



العلاقة بين الاستهلاك الإعلامي والمسؤولية الاجتماعية لدى طلبة جامعة كربلاء المقدسة

الباحث منافع جابر حسون

الأستاذ الدكتور عباس عموري

جامعة الأديان والمذاهب، كلية العلوم الاجتماعية، إدارة الإعلام

ملخص البحث

تهدف هذه الدراسة لمعرفة "العلاقة بين الاستهلاك الإعلامي والمسؤولية الاجتماعية لدى طلبة جامعة كربلاء المقدسة" وذلك لأن المجتمع بصورة عامة والطلبة بصورة خاصة أصبحت تستهلك المضامين الإعلامية بصورة كبيرة جدا مما حتم علينا دراسة العلاقة بين الاستهلاك الإعلامي والمسؤولية الاجتماعية لطلبة جامعة كربلاء المقدسة وتسعى الدراسة للإجابة على السؤال الرئيسي: ما هي العلاقة بين الاستهلاك الإعلامي والمسؤولية الاجتماعية لدى الطلبة في جامعة كربلاء المقدسة؟ وتم استخدام المنهج الكمي (المسحي) في الدراسة ووزعت وفق العينة العشوائية بواقع (472) نسمة بين ذكور وإناث طلبة جامعة كربلاء المقدسة، واعتمد الباحث في دراسته على نظرية المسؤولية الاجتماعية ونظرية ترتيب الأولويات ونظرية حارس البوابة ونظرية الاعتماد. وتوصل الباحث من خلال هذه الدراسة لنتائج مهمة منها: ان للمسؤولية الاجتماعية تأثير معرفي كبير على طلبة جامعة كربلاء، ان نسبة كبيرة من الجمهور كان هدفهم من التعرض لوسائل الاعلام هو لغرض الاطلاع العلمي والثقافي .

الكلمات المفتاحية: العلاقة، الاستهلاك الإعلامي، المسؤولية الاجتماعية.

The relationship between media consumption and social responsibility among students of the Holy Karbala University

Researcher Manaf Jaber Hassoun

Prof. Dr. Abbas Amouri

University of Religions and Creeds, College of Social Sciences, Department of Information
Abstract

This study aims to know the "relationship between media consumption and social responsibility among students of the Holy University of Karbala" because society in general and students in particular have become consuming media content in a very large way, which necessitated us to study the relationship between media consumption and social responsibility among students of the Holy University of Karbala. The main question: What is the relationship between media consumption and social responsibility among students at the Holy University of Karbala? The quantitative (survey) method was used in the study, and it was distributed according to the random sample of (472) people between male and female students of the Holy University of Karbala. Through this study, the researcher reached important results, including: that social responsibility has a significant cognitive impact on the students of the University of Karbala, that a large percentage of the public was their goal of exposure to the media is for the purpose of scientific and cultural knowledge

Keyword: Relationship, media consumption, social responsibility



مقدمة

يواجه العالم في وقتنا الحالي متغيرات عديدة تؤثر بصورة مباشرة على سلوكيات الفرد وميولاته، وايضا مهاراته الاعتيادية وهذه التغيرات تتولد بمعدلات كبيرة وسرعة تفوق المعدلات السابقة في تاريخ البشرية، مما يساهم في تكوين صورة عالم حديث، له حضارته، وثقافته وله مؤسساته، ومفاهيمه التي تختلف عن الذي عرفناه والمسؤولية الاجتماعية هي نهج متعالٍ يتأثر بدرجة التنشئة الاجتماعية للناس تجاه البيئة المحيطة بحياتهم. هدفها الرئيسي هو خلق حركة إيجابية، وإن كانت صغيرة، في المجتمع والمنظمات والمؤسسات الإعلامية هي من بين المنظمات أو المؤسسات التي تؤثر على المسؤولية الاجتماعية للناس حيث يستهلك الشخص باستمرار المنتجات الثقافية الإعلامية بما في ذلك المحتوى الاجتماعي وأن المسؤولية الاجتماعية هي إحدى الفئات التي أثرت لسنوات عديدة من قبل خبراء الاتصال واليونسكو في مجال الصحافة والإعلام مع التركيز على أخبار التنمية ومن منطلق المسؤولية الاجتماعية، يحق لوسائل الإعلام انتقاد وتحدي المنظمات المختلفة، لكنها مسؤولة أيضاً عن مصالح واحتياجات المجتمع ويجب أن تخضع للمساءلة، لأن أخطائها يرتكبها الرأي العام أيضاً بصفتها المؤسسة الثقافية الأكثر نفوذاً، يمكن لوسائل الإعلام أن تتدخل بشكل فعال وناجح في انتشار النزعة القانونية ومحاربة الفوضى إن وجود وسائل الإعلام في عالم اليوم دليل على حرية الكلام والفكر ومعدل قوي للدفاع عن حقوق الشعب والمواطن، والشعور بالمسؤولية سيؤدي إلى إيقاظ أفراد المجتمع ولذلك فإن مشكلة هذه المقالة هي مدى تأثير وسائل الإعلام على المسؤولية الاجتماعية للناس في المجتمع العراقي ثمة غموض يحيط العلاقة بين الاستهلاك الإعلامي وبين نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لتعزيز الاستهلاك الإعلامي لطلبة جامعة كربلاء وتأثيراتها في تحديد هذه العلاقة التي تتأثر بدرجة التنشئة الاجتماعية للناس في البيئة المحيطة بحياتهم هدفها الرئيس هو خلق حركة إيجابية، وإن كانت صغيرة، في المجتمع وتعد المؤسسات الإعلامية هي من بين المؤسسات التي تؤثر على المسؤولية الاجتماعية للجمهور تتمثل إحدى المهام المهمة لوسائل الإعلام من وجهة نظر المسؤولية الاجتماعية في خلق شعور بالمواطنة لدى الجمهور الذي تحرك نحو الفردية بسبب تقدم الصناعة والتحضر أو على مستوى أكبر بسبب العولمة، فإن أساليب حياتهم وأنماط حياتهم قد انتقلت نحو الأسرة النووية الانكماشية عندما تكون هناك تخصصات مختلفة في المجتمع حيث يرتفع مستوى التعليم ويصبح أفراد المجتمع أقوى ومستقلين مع التعليم والاتحاق بالجامعات وبعد ذلك، تتجلى الفردية، ويتجه الاتجاه العام للمجتمع أيضاً نحو الفردية وتنمو هذه الظاهرة ويعلن الجميع الاستقلال والعملية الفردية لها مسار طبيعي وهي ناتجة جزئياً عن ضغوط خارجية مثل العولمة وتلاشي المحلية وإزالة الحدود المشكلة هي أن الفردية تأخذنا بعيداً عن كوننا مواطنين والشعور بالمواطنة، وهنا تبرز مهمة وواجبات وسائل الإعلام والتي يجب أن تخلق إحساساً بالمواطنة لدى الجمهور.

مشكلة الدراسة

تكمن مشكلة الدراسة في العلاقة بين الاستهلاك الإعلامي القائم على اظهار الحقائق والمبادئ بصورة صحيحة كانت او خاطئة ضمن المبادئ العامة للمجتمع المتلقي، وبين المسؤولية الاجتماعية في بيان هذه الحقائق المتعلقة بالاستهلاك الإعلامي، ولذا فان المشكلة قائمة على ان الرابطة بين الاستهلاك الإعلامي والمسؤولية الاجتماعية هي علاقة لا تزال مبهمه في واقعنا الحاضر وتحتاج الى دراسة متعمقة وجدية تخص اظهار هذه العلاقة بين المتغيرين، ولذا فان دراستنا ستقوم على اظهار هذه العلاقة من خلال الطلاب في جامعة كربلاء المقدسة. والسؤال الرئيسي هو: ما هي العلاقة بين الاستهلاك الإعلامي والمسؤولية الاجتماعية لدى الطلبة في جامعة كربلاء المقدسة؟ وان الهدف الاساسي من هذه الدراسة هو معرفة العلاقة بين الاستهلاك الإعلامي والمسؤولية الاجتماعية لدى الطلاب في جامعة كربلاء المقدسة.

اهمية والضرورة الدراسة



تعد المسؤولية الاجتماعية واحدة من ركائز الحياة المجتمعية الاساسية فهي طريق التقدم والتطور الفردي والجماعي بل ان القيمة الحقيقية للشخص تقاس بمدى تحمله المسؤولية اتجاه نفسه واتجاه الآخرين وذلك لابد من العمل على نشر الوعي بأهميتها ووضع البرامج والخطط الكفيلة لترسيخها لدى الاشخاص والمؤسسات حيث تسعى دراستنا الحالية لمعرفة العلاقة بين الاستهلاك الإعلامي والمسؤولية الاجتماعية لدى لطلبة في جامعة كربلاء المقدسة حيث يمثل الطلبة طبقة كبيرة في المجتمع ولها ثقلها كونهم صانعي المستقبل. واهمية الدراسة هي:

- 1- تأتي الأهمية الأكاديمية لهذه الدراسة في أنها ستكون اضافة علمية الى المكتبة الإعلامية والباحثين وللمؤسسات المهتمة بهذا الشأن.
- 2- تمثل نقطة انطلاق في الدراسات المرتبطة في الاستهلاك الإعلامية وعلاقة ذلك بالمسؤولية الاجتماعية التي يفرضها المجتمع بقبول أو رفض المضامين الإعلامية.
- 3- تأتي الأهمية في اختيار جمهور طبقي يصنف على أنه جمهور حساس يتقبل المضامين الإعلامية بشكل قد يخرج عن إطار المسؤولية الاجتماعية.
- 4- يضيف هذا البحث فهما متطورا للعلاقة بين نظرية المسؤولية الاجتماعية وقبول المضامين الإعلامية وفق البيئة السيكولوجية للفرد في ظل مجتمع يعيش في صراعات بين الحداثة وبين الالتزام في معايير المجتمع الملتهزم.

فرضيات الدراسة

الفرضية الأصلية

ان العلاقة بين الاستهلاك الاعلامي والمسؤولية الاجتماعية لدى طلبة جامعة كربلاء متباينة الى حد ما حيث ان المسؤولية الاجتماعية هي التي يجب ان تحدد المضامين الاعلامية القابلة للاستهلاك.

الفرضيات الفرعية

1. المسؤولية القانونية هي إحدى ركائز المسؤولية الاجتماعية. يمكن أن يكون لاستخدام وسائل الإعلام أيضاً العديد من الآثار التفاعلية على الإيجابيات أو السلبيات المسؤولية الاجتماعية لدى طلبة جامعة كربلاء مقدسة في الوفاء بالمسؤوليات القانونية.
2. توجد علاقة ذات دلالة بين شروط المسؤولية الأخلاقية: (1) حرية الإرادة والحرية، (2) القوة والقدرة ، (3) المعرفة والوعي. وبين المسؤولية الاجتماعية الإعلامية لطلاب جامعة كربلاء مقدسة.
3. توجد علاقة ذات صلة بين الاستهلاك الاعلامي والمسؤولية الاقتصادية حيث له تأثيرات كثيرة على الحالة النفسية للناس واضطرابات السوق وزيادة المعدلات وانخفاضها.
4. توجد علاقة بين الاستهلاك الاعلامي والمسؤولية الانسانية حيث ان المسؤولية الانسانية عادة ما تحتم نوعية الاستهلاك الاعلامي لدى الفرد.

مصطلحات البحث

1. العلاقة: رابطة تربط بين شخصين أو شيئين مختلفين.¹



2. **الاستهلاك الاعلامي:** هو مجموعة المعلومات ووسائل الترفيه التي يقوم الفرد او المجموعة باستخدامها وقد يشمل ذلك العديد من الأنشطة مثل التفاعل مع وسائل الاعلام وقراءة الكتب والمجلات ومشاهدة التلفزيون والافلام والاستماع الى الراديو حيث يجب ان يتمتع مستهلك وسائل الاعلام النشط بالقدرة على التشكيك واصدار الاحكام والتفكير الحر والقدرة على طرح الاسئلة والتفهم الواعي.²

3. **المسؤولية الاجتماعية:** تعريف المعاجم العربية هي تقييد الشركة بتنفيذ كافة أعمالها بطرق لا تلحق أي ضرر بالعملاء أو المجتمع ككل على حد سواء، بالإضافة إلى إلزامها بتكريس جزء من مواردها لتحفيز وتعزيز الجهود الوطنية الرامية للتطور. تعريف المعاجم الإنجليزية تطبيق استراتيجيات لإنتاج السلع وتقديم الخدمات بطرق لا تلحق الضرر بالبيئة أو المجتمع، مع ضرورة التأكيد على أن تكون كافة مجالاتها مهمة جدًا للمستهلك. تعريف المسؤولية الاجتماعية اصطلاحاً يقصد بالمسؤولية الاجتماعية أنها الفكرة الساعية لفرض قوانين صارمة على المنظمات؛ كي تمتنع عن التصرفات والأعمال اللاأخلاقية التي تؤثر بدورها سلباً على المجتمع، من أجل تحفيز الأعمال الداعمة لرفاهية كافة الأفراد والمجتمعات التي تتواجد بها وتتواصل معها، وبذلك يُطبق مفهوم المسؤولية الاجتماعية على الجميع، ومن أمثلتها المؤسسات، والأفراد، والحكومات. في السنوات الأخيرة جرى الاعتراف بأهمية المسؤولية الاجتماعية ومدى ارتباطها بسلوك الشركات، من خلال التركيز على مدى التزام توجهاتهم في مجال تحسين البيئة المجتمعية.

المسؤولية الاجتماعية للطلاب: تُعرّف المسؤولية الاجتماعية للطلاب بأنها تصرفات وسلوكيات الطلاب الاجتماعية التي تؤثر على البيئة المحيطة بهم اجتماعياً، أو دينياً، أو دينياً، فالعوامل الأخلاقية مساوية لأهمية الثقافة والعلم في المجتمع، وبالتالي تحد من الآثار السلبية على الجميع. يحتاج الطلاب إلى أن يكونوا أكثر وعياً تجاه ما يحيط بهم، وأن يتحملوا مسؤولية أفعالهم وأخطائهم، والسعي لتطوير شخصيتهم وتحسينها كي تعود الفائدة على الجميع، وبالتالي سوف يسهل ملاحظة الفرق في البيئة المحيطة، فهذه التفاصيل تُسهم في التطور والتحسين، وهو ما يؤدي إلى بناء مجتمع متماسك وبيئة صحية تنشأ فيها الأجيال القادمة.

نظريات الدراسة

1. المسؤولية الاجتماعية

نشأت النظرية بعد ظهور نظرية الحرية في المجتمعات الغربية في القرن الثامن عشر، واشتد عودها في بدايات القرن التاسع عشر، ظهر في النصف الأخير من القرن التاسع عشر نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام، حيث دعا أنصارها إلى إعادة صياغة الأسس والمبادئ التي قامت عليها نظرية الحرية؛ وذلك لمواكبة المتغيرات التقنية والاجتماعية للمحافظة على ما تبقى من قيم وأعراف في المجتمع الغربي، لكن الدراسات الغربية التي يعدها المتخصصون في حقل الإعلام تبين من نتائجها فرقاً كبيراً بين الأسس الفكرية للنظرية والمنطلقات الاجتماعية التي نشأت عليها النظرية، أي ما بين أدبيات النظرية وفهم القائمين بالوسائل الإعلامية والمشتغلين بها، فلا شك أنّ النظريات الإعلامية نشأت وتبلورت تحت تأثير التيارات الاجتماعية والسياسية أفرزتها الظروف التاريخية.

2. نظرية ترتيب الاولويات (الأجندة)

تعرف على أنها العملية التي تقوم بها الهيئات والمؤسسات التي تقدم الأخبار والمعلومات باختيار والتأكيد على قضايا وأحداث ومصادر معينة لتغطيتها دون أخرى، ومعالجة هذه القضايا وتناولها بالكيفية التي تعكس اهتمامات هذه المؤسسات وأولويات المسؤولين الحكوميين ومتخذي القرار والصفوة.³ فمن خلال ما سبق تبين لنا بوضوح إن وضع الأجندة يعني عبارة عن عملية ترتيب القضايا من طرف المؤسسة الإعلامية وإعطاء أهمية لقضية دون أخرى وذلك من خلال التغطية المستمرة وتقديمها بقوالب معينة، ويتأثر هذا الترتيب



بالسياسة الإعلامية للمؤسسة حيث تحاول من خلال هذا التقديم جذب اهتمام الجمهور نحو قضية معينة أو حدث دون آخر. وبعد ليمان W.Lippman في كتابه الشهير "public opinion" ومن خلال عنوان فصولة، العالم الخارجي والصور في أذهاننا أول من تحدث عن تأثير وسائل الاعلام على ترتيب أولويات الرأي العام، ويعتبر شو وماكوييس أول من قام بدراسة فرضية وضع الأجندة والتي مفادها أن هناك ارتباط ايجابي بين جدول وضع القضايا لوسائل الاعلام وجدول وضع القضايا لدى الجمهور أي أولويات الجمهور حيث افترض شو وماكوييس أنه عندما تركز وسائل الاعلام على حدث معين فإنها تدفع الجمهور للنظر إلى هذا الحدث باعتباره هاماً.⁴ ومعنى ذلك أنه حين تخصص وسائل الاعلام معظم الوقت أو المساحة لتغطية قضية معينة فإن الجمهور سينظر إلى تلك القضية على أنها الأهم، وتذكر ديفلر أن هناك عدة باحثين درسوا عددا من المتغيرات المتداخلة لفهم الاختلافات بين وسائل الاعلام منها على سبيل الحصر دور الاختلافات الفردية وتأثير الطبقات الاجتماعية في عملية إعداد جدول قضايا النقاش⁵ وقد مرت أبحاث وضع الاجندة غير تطورها على مدى أكثر من أربعين عام مراحل متعددة:

- المرحلة الأولى: تأثير التغطية الاخبارية على إدراك الجمهور لأهمية القضايا و تمثل حدود النظرية.
- المرحلة الثانية: اختبرت الشروط الملائمة التي تعزز أو تحد من وضع الأجندة والأدوار المقارنة لوسائل الاعلام المختلفة والمصطلحات التقنية مثل "الحاجة للتوجه كنفسي نفسي لوضع الأجندة".
- المرحلة الثالثة اهتمت بالكشف عن صور المرشحين و اهتماماتهم السياسية.⁶

3. نظرية حارس البوابة

رجع الفضل إلى عالم النفس النمساوي الأصل الجنسية كيرت ليوين (1977)، «وتعتبر دراسات اليوين» من أفضل الدراسات المنهجية في مجال القائم بالاتصال حيث يرى أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط وكلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في الوسيلة الإعلامية، تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت المقالة ستنتقل بنفس الشكل أو بعد إدخال تعديلات عليها، وقد أجريت في الخمسينيات سلسلة من الدراسات التي ركزت على الجوانب الأساسية لعملية «حراسة البوابة» بدون أن تستخدم بالضرورة هذا المصطلح. والإدراك المتناقض لدور ومركز العاملين في الوسيلة الإعلامية ومصادر أخبارهم، وأشارت هذه الدراسات إلى أن الرسالة الإعلامية تمر بمراحل عديدة وهي تنتقل من المصدر حتى تصل إلى المتلقي، ومفهوم «حراسة البوابة» يعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته، وكيف سيمرره حتى يصل في النهاية إلى الجمهور المستهدف. العوامل التي تؤثر على حارس البوابة الإعلامية.

منهج الدراسة

هو الطريق المؤدي إلى اكتشاف الحقيقة في العلوم، عن طريق مجموعه من الاساسيات التي تسيطر على عمل العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة مطلوبة⁷ ولقد استعمل الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي، ويعرف: "انه مجموعة الإجراءات البحثية التي تتجمع لتوصيف الظواهر أو المواضيع اتكالا على جميع الحقائق والمعلومات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلًا كافيًا ودقيقًا لاستخلاص دلالتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة أو الموضوع محل البحث.⁸ لهذا اعتمد الباحثين في الإطار المنهجي على المنهج الوصفي (المسحي).

تعتبر الطريقة ضرورية في أي بحث علمي، لأنها الطريقة التي يستخدمها الباحثين في جميع مراحل دراسته ويعطي موافقتها للوصول إلى نتائج علمية وموضوعية، إن طبيعة موضوع البحث وأهدافه هما اللذان



يعرضان على الباحثين نوع المنهج وبما إن دراستنا تهدف بالتعرف على العلاقة بين الاستهلاك الإعلامي والمسؤولية الاجتماعية لدى طلبة جامعة كربلاء المقدسة، فهي تندرج ضمن الدراسات الوصفية التي تقوم على كيفية حدوث الظاهرة وجمع معلومات حقيقية ومفصلة عنها لوصف ملامح الظاهرة والتوصل لمعرفة الأسباب الحقيقية ومحاولة إيجاد الحلول المناسبة لها ويعرف المنهج الوصفي على أنه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية لتحقيق أهداف الدراسة وصياغة نتائجها اعتماداً على المنهج المسحي الذي يقوم على تجميع منظم للبيانات المتعلقة بالموضوع واستخدام تلك البيانات لتوضيح وتبرير الأوضاع في الممارسات الموجودة واعتمد منهج البحث على جانبين أساسيين هما:

1- الجانب النظري: اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي لدراسة الأدبيات النظرية التي تناولت هذا الموضوع من خلال الاستعانة بالمراجع العربية والأجنبية والدوريات العلمية المحكمة والدراسات السابقة ومواقع الإنترنت المتخصصة.

2- الجانب العملي: لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة لجأ الباحث إلى جمع البيانات الأولية من خلال استبيان الكتروني كأداة رئيسية للبحث عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي صمم خصيصاً لهذا الغرض للإجابة على عينة عشوائية متمثلة بطلبة جامعة كربلاء المقدسة.

قام الباحث بتطبيق الدراسة على عينة عشوائية متمثلة بطلبة جامعة كربلاء المقدسة، من مركز مدينة والأقضية والنواحي والأرياف وبمختلف الأعمار والمراحل الدراسية والتخصصات ولكلا الجنسين حيث قام الباحث بتوزيع عدد (472) استبانة بطريقة عشوائية. يقصد بأداة الدراسة، هي الوسيلة التي يتم بواسطتها جمع البيانات والمعلومات اللازمة للإجابة على تساؤلات الدراسة وفروضها⁹ واتساقاً مع منهجية البحث والإطار النظري له ونظراً لطبيعة الدراسة المسحية المتعلقة بمعرفة العلاقة بين الاستهلاك الإعلامي والمسؤولية الاجتماعية، قاموا الباحثين باستخدام الاستبانة كأداة رئيسية تساعد في تحقيق أهداف الدراسة المسحية للحصول على المعلومات والبيانات المرتبطة بموضوع الدراسة. بعد تفريغ البيانات من الاستبانات تم معالجتها إحصائياً بالبرنامج الحقيبي الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS)، (statistical package for social sciences) الإصدار (25)، لكل من التكرارات والنسب المئوية في الجداول التكرارية البسيطة والجداول المركبة (الارتباط)، وكذلك المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

إجراءات

الاستهلاك الاعلامي

جدول (1) ما هي المضامين الاعلامية التي تفضلها عند تعرضك لوسائل الاعلام؟

التكرار النسبي	التكرار التراكمي	النسبة	التكرار	المضامين التعليمية والثقافية	المضامين
44.7	44.7	44.7	211	المضامين التعليمية والثقافية	
65.5	20.8	20.8	98	المضامين السياسية	
88.1	22.7	22.7	107	المضامين الاجتماعية	
100.0	11.9	11.9	56	مضامين اخرى	ين



المجموع	472	100.0	100.0
المتوسط الحسابي	2.02		
الانحراف المعياري	0731.		

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه الذي يحتوي على المضامين الاعلامية التي يفضلها الجمهور عند تعرضهم لوسائل الاعلام، واتضح ان نسبة كبيرة من الجمهور تفضل المضامين التعليمية والثقافية بتكرار (٢١١) ونسبة (٤٤,٧%) من اجمالي العينة البالغة (٤٧٢) وهي النسبة الاعلى في الاستبيان، وجاء بالمرتبة الثانية من يفضلون المضامين الاجتماعية بتكرار (١٠٧) ونسبة (٢٢,٧%)، اما بالمرتبة الثالثة من يفضلون المضامين السياسية بتكرار (٩٨) ونسبة (٢٠,٨%)، واخيرا من يفضلون مضامين اخرى مختلفة بتكرار (٥٦) ونسبة (١١,٩%) وهي النسبة الاقل في الاستبيان، ونستنتج من ذلك ان نسبة كبيرة من الجمهور تفضل المضامين التعليمية والثقافية بمختلف اشكالها حين تعرضهم لوسائل الاعلام وذلك لان مجتمع البحث لدراستنا هم طلبة جامعة كربلاء وان الطلبة يفضلون هكذا مضامين تساعد في دراستهم ولحسب معلومات تنفعهم، كما هو موضح بالشكل ادناه.

شكل (1) ما هي المضامين الاعلامية التي تفضلها عند تعرضك لوسائل الاعلام



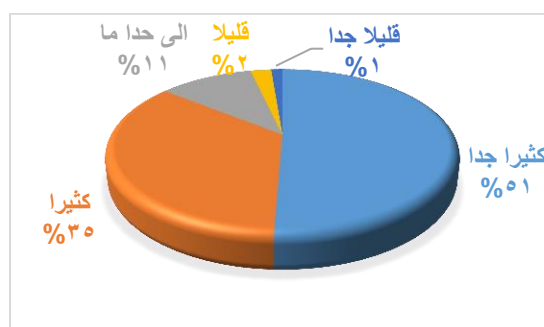
المسؤولية الاجتماعية

جدول (2) انصح زملائي بالاستخدام الجيد لممتلكات الجامعة؟

التكرار	النسبة	التكرار التراكمي	التكرار النسبي
كثيرا جدا	239	50.6	50.6
كثيرا	166	35.2	85.8
الى حد ما	50	10.6	96.4
قليلا	11	2.3	98.7
قليلا جدا	6	1.3	100.0
المجموع	472	100.0	
المتوسط الحسابي	1.68		
الانحراف المعياري	.850		

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه الذي يتضمن نصيحة الطلبة لزملائهم بالاستخدام الجيد لممتلكات الجامعة، حيث ان نسبة كبيرة من الطلبة ينصحون زملائهم بصورة كبيرة جدا حول الاستخدام الجيد لممتلكات الجامعة بتكرار (٢٣٩) ونسبة (٥٠،٦%) من اجمالي العينة البالغة (٤٧٢) وهي النسبة الاعلى في الاستبيان، وجاء بالمرتبة الثانية من ينصحون زملائهم بصورة كبيرة حول الاستخدام الجيد لممتلكات الجامعة بتكرار (١٦٥) ونسبة (٣٥،٢%)، وجاء بالمرتبة الثالثة من ينصحون زملائهم بصورة متفاوتة حول الاستخدام الجيد لممتلكات الجامعة بتكرار (٥٠) ونسبة (١٠،٦%)، اما بالمرتبة الرابعة من ينصحون زملائهم بصورة قليلة حول الاستخدام الجيد لممتلكات الجامعة بتكرار (١١) ونسبة (٢،٣%)، واخيرا بالمرتبة الخامسة من ينصحون زملائهم بصورة قليلة جدا حول الاستخدام الجيد لممتلكات الجامعة بتكرار (٦) ونسبة (١،٣%) وهي النسبة الاقل في الاستبيان، ونستنتج من ذلك ان نسبة كبيرة جدا من الطلبة المشاركين في الاستبيان ينصحون زملائهم حول الاستخدام الامثل لممتلكات الجامعة كونها ملكا عام للجميع مما يوضح ان شعور المسؤولية متوفر لدى طلبة جامعة كربلاء، كما هو موضح بالشكل ادناه.

شكل (2) انصح زملائي بالاستخدام الجيد لممتلكات الجامعة



جدول (3) اشعر بعدم الاطمئنان إذا تأخرت عن موعد محاضرتي؟

التكرار	النسبة	التكرار التراكمي	التكرار النسبي		
262	55.5	55.5	55.5	كثيرا جدا	الفقرة
137	29.0	29.0	84.5	كثيرا	
45	9.5	9.5	94.1	الى حد ما	
20	4.2	4.2	98.3	قليل	
8	1.7	1.7	100.0	قليل جدا	
472	100.0	100.0		المجموع	
1.68				المتوسط الحسابي	
.932				الانحراف المعياري	

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه الذي يتضمن شعور الطلبة بعدم الاطمئنان اذا تأخروا عن مواعيد محاضراتهم، حيث ان نسبة كبيرة من الطلبة يشعرون بعدم الاطمئنان كثيرا جدا اذا تأخروا عن موعد محاضرتهم بتكرار (٢٦٢) ونسبة (٥٥،٥%) من اجمالي العينة البالغة (٤٧٢) وهي النسبة الاعلى في

الاستبيان، وجاء بالمرتبة الثانية من يشعرون بعدم الاطمئنان كثيرا اذا تأخروا عن موعد محاضرتهم بتكرار (١٣٧) وبنسبة (٢٩%)، وجاء بالمرتبة الثالثة من يشعرون بعدم الاطمئنان الى حد ما اذا تأخروا عن موعد محاضرتهم بتكرار (٤٥) وبنسبة (٩،٥%)، اما بالمرتبة الرابعة من يشعرون بعدم الاطمئنان قليلا اذا تأخروا عن موعد محاضرتهم بتكرار (٢٠) وبنسبة (٤،٢%)، واخيرا بالمرتبة الخامسة من يشعرون بعدم الاطمئنان قليلا جدا اذا تأخروا عن موعد محاضرتهم بتكرار (٨) وبنسبة (١،٧%) وهي النسبة الاقل في الاستبيان، ونستنتج من ذلك ان اغلب الطلبة يشعرون بعدم الاطمئنان كثيرا جدا اذا تأخروا عن مواعيد محاضراتهم وهذا يوضح ان طلبة جامعة كربلاء لديهم مسؤولية القانونية حول الالتزام بالقوانين، كما هو موضح بالشكل ادناه.

شكل (3) اشعر بعدم الاطمئنان إذا تأخرت عن موعد محاضرتي



جدول (4) احرص بعدم التدخل إذا رأيت فعل غير قانوني لدى أحد الطلبة؟

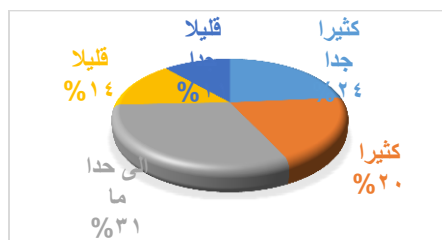
التكرار	النسبة	التكرار التراكمي	التكرار النسبي		
111	23.5	23.5	23.5	كثيرا جدا	الفقرة
92	19.5	19.5	43.0	كثيرا	
148	31.4	31.4	74.4	الى حد ما	
67	14.2	14.2	88.6	قليلا	
54	11.4	11.4	100.0	قليلا جدا	
472	100.0	100.0		المجموع	
2.71				المتوسط الحسابي	
2851.				الانحراف المعياري	

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه الذي يتضمن حرص الطلبة بعدم التدخل اذا شاهدوا فعلا غير قانوني من قبل احد الطلبة، حيث ان نسبة كبيرا من الطلبة لا يتدخلون الى حد ما اذا شاهدوا فعلا غير قانوني من قبل احد الطلبة بتكرار (١٤٨) وبنسبة (٣١،٤%) من اجمالي العينة البالغة (٤٧٢) وهي النسبة الاعلى في الاستبيان، وجاء بالمرتبة الثانية من لا يتدخلون كثيرا جدا اذا شاهدوا فعلا غير قانوني من قبل احد الطلبة بتكرار (١١١) وبنسبة (٢٣،٥%)، وجاء بالمرتبة الثالثة من لا يتدخلون كثيرا اذا شاهدوا فعلا غير قانوني من قبل احد الطلبة بتكرار (٩٢) وبنسبة (١٩،٥%)، اما بالمرتبة الرابعة من لا يتدخلون قليلا اذا شاهدوا فعلا غير قانوني من قبل احد الطلبة بتكرار (٦٧) وبنسبة (١٤،٢%)، واخيرا بالمرتبة الخامسة من لا يتدخلون قليلا جدا



إذا شاهدوا فعلا غير قانوني من قبل احد الطلبة بتكرار (٥٤) وبنسبة (١١,٤%) وهي النسبة الاقل في الاستبيان، ونستنتج من ذلك ان طلبة جامعة كربلاء لا يتدخلون الى حد ما اذا شاهدوا فعلا غير قانوني من قبل احد الطلبة وذلك لتجنب المشاكل او لغايات اخرى، كما هو موضح بالشكل ادناه.

شكل (4) احرص بعدم التدخل إذا رأيت فعل غير قانوني لدى أحد الطلبة

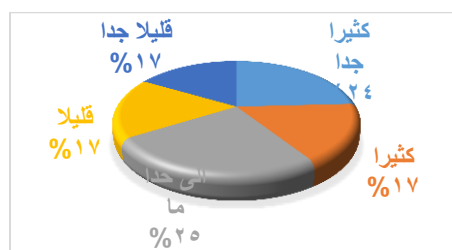


جدول (5) احرص بعدم التدخل إذا رأيت فعل غير اخلاقي لدى أحد الطلبة؟

التكرار النسبي	التكرار التراكمي	النسبة	التكرار		
24.2	24.2	24.2	114	كثيرا جدا	الفقرة
40.9	16.7	16.7	79	كثيرا	
66.1	25.2	25.2	119	الى حد ما	
83.5	17.4	17.4	82	قليلا	
100.0	16.5	16.5	78	قليلا جدا	
	100.0	100.0	472	المجموع	
852.				المتوسط الحسابي	
3971.				الانحراف المعياري	

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه الذي يتضمن حرص الطلبة بعدم التدخل اذا شاهدوا فعلا غير اخلاقي من قبل احد الطلبة، حيث ان نسبة كبيرة من الطلبة لا يتدخلون احيانا اذا شاهدوا فعلا غير اخلاقي من قبل احد الطلبة بتكرار (١١٩) وبنسبة (٢٥,٢%) من اجمالي العينة البالغة (٤٧٢) وهي النسبة الاعلى في الاستبيان، وجاء بالمرتبة الثانية من لا يتدخلون كثيرا جدا اذا شاهدوا فعلا غير اخلاقي من قبل احد الطلبة بتكرار (١١٤) وبنسبة (٢٤,٢%)، وجاء بالمرتبة الثالثة من لا يتدخلون قليلا اذا شاهدوا فعلا غير اخلاقي من قبل احد الطلبة بتكرار (٨٢) وبنسبة (١٧,٤%)، اما بالمرتبة الرابعة من لا يتدخلون كثيرا اذا شاهدوا فعلا غير اخلاقي من قبل احد الطلبة بتكرار (٧٩) وبنسبة (١٦,٧%)، اخيرا بالمرتبة الخامسة من لا يتدخلون قليلا جدا اذا شاهدوا فعلا غير اخلاقي من قبل احد الطلبة بتكرار (٧٨) وبنسبة (١٦,٥%) وهي النسبة الاقل في الاستبيان، ونستنتج من ذلك ان اغلب الطلبة لا يتدخلون احيانا اذا شاهدوا فعلا غير اخلاقي لدى احد الطلبة، كما هو موضح بالشكل ادناه.

شكل (5) احرص بعدم التدخل إذا رأيت فعل غير اخلاقي لدى أحد الطلبة



جدول (6) أساهم في الحملات التي تسعى لمساعدة الطلبة المتعافين

التكرار النسبي	التكرار التراكمي	النسبة	التكرار		
43.6	43.6	43.6	206	كثيرا جدا	الفقرة
70.6	26.9	26.9	127	كثيرا	
88.3	17.8	17.8	84	الى حد ما	
95.6	7.2	7.2	34	قليلًا	
100.0	4.4	4.4	21	قليلًا جدا	
	100.0	100.0	472	المجموع	
022.				المتوسط الحسابي	
1431.				الانحراف المعياري	

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه الذي يتضمن مساهمة الطلبة في الحملات التي تسعى لمساعدة الطلبة المتعافين، حيث ان اغلب الطلبة يساهمون كثيرا جدا في حملات التبرع التي تسعى لمساعدة الطلبة المتعافين بتكرار (٢٠٦) وبنسبة (٤٣،٦%) من اجمالي العينة البالغة (٤٧٢) وهي النسبة الاعلى في الاستبيان، وجاء بالمرتبة الثانية من يساهمون كثيرا في حملات التبرع التي تسعى لمساعدة الطلبة المتعافين بتكرار (١٢٧) وبنسبة (٢٦،٩%)، وجاء بالمرتبة الثالثة من يساهمون بصورة متفاوتة في حملات التبرع التي تسعى لمساعدة الطلبة المتعافين بتكرار (٨٤) وبنسبة (١٧،٨%)، اما بالمرتبة الرابعة من يساهمون قليلا في حملات التبرع التي تسعى لمساعدة الطلبة المتعافين بتكرار (٣٤) وبنسبة (٧،٢%)، اخيرا بالمرتبة الخامسة من يساهمون قليلا جدا في حملات التبرع التي تسعى لمساعدة الطلبة المتعافين بتكرار (٢١) وبنسبة (٤،٤%) وهي النسبة الاقل في الاستبيان، ونستنتج من ذلك ان شريحة كبيرة من الطلبة تساهم بصورة كبيرة جدا في حملات التبرع التي تسعى لمساعدة الطلبة الذين يعانون من الفقر وهذا يوضح ان طلبة جامعة كربلاء يتمتعون بمسؤولية انسانية كبيرة، كما هو موضح بالشكل ادناه.

شكل (6) أساهم في الحملات التي تسعى لمساعدة الطلبة المتعافين



جدول (7) اساعد زملائي في حل مشاكلهم الشخصية؟

التكرار النسبي	التكرار التراكمي	النسبة	التكرار		
40.9	40.9	40.9	193	كثيرا جدا	الفقرة
73.1	32.2	32.2	152	كثيرا	
90.9	17.8	17.8	84	الى حد ما	
96.6	5.7	5.7	27	قليل	
100.0	3.4	3.4	16	قليل جدا	
	100.0	100.0	472	المجموع	
1.99				المتوسط الحسابي	
0601.				الانحراف المعياري	

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه الذي يتضمن مساعدة الطلبة لزملائهم في حل مشاكلهم الشخصية، حيث ان نسبة كبيرة من الطلبة يساعدون زملائهم بصورة كبيرة جدا في حل مشاكلهم الشخصية بتكرار (193) وبنسبة (40.9%) من اجمالي العينة البالغة (472) وهي النسبة الاعلى في الاستبيان، وجاء بالمرتبة الثانية من يساعدون زملائهم بصورة كبيرة في حل مشاكلهم الشخصية بتكرار (152) وبنسبة (32.2%)، وجاء بالمرتبة الثالثة من يساعدون زملائهم بصورة متفاوتة في حل مشاكلهم الشخصية بتكرار (84) وبنسبة (17.8%)، اما في المرتبة الرابعة من يساعدون زملائهم بصورة قليلة في حل مشاكلهم الشخصية بتكرار (27) وبنسبة (5.7%)، اخيرا بالمرتبة الخامسة من يساعدون زملائهم بصورة قليلة جدا في حل مشاكلهم الشخصية بتكرار (16) وبنسبة (3.4%) وهي النسبة الاقل في الاستبيان، ونستنتج من ذلك ان اغلب الطلبة يهتمون كثيرا جدا في مساعدة زملائهم في حل مشاكلهم الشخصية، كما هو موضح بالشكل ادناه.

شكل (7) اساعد زملائي في حل مشاكلهم الشخصية

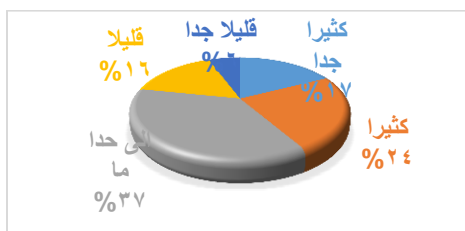


جدول (8) إذا توفر لدي مال كثير اصرفه واتمته به؟

التكرار	النسبة	التكرار التراكمي	التكرار النسبي		
كثيرا جدا	83	17.6	17.6	الفقرة	
كثيرا	113	23.9	41.5		
الى حد ما	173	36.7	78.2		
قليلا	76	16.1	94.3		
قليلا جدا	27	5.7	100.0		
المجموع	472	100.0			
682.				المتوسط الحسابي	
1121.				الانحراف المعياري	

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه الذي يتضمن اذا توفر المال الكثير لدى الطلبة فأنهم سيقومون بصرفه والتمتع به، حيث نسبة كبيرة من الطلبة سيقومون الى حد ما بصرف المال والتمتع به اذا توفر بتكرار (١٧٣) ونسبة (٣٦,٧%) من اجمالي العينة البالغة (٤٧٢) وهي النسبة الاعلى في الاستبيان، وجاء بالمرتبة الثانية الذين يصرفون المال بصورة كبيرة لغرض التمتع به بتكرار (١١٣) ونسبة (٢٣,٩%)، وجاء بالمرتبة الثالثة الذين يصرفون المال بصورة كبيرة جدا لغرض التمتع به بتكرار (٨٣) ونسبة (١٧,٦%)، اما بالمرتبة الرابعة الذين يصرفون المال بصورة قليلة لغرض التمتع به بتكرار (٧٦) ونسبة (١٦,١%)، اخيرا من يصرفون المال قليلا جدا لغرض التمتع به بتكرار (٢٧) ونسبة (٥,٧%) وهي النسبة الاقل في الاستبيان، كما هو موضح بالشكل ادناه.

شكل (8) إذا توفر لدي مال كثير اصرفه واتمته به



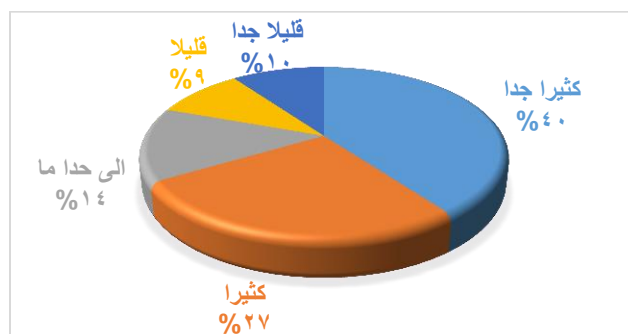


جدول (9) اطفى انارة القاعة ان خرجت منها اخر الطلاب؟

التكرار النسبي	التكرار التراكمي	النسبة	التكرار		
39.8	39.8	39.8	188	كثيرا جدا	الفقرة
66.5	26.7	26.7	126	كثيرا	
80.5	14.0	14.0	66	الى حدا ما	
90.0	9.5	9.5	45	قليلا	
100.0	10.0	10.0	47	قليلا جدا	
	100.0	100.0	472	المجموع	
232.				المتوسط الحسابي	
3291.				الانحراف المعياري	

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه الذي يتضمن اطفى انارة القاعة ان خرجت منها اخر الطلاب، ان نسبة كبيرة من الطلبة يتفقون كثيرا جدا انهم اذا خرجوا من القاعة وكانوا اخر الطلاب فأنهم سيقومون بإطفاء انارة القاعة عند خروجهم بتكرار (١٨٨) وبنسبة (٣٩,٨%) من اجمالي العينة البالغة (٤٧٢) وهي النسبة الاعلى في الاستبيان، وجاء بالمرتبة الثانية من يتفقون كثيرا انهم اذا خرجوا من القاعة وكانوا اخر الطلاب فأنهم سيقومون بإطفاء انارة القاعة عند خروجهم بتكرار (١٢٦) وبنسبة (٢٦,٧%)، وجاء بالمرتبة الثالثة من يتفقون الى حدا ما انهم اذا خرجوا من القاعة وكانوا اخر الطلاب فأنهم سيقومون بإطفاء انارة القاعة عند خروجهم بتكرار (٦٦) وبنسبة (١٤%)، اما بالمرتبة الرابعة من يتفقون قليلا جدا انهم اذا خرجوا من القاعة وكانوا اخر الطلاب فأنهم سيقومون بإطفاء انارة القاعة عند خروجهم بتكرار (٤٧) وبنسبة (١٠%)، اخيرا من يتفقون قليلا انهم اذا خرجوا من القاعة وكانوا اخر الطلاب فأنهم سيقومون بإطفاء انارة القاعة عند خروجهم بتكرار (٤٥) وبنسبة (٩,٥%) وهي النسبة الاقل في الاستبيان، ونستنتج من ذلك ان طلبة جامعة كربلاء يتفقون انهم اذا خرجوا اخر الطلبة من القاعة الدراسية فأنهم سيقومون بإطفاء انارة القاعة وهذا يوضح ان الطلبة يتمتعون بحس عالي من الحرص والمسؤولية اتجاه الممتلكات العامة، كما هو موضح بالشكل ادناه.

شكل (9) اطفى انارة القاعة ان خرجت منها اخر الطلاب





جدول (10) لا انفاق من اجل كسب مودة الاساتذة؟

التكرار النسبي	التكرار التراكمي	النسبة	التكرار		
65.7	65.7	65.7	310	كثيرا جدا	الفقرة
82.6	16.9	16.9	80	كثيرا	
90.7	8.1	8.1	38	الى حد ما	
93.2	2.5	2.5	12	قليلا	
100.0	6.8	6.8	32	قليلا جدا	
	100.0	100.0	472	المجموع	
1.68				المتوسط الحسابي	
1.161				الانحراف المعياري	

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه والذي يتضمن لا انفاق من اجل كسب مودة الاساتذة، حيث ان نسبة كبيرة من الطلبة يتفقون بصورة كبيرة جدا انهم لا ينفقون من اجل كسب مودة الاساتذة بتكرار (٣١٠) ونسبة (٦٥,٧%) من اجمالي العينة البالغة (٤٧٢) وهي النسبة الاعلى في الاستبيان، وجاء بالمرتبة الثانية الطلبة الذين يتفقون بصورة كبيرة انهم لا ينفقون من اجل كسب مودة الاساتذة بتكرار (٨٠) ونسبة (١٦,٩%)، وجاء بالمرتبة الثالثة من يتفقون الى حد ما انهم لا ينفقون من اجل كسب مودة الاساتذة بتكرار (٣٨) ونسبة (٨,١%)، اما بالمرتبة الرابعة من يرون انهم قليلا جدا ينفقون من اجل كسب مودة الاساتذة بتكرار (٣٢) ونسبة (٦,٨%)، اخيرا من يرون انهم قليلا ينفقون من اجل كسب مودة الاساتذة بتكرار (١٢) ونسبة (٢,٥%) وهي النسبة الاقل في الاستبيان، ونستنتج من ذلك ان طلبة جامعة كربلاء يتفقون جدا بأنهم لا ينفقون من اجل كسب مودة الاساتذة مما يوضح لنا ان الطلبة يتمتعون بحس عالي من المسؤولية الاخلاقية التي تحتم عليهم ذلك، كما هو موضح بالشكل ادناه.

شكل (10) لا انفاق من اجل كسب مودة الاساتذة



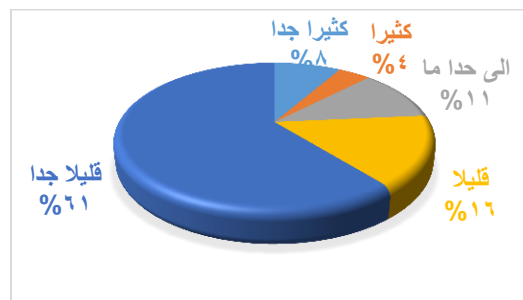
جدول (11) الجا للغش ان صحت لي الفرصة؟

التكرار النسبي	التكرار التراكمي	النسبة	التكرار		
8.3	8.3	8.3	39	كثيرا جدا	

12.3	4.0	4.0	19	كثيرا	الفقرة
23.5	11.2	11.2	53	الى حدا ما	
39.2	15.7	15.7	74	قليلا	
100.0	60.8	60.8	287	قليلا جدا	
	100.0	100.0	472	المجموع	
4.17				المتوسط الحسابي	
2651.				الانحراف المعياري	

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه الذي يتضمن لجوء الطلبة للغش ان صحت لهم الفرصة، ان نسبة كبيرة من الجمهور قليلا جدا ما يلجؤون للغش ان صحت لهم الفرصة بتكرار (٢٨٧) ونسبة (٦٠،٨%) من اجمالي العينة البالغة (٤٧٢) وهي النسبة الاعلى في الاستبيان، وجاء بالمرتبة الثانية من يلجؤون قليلا للغش ان صحت لهم الفرصة بتكرار (٧٤) ونسبة (١٥،٧%)، وجاء بالمرتبة الثالثة من يلجؤون الى حدا ما للغش ان صحت لهم الفرصة بتكرار (٥٣) ونسبة (١١،٢%)، اما بالمرتبة الرابعة من يلجؤون بصورة كبيرة جدا للغش ان صحت لهم الفرصة بتكرار (٣٩) ونسبة (٣،٨%)، اخيرا من يلجؤون للغش بصورة كبيرة ان صحت لهم الفرصة بتكرار (١٩) ونسبة (٤%) وهي النسبة الاقل في الاستبيان، ونستنتج من ذلك ان نسبة كبيرة جدا من طلبة جامعة كربلاء قليلا جدا يلجؤون للغش ان صحت لهم الفرصة وهذا يوضح ان الطلبة لديهم حس عالي من المسؤولية القانونية من خلال احترامهم للقوانين وايضا لديهم مسؤولية اخلاقية تحتم عليهم بعدم التصرف بأفعال غير لائقة او ذميمة، كما هو موضح بالشكل ادناه.

شكل (11) الجا للغش ان صحت لي الفرصة



جدول (12) أساهم في الاعمال التطوعية دائما؟

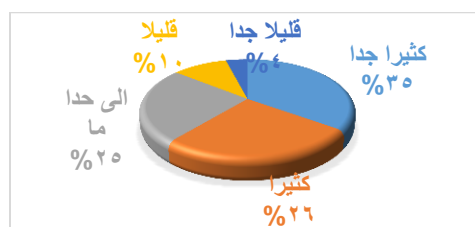
التكرار النسبي	التكرار التراكمي	النسبة	التكرار	
35.0	35.0	35.0	165	كثيرا جدا
61.0	26.1	26.1	123	كثيرا
85.8	24.8	24.8	117	الى حدا ما



96.0	10.2	10.2	48	قليلًا	الفقرة
100.0	4.0	4.0	19	قليلًا جدًا	
	100.0	100.0	472	المجموع	
222.				المتوسط الحسابي	
1491.				الانحراف المعياري	

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه الذي يتضمن مساهمة الطلبة في الاعمال التطوعية دائماً، حيث ان نسبة كبيرة من الطلبة تساهم كثيراً جداً في الاعمال التطوعية بصورة دائمة بتكرار (١٦٥) ونسبة (٣٥%) من اجمالي العينة البالغة (٤٧٢) وهي النسبة الاعلى في الاستبيان، وجاء بالمرتبة الثانية من يساهمون كثيراً في الاعمال التطوعية بتكرار (١٢٣) ونسبة (٢٦،١%)، وجاء بالمرتبة الثالثة من يساهمون بصورة متفاوتة في الاعمال التطوعية بتكرار (١١٧) ونسبة (٢٤،٨%)، اما بالمرتبة الرابعة من يساهمون قليلاً في الاعمال التطوعية بتكرار (٤٨) ونسبة (٢،١٠%)، اخيراً من يساهمون قليلاً جداً في الاعمال التطوعية بتكرار (١٩) ونسبة (٤%) وهي النسبة الاقل في الاستبيان، ونستنتج من ذلك ان شريحة كبيرة من طلبة جامعة كربلاء تساهم كثيراً جداً في الاعمال التطوعية وبصورة دائمة مما يوضح ان الطلبة لديهم مسؤولية اجتماعية، كما هو موضح بالشكل ادناه.

شكل (12) أساهم في الاعمال التطوعية دائماً



جدول (13) اهتم بالبرامج ذات الطابع الانساني؟

التكرار	النسبة	التكرار التراكمي	التكرار النسبي		
221	46.8	46.8	46.8	كثيراً جداً	الفقرة
154	32.6	32.6	79.4	كثيراً	
66	14.0	14.0	93.4	الى حد ما	
25	5.3	5.3	98.7	قليلًا	
6	1.3	1.3	100.0	قليلًا جدًا	
472	100.0	100.0		المجموع	
1.82				المتوسط الحسابي	
.950				الانحراف المعياري	



يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه الذي يتضمن اهتمام الطلبة بالبرامج ذات الطابع الانساني، حيث ان شريحة كبيرة من الطلبة يهتمون بصورة كبيرة جدا بالبرامج ذات الطابع الانساني بتكرار (٢٢١) وبنسبة (٤٦،٨%) من اجمالي العينة البالغة (٤٧٢) وهي النسبة الاعلى في الاستبيان، وجاء بالمرتبة الثانية من يهتمون كثيرا بالبرامج ذات الطابع الانساني بتكرار (١٥٤) وبنسبة (٣٢،٦%)، وجاء بالمرتبة الثالثة من يهتمون الى حد ما بالبرامج ذات الطابع الانساني بتكرار (٦٦) وبنسبة (١٤%)، اما بالمرتبة الرابعة من يهتمون قليلا بالبرامج ذات الطابع الانساني بتكرار (٢٥) وبنسبة (٥،٣%)، اخيرا من يهتمون قليلا جدا بالبرامج ذات الطابع الانساني بتكرار (٦) وبنسبة (١،٣%) وهي النسبة الاقل في الاستبيان، ونستنتج من ذلك ان طلبة جامعة كربلاء يهتمون بصورة كبيرة جدا في البرامج ذات الطابع الانساني مما نفهم من ذلك ان لدى الطلبة نسبة عالية من المسؤولية الانسانية، كما هو موضح بالشكل ادناه.

شكل (13) اهتم بالبرامج ذات الطابع الانساني



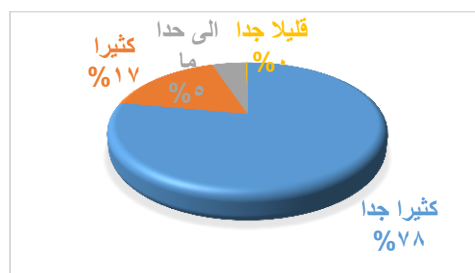
جدول (14) ارى ان احترام القانون واجب على كل افراد المجتمع؟

التكرار النسبي	التكرار التراكمي	النسبة	التكرار		
78.0	78.0	78.0	368	كثيرا جدا	الفقرة
94.9	16.9	16.9	80	كثيرا	
99.8	4.9	4.9	23	الى حد ما	
100.0	.2	.2	1	قليلا جدا	
	100.0	100.0	472	المجموع	
1.28				المتوسط الحسابي	
.568				الانحراف المعياري	

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه الذي يتضمن ان احترام القانون واجب على كل افراد المجتمع، حيث ان نسبة كبيرة من الطلبة يتفقون كثيرا جدا ان احترام القانون واجب على كل افراد المجتمع بتكرار (٣٦٨) وبنسبة (٧٨%) من اجمالي العينة البالغة (٤٧٢) وهي النسبة الاعلى في الاستبيان، وجاء بالمرتبة الثانية من يتفقون كثيرا ان احترام القانون واجب على كل افراد المجتمع بتكرار (٨٠) وبنسبة (١٦،٩%)، اما بالمرتبة الثالثة من يتفقون الى حد ما ان احترام القانون واجب على كل افراد المجتمع بتكرار (٢٣) وبنسبة (٤،٩%)، اخيرا من يتفقون قليلا جدا ان احترام القانون واجب على كل افراد المجتمع بتكرار (١) وبنسبة (٠،٢%) وهي النسبة الاقل في الاستبيان، ونستنتج من ذلك ان طلبة جامعة كربلاء يرون ان احترام القانون

واجب على كل افراد المجتمع مما نفهم ان الطلبة يتمتعون بحس عالي من المسؤولية القانونية، كما هو موضح بالشكل ادناه.

شكل (15) ارى ان احترام القانون واجب على كل افراد المجتمع

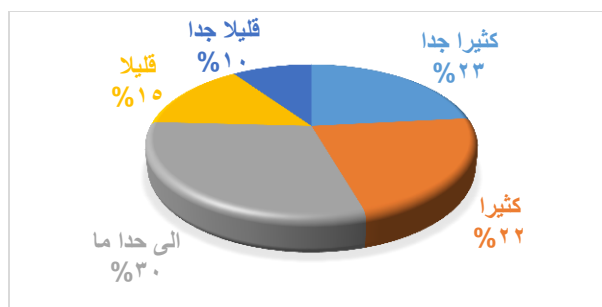


جدول (16) اشارك في الفعاليات التي تقيمها الجامعة؟

التكرار	النسبة	التكرار التراكمي	التكرار النسبي
كثيرا جدا	110	23.3	23.3
كثيرا	105	22.2	45.6
الى حد ما	143	30.3	75.8
قليلا	69	14.6	90.5
قليلا جدا	45	9.5	100.0
المجموع	472	100.0	
المتوسط الحسابي	2.65		
الانحراف المعياري	1.250		

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه الذي يتضمن مشاركة الطلبة بالفعاليات التي تقيمها الجامعة حيث ان نسبة كبيرة من الطلبة يشاركون بصورة متفاوتة في الفعاليات التي تقيمها الجامعة بتكرار (143) ونسبة (30,3%) من اجمالي العينة البالغة (472) وهي النسبة الاعلى في الاستبيان، وجاء بالمرتبة الثانية من يشاركون بصورة كبيرة جدا في الفعاليات التي تقيمها الجامعة بتكرار (110) ونسبة (23,3%)، وجاء بالمرتبة الثالثة من يشاركون بصورة كبيرة في الفعاليات التي تقيمها الجامعة بتكرار (69) ونسبة (14,6%)، اما بالمرتبة الرابعة من يشاركون بصورة قليلة في الفعاليات التي تقيمها الجامعة بتكرار (45) ونسبة (9,5%)، اخيرا بالمرتبة الخامسة من يشاركون بصورة قليلة جدا في الفعاليات التي تقيمها الجامعة بتكرار (0) ونسبة (0%) وهي النسبة الاقل في الاستبيان، كما هو موضح بالشكل ادناه.

شكل (16) اشارك في الفعاليات التي تقيمها الجامعة

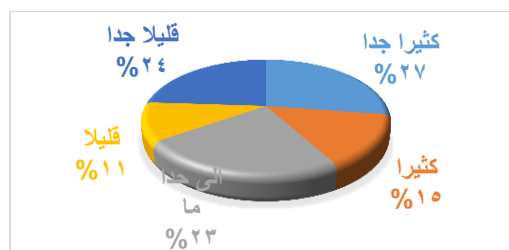


جدول (17) إذا رأيت أحد يسرق او يحرق مؤسسة ابتعد حتى لا يؤذيني؟

التكرار	النسبة	التكرار التراكمي	التكرار النسبي		
كثيرا جدا	129	27.3	27.3	الفقرة	
كثيرا	69	14.6	41.9		
الى حد ما	110	23.3	65.3		
قليلا	51	10.8	76.1		
قليلا جدا	113	23.9	100.0		
المجموع	472	100.0			
2.89				المتوسط الحسابي	
161.5				الانحراف المعياري	

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه الذي يتضمن اذا رأيت احد يسرق او يحرق مؤسسة ابتعد حتى لا يؤذيني، نسبة كبيرة من الجمهور يتفقون بصورة كبيرة جدا انهم اذا شاهدوا احد يسرق او يحرق مؤسسة ابتعد حتى لا يؤذيني بتكرار (129) ونسبة (27,3%)، وجاء بالمرتبة الثانية من يتفقون بصورة قليلة جدا انهم اذا شاهدوا احد يسرق او يحرق مؤسسة ابتعد حتى لا يؤذيني بتكرار (113) ونسبة (23,9%)، وجاء بالمرتبة الثالثة من يتفقون بصورة متفاوتة جدا انهم اذا شاهدوا احد يسرق او يحرق مؤسسة ابتعد حتى لا يؤذيني بتكرار (110) ونسبة (23,3%)، اما بالمرتبة الرابعة من يتفقون بصورة كبيرة انهم اذا شاهدوا احد يسرق او يحرق مؤسسة ابتعد حتى لا يؤذيني بتكرار (69) ونسبة (14,6%)، اخيرا من يتفقون قليلا انهم اذا شاهدوا احد يسرق او يحرق مؤسسة ابتعد حتى لا يؤذيني بتكرار (51) ونسبة (10,8%) وهي النسبة الاقل في الاستبيان، كما هو موضح بالشكل ادناه.

شكل (17) إذا رأيت أحد يسرق او يحرق مؤسسة ابتعد حتى لا يؤذيني





جدول (18) اسعى دائما للاقتصاد وعدم التبذير؟

التكرار النسبي	التكرار التراكمي	النسبة	التكرار	الفقرة
37.7	37.7	37.7	178	كثيرا جدا
67.2	29.4	29.4	139	كثيرا
90.7	23.5	23.5	111	الى حد ما
96.8	6.1	6.1	29	قليلا
100.0	3.2	3.2	15	قليلا جدا
	100.0	100.0	472	المجموع
2.08				المتوسط الحسابي
0681.				الانحراف المعياري

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه الذي يتضمن اسعى دائما للاقتصاد وعدم التبذير، نسبة كبيرة من الطلبة تتفق بصورة كبيرة جدا بأنهم يسعون الى الاقتصاد وعدم التبذير بتكرار (١٧٨) ونسبة (٣٧،٧%) من اجمالي العينة البالغة (٤٧٢) وهي النسبة الاعلى في الاستبيان، وجاء بالمرتبة الثانية من يسعون بصورة كبيرة للاقتصاد وعدم التبذير بتكرار (١٣٩) ونسبة (٢٩،٤%)، وجاء بالمرتبة الثالثة من يسعون بصورة متفاوتة للاقتصاد وعدم التبذير بتكرار (١١١) ونسبة (٢٣،٥%)، اما بالمرتبة الرابعة من يسعون قليلا للاقتصاد وعدم التبذير بتكرار (٢٩) ونسبة (٦،١%)، اخيرا بالمرتبة الخامسة من يسعون قليلا جدا للاقتصاد وعدم التبذير بتكرار (١٥) ونسبة (٣،٢%) وهي النسبة الاقل في الاستبيان، ونستنتج من ذلك ان طلبة جامعة كربلاء يسعون كثيرا جدا للاقتصاد وعدم التبذير، كما هو موضح بالشكل ادناه.

شكل (18) اسعى دائما للاقتصاد وعدم التبذير



جدول (19) احافظ على سمعتي داخل الحرم الجامعي

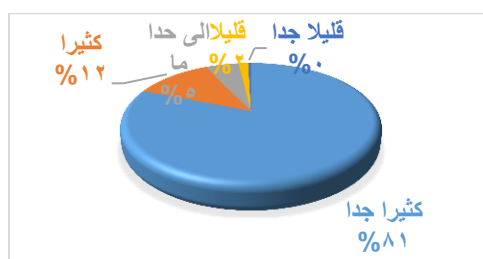
التكرار النسبي	التكرار التراكمي	النسبة	التكرار	الفقرة
81.1	81.1	81.1	383	كثيرا جدا
93.0	11.9	11.9	56	كثيرا
98.1	5.1	5.1	24	الى حد ما



99.6	1.5	1.5	7	قليلًا	الفقرة
100.0	.4	.4	2	قليلًا جدًا	
	100.0	100.0	472	المجموع	
1.28				المتوسط الحسابي	
.667				الانحراف المعياري	

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه والذي يتضمن محافظة الطلبة على سمعتهم داخل الحرم الجامعي، نسبة كبيرة من الطلبة يهتمون بصورة كبيرة جدا في المحافظة على سمعتهم داخل الحرم الجامعي بتكرار (٣٨٤) وبنسبة (٨١،١%) من اجمالي العينة البالغة (٤٧٢) وهي النسبة الاعلى في الاستبيان، وجاء بالمرتبة الثانية من يهتمون بصورة كبيرة في المحافظة على سمعتهم داخل الحرم الجامعي بتكرار (٥٦) وبنسبة (١١،٩%)، وجاء بالمرتبة الثالثة من يهتمون بصورة متفاوتة في المحافظة على سمعتهم داخل الحرم الجامعي بتكرار (٢٤) وبنسبة (٥،١%)، اما في المرتبة الرابعة من يهتمون بصورة قليلة في المحافظة على سمعتهم داخل الحرم الجامعي بتكرار (٧) وبنسبة (١،٥%)، اخيرا بالمرتبة الخامسة من يهتمون بصورة قليلة جدا في المحافظة على سمعتهم داخل الحرم الجامعي بتكرار (٢) وبنسبة (٠،٤%) وهي النسبة الاقل في الاستبيان، ونستنتج من ذلك ان طلبة جامعة كربلاء يهتمون كثيرا في الحفاظ على سمعتهم داخل الحرم الجامعي مما يتضح ان المسؤولية الاخلاقية العالية لديهم تحتم على الطلبة ذلك، كما هو موضح بالشكل ادناه.

شكل (19) احافظ على سمعتي داخل الحرم الجامعي



جدول (20) احترام القوانين المعمول بها داخل الحرم الجامعي؟

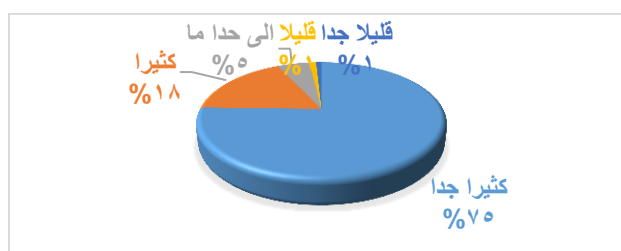
التكرار النسبي	التكرار التراكمي	النسبة	التكرار		الفقرة
75.4	75.4	75.4	356	كثيرا جدا	
93.0	17.6	17.6	83	كثيرا	
98.1	5.1	5.1	24	الى حد ما	
99.2	1.1	1.1	5	قليلًا	
100.0	.8	.8	4	قليلًا جدًا	
	100.0	100.0	472	المجموع	
1.34				المتوسط الحسابي	



الانحراف المعياري	.702
-------------------	------

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه الذي يتضمن احترام الطلبة للقوانين المعمول بها داخل الحرم الجامعي، نسبة كبيرة من الطلبة تحترم بصورة كبيرة جدا القوانين المعمول بها داخل الحرم الجامعي بتكرار (٣٥٦) وبنسبة (٧٥،٤%) من اجمالي العينة البالغة (٤٧٢) وهي النسبة الاعلى في الاستبيان، وجاء بالمرتبة الثانية من يحترمون بصورة كبيرة القوانين المعمول بها داخل الحرم الجامعي بتكرار (٨٣) وبنسبة (١٧،٦%)، وجاء بالمرتبة الثالثة من يحترمون بصورة متفاوتة القوانين المعمول بها داخل الحرم الجامعي بتكرار (٢٤) وبنسبة (٥،١%)، اما بالمرتبة الرابعة من يحترمون بصورة قليلة القوانين المعمول بها داخل الحرم الجامعي بتكرار (٥) وبنسبة (١،١%)، اخيرا بالمرتبة الخامسة من يحترمون بصورة قليلة جدا القوانين المعمول بها داخل الحرم الجامعي بتكرار (٤) وبنسبة (٠،٨%) وهي النسبة الاقل في الاستبيان، ونستنتج من ذلك ان طلبة جامعة كربلاء يحترمون جدا القوانين المعمول بها داخل الحرم الجامعي وهذا دليل على وعيهم الاكاديمي ومسؤوليتهم القانونية العالية، كما هو موضح بالشكل ادناه.

شكل (20) احترام القوانين المعمول بها داخل الحرم الجامعي



جدول (21) ما هو التأثير السلوكي للمسؤولية الاجتماعية على طلبة الجامعات؟

التكرار النسبي	التكرار التراكمي	النسبة	التكرار		
31.6	31.6	31.6	149	كثيرا جدا	الفقرة
64.0	32.4	32.4	153	كثيرا	
92.2	28.2	28.2	133	الى حد ما	
98.3	6.1	6.1	29	قليلًا	
100.0	1.7	1.7	8	قليلًا جدا	
	100.0	100.0	472	المجموع	
142.				المتوسط الحسابي	
.989				الانحراف المعياري	

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه الذي يتضمن ما هو التأثير السلوكي للمسؤولية الاجتماعية على طلبة الجامعات، ان نسبة كبيرة من الطلبة يرون ان كثيرا ما كان التأثير السلوكي للمسؤولية الاجتماعية عليهم بتكرار (١٥٣) وبنسبة (٣٢،٤%) من اجمالي العينة البالغة (٤٧٢) وهي النسبة الاعلى في الاستبيان، وجاء بالمرتبة الثانية من يرون التأثير السلوكي للمسؤولية الاجتماعية عليهم كان كثيرا جدا بتكرار (١٤٩) وبنسبة (٣١،٦%)، وجاء بالمرتبة الثالثة من يرون التأثير السلوكي للمسؤولية الاجتماعية عليهم كان بصورة متفاوتة

بتكرار (١٣٣) وبنسبة (٢٨,٢%)، اما بالمرتبة الرابعة من يرون ان التأثير السلوكي للمسؤولية الاجتماعية عليهم كان قليلا بتكرار (٢٩) وبنسبة (٦,١%)، اخيرا بالمرتبة الخامسة من يرون التأثير السلوكي للمسؤولية الاجتماعية عليهم كان قليلا جدا بتكرار (٨) وبنسبة (١,٧%) وهي النسبة الاقل في الاستبيان، ونستنتج من ذلك ان للمسؤولية الاجتماعية تأثير سلوكي كبير على طلبة جامعة كربلاء، كما هو موضح بالشكل ادناه.

شكل (21) ما هو التأثير السلوكي للمسؤولية الاجتماعية على طلبة الجامعات

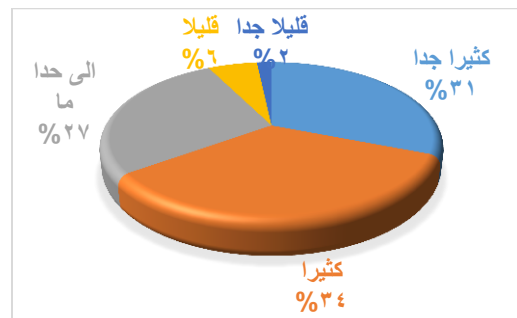


جدول (22) ما هو التأثير المعرفي للمسؤولية الاجتماعية على طلبة الجامعات؟

التكرار النسبي	التكرار التراكمي	النسبة	التكرار		
30.9	30.9	30.9	146	كثيرا جدا	الفقرة
65.0	34.1	34.1	161	كثيرا	
92.6	27.5	27.5	130	الى حد ما	
98.3	5.7	5.7	27	قليلا	
100.0	1.7	1.7	8	قليلا جدا	
	100.0	100.0	472	المجموع	
132.				المتوسط الحسابي	
.975				الانحراف المعياري	

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه الذي يتضمن ما هو التأثير المعرفي للمسؤولية الاجتماعية على طلبة الجامعات، حيث نسبة كبيرة من الطلبة يرون ان التأثير المعرفي للمسؤولية الاجتماعية عليهم كان كبيرا بتكرار (١٦١) وبنسبة (٣٤,١%) من اجمالي العينة البالغة (٤٧٢) وهي النسبة الاعلى في الاستبيان، وجاء بالمرتبة الثانية من يرون ان التأثير المعرفي للمسؤولية الاجتماعية عليهم كان كبيرا جدا بتكرار (١٤٦) وبنسبة (٣٠,٩%)، وجاء بالمرتبة الثالثة من يرون ان التأثير المعرفي للمسؤولية الاجتماعية عليهم كان بصورة متفاوتة بتكرار (١٣٠) وبنسبة (٢٧,٥%)، اما بالمرتبة الرابعة من يرون ان التأثير المعرفي للمسؤولية الاجتماعية عليهم كان قليلا بتكرار (٢٧) وبنسبة (٥,٧%)، اخيرا بالمرتبة الخامسة من يرون التأثير السلوكي للمسؤولية الاجتماعية عليهم كان قليلا جدا بتكرار (٨) وبنسبة (١,٧%) وهي النسبة الاقل في الاستبيان، ونستنتج من ذلك ان للمسؤولية الاجتماعية تأثير معرفي كبير على طلبة جامعة كربلاء، كما هو موضح بالشكل ادناه.

شكل (22) ما هو التأثير المعرفي للمسؤولية الاجتماعية على طلبة الجامعات



النتائج

فيما يلي مناقشة نتائج الدراسة العامة لعنوان "العلاقة بين الاستهلاك الإعلامي والمسؤولية الاجتماعية لدى طلبة جامعة كربلاء المقدسة" وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج المهمة التي من الممكن إن تثري وتعزز الأدبيات النظرية ذات العلاقة بموضوع الدراسة، وفيما يلي عرض لمناقشة النتائج حسب محاور الاستبيان:

المحور الأول: المعلومات الديمغرافية

1. ان مشاركة الذكور في الاستبيان كانت أكبر بفارق كبير عن الاناث.
2. ان الفئة العمرية الشبابية من ١٨ - ٢٧ هي الأكثر مشاركة وذلك باعتبار هذا المتوسط العمري هو السن القانوني لطلبة الكليات الدراسة الصباحية الذين هم الأكثر مشاركة في الاستبيان.
3. كانت شريحة المتزوجين هي الأكثر في الاستبيان.
4. ان سكنة مركز المدينة من الطلبة كانوا الشريحة الأكبر.
5. ان طلبة الدراسات العليا هم الأكثر مشاركة في الاستبيان.
6. ان طلبة الكليات العلمية هم الأكثر مشاركة في الاستبيان.
7. ان مشاركة طلبة الدراسة الصباحية أكثر من طلبة الدراسة المسائية بفارق كبير.
8. ان من يستخدمون الوسائل الاعلامية ثلاث ساعات او أكثر يوميا هم الأكثر مشاركة.

المحور الثاني: الاستهلاك الاعلامي

1. نسبة كبيرة من الجمهور تفضل المضامين التعليمية والثقافية.
2. إن نسبة كبيرة من الجمهور كان هدفهم من التعرض لوسائل الاعلام هو لغرض الاطلاع العلمي والثقافي.
3. نسبة كبيرة من الجمهور تتفاعل بصورة متفاوتة مع وسائل الاعلام.
4. نسبة كبيرة من الطلبة تفضل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بمختلف اشكالها.
5. نسبة كبيرة من الطلبة تتفق كثيرا بمساعدة تحصيلهم الدراسي في انتقاء المواد الاعلامية المناسبة.
6. نسبة كبيرة من الطلبة يرون ان مساعدة وسائل الاعلام كانت متفاوتة في التعرف على القضايا القانونية.

7. ان اغلب الطلبة يشاركون كثيرا في توعية الافراد على منصات وسائل الاعلام بمختلف المجالات.
8. نسبة كبيرة من الطلبة يرون ان وسائل الاعلام تساهم كثيرا في مساعدة بعض حالات المجتمع.

المحور الثالث: المسؤولية الاجتماعية

1. نسبة كبيرة من الطلبة ينصحون زملائهم بصورة كبيرة جدا حول الاستخدام الجيد لممتلكات الجامعة.



2. نسبة كبيرة من الطلبة يشعرون بعدم الاطمئنان كثيرا جدا إذا تأخروا عن موعد محاضرتهم.
 3. نسبة كبيرة من الطلبة لا يتدخلون الى حدا ما إذا شاهدوا فعلا غير قانوني من قبل أحد الطلبة.
 4. نسبة كبيرة من الطلبة لا يتدخلون احيانا إذا شاهدوا فعلا غير اخلاقي من قبل أحد الطلبة.
 5. ان اغلب الطلبة يساهمون كثيرا جدا في حملات التبرع التي تسعى لمساعدة الطلبة المتعفين.
 6. نسبة كبيرة من الطلبة يساعدون زملائهم بصورة كبيرة جدا في حل مشاكلهم الشخصية.
 7. نسبة كبيرة من الطلبة سيقومون الى حدا ما بصرف المال والتمتع به إذا توفر.
 8. نسبة كبيرة من الطلبة يتفوقون كثيرا جدا انهم إذا خرجوا من القاعة وكانوا اخر الطلاب فأنهم سيقومون بإطفاء انارة القاعة عند خروجهم.
 9. نسبة كبيرة من الطلبة يتفوقون بصورة كبيرة جدا انهم لا ينافقون من اجل كسب مودة الاساتذة.
 10. نسبة كبيرة من الجمهور قليلا جدا ما يلجؤون للغش ان صحت لهم الفرصة.
 11. نسبة كبيرة من الطلبة تساهم كثيرا جدا في الاعمال التطوعية بصورة دائمة.
 12. ان شريحة كبيرة من الطلبة يهتمون بصورة كبيرة جدا بالبرامج ذات الطابع الانساني.
 13. نسبة كبيرة من الطلبة يتفوقون كثيرا جدا ان احترام القانون واجب على كل افراد المجتمع.
 14. نسبة كبيرة من الطلبة يشاركون بصورة متقاربة في الفعاليات التي تقيمها الجامعة.
 15. نسبة من الجمهور يتفوقون بصورة كبيرة جدا انهم إذا شاهدوا أحد يسرق او يحرق مؤسسة ابتعد حتى لا يؤذيني.
 16. نسبة كبيرة من الطلبة تتفق بصورة كبيرة جدا بأنهم يسعون الى الاقتصاد وعدم التبذير.
 17. نسبة كبيرة من الطلبة يهتمون بصورة كبيرة جدا في المحافظة على سمعتهم داخل الحرم الجامعي.
 18. نسبة كبيرة من الطلبة تحترم بصورة كبيرة جدا القوانين المعمول بها داخل الحرم الجامعي.
 19. نسبة كبيرة من الطلبة يرون ان كثيرا ما كان التأثير السلوكي للمسؤولية الاجتماعية عليهم.
 20. نسبة كبيرة من الطلبة يرون ان التأثير المعرفي للمسؤولية الاجتماعية عليهم كان كبيرا.
- اختبار مدى صحة الفرضيات**

اختبار صحة الفرضية الرئيسية:

بالنسبة للفرضية التي مفادها: ان العلاقة بين الاستهلاك الاعلامي والمسؤولية الاجتماعية لدى طلبة جامعة كربلاء متباينة الى حدا ما حيث ان المسؤولية الاجتماعية هي التي يجب ان تحدد المضامين الاعلامية القابلة للاستهلاك ، وقد تم التأكيد على عدم صحة هذه الفرضية انطلاقا من النتائج الآتية: نسبة كبيرة من الطلبة تتفق كثيرا بمساعدة تحصيلهم الدراسي في انتقاء المواد الاعلامية المناسبة، نسبة كبيرة من الطلبة يرون ان كثيرا ما كان التأثير السلوكي للمسؤولية الاجتماعية عليهم، نسبة كبيرة من الطلبة يرون ان التأثير المعرفي للمسؤولية الاجتماعية عليهم كان كبيرا.

اختبار صحة الفرضية الفرعية الأولى:

بالنسبة للفرضية التي مفادها: المسؤولية القانونية هي إحدى ركائز المسؤولية الاجتماعية. يمكن أن يكون لاستخدام وسائل الإعلام أيضًا العديد من الآثار التفاعلية على الإيجابيات أو السلبيات المسؤولية الاجتماعية لدى طلبة جامعة كربلاء مقدسة في الوفاء بالمسؤوليات القانونية، وقد تم التأكيد على صحة هذه الفرضية انطلاقا من النتائج الآتية: نسبة كبيرة من الطلبة ينصحون زملائهم بصورة كبيرة جدا حول الاستخدام الجيد لممتلكات الجامعة، نسبة كبيرة من الطلبة لا يتدخلون الى حدا ما إذا شاهدوا فعلا غير قانوني من قبل أحد الطلبة، نسبة كبيرة من الطلبة يتفوقون كثيرا جدا ان احترام القانون واجب على كل افراد المجتمع، نسبة كبيرة من الطلبة تحترم بصورة كبيرة جدا القوانين المعمول بها داخل الحرم الجامعي.



اختبار صحة الفرضية الفرعية الثانية:

بالنسبة للفرضية التي مفادها: توجد علاقة ذات دلالة بين شروط المسؤولية الأخلاقية (1) حرية الإرادة والحرية، (2) القوة والقدرة، (3) المعرفة والوعي وبين المسؤولية الاجتماعية الإعلامية لطلاب جامعة كربلاء مقدسة، وقد تم التأكيد على صحة هذه الفرضية انطلاقاً من النتائج الآتية: نسبة كبيرة من الجمهور تفضل المضامين التعليمية والثقافية، ان نسبة كبيرة من الجمهور كان هدفهم من التعرض لوسائل الاعلام هو لغرض الاطلاع العلمي والثقافي، نسبة كبيرة من الجمهور تتفاعل بصورة متفاوتة مع وسائل الاعلام، نسبة كبيرة من الطلبة تتفق كثيراً بمساعدة تحصيلهم الدراسي في انتقاء المواد الاعلامية المناسبة، ان اغلب الطلبة يشاركون كثيراً في توعية الافراد على منصات وسائل الاعلام بمختلف المجالات، نسبة كبيرة من الطلبة يرون ان وسائل الاعلام تساهم كثيراً في مساعدة بعض حالات المجتمع، نسبة كبيرة من الطلبة لا يتدخلون الى حد ما إذا شاهدوا فعلاً غير قانوني من قبل أحد الطلبة، نسبة كبيرة من الطلبة تساهم كثيراً جداً في الاعمال التطوعية بصورة دائمة، نسبة من الجمهور يتفقون بصورة كبيرة جداً انهم اذا شاهدوا احد يسرق او يحرق مؤسسة ابتعد حتى لا يؤذيني.

اختبار صحة الفرضية الفرعية الثالثة:

بالنسبة للفرضية التي مفادها: توجد علاقة ذات صلة بين الاستهلاك الاعلامي والمسؤولية الاقتصادية حيث له تأثيرات كثيرة على الحالة النفسية للناس واضطرابات السوق وزيادة المعدلات وانخفاضها، وقد تم التأكيد على صحة هذه الفرضية انطلاقاً من النتائج الآتية: ان اغلب الطلبة يساهمون كثيراً جداً في حملات التبرع التي تسعى لمساعدة الطلبة المتعفين، نسبة كبيرة من الطلبة سيقومون الى حد ما بصرف المال والتمتع به إذا توفر، نسبة كبيرة من الطلبة تتفق بصورة كبيرة جداً بأنهم يسعون الى الاقتصاد وعدم التبذير.

اختبار صحة الفرضية الفرعية الرابعة:

بالنسبة للفرضية التي مفادها: توجد علاقة بين الاستهلاك الاعلامي والمسؤولية الانسانية حيث ان المسؤولية الانسانية عادة ما تحتم نوعية الاستهلاك الاعلامي لدى الفرد، وقد تم التأكيد على صحة هذه الفرضية انطلاقاً من النتائج الآتية: ان اغلب الطلبة يشاركون كثيراً في توعية الافراد على منصات وسائل الاعلام بمختلف المجالات، نسبة كبيرة من الطلبة يرون ان وسائل الاعلام تساهم كثيراً في مساعدة بعض حالات المجتمع، ان اغلب الطلبة يساهمون كثيراً جداً في حملات التبرع التي تسعى لمساعدة الطلبة المتعفين، نسبة كبيرة من الطلبة يساعدون زملائهم بصورة كبيرة جداً في حل مشاكلهم الشخصية، نسبة كبيرة من الطلبة تساهم كثيراً جداً في الاعمال التطوعية بصورة دائمة، ان شريحة كبيرة من الطلبة يهتمون بصورة كبيرة جداً بالبرامج ذات الطابع الإنساني.

هوامش البحث

- ¹ تعريف و معنى العلاقة في معجم المعاني الجامع - معجم عربي عربي"، المعاني،
- ² مجلة ميم للأعمال <https://www.meemapps.com/term/media-consumption>
- ³ نسرین محمد علیہ حسونة ، نظريات الاتصال شبكة الأولوكة ، 2015 ، ص 54
- ⁴ يوسف قمار ، وضع الاجندة دراسة في ضوء الحقائق الاجتماعية و الثقافية و الاعلامية في المجتمع الجزائري ، اطروحة دكتوراه ، جامعة الجزائر ، 2004 - 2005 ، ص 12
- ⁵ ميلفن ديفلر ، ساندرابول روكتيش ، نظريات الاتصال ، ص 367
- ⁶ هبة شاهين معايير بناء اجندة القضايا العامة المقدمة في برامج الراي بالقنوات التلفزيونية المصرية الحكومية و الخاصة - دراسة في القائم بالاتصال - الدراسة منشورة هي 6.



- ⁷ العساف، صالح بن حمد، المدخل الى البحث في العلوم السلوكية ، مكتبة العبيكان، الرياض ، 1996، ص 90.
- ⁸ الرشدي، بشير صالح ، مناهج البحث التربوي ، رؤية تطبيقية مبسطة ، دار الكتاب الحديث ، 2000، ص: 59.
- ⁹ العساف، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية: ص 100.

المصادر

1. العساف، صالح بن حمد، المدخل الى البحث في العلوم السلوكية ، مكتبة العبيكان، الرياض ، 1996.
2. الرشدي، بشير صالح ، مناهج البحث التربوي ، رؤية تطبيقية مبسطة ، دار الكتاب الحديث ، 2000.
3. يوسف قمار ، وضع الأجندة دراسة في ضوء الحقائق الاجتماعية و الثقافية و الاعلامية في المجتمع الجزائري ، اطروحة دكتوراه ، جامعة الجزائر ، 2004 - 2005 .
4. تعريف و معنى العلاقة في معجم المعاني الجامع - معجم عربي عربي"، المعاني،
5. مجلة ميم للأعمال <https://www.meemapps.com/term/media-consumption>
6. نسرین محمد علیہ حسونة ، نظريات الاتصال شبكة الأولوكة ، 2015 .
7. ميلفن ديفلر ، ساندرا بول روكيتش ، نظريات الاتصال .
8. هبة شاهين معايير بناء اجندة القضايا العامة المقدمة في برامج الراي بالقنوات التلفزيونية المصرية الحكومية و الخاصة - دراسة في القائم بالاتصال - الدراسة منشورة .