4
المسموع	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
	11	3.2	40	11.5	135	38.9	59	17
المتلفز	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
	61	17.6	154	44.4	31	8.9	19	5.5
الإلكتروني	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
	270	77.8	33	9.5	10	2.9	7	2

– يلاحظ من الجدول السابق أن أكثر أنواع الإعلام المحلي تفضيلاً لدى أفراد عيّنة البحث كان **الإعلام الإلكتروني** بالمرتبة الأولى وذلك بتكرار (270) ونسبة مئوية بلغت (77.8%)، بينما جاءت مشاهدة التلفاز كثاني أفضل خيار عند 61 من العيّنة بنسبة 17%، في حين أن الإعلام المسموع استحوذ على الاهتمام الأول عند 11 فرد من العيّنة وبنسبة 3.2%. يلاحظ أن الإعلام المطبوع حاز على نسبة التفضيل الأقل كخيار أول عند أفراد العيّنة.

– تفسر النتيجة السابقة في استحواذ الإعلام الإلكتروني المرتبة الأولى من حيث تفضيل أفراد عيّنة البحث كنتيجة منطقية؛ لكون وسائل الإعلام الإلكتروني ومن بينها وسائل التواصل الاجتماعي باتت هي النمط السائد، وشبكة الإنترنت أصبحت من الوسائل الأقرب والأسرع من حيث الاستخدام والتأثير على الجمهور وفي مقدمتهم طلبة الجامعات، ولكون فئة الطلاب الجامعيين تعتمد بالدرجة الأولى على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار بمختلف أنواعها، ومن بينها الأخبار المتعلقة بجائحة كورونا، ولكون هذه المواقع لديها خاصية السرعة والتعددية في نقل وتغطية الأخبار والتطورات حول جائحة كورونا عالمياً ومحلياً، وقد يعد هذا السبب نفسه وراء تدني تفضيل عيّنة البحث وسائلَ الإعلام الأخرى (المطبوع والمسموع)، أما فيما يخص الإعلام المتلفز فقد يعود السبب حول

درجة التفضيل المتوسطة نوعاً ما لكون متابعة الأخبار عبر التلفاز مرهون بالواقع الكهربائي الضعيف في الجمهورية العربية السّورية من جهة، ولاعتماد أغلب الجمهور على وسائل الإعلام الإلكتروني في الحصول على المعلومات.

الاستنتاج

– يفضل طلاب جامعة تشرين الإعلام الإلكتروني أكثر من غيره من أنواع الإعلام، حيث يأتي بعده الإعلام المتلفز؛ في حين يحتل الإعلام المطبوع المرتبة الأخيرة.

ثالثاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث ومناقشته: ما مدى رضى الجمهور السّوري (طلاب جامعة تشرين كعيّنة) على أداء الإعلام السّوري ودوره في التوعية الصّحية بجائحة كورونا؟

– جرى قياس رضى عيّنة البحث عن أداء الإعلام السّوري خلال جائحة كورونا من خلال إجاباتهم على خمس عبارات ضمن الاستبانة كما توضح الجداول رقم (7) ورقم (8) ورقم (9)[2].

جدول (7) يوضح مدى رضى العيّنة على أداء الإعلام السّوري في التوعية الصّحية بجائحة كورونا (المعنى الإيجابي)

	العبارات	نعم (جيد)		أحياناً (متوسط)		لا (ضعيف)	
		العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية
1	ازدادت متابعتك للإعلام المحلي في ظل جائحة كورونا	129	%37.2	107	%30.8	111	%32
2	نجح الإعلام السّوري خلال جائحة كورونا بتقديم رسائل صحيّة مقنعة	164	%47.3	110	%31.7	73	%21
3	للإعلام السّوري دور في تشكيل سلوك صحي سليم عند جمهوره للتعامل مع جائحة كورونا	172	%49.6	101	%29.1	74	%21.3

– من الملاحظ بحسب الجدول السابق أن 37.2% من العيّنة تابعت الإعلام السّوري أكثر خلال جائحة كورونا؛ وبالتالي كان ذلك مؤشر ثقة بهذا الإعلام. بينما كان ما نسبته 32% من عيّنة الدراسة لم تتأثر متابعتها للإعلام السّوري خلال جائحة كورونا؛ وهذا يدل على عدم الثقة. حالة الرضى الأكبر عن أداء الإعلام السّوري سجلت لصالح نجاحه في تشكيل سلوك صحي سليم عند الجمهور وبنسبة 49.6%.

جدول (8) يوضح مدى رضى العيّنة على أداء الإعلام السّوري في التوعية الصّحية بجائحة كورونا (المعنى السلبي)

	العبارات	نعم (ضعيف)		أحياناً (متوسط)		لا (جيد)	
		العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية
	أسهم الإعلام السّوري في تقديم صورة سلبية عن مريض كورونا	5	%27.4	93	%26.8	159	%45.8
	للإعلام السّوري دور في تشكيل حالة من الخوف من التصريح عن الإصابة بالكورونا	02	%29.4	102	%29.4	143	%41.2

[2] - اعتمد الباحث في تقدير الرضى في العبارات ذات المعنى الإيجابي ما يلي: الإجابة ب نعم = رضى جيد، أحياناً = رضى متوسط، لا = رضى ضعيف

- بالنسبة للعبارات ذان المعنى السلبي فإن تقدير الرضى كان عكسياً: الإجابة ب نعم= رضى ضعيف، أحياناً= رضى متوسط، لا= رضى جيد

- تم تقدير مستوى الرضى من حساب متوسط الإجابات

يلاحظ من الجدول رقم (8) أن 45.8% من أفراد العيّنة ترى أن الإعلام السّوري لم يقدم صورة سلبية لمريض الكورونا، بينما كان ما نسبته 27.4% ترى أن الإعلام السّوري قدم لها صورةً سلبيةً عن مريض الكورونا. بالسياق نفسه نجد أن 29.4 % من أفراد العيّنة رأت أن الإعلام السّوري مسؤول عن حالة الخوف التي تصيب المريض بالكورونا من التصريح عن إصابته، بينما كان 41.2 % لم يكن للإعلام السّوري دور في تشكيل حالة الخوف نفسها لديهم.

بالاعتماد على الجدولين رقم (7) ورقم (8) جرى حساب متوسطات الإجابات بحسب مستوى الرضى عن أداء الإعلام السّوري خلال جائحة كورونا عند طلاب جامعة تشرين؛ وكانت النتائج كما هو موضح في الجدول رقم (9)

جدول رقم (9) مستوى رضى عيّنة البحث عن أداء الإعلام السّوري

مجموع متوسطات الإجابات	مستوى رضى جيد	مستوى رضى متوسط	مستوى رضى ضعيف
	%44.22	%29.56	%26.22

الاستنتاج – يفيد الجدول رقم (9) بأن الإعلام السّوري حاز على مستوى جيد من الرضى عند 44.22% من طلاب جامعة تشرين، ومستوى متوسط من الرضى عند 29.56%، بالمقابل كان مستوى الرضى ضعيفاً لدى 26.22% من عيّنة البحث عن أداء الإعلام السّوري في التوعية الصّحية بجائحة كورونا.

رابعاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع ومناقشته: ما مدى ثقة الجمهور السّوري (طلاب جامعة تشرين كعيّنة) بالرسالة الصّحية التي تقدم عبر الإعلام السّوري الخاصة بجائحة كورونا؟

لمعرفة وقياس ثقة الجمهور السّوري بالرسالة الصّحية التي تقدم عبر الإعلام السّوري والخاصة بجائحة كورونا جرى استخلاص نتائج إجابات أفراد العيّنة على العبارات التي تدل على هذه الثقة في الاستبانة، والتي نقدمها فيما يأتي:

جدول (10) يوضح مدى ثقة عيّنة البحث بمصادر المعلومات التي اعتمد عليها الإعلام السّوري في تغطيته لجائحة كورونا

اعتمد الإعلام السّوري في تغطيته لجائحة كورونا على عدة مصادر للمعلومات، أي من المصادر التالية حاز على ثقتك أكثر: (رتب الأكثر ثقة 1 ثم 2 ..													
	الترتيب 1		الترتيب 2		الترتيب 3		الترتيب 4		الترتيب 5		الترتيب 6		الترتيب 7	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
حكومي محلي	50	%14.4	31	%8.9	29	%8.4	34	%9.8	35	%10.1	40	%11.5	60	%17.3
جهة طبية محلية	58	%16.7	63	%18.2	53	%15.3	32	%9.2	38	%11	34	%9.8	6	%1.7
إعلام محلي	12	%3.5	28	%8.1	67	%19.3	31	%8.9	56	%16.1	38	%11	38	%11
حكومي أجنبي	5	%1.4	4	%1.2	13	%3.7	68	%19.6	29	%8.4	42	%12.1	83	%23.9
ج طبية أجنبية	27	%7.8	83	%23.9	45	%13	23	%6.6	36	%10.4	34	%9.8	11	%3.2
إعلام	8	%2.3	46	%13.3	50	%14.4	36	%10.4	35	%10.1	47	%13.5	24	%6.9

أجنبي														
منظمات عالمية صحيّة	182	%52.4	25	%7.2	18	%5.2	39	%11.2	10	%2.9	4	%1.2	18	%5.2

– أهم ما يلاحظ من الجدول السابق ما يأتي:

- إن **المنظمات العالمية الصّحية** أكثر مصادر المعلومات التي حازت على ثقة الجمهور السّوري، حيث جاءت في المرتبة الأولى بتكرار (182) ونسبة مئوية بلغت (52.4%).
- **في حين جاء الإعلام المحلي بدرجة ثقة ضعيفة** كمصدر للمعلومات في تغطية جائحة كورونا، حيث جاء في المرتبة الخامسة ضمن الترتيب الأول، بتكرار (12) ونسبة مئوية (3.5%)، كما جاء أيضاً بدرجة ضعيفة في جميع الترتيبات التي صنفها أفراد عيّنة البحث، وقد يعود السبب وراء ذلك لضعف أداء الإعلام المحلي في تغطية الأحداث الخاصة بالجائحة وخصوصاً في بداية انتشارها، وهذا ما جعل الجمهور السّوري يتجه نحو مصادر المعلومات الخاصة بالمنظمات العالمية الصّحية؛ لكونها أكثر دقة وثقة في تغطيتها للأخبار الخاصة بجائحة الكورونا، من حيث أعداد الإصابات والوفيات ومخاطر الإصابة بالفيروس وآثاره، وذلك عبر تقارير، وأبحاث مخبرية دورية تصدر من خبراء من مختلف أنحاء العالم.
- فيما يخص الإعلام الأجنبي جاءت بدرجة ضعيفة أيضاً بتكرار (8) وبنسبة مئوية بلغت (2.3%)، وبمقارنة هذه النتيجة مع الإعلام المحلي نلاحظ تقارب نسبة الثقة بمصادر المعلومات بين كلا المصدرين.
- أما فيما يخص بقية المصادر الأخرى فيُلاحظ أنها جاءت بدرجة ثقة متفاوتة؛ حيث جاء مصدر (جهة طبية محلية) بدرجة ضعيفة بنسبة (16.7%)، وجاء مصدر (جهة طبية أجنبية) بدرجة ضعيفة أيضاً بنسبة (7.8%).

❖ **نقدم فيما يأتي نتائج إجابات أفراد العيّنة على 17 عبارة موجودة في الاستبانة والتي تعبر عن ثقتهم بالرسالة الصّحية التي قدمها الإعلام السّوري خلال جائحة كورونا:**

جدول (11) يوضح مدى ثقة الجمهور السّوري بالرسالة الصّحية التي تقدم عبر الإعلام السّوري الخاصة بجائحة كورونا

العبارات	نعم		أحيانا		لا	
	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية
وفّر الإعلام السّوري قاعدة معلومات كافية عن ظهور فايروس كورونا	150	%43.2	113	%32.6	84	%24.2
وجه الإعلام السّوري مواد إعلامية صحيّة لفئات معيّنة من الجمهور (كبار السن، الحوامل، الكوادر الطبية ... وغيرها	213	%61.4	99	%28.5	35	%10.1
أسهم الإعلام السّوري إسهاماً جيداً في شرح كيفية ظهور فايروس كورونا	186	%53.6	95	%27.4	66	19
أسهم الإعلام السّوري إسهاماً جيداً بتعريفك بآثار الإصابة الخطيرة بالكورونا على صحة الفرد والمجتمع	208	%59.9	83	%23.9	56	%16.1
ساعدك الإعلام السّوري في معرفة أسباب انتشار الجائحة بسرعة	161	%46.4	100	%28.8	86	%24.8

حذر الإعلام السّوري من الزيادة الكبيرة بأعداد المصابين واحتمالية عجز النظام الصّحي عن تقديم المساعدة الطبية	231	%66.6	67	%19.3	49	%14.1
أقنع الإعلام السّوري جمهوره بالابتعاد عن أماكن الازدحام كإجراء وقائي من انتشار جائحة كورونا	165	%47.6	79	%22.8	103	%29.7
أصبحت أكثر اقتناعا بضرورة الالتزام بارتداء الكمامة لما عرضه الإعلام السّوري عن دور الكمامة في التخفيف من انتشار المرض	150	%43.2	98	%28.2	99	%28.5
ارتفع لديك مستوى الانتباه للنافة الشخصية بفضل ما قدمه الإعلام السّوري من توضيحات	239	%68.9	60	%17.3	48	%13.8
أصبحت أكثر اعتناء بنظامك الغذائي بعد أن قدم الإعلام السّوري مواداً إعلامية أوضح فيها أهمية النظام الغذائي في تقوية مناعة الجسم	155	%44.7	97	%28	95	%27.4
أقنعك الإعلام السّوري بضرورة الالتزام بالحجر الصّحي أو المنزلي عند الشك بالإصابة لمنع انتشار الجائحة	137	%39.5	122	%35.2	88	%25.4
خلال جائحة كورونا قدم الإعلام السّوري معلومات وإحصائيات موثوقة ودقيقة حول أعداد الإصابات والوفيات وسرعة الانتشار	144	%41.5	106	%30.5	97	%28
شجع الإعلام السّوري جمهوره على أخذ اللقاح الخاص بالكورونا وشرح فوائده	174	%50.1	88	%25.4	85	%24.5
عرض الإعلام السّوري معلومات ومواد إعلامية حول آثار انتشار فايروس كورونا اجتماعياً	220	%63.4	89	%25.6	38	%11
عرض الإعلام السّوري معلومات ومواد إعلامية حول آثار انتشار فايروس كورونا تعليمياً	193	%55.6	99	%28.5	55	%15.9
عرض الإعلام السّوري معلومات ومواد إعلامية حول آثار انتشار فايروس كورونا نفسياً	123	%35.4	104	%30	120	%34.6
عرض الإعلام السّوري معلومات ومواد إعلامية حول آثار انتشار فايروس كورونا اقتصادياً	111	%32	92	%26.5	144	%41.5

بالاعتماد على الجدول رقم (11) جرى حساب متوسطات الإجابات بحسب مستوى الثقة[3] في الرسالة الصّحية للإعلام السّوري خلال جائحة كورونا عند طلاب جامعة تشرين، وكانت النتائج كما هو موضح في الجدول رقم(12):

جدول رقم (12) مستوى الثقة بالرسالة الصّحية للإعلام السّوري خلال الكورونا

مجموع متوسطات الإجابات	مستوى ثقة جيد	مستوى ثقة متوسط	مستوى ثقة ضعيف
	%50.2	%27	%22.8

[3] اعتمد الباحث على اعتبار أن الإجابة ب نعم = ثقة جيدة، أحياناً = ثقة متوسطي، لا = ثقة ضعيفة.

– نلاحظ من الجدول رقم (12) أن نصف أفراد العيّنة تقريباً عبروا عن ثقتهم الجيّدة بالرسالة الصّحية التي قدمها الإعلام السّوري خلال جائحة كورونا؛ في حين أن 22.8 % من أفراد العيّنة كانت ثقتهم ضعيفة بالرسالة الصّحية للإعلام السّوري.

الاستنتاج:

– جاء الإعلام المحلي بدرجة ثقة ضعيفة كمصدر للمعلومات في تغطية جائحة كورونا.

– حظيت الرّسالة الصّحية التي قدمها الإعلام السّوري خلال تغطيته لجائحة كورونا بثقة جيدة عند نصف أفراد العيّنة، وثقة متوسطة عند 27% منهم، بينما كان هنالك فقط 22.8 % لم يثقوا بالرسالة الصّحية للإعلام السّوري. هذه النتيجة ربما تكون جيدة من حيث النسبة العامة للثقة، ولكن وجود أكثر من ربع أفراد العيّنة لا يثقون بالرسالة الصّحية لإعلام بلدهم، فهذه نقطة يجب التوقف عندها كثيراً آخذين بعين الاعتبار حساسية هذه المرحلة الزمنية، والتي مثلت تحدياً كبيراً أمام كل مكونات المجتمع، فعندما توجد، وفي هكذا مرحلة، هذه النسبة من أفراد العينة ممن لا يثقون بالرسالة الصّحية المقدمة من الإعلام المحلي؛ فهذا يمثِّل تحدياً كبيراً يجب البحث في أسبابه ومعالجتها.

- **ثانياً: اختبار فرضيات البحث وتفسيرها:**

1– نتائج اختبار الفرضية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائيّة عند مستوى دلالة 0.05 بين متوسطات رضى وثقة الجمهور السّوري (طلاب جامعة تشرين كعيّنة) بأداء الإعلام السّوري الخاص بالتوعية الصّحية بجائحة كورونا تعزى لمتغير مكان السكن (ريف، مدينة).

جرى اختبار هذه الفرضية باستخدام اختبار t–test لعينتين مستقلتين، وجاءت النتائج كما هي موضحة في الجدول الآتي.

الجدول رقم (13) نتائج t–test لعينتين مستقلتين لاختبار دلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العيّنة تبعاً لمتغير مكان السكن

الجنس	العدد الكلي	متوسط الدرجات	الانحراف المعياري	قيمة t	قيمة الدلالة
ريف	118	52.50	9.98	1.33	0.18
مدينة	229	50.91	10.65		

– يتبين من الجدول أعلاه أن قيمة الدلالة تساوي 0.18 وهي أكبر من 0.05 وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائيّة فيما يتعلق بثقة طلبة جامعة تشرين ورضاهم عن أداء الإعلام السّوري بالتوعية الصّحية بجائحة كورونا سواء سكنوا في الريف أم في المدينة.

– تفسر النتيجة السابقة لكون كل من سكان المدينة والريف يتعرضون لنفس وسائل الإعلام المحلية، فمكان السكن لم يؤثر في إمكانية متابعة وسيلة إعلامية معيّنة وعدم إمكانية متابعة غيرها. يضاف إلى ذلك أن النسبة الأكبر من أفراد العيّنة كانت تفضل الإعلام الإلكتروني[4] وهذا الإعلام متوفر لطلاب الجامعة (عيّنة البحث) سواء كانوا بالمدينة أم الريف.

2– نتائج اختبار الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائيّة عند مستوى دلالة 0.05 بين متوسطات رضى وثقة الجمهور السّوري (طلاب جامعة تشرين كعيّنة) بأداء الإعلام السّوري الخاص بالتوعية الصّحية بجائحة كورونا تعزى لمتغير نوع الكلية (نظرية، تطبيقية، طبية).

[4] انظر الجدول رقم (6)

للتحقق من صحة هذه الفرضية جرى استخدام تحليل التباين أحادي الجانب (ANOVA)، وجاءت النتائج كما هي موضحة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (14) نتائج اختبار (ANOVA) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العيّنة تبعاً لمتغير نوع الكلية

نوع الكلية	حجم العيّنة	متوسط الدرجات	الانحراف المعياري	قيمة f	قيمة الدلالة
نظرية	103	50.96	10.73	1.26	0.39
تطبيقية	133	50.90	10.56		
طبية	111	52.57	9.99		

– يتبين من خلال الجدول السابق أن قيمة الدلالة بلغت (0.39) وهي أكبر من (0.05)؛ وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية بعدم وجود فروق جوهرية بين متوسطات رضى وثقة الجمهور السّوري (طلاب جامعة تشرين كعيّنة) بأداء الإعلام السّوري الخاص بالتوعية الصّحية بجائحة كورونا تعزى لمتغير نوع الكلية (نظرية، تطبيقية، طبية).

–تعدّ هذه النتيجة مفاجئة نوعاً ما؛ كونه كان من المتوقع أن توجد فروق تبعاً لنوع الكلية، وتحديداً بين الكليات التطبيقية والنظرية من جهة، والكليات الطبية من جهة؛ ولكن إجابات أفراد العيّنة كانت عكس المتوقع. يمكن للباحثين تفسير ذلك كون الرسائل الصّحية التي قدمها الإعلام السّوري الخاصة بجائحة كورونا بمجملها ليست رسائل معمقة وإنما تندرج تحت مسمى الثقافة الصّحية العامة؛ وبالتالي لم تظهر الفروق بين الطلاب بحسب نوع الكلية.

3– نتائج اختبار الفرضية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائيّة عند مستوى دلالة 0.05 بين متوسطات رضى وثقة الجمهور السّوري (طلاب جامعة تشرين كعيّنة) بأداء الإعلام السّوري الخاص بالتوعية الصّحية بجائحة كورونا تعزى لمتغير الجنس (ذكور، إناث).

جرى اختبار هذه الفرضية من خلال تطبيق t–test لعينتين مستقلتين. وجاءت النتائج كما هي موضحة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (15) نتائج t–test لعينتين مستقلتين لاختبار دلالة الفروق بين متوسطا درجات أفراد العيّنة تبعاً لمتغير الجنس

الجنس	العدد الكلي	متوسط الدرجات	الانحراف المعياري	قيمة t	قيمة الدلالة
ذكور	180	49.79	10.97	3.11–	0.02
إناث	167	53.24	9.55		

– يتبين من خلال الجدول السابق أن قيمة الدلالة تساوي 0.02 وهي أصغر من 0.05؛ وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائيّة بين الذكور والإناث وذلك لصالح الإناث؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي لديهن (53.24) وهو أعلى من المتوسط الحسابي للذكور (49.79). وهذا يشير إلى أن طالبات جامعة تشرين أكثر ثقة ورضى من طلابها بدور الإعلام السّوري في التوعية الصّحية بجائحة كورونا.

– وقد تعود هذه النتيجة إلى طبيعة اهتمام كل من الطلاب والطالبات عند الرجوع إلى بيوتهم، حيث الطلاب الذكور يمكن أن يتوفر لديهم وقت أكبر للبحث على الإنترنت عن معلومات تخص جائحة كورونا، بينما الطالبات يكون لديهن التزامات بأعمال المنزل. هذه الحقيقة تجعل الطالبات يعتمدن على الإعلام السّوري أكثر من غيره وبالتالي يثقن به أكثر كونه لا يوجد وقت إضافي لديهن كي يبحثن عن المعلومات في عدة وسائل إعلامية.

➢ مقترحات البحث

– إجراء أبحاث تهتم بقياس ثقة الجمهور السّوري بكافة فئاته بالإعلام السّوري وتحديداً خلال الأزمات.

– التأكيد على أهمية تفعيل التعاون بين وزارتي الإعلام والصحة في التوعية الصحية عبر وسائل الإعلام.

– الاستعانة بخبراء من علم النفس الإعلامي والإعلام التربوي عند إعداد المضمون الإعلامي لحملات التوعية والتثقيف في كل المجالات التي تقوم بها وزارة الإعلام.

– زيادة نسبة البرامج الثقافية العامة وأيضاً البرامج الثقافية النوعية والمتخصصة (برامج صحيّة. بيئية، اجتماعية، اقتصادية، جنسية).

– إنشاء مركز أبحاث تابع لوزارة الإعلام يهتم بدراسة رجع الصدى ومدى رضى وقبول الجمهور السّوري عن أداء الإعلام السّوري في المجالات كافة.

– الاهتمام بالعاملين في المكاتب الصحفية والإعلامية التابعة لوزارات ومؤسسات الدولة، وتعيين المؤهلين وأصحاب الكفاءات بما يضمن الارتقاء بمستوى العمل المهني لهذه المكاتب الصحفية.

– تأمين كافة المستلزمات الضرورية والحديثة من تجهيزات ووسائط للعاملين في المؤسسات الإعلامية السّورية بما يمكنهم من القيام بمهامهم الإعلامية بشكل مريح.

➢ قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: المراجع العربية

– شماس، عيسى. (2004). *الإعلام التربوي*. منشورات جامعة دمشق: دمشق.

– مزاهرة، أيمن، الصفدي، عصام، أبو الحسن، ليلى، (2012)، *علم اجتماع الصحة*، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن.

– ملحم، سامي. (2000). *مناهج البحث في التربية وعلم النفس*. (ط1). عمان: دار الميسرة.

– مكاوي، حسن عماد، السيد، ليلى حسين. (2006). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*. الدار المصرية اللبنانية: القاهرة.

ثانياً: المراجع الأجنبية

– CARTER, L; MARSHALL, MD, (2007)، *Toward an educated Health Consumer*, Mass Communication and Quality in Medical care, Health Care Journal, Vol (2).

– LYNN, M, (2001), *Community Participant in health: Perpetual Allure Persistent Challenge, Health Policy and Planning*, Oxford University Press, NO, (16)

– MERTON, T; JULIE, M, D, (2001), *Health Beliefs. Mass and interpersonal influence on perceptions of risk to self and others*, communication Research, Vol. 28.

ثالثاً: المراجع الإلكترونية

– موقع منظمة الصحة العالمية الخاص بفايروس كورونا (كوفيد– 19) ، 22أذار. 2020