الجمعهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليـــم العـــالي والبحث العلـــمي

جـــامعة محمد الصـديق بن يحي –جيـــجل– قسم: الإعلام والاتصال

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية الرقم: /2022

دراسة بعنـــوان

اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو التناول الإعلامي لأخبار جائحة كورونا

دراسة مقارنة بين الصحف الورقية ومواقع التواصل الاجتماعي

مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: صحافة مكتوبة وإلكترونية

إعداد الطلبة:

- فوزية مخبي
- مريم خنوف
- هناء مقيدش

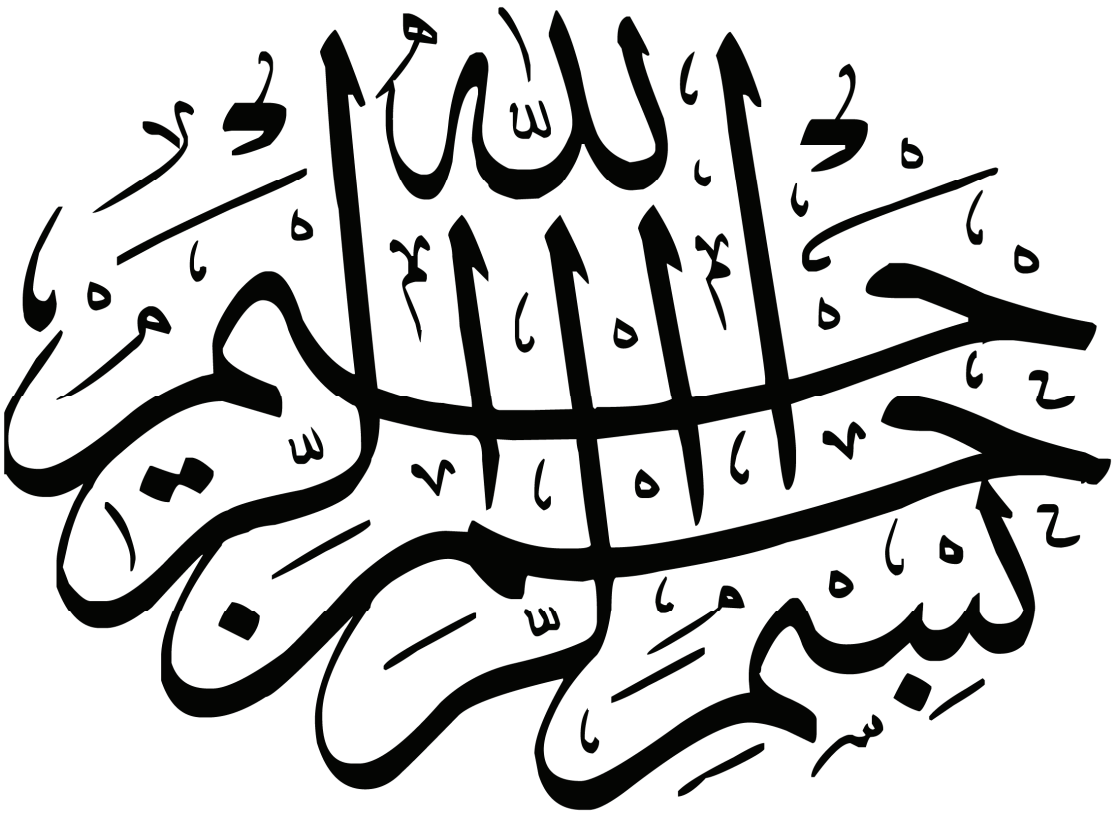
إشراف الأستاذ:

عبد الحكيم الحامدي

لجنة المناقشة

اسم ولقب الأستاذ	الجامعة	الصفة
آسيا العجرود	جامعة جيجل	رئيسا
عبد الحكيم الحامدي	جامعة جيجل	مشرفا ومقررا
عبد الوهاب بوبعة	جامعة جيجل	عضوا ومناقشا

السنة الجامعية: 2021–2022


بسم الله الرحمن الرحيم

الشكر و العرفان

بعد الصلاة و السلام على أفضل المرسلين و سيد العالمين محمد عليه أفضل الصلاة و السلام وعلى اله و صحبه أجمعين .

أولا الحمد لله الذي أعاننا على إتمام هذا العمل المتواضع كما نتقدم بالشكر و الإمتنانا لكل من ساعدونا لاجتياز العقبات .

بداية نخص بالشكر للوالدين الكريمين الذين كانت دعواتهما كفيلة بتذليل الصعاب و إزالة الأتعاب ثم الشكر و التقدير لأستاذنا المشرف " الحامدي عبد الحكيم " الذي أفادنا بتوجيهاته و ارائه القيمة و الذي لم يبخل علينا بجهده ووقته . ولكافة أساتذتنا الكرام في قسم الإعلام و الاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى بجيجل و على ما قدموه لنا من نصائح و إرشادات .

و لكل من ساهم من قريب أو بعيد و نسأل الله أن يجزي كل منا خير الجزاء .

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو التناول الإعلامي لأخبار جائحة كورونا بحيث اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي والمقارنة بين نتائج الصحافة الورقية ومواقع التواصل الاجتماعي، استخدامنا الاستمارة (الاستبيان) كأداة لجمع البيانات، إذ وزعنا هذه الأخيرة على عينة البحث والتي بلغ حجمها 80 مفردة اشتملت على طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى –جيجل– قطب تاسوست، ولكبر مجتمع الدراسة اعتمدنا على العينة القصدية حيث قمنا بصياغة إشكاليتنا في تساؤل رئيسي هو "ما هي اتجاهات الطلبة الجامعيين حول التناول الإعلامي لأخبار جائحة كورونا؟" ولمعالجة هذه الإشكالية اندرجت تحتها جملة من التساؤلات الفرعية والمتمثلة في:

- ما هو واقع استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا؟
- ما هي اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو مضامين الصحف الورقية في ظل جائحة كورونا؟
- هل تحقق الصحافة الورقية ومواقع التواصل الاجتماعي إشباعات الطلبة الجامعيين في الحصول على المعلومات والحقائق المتعلقة بهاته الجائحة؟

لنتوصل من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

اعتمدت مواقع التواصل الاجتماعي في تناولها الإعلامي على:

- الصفحات الخاصة بالإرشادات الطبية كمصدر للمعلومات حول جائحة كورونا بنسبة 62.25%.
- يعتمد 62.5%من المبحوثين على الوسائط السمعية البصرية في التناول الإعلامي.
- 65%من رواد مواقع التواصل الاجتماعي قد زاد وعيهم بعد تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- تعتبر فئة الشباب من الفئة الرائدة في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 34%
- 81.25% من رواد المواقع صرحوا أن مواقع التواصل الاجتماعي كان لهم الأثر الأكبر في حصولهم على المعلومات حول الجائحة.

بينما الصحف الورقية قد اعتمدت في تناولها الإعلامي للجائحة على:

- الجهات المختصة في الصحة كمصدر لنشر المعلومات حول الجائحة بنسبة 47.5%.
- اعتمدت في تناولها الإعلامي على الروبورتاج كنوع صحفي بنسبة 49%
- زاد وعي الطلبة الجامعيين بعد إطلاعهم على الصحف الورقية بـ 67.5%
- فئة المواطنين هي الفئة المستهدفة لمضامين الصحف الورقية بنسبة 49%.

ويعود هذا التباين في النتائج إلى:

- طبيعة الوسيلة التي كان لها الأثر الكبير في طريقة التناول الإعلامي
- الظروف التي فرضتها الجائحة زادت من اعتماد الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر في الحصول على المعلومات وهذا راجع إلى فرض الحجر الصحي الذي غلق مصادر اقتناء الصحف كالأكشاك وغيرها مما أدى بالطلبة العزوف عن اقتنائها واعتماد مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات حول الجائحة

الكلمات المفتاحية: فيروس كورونا، الطلبة الجامعيين، الاتجاهات، وسائل الإعلام.

Summary:

This study aims to know the attitudes of university students towards the media handling of the news of the Corona pandemic. We studied a comparison between newspaper and social media relying on the analytical descriptive approach andusing questionnairesas a tool for data collection, whichwe distubeted to the 80 sample of research that included students of the department of media and communication Mohamed Al_sadik ben Yahyajijel- tassousset,faculty of Human and social science, and sincethe community of study is large , we relied on the the intentional spearmen, where we formulated a problem in a key question : what are the trends of undergraduate student towards media addressing the news of the coronavirus pandemic ? An to address this problem, there

Are a number of subconscious questions:

- what is the reality of university student using social media sites in the light of the coronavirus pandemic؟

- what are the trends of undergraduate student towards the contents of newspaper during the coronavirus pandemic؟

- are this newspaper and social media investigating university students in obtaining information and facts related to this pandemic؟

Thought this study, let's come up with a set of important results:

Social media sites relied on:

-Medical guidance page as a source of information about coronavirus pandemic 62.25%

%62.5_researchers on audio-visual Media for media coverage

%65_of social media users have increased awareness after browsing social media sites

-young people are considered the leading category in social media 34%

%81.25_website - goes stated that social media sites have had the greatest impact on their access to information about the pandemic.

- Newspaper have relied in their media coverage of the pandemic on the competent authorities in health as a source of dissemination of information about the pandemic at 47.5%

- Newspaper replied on reportage as a journalistic type 49%

- University student awareness of newspaper increased 67.5%

-The category of ordinary citizens in the target group for the contents of newspaper.

This variation in results is:

-due to the nature of the means that has had a significant impact on the way media is taken.

-The tariffs imposed by the pandemic have increased students' reliance on social media sites as a source of information. This is due to the quarantine that has shut down sources of acquisition of newspapers such as Kashaks and others, leading students to refrain from acquiring them and accrediting social media sites as a source of information

Kybwords : coronavirus, university , tends - social media.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة
شكر وتقدير	
ملخص	
فهرس المحتويات	
قائمة الجداول	
مقدمة	أ
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
إشكالية الدراسة.	04
تساؤلات الدراسة	05
فرضيات الدراسة.	05
أسباب اختيار الموضوع.	05
أهداف الدراسة.	06
أهمية الدراسة.	06
مفاهيم الدراسة.	06
نوع الدراسة ومنهجها.	09
مجتمع الدراسة والعينة.	10
أدوات جمع البيانات.	11
الدراسات السابقة.	13
الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة	
أولا- الاتجاه	
تمهيد	19
1- مفهوم الاتجاه.	20
2- خصائص الاتجاه.	20
3- أنواع الاتجاه.	21
4- وظائف الاتجاه.	22

5- مكونات الاتجاه.	22
6- العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاه.	23
7- النظريات المفسرة لتكوين الاتجاهات.	24
الخلاصة	27
ثانيا- الصحافة المكتوبة.	
تمهيد	29
1- تاريخ الصحافة.	30
2- أهمية الصحافة المكتوبة.	30
3- خصائص الصحافة المكتوبة.	31
4- وظائف الصحافة المكتوبة.	32
الخلاصة	36
ثالثا- مواقع التواصل الاجتماعي.	
تمهيد	38
1- تعريف ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي.	39
2- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي.	40
3- أهم مواقع التواصل الاجتماعي.	41
4- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.	43
5-. إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي.	44
6- مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	45
الخلاصة	47
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة	
تمهيد	49
أولا- عرض وتحليل البيانات الميدانية.	50
1- خصائص عينة البحث.	50
2- استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.	52
3- اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الصحف الورقية.	61
4- إشباعات الطلبة الجامعيين في الحصول على المعلومات والحقائق المتعلقة بهذه الجائحة	65

من خلال الصحف الورقية ومواقع التواصل الاجتماعي.	
ثانيا– استخلاص نتائج الدراسة.	71
1– النتائج الجزئية للدراسة	71
2– النتائج العامة	76
الخلاصة	78
ثالثا– التوصيات والاقتراحات الخاصة بالدراسة	79
خاتمة	81
قائمة المصادر والمراجع	83
الملاحق	

قائمة الـجداول

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.	50
02	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.	50
03	يمثل وضعية المبحوثين إيزاء الحالة المدنية.	51
04	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.	51
05	يمثل توزيع أفراد العينة حسب محل الإقامة.	52
06	توزيع إجابات المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.	52
07	توزيع إجابات المبحوثين حسب الحجم الساعي الذي يقضى في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يوميا.	53
08	يوضح الفترة التي يفضل فيها المبحوثين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.	54
09	توزيع إجابات المبحوثين حول مدى ثقتهم في محتوى المضامين والمنشورات الصحية لفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	54
10	يوضح توزيع إجابات المبحوثين حول درجة الثقة بالمعلومات الصحية حول فيروس كورونا والمتحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي.	55
11	توزيع إجابات المبحوثين حول طبيعة المعلومات الصحية حول فيروس كورونا.	56
12	توزيع إجابات المبحوثين حول مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة معارفهم للوقاية من فيروس كورونا.	56
13	يوضح إذا ما ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تسهيل الوصول لمعرفة أخبار فيروس كورونا بالنسبة للمبحوثين.	57
14	يوضح تقييم المبحوثين للمنشورات الصحية الخاصة بفيروس كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي.	58
15	توزيع إجابات المبحوثين حول التحري عن صدق المضامين الوقائية لفيروس كورونا قبل أن ينشروها مع أصدقائهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	58
16	توزيع إجابات المبحوثين حول اهتمامهم بإنشاء مجموعة خاصة على منصات التواصل الاجتماعي تقوم بنشر النصائح الوقائية ضد فيروس كورونا.	59

17	الجدول رقم 17: توزيع إجابات المبحوثين حول متابعة مستجدات الجائحة.	59
18	توزيع إجابات المبحوثين حول الإجراءات الوقائية ضد فيروس كورونا إذا تزايد بعد الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي.	60
19	توزيع إجابات المبحوثين حول طبيعة اهداف المدونين من خلال منشوراتهم على مواقع التواصل الاجتماعي حول جائحة كورونا.	60
20	توزيع إجابات المبحوثين حسب مقروئيتهم للصحف الورقية.	61
21	توزيع المبحوثين حسب فترة قراءتهم للصحف الورقية.	61
22	توزيع المبحوثين حسب المكان الذي يفضلون فيه قراءة الجريدة.	62
23	توزيع إجابات المبحوثين حول المدة الزمنية التي يقضونها في قراءة الجريدة.	62
24	توزيع المبحوثين حول قراءتهم للجريدة الورقية والإلكترونية.	63
25	يمثل عادة قراءة الجريدة.	63
26	الجريدة الورقية والأساليب التي استعملتها في التحسيس من جائحة كورونا.	64
27	توزيع إجابات الجريدة الورقية حول مدى غموض ووضوح رسائل المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا.	65
28	توزيع مصادر المعلومات التي تقدمها الصحف الورقية في الحصول على المعلومات حول الجائحة.	65
29	يمثل الأنواع الصحفية التي تعتمد عليها الصحيفة الورقية في تناولها للمعلومات حول جائحة كورونا.	66
30	يمثل الفئة التي تستهدفها الصحافة الورقية بمضامينها.	66
31	يمثل درجة قياس الوعي لدى الطلبة جراء الاطلاع على مضامين الصحف الورقية.	67
32	يمثل مصادر المعلومات التي تعتمدها معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لجائحة كورونا.	68
33	يمثل الوسائل التي تعتمدها مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات الجائحة.	68
34	يمثل الفئة العمرية المستهدفة من المنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	69
35	يمثل درجة قياس الوعي لدى الطلبة جراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.	70
36	يمثل القنوات التي كانت لها الأثر الأكبر في الحصول على المعلومات.	70

مقدمـــة

مقدمة

تلعب وسائل الإعلام والاتصال دورا هاما وفعالا في حياتنا لما لها من قدرة في التأثير على الفرد والمجتمع كونها تعتبر المصدر الأول والأساسي في نقل المعلومات والأخبار والحقائق.

وتعتبر الصحافة المكتوبة وسيلة إعلامية لها دور كبير في تشكيل الرأي العام، انطلاقا من القاعدة الجماهرية التي تحظى بها، وهذا راجع كونها إحدى أقدم وسائل الإعلام وأهمها، لكن مع ظهور الأنترنت تراجع دور الصحافة الورقية نوعا ما ويعود ذلك إلى النقلة التي أحدثتها التطورات التكنولوجية الحديثة والتي جعلت العالم قرية صغيرة تخطت حدود الزمان والمكان والتي أدت إلى ظهور ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي والتي لاقت رواجا كبيرا واستخداما واسعا خاصة من قبل الشباب.

ويزداد الاعتماد على وسائل في وقت الأزمات والكوارث حيث تعتبر الأزمات الصحية من أهم وأخطر ما يمكن أن يتعرض له المجتمع وما يعيشه العالم اليوم إثر انتشار فيروس كورونا هو صورة مماثلة لتداعيات أكثر الجائحات والأوبئة التي مست العالم.

لذلك وبغرض تناول وبحث موضوع الدراسة المعنون بـ "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو التناول الإعلامي لأخبار جائحة كورونا" تم تقسيم البحث إلى ثلاث فصول.

حيث خصص الفصل الأول والمعنون بـ "الإطار المنهجي للدراسة" إلى التطرق إلى الإشكالية وطرح أهم التساؤلات، ثم تناولنا أهم الأسباب الكامنة وراء اختيار الموضوع، وتبيان أهمية الدراسة والأهداف التي سعت إلى بلوغها، ثم التطرق إلى تحديد أهم مفاهيم الدراسة متبوعا بتحديد نوع الدراسة ومنهجها، وأدت جمع البيانات وأيضا مجتمع الدراسة وعينة الدراسة إلى جانب تطرقنا إلى الدراسة وبعض الدراسات السابقة التي تقاطعت مع دراستنا في العديد من النقاط وكذا النتائج*

أما القسم الثاني والذي يضم "الإطار النظري للدراسة" فقد قسم إلى 3 عناوين رئيسية جاءت كالآتي: أولا– الاتجاه والذي تناولنا فيه مفهوم الاتجاه، خصائص الاتجاه، أنواع الاتجاه، وظائف الاتجاه، مكونات الاتجاه، النظريات المفسرة للاتجاه والعوامل المؤثرة في الاتجاه.

* أنظر الصفحة رقم 73.

ثانيا– الصحافة المكتوبة وتناولنا فيه نشأة الصحافة، أهمية الصحافة المكتوبة، خصائص الصحافة المكتوبة، وظائف الصحافة المكتوبة.

ثالثا– مواقع التواصل الاجتماعي وتناولنا فيه، مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي، نشأة مواقع التواصل الاجتماعي، خصائص مواقع التواصل الاجتماعي، أهم مواقع التواصل الاجتماعي ومجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

أما القسم الثالث للدراسة وهو الجانب التطبيقي للدراسة حيث تناولنا فيه تحليل وتقييم إجابات المبحوثين حول محاور الاستمارة، عرض وتفسير النتائج في ضوء فرضيات الدراسة.

كما تكونت هذه الدراسة كغيرها من الدراسات من مقدمة، خاتمة، فضلا عن قائمة المصادر والمراجع والملاحق والفهارس بالإضافة إلى نموذج الاستمارة الموزعة على عينة الدراسة وبعض التوصيات والاقتراحات.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

إشكالية الدراسة:

أصبحت وسائل الإعلام والاتصال في سنواتها الأخيرة ضرورة حتمية يتم الاستعانة بها في حياتنا اليومية، إذ فرضت نفسها ومكانتها على جميع الأصعدة السياسية أو الاجتماعية، الثقافية أو الإيدولوجية خاصة الإعلام الجديد الإلكتروني حيث يتغلغل دون سابق إنذار وأصبح من الصعب التخلي عنه لمدى اختراقه للحدود الزمانية والمكانية، مع أنه لا يمكن إنكار دور وسائل الإعلام التقليدية مع اقتنائها في هذه الظروف الصحية التي نعيشها بعد انتشار جائحة كورونا التي أمست تهدد حياة العديد من الأشخاص دون استثناء مما أجبر السلطات المعنية التحرك وإتباع استراتيجيات مجدية في جميع المؤسسات والمثول إلى التدابير الوقائية اللازمة لتجنب أكبر قدر من الإصابات ومن بين هذه المؤسسات الجامعة، إذ تعذر على الطلبة الجامعيين مزاولة الدراسة وتقييد جميع الأنشطة البيداغوجية ووضع خطة مسطرة للحد من خطورة الوضع، وبعد الإسهام في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة للحفاظ على سلامة المجتمع وخفض معدل الإصابات دفع بالصحفيين إلى تكثيف ممارساتهم للصحافة أكثر من دي قبل بسبب تغيير العالم بعد انتشار فيروس كورونا الذي ظهر لأول مرة في مدينة ووهان الصينية في أواخر ديسمبر من عام 2019م ليتحول إلى جائحة يخوضها العالم لمدى سرعة تفاقمه لتتفاعل مع ذلك الصحافة المكتوبة بعد ركود مما أجبرها على الخفض من عدد صفحاتها والتركيز على نسخها الإلكترونية وصعوبة وصولها إلى القراء التقليديين وليس هذا فقط، فقد عانى الصحافيين المهنيين من أداء مهامهم خلال الأزمة في سياسة الغلق على مصادر المعلومات وتخفيف كل المنابع بما فيها المحلية مما أوقع المعالجة الإعلامية تحت الرقابة والاكتفاء بالمستوى الثاني من التغطية وهو التوعية لمخاطر الفيروس وأهمية الحجر الصحي.

يتغير المسار إلى شبكات التواصل الاجتماعي بتناولها للأخبار والمستجدات حول الوضعية الوبائية وما حققته من خدمة فورية في عالمنا المعاصر خادمة للطالب الجامعي تحديدا، بإيصالها للتوعية الصحية اللازمة من أهل الاختصاص: أطباء، ممرضين ومنظمات الصحة العالمية التي تم إيصال رسائلها التحسيسية عبر منصات التواصل الاجتماعي كالفضاء الأزرق Facebook و tweeter ومحرك البحث العالمي google. لتغير وسائل الإعلام من أدوات عملها والتوجه نحو الاهتمام بقضايا الصحة وتداعيات الوباء ولقد شكل وباء كورونا في هذا الظرف تحديا أمام وسائل الإعلام للتعامل مع هذه الأزمة الاستثنائية الحرجة وتظليل الرأي العام حول الوضعية الوبائية من طرف الجهات المعنية ما دفع بالإعلام إلى الخوض في هذه المهمة.

سنحاول من خلال دراستنا هذه معرفة ما هي اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو التناول الإعلامي لأخبار جائحة كورونا؟

وتحت هذا التساؤل تبرز بعض التساؤلات الفرعية التالية:

تساؤلات الدراسة:

- ما هو واقع استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا؟
- ما هي اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو مضامين الصحافة الورقية في ظل جائحة كورونا؟
- هل تحقق الصحافة الورقية إشباعات الطلبة الجامعيين في الحصول على المعلومات والحقائق المتعلقة بهذه الجائحة؟

فرضيات الدراسة:

- يعتمد طلبة الإعلام والاتصال بجامعة جيجل على مواقع التواصل الاجتماعي بالدرجة الأولى من بين بقية المصادر من أجل متابعة مستجدات الجائحة.
- يقبل طلبة الإعلام والاتصال بجامعة جيجل على مضامين الصحافة الورقية من أجل الوصول إلى حقائق ومعلومات موثوقة حول هاته الجائحة.
- تحقق الصحافة الورقية اشباعات تصب في إطار التوعية الصحية والتثقيفية لدى الطلبة الجامعيين حول جائحة كورونا.

أسباب اختيار الموضوع:

أ- أسباب ذاتية:

- توسيع معارفنا ومعرفة طريقة معالجة الصحافة المكتوبة ومواقع التواصل الاجتماعي لجائحة كورونا.
- الرغبة الذاتية في دراسة هذا الموضوع.
- ارتباط موضوع البحث مع طبيعة تخصصنا.
- رغبة التعمق في الموضوع والتعرف على جوانبه المختلفة.

ب- أسباب موضوعية:

- جدية الموضوع وأهميته.
- قابلية الموضوع للدراسة التطبيقية والنظرية.
- الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي ومنافسة الصحافة في تناول أخبار جائحة كورونا خاصة والأخبار عامة.
- إثراء الرصيد المعرفي والمساهمة في إنجاز دراسة علمية يمكن الاستفادة منها مستقبلا.

أهداف الدراسة:

- معرفة كيفية استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا.
- معرفة أهم المضامين التي يميل إليها الطالب الجامعي في الصحف الورقية في ظل جائحة كورونا.
- محاولة الوصول إلى درجة الإشباع التي تحققها الصحافة الورقية لدى الطلبة الجامعيين في الحصول على المعلومات المتعلقة بهاته الجائحة.
- السعي إلى التحكم في تطبيق الطرق المنهجية المكتسبة خلال فترة الدراسة والتدرب على القيام بالبحوث العلمية.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أهمية الموضوع في حد ذاته حيث تتجلى في رصد التنازل الإعلامي لاتجاهات الطلبة الجامعيين بين الصحافة الورقية ومواقع التواصل الاجتماعي لجائحة كورونا حيث أن وسائل الإعلام سلطت الضوء عليها مما دفعنا إلى دراسة هذا الموضوع ومحاولة تقييم رؤية علمية جديدة.

مفاهيم الدراسة:

الاتجاه:

لغة: هو الوجه والجمع وقال الزنخشري، ووجه كل شيء مستقبله.[1]

[1]- سهام إبراهيم كامل محمد: مفهوم الاتجاه، ماجستير في التربية (رياض الأطفال) جامعة القاهرة، ص 15.

اصطلاحا: في نظر علم النفس الاجتماعي "هو استعداد عقلي كامن يتكون نتيجة تأثر الفرد بمثيرات مختلفة من محيطه"[1] فالاتجاه يعبر عن درجة استجابة الفرد لموضوع معين، استجابة إما بالرفض أو الإيجاب نتيجة لتفاعل مجموعة من العوامل المعرفية والوجدانية والاجتماعية والسلوكية تمثل في مجملها خبرات الفرد ومعتقداته وسلوكه نحو الأشياء والأشخاص المحيطة به.[2]

إجرائيا:

نقصد بالاتجاه في دراستنا هذه الميول والرغبات والنزاعات التي ترتبط بأفكار الشخص من خلال ما مر به من تجارب، في حياته وعلى هذا الأساس يبني موقفه وآراءه، أي مدى إقبال الطلبة الجامعيين على وسائل الإعلام والتفاعل مع مضامينها بالقبول أو الرفض.

الطالب:

لغة: جمعها طالبون وطلبة وطلاب، المؤنث: طالبة والجمع المؤنث طالبات.

الطالب: هو الذي يطلب العلم ويطلق على التلميذ في مرحلتي التعليم الثانوية والجامعية.[3]

الطالب الجامعي اصطلاحا:

عرف إسماعيل علي سعيد الطالب الجامعي بأنهم "شباب، والشباب فئة عمرية تشغل وضعا متميزا في بناء المجتمع وهم ذات حيوية وقدرة على العمل والنشاط كما أنها تكون ذات بناء نفسي وثقافي يساعدها على التكيف والتوافق والاندماج والمشاركة بطاقة كبيرة تعمل على تحقيق أهداف المجتمع وتطلعاته".[4]

إجرائيا:

هو الطالب الذي انتقل من مرحلة الثانوية إلى مرحلة العليا بعد تحصله على شهادة البكالوريا وهو طالب في أحد التخصصات يمتلك نضج عقلي وحسن الفهم.

---

[1]– خضير شعبان: مصطلحات في الإعلام والاتصال، دار اللسان العربي، ط1، الجزائر، ص 01.

[2]– عبد الله عبد الرحمان: سوسيولوجيا التعليم الجامعي، دار المعرفة الجامعية، ط1، الإسكندرية، 1991، ص 24.

[3]– ابن منظور: لسان العرب، ج6، دار لسان العربي، بيروت، ص 447.

[4]– عبد الله عبد الرحمن: مرجع سبق ذكره، ص 25.

الجامعة:

لغة:"التجميع والتجمع أما كلمة كلية مصدرها الكلمة اللاتينية colegia وتشير إلى التجمع والقراء معا، وقد استخدمت في القرن الثالث عشر من قبل الرومان لتدل على مجموعة حرفيين تجارة، ثم استخدمت في القرن الثامن عشر بمعنى كلية في أكسفورد لتدل على مكان تجمع المجتمع المحلي للطلاب متضمنا مكان الإقامة المعنية والتعليم".[1]

اصطلاحا: عرفت على أنها "إحدى المؤسسات الاجتماعية والثقافية والعلمية فهي بمثابة تنظيمات معقدة تتغير بصفة مستمرة مع طبيعة المجتمع المحلي أو ما يسمى بالبيئة الخارجية".[2]

الإعلام:

لغة: يعني الأخبار والتوضيح والإشهار.

اصطلاحا: هو نقل المعلومات ونشرها بين الناس بوسائل موثوقة بعد جمعها وانتقائها خدمة للصالح العام.[3]

إجرائيا:

يلعب الإعلام دورا هاما في شتى المجالات حيث تزود أفراد المجتمع بالمعلومات سواء الصحية والسياسية والاجتماعية كما أنها تحاول أن تنمي لدى الفرد ثقافة ووعي بمختلف القضايا الراهنة.

فيروس كورونا كوفيد 19:

تعرف منظمة الصحة العالمية فيروسات كورونا بأنها:

"سلالة واسعة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للحيوان والإنسان، ومن المعروف أن عددا من فيروسات كورونا تسبب لدى البشر أمراض تنفسية تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد وخاصة مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (ميرس) والمتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (سارس) ويسبب فيروس كورونا المكتشف مؤخرا مرض كوفيد -19.

[1]- محمد منير مرسي: التعليم الجامعي المعاصر، قضاياه واتجاهاته، دار النهضة العربية، ط 1، القاهرة، 1977، ص 10.

[2]- عبد الله عبد الرحمن: مرجع سابق، ص 25.

[3]- الديلمي عبد الرزاق: وسائل الإعلام والطفل، دار المسيرة للتوزيع، الأردن، 2012، ص 110.

ومرضى كوفيد –19 هو مرض معد يسببه آخر فيروس تم اكتشافه من سلالة فيروسات كورونا، ولم يكن هناك أي علم بوجود هذا الفيروس الجديد ومرضه قبل بدء تفشيه في مدينة ووهان الصينية في ديسمبر 2019، وقد تحول كوفيد– 19 الآن إلى جائحة تؤثر على العديد من بلدان العالم".[1]

أما إدارة الصحة العامة الأمريكية فتعرف فيروس كورونا (كوفيد 19) بأنها "فيروسات حيوانية تطورت وتحولت إلى فيروسات بشرية تنتقل من شخص لآخر، ومثل جل أمراض الجهاز التنفسي الأخرى ينتشر فيروس (covid 19) بفعل العدوى من شخص مصاب ولديه أعراض المرض الحرارة، سعال، صعوبة في التنفس".[2]

نوع الدراسة ومنهجها:

التعريف اللغوي لمنهج البحث العلمي:

يتكون الاصطلاح من ثلاث كلمات هي: منهج، البحث وكلمة العلمي.

كلمة المنهج: فهي مصدر بمعنى ← طريق، مسلك وهي مشتقة من الفعل نهج ← بمعنى طرق أو سلك أو اتبع، والنهج والمنهج والمنهاج تعني الطريق الواضح.

كلمة البحث: فهي مصدر بمعنى الطلب، التقصي، وهي مشتقة من الفعل بحث، بمعنى طلب أو تقصى، أو فتش.

كلمة العلمي: منسوبة إلى العلم، وهي بمعنى المعرفة والدراية والإدراك ← العلم يعني الإلمام بالحقيقة، والمعرفة بكل ما يتصل بها، بقصد إذاعتها بين الناس.

[1]– رياض حمدوش، أحمد دعاس: وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تعبئة الرأي العام العالمي في الحد من انتشار وباء كورونا (كوفيد 19)، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 3، العدد 01، جوان 2020، ص 166.

[2]– أوبكر خوالد، خير الدين بوزرب: فعالية استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي الحديثة في مواجهة فيروس كرونا، مجلة بحوث الإدارة والاقتصاد، المجلد 02، العدد 02، 2020، ص 4.

التعريف الاصطلاحي لمنهج البحث العلمي:

يعرف بأنه "الطريق أو الأسلوب الذي يسلكه الباحث العلمي في تقصيه للحقائق العلمية في أي فرع من فروع المعرفة، وفي أي ميدان من ميادين العلوم النظرية والعلمية".[1]

وقد اعتمدنا في معالجة هذا الموضوع على المنهج الوصفي التحليلي نظرا لطبيعة الدراسة التي فرضت علينا هذا المنهج الذي يعمل على وصف وتشخيص موضوع الدراسة وجمع الحقائق وتبويبها بهدف اكتشاف حقيقية جديدة أو التأكد من صحة الحقائق التي تتعلق بطبيعة الموضوع.

ويعرف على أنه المنهج الذي يعتمد على وصف الظاهرة موضع البحث وصفا تفصيليا دقيقا، ويدرس كل جوانبها الكيفية والنوعية والكمية، ليعبر عن ملامحها وخصائصها وحجمها، وتأثيرها وتأثرها، ومدى ارتباطها بالظواهر الأخرى المحيطة بها.[2]

ومن خلال هذا المنهج سوف نحاول وصف وتحليل اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو التناول الإعلامي لأخبار جائحة كورونا.

وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تعتمد على تصنيف البيانات التي تم جمعها وتم تحليلها تحليلا شاملا واستخلاص النتائج والدلالات المفيدة.

مجتمع الدراسة والعينة:

أ- مجتمع الدراسة:

يعتبر تحديد مجتمع الدراسة خطوة أساسية في البحث العلمي حيث يعرف على أنه "المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة".[3]

ومجتمع الدراسة لموضوعنا يتضمن طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى – جيجل- قطب تاسوست والمقدر عددهم بـ 1059 طالب.

[1]- غازي عناية: منهجية إعداد البحث العلمي: بكالوريوس ... ماجستير، دكتوراه، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ص 17.

[2]- عامر إبراهيم قنديلجي: منهجية البحث العلمي، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 179.

[3]- عمار بوحوش، محمد محمود الذنيبات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط 3، 2009، ص 253.

ب- عينة الدراسة:

إن أهم خطوة يمر بها الباحث في دراسته هي اختيار العينة التي تمثل تمثيلا لمجتمع البحث الذي تجرى فيه الدراسة.

وتعرف العينة على أنها "فئة تمثل مجتمع البحث أو جمهور البحث، أي جمع المفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث أو الأفراد أو الأشخاص الذين يكونون موضوع مشكلة البحث".[1]

ولقد اعتمدنا في دراستنا هذه على العينة القصدية، كون أن مجتمع دراستنا هو الطلبة الجامعيين الدارسين بجامعة جيجل قطب تاسوست بحيث نقصد دراسة الطلبة الجامعيين المتخصصين في الإعلام والاتصال، باعتبار أنهم الأعرف والأكثر انفتاحا على الإعلام سواء الإعلام التقليدي أو الإعلام الجديد.

وتعرف العينة القصدية بأنها "العينة التي تهدف لتحقيق غرض معين، حيث يتم اختيار هذه العينة بناء على هدف الدراسة ومعرفة المجتمع الأصلي حيث يتم اختيار المفحوصين وفقا لبعض الخصائص النفسية أو الاجتماعية وغيرها".[2]

أدوات جمع البيانات:

اعتمدنا في دراستنا حول اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو التناول الإعلامي لأخبار جائحة كورونا على أداة الاستمارة وتعرف على أنها "مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجرى تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها".[3]

وتعرف أيضا "أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية، التي يطلب من المفحوص للإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث".[4]

[1]- عمار بوحوش، محمد محمود الذنيبات: مرجع سابق، ص 254.

[2]- سيد محمود الطواب: البحث العلمي وأساليبه، مركز الإسكندرية للكتاب، 2015، ص 143.

[3]- عمار بوحوش، محمد محمود الذنيبات: مرجع سابق، ص 67.

[4]- ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم: أساليب البحث: الأسس النظرية والتطبيق العلمي، عمان دار النشر والتوزيع، 2002، ص 156.

وتعرف أيضا "أنها أداة ملائمة للحصول على البيانات والمعلومات والحقائق بواقع معين ويقدم الاستبيان على شكل عدد من الأسئلة بطلب الإجابة عنها من قبل عدد من الأفراد المعنيين بموضوع الاستبيان".[1]

وصف الاستبيان:

قمنا بإنجاز استمارة استبيان والتيتتألف من 37 سؤالا مقسمة على أربعة محاور والتي جاءت كالآتي:

المحور الأول: خصائص عينة البحث والذي يندرج تحته 5 أسئلة.

المحور الثاني: استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي والذي يندرج تحته 15 سؤال.

المحور الثالث: اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الصحف الورقية والذي يندرج تحته 8 أسئلة.

المحور الرابع:اتباعات الطلبة الجامعيين في الحصول على المعلومات والحقائق المتعلقة بهذه الجائحة والذي يندرج تحته 9 أسئلة.

حدود الدراسة:

من أجل تحقيق البحث أو الدراسة وضمان التحكم فيها حددنا مجالات أو حدود الدراسة التي سنذكرها.

المجال المكاني: ولاية جيجل، أخذ عينة من مجتمع طلبة ماستر 1 و2صحافة مكتوبة وإلكترونية وطلبة الثانية والثالثة ليسانس بجامعة محمد الصديق بن يحيى.

المجال الزمني: بدأنا في جمع المادة العلمية للجانب النظري في فيفري 2022 بعدها تم التركيز على الجانب المنهجي للدراسة من خلال صياغة الإشكالية ومنها طرح مجموعة من التساؤلات وأهداف البحث تم تحديد مفاهيم الدراسة.

المجال البشري: هو عينة من طلبة ماستر 1 و2 صحافة إلكترونية ومكتوبةوطلبة السنة الثانية والثالثة ليسانس.

[1]– الجبوري حسين محمد: منهجية البحث العلمي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 185.

الدراسات السابقة:

الدراسات الوطنية:

بعنوان "اتجاهات طلبة الجامعة نحو دور الصحافة المكتوبة في التوعية بمستجدات أزمة جائحة كورونا في الجزائر" تمكثل هذه الدراسة مقالا منشورا، في مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية.

المجلد 6، العدد 2-2021 ص 40-59.

تاريخ النشر:2021/09/20 من طرف نور الدين أم الرتم وسعد بشاينية.

تهدف هذه الدراسة بشكل رئيسي إلى رصد ما طبيعة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو دور الصحافة المكتوبة في التوعية بمستجدات أزمة جائحة كورونا في الجزائر ؟

وللإجابة على تساؤل رئيسي اندرج تحته تساؤلات فرعية:

- ما طبيعة اتجاهات طلبة الجامعة نحو دور الصحافة المكتوبة من حيث تقديمها الإحصائيات الدقيقة الخاصة بمستجدات أزمة جائحة كورونا ؟
- ما طبيعة اتجاهات طلبة الجامعة نحو مساهمة الصحافة المكتوبة في التوعية بمستجدات أزمة جائحة كورونا في الجزائر قياسا على أنواع الصحافة الأخرى ؟
- ما طبيعة اتجاهات طلبة الجامعة نحو دور الصحافة المكتوبة من حيث أفرادها لمساحة كافية لالحديث عن مستجدات أزمة جائحة كورونا في الجزائر ؟
- ما طبيعة اتجاهات طلبة الجامعة نحو دور الصحافة المكتوبة من حيث تقديمها خطابا علميا صحيحا حول مستجدات أزمة جائحة كورونا ؟

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة اتجاهات طلبة الجامعة نحو دور الصحافة المكتوبة في التوعية بمستجدات آزمة جائحة كورونا وأيضا التعرف على طبيعة اتجاهات طلبة الجامعة نحو مساهمة الصحافة المكتوبة في التوعية بهذه الجائحة وأيضا دور الصحافة الورقية من حيث تقديمها خطابا علميا صحيحا حول مستجدات الأزمة وأيضا دورها في تقديم إحصائيات دقيقة بمستجدات أزمة كورونا.

تم اعتماد الباحثين على منهج الاحصائي التحليلي، كما استخدمنا الاستبيان كأداة لجمع البيانات حيث تم اختيار عينة الدراسة بطريقة عشوائية والتي بلغت 160 طالبا. توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- أن الطلبة الجامعيين أقروا بنسبة 96 % بأن الإعلام الجزائري المكتوب لم يتأخر عن غيره من أنواع الإعلام المسموع والمشاهد في مساهمة على التوعية.
- 80 % أشاروا أن المعالجة لم تكن في المستوى المطلوب من حيث المعلومات طبية صحيحة حول أزمة كورونا والاحصائيات الدقيقة حول عدد المصابين بفيروس كورونا.

الدراسة الثانية:

بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية حول مرض الإيبولا" مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري من إعداد الطالبتين لبنى قاسمي وكاميليا سلطاني جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي 2014-2015.

كانتا الإشكالية تتمثل كآتي: ما هو دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية حول مرض الإيبولا من خلال صفحة (Ebola 2015) ؟

حيث اندرج تحت تساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الرئيسية وهي:

- ما مدى إقبال مستخدمي شبكة الفيس بوك على الصفحة الفيسبوكية الخاصة بالتوعية الصحية حول مرض الإيبولا (Ebola 2015) ؟
- ما الدوافع والحاجات التي تكمن وراء الاقبال على الصفحة الفيسبوكية الخاصة بالتوعية حول مرض الايبولا (ebola 2015) ؟
- ما الاشباعات المحققة من صفحة (Ebola 2015) من خلال شبكة الفيسبوك؟
- م الأثر الناتج عن دور شبكة الفيسبوك في التوعية الصحية حول مرض الايبولا من خلال صفحة (ebola 2015) ؟

أهداف الدراسة:

- معرفة مدى اقبال مستخدمي شبكة الفيس بوك على الصفحة الفيسبوكية الخاصة بتوعية الصحة

- معرفة دوافع اقبال مستخدمي شبكة الفيسبوك على (ebola 2015) وكيفية التفاعل معها.
- تحديد مستويات الاشباع الذي تحققه الصفحة الفيسبوكية (ebola 2015).
- كشف الأثر الناتج عن دور شبكة الفيسبوك في التوعية الصحية حول مرض الايبولا من خلال صفحة (ebola 2015).

استخدمت الباحثتين المنهج الوصفي التحليلي كما تم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات والتي وزعت إلكترونيا في صفحة دراسة على 470 مفردة بطريقة قصدية.

من أهم النتائج المتوصل لها:

- أن شبكات التواصل الاجتماعي وبالأخص فايسبوك الذي استطاع بدوره أن ينهي نسبة المشاركة والتفاعلية بين أفراد العينة حول موضوع ايبولا.
- تزايد الإقبال على صفحة (ebola 2015) بدافع التوعية الصحية وخطورة المرض.
- وصول أفراد العينة إلى مستوى إشباع في التزويد الثقافي والتوعية الصحية ومنه الأثر الإيجابي لصفحة على أفراد العينة

الدراسات العربية:

الدراسة الأولى:

بعنوان "مدى اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام في تحقيق المعرفة الصحية" رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، من إعداد الطالبة "وفاء سعود العوام" جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية سنة 2008.

حيث تهدف هذه الدراسة لتحقق من مدى اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام في تحقيق المعرفة الصحية.

اندرجت من خلال هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات التالية:

- ما مدى اعتماد الشباب السعودي على الوسائل الإعلامية في تحقيق المعرفة الصحية؟
- ما مصادر الاتصالية غير الإعلامية التي يستخدمها الشباب السعودي في الحصول على المعلومات الصحية؟

- ما القضايا والموضوعات الصحية التي يحرص الشباب السعودي على متابعتها في وسائل الإعلام؟
- ما العلاقة بين اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام وتحقيق المعرفة الصحية؟
- اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي.
- استخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات والحصول على المعلومات حيث طبقت على 400 طالب وطالبة.

أهداف الدراسة:

معرفة مدى اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام في تحقيق الوعي والمعرفة الصحية والتعرف على أهم الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها الطلاب وطالبات السعودية.

توصلت النتائج إلى:

أفراد العينة يعتمدون على الوسائل الإعلامية بشكل عام إلا أن الأنترنت الوسيلة الإعلامية الأكثر استخداما للحصول على المعلومات الصحية.

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

أولا– الاتجاه

تمهيد

تشكل الاتجاهات التي يحملها الأفراد دورا كبيرا في شتى مناحي الحياة فهي تؤثر على سلوكهم، فهذه الأخيرة تكون مكتسبة أي يكتسبها الفرد من خلال مجموعة من المواقف والمشاهد التي يتعرض لها في حياته، فمن خلالها يتشكل للفرد اعتقاداته وآرائه فيما يتعلق بموضوع معين من خلال اقباله عليه برفض أو إيجاب، وتعد الاتجاهات من أهم المواضيع التي يسلط عليها علم النفس الاجتماعي الضوء، فهو يسعى إلى كشف مدى موافقة الفرد والجماعة لموضوع معين وأيضا معارضته له، وهذا ما نسعى أن نوضحه من خلال هذا الفصل بالتطرق إلى مفهوم الاتجاه وأهم خصائصه وأنواعه ووظائف وأهم مكوناته والعوامل المؤثرة في تكوين الاتجاه والنظريات المفسرة له.

1. مفهوم الاتجاه:

عرفه عبد الرحمان المعاطية بأنها: "تنظيم مكتسب له صفات الاستمرار النسبي للمعتقدات التي يعتقدها الفرد نحو موضوع، أو موقف ويهيؤه للاستجابة باستجابة تكون لها الأفضلية".[1]

كما عرفه عمر ماهر محمود بأنه: "استجابة عامة عقلية ونفسية عند الفرد، نحو مثيرات محددة مرتبطة بموضوع معين في البيئة التي يعيش فيها، تنظيمها وتوجه خبراته السابقة فيها، بما يكفل تقييمها وتعميمها على سلوكياته الكلية، في المواقف والظروف المتشابهة المرتبطة بموضوع الاتجاه، يجعله يتصف بأنه اتجاه إيجابي أو اتجاه سلبي".[2]

ومنه نستخلص أن الاتجاهات هي ردود فعل باتجاه موقف أو شيء معين والتي تتشكل عبر التنشئة الاجتماعية وأيضا خبرات سابقة وتعبر هذه الردود عن الحالة النفسية والعصبية للفرد.

كما يمكن القول أيضا أن الاتجاه هو أسلوب منظم ومنسق في التفكير والشعور ورد الفعل اتجاه الأفراد والموضوعات. وفي مجال اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو التناول الإعلامي لأخبار جائحة كورونا بين الصحافة المكتوبة ومواقع التواصل الاجتماعي فهي تعبر عن ميل الفرد وموقفه.

2. خصائص الاتجاه:

تعتبر الاتجاهات أحد أهم العناصر ضابطة ومنظمة للسلوك الاجتماعي فهي مكتسبة ومتعلمة وتتشكل نتيجة التنشئة الاجتماعية والخبرات وتتميز بمجموعة من خصائص منها:

- ترتبط بمثيرات ومواقف اجتماعية.
- لا تتكون في فراغ ولكنها تتضمن دائما علاقة بين فرد وموضوع من موضوعات البيئة.
- تتحدد حسب المثيرات التي ترتبط بها وكذلك تختلف.
- يغلب عليها الذاتية أكثر من الموضوعية.
- منها ما هو غامض ومنها ما هو واضح.
- منها ما هو قوي يقاوم التعديل ومنها ما هو سهل التعديل.
- الاتجاه قابل للقياس والتقويم بأدوات وأساليب مختلفة.
- الاتجاه قابل للتعلم والاكتساب والإنطفاء.

[1]– المعاطية خليل عبد الرحمان: علم النفس الاجتماعي، دار الفكر، ط1، عمان، سنة 2000، ص 161، 162.

[2]– عمر ماهر محمود: سيكولوجية العلاقات الاجتماعية، دار الكتب المصرية، القاهرة، سنة 2003، ص 168.

- يأثر الاتجاه بخبرة الفرد ويؤثر فيها.

- الاتجاه يقع دائما بين طرفين متقابلين أحدهما موجب والآخر سالب هما التأييد المطلق والمعارضة المطلقة.[1]

3. أنواع الاتجاه:

1.3. الاتجاهات الجماعية والفردية:

الاتجاهات المشتركة بين عدد كبير من الأفراد تسمى الاتجاهات الجماعية والاتجاهات التي تميز فردا على آخر تسمى اتجاهات فردية مثلا إعجاب الناس بالبطولة اتجاه جماعي، وإعجاب الفرد بزميل اتجاه فردي.

2.3. الاتجاه العلني والاتجاه الخفي:

فالاتجاه العلني يظهره الفرد دون حرج أو تحفظ ومثل هذا الاتجاه أحيانا ما يكون متفقا مع معايير الجماعة وقيمها، أما الاتجاه السري أو الخفي فهو الاتجاه الذي يتفق مع المجتمع ومعاييره ولكن يخشى الفرد الإفصاح عن هذا الاتجاه.

3.3. الاتجاه السالب والاتجاه الموجب:

نطلق على الاتجاه لفظ "اتجاه إيجابي" إذا كان ينحو بالفرد تجاه الموضوع ويقربه منه، أما إذا كان يبعد الفرد عن موضوع فإننا نسميه اتجاها سالبا.[2]

4.3. الاتجاه العام والاتجاه الخاص:

أنكر بعض علماء النفس وجود الاتجاهات العامة التي تنص على الكليات وأقروا وجود الاتجاهات النوعية (الخاصة) التي تنص على النواحي الذاتية لكن الأبحاث التجريبية تدل دلالة صريحة على وجود الاتجاهات العامة بجوار الاتجاهات النوعية وهذا ما أكده كانتريل **(Cantril, 1923)** في العديد من تجاربه عن الاتجاهات.[3]

---

[1]- https://www.muhtawa.com تاريخ الزيارة 18 أفريل 2022، على الساعة 23:30.

[2]- الزعبي، أحمد محمد: علم النفس الاجتماعي، ط1، الأردن، زهران للنشر والتوزيع، سنة 2013، ص 194-195.

[3]- طارق، كمال: أساسيات في علم النفس الاجتماعي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، سنة 2005، ص 210.

5.3. الاتجاه القوي والاتجاه الضعيف:

إن القوة والضعف تميز شدة الاتجاه الذي ينعكس على نزوع الفرد ومدى تفاعله مع الآخرين، فرد الفعل الحاد في موقف اجتماعي معين إنما يدل على اتجاه قوي والعكس صحيح بطبيعة الحال.[1]

4. وظائف الاتجاه:

1.4. وظيفة معرفية: للاتجاهات دور مهم في تنظيم معلومات الشخص عن الأشياء التي من حوله بحيث يستطيع اتخاذ موقف الإيجاب أو السلب، فهي تساعد الفرد على اكتساب المعلومات وتنظيمها والبحث عن المعارف.

2.4. وظيفة الدفاع عن الذات: يواجه الفرد صعوبات وعقبات تعترض حياته، الأمر الذي يخلق لديه قلقا وتوترا، فتعمل الاتجاهات على تخفيض هذا التوتر والتأكيد على المصالح والمنافع لدى الفرد وتأييده لكل ما يساعده على المحافظة عليها ومعارضة كل ما يهددها.

3.4. وظيفة التعبير عن القيم: هناك ارتباط بين الاتجاه والقيم حيث إن الفرد يميل إلى الاحتفاظ بالاتجاهات التي تتفق مع قيمه وبالتالي فإن الاتجاهات تعكس القيم التي يرضى بها ويدافع عنها.

4.4. وظيفة التأقلم: تساعد الاتجاهات الفرد على التأقلم والتكيف مع الحياة العملية ومتطلباتها بجميع نواحيها واستيعاب المتغيرات الجديدة والتعامل مع المواقف المتعددة. فإعلان الفرد عن اتجاهاته يظهر مدى تقبله لمعايير الجماعة التي ينتمي إليها.

5.4. وظيفة إشباع الحاجات: للاتجاهات دور مهم في إشباع الكثير من الحاجات النفسية والاجتماعية للفرد مثل إشباع حاجات التقدير الاجتماعية والحاجة إلى الانتماء والحاجة إلى المشاركة الوجدانية مما يحتم على الفرد تقبل قيم الجماعة حتى يتمكن من إشباع رغبته في الانتماء إليها.[2]

5. مكونات الاتجاه:

كان الاعتقاد السائد لفترة طويلة أن الاتجاه ذو طبيعة بسيطة، وأنه ذو بعد واحد، غير أن هذا الاعتقاد تغير الآن بعد الدراسات الكثيرة التي أجريت حول هذا المفهوم حيث تنطوي الاتجاهات على ثلاث عناصر رئيسية هي:

[1]– طارق، كمال: مرجع سابق، ص 210.

[2]– على الساعة 12:00، يوم الإثنين 18-04-2022، https://cle.univ-setif2.dz

1.5. المكون المعرفي:

ويتكون من مجموعة من الأفكار، والمعتقدات، والحقائق الموضوعية والعمليات الإدراكية التي تتعلق بموضوع الاتجاه، التي على أساسها يتحدد موقف الفرد ورأيه نحوه يمكن تقديم مثال عن اتجاهات الشباب نحو الهجرة، فإن المكون المعرفي يتمثل في مدى اعتقادهم بفائدة الهجرة وأثرها في حياتهم.

2.5. المكون العاطفي:

ويشير إلى مشاعر الحب والكراهية التي يوجهها الفرد نحو موضوع الاتجاه، فقد يحب الفرد موضوعا ما فيندفع نحوه، ويستجيب له على نحو إيجابي، وقد يكره موضوعا آخر فيفر منه ويستجيب له على نحو سلبي.

3.5. المكون السلوكي:

ويتجلى في الاستجابة نحو موضوع الاتجاه بطريقة ما، إذ أن الاتجاهات تعمل كموجهات لسلوك الإنسان، فهي تدفعه للعمل على نحو سلبي عندما يهتلك اتجاهات سلبية نحو موضوع الاتجاه.[1]

6. العوامل المؤثرة في الاتجاه:

1.6. عوامل بيئية: البيئة الثقافية التي يتفاعل معها الفرد على مستوى الأسرة، الوسط الإعلامي، العادات والتقاليد السائدة تحدد اتجاهاته.

2.6. عوامل خاصة بالفرد ذاته: تجارب الفرد، خبراته، مستواه الثقافي والتعليمي، مستوى إدراكه، قدرته على التحليل والاستنباط، مدى استقلاليته تحدد الإطار العام الذي تتكون ضمنه اتجاهاته.

3.6. عوامل لها علاقة بالحدث أو الموقف موضوع الاتجاه: الفرد بطبيعته مدفوع لإشباع حاجاته وذلك للتخفيف من حدة التوتر الناتج عن هذه الحاجات. الفرد يتكون لديه اتجاه إيجابي نحو كل المواقف، والأحداث والأشخاص المساهمين إيجابيا في سبيل رغباته، بينما يتخذ موقف مضاد من الأشياء التي أعاقت تحقيق هذا الهدف، هذا الاتجاه السلبي قد يدفع الفرد إلى أنماط سلوكية متعددة قد تأخذ شكلا عدوانيا، إعادة المحاولة، والانسحاب.[2]

[1]– المعاطية خليل عبد الرحمان: علم النفس الاجتماعي، دار الفكر، ط1، عمان، سنة 2000، ص 162 و163.

[2]– على الساعة 10:27، يوم الإثنين 18-04-2022، https://cte.univ-Setif2.dz

4.6. الأسرة: تعد الأسرة من أهم العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات وتشكيلها، وتعزيزها لدى أبنائها، فالأسرة الخلية الأولى في المجتمع التي تتلقى الطفل، وتسهم في بناء مجموعة من الاتجاهات ونموها، وذلك عن طريق التربية والتنشئة الاجتماعية. ويعد الولدان مصدرا مهما من خلال الأسئلة التي يطرحها على أبويه، مما يجعل الاتجاهات في مرحلة الطفولة ذات تأثير بالغ في حياة الأفراد، وذات استمرارية في حياتهم ومعتقداتهم واتجاهاتهم وسلوكهم.[1]

5.6. المدرسة: يلتحق الطفل بالمدرسة ليكمل نموه وتحصيله المعرفي والسلوكي، اللذين يسهمان في تكوين اتجاهات جديدة، من خلال التفاعل الاجتماعي مع أقرانه ومعلميه وإدارة مدرسته، وعبر المعارف التي ينهل منها، فتزيد في تحصيله الفكري والعلمي والمعرفي شيئا فشيئا. إن مهمة المدرسة الأساسية دعم الاتجاهات الإيجابية، ومعالجة ما تعلمه الطالب من اتجاهات غير صحيحة، سواء في جو الأسرة، أو مع زملائه، أو من مجتمع المدرسة، وأيضا مما يكتسبه من المجتمع الخارجي.

6.6. المجتمع: لكل مجتمع ثقافته الخاصة به، وعاداته وقيمه وفلسفته التي تؤدي دورا واضحا في تكوين اتجاهات أفراده، وذلك عبر مؤسساته المختلفة كالمدرسة والنادي والمساجد، والجمعيات الاجتماعية والتنظيمات المتنوعة... إلخ، التي يكتسب من خلالها الأفراد اتجاهاتهم المختلفة عبر عملية التنشئة الاجتماعية، فضلا عن وسائل الإعلام التي لها دورا لا يستهان به في تكوين الاتجاهات عبر ما تنشره وتبثه من معلومات وحقائق في موضوعات الحياة المختلفة.[2]

7. النظريات المفسرة لتكوين الاتجاهات:

لما كانت الاتجاهات تمثل نتاجا مركبا من المفاهيم والمعلومات والمشاعر والأحاسيس، التي تولد لدى الفرد نزعة واستعدادا معينا للاستجابة لموضوع معين، فإن تفسير تكوين الاتجاهات يستند إلى عدد من النظريات، نعرضها فيما يلي:

النظرية السلوكية: تقوم هذه النظرية على افتراض أساسي هو أن الإنسان يتعلم الاتجاهات بنفس الطريقة التي يتعلم بها العادات، فكلما يكتسب الناس المعلومات والحقائق يتعلمون المشاعر والقيم المرتبطة بهذه المعلومات والحقائق، وتتكون الاتجاهات وتتطور من هذا المنظور عن طريق ثلاث عمليات وهي: الترابط والتعزيز والتقليد، فقد ذهب سكينر إلى أن الاتجاهات تتشكل نتيجة لعملية التعلم المعزز خلال تفاعل الفرد

[1]– صديق، حسين: الاتجاهات من منظور علم الاجتماع، مجلة جامعة دمشق، سنة 2012، ص ص: 299–322.

[2]– المرجع نفسه، ص ص: 322–323.

مع الآخرين، في حين فسرها دولاردوميلر بلغة المثير والاستجابة أي أنها "تعميم الاستجابة من موضوع مثير معين إلى موضوع مشابه له" أما ما ورد فيشير إلى أن الاتجاهات ما هي إلا أن الاتجاهات هي إلا روابط بين المثير والاستجابة، تتشكل عن طريق التعلم.[1]

النظرية الوظيفية: إذ تتمحور هذه النظرية حول المكون الإدراكي للاتجاه النفسي وهو ما يعرف بالمجال الذي يقع فيه موضوع الاتجاه فحسب ما يراه أصحابها فإن اتجاهات الفرد تتكون نتيجة لقيمة معينة، بمعنى آخر ما تقدمه هذه الاتجاهات من وظيفة نفسية للفرد في موقف معين وإلا فإنه يغيرها بأخرى أكثر نفعية، ووفق هذه النظرية فإن الفرد يختار الاتجاه أو يغيره أو يعدله نتيجة للوظائف التالية:

- إذا كان الاتجاه بمثابة أداة لتحقيق بعض الأهداف مثل المصالح الاقتصادية، السياسية والاجتماعية.
- إذا كان الاتجاه يخدم عملية التكيف الاجتماعي قام الاتجاه بوظيفة داعية عن الأنا، كما حالات الاتجاهات المستسلمة ضد العنف، أو التمييز العنصري.
- إذا كان الاتجاه يحقق وظيفة معرفية كتسهيل فرصة فهم العالم وحل المشكلات بطرق ناجحة والتعامل مع الأشياء بفعالية.[2]

نظرية التنافر المعرفي لهايدر "Hiedler":

تنطلق هذه النظرية من أن اتجاهات الأفراد النفسية نحو الآخرين أو نحو المفاهيم لها جاذبية أو سلبية لذلك فقد يكون هناك توازن او عدم توازن في نسق الاتجاهات والتوازن يولد ضغطا يدفع نحو تفسير الاتجاهات فالفرد في رأي "هايدر" لديه نزعة قوية لفصل الاتجاهات التي تتشابه والتي تتنافر وعزلها عن بعضها البعض.

نظرية التنافر المعرفي لفيستنجر "Festinger":

وهذه النظرية هي مكملة للنظرية السابقة إذ تفسر الاتجاهات على أساس التنافر الإدراكي التي يتفاوت في درجته وشدته وكما أن هذه الشدة تعتمد على أهمية الإدراكات المتناقضة، فالفرد يميل إلى تتبع الأفكار والآراء التي تدعم اختياره، ويؤدي ويتجنب تلك التي تؤدي إلى التنافر حول قراره الذي اتخذه فاتجاه الفرد وتقاليده، كانت أكثر تأثيرا في الدخول إلى المكون المعرفي للاتجاه لتحل محل معرفة سابقة قد لا تكون لها هذه الصفة. كالفرد الذي يعرف أن التدخين انتحار بطيء ومع هذا يدخن.

[1]– زياد بركات، كفاح حسين: الاتجاه نحو المرض النفسي وعلاجه، مجلة العلوم النفسية العربية، 2006، ص 37.

[2]– المرجع نفسه، ص 38.

يتضح من مراجعة النظريات السابقة المفسرة للاتجاه، أن كل نظرية عبرت عن وجهة نظر روادها وعموما يمكن استخلاص النقاط التالية:[1]

- أن الاتجاهات تماثل في تعلمها واكتسابها أنماط السلوك والعادات الأخرى حيث يكون ذلك عن طريق عمليات التعلم والتقليد التي تتأثر بدرجة كبيرة بأساليب التنشئة الاجتماعية أي التفاعل الاجتماعي داخل المجتمع الواحد وخارجه.
- تؤثر الاتجاهات في عدد كبير من العمليات النفسية كالإدراك والتعلم.
- ترتبط الاتجاهات النفسية في كثير من الأحيان بخدمات الفرد ومصالحه الذاتية.
- تعمل الاتجاهات كميكانيزمات دفاعية في اختيار أنماط التفاعل الاجتماعي، إذ تمثل موانع عند ظهور بعض أنماط السلوك غير المرغوب.[2]

[1]- جابر نصر الدين، لوكيا الهاشمي: مفاهيم أساسية في النفس الاجتماعي، دار الهدى، الجزائر، 2006، ص 111.

[2]- المرجع نفسه، ص 111.

الخلاصة

من خلال ما تطرقنا له يمكننا أن نستخلص أن موضوع الاتجاه من بين المواضيع الجديرة بالدراسة، فهو ضروري لكل المجتمعات، تسيير للإنسان القدرة على أن يتفاعل مع المواقف السيكولوجية باعتباره محركا من محركات التغيير الاجتماعي وتوجيه واستجابة الفرد تجاه الموضوعات، وهذا ما يبرز لنا الأهمية الوظيفية التي يمارسها الاتجاه في المجتمع.

ثانيا- الصحافة المكتوبة

تمهيد:

الصحافة هي المهنة التي تقوم على جمع وتحليل الأخبار المتعلقة بمستجدات الأحداث على الساحة السياسية أو المحلية أو الثقافية أو الرياضية أو الاجتماعية وغيرها. الصحافة المقروءة أو المطبوعة من أحسن وأفضل طرق الإعلام تأثيرا في الرأي العام وذلك لأن الصحيفة يتداولها الناس مهما كانت طبقتهم أو شرائحهم ومعتقداتهم الفكرية والثقافية والاجتماعية، وإن كانت للإذاعة والتلفاز التأثير المباشر والقوي لدى الجمهور إلا أنه يبقى تأثيرا لحظيا أو آنيا.

1- تاريخ الصحافة:

يرجع تاريخها إلى تاريخ البابليين حيث استخدموا كاتبا لتسجيل أهم الأحداث اليومية ليتعرف الناس عليها، أما في روما فقد كانت القوانين وقرارات مجلس الشيوخ والعقود والأحكام القضائية والأحداث ذات الأهمية التي تحدث فوق أراضي الإمبراطورية تسجل لتصل إلى الشعب ليطلع عليها. أصيبت هذه الفعالية بعد سقوط روما، وتوقفت حتى القرن الخامس عشر.[1]

وفي أوائل القرن السادس عشر وبعد اختراع الطباعة من قبل غوتنبرغ في مدينة ماينز بألمانيا ولدت صناعة الأخبار والتي كانت تضم معلومات عن ما يدور في الأوساط الرسمية، وكان هناك مجال حتى بالإعلانات في حوالي عام 1465م، بدأ توزيع أولى الصحف المطبوعة وعندما أصبحت تلك الأخبار تطبع بصفة دورية مكن عندها التحدث عن الصحف بمعناها الحقيقي وكذلك في بدايات القرن السادس عشر، وفي القرنين السابع والثامن عشر أخذت الصحف الدورية بالانتشار في أوروبا وأمريكا وأصبح هناك من يمتهن الصحافة كمهنة يرتزق منها، وقد كانت الثورة الفرنسية حافزا لظهور الصحافة الحديثة كما كانت لندن مهدا لذلك.[2]

2- اهمية الصحافة المكتوبة:

نظرا لما تكتسبه الصحيفة كوسيلة إعلامية هامة ودور كبيرين في التأثير والسيطرة على عقول الشعوب وتوجيهاتهم وآرائهم، ولأنها تشكل عنصرا أساسيا في تشكيل الرأي العام، بالدور الذي تقوم به والمتمثل في توعية الجماهير ونشر الوعي الفكري ونفاذ البصيرة في أوساط الجماهير الارتقاء بمعلوماتهم وسعيها الدائم إلى الارتقاء بالمستوى الفكري لهم، هو أمر لا اختلاف فيه ولا يستطيع أحد انكاره، لذلك يعتبر الحديث عن الصحافة المكتوبة والاهمية التي تحتلها بين وسائل الإعلام الأخرى يظهر جليا من خلال التواصل الدائم واليومي بينها وبين قرائها، حيث يتيح لها هذا الأمر ان تقدم لهم بشكل متواصل مادة تأثيرية، ومن هنا تكمن الاهمية في عمل الصحافة، وهذا ما يكسبها اهميتها في عملية بناء المجتمعات والصحافة كوسيلة اتصال لعدة اغراض منها:

- الاطلاع على ما فيها من أخبار بدافع الرغبة في الوقوف على محيطها الاجتماعي، الثقافي، الاقتصادي والسياسي رغم كل المخاوف التي تحيط على الساحة الإعلامية بها.

[1]- علي كنعان: مدخل إلى الصحافة والإعلام، عمان، دار الأهرام للنشر والتوزيع، 2014، ص 21.

[2]- المرجع نفسه، ص 21.

- معرفة القضايا التي يتحدث عنها الرأي العام أول بأول، أو حتى لمجرد التسلية والاستماع لما فيها من طرائف وتسلية ونوادر أدبية.[1]

كما أن الصحافة رسالة مشرفة في المجتمع، ما يتطلبه أن يكون الالتزام الاجتماعي والأخلاقي ركن أساسي من الأركان التي تقوم عليها، فالصحافة هي حجر زاوية في أي رأي عام ينتظر منه أن يكون فاعلا وتستطيع عبر تبنيها سياسة ثقافة وحضارية أن تكون قادرة على خلق اتجاهات في المجتمع بشأن قضايا متعددة ومهمة ذات جدل واسع، وهي خلال سنوات مضت تبذل جهدها لتكون حاضرة في ذهن القارئ في كل مكان لتمنحه ثقة ومصداقية من منطلق الحق في الإعلام.[2]

فبالرغم من المكانة التي تحتلها الصحافة المكتوبة إلا أن التطورات التكنولوجية التي طرأت على وسائل الاتصال خلقت منافسة قوية خاصة بعد ظهور وسائل إعلامية جديدة أكثر تطورا في التقنيات والاستخدام، غير أن هذا لا يمكن أن يؤدي إلى فقدان الجريدة الورقية بريقها ومكانتها لدى القارئ.

3- خصائص الصحافة المكتوبة:

إن الصحيفة كوسيلة إعلامية حديثة تهتم بكل مجالات الحياة وتنقل الأخبار إلى الجماهير من مختلف أنحاء العالم وهي تتميز بعدة خصائص نذكر منها:

- إن الصحافة وسيلة حديثة لإشباع حاجات قديمة تتمثل في نشر الأنباء وإعلام الرأي العام بالأحداث يوما بعد يوم[3]، حيث أنها تلبي حب الاستطلاع لدى المتلقي، كما أنها تقلل من غموض البيئة حوله من خلال قيامها بوظيفتها الأولى والتقليلية المتمثلة في الإخبار أو الإعلام.
- توفر الصحافة للقارئ اختيار المطبوعة التي تتفق مع حاجاته وإمكاناته، حيث أن الحرية في قراءة ما يناسبه من المواد الإعلامية المعروضة على الصحيفة، كما أنه يمكنه التعرض لها في الوقت الذي يختاره وفي الاماكن التي تناسبه، كما أنه بإمكانه الرجوع إلى قراءتها متى أراد ذلك.[4]
- تجمع الصحافة المكتوبة بين مختلف الأنواع الصحفية من أخبار، مقالات، تحقيقات وحتى كاريكاتير فهي تتميز بالتنوع في مادتها الصحفية، كما أنها بهذا الشكل تخاطب جميع المستويات من قرائها، في نفس

[1]- نزهة حنون: الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة (ميثاق السلم والمصالحة الوطنية نموذجا، دراسة لجريدتي النصر والخبر)، مذكرة ماجستير، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2008، ص 60.

[2]- المرجع نفسه، ص 61.

[3]- عماد حسن مكاوي، عاطف عدلي: العبد نظريات الإعلام، 2006، ص 153، (نسخة إلكترونية).

[4]- محمود فريد عزت: مدخل إلى الصحافة، 1993، ص 244، (نسخة إلكترونية).

الوقت فالصحافة تساعد على محو الأمية الثقافية لدى أنصاف المتعلمين بما تنشره من أفكار ومعلومات ودراسات.

- تحتاج الصحافة من القارئ مشاركة خلاقة وجهد إيجابي[1] وذلك راجع إلى اختلاف العناصر الإعلامية المطبوعة عن العناصر الإعلامية في الوسائل الإعلامية الأخرى كالتلفزيون، الراديو فهي تتيح للقارئ حرية التخيل وتصور المعاني وفهم مختلف الرسائل وقراءة ما بين السطور.
- تعد مصدر للأمان بالنسبة لبعض الهيئات والمنظمات فتلجأ إليها لنشر مبادئها وإطلاع أعضائها على كل جديد، في حين ان استخدام الراديو أو التلفزيون يعرضأعضاء المنظمة أو الهيأة إلى المتابعات[2].

إن الصحافة المكتوبة لما لها من خصائص جعلها تتميز عن باقي الوسائل الإعلامية؛ حيث أنها تمنح للقارئ متعة المشاركة مع مختلف المضامين التي يختارها.

4- وظائف الصحافة المكتوبة:

إن وظائف الصحافة المكتوبة تتمثل في الدور الذي تلعبه وتؤديه هذه الوسيلة في المجتمع، ولقد تعددت الآراء حول وظائف الصحافة المكتوبة كوسيلة إعلامية، فهي تغيرها من وسائل الاتصال الأخرى لها العديد من الوظائف، فقد حدد هارولد لاسويل ثلاث وظائف هي:

- الإشراف أو الرقابة على البيئة.
- العمل على ترابط أجزاء المجتمع في البيئة التي يعيش فيها.
- نقل التراث الاجتماعي والثقافي من جيل إلى جيل آخر.

أما لازار سفيلدومورتون فقد حددا كذلك ثلاث وظائف لوسائل الإعلام تتمثل فيما يلي:

- وظيفة تشاورية: خدمة القضايا العامة والأشخاص والتنظيمات.
- وظيفة تقوية الأعراف الاجتماعية: فضح وكشف الانحرافات عند الأعراف الاجتماعية وذلك بتعرية هذه الانحرافات للرأي العام.
- الوظيفية التحديرية: زيادة مستوى المعلومات تحول معرفة الناس إلى معرفة سلبية.

[1]- البار الطيب: المعالجة الإعلامية لظاهرة التنمير في الصحافة الجزائرية المكتوبة، مذكرة ماجستير، علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة، 2010، ص 93.

[2]- صفوان عصام حسيني: الصحافة المكتوبة وظاهرة العنف في الجزائر خلال سنة 1999، أطروحة دكتوراه، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 2005، ص128.

وقد حدد ويلبرشرام وظائف وسائل الإعلام فيما يلي:

- وظيفة المراقب: إعداد التقارير عند الأخطار أو الفرص التي تواجه المجتمع.
- الوظيفة السياسية: اتخاذ القرارات وإصدار التشريعات.
- دور المعلم: تنشئة أفراد المجتمع الجيد.[1]

فقد اختلفت تصنيفات المختصين في مجال الإعلام حول وظائف الصحافة المكتوبة ولكل منهم تبريراته والأسس العلمية التي على أساسها تم التصنيف، وفيما يلي بعض الوظائف التي يتفق تقريبا الجميع عليها والتي تتمثل فيما يلي:

الوظيفة الإخبارية:

ظهرت الصحافة المكتوبة في غرب أوروبا خلال القرن 16 وبداية القرن 17 كصحافة خيرية، حيث كانت تقتصر على نشر الأخبار فقط، أي أنها كانت تؤدي وظيفة أساسية واحدة هي نشر الأخبار.[2] ولأن الرغبة في معرفة الأخبار والمعلومات نزعة فضولية في البشر وتعد الصحافة المكتوبة أهم منبر لإمداد القراء بالأخبار فإنه يستلزم على الصحيفة التزام الحيادية والموضوعية في نقل الأخبار احتراما لقدسية الخبر أما في حالة التعليق على الأخبار فيمكن للصحيفة القيام بذلك بطرق عديدة تتماشى ورغبات الجمهور أو القراء.

وتشترط الوظيفة الإخبارية توافر ثلاث عناصر وهي:

- **التكامل:** أي تتبع الخبرمن نشأته حتى نهايته والبحث من العناصر المكملة له سواء عن طريق المصادر الأصلية أو أقسام المعلومات.

- **الموضوعية:** لا توجد موضوعية مثالية ولكن هذا لا يمنع التزام الصحفي بها لأنها ركن أساسي في العمل الصحفي.

- **الوضوح:** عرض المواد الإعلامية بلغة واضحة وسهلة خالية من الغموض يفهمها المختصون وعامة الشعب على السواء ولكن ليس إلى درجة التبسيط الذي يؤدي إلى شعور بعض الفئات بالإهمال.[3]

---

[1]- فاروق أبو زيد: مدخل إلى علم الصحافة، عالم الكتاب، ط2، 1998، القاهرة، ص 56.

[2]- المرجع نفسه، ص 56.

[3]- محمود علم الدين: أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين، عالم الكتاب، ط2، القاهرة، 2009، ص 72.

وظيفة الشرح والتفسير والتحليل:

إن تقدم الأخبار والمعلومات إلى الجماهير لا يكفي بالرغم من أهمية المعلومة ورغبة المجتمع في الحصول عليها، إلا أن أحداث كثيرة تحتاج الشرح وتوضيح خلفياتها وعلى هذا الأساس تقوم الصحافة المكتوبة بالتحليل عن طريق الشرح والتفسير، لأن بعض الأخبار قد يلفها بعض الغموض فتقوم الصحافة بالتوضيح والتحليل والتفسير، وتستخدم الصحافة المكتوبة أشكالا عديدة منها:

- التحليلات الإخبارية.
- المقالات الافتتاحية.
- الرسوم الكاريكاتيرية الصارخة.
- الحملات الصحفية.
- المقالات.
- الأعمدة الصحفية.

وهناك أشكال أخرى ظهرت مع التطور التكنولوجي تساعد في جذب القارئ لمتابعة الأخبار والأحداث المتسارعة التي تحدث على المستوى الدولي.

الوظيفة التسويقية أو الإعلان:

لقد بدأ الإعلان في الصحف منذ سنوات نشأتها الأولى، ولكنه لم يتحول إلى وظيفة رئيسية من وظائف الصحافة إلا بعد فترة طويلة، تقريبا منذ منتصف القرن التاسع عشر.[1]

فهذه الوظيفة تحقق الفائدة لكل من المعلن بالترويج للسلعة والخدمات التي يقدمها وكذا زيادة الطلب على السلعة أو الخدمة، أما بالنسبة للمستهلك أو القارئ فالإعلان يساعده على الاختيار وتسهيل حصول القراء على ما يحتاجون إليه وبالنسبة للصحيفة فالإعلان يعتبر الرئة لأن موارد الإعلان يشكل الدخل الوحيد تقريبا للصحيفة حيث أنه يفوق 50 % من دخلها إضافة إلى التوزيع وعمليات تجارية أخرى قد تقوم بها المؤسسة.[2]

[1]– فاروق أبو زيد: مرجع سبق ذكره، ص 62.

[2]– محمد منير حجاب: مدخل إلى علم الصحافة، دار الفجر، القاهرة، 2010، ص 65.

الوظيفة الترفيهية:

تعتبر مطالعة الجريدة عملية استرخاء في حد ذاتها، مهما كان الهدف منها، ولكن غالبا ما يكون الهدف من قراءة الجريدة الهروب خارج نطاق الواقع اليومي أكثر منه بحث عن أحداث العالم.[1]

لقد ارتبط ظهور الصحافة الشعبية ولتطوير محتوى الصحيفة سعى القائمين على الصحافة استحداث مضامين إعلامية تجذب القراء وتزيد من نسبة الاقبال على الصحيفة، وكما للترفيه أثر نفسي في إبعاد الفرد من مشاكله اليومية فإنه في المقابل قد يزيد من سلبية الأفراد.

الوظيفة التثقيفية:

التثقيف هو زيادة المعرفة بغير الأسلوب الأكاديمي المتبع في المدارس، خاصة ما يتصل بنواحي الحياة العام، وتساعد هذه الزيادة على اتساع أفق الفرد وفهمه لما يدور حوله من أحداث[2]، فما تنشره الصحيفة من مواد إعلامية تساهم بشكل أو بآخر في تكوين شخصية الأفراد واكتساب المهارات والقدرات الكاملة وتعريفه بالخصائص الثقافية للمجتمع والتأكيد عليها حتى يتم تحقيق التماسك الاجتماعي وكذا التمسك بالعادات والتقاليد والقيم الاجتماعية.

فالصحافة علم جامع لمختلف العلوم من خلال تناولها لمواضيع في كل المجالات سواء السياسية أو الاجتماعية او الاقتصادية.

[1]– بيير ألبير (ترجمة: فاطمة عبد الله محمود): الصحافة، مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 987، ص 36، (نسخة إلكترونية).

[2]– البار الطيب: مرجع سبق ذكره، ص 102.

الخلاصة

وفي الأخير يمكن القول أن الصحافة المكتوبة تلعب دورا مهما في توجيه المجتمع، فهي تعد الوسيلة الإعلامية الأقدم والأكثر تأثيرا في الرأي العام وهذا راجع إلى تاريخها الطويل في مسيرة تطورها، وهذا مما جعلاها تحافظ على مكانتها رغم التطورات الحاصلة وظهور وسائل إعلامية جديدة.

فمن خلال هذا الفصل تناولنا الصحافة المكتوبة من حيث نشأتها وتطرقنا أيضا إلى الأهمية التي تحظى بها هذه الوسيلة وكذا التعرف على خصائصها والوظائف التي تقوم بها هاته الوسيلة.

ثالثا- مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

لقد أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في منتصف التسعينات نقلة نوعية وثورة تكنولوجية في علوم الإعلام والاتصال مما جعل أفراد المجتمع باختلاف شرائحهم يعيشون في ظل عالم تقني ومجتمع افتراضي سيطر على أكثر اهتماماتهم، حيث سمح لهم التواصل فيما بينهم دون قيود زمنية ولا جغرافية عبر شبكات اجتماعية على الأنترنث وسنحاول في هذا الفصل تسليط الضوء على ماهية مواقع التواصل الاجتماعي، أهميتها، خصائصها، أهم مواقع التواصل الاجتماعي ومجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأيضا سلبيات وإيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي.

1- تعريف ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

1-1- تعريف شبكات التواصل الاجتماعي:

تعدد تعريف مواقع التواصل الاجتماعي من قبل العديد من الباحثين الخاصة بشبكات التواصل التي تعرف بأنها: المجتمع الافتراضي الموجود على شبكة الأنترنت والذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة افتراضية يجمعهم فيها الاهتمام والإنتماء المشترك لفكرة أو رأي أو مكان أو هواية أو فئة معينة في نظام عالمي لنقل المعلومات الإلكترونية بسرعة ودقة متناهية.[1]

كما يمكن تعريفها: "بأنها مواقع مبنية على فكرة الشبكات الاجتماعية التقليدية حيث تتواصل مع أفراد جدد لا تعرفهم عن طريق أفراد تعرفهم "Myspace Facebook".[2]

عرفت على أنها: منظومة من الشبكات الإلكترونية عبر الأنترنت تتيح للمشترك فيه إنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك.[3]

1-2- نشأة شبكات التواصل الاجتماعي:

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أكثر المواقع التي يستخدمها الإنسان في الآونة الأخيرة لما لها من مميزات وانتشار مع الآخرين في نفس الأفكار وتشجيع فكر معين ورأي معين أو تقديم مجال اهتمام واحد ولم تظهر الشبكات الاجتماعية في عصر الأنترنث ولكنها بدأت منذ أزمة بعيدة ذلك لأن الإنسان كائن اجتماعي بطبعه يحتاج إلى العلاقات الاجتماعية مع الآخرين من أجل البقاء وقد ساهمت شبكة الأنترنث إلى دفع العلاقات الاجتماعية من طابع واقعي إلى افتراضي بفضل تقنيات الجيل الثاني لشبكة الأنترنث الذي يعتمد على مساهمة المستخدمين بالمحتويات على مواقع الأنترنث.

ويعتبر موقع "geocities" هو أول شبكة اجتماعية ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية على الأنترنث عام 1994 وبعد عام واحد يليه موقع classmat.comثمthe globe.com بمعنى"زملاء الدراسة"

[1]- حسين محمد نصر: وسائل الإعلام الجديدة، أسس التغطية والكتابة والتصميم والإخراج في الصحافة الإلكترونية، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2011، ص 52.

[2]- ماهر عودة الشمالية وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، عمان، دار الإعصار للنشر، ط1، 2015، ص 200.

[3]- ليلى أحمد جرار: الفيسبوك والشباب العربي، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2012، ص 37.

عام 1995 وموقع six dehress.comعام 1997 الذي ركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء.

وبالرغم من توفير تلك الشبكات لخدمات مشابهة لخدمة الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أنها لم تستطع أن تدرج ربحا لمالكيها وتم إغلاق بعضها. حيث بلغت شعبية شبكات التواصل الاجتماعي دروتها وكان هذا في عام 2002 و2004 من خلال ظهور ثلاثة مواقع myspace ثم criendster وfacebook الذي ظهر عام 2003 وأصبح أكثر شعبية وأهمية[1] ومن الشبكات التي تهتم بالصور مثل موقع "فلوكر" الذي ظهر عام 2004 وموقع يوتوب "youtube" الذي ظهر عام 2005 ويهتم بنشر مقاطع الفيديو.[2]

والواقع أن الشبكات الاجتماعية على الويب هي مواقع أسسها أفراد وتبنتها شبكات كبرى فيما بعد وتهدف هذه الشبكات الاجتماعية إلى جمع الأصدقاء والمعارف والأقارب وزملاء الدراسة والعمل في مكان واحد على الويب وتشارك الآراء والاهتمامات والتعليقات والأخبار وتكوين صداقات جديدة، وبرؤية اجتماعية خالصة فإن الشبكات الاجتماعية هي بديل افتراضي للجماعات الاجتماعية الحقيقية التي تراجعت بسبب تغير أساليب الحياة وسرعة إيقاعها وتباعد المسافات العاطفية والنفسية بين البشر بحكم تطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة.[3]

2- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي:

لشبكات التواصل الاجتماعي دور مهم في التأثير على الأفكار ومعتقدات الشباب وقيمهم الاجتماعية وتأثير التفاعل مع الآخرين من خلال الأنشطة المختلفة في الجماعات التي يمكن تكوينها من شبكات التواصل الاجتماعي في أنها:

- تتيح إمكانية التواصل بسرعة بين الأشخاص خاصة الذين لا تتيح لهم الفرصة للحديث على أرض الواقع لانشغالهم أو ضيق الوقت أو لأسباب حرجة كأزمات الحروب.
- إمكانية المشاركة مع الآخرين في أي مكان عبر العالم لاغية جميع الحدود الجغرافية.

[1]- نهى نبيل محمد الأسدودي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي ومشاركتهم السياسية في ثورة 25 يناير 2011، رسالة ماجستير ، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، 2012، ص 97-100.

[2]- المرجع نفسه، ص 101.

[3]- شرين محمد عدواني: استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية على الأنترنت وعلاقته بالتحول الديمقراطي، جامعة أسيوط، كلية الآداب، رسالة دكتوراه ،2015 ص 118.

- تتيح إمكانية البحث عن العمل لمن يرغب في ذلك ضمن مجال اهتمامه وتخصيصه.
- تتيح للإنسان تطوير نفسه في مجال عمله وفي مجال تخصصه إذ يمكن رأي شخص البحث عن المجموعات الخاصة في مجاله والتي تحتوي على أفراد لديهم الكثير من الخبرة ليستفيدوا منهم.
- تشجيع الأفراد وخاصة الشباب على المشاركة في الأعمال الخيرية والحملات التطوعية.
- تنمي العديد من الأخلاق الحميدة والخصال الجيدة في نفس الفرد حيث أنه بانفتاحه على الآخرين يستفيد من تجاربهم، ويتعلم من أخطائهم.[1]

3- أهم مواقع التواصل الاجتماعي:

1- موقع فيسبوك facebook:

تم تصميم فيسبوك لكي يسمح لمستخدميه بالتفاعل مع أصدقائهم حيث يقوم كل منهم بعمل بروفايل شخصي خاص به يقوم من خلاله بتحميل الصور والرسائل وتكوين مجموعات لها نفس الميول والاهتمامات والرغبات وقد انطلق الفيسبوك كنتاج غير متوقع من موقع facematch الذي ابتكره " markzuckerberg" في 28 أكتوبر 2003 عندما كان طالبا في السنة الثانية بجامعة "هارفارد" الأمريكية وهو موقع يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم يختار رواد الموقع الشخص الأكثر جاذبية ثم أطلق "زوكربيج" "فيسبوك" بعد إضافة الكثير من التعديلات على موقع "فيس ماتش" وسرعان ما انتشر الموقع بين الطلبة في الجامعة، إلى أن تم فتح بابه ليس فقط للطلبة بل لكل من يرغب باستخدامه.[2]

2- موقع يوتوبyoutube:

يعتبر موقع يوتوب من أهم وأشهر موقع لتحميل ومشاركة الفيديوهات على مستوى العالم، تم تأسيسه بواسطة ثلاثة موظفين في شركة paypal الأمريكية وهم تشاد هورلي وستيفن تشن وجواد كريم وتم إطلاق النسخة التجريبية للموقع في مايو عام 2005م ثم أطلقت النسخة الرسمية بعدها بستة أشهر وقامت شركة google بالاستحواذ على الموقع في صفقة ضخمة بلغت 1.65 مليار دولار.[3]

---

[1]- علي خليل شقرة: الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، 2014، ص 58.

[2]- أحمد يوسف فرغلي: دور التقنيات الحديثة في تحول الشباب الجامعي العربي من قراءة الصحافة المطبوعة إلى الإلكترونية، رسالة ماجستير ، الجامعة الهولندية، 2012، ص 100.

[3]- محمد حبشي : 2012، موقع عالم التقنية الإلكترونية www.tech-wd.com تاريخ الزيارة 02 أفريل 2022 على الساعة 19:22.

ويقدم الآن الموقع خدماته لشركة جوجل ويقع مقر الشركة الحالي في مدينة "سان برونو" بولاية كاليفورنيا الأمريكية، موقع اليوتوب جعل نشر الفيديوهات ومشاركتها ليستطيع أن يشاهدها كل مستخدمي الأنترنت حول العالم أمرا في غاية السهولة، وأصبح كل شخص بإمكانه عمل قناة خاصة في أي مجال بدون أي قيود أو رقابة، حيث تجاوز عدد مستخدمي يوتوب مليار مستخدم يوميا أي ثلث عدد مستخدمي الأنترنت في العالم.[1]

3- موقع الإنستغرامinstagram:

يعتبر الإنستغرام شبكة اجتماعية تتيح للأفراد تبادل الصور والفيديوهات القصيرة وقد ظهر في 20 يونيو 2010 على يد مؤسس "kivinsystron" "mikekrieger" خريجا جامعة ستانفورد الأمريكية وفي البداية كان لا يعمل إلا على هواتف أيفون فقط وبدأ 80 شخص استخدامه وبعد 10 أيام على إطلاقه بلغ عدد مستخدميه 10 ألاف مستخدم وفي ديسمبر 2010 أعلن مؤسسا الإنستغرام عن ربطه بالدعم الكامل على شبكة "foursquore" حيث وصل عدد مستخدميه إلى مليون مستخدم، وكان الهدف من ذلك تمكين المستخدمين من وضع صور ذات جودة عالية ومشاركتها على مختلف شبكات التواصل الأخرى، بلغ عدد مستخدمي الإنستغرام مليون وسبعمائة ألف مستخدم يشاركون أكثر من 300 ألف صور يوميا، وحصلت الشركة على تمويل قدره 7 مليون دولار من مجموعة مستثمرين من ضمنهم "jack dorey" مؤسس تويتر وفي يوليو عام 2011 وصل عدد المستخدمين 6 مليون وبلغت قيمة الشركة 500 مليون دولار وفي عام 2012 قامت شركة فيسبوك بالاستحواذ عليها،[2] بصفقة قدرت بمليار دولار نقدا.

4- تطبيق واتس آب whatapp:

لا يخلو هاتف من الهواتف الذكية من تطبيق الواتس آب الذي أحدث انقلابا سريعا في الحياة البشرية خاصة في منطقتنا العربية وهو تطبيق للتراسل الفوري متعدد المنصات يستخدم على منصات أجهزة الأيفونوالأندرويد والويندوز فون، ويتيح لمستخدميه التواصل الفوري بالرسائل والصور والفيديوهات والتسجيلات الصوتية دون حد أقصى ولكن بشرط الاتصال بشبكة الأنترنت تم تأسيس شركة واتس آب في ديسمبر

[1]- أحمد يوسف فرغلي: مرجع سابق، ص 82.

[2]- محمد حبشي: مرجع سبق ذكره.

2009 من قبل بريان أكتون "brianacton" و"jan com" وكلاهما من قدامى المبرمجين في شركة ياهو yahoo، ويوجد مقر الشركة في سانتا كلارا بولاية كاليفورنيا الأمريكية.[1]

ويرجع تسميته بهذا الاسم نسبة إلى العبارة الأمريكية الشهيرة "whatsap" ومعناها "كيف الحال" ويعمل البرنامج فقط على هواتف المحمولة المتصلة بشبكة الأنترنت وقد حقق شهرة كبيرة واجتذب ملايين المستخدمين حول العالم ليتفوق على تويتر ويبلغ عدد الرسائل المتداولة عليه حوالي 18 مليار رسالة يوميا.[2]

4- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

تعتبر شبكات التواصل الأكثر انتشارا على شبكات الأنترنت لما تمتلكه من خصائص تميزها عن المواقع الإلكترونية نذكر ما يلي:

المشاركة: "participation" وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.

الانفتاح: "opennes" معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة والإنشاء والتعديل على الصفحات حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

المحادثة: "conversation" حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعي عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومات المعروضة.

المجتمع: "community" وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية بتشكيل مواقفها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات

[1]- محمد عبد الفتاح كامل: توظيف تقنيات الأجهزة المحولة في تقديم الخدمة المرجعية بالمكتبات ومراكز المعلومات، المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات الجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات، المجلد 2، العدد 1، العصر.

[2]- ناصر محمد الزمل بريان، أكتون وجان وكوم: مؤسسا تطبيق واتس آب، مجلة فكر، مركز العبيكان للأبحاث والنشر، السعودية، العدد 9.

مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية أو للتعلم أو برنامج تلفزيوني مفضل ويصبح العالم قرية صغيرة تحوى مجتمعا إلكترونيا متقاربا.[1]

المحادثة: "connectedness" تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا.[2]

5- إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي:

أصبحت شبكة التواصل الاجتماعي تملك القدرة على التأثير في المجتمعات وأصبح لا يمكن الاستغناء عنها لمدى تأثيرها الإيجابي وكذلك السلبي على المستخدمين باختلاف مستوياتهم وعلى الرغم من حجم الإيجابيات إلا أن هناك سلبيات نذكرها فيما يلي:

1- إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي:

تعد شبكات التواصل الاجتماعي النافذة التي يطل منها الشباب على العالم الخارجي والتي تمكنهم من التواصل فيما بينهم وتحقق أهدافهم لما لها من خصائص عديدة تجعل من شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة اتصالية ذات إيجابية وهناك بعض الفوائد كما ذكرها سليمان بكركران:

- إمكانية التعارف على أشخاص يقدمون المساعدة في الحياة العامة مثال هذا أن يتلقى شخص يبحث عن عمل بوظيفته كلقاء "مبرمج" مثلا بأحد المدراء في شركات البرمجة، وربما تجد شريكا لك في عملك أو أفكارك.

بالإمكان استخدام هذه المواقع وبشكل قانوني كمركز للإعلان التجاري من خلال استخدام خاصية الصفحات page التي تتوفر في معظم الشبكات تتيح فائدة كبيرة للغاية لأنها مجانية.

- اكتساب المعارف الجدد والمتنوعين فكافة الشبكات تتيح،[3] للمستخدم نشر مقالات خاصة به أو من مواقع إلكترونية مختلفة وبصفتك مرتبط بهذا المستخدم تستطيع الإطلاع عليها.

---

[1]- أسامة بن صادق طيب: المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني نحو مجتمع، مركز الدراسات الإستراتيجية، جامعة الملك عبد العزيز، 2012، ص 62.

[2]- المرجع نفسه، ص 62.

[3]- سليمان بكركران: الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية، عمان، دار الراية للنشر والتوزيع، ط 1، 2015، ص 163.

- منبر جديد للتعبير عن الذات، فكثير من الأفراد ينفجرون في الشبكات معلنين عن معرفتهم وانتماءاتهم وآرائهم التي عادة ما نجد الكثير من المعجبين بها وهو يزيد ثقة الفرد بنفسه.

2- سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي:

على الرغم من حجم الإيجابيات لشبكات التواصل الاجتماعي إلا أنه من ناحية أخرى يظهر الجانب السلبي لهذه الشبكات وهو أنها قد عززت بعض السلوكيات السلبية على مستوى الأفراد بشكل مقلق كنشر الإشاعات ومتابعة أخبار الآخرين بشكل مبالغ فيه إلا حد مما دفع البعض مؤخرا للانسحاب من هذا العالم الوهمي وهناك بعض السلبيات نذكرها فيما يلي:

- إمكانية تعرض هذه المواقع لحالات من القرصنة أو الفشل في أنظمة الحماية، وهذا يعني إمكانية وصول بعض الأشخاص لمعلوماتك كاملة بل وسجل مراسلاتك الخاصة.
- الإدمان على المواقع حيث تخلق شبكات التعارف جو من المتعة والإثارة التي تجعل الشخص يرتبط بها لذلك يجب على المستخدم أن يكون حريصا عند استخدام هذه الشبكات،[1] من الوقوع في شرك الإدمان.
- إمكانية الوقوع في عمليات منظمة من النصب والاحتيال حيث تنتشر في بعض الشبكات مجموعات تصنع جوا من الثقة حول أحد الشخصيات الوهمية التي تطلب منك المال على هدف معين قد يكون على سبيل الاستدانة أو ربما سبيل الاستثمار.
- فساد العلاقات الاجتماعية الطبيعية فقد صدرت دراسات تؤكد تسبب مواقع مثل الفيسبوك والماي سبيسmyspace بنسب تفوق الـ 20% من حالات الطلاق ويأتي هذا نتيجة لرؤية الشريك لشريكته أو العكس مهتما بأفراد معينين داخل الشبكة أو نتيجة لإهمال الشريك مفضلا التواصل في الشبكة أو غير ذلك.[2]

6- مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

- تتيح لهم حرية الاختيار لمن يريدون في المشاركة معهم في اهتماماتهم.
- إمكانية تبادل المعلومات في مجالات التعليم والثقافة والرياضة وغيرها، كما تقدم خدمة التواصل بين الأعضاء المنتسبين لها.

[1]- سليمان بكركران: مرجع سابق، ص 163-164.

[2]- المرجع نفسه، ص 164.

- تمكن المستخدم من التحكم بالمحتوى الذي يظهر في صفحته فلا يظهر إلا ما يضيفه الأصدقاء من كتابات وصور ومقاطع ومن خلال هذه الخدمات فإن الزوار لهذه المواقع تربطهم علاقات معينة واهتمامات مشتركة منها ما يتعلق بالتعليم.

- إتاحة المجال للأفراد في الدخول إلى المواقع الاجتماعية والتعريف بأنفسهم ومن تم التواصل مع الآخرين الذين تربطهم بهم اهتمامات مشتركة.[1]

[1]- رحيمة كروش: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي إيزاء فيروس كورونا كوفيد 19 لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر ل.م.د، تخصص صحافة مكتوبة وإلكترونية، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2020-2021، ص 44.

خلاصة

من خلال ما تطرقنا له من خلال هذا الفصل يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت وسيلة ليست للدردشة فقط بل أصبح لها دور هام في إنجاز الأعمال في مختلف المجالات ونقل الأخبار أو التواصل لمختلف الأهداف وكذلك التعليم والتعلم وتبادل الخبرات.

الفصل الثالث

الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد

يعد الجانب التطبيقي من أهم جوانب البحث العلمي خصوصا في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية بحيث يربط الجانب النظري مع الجانب التطبيقي للدراسة، سنحاول من خلال هذا الفصل عرض وتحليل بيانات الاستبيان وأيضا مناقشة هذه النتائج في ضوء الدراسات السابقة وفي ضوء الفرضيات وهذا ما يتم التطرق إليه في هذا الفصل.

أولا- عرض وتحليل البيانات الميدانية

1- خصائص عينة البحث:

الجدول رقم 01: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
أنثى	50	%62
ذكر	30	%37.05
المجموع	80	% 100

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق على ان أفراد العينة كانت أغلبها إناث حسب نسبة 62 % وهي الفئة المتغلبة على الذكور والتي بلغت النسبة 37.05 %.

الجدول رقم 02: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
من [20-25]	45	% 56.25
من [25-30]	25	% 31.25
من 30 فما فوق	10	% 12
المجموع	80	% 100

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن ذوي (20-25) بنسبة 56.25 % هي أعلى نسبة تليها فئة (25-30) بنسبة 31.25%، وهذا ما يفسر وعي ونضج الطلبة الجامعي الذي يتوجه للاستعلام عن الأخبار والمستجدات، وكون هاته الفئتين من الطلبة المتخصصين في الإعلام والاتصال يمكن أنهم يحضرون لمذكرات الماستر والليسانس مما أدى بهم إلى الاطلاع على مختلف وسائل الاتصال سواء مواقع التواصل الاجتماعي أو الصحافة الورقية.

الجدول رقم 03: يمثل وضعية المبحوثين إيزاء الحالة المدنية.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
متزوج	16	% 20
غير متزوج	64	% 80
المجموع	80	% 100

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق على أن فئة غير المتزوجين هي النسبة الأكبر مقارنة بفئة المتزوجين والتي قدرت بـ 20 %، وهذا راجع لعدم وجود مسؤوليات مما أتيحت لهم الفرصة في الاطلاع على هاته الوسائل (مواقع التواصل الاجتماعي والصحف الورقية) بكل أريحية وفي أي وقت كان.

الجدول رقم 04: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
ثانية ليسانس	14	% 17.5
ثالثة ليسانس	23	% 22
ماستر 01	20	% 25
ماستر 02	23	% 28
المجموع	80	% 100

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق على أن فئة الطلبة الذين يزاولون دراستهم في السنة الثانية ماستر هي الفئة الأكبر، وهذا راجع لتواجد الطلبة داخل الحرم الجامعي بصفة دائمة من أجل التحضير لمذكرة التخرج، ونلاحظ أيضا من الجدول أن أقل نسبة وهي التي قدرت بـ 17.5 % وهي فئة الطلبة الذين يزاولون دراستهم في السنة الأولى مساتر وهذا راجع إلى انتهاء الموسم الدراسي لهم حسب نظام الدفعات.

الجدول رقم 05: يمثل توزيع أفراد العينة حسب محل الإقامة.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %	الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
داخل الولاية	46	% 57	داخل الإقامة	20	% 25
خارج الولاية	34	% 42	خارج الإقامة	60	% 75
المجموع	80	% 100	المجموع	80	% 100

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن أغلب الطلبة مقيمين داخل الولاية بنسبة 57 % فحين تمثلت نسبة الطلبة المقيمين خارج الولاية بـ 42 % ويتضح لنا أيضا من الجدول أن أغلب الطلبة مقيمين خارج الإقامة الجامعية بنسبة 75 % فحين تمثلت نسبة الطلبة المقيمين داخل الإقامة بـ 25 %.

2- استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي:

الجدول رقم 06: توزيع إجابات المبحوثين حسب استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
فيسبوك	30	% 37.5
تويتر	03	% 3.75
انستغرام	25	% 31.25
يوتيوب	19	% 23.75
واتس آب	03	% 3.75
أخرى	00	% 0
المجموع	80	% 100

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن أغلب الطلبة يفضلون استخدام موقع الفيسبوك في حصولهم على المعلومات حول جائحة كورونا بنسبة 30 مبحوث من أصل 80 بنسبة 37.5 % يفضلون استخدام الفيسبوك ثم بعدها موقع انستغرام وهم 25 طالب بنسبة 31.50 % يليه يوتيوب 19 مبحوث بنسبة 23.75 % ثم تويتر بـ 03 مبحوثين من أصل 80 مبحوث بنسبة 3.75 % وأخيرا واتساب بنفس النسبة السابقة.

من خلال الجدول نقول أن الفيسبوك هو أعلى مرتبة من حيث الاستخدام لتلقيه اهتماما كبيرا من قبل طلبة العلوم الإنسانية والاجتماعية وهذا لتميزه بالعديد من الخصائص المفيدة كتبادل الرسائل والمعلومات ومشاركة المنشورات مع الأصدقاء وكذلك لمجانية استخدام فيسبوك لايت "**FACEBOOK LITE**".

الجدول رقم 07: توزيع إجابات المبحوثين حسب الحجم الساعي الذي يقضى في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يوميا.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
أقل من ساعة	23	% 28.75
من ساعة إلى 3 ساعات	41	% 51.25
أكثر من 3 ساعات	16	% 20
المجموع	80	% 100

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن الحجم الساعي الذي يقضيه الطلبة في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي يوميا، إذ نلاحظ من خلال الجدول أعلى نسبة تتمثل في "من ساعة إلى 3 ساعات" 41 مبحوثا بنسبة 51.25 %أما ثاني نسبة هي "أقل من ساعة" بـ 23 مبحوث من أصل 80 بنسبة 28.75 % وأخيرا الخيار الثالث 16 مبحوثا من أصل 80 بنسبة 20 %. ويمكننا ربط هذا بمدى اهتمام الطلبة بشبكات التواصل الاجتماعي وهذا لأجل التعرف على آخر الأخبار والمستجدات والتعرض للمحتوى التحسيسي التوعوي ضد فيروس كورونا كوفيد-19.

الجدول رقم 08: يوضح الفترة التي يفضل فيها المبحوثين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
صباحا	02	% 2.5
مساءا	12	% 15
ليلا	33	% 41.25
لا يوجد وقت	33	% 41.25
المجموع	**80**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن 02 مبحوث من أصل 80 بنسبة 2.5 %يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي صباحا في حين 12 مبحوث من أصل 80 بنسبة 15 % كانت إجابتهم مساءا أما 33 مبحوث من أصل 80 بنسبة 41.25 %اختاروا ليلا وأخيرا 33 مبحوث أيضا أجابوا بـ "لا يوجد وقت" أي لا يوجد وقت محدد يسيرون عليه.

ومنه نستخلص أن أغلب المبحوثين يتصفحون شبكات التواصل الاجتماعي ليلا إذ تتناسب مع وقت فراغهم فالليل هو الوقت المناسب لذلك.

الجدول رقم 09: توزيع إجابات المبحوثين حول مدى ثقتهم في محتوى المضامين والمنشورات الصحية لفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
تصدقها وتثق فيها	12	% 15
تتأكد من صحتها	40	% 50
لا تصدقها	28	% 35
المجموع	**80**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن 12 مبحوث من أصل 80 بنسبة 15 % يصدقونها يليها 28 طالبا من أصل 80 بنسبة 35 % لا يصدقونها اما أعلى نسبة هي أنهم يتأكدون من صحتها حيث قدر عدد المبحوثين 40 من أصل 80 بنسبة قدرت بـ 50 %.

وهذا يدل على مدى وعي الطلبة بتداعيات الجائحة إذ يجتهدون في معرفة الأخبار الصحيحة حول فيروس كورونا كوفيد-19.

الجدول رقم 10: يوضح توزيع إجابات المبحوثين حول درجة الثقة بالمعلومات الصحية حول فيروس كورونا والمتحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
كبيرة جدا	04	% 05
كبيرة	09	% 11.25
متوسطة	41	% 51.25
ضعيفة	14	% 17.50
ضعيفة جدا	12	% 15
المجموع	**80**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق على مدى الثقة التي يمنحها الطلبة في المعلومات الصحية التي يتلقونها حول فيروس كورونا من خلال مواقع التواصل الاجتماعي حيث كانت أعلى إجابة "متوسطة" قدر عدد المبحوثين 41 من أصل 80 بنسبة 51.25 % تلتها "ضعيفة" بنسبة 17.50 % ثم ضعيفة جدا بنسبة 15 % فـ "كبيرة" بنسبة 11.25 %وفي الأخير أقل نسبة كانت من نصيب "كبيرة جدا" حيث قدر عدد المبحوثين بـ 04 طلبة من أصل 80 بنسبة 05 %.

من خلال هذا نستنتج أن درجة الثقة التي يمنحها الطلبة للمعلومات الصحية حول فيروس كورونا هي متوسطة بسبب كثرة الأخبار والمضامين الخاصة بالجائحة مما يقلل من مصداقيتها وهذا راجع للترويج للأخبار المغلوطة وحصد اللايكات والمشاهدات.

الجدول رقم 11: توزيع إجابات المبحوثين حول طبيعة المعلومات الصحية حول فيروس كورونا.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
كافية	36	% 45
غير كافية	44	% 55
المجموع	**80**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي تقدم المعلومات الكافية حول أخبار فيروس كورونا حيث أن 36 مبحوثا بنسبة 45 % أجابوا بأنها "كافية" في حين 44 مبحوثا بنسبة 55 % "غير كافية" ويتضح من ذلك أن المضامين والمنشورات الصحية لفيروس كورونا على شبكات التواصل فهي "غير كافية" بالنسبة للطلبة.

الجدول رقم 12: توزيع إجابات المبحوثين حول مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة معارفهم للوقاية من فيروس كورونا.

الاحتمال		التكرار	النسبة المئوية %
نعم		20	% 25
إذا كانت إجابتك "بنعم"	– الإجراءات اللازمة للوقاية من المرض.	22	% 27.50
	– الاحتياطات الواجب اتباعها لحماية الذات والآخرين من مخاطر الفيروس	24	% 30
لا		13	% 16.25
إلى حد ما		47	% 59
المجموع		**80**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن أفراد العينة أجابوا بالإجابة "نعم" وتمثل عددهم بـ 20 مبحوث بنسبة 25 % أما الخيارات فكانت أعلى نسبة "الاحتياطات الواجب اتباعها لحماية الذات والآخرين من مخاطر فيروس كورونا بنسبة 30 % وتلتها "الإجراءات اللازمة للوقاية من المرض" بنسبة 27.50 %أما أفراد العينة التي كانت إجابتهم بـ "لا" فقدرت بـ 16.25 % وأخيرا "إلى حد ما" هي أعلى نسبة تتمثل في 59 % وهذا إن دل على شيء فإنما يدل أن المعلومات الصحية الوقائية ضد فيروس كورونا يستفيد منها المبحوثين إلى حد ما أي ليس بالشكل الكافي وهذا بسبب عدم اهتمامهم بالمضامين الصحية.

الجدول رقم 13: يوضح إذا ما ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تسهيل الوصول لمعرفة أخبار فيروس كورونا بالنسبة للمبحوثين.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	40	% 50
لا	06	% 7.50
أحيانا	34	% 42.50
المجموع	**80**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن عدد الطلبة الذين تسهل لهم شبكات التواصل الوصول إلى ما يريدون أن يعرفوه من أخبار حول فيروس كورونا كان 40 أما النسبة 50 % أما الذين أجابوا بـ "أحيانا" فكان 34 بنسبة 42.50 % وهي أعلى نسبة اما أقل نسبة كانت للذين يعتقدون أن شبكات التواصل الاجتماعي لا تسهل عليهم الوصول إلى ما يريدون معرفته من أخبار الجائحة وكان 06 طلبة بنسبة 7.5% وهذا راجع لاستخدامهم لبدائل أخرى غير شبكات التواصل الاجتماعي مثل: الصحف والبرامج التلفزيونية ونشرات الأخبار.

الجدول رقم 14: يوضح تقييم المبحوثين للمنشورات الصحية الخاصة بفيروس كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
مفيدة	12	% 15
عادية	48	% 60
غير مفيدة	20	% 25
المجموع	**80**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن نسبة تقييم المنشورات الصحية والوقائية لفيروس كورونا لدى المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي "عادية" حيث قدر بـ 48 كأعلى نسبة 60 % تلتها 25 % وكانت إجابتهم بـ "مفيدة جدا" أما في المرتبة الأخيرة كانت "مفيدة" بنسبة 15 %.

وهنا نستطيع أن نقول أن المنشورات الصحية الوقائية لفيروس كورونا على شبكات التواصل الاجتماعي عادية بالنسبة لأفراد عينة البحث.

الجدول رقم 15: توزيع إجابات المبحوثين حول التحري عن صدق المضامين الوقائية لفيروس كورونا قبل أن ينشروها مع أصدقائهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	42	% 52.5
لا	38	% 47.5
المجموع	**80**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق حول معرفة ما إذا كان المبحوثين يتحرون عن صدق المضامين الوقائية حول فيروس كورونا قبل نشرها ومشاركتها مع الأصدقاء عبر شبكات التواصل الاجتماعي ويتضح أن 52.50 %كانت إجاباتهم بـ "نعم" بينما البقية كانت بنسبة 47.50 % أي بـ "لا".

الجدول رقم 16: توزيع إجابات المبحوثين حول اهتمامهم بإنشاء مجموعة خاصة على منصات التواصل الاجتماعي تقوم بنشر النصائح الوقائية ضد فيروس كورونا.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	11	% 13.75
فيما تتمثل هذه المجموعات	00	% 00
لا	69	% 86.25
المجموع	**80**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن أفراد العينة الذين لم ينشئوا مجموعة خاصة على منصات التواصل الاجتماعي كان 69 مبحوثا بنسبة 86.25 %وهي أعلى نسبة أما التي كانت إجابتهم بـ "نعم" قدر بـ 11 مبحوثا أي 13.75 % وهذا راجع لغياب الاهتمام لدى طلبة العلوم الإنسانية والاجتماعية بالمجموعات الخاصة والنشر فيها ومشاركة الأخبار عبر منصات التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 17: توزيع إجابات المبحوثين حول متابعة مستجدات الجائحة.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
مواقع التواصل الاجتماعي	65	% 81.25
الصحف الورقية	09	% 11.25
مقالات	04	% 05
الدوريات	02	% 2.50
المجموع	**80**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن مواقع التواصل الاجتماعي قد احتلت المرتبة الأولى بنسبة 81.25% من مصادر المعلومات التي استخدمها الطلاب الجامعيين في متابعة مستجدات الجائحة تليها الصحف الورقية بنسبة 11.25 % ثم المقالات بنسبة 05 % في حين سجلنا أدنى نسبة والمقدرة بـ 2.50% في الدوريات.

وعليه يمكن القول أن هذا عائد إلى ميولات الطلاب الجامعيين للتكنولوجيا ووسائل الاتصال الحديثة التي أغنتهم عن وسائل الإعلام التقليدية.

الجدول رقم 18: توزيع إجابات المبحوثين حول الإجراءات الوقائية ضد فيروس كورونا إذا تزايد بعد الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	50	% 62.50
لا	30	% 37.50
المجموع	**80**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن نسبة الطلبة الذين أجابوا بـ "نعم" قد قدرت بـ 62.50 % كأكبر نسبة ثم تليها نسبة 37.50 % والتي تمثل إجابات الطلبة بـ "لا"

هذا ما يؤكد بأن مواقع التواصل الاجتماعي قد ساهمت في التزام الطلبة الجامعيين بالإجراءات الوقائية ضد فيروس كورونا.

الجدول رقم 19: توزيع إجابات المبحوثين حول طبيعة اهداف المدونين من خلال منشوراتهم على مواقع التواصل الاجتماعي حول جائحة كورونا.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
تنوير الرأي العام	22	**%** 24.17
إيصال الحقيقة	28	**%** 31
مجرد تدوين	07	**%** 08

زيادة المتابعة	34	**%** 37.36
المجموع	**91**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن السعي لزيادة المتابعة حققت أعلى نسبة قدرت بـ 37.36 % ثم تليها إيصال الحقيقة بنسبة 31 % ثم تنوير الرأي العام بنسبة 24.17 % وفي الأخير مجرد تدوين بـ 08 %.

وذلك يعود إلى طبيعة نظام مواقع التواصل الاجتماعي والتي يعتمد نظامها على عدد متابعات حيث كلما كانت المتابعة كبيرة كان مدى وتفاعل أكبر.

3-اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الصحف الورقية.

الجدول رقم 20: توزيع إجابات المبحوثين حسب مقروئيتهم للصحف الورقية.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	65	% 81.25
لا	14	% 18
المجموع	**80**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن نسبة الطلبة القراء للجريدة الورقية قد بلغ 81.25 %وهذا بعد الإجابة بـ "نعم" بينما الإجابة بـ "لا" قد قدرت نسبتها بـ 18 % وهي أدنى نسبة لقراء الجريدة.

الجدول رقم 21: توزيع المبحوثين حسب فترة قراءتهم للصحف الورقية.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
قبل الالتحاق بالجامعة	31	% 49
بعد الالتحاق بالجامعة	22	% 35
بعد ان ظهرت جائحة كورونا	10	% 16
المجموع	**63**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن نسبة الطلبة القراء في فترة الزمنية قبل الالتحاق بالجامعة قد بلغت 49% وهي تعتبر أكبر نسبة ثم تليها الفترة الزمنية بعد الالتحاق بالجامعة بـ 35 % وفي الأخير الفترة الزمنية بعد أن ظهرت جائحة كورونا شكلت أدنى نسبة بـ 16 %.

على إثر ذلك نستطيع أن نقول أن الطلاب الجامعيين بدؤوا قراءة الجريدة الورقية في فترة قبل الالتحاق بالجامعة.

الجدول رقم 22: توزيع المبحوثين حسب المكان الذي يفضلون فيه قراءة الجريدة.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
المنزل	49	% 73
المقهى	06	% 09
العمل	04	% 06
أماكن أخرى	08	% 12
المجموع	**67**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن نسبة الطلبة الجامعيين الذين يقرؤون في المنزل قدرت بـ 73 % وهي أكبر نسبة تليها القراءة في الأماكن الأخرى بـ 12 % ثم في المقهى بـ 9 % وفي الأخير القراءة في العمل بـ 6 %.

لهذا يمكن ان نعتبر أن الطلبة يجدون راحتهم في قراءة بالمنزل وهذا بعد انهاء كافة أشغالهم يكونون متفرغين مستعدين لتركيز والقراءة.

الجدول رقم 23: توزيع إجابات المبحوثين حول المدة الزمنية التي يقضونها في قراءة الجريدة.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
أقل من ساعة	60	% 92
من ساعة إلى ساعتين	05	% 08
أكثر من ساعتين	00	% 00
المجموع	**65**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن مدة القراءة أقل من ساعة سجلت بـ 92 % وهي النسبة الأكبر ثم من ساعة إلى ساعتين بنسبة 8 % وفي الأخير أكثر من ساعتين لم تكن هنالك أية إجابة.

بهذا يمكن أن نعتبر أن هذا راجع إلى ضيق وقت الطالب الجامعي حيث لا يمكنه قراءة الصحف الورقية من ساعة أو أكثر من ساعة.

الجدول رقم 24: توزيع المبحوثين حول قراءتهم للجريدة الورقية والإلكترونية.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
نسخة مطبوعة	35	% 57
نسخة إلكترونية	26	% 43
المجموع	**61**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن نسبة قراءة نسخة مطبوعة قدر بـ 57 %وهي أعلى نسبة لتليها نسخة إلكترونية بنسبة 43 %.

يمكن ان يرجع هذا إلى تعود الطلبة الجامعيون على الطريقة القديمة للصحف في القراءة.

الجدول رقم 25: يمثل عادة قراءة الجريدة.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
عكسيا	05	% 07
راكبا	02	% 03
تقرأ أهم الأخبار	31	% 46
جالسا	13	% 19
حرفيا	04	% 06
يلفت انتباهك أهم الأخبار	13	% 19
المجموع	**66**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

من خلال قراءتنا للجدول رقم 25 تبين لنا أن العادة الغالبة بين الطلبة هي قراءة اهم الأخبار بنسبة 46 % ثم تليها كل من العادتين جالسا ولفت انتباهك لأهم الأخبار بـ 13 %ثم عكسيا بـ 5 % حرفيا بـ 4 % وأخيرا راكبا بنسبة 2 %.

يمكن ان يكون هنا أيضا راجع لضيق وقت الطالب وهذا كما جاء في الجدول رقم 25 حيث كانت مدة زمنية لقراءة الجريدة أقل من ساعة وهذا ما جعلهم يطلعون إلا على أهم الأخبار.

الجدول رقم 26: الجريدة الورقية والأساليب التي استعملتها في التحسيس من جائحة كورونا.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
مقبولة	30	% 32.60
غير مقبولة	02	% 2.17
مناسبة	28	% 30.43
غير مناسبة	01	% 1.08
كافية	07	% 7.60
غير كافية	05	% 5.43
ملائمة	07	% 7.60
غير ملائمة	04	% 4.34
فعالة	04	% 4.34
غير فعالة	04	% 4.34
المجموع	**92**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن أكبر نسبة قدرت بـ 30 % من آراء طلبة الذين صرحوا بمقبولة تليها 28 % صرحت بمناسبة ثم كافية وملائمة بنسبة 07 % وفي الأخير غير ملائمة وغير فعالة بنسبة 04 %.

إذن حسب آراء الطلبة نستطيع أن نعتبر أن الأساليب التي استعملتها الجريدة الورقية في التحسيس لجائحة كورونا كانت مقبولة وموفقة.

الجدول رقم 27: توزيع إجابات الجريدة الورقية حول مدى غموض ووضوح رسائل المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
مفهومة (واضحة)	35	% 54
غير مفهومة (غامضة)	04	% 06
تحتمل القراءتين	26	% 40
المجموع	**65**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن نسبة وضوح الرسائل الإعلامية لفيروس كورونا قدرت بـ 54 % ثم تليها تحتمل القراءتين بنسبة 40 % وفي الأخير غامضة بنسبة 06 %. وهنا يدل على استيعاب الطلاب الجامعيين لرسائل الإعلامية ووضوحها.

4- إشباعات الطلبة الجامعيين في الحصول على المعلومات والحقائق المتعلقة بهذه الجائحة.

أولا- معالجة الصحف الورقية لجائحة كورونا.

الجدول رقم 28: توزيع مصادر المعلومات التي تقدمها الصحف الورقية في الحصول على المعلومات حول الجائحة.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
من صحفي متخصص في الشأن الصحي	18	% 22.5
من جهات مختصة في الصحة	38	% 47.5
جمعيات ذات طابع عام أو خاص	03	% 3.75
الحملات التضامنية	21	% 26.25
المجموع	**80**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن مصادر المعلومات المعتمدة للحصول على المعلومات حول جائحة كورونا من طرف الصحف الورقية أن أعلى نسبة معتمدة كانت الجهات المختصة في الصحة بنسبة 47.5

% تليها الحملات التضامنية بنسبة 26.25 %بعدها من صحفي متخصص في الشأن الصحي بنسبة 22.5%في حين سجلنا أدنى نسبة في الجمعيات ذات طابع عام وخاص بنسبة 3.75 %.

وعليه يمكن القول أن الطلبة الجامعيين يعتمدون على مصادر موثوقة ومختصة في الشأن الصحي في الاطلاع على الوضعية الوبائية.

الجدول رقم 29: يمثل الأنواع الصحفية التي تعتمد عليها الصحيفة الورقية في تناولها للمعلومات حول جائحة كورونا.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
الروبورتاج	33	% 41.25
المقال	10	% 12.5
التحقيق	07	% 8.75
الخبر	26	% 32.5
الكاريكاتور	04	% 05
المجموع	**80**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن الأنواع التي تعتمدها الجريدة الورقية في تناول المعلومات حول جائحة كورونا نلاحظ أن الطلبة يعتمدون على الربورتاج بنسبة 41.25 % في الحصول على المعلومات يليه الخبر بنسبة 32.5 %بعده المقال بنسبة 8.75 % في حين سجلنا أدنى نسبة والمقدرة بـ 5 % في الكاريكاتور.

ومنه نستنتج أن الطلبة يعتمدون على الربورتاج كنوع صحفي في الحصول على المعلومات حول جائحة كورونا كونه يحتوي على الصوت والصورة مما يزيد من تأثيره على باقي الأنواع الصحفية الأخرى.

الجدول رقم 30: يمثل الفئة التي تستهدفها الصحافة الورقية بمضامينها.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
فئة المراهقين	15	% 17.64
فئة الطلبة	12	% 14.11
فئة الشباب	17	% 20
فئة المواطنين العاديين	47	% 49

المجموع	80	% 100

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن الفئة العمرية المستهدفة لمضامين الصحف الورقية هي فئة المواطنين العاديين بنسبة 49 % تليها فئة الشباب بنسبة 20 % ثم فئة المراهقين بنسبة 17.64 %وبعدها فئة الطلبة كأدنى نسبة بـ 14.11 %.

ومنه نستنتج أن الفئة العمرية المستهدفة كانت فئة المواطنين العاديين وهذا راجع إلى أن الصحف الورقية يقرأها كل المستويات.

الجدول رقم 31: يمثل درجة قياس الوعي لدى الطلبة جراء الاطلاع على مضامين الصحف الورقية.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
زاد الوعي	54	% 67.5
قل الوعي	04	% 05
كما هو	22	% 27.5
المجموع	**80**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن درجة قياس الوعي لدى الطلبة جراء الاطلاع على مضامين الصحف الورقية نلاحظ أن احتمال "زاد الوعي" سجل أعلى نسبة بـ 67.5 %بعدها احتمال "كما هو" بنسبة 27.5 %في حين سجلنا أدنى نسبة والمقدرة بـ 5 % في احتمال "قل الوعي".

وعليه نستنتج أن الصحف الورقية لعبت دورا في زيادة الوعي لدى الطلبة من خلال المضامين التي كانت تتناولها خلال الجائحة.

الجدول رقم 32: يمثل مصادر المعلومات التي تعتمدها معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لجائحة كورونا.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
الصفحات الرسمية	49	% 61.25
مجموعات ذات طابع صحي	10	% 12.5
الصفحات الخاصة بالإرشادات الطبية	21	% 26.25
أخرى	00	% 00
المجموع	**80**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن مصادر المعلومات التي يعتمدها رواد مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات نجد أن الأغلبية يعتمدون على الصفحات الرسمية بنسبة 61.25 % تليها الصفحات الخاصة بالإرشادات الصحية بعدها المجموعات ذات طابع صحي بنسبة 12.5 %.

وعليه يمكن القول أن أغلبية الطلبة يعتمدون على مصادر موثوقة في متابعة التطورات والمستجدات المتعلقة بهاته الجائحة ومواكبتها وتجنب استسقاء المعلومات والأخبار من مصادر مجهولة، لا أساس لها من الصحة.

الجدول رقم 33: يمثل الوسائل التي تعتمدها مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات الجائحة.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
الوسائط السمعية البصرية (الفيديوهات / لايف)	50	% 62.5
منشورات المدونين على منصات التواصل الاجتماعي	20	% 25
الصفحات الخاصة بالإرشادات الطبية	10	% 12.5
أخرى	00	% 00
المجموع	**80**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن الوسائط التي تعتمدها مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول الجائحة نجد ان الوسائط السمعية البصرية حازت على أعلى نسبة والمقدرة بـ 62.5% تليها منشورات المدونين على منصات التواصل الاجتماعي بنسبة 25 % بعدها وكأدنى نسبة مقارنة بسابقاتها نجد الصفحات الخاصة بالإرشادات الصحية بنسبة 12.5 %.

وفي الأخير يمكن القول أن الطلبة يعتمدون على الوسائط السمعية البصرية من أجل متابعة مستجدات هاته الجائحة كون هذه الوسائط تسمح لهم بمواكبتها في أي وقت ومكان.

الجدول رقم 34: يمثل الفئة العمرية المستهدفة من المنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
فئة المراهقين	14	% 17.5
فئة الطلبة	07	% 8.75
فئة الشباب	34	% 42.5
فئة المواطنين العاديين	25	% 31.25
المجموع	**80**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن الفئة العمرية المستهدفة من المنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي فئة الشباب والمقدرة بنسبة 42.5 %بعدها فئة المواطنين العاديين بنسبة 31.25 % تليها فئة المراهقين بنسبة 17.5 %بعدها فئة الطلبة بنسبة 8.75 %.

وعليه فإن الفئة المستهدفة من المنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي فئة الشباب كون أن المجتمع مجتمع فتي ومواكب للتطور التكنولوجي الحاصل وأغلبهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي وبالتالي فإنها الفئة المستهدفة.

الجدول رقم 35: يمثل درجة قياس الوعي لدى الطلبة جراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
زاد الوعي	52	% 65
قل الوعي	10	% 12.5
كما هو	18	% 22.5
المجموع	**80**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن درجة قياس الوعي لدى الطلبة جراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي نلاحظ أن احتمال "زاد الوعي" سجل أعلى نسبة والمقدرة بـ 65 % يليه احتمال "كما هو" بنسبة 22.5 % في حين سجلنا أدنى نسبة والمقدرة بـ 12.5 % في احتمال قل الوعي.

ومنه نستنتج أن الطلبة الجامعيين زاد وعيهم وهذا نتيجة لتعرضهم واستخدامهم الدائم لمواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 36: يمثل القنوات التي كانت لها الأثر الأكبر في الحصول على المعلومات.

الاحتمال	التكرار	النسبة المئوية %
الصحف الورقية	15	% 18.75
مواقع التواصل الاجتماعي	65	% 81.25
المجموع	**80**	**% 100**

المصدر: من إعداد الطلبة

تدل بيانات الجدول السابق أن القنوات التي لها الأثر الأكبر في الحصول على المعلومات. والوسيلة الغالبة هي مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 81.25 %في حين سجلت الصحف الورقية نسبة 18.75 %.

وعليه يمكن القول أن أغلبية الطلبة الجامعيين يميلون إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي دون الصحف الورقية.

ثانيا- استخلاص نتائج الدراسة:

1- النتائج الجزئية للدراسة:

من خلال عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية التي قمنا بها حول "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو التناول الإعلامي لأخبار جائحة كورونا" بإمكاننا استخلاص النتائج التالية:

نتائج المحور الأول:البيانات الشخصية

- أشارت نتائج الدراسة أن 62% من المبحوثين أغلبهم إناث.
- توصلت نتائج الدراسة أن 52.25% من المبحوثين تراوحت أعمارهم (من 20 – 25 سنة).
- أظهرت نتائج الدراسة أن 80% من المبحوثين متزوجين.
- بينت نتائج الدراسة أن 28% من المبحوثين هم طلبة السنة الثانية ماستر.
- كشفت نتائج الدراسة أن 57% من المبحوثين أغلبهم مقيمين داخل الولاية.

نتائج المحور الثاني: استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا

- أشارت نتائج الدراسة أن 37% من المبحوثين يفضلون استخدام الفيسبوك.
- توصلت نتائج الدراسة أن 51.25% من المبحوثين يقضون أوقاتهم في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من ساعة إلى 3 ساعات يوميا.
- كشفت نتائج الدراسة أن 41.25%من المبحوثين أغلبهم يفضلون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ليلا ونفس النسبة من المبحوثين لم يحددوا الوقت.
- أظهرت نتائج الدراسة أن 48.75%من المبحوثين يقومون بالتأكد من صدق المضامين والمنشورات الصحية لفيروس كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي قبل تصديقها.
- بينت نتائج الدراسة أن 51.25% من المبحوثين يثقون بالمنشورات الصحية المتحصل عليها من المواقع كافية.
- أشارت نتائج الدراسة أن 59% من المبحوثين يعتقدون أن تصفح شبكات التواصل الاجتماعي ساهم إلى حد ما في زيادة معلوماتهم حول الوقاية من الفيروس.
- توصلت نتائج الدراسة أن 50% من المبحوثين يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي تسهل لهم الوصول إلى ما يريدون معرفته من أخبار عن الفيروس.

- كشفت نتائج الدراسة أن 60% من المبحوثين يعتقدون أن المنشورات الصحية الوقائية لفيروس كورونا مفيدة.
- أظهرت نتائج الدراسة أن 52.5%من المبحوثين يقومون بالتحري عن صدق المضامين الوقائية حول فيروس كورونا قبل نشرها ومشاركتها مع أصدقائهم عبر مواقع التواصل.
- بينت نتائج الدراسة أن 86.25%من المبحوثين أغلبهم لم يقوموا بإنشاء مجموعة خاصة على شبكات التواصل الاجتماعي تتبنى نشر النصائح الوقائية ضد فيروس كورونا.
- أشارت نتائج الجدول أن 81.25% من المبحوثين أغلبهم كانت مصادر معلوماتهم هي مواقع التواصل الاجتماعي قصد متابعة مستجدات الجائحة.
- توصلت نتائج الدراسة أن 62.5% من المبحوثين تزايد التزامهم بالإجراءات الوقائية ضد فيروس كورونا منذ استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- أظهرت نتائج الدراسة أن 37% من المبحوثين يسعون من خلال تصفحهم مواقع التواصل الاجتماعي إلى زيادة المتابعة حول جائحة كورونا.
- بينت نتائج الدراسة أن 26.93% من المبحوثين اكتسبوا عادة ارتداء الكمامة في الأماكن العامة للوقاية ضد فيروس كورونا من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

نتائج المحور الثالث: اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الصحف الورقية

- أشارت الدراسة أن 81.25% من المبحوثين أغلبهم هم من قراء الجريدة الورقية.
- توصلت الدراسة أن 49% من المبحوثين يقومون بقراءة الجريدة الورقية قبل التحاقهم بالجامعة.
- أظهرت نتائج الدراسة أن 73% من المبحوثين أغلبهم يقرؤون الجريدة الورقية في المنزل.
- بينت الدراسة أن 92% من المبحوثين أغلبهم كانت مدة قراءتهم للجريدة الورقية أقل من ساعة.
- كشفت نتائج الدراسة أن 57% من المبحوثين يفضلون قراءة النسخة الإلكترونية.
- أشارت نتائج الدراسة أن 46% من المبحوثين من عاداتهم قراءة أهم الأخبار في الجريدة الورقية.
- توصلت نتائج الدراسة أن 32.6% من قراء الجريدة الورقية يرون أن الأساليب المستعملة في التحسيس لجائحة كورونا كانت مناسبة.
- أظهرت نتائج الجدول أن 54% من قراء الجريدة الورقية يرون أن رسائل المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا كانت مفهومة.

نتائج المحور الرابع: اشباعات الطلبة الجامعيين في الحصول على المعلومات والحقائق المتعلقة بهذه الجائحة من خلال الصحف الورقية.

أولا- معالجة الصحف الورقية لجائحة كورونا:

- أشارت نتائج الدراسة أن 47.5% من المبحوثين صرحوا بأن الصحف الورقية اعتمدت في تناولها الإعلامي على مصادر من جهات مختصة في الصفحة حول جائحة كورونا.
- توصلت نتائج الدراسة أن 41.25% من المبحوثين صرحوا بأن الصحف الورقية اعتمدت في تناولها الإعلامي على الروبورتاج كنوع صحفي حول فيروس كورونا.
- أظهرت نتائج الدراسة أن الفئة العمرية المستهدفة لمضامين الصحف الورقية هي فئة المواطنين العاديين بنسبة 49% وهذا ما صرح به المبحوثين.
- بينت نتائج الدراسة أن 67.5% من قراء الجريدة الورقية زاد وعيهم بإطلاعهم على الصحف الورقية.

ثانيا- معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لجائحة كورونا:

- كشفت نتائج الدراسة أن 62.25% من المبحوثين صرحوا بأن مواقع التواصل الاجتماعي كانت مصادرهم التي يعتمدونها في الحصول على المعلومات حول جائحة كورونا كانت الصفحات الخاصة بالإرشادات الطبية.
- أشارت نتائج الدراسة أن 62.5% من المبحوثين يعتمدون على الوسائط السمعية البصرية في التناول الإعلامي للحصول على المعلومات حول جائحة كورونا.
- توصلتالنتائج أن 65% من رواد مواقع التواصل الاجتماعي يعتقدون أن الوعي زاد من خلال تصفحهملمواقع التواصل الاجتماعي.
- بينت نتائج الدراسة أن 81.25% من رواد المواقع يرون أن التناول الإعلامي لشبكات التواصل الاجتماعي كان له الأثر الأكبر في حصولهم على المعلومات حول جائحة كورونا.

تحليل ومناقشة نتائج الدراسة على ضوء فرضيات الدراسة:

بعد استخلاص النتائج التي تم جمعها بواسطة الاستمارة بغرض اختبار فرضيات الدراسة التي تهدف إلى وصف اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو التناول الإعلامي لأخبار جائحة كورونا لطلبة قسم الإعلام

والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى – جيجل– قطب تاسوست، حيث توصلنا إلى النتائج بعد استعراضنا وتحليلنا للجداول.

نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات المطروحة:

الفرضية الأولى:

تنص الفرضية الأولى على (يعتمد طلبة الإعلام والاتصال بجامعة جيجل على مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من بقية المصادر من أجل متابعة مستجدات الجائحة) تحققت.

وذلك من خلال الجدول رقم (17) و(36) بنسبة 81.25% والجدول رقم (32) بنسبة 61.25%.

الفرضية الثانية:

تنص الفرضية الثانية على (يُقبل طلبة الإعلام والاتصال بجامعة جيجل على مضامين الصحف الورقية من أجل الحصول على حقائق ومعلومات موثوقة حول هاته الجائحة) تحققت وذلك من خلال الجدول رقم (28) بنسبة 54%.

الفرضية الثالثة:

تنص الفرضية الثالثة على (تحقق الصحافة الورقية ومواقع التواصل الاجتماعي إشباعات تصب في إطار التوعية الصحية والتثقيفية لدى الطلبة الجامعيين حول جائحة كورونا) تحققت وذلك من خلال الجدول رقم (31) بنسبة 67.5%.

النتائج في ضوء الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

ساعدتنا هذه الدراسة "اتجاهات طلبة الجامعة نحو دور الصحافة المكتوبة في التوعية بمستجدات أزمة جائحة كورونا في الجزائر" في الطرق المنهجية من حيث الهدف حيث تشابهت مع دراستنا في متغير الصحافة المكتوبة وأزمة جائحة كورونا مما ساعدنا في الجانب المفاهيمي ونظري، كما وقتنا في اختيار الأداة التي تجمع بها المعلومات والبيانات حول موضوع دراستنا والمتمثلة في الاستبيان ألا أن اختلفت يكمل في المنهج المستخدم حيث استخدم الباحثين على منهج التحليلي الإحصائي. كما تشاركت دراستنا مع هذه

دراسة في كون أن الصحافة المكتوبة كان لها دور في زيادة وعي وهذا بعد اطلاع طلبة على صحف بنسبة 67.5 وهذا أيضا ما توصلت إليه دراسة الباحثة بنسبة 96 %.

الدراسة الثانية:

من خلال تناولنا لدراسة "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية حول مرض الإيبولا (الصفحات الفيسبوكية نموذجا) ساعدتنا في تعرف على أهمية شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في الجانب الصحي تشابه هذه الدراسة مع دراستنا من حيث المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي التحليلي وكذلك الأداة المعتمد عليها في جمع البيانات وهي الاستبيان أيضا تشاركت مع دراستنا في متغير شبكات التواصل الاجتماعي ساعدنا في ضبط إطار المفاهيمي والنظري، وأيضا تشابهها في كون وسائل التواصل الاجتماعي حققت إشباع من الناحية الصحية وكان لها الأثر إلى إيجابي وهذا ما توصلنا إليه من خلال دراستنا حيث صرح رواد مواقع تواصل الاجتماعي أن مواقع كان لها الأثر الأكبر في الحصول على المعلومات بنسبة 84.25%.

الدراسة الثالثة:

من خلال تناولنا لدراسة "مدي اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام في تحقيق المعرفة الصحية" ساعدتنا في الإطار النظري من أجل جمع المعلومات حول الجانب الصحي وأيضا التعرف على أهم وسائل البحث التي يجب علينا استخدامها في دراستنا، إلا أن هذه الدراسة اختلفت مع دراستنا في المنهج المستخدم حيث استخدمت الباحثة المنهج المسحي بينما نحن اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي، ولكن قد اشتركنا في الاعتماد على الاستبيان كأداة مناسبة لمعالجة إشكالية البحث لجمع المعلومات والبيانات، كما أن النتيجة التي توصلت إليها الباحثة في دراستها قد تشابهت مع دراستنا في كون أن الأنترنث هي الوسيلة الإعلامية الأكثر استخداما للحصول على المعلومات الصحية.

2- النتائج العامة:

بعد استخلاص النتائج الفرعية والإجابة على الثلاث تساؤلات الفرعية المطروحة في بداية الدراسة.

يمكن الانتقال إلى الإجابة على التساؤل الرئيسي والذي مفاده: "ما هي اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو التناول الإعلامي لأخبار جائحة كورونا؟"

حيث يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي شكلت اتجاه إيجابي للطلبة الجامعيين نحو التناول الإعلامي لمتابعة أخبار جائحة كورونا بنسبة 81.25%.

في حين أن الصحافة الورقية شكلت اتجاه سلبي بنسبة 18.77% كمصدر للمعلومات حول جائحة كورونا، وذلك راجع لكون مواقع التواصل الاجتماعي اعتمدت على وسائط سمعية بصرية والتي ساهمت في زيادة الوعي والتحسيس حول خطورة الوضع وأيضا الآنية في نقل الأخبار والمعلومات مقارنة بالصحف الورقية التي تعتمد على وسائط تقليدية مما يعرقلها في نقل المعلومات حول الجائحة كما أن مواقع التواصل الاجتماعي تتميز بالتفاعل ومشاركة الأخبار والتي تساهم بشكل كبير في تبادل المعلومات والإحاطة بالوضع الوبائي في حين نلاحظ غياب هاته الخاصية في الصحف الورقية.

- اعتمدت مواقع التواصل الاجتماعي في تناولها الإعلامي على:
- الصفحات الخاصة بالإرشادات الطبية كمصدر للمعلومات حول جائحة كورونا بنسبة 62.23%.
- يعتمد 62.5%من المبحوثين على الوسائط السمعية البصرية في التناول الإعلامي.
- 65%من رواد مواقع التواصل الاجتماعي قد زاد عندهم الوعي بعد تفحصهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- تعتبر فئة الشباب هي الفئة الرائدة في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 34%.
- 81.25% من رواد المواقع يعتقدون أن مواقع التواصل كان لها الأثر الأكبر في حصولهم على معلومات حول الجائحة.
- الصحف الورقية قد اعتمدت في تناولها الإعلامي للجائحة على:

✓ جهات مختصة في الصحة كمصدر لنشر معلومات حول جائحة بنسبة 47.5%.

✓ اعتمدت في تناولها الإعلامي على الروبورتاج كنوع صحفي بنسبة 49%.

✓ فئة المواطنين العاديين هي الفئة المستهدفة لمضامين الصحف بنسبة 49%.

- ✓ زاد وعي الطلبة الجامعيين بعد اطلاعهم على الصحف الورقية وذلك بنسبة 67.5%.

كل هذا ساهم في تحديد طبيعة اتجاه الطلبة الجامعيين نحو التناول الإعلامي لأخبار جائحة كورونا من خلال مواقع التواصل الاجتماعي والصحافة الورقية.

الخلاصة

تم في هذا الفصل عرض بيانات البحث الميداني ثم تحليلها وتفسيرها، بعد تفسير لمختلف نتائج الجدول توصلنا إلى النتائج العامة لدراستنا، ثم ناقشنا نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات ثم في ضوء الدراسات السابقة، حيث توصلنا رغم تفاوت في النتائج إلى أن وسائل الإعلام (لصحف الورقية، مواقع التواصل الاجتماعي) لعبت دورا هاما في نشر ونقل الأخبار إبان فترة جائحة كورونا.

ثالثا– التوصيات والاقتراحات الخاصة بالدراسة:

– وجوب تشجيع الطلبة الجامعيين على المتابعة المستمرة للمواقع الخاصة بالصحة على شبكات التواصل الاجتماعي وكذا الصحف الورقية.

– توصي الدراسة القائمين على الصحف الورقية بضرورة مواكبة التطورات وكل ما هو جديد لجذب عدد كبير من القراء.

– ضرورة توفير شبكات الأنترنث في مختلف المؤسسات الجامعية حتى يتسنا للطالب الجامعي الفرصة للاطلاع على أخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

– أن تقوم الصحف الورقية ومواقع تواصل الاجتماعي بإجراء استطلاعات الرأي التي يتم من خلالها التعرف على حاجات ورغبات رواد والقراء.

– على الصحف الورقية وكذا مواقع التواصل الاجتماعي بدقته وموضوعيته في نشر الأخبار لضمان التوعية الجيدة حول فيروس كورونا.

– يجب الاستغلال الصحيح لمواقع التواصل والصحف الورقية من أجل الالتزام الجيد بالتعليمات الصحية خاصة المتعلقة بفيروس كورونا.

– ضرورة توعبة المدونين عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالتأكد من المعلومات الصحية حول فيروس كورونا قبل إعادة إرسالها حتى لا تكون مجالا لنشر الإشاعات.

– ضرورة تحيين المعلومات على المواقع أول بأول.

– استخدام الوصلات الفائقة hyperlinks لربطها بمواقع مختصة في الصحة ومتابعة تطورات الجائحة.

– الاعتماد على إعلاميين متخصصين في الصحة.

الخاتمة

خاتمة

لقد حاولنا من خلال دراستنا الإجابة على بعض التساؤلات، المتعلقة باتجاهات الطلبة الجامعيين في التناول الإعلامي خلال فترة جائحة كورونا، إذ أن الاتجاهات تمثل أحد السبل الهامة في كشف طبيعة اتجاهات الطلبة الجامعيين في إقبالهم على وسائل الإعلام بين الصحف المكتوبة (الورقية) ومواقع التواصل الاجتماعي أثناء فترة الجائحة حيث تفاوتته الآراء والاتجاهات.

على الرغم من أن الصحف المكتوبة وسيلة إعلامية قديمة إلا أن الطلبة الجامعيين أقروا بنسبة 67.5% لم تتأخر في المساهمة بالتوعية وهذا بعدما زاد وعيهم بعد إطلاعهم على الصحف الورقية، إلا أن معظم الطلبة الجامعيين 84.25% صرحوا بأن مواقع التواصل الاجتماعي كان لها الأثر الأكبر في حصولهم على المعلومات وقد يرجع هذا بسبب التطور التكنولوجي الذي أحدث نقلة نوعية في الإعلام مما أدى بالطلاب إلى مواكبة العصر والإقبال نحو مواقع التواصل الاجتماعي خصوصا وأن الفئة رائدة في مواقع تواصل الاجتماعي في فئة الشباب 34% ومن المعروف بأنها الفئة التي يمكن التحكم بها لسهولة تأثيرها بالمتغيرات وإقبالها إلى كل ما هو جديد.

تعتبر هذه الدراسة بمثابة منطلق لدراسات جديدة أكثر شمولية وتوسع، حتى تتمكن من قياس اتجاهات الطلبة حول التناول الإعلامي للصحافة الورقية ومواقع التواصل حول القضايا التي تهم الشباب بشكل عام.

قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولا- الكتب

1. أحمد محمود الزغبي: علم النفس الاجتماعي، للنشر والتوزيع، الأردن، 2003.
2. أسامة بن صادق طيب: المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني نحو مجتمع، مركز الدراسات الإستراتيجية، جامعة الملك عبد العزيز، 2012.
3. جابر نصر الدين، لوكيا الهاشمي، مفاهيم أساسية في النفس الاجتماعي، دار الهدى، الجزائر، 2006.
4. حسين محمد الجبوري: منهجية البحث العلمي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
5. حسين محمد نصر، وسائل الإعلام الجديدة، أسس التغطية والكتابة والتصميم والإخراج في الصحافة الإلكترونية، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2011.
6. خليل عبد الرحمان المعاطية: علم النفس الاجتماعي، دار الفكر، عمان، 2003.
7. ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم: أساليب الأسس النظرية والتطبيق العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2009.
8. سليمان بكركران، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية، عمان، دار الراية للنشر والتوزيع، ط 1، 2015.
9. سيد محمود الطواب: البحث العلمي (أساسياته وأساليبه)، مركز الإسكندرية للكتاب، 2015.
10. طارق كمال: أساسيات في علم النفس الاجتماعي، د ط، مؤسسة شباب الإسكندرية، 2005.
11. عبد الرزاق الدليمي: وسائل الإعلام والطفل، دار المسيرة للنشر للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
12. عامر إبراهيم قنديلجي: منهجية البحث العلمي، دار اليازوي للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
13. عمار بوحوش، محمد الذنيبات: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط 5، 2009.
14. علي خليل شقرة: الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
15. علي كنعان: مدخل إلى الصحافة والإعلام، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
16. عمر ماهر محمود: سيكولوجية العلاقات الاجتماعية، دار الكتب المصرية، القاهرة، 2003.

17. غازي عناية: منهجية إعداد البحث العلمي، بكالوريوس ... ماجستير ودكتوراه، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2008.

18. فاروق أبو زيد: مدخل إلى علم الصحافة، عالم الكتاب، القاهرة، 1998.

19. كيلي أحمد جرار: الفيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2012.

20. ماهر عودة الشمالية وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار للنشر، 2015.

21. محمد منير حجاب: مدخل إلى علم الصحافة، دار الفجر، القاهرة، 2010.

22. محمود علم الدين: أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين، عالم الكتاب، القاهرة، 2000.

ثانيا– الكتب الإلكترونية:

1. بيير ألبير: (ترجمة فاطمة عبد الله محمود)، الصحافة، مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1987.

2. عماد حسن مكاوي، عاطف عدلي العبد: نظريات الإعلام، 2006.

3. محمود فريد عزت: مدخل إلى الصحافة، 1993.

ثالثا– المقالات والدوريات العلمية:

1. أبو بكر كوالد، خير الدين بوزرب: فعالية استخدام تطبيقات الذكاء الإصطناعي الحديثة في مواجهة فيروس كورونا، مجلة بحوث الإدارة والاقتصاد، المجلد 2، العدد 2، 2020.

2. رياض حمدوش، أحمد دعاس: وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تعبئة الرأي العام العالمي في الحد من إنتشار فيروس كورونا (كوفيد 19)، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 3، العدد 1، 2020.

3. زياد بركات، كفاح حسين: الاتجاه نحو المرض النفسي وعلاجه، مجلة العلوم، دار الهدى، الجزائر، 2006.

4. صديق حسين: الاتجاهات من منظور علم الاجتماع، مجلة جامعة دمشق، 2012.

5. محمد عبد الفتاح كامل: توظيف تقنيات الأجهزة المحمولة في تقديم الخدمة المرجعية بالمكتبات ومراكز المعلومات، المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات، الجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات، المجلد 2، العدد 1، د س.

6. ناصر محمد الزمل بريان، أكتون وجان كوم: مؤسسات تطبيق واتس آب، مجلة فكر، مركز العبيكان للأبحاث والنشر، السعودية، العدد 9، د س.

رابعا- الرسائل والأطروحات الجامعية:

1. رحمة كروش: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي إيزاء فيروس كوفيد 19 لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية، قسم الإعلام والإتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل، 2020-2021.

2. شرين محمد كدواني: استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية على الأنترنث وعلاقته بالتحول الديمقراطي، أطروحة دكتوراه، جامعة أسيوط، كلية الآداب، 2015.

3. صفوان عصام حسيني، الصحافة المكتوبة وظاهرة العنف في الجزائر خلال سنة 1999، أطروحة دكتوراه، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 2005.

4. لبنى قاسمي، كامليا سلطاني: دور شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية حول مرض الإيبولا، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2014-2015. الرابط http://bip.univ-oeb.dz

5. نزهة حنون: الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة (ميثاق السلم والمصالحة الوطنية نموذجا، دراسة لجريدتي النصر والخبر) مذكرة ماجستير، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2008.

6. نور الدين أم الرتم، سعد شابنية: اتجاهات طلبة الجامعة نحور دور الصحافة المكتوبة في التوعية بمستجدات أزمة جائحة كورونا في الجزائر، رسالة دكتوراه، جامعة قسنطينة، 2021.

الرابط: issn :2507-7414...eissn :2602-6368ktps://www.asjp.carist.dz

en/presentationkevue/309

7. نهى نبيل محمد الأسدودي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي ومشاركتهم السياسية في ثورة 25 يناير 2011، رسالة ماجستير، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، 2012.

8. وفاء سعود العوام: مدى اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام في تحقيق المعرفة الصحية، رسالة مقدمة لنيب شهادة الماجستير، قسم الإعلام، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2009.

الرابط: https://metbpedia.comle02/03/2022.11:10

خامسا- المواقع الإلكترونية

1. **https://www.muhtawa.com**
2. **https://cte.univ-setif2.dz**
3. www.tech-wd.com موقع عالم التقنية الإلكترونية

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الصديق بن يحي

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة بحث:

اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو التناول الإعلامي لأخبار جائحة كورونا

دراسة مقارنة بين الصحافة الورقية ومواقع التواصل الاجتماعي

نحن طلبة السنة الثانية ماستر إعلام واتصال تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية، يشرفنا أن نلتمس من سيادتكم المحترمة الإجابة عن أسئلة هذه الاستمارة وذلك بوضع العلامة (x) في المكان المناسب علما أن المعلومات التي نتلقاها منكم سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

إعداد الطلبة:

- مريم خنوف
- هناء مقيدش
- فوزية مخبي

إشراف الأستاذ

عبد الحكيم الحامدي

السنة الجامعية 2021-2022

المحور الأول: خصائص عينة البحث

1- الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2- السن: (22-25) ☐ (26-29) ☐ 30 فما فوق ☐

3- الحالة المدنية: متزوج ☐ غير متزوج ☐

4- المستوى الجامعي: ثانية ليسانس ☐ ثالثة ليسانس ☐

ماستر 1 ☐ ماستر 2 ☐

5- السكن: داخل الولاية ☐ خارج الولاية ☐

داخل الإقامة ☐ خارج الإقامة ☐

المحور الثاني: استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا.

1- ما هي شبكات التواصل الاجتماعي التي تفضل استخدامها؟

فيسبوك ☐ تويتر ☐ انستغرام ☐ يوتيوب ☐ واتس آب ☐

أخرى تذكر: .....

2- ما هو الحجم الساعي الذي تقضيه في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يوميا؟

أقل من ساعة ☐ من ساعة إلى 3 ساعات ☐ أكثر من 3 ساعات ☐

3- ما هي الفترة التي تفضل فيها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

صباحا ☐ مساءا ☐ ليلا ☐ لا يوجد وقت محدد ☐

4- كيف تتعامل مع مضامين المنشورات الصحية لفيروس كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي؟

تصدقها وتثق فيها ☐ تتأكد من صحتها ☐ لا تصدقها أبدا ☐

5- ما هي درجة ثقتك بالمعلومات الصحية حول فيروس كورونا التي تتحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي؟

كبيرة جدا ☐ كبيرة ☐ متوسطة ☐ ضعيفة ☐ ضعيفة جدا ☐

6- هل تعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي تقدم معلومات صحية كافية حول الوقاية من فيروس كورونا؟

كافية ☐ غير كافية ☐

7- هل ساهم تصفحك لشبكات التواصل الاجتماعي في زيادة معارفك الوقائية من فيروس كورونا؟

نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما ☐

إذا كانت إجابتك بـ "نعم" فيما تتمثل هذه المعارف؟

الإجراءات اللازمة للوقاية من المرض ☐

الاحتياطات الواجب إتباعها لحماية الذات والآخرين من مخاطر فيروس كورونا ☐

8- هل تسهل عليك شبكات التواصل الاجتماعي الوصول إلى ما تريد أن تعرفه من أخبار عن فيروس كورونا؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

9- ما هو تقييمك للمنشورات الصحية والوقائية لفيروس كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي؟

مفيدة ☐ عادية ☐ غير مفيدة ☐

10- هل تتحرى صدق المضامين الوقائية حول فيروس كورونا قبل نشرها أو مشاركتها مع أصدقائك في مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم ☐ لا ☐

11- هل أنشأت مجموعة خاصة على شبكات التواصل الاجتماعي تتبنى نشر النصائح الوقائية ضد فيروس كورونا؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت بـ "نعم" فيما تتمثل هذه المجموعات:

.....

.....

12- من مصادر معلوماتك لمتابعة مستجدات الجائحة الرجاء ترتيب المصادر التالية:

مواقع التواصل الاجتماعي ☐

الصحف الورقية ☐

مقالات ☐

الدوريات ☐

13- هل التزامك بالإجراءات الوقائية ضد فيروس كورونا قد تزايد منذ استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم ☐ لا ☐

14- برأيك هل يسعى المدونون من خلال منشوراتهم على مواقع التواصل الاجتماعي حول جائحة كورونا إلى؟

تنوير الرأي العام ☐ إيصال الحقيقة ☐

لمجرد التدوين ☐ زيادة المتابعة ☐

15- ما هي العادات الوقائية ضد فيروس كورونا التي اكتسبتها من مواقع التواصل الاجتماعي؟ (يمكن الإجابة على أكثر من خيار)

التوجه إلى المركز الصحي في حالة الشعور ببعض أعراض الفيروس ☐

حظر التجمعات الكبيرة ☐

تنظيف وتعقيم الأسطح التي تلمس بكثرة ☐

ارتداء الكمامة في الأماكن العامة ☐

غسل اليدين بالماء والصابون عدة مرات في اليوم ☐

تجنب الاتصال القريب مع أي شخص ☐

المحور الثالث: اتجاهات الطالب الجامعي نحو الصحف الورقية

1- هل أنت من قراء الجريدة الورقية؟

نعم ☐ لا ☐

2- ما هي الفترة الزمنية التي بدأت فيها بقراءة الجريدة الورقية؟

قبل التحاقك بالجامعة ☐ بعد التحاقك بالجامعة ☐

بعد أن ظهرت جائحة كورونا ☐

3- ما هو المكان الذي تقرأ فيه الجريدة الورقية؟

المنزل ☐ المقهى ☐ العمل ☐ أماكن أخرى ☐

4- ما هي مدة قراءة الجريدة الورقية؟

أقل من ساعة ☐ من ساعة إلى ساعتين ☐ أكثر من ساعة ☐

5- ما هو الشكل الذي تقرأ به الجريدة؟

نسخة مطبوعة ☐ نسخة إلكترونية ☐

6- عاداتك في قراءة الجريدة؟

تقرأها عكسيا ☐ تقرأها جالسا ☐

تقرأها راكبا ☐ تقرأها حرفيا ☐

تقرأ أهم الأخبار ☐ يلفت انتباهك أهم الأخبار ☐

7- ما هو رأيك في الأساليب التي استعملتها الجريدة الورقية في التحسيس لجائحة كورونا؟

مقبولة ☐ غير مقبولة ☐ مناسبة ☐ غير مناسبة ☐

كافية ☐ غير كافية ☐ ملائمة ☐ غير ملائمة ☐

فعالة ☐ غير فعالة ☐

8- هل تعتقد أن رسائل المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا عبر الصحف الورقية؟

مفهومة (واضحة) ☐ غير مفهومة (غامضة) ☐

تحتمل القراءتين ☐

المحور الرابع: إشباعات الطلبة الجامعيون في الحصول على المعلومات والحقائق المتعلقة بهذه الجائحة من خلال الصحف الورقية.

أولا- معالجة الصحف الورقية لجائحة كورونا:

1- ما هي مصادر المعلومات التي تعتمدها في الحصول على المعلومات حول جائحة كورونا ؟

من صحفي متخصص في الشأن الصحي ☐

من جهات مختصة في الصحة ☐

جمعيات ذات طابع عام أو خاص ☐

الحملات التضامنية ☐

2- أنت كطالب جامعي أي نوع صحفي تفضل قراءته للحصول على المعلومات حول فيروس كورونا ؟

الروبورتاج ☐ الخبر ☐

المقال ☐ الكاريكاتير ☐

التحقيق ☐

3- من خلال المنشورات التي تقوم الصحف الورقية بنشرها، برأيك ما هي الفئة المستهدفة لهاته المضامين؟

فئة المراهقين ☐

فئة الطلبة ☐

فئة الشباب ☐

المواطنين العاديين ☐

4- بعد الطلاع على الصحف الورقية هل:

زاد الوعي ☐

قل الوعي ☐

كما هو ☐

ثانيا- معالجة مواقع التواصل الاجتماعي لجائحة كورونا:

1- ما هي مصادر المعلومات التي تعتمدها في الحصول على المعلومات حول جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

الصفحات الرسمية ☐

مجموعات ذات طابع صحي ☐

الصفحات الخاصة بالإرشادات الطبية ☐

إذا كانت هناك مصادر أخرى أذكرها:.....

2- ما هي الوسائط التي تعتمدها في الحصول على المعلومات حول جائحة كورونا؟

الوسائط السمعية البصرية (الفيديوهات/لايف) ☐

منشورات المدونين على منصات التواصل الاجتماعي ☐

الحملات التوعوية ☐

3- من خلال تصفحك على مواقع التواصل الاجتماعي ما هي الفئة العمرية المستهدفة ؟

فئة المراهقين ☐

فئة الطلبة ☐

فئة الشباب ☐

فئة المواطنين العاديين ☐

4- بعد تصفحك على منصات التواصل الاجتماعي هل:

زاد الوعي ☐

قل الوعي ☐

كما هو ☐

5- من بين هذه القنوات أي من هما كان له الأثر الأكبر في حصولك على المعلومات حول جائحة كورونا؟

الصحف الورقية ☐

مواقع التواصل الاجتماعي ☐

6- إذا لم تحقق لك هذه القنوات أي إشباع حول جائحة كورونا فما هي الوسائل التي حققت لك الإشباع؟

.....

.....

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى- جيجل-
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة المكلفة بالدراسات
والمسائل المرتبطة بالطلبة
مصلحة الإحصائيات والإعلام والتوجيه
الرقم:196 /ك.ع.إ.إ/م.إ.إ.ت/2021

2021-12-06

تعداد الطلبة المسجلين بكلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية السنة الجامعية 2022/2021

قسم الإعلام والاتصال:

القسم		التخصص	المستوى	ذكور	إناث	المجموع
قسم الإعلام والاتصال	الليسانس	علوم الإعلام والاتصال	الثانية	60	241	301
		إعلام	الثالثة	51	233	284
	الماستر	الصحافة المطبوعة والإلكترونية	الأولى	27	99	126
			الثانية	20	80	100
		السمعي البصري	الأولى	19	116	135
			الثانية	15	98	113
المجموع				192	867	1059