

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / غانم السعيد - عميد كلية الإعلام ، جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د / فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة - عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د / محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان، ومدير وحدة الجودة بالكلية

سكرتارية التحرير:

د / إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ / رامى جمال مهدي - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق لغوي: أ / جمال أبو جبل - معيد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: أ / محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد الخامس والخمسون - الجزء السادس - صفر ١٤٤٢هـ - أكتوبر ٢٠٢٠ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢-٢٩٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧-١١١٠

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ محمد فياض (العراق)  
أستاذ الإعلام بكلية الإمارات للتكنولوجيا.
١١. أ.د./ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

## محتويات العدد

- ٣٢٥٣ ■ اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول أزمة كورونا  
أ.م.د. فودة محمد علي
- ٣٣١٥ ■ المعالجة النظرية والمنهجية لبحوث التسويق السياسي: دراسة تحليلية من المستوى الثاني للبحوث المنشورة في الفترة من ٢٠٠٦ إلى ٢٠١٨  
أ.م.د. لبيبة عبد النبي إبراهيم عبد المعطي
- ٣٣٩١ ■ السياسة الخارجية كما تعرض لها الحسابات الرسمية السعودية عبر موقع التواصل الاجتماعي «تويتر»: دراسة تحليلية  
أ.م.د. عبدالله بن عبدالمحسن بن سعود العساف
- ٣٤٣٣ ■ آليات الخطاب الإعلامي للصحف الإلكترونية المصرية في معالجة أزمة تيران وصنافير بين مصر والسعودية: دراسة كيفية نقدية  
د. حسين خليفة
- ٣٤٧٩ ■ انعكاس البيئة التعليمية لدارسي الإعلام على تعرضهم للإعلام الجديد واتجاهاتهم نحو المضامين السياسية بها  
د. هاجر محمود محمد
- ٣٥٤٧ ■ أطر معالجة الأخبار الاقتصادية المنشورة في المواقع الإخبارية المحلية والعالمية ودورها في إدارة المزاج العام للجمهور المصري نحو إجراءات الإصلاح الاقتصادي  
د. راللا أحمد محمد عبد الوهاب
- ٣٦٣٩ ■ دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو مجلس الشيوخ والمرشحين لعضويته- دراسة مسحية  
د. محمد عبداللطيف عبدالمعطي محمد

- علاقة استخدام الطلبة وأعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية لتطبيقات ووسائل الإعلام الجديد باتجاهاتهم نحو التعليم عن بعد أثناء جائحة كورونا «**COVID-19**» د. مؤمن جبر عبد الشاي ٣٧٠٣
- 
- استخدام المراهقين المكفوفين وضعاف البصر لبرامج وتطبيقات تكنولوجيا الاتصال وعلاقته بالتمكين الثقافى لديهم- دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي الإنترنت د. مروى عبد اللطيف محمد ٣٧٧٧
- 
- واقع التأهيل والتدريب في أقسام العلاقات العامة بكليات ومعاهد الإعلام الحكومية والخاصة بمصر من وجهة نظر هيئة التدريس والطلبة بها د. عبدالله أحمد مصطفى محمد ٣٨٤٩
- 
- اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات د. إيمان سيد علي ٣٩١٧
- 
- **Internet Use and Democratic Satisfaction in Egypt after Five Years of the 2011 Revolution**  
Assist. Prof. Dr. Alaa Elshamy ٣٩٦٥
-

ISSN- O	ISSN- P	نقاط المجلة (يوليو 2020)	نقاط المجلة (مارس 2020)	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2682- 292X	1110- 9207	7	6.5	جامعة الأهرام	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2314- 873X	2314- 8721	7	6	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	2
2536- 9393		5	5	جامعة الأهرام الكندية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	3
2366- 9891		4	4	Cairo University	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2536- 9237		3.5	3.5	جامعة جنوب الوادي	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	5
2367- 0407		6.5	3.5	اكاديمية الشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	6
2366- 9131		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	7
2366- 914X		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	8
2366- 9158		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110- 5836		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110- 5844		6.5	3	Cairo University, Center of Public Opinion Research	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	11

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي سنكشر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس ٢٠٢٠ مطبقا على كل الأبحاث التي سنكشر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات



## اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول أزمة كورونا

- Dependence Saudi youth on social media to obtain information about the Corona crisis

أ.م.د / فودة محمد علي

الأستاذ المساعد بكلية الإعلام جامعة الأزهر

الأستاذ المشارك بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الملك فيصل

fmma\_99@yahoo.com

## ملخص الدراسة

تأتي أهمية هذه الدراسة في معرفة مدى قدرة هذه الوسيلة الجديدة (مواقع التواصل الاجتماعي) بكافة منصاتها المختلفة على مد الشباب بالمعلومات، ولا سيما عن هذه الجائحة التي شغلت العالم كله، وأدت إلى ارتفاع كبير في معدل استخدام وسائل الإعلام، خاصة مواقع التواصل الاجتماعي، باعتبار أزمة كورونا أزمة عالمية جعلت العالم كله يجمعه مصير واحد، وبات الكل يبحث عن طوق نجاة من هذه الجائحة.

تتلور المشكلة البحثية في: ما مستوى اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول جائحة كورونا؟ وقد استهدفت التعرف على تأثير الإعلام الجديد (مواقع التواصل الاجتماعي) في نشر الثقافة الصحية، والتعرف على مساوئ الإعلام الجديد وأضراره على المجتمع، وكيفية تلافي مثل تلك الإشكالات من وجهة نظر الشباب، وأهم الموضوعات التي تعرض لها الشباب نتيجة اعتماده على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن كورونا، وكذلك التعرف على أهم المصادر التي يعتمد عليها الشباب في متابعة جائحة كورونا، وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت أداة الاستبيان في الحصول على المعلومات، وأكدت النتائج أن 82.7% من أفراد العينة يرون أن أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها في الحصول على المعلومات عن كورونا هو موقع «تويتر»، ونسبة 40.3% منهم يرون أنه موقع «الإنستجرام»، ونسبة 36% منهم يرون أنه موقع «سناپ شات»، ونسبة 34% منهم يرون أنه موقع «الفييس بوك».

الكلمات المفتاحية: الشباب السعودي - الاعتماد - مواقع التواصل - كورونا

## Abstract

The importance of this study lies in the idea of knowing, to what extent social media platforms are capable to provide youth with adequate information about the pandemic that occupied the world's attention, and led to remarkable increase in the use of media. Particularly social networks that look to the pandemic as a global crisis, made all people around the world (who are of the same destiny) seek to save their lives.

The key question of the study is: what is the level of Saudi youth dependence on social media to get information about the pandemic?

Among the objectives, the study attempts to deal with the idea of knowing the impact of social media upon processes of spreading health culture, knowing the negative impact of social media covering the entire society. And how Saudi youth, from their own perspective think to avoid that negative impact. Another goal focused by the study, is to have a look at the most important topics presented to the youth via social media as a source of information

The study belongs to the descriptive study, drawing upon a survey to collect and data. One of the findings of the study is that 82.7% of the sample survey see Tweeter the important source of information about the pandemic. Others with percentage of 40.3% see Instagram as the main source. While 36% see Snap chat, and 34% see Facebook.

Keywords: Saudi Youth, Dependence, Social Media, Pandemic.



لقد ساهم انتشار جائحة كورونا في تغيير مسار الحياة الطبيعية، ونقل العالم إلى ظواهر اجتماعية جديدة، أثرت على طبيعة الترابط الاجتماعي وجودته، والتكوين البشري المعتاد عليه؛ إذ إن العالم اتجه إلى سياسة التباعد الاجتماعي، والتواصل عبر تكنولوجيا العالم الجديد؛ بهدف تحقيق أعلى درجات الحماية من هذا الفيروس القاتل، وفي أكبر بحث ميداني عالمي من نوعه شمل أكثر من 80 ألف شخص في 40 دولة لاستقراء كيفية استخدام وسائل الإعلام على أعتاب عصر «كوفيد - 19»، أظهرت نتائج تقرير معهد «رويتزر» للأخبار الرقمية 2020، بالتعاون مع جامعة أكسفورد، أن الإقبال على الأخبار حول العالم تزايد مع الوباء، حيث حققت وسائل الإعلام بأنواعها أرقامًا قياسية من القراء والمشاهدين، ولكن الثقة في هذه الأخبار تراجعت؛ بسبب ارتفاع نسبة الأخبار الكاذبة.

وبصفة عامة، اكتسب الاطلاع على الأخبار أهمية إضافية بسبب الوباء، وأصبح من يطلع على الأخبار أكثر علمًا وحصانة ممن لم يطلع عليها. ومع ازدياد الاهتمام بالأخبار والحصول على المعلومات؛ كانت المفارقة أن هذا الاهتمام لا تواكبه زيادة في الإيراد للناشرين؛ لأن الكساد الاقتصادي السائد مع الوباء والحجر الصحي عصف بسوق الإعلان في عصر كورونا<sup>(1)</sup>.

ويقول "ليون تروتسكي" في عام 1922: "الحرب هي قاطرة التاريخ"، مؤكدًا أن التطورات الاجتماعية التي تتكشف عادة على مدى عقود، يمكن أن تحدث في شهور، عندما يكون الصراع محتدمًا، وتتشابه جائحة الفيروس التاجي في طبيعته مع هذه الحالة التي تصنعها الحرب، مما سيؤدي إلى تغييرات جذرية في كل مجال من مجالات الوجود البشري تقريبًا، في فترة زمنية قصيرة بشكل غير عادي، وهذا ينطبق بشكل خاص على مجال وسائل التواصل الاجتماعي<sup>(2)</sup>.

فعندما تم الإبلاغ عن الحالة الأولى لنوع جديد من عدوى الجهاز التنفسي لمنظمة الصحة العالمية (WHO) يوم 31 ديسمبر 2019، بدأ هذا المرض بعيدًا وغير مهم لمعظم

الناس ووسائل الإعلام والجمهور في جميع أنحاء العالم، وكان من المفترض أن يكون تفشي المرض محلياً، واقتصر على "ووهان" -الصين - وتوقع كثيرون أن تكون الكورونا كذلك يمكن السيطرة عليها، وقد تم اتهام الأفراد والمجتمعات على المستوى العالمي لأول مرة على أنهم مروجون للذعر، ولقد كان المرض الجديد كثيراً ما تتم مقارنته بالأنفلونزا الموسمية في كل من التقارير الإعلامية والمناقشات عبر الإنترنت<sup>(3)</sup>.

ونتيجة للتباعد الاجتماعي في المنزل، فقد أكدت الدراسات أن الجمهور قد قضى وقتاً أطول على الإنترنت للتواصل -تقريباً- مع الآخرين من أجل الحصول على المعلومات ومن أجل الترفيه، ومع استمرار المستخدمين في التطلع إلى وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات في الوقت الفعلي، أعلن Twitter مؤخراً أنه في الربع الأول من عام 2020، بلغ متوسط إجمالي المستخدمين النشطين يوميًا الذين يمكن تحقيق الدخل منهم ما يقرب من 164 مليوناً، وهو ما يمثل زيادة بنسبة 23 بالمائة عن العام الماضي.

ويؤكد "دوج أنموث"، رئيس شركة "جي بي مورغان" لأبحاث الأسهم عبر الإنترنت في الولايات المتحدة ذلك بقوله: "أدت دورة الأخبار المتزايدة المرتبطة بـ COVID-19 إلى زيادة عدد المستخدمين النشطين يوميًا في Twitter بشكل كبير؛ بما يتجاوز ما نتوقعه عادةً للربع الأول".

وقد شهدت القنوات الإخبارية الكابلية مضاعفة تصنيفها خلال الشهر الماضي، في حين شهدت صحيفة "نيويورك تايمز" أيضاً مستويات قياسية من المشاركة التي تعزز مستويات المشتركين بما يتجاوز التوقعات، لا سيما مع نمو إيرادات الاشتراك الرقمي. وينطبق هذا الارتفاع على أنواع التليفزيون بخلاف الأخبار، وبشكل عام، فقد شهدنا نموًا بنسبة تتراوح بين 10 و 20% في تصنيفات غالبية برامج البث، وهو أمر غير معتاد في هذا الوقت من العام، وكما تقول Alexia Quadrani، رئيسة أبحاث الأسهم الإعلامية الأمريكية: "عادةً ما تتخفف التقييمات بمجرد وصول التوقيت الصيفي، لأن الناس يفضلون قضاء الوقت في الهواء الطلق"<sup>(4)</sup>.

ويرى كل من "جيفري وماسون" في دراستهما عن اتجاهات الأمريكيين نحو وسائل الإعلام الجديدة أثناء تفشي جائحة كورونا أن تغطية تفشي فيروس كورونا الحالي استحوذت على كثير من اهتمام وسائل الإعلام الإخبارية؛ حيث يبحث الأمريكيون عن المعلومات في وقت يسوده القلق وعدم اليقين<sup>(5)</sup>.

وقد أكدت جميع الدراسات، التي أجريت على استخدام الشباب السعودي لمواقع

التواصل، ارتفاع نسبة استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث تحتل المملكة العربية السعودية المركز الأول عالميًا في استخدام تويتر، وبالتالي تأتي أهمية هذه الدراسة لمعرفة مدى قدرة هذه الوسيلة الجديدة بكافة منصاتهما المختلفة على مد الشباب بالمعلومات، ولا سيما عن هذه الجائحة التي شغلت العالم كله، وأدت إلى ارتفاع كبير في معدل استخدام وسائل الإعلام، خاصة مواقع التواصل الاجتماعي، باعتبار أزمة كورونا أزمة عالمية جعلت العالم كله يجمع مصير واحد، وبات الكل يبحث عن طوق نجاة من هذه الجائحة.

#### مشكلة الدراسة:

يتعاضد الدور الإعلامي، خاصة الدور المعلوماتي لمواقع التواصل الاجتماعي بوصفها أهم الوسائل التي يتعرض لها الجمهور في أوقات الأزمات، ولا سيما الأزمات الصحية التي تأخذ الصفة الدولية، وذلك من خلال تشكيل الجدل حولها، وتقديم انطباعات وتصورات مختلفة حول طبيعة المرض، والإجراءات التي يجب أن تُتبع لمواجهته، والحد من خطورته، وتزيد حاجة الجمهور إلى المعلومات؛ لفهم ومعرفة ما الذي يحدث حوله، فتكون تلك المواقع المصدر الأول الذي يلجئون إليه لاستقاء معلوماتهم بشأن تلك الأزمة، باعتبارها أسهل الوسائل وأيسرها وأسرعها، ويمثل الشباب قطاعًا حيويًا في المجتمع، يشكلون النسبة الأكبر داخل المجتمع السعودي.

وقد قامت المملكة العربية السعودية بعمل كافة الإجراءات الاحترازية من أجل الوقاية من المرض، ومن هذه الإجراءات حظر التجوال مما أعطى الجمهور وبالذات الشباب متسعًا كبيرًا من الوقت للتعرض لوسائل الإعلام المختلفة، ووفقًا لنظرية الاعتماد فإن الجمهور يزداد تعرضه لوسائل الإعلام وقت الأزمات، من هنا جاء الإحساس بمشكلة هذه الدراسة من خلال سؤال علمي: ما المصادر التي يعتمد عليها الشباب السعودي في الحصول على المعلومات عن هذه الأزمة؟ وما مستوى اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي في استقائهم للمعلومات حول جائحة كورونا التي لاقت اهتمام العالم بأسره في ظل ما تؤكد الشواهد من تصدر المملكة العربية السعودية عالميًا في استخدام "تويتر"؟، لتتبلور المشكلة البحثية في: ما مستوى اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول جائحة كورونا؟

أهمية الدراسة:

1- تتبع أهمية هذه الدراسة من تناولها لمتغيرين مهمين، المتغير الأول: الشباب، والمتغير الثاني: الجائحة التي كان لها تداعيات على العالم أجمع، وعلى الشباب بشكل خاص، وأثر مواقع التواصل الاجتماعي عليهما.

2- شكّلت مواقع التواصل الاجتماعي منصات مكّنت من سهولة الوصول إلى ما يتم نشره عن جائحة كورونا، مما يمكن أن يسهم في خلق حالة من الوعي الصحي بين فئات الشباب.

3- وتتمثل أهمية هذه الدراسة من حيث كونها محاولة علمية، تسعى لرصد وتتبع دور الإعلام الجديد وتأثيره على الحياة الصحية بشكل عام، والتوعية الصحية بجائحة كورونا بشكل خاص؛ لذا فإنها قد تسهم في الإثراء المعرفي في هذا المجال، كما تسعى لكشف إيجابيات الإعلام وسلبياته بالنسبة لنشر الثقافة الصحية بين الناس.

4- لا زالت تداعيات أزمة كورونا وتأثيراتها على جميع مناحي الحياة، وأكدت الدراسات أن الجماهير تابعت بحرص شديد كل ما يُذاع ويُبث في وسائل الإعلام؛ خاصة الإعلام الجديد بكافة منصاته المختلفة، ويمثل الشباب قطاعاً عريضاً في المجتمع، من الأهمية بمكان التعرف على طبيعة المصادر التي يتعرضون لها ويعتمدون عليها في الحصول على المعلومات حول هذه الجائحة.

5- تشكل هذه الدراسة أهمية تطبيقية للوزارات والهيئات التي تحرص على مخاطبة الشباب السعودي، وتقديم الوعي الصحي للوقاية من الأمراض المختلفة ولا سيما جائحة كورونا، من خلال الاستفادة من المصادر التي يعتمد عليها الشباب السعودي في الحصول على المعلومات الصحية.

#### أهداف الدراسة:

تتمحور أهداف الدراسة على النحو الآتي:

- 1- التعرف على تأثير الإعلام الجديد (مواقع التواصل الاجتماعي) في نشر الثقافة الصحية.
- 2- التعرف على مساوئ الإعلام الجديد وأضراره على المجتمع، وكيفية تلافي مثل تلك الإشكالات من وجهة نظر الشباب.
- 3- أهم الموضوعات التي تعرض لها الشباب نتيجة اعتماده على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن كورونا.
- 4- التعرف على أهم المصادر التي يعتمد عليها الشباب في متابعة جائحة كورونا.

5- مدى وجود فروق بين الجنسين (الذكور - الإناث) في مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي.

الدراسات السابقة:

**المحور الأول: الدراسات التي أُجريت على تناول مواقع التواصل الاجتماعي لجائحة وأزمة كورونا:**

دراسة Lisa Singh, 2020: وموضوعها: استخدام Twitter في نشر المعلومات والشائعات بين الجمهور فيما يتعلق بجائحة فيروس كورونا COVID-19، وقد سعت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير موقع التواصل الاجتماعي Twitter في نشر الوعي بين الجماهير فيما يتعلق بفيروس كورونا COVID-19، وحجم المناقشات التي تحدث على Twitter فيما يتعلق بتلك الجائحة، إضافة إلى التعرف على تأثير Twitter في نشر المعلومات المضللة والشائعات بين الجماهير، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: أنه من خلال تحليل مضمون 36,352 تغريدة صحيحة تم نشرها، إضافة إلى 1,135 تغريدة مضللة لا تستند على الحقائق في تقديمها للمعلومات؛ فإن التغريدات التي تكون دومًا متصلة بروابط ومصادر معلومات URL links تحظى بدرجة مصداقية عالية sources credible بين الجماهير؛ نظرًا لاعتمادها على روابط تدعم صحة التغريدات المنشورة، مثل روابط منظمة الصحة العالمية WHO (6).

دراسة رمضان أحمد أراز 2020: وموضوعها: تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الذعر أثناء جائحة كوفيد-19 في كردستان العراق: دراسة استبيان عبر الإنترنت، وقد استهدفت الدراسة تحديد كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية المبلغ عنها ذاتيًا، وانتشار الذعر بشأن COVID-19 في إقليم كردستان العراق، وقد تم إعداد استبيان عبر الإنترنت، وأُجريت في كردستان العراق، وتم أخذ عينة من إجمالي 516 مستخدمًا لوسائل التواصل الاجتماعي، واستخدمت هذه الدراسة طريقة تحليل المحتوى لتحليل البيانات، في المقابل، تم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS، وأكدت النتائج: أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير في نشر الخوف والذعر المرتبطين بتفشي فيروس كورونا في كردستان العراق، مع تأثير سلبي محتمل على الصحة العقلية للناس ورفاههم النفسي، وكان Facebook أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخدامًا لنشر الذعر بشأن تفشي COVID-19 في العراق، ووُجدت علاقة إحصائية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المبلغ عنها ذاتيًا وانتشار الذعر المرتبط بـ COVID-

(R = 0.8701) 19، وأظهرت أن غالبية الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و35 عامًا يعانون من القلق النفسي<sup>(7)</sup>.

دراسة عيشة علة 2020: وموضوعها: دور وسائل الإعلام الجديدة في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا (كوفيد-19) دراسة ميدانية، وقد استهدفت الدراسة التحقق من إمكانية التنبؤ بدور وسائل الإعلام الجديدة في تشكيل الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية، في ظل انتشار فيروس (كوفيد-19) في الجزائر، وأيضًا طبيعة الفروق حسب المتغيرات الديموغرافية (النوع، والفئات العمرية، والمهنة)، وتكونت العينة من 140 فردًا؛ وقد اشتملت أدوات الدراسة على مقياس دور وسائل الإعلام الجديدة في تنمية الوعي الصحي في ظل انتشار فيروس كوفيد 19، وتوصلت النتائج إلى أنه: يمكن التنبؤ بالدور الإيجابي لوسائل الإعلام الجديدة باعتبارها وسائل في تنمية الوعي الصحي، ومكافحة الأزمات الصحية دالة إحصائيًا، وأن هناك فروق درجات في دور وسائل الإعلام الجديدة في تشكيل الوعي الصحي، ومكافحة الأزمات الصحية العالمية، في ظل انتشار فيروس (كوفيد-19) في الجزائر تُعزى لمتغير المجال المهني، وأنه ليس هناك فروق دالة إحصائيًا عند مستوى في متوسط درجات دور وسائل الإعلام الجديدة في تشكيل الوعي الصحي، ومكافحة الأزمات الصحية العالمية، في ظل انتشار فيروس (كوفيد-19) في الجزائر تُعزى لمتغيري الجنس والفئات العمرية<sup>(8)</sup>.

دراسة Sang-Hwa Oh, Seo Yoon Lee & Changhyun Han, 2020: حول تأثير استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي على السلوك الوقائي للجمهور أثناء تفشي الأمراض المعدية، وتناولت هذه الدراسة طبيعة العلاقة بين استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الاجتماعي أثناء الأوبئة وسلوكيات الجمهور الوقائية، والتأثيرات النفسية عليهم خلال فترة انتشار فيروس كورونا "ميرس MERS-CoV" في كوريا الجنوبية، واستخدمت الدراسة منهج المسح لعينة عشوائية من الجمهور قوامها (400) مبحوث، وتوصل البحث إلى: أن الاهتمام بوسائل الإعلام الاجتماعية يتزايد بشكل كبير في أوقات انتشار الأوبئة، وأن لتلك الوسائل أثرًا على النواحي النفسية لتابعيها كتلك المتعلقة بالخوف<sup>(9)</sup>.

دراسة مرتضى البشير عثمان الأمين 2020: وموضوعها: وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز الوعي الصحي للوقاية من فيروس كورونا، صفحة الفيسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية أنموذجًا، وسعت الدراسة إلى الكشف عن إسهامات شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي لدى المجتمع السوداني للوقاية من فيروس كورونا؛ وقد اعتمدت على المنهج الكيفي، وتكون مجتمع الدراسة من الرسائل عن فيروس كورونا المستجد في

صفحة فيسبوك، بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية، أما العينة: فهي عينة الحصر الشامل لكل الرسائل في صفحة فيسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية لمدة سبعة أيام تبدأ من يوم 8 / 4 / 2020م، وهي فترة تصاعد جائحة كورونا في السودان، وكشفت الدراسة عن اهتمام صفحة فيسبوك بموقع الوزارة بتعزيز الوعي الصحي بنشر الأخبار المستمرة عن فيروس كورونا، وكذلك نشر رسائل التوعية الصحية بمختلف أشكالها، وباستخدام أساليب متنوعة، والاعتماد على مصادر مختلفة، وأوصت الدراسة بالمحافظة على استمرارية نشر الأخبار عن الفيروس، والاستفادة من تفاعل الجمهور مع هذه الرسائل، والتشجيع على مشاركتها، والبحث عن أساليب جديدة بديلاً لرسائل الصورة الثابتة؛ لعدم فاعليتها في التوعية الصحية (10).

دراسة 2020.Rama Krishna Reddy Kummitha: حول استخدام التكنولوجيا الاتصالية الحديثة لمواجهة جائحة فيروس كورونا COVID-19 والتقليل من انتشارها، وسعت هذه الدراسة إلى التعرف على توظيف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التعامل مع جائحة فيروس كورونا (COVID-19)، إضافة إلى التعرف على الفروق الموجودة بين الصين والدول الغربية؛ فيما يتعلق بطرق توظيف التكنولوجيا الاتصالية الحديثة في التعامل مع تلك الأزمة الصحية العالمية، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: الإستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في التعامل مع أزمة فيروس كورونا (COVID-19) تختلف من مكان لآخر؛ وذلك نتيجة للنظام السياسي الموجود في كل دولة، فمثلاً: نجد أن الدولة الصينية التي يحكمها الحزب الشيوعي القمعي، نجده يميل إلى التكنم فيما يتعلق بالأخبار المتعلقة بفيروس كورونا؛ وذلك لاعتقاده أن مثل تلك الأخبار تعتبر بمثابة أمن قومي يؤثر على جميع مناحي الحياة؛ خاصة الجانب الاقتصادي (11).

دراسة حسام فايز عبد الحي 2020: وموضوعها: اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديدة في استقاء المعلومات والأخبار عن جائحة كورونا كوفيد 19، وعلاقته بالاندماج الأكاديمي لديهم؛ حيث سعت هذه الدراسة إلى قياس العلاقة بين اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديدة في استقاء المعلومات والأخبار عن جائحة كورونا، واندماجهم الأكاديمي، وهي دراسة وصفية جرى تطبيقها باستخدام منهج المسح على عينة عشوائية من طلبة الجامعات الحكومية والخاصة والأزهر، قوامها (450) طالباً وطالبة، وقد أكدت النتائج: أن نسبة 99.3% من عينة البحث تابعوا جائحة كورونا عبر وسائل الإعلام الجديدة، وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة الوسائل التي استقوا منها معلوماتهم عنها،

وثبت وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائيًا بين اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديدة في استقاء المعلومات والأخبار عن جائحة كورونا كوفيد 19، والاندماج الأكاديمي لديهم، كما ثبت وجود فروق دالة إحصائيًا في درجة متابعة جائحة كورونا عبر وسائل الإعلام الجديدة لصالح الذكور، ولصالح طلبة الكليات النظرية والجامعات الحكومية، في حين لم يثبت وجود فروق بينهم في الاندماج الأكاديمي، وفي المجمل كان مستوى الاندماج الأكاديمي لطلبة الجامعات في ظل جائحة كورونا (12).

دراسة أحمد محمد صالح العميري 2020: وموضوعها: دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا، 2020م، وقد سعت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا، وكذلك محاولة الإجابة عن عدد من التساؤلات والفروض منها: توجد علاقة دالة إحصائيًا بين كثافة متابعة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك، ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: أنه من أهم أسباب متابعة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك هو تبسيط المعلومات التي يقدمها، واختصارها، وجاء في الترتيب الأول بنسبة 100٪، ووجود علاقة دالة إحصائيًا بين درجة اهتمام الشباب بمتابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا (13).

دراسة سمير محمد محمود 2020: وموضوعها: توظيف صحافة البيانات في تناول فيروس كورونا المستجد بالمواقع الإلكترونية العربية والعالمية، دراسة تحليلية، 2020م، حيث سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن طبيعة توظيف صحافة البيانات في تناول فيروس كورونا المستجد بالمواقع العربية والعالمية، من خلال تحليل شكل ومضمون صحافة البيانات بأشكالها المختلفة؛ خاصة القصص المدعومة بالبيانات، وذلك بالتطبيق على مواقع "مصراوي"، و"عكاظ"، و"العين الإخبارية"، و"الجارديان"، و"يو إس ايه توداي"، وذلك خلال الفترة من يناير حتى أبريل 2020م، وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي، واستخدمت أداة تحليل الشكل والمضمون لعينة من (1398) شكلاً من أشكال صحافة البيانات، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: تفوق المواقع العالمية في حجم اهتمامها بصحافة البيانات؛ من حيث عدد القصص المدفوعة بالبيانات حول فيروس كورونا، في مقابل تفوق المواقع العربية في توظيف الإنفوجرافيك والوسائط المتعددة في تناول الموضوع نفسه، وكشفت الدراسة عن تمتع المواقع العالمية بثراء معلوماتي ملحوظ في محتوى صحافة البيانات بها؛



يرجع لاعتمادها على مصادر متخصصة من العلماء والباحثين، والطواقم الطبية ومراكز ومختبرات علمية متخصصة في الأمراض والأوبئة، مقابل الضعف المعلوماتي في المحتوى بالمواقع العربية؛ لاهتمامها بالمصادر الرسمية؛ بغض النظر عن التخصص الذي تفرضه طبيعة الموضوع، والقيود المتعلقة بالوصول لمصادر المعلومات عامة (14).

**المحور الثاني الدراسات التي أجريت على تناول وسائل الإعلام التقليدية لجائحة كورونا:**

دراسة 2020, Rajvikram Madurai Elavarasan: وموضوعها: الإستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في التعامل مع جائحة فيروس كورونا COVID-19، وقد سعت هذه الدراسة إلى التعرف على الإستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في مواجهة جائحة فيروس كورونا COVID-19، إضافة إلى التعرف على التقنيات التكنولوجية التي تمت الاستعانة بها في التواصل مع الجماهير المتنوعة للوقاية من انتشار فيروس كورونا COVID-19، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: اتجاه منظمة الصحة العالمية WHO المسؤول الأول عن الصحة في العالم إلى محاربة الأمراض والأوبئة المتوطنة وغير السارية، مثل فيروس كورونا COVID-19، الذي اجتاح العالم في الأشهر القليلة الماضية، حيث بيّنت الدراسة اتجاه استخدام منظمة الصحة العالمية إستراتيجية تكثيف الأخبار المتعلقة بالفيروس، بغرض وضع قضية تفشي الفيروس في مقدمة أجندة أولويات الجمهور (15).

دراسة محمد محمد عبد ربه المغير 2020: وموضوعها: السياسات العالمية في الحد من مخاطر كورونا، واستهدفت دراسة السياسات العالمية ودورها في الحد من مخاطر تفشي انتشار فيروس كورونا، واستخدم الباحث المنهج الوصفي والحدسي، الذي يعتمد على خبرات الباحث، وخلصت الدراسة إلى أن هناك حاجة لتحليل السياسات والإستراتيجيات العالمية في التعامل مع فيروس كورونا، وما صاحب ذلك من إجراءات عالمية وتوعوية، وكذلك أهمية العالم التفاعلي والاجتماعي في تواصل العمل والأنشطة البشرية في أماكن الحجر الصحي، واستدامة التعليم الإلكتروني؛ لذا لا بد من إعادة رسم مسار السياسات العالمية للتعايش الآمن مع الفيروس (16).

دراسة مسعودة فلوس 2020: وموضوعها: الإعلام الجديد يهدد الصحة النفسية داخل المجتمعات جراء جائحة فيروس كورونا، وقد استهدف البحث والتقصي حول موضوع الإعلام الجديد وماهيته، وأهم خصائصه وأنواعه، والكشف عن مجالات تأثيره بالنسبة للفرد والمجتمع، بإضافة إلى مفهوم الصحة النفسية وأبرز قيمها ومبادئها التي تدعمها، وتوضيح العلاقة القائمة بين هذين المصطلحين؛ باعتبار أن الإعلام الجديد يهدد الصحة النفسية

للأفراد داخل المجتمعات جراء ظرف صحي حتمي أصاب أغلب شعوب العالم -ألا وهو فيروس كورونا المستجد؛ حيث اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي؛ باعتباره الأنسب لموضوع الدراسة، ومن شأنه تحليل الوضع الراهن، وما يعانيه الأفراد من خوف وقلق وتوتر نتيجة البرامج العالمية المختلفة<sup>(17)</sup>.

دراسة وليد محمد عبد الحليم محمد عاشور 2020: وموضوعها: تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا " Covid 19 - دراسة ميدانية"، وقد استهدفت الدراسة التعرف على التوجهات القيمية والأخلاقية والثقافية والدينية والسياسية والأيدلوجية التي قد تتماشى مع عاداتنا وتقاليدينا أو تتعارض معها، مما يصبح لها تأثير كبير إيجابي/ سلبي على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا، وقد أكدت النتائج تحقق فرضيات الدراسة في تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا -19 Covid، وأظهرت أن هذا التأثير يبرز في مظاهر متعددة تبدأ منذ انتشار الفيروس وحتى مواجهته، وطرق الوقاية منه، وأن تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لم يختلف طبقاً لمحل الإقامة: ريف/ حضر، أو على مستوى النوع: ذكر/ أنثى، وهو ما يؤكد قوة تأثير وسائل الإعلام في ظل الحجر المنزلي والتباعد الاجتماعي لمواجهة الفيروس<sup>(18)</sup>.

دراسة نشوة سليمان 2020: وموضوعها: التماس المعلومات الصحية حول فيروس كورونا المستجد وعلاقته بمستوى إدراك المخاطر لدى المرأة المصرية، وقد استهدفت قياس متغيرات الدراسة مثل: سلوك التماس المعلومات، ومدى الثقة في أطراف الأزمة، ومقياس إدراك المخاطر، وآليات التهذئة النفسية، ورفع الشعور بالكفاءة الذاتية لمواجهة انتشار الوباء، وقد توصلت النتائج إلى أن النسبة الأكبر من النساء محل الدراسة أبدت سلوكاً متتاماً لالتماس المعلومات، وصفحة مجلس الوزراء المصري على الفيس بوك كانت أكثر المصادر المعلوماتية محلاً للمتابعة حول أخبار الفيروس، كما وجدت الدراسة أن مصداقية المنشورات المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي تراجعت أمام إدراك مرتفع مواقع الجهات الرسمية على الإنترنت، كما وجدت الدراسة أن النساء قد أبدین شعور المخاطر جراء انتشار الفيروس، ونوايا سلوكية قوية لتجنب الإصابة به، كما وجدت علاقات ارتباطية إيجابية بين مستوى الاهتمام بمتابعة معلومات الوباء، ومستوى النوايا السلوكية لمواجهته، وبين مستوى مصداقية مصادر معلومات الأزمة ومستوى الثقة في أطراف الأزمة<sup>(19)</sup>.

دراسة طارق الصعيدي 2020: وموضوعها: اعتماد الشباب المصري على صحافة الموبايل وتأثيراته على التوعية الصحية بجائحة كورونا، واستهدفت معرفة العلاقة بين حجم

الاعتماد على صحافة الموبايل ومستوى التوعية الصحية بجائحة كورونا، والعلاقة بين حجم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية للاعتماد ومستوى التوعية الصحية المكتسبة، ودلالة الفروق في اعتماد ومستوى التوعية الصحية وفقا للمتغيرات: (النوع- الإقامة- الدخل- مستوى التعليم)، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع اعتماد الشباب المصري على صحافة الموبايل كمصدر ثري للمعلومات والاتصالات؛ خاصة أثناء جائحة كورونا، وارتفاع الاعتماد على شبكة الإنترنت، ومتصفحات الموبايل ومواقع التواصل الاجتماعي؛ خاصة "الفييس بوك" و"تويتر" و"واتس آب"، ومن أهم أسباب الاعتماد على صحافة الموبايل: سرعة نقل الأخبار والمعلومات وفوريته، وسهولة الاستخدام، فضلا عن إمكانية التأكد من المصدقية، وارتفاع حجم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية نتيجة المتابعة لأنواع صحافة الموبايل، وارتفاع مستوى الوعي الصحي تجاه جائحة كورونا (20).

دراسة Kaufhold, Marc.-André. 2020, Marc.-André. وموضوعها: استخدام الإستراتيجيات الاتصالية في مواجهة الأزمات الصحية العالمية؛ حيث سعت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به المنظمات الطبية العالمية في مواجهة الفيروسات الحديثة، مثل فيروس كورونا (COVID-19)، إضافة إلى التعرف على التحديات التي واجهت تلك المنظمات الطبية في نشر الوعي بين الجماهير فيما يتعلق بالفيروسات الحديثة، والتعرف على دور وسائل الإعلام فيما يتعلق بتوظيفها في الحملات التي تسهم في الحد من انتشار تلك الفيروسات أو الأوبئة، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: من بين الإستراتيجيات المتبعة في محاربة الأزمات والأمراض والفيروسات سريعة الانتشار ضرورة التكامل والتنسيق Coordination بين وسائل الإعلام المختلفة فيما يتعلق بنشر الوعي وزيادة معلومات الجمهور، فيما يتعلق بتلك الأمراض؛ خاصة الفيروسات الحديثة التي لا يعلم عنها الكثير من الجماهير (21).

دراسة دعاء عادل وآخرون 2020: وموضوعها: اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) في منطقة جازان، سعت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) في منطقة جازان بالمملكة العربية السعودية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتم تطبيق استمارة إلكترونية وُرعت على عينة قوامها 705 مفردات من الجمهور بجازان، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: أوضح 92.3%، من العينة نجاح جهود التوعية بجازان في تحقيق أهدافها؛ حيث أشار 59.4% إلى أنها ناجحة و 32.9% أنها ناجحة جدًا، وأشار 84.9% من أفراد العينة

إلى أن جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) في جازان ساعدتهم في الوقاية من العدوى (22).

**المحور الثالث: دراسات تناولت اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام أثناء الأزمات:**

دراسة آمال عبد الوهاب 2019: وموضوعها: دور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث، هدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث بالتطبيق على كارثة السيول في محافظات الصعيد، واعتمدت الدراسة على المقابلات الشخصية مع المسؤولين في محافظات الصعيد، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: جاءت المواقع الاجتماعية في مقدمة الوسائل الإعلامية التي اعتمد عليها الجمهور لمعرفة أخبار الأزمة، يليها التلفزيون في المرتبة الثانية، ثم الصحف والمجلات في المرتبة الأخيرة، وأشارت النتائج إلى أن دور الإعلام المصري غير مُفعل في عرض مراحل تطور الأزمة، حيث ركّز فقط على حدوث الأزمة وتجاهل ما بعدها، وتم عرض الإنجازات التي تمت لمواجهة الأزمات من خلال الجهات الرسمية، كما أن من أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة أن الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل الإعلامية التي استحوذت على اهتمام الجمهور والحكومة (23).

دراسة محمود أحمد محمد 2019: وموضوعها: معالجة الصحافة العربية والدولية للأزمات والكوارث البيئية، 2019م، سعت هذه الدراسة إلى التعرف على معالجة الصحافة العربية والدولية للأزمات والكوارث البيئية، وتعد الصحف من أقدم وسائل الإعلام التي تسمح للقارئ بالتحكم في ظروف التعرض لها، واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون واستمارة استبانة للتعرف على آراء القارئ بالاتصال في الصحف، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: تبين أن محددات تفضيل الجمهور عمومًا يعود لتناولها المعلومات بالتحليل والتفسير في المقام الأول، ثم سرعتها في نقل الأحداث، ثم عمق المعالجة، فالموضوعية وعدم التحيز، ثم دقة البيانات والمعلومات، وأخيرًا مدى الحرية المتاحة أمام كل وسيلة في التعبير عن وجهة نظرها (24).

دراسة رنا محمد عبدالرحمن 2019: وموضوعها: اتجاهات الخطاب في الصحف المصرية والأمريكية إزاء الأزمات الصحية العالمية، دراسة تحليلية مقارنة، سعت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل وتفسير اتجاهات وسمات الخطاب الصحفي المصري والأمريكي إزاء مجموعة من الأزمات الصحية العالمية، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: اعتمد العرض على طرح الحلول ومناقشتها، وغلب الطابع الإخباري على تغطية الصحف المصرية

للأزمات الصحية، في حين كانت الأشكال التحريرية المستخدمة في الصحف الأمريكية أكثر تنوعًا، وبرزت فنون الرأي<sup>(25)</sup>.

دراسة شيماء السيد سالم 2016: وموضوعها: دور وسائل الإعلام الاجتماعية في إدارة الأزمات والكوارث؛ حيث سعت هذه الدراسة إلى تقديم إطار نظري برؤية متكاملة عن اتصالات الأزمة والكوارث عبر وسائل الإعلام الاجتماعية؛ من حيث المفهوم والأهمية والمراحل والوظائف، مع دراسة مداخلها النظرية، واستعراض دراسات الحالة لأزمات مؤسسية، وأخرى ناجمة عن مخاطر صحية وكوارث طبيعية؛ وذلك بهدف التعرف على الإستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في الاستجابة لهذه الأزمات عبر وسائل الإعلام الاجتماعية، واعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: أن وسائل الإعلام الاجتماعية أصبحت مصدرًا أساسيًا لمعلومات أصحاب المصالح أوقات الأزمات والكوارث، كما تُستخدم بفاعلية لتثقيف الجمهور حول تدابير التعامل مع الآثار الناجمة عن المخاطر أو الكوارث الطبيعية؛ سواء من قبل الأجهزة الحكومية أو منظمات المجتمع المدني (26).

دراسة شريف درويش اللبان، وأحمد على إبراهيم 2015: وموضوعها: دور الإعلام في إدارة الأزمات، "الأزمة السورية نموذجًا"، تناولت الدراسة توضيح مراحل الأزمات، المتمثلة في: مرحلة نشر المعلومات حول الأزمة، ومرحلة تفسير المعلومات وتحليلها، والمرحلة الوقائية، وركزت على دور الإعلام في كل مرحلة من تلك المراحل، وطبقت الدراسة تلك المراحل على الأزمة السورية (نموذجًا)، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة: ناقشت مستقبل الإعلام السوري والسيناريوهات المختلفة، كالسيناريو المتفائل والقائم على نجاح الجهود المحلية والدولية في التوصل إلى حل سياسي للأزمة، يلي طموحات الشعب السوري، ويفتح الباب أمام بناء سوريا الديمقراطية الجديدة والسيناريوهات الأخرى للأزمة (27).

دراسة طالب بن مطربن سالم اليحيائي 2013 م: وموضوعها اعتماد الجمهور العُماني على وسائل الإعلام أثناء الأزمات - "دراسة تطبيقية على أزمة الأنواء المناخية الاستثنائية جونو"، ومن أهم النتائج: الصحف والمجلات العمانية هي أعلى معدل تم التعرض له من قبل الباحثين لوسائل الإعلام المختلفة؛ حيث بلغت النسبة المئوية 50٪، أما معدل عدم التعرض فكان للمحطات الإذاعية الأجنبية؛ حيث بلغت النسبة المئوية 40.1٪، وأن "صحيفة الوطن" و"صحيفة عمان" هما أعلى معدل تم التعرض له من قبل الباحثين للصحف والمجلات العمانية؛ حيث بلغت النسبة المئوية 92٪، أما معدل عدم التعرض فكان لصحيفة "كورة وبس"؛ حيث بلغت النسبة المئوية 94.2٪، واتضح أن القناة الفضائية العمانية هي أعلى

معدل تم التعرض له من قبل الباحثين للقنوات والإذاعات العمانية؛ حيث بلغت النسبة المئوية 74.5%، أما معدل عدم التعرض فكان للتلفزيون العماني الأرضي؛ حيث بلغت النسبة المئوية 31.2% (28).

دراسة أحمد فاروق رضوان 2012م: وموضوعها: اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير 2011، وقد استهدفت الدراسة التعرف على كثافة استخدام الجمهور لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة أثناء أحداث ثورة 25 يناير 2011، والتعرف على العوامل المؤثرة في اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة أثناء الثورة، وطبيعة التفاعل مع هذه الوسائل، والتعرف على مدى تحقق التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المرتبطة بالاعتماد على الوسائل أثناء الثورة، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: جاءت القنوات الإخبارية العربية -مثل قناة الجزيرة وقناة العربية- في مقدمة وسائل الإعلام التي تابع من خلالها أفراد العينة أحداث الثورة وأخبارها، يليها الصحف الخاصة المصرية؛ سواء نسخها المطبوعة أو مواقعها الإلكترونية، مثل اليوم السابع والمصري اليوم، ثم القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية مثل BBC البريطانية، وقناة الحرة الأمريكية، وجاءت الصحف القومية المصرية في الترتيب الأخير (29).

دراسة زليتش وآخرون Arne F. Zillich & Other 2011: حول تناول الإخباري للصراعات والأزمات الدولية في صحف وقنوات ألمانية شهيرة، وما إذا كان تناول يخضع لمعايير إخبارية صحيحة، وأوضحت الدراسة أن غالبية البحوث يتم إجراؤها على الأزمات في مرحلتها التصاعدية وصولاً لذروتها، بينما لا تهتم الدراسات بالمرحلة التي تسبق ذلك أو ما بعدها، واستندت الدراسة إلى نظرية القيم الإخبارية، وأوضحت نتائجها أن تناول الإخباري يتأثر في كل مرحلة من مراحل الأزمة بمجموعة من العوامل، وأن الأدوات الصحفية المستخدمة في أوقات السلام لا تكفي في حالة متابعة الأزمات يومًا بيوم، واستخدمت الدراسة كلاً من تحليل المضمون والمقابلات بهدف الوصول إلى نتائج مثمرة توضح المتطلبات الإعلامية الواجب توافرها لتناول الأزمات بشكل موضوعي (30).

#### التعليق على الدراسات السابقة:

- توافر للباحث مجموعة من الدراسات العربية والأجنبية حول استخدام وسائل الإعلام الجديدة بشكل عام، وقد أكدت هذه الدراسات المعروضة وغيرها على درجة اهتمام الجامعات، ممثلة بالأقسام العلمية والباحثين وطلاب الدراسات العليا بموضوع

استخدام الإعلام الجديد عمومًا، وقد ساعدت هذه الدراسات في إحاطة الباحث بأبعاد موضوعه وأهميته العلمية، والتقديم النظري لدراسته.

- أشارت بعض الدراسات السابقة إلى تفاعل قطاعات كبيرة من الجمهور، ولا سيما الشباب من خلال استخدام وسائل الإعلام الجديدة بمضامينها المختلفة، مع تفاوت نسبة الاستخدام من جانب الشباب؛ طبقًا لنوعية المضمون المقدم في تلك الوسائل.

- تنوعت الدراسات السابقة التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي، فتم معالجة طبيعة وحجم التعرض لهذه المواقع من خلال فئات جماهيرية متعددة، حيث أكدت الدراسات السابقة كثافة التعرض لهذه المواقع والاعتماد عليها في الحصول على المعلومات، ولا سيما بين فئات الشباب، كما أكدت الدراسات أن هذه المواقع استحوذت على قاعدة جماهيرية كبيرة خلقت أنماطًا مختلفة من أساليب التعرض، وخلقت نمطًا إعلاميًا جديدًا، هو إعلام المواطن؛ بل فتحت بابًا واسعًا من حرية التعبير؛ ولا سيما للمرأة في المجتمعات العربية التي لم تكن لديها الفرصة في التعبير عن نفسها.

- تنوعت العينات المستخدمة في الدراسات السابقة طبقًا لطبيعة كل دراسة على حدة، فاستخدمت بعض الدراسات العينة العشوائية البسيطة، والعينة العمدية في الوصول إلى نتائج مرتبطة بموضوع الدراسة.

- أكدت الدراسات السابقة ما تفترضه نظرية الاعتماد من حيث زيادة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام وقت الأزمات.

#### منهج الدراسة:

- تعتمد الدراسة على منهج المسح الوصفي *Descriptive Survey*، وذلك للحصول على وصف دقيق للمشكلة، والتأكد من جمع البيانات الضرورية وتحليلها بأكبر درجة ممكنة من الدقة؛ بهدف تصنيفها وتبويبها تبويبيًا شاملاً، ومحاولة تحليلها وتفسيرها واستخلاص النتائج، وبناء التعميمات التي يمكن أن تُبنى عليها افتراضات جديدة.

- وتم استخدام منهج المسح الوصفي، وذلك لمسح عينة جمهور الشباب السعودي المستخدم لوسائل الإعلام كمصدر للحصول على المعلومات.

- ويمكن تعريف المسح بصفة عامة أنه: الأسلوب الذي يعتمد على التحليل والتفسير بشكل علمي منظم؛ للوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية أو مشكلة اجتماعية<sup>(31)</sup>، ويعرف أيضاً أنه الأسلوب الذي يعتمد على التحليل من خلال معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد، ومن خلال فترات زمنية معلومة،

وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية يتم تفسيرها بطريقة موضوعية، وبما ينجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة بهدف إلى جمع بيانات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع ما، وتحليل ما تم جمعه من بيانات بطريقة موضوعية تؤدي إلى التعرف على العوامل المكونة والمؤثرة على الظاهرة، لذلك يعتمد منهج المسح على استمارة الاستبيان، وكذا تحليل الوثائق والمستندات.

#### تساؤلات الدراسة:

- 1- ما أهم الوسائل الإعلامية الأكثر شيوعًا التي يتعرض لها الشباب السعودي في الحصول على المعلومات؟
- 2- ما حجم تعرض الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- 3- ما التأثيرات المعرفية لمواقع التواصل الاجتماعي، ودورها في إمداد الشباب السعودي بمعلومات عن جائحة كورونا؟
- 4- ما نوعية المعلومات التي يتعرض لها الشباب السعودي عن أزمة كورونا؟
- 5- ما أهم المضامين التي يحرص الشباب على متابعتها؟
- 6- ما التوقعات النفسية نتيجة اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي؟

#### فروض الدراسة:

- 1- هناك علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين دوافع الشباب الجامعي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ومدى الثقة في المعلومات المقدمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- هناك علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين دوافع الشباب الجامعي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ومدى الثقة في المعلومات المقدمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- هناك علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين دوافع الشباب الجامعي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ومدى تفاعلهم مع هذه المواقع.
- 4- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي في أهم المصادر التي يعتمد عليها في الحصول على معلومات عن وباء كورونا تبعًا للمتغيرات الديموجرافية (النوع - البيئة - الحالة الاجتماعية).
- 5- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي في دوافع التعرض لمواقع



- التواصل الاجتماعي تبعاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع - البيئة - الحالة الاجتماعية).
- 6- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب في الموضوعات التي يتابعونها عن كورونا وفق المتغيرات الديموجرافية (النوع - البيئة - الحالة الاجتماعية).
- 7- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب في تعرضهم للصفحات التي يتابعونها من أجل الحصول على معلومات عن كورونا وفق المتغيرات الديموجرافية (النوع - البيئة - الحالة الاجتماعية).

#### أداة جمع البيانات:

يعتبر الاستبيان من أهم أدوات المنهج المسحي، وهو وسيلة من وسائل جمع البيانات عن طريق مجموعة أسئلة؛ كما يُعتبر الاستبيان أحد الأساليب الأساسية التي تُستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية، أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع البحث، عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة المُعدة مقدماً، وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة، أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم، أو الدوافع والعوامل والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة.

#### مجتمع الدراسة:

الشباب هم الشريحة الأكثر أهمية في أي مجتمع، وإذا كانوا اليوم يمثلون نصف الحاضر، فإنهم في الغد سيكونون كل المستقبل، فإن جميع الأمم والشعوب تراهن دوماً على الشباب في كسب رهانات المستقبل؛ لإدراكها العميق بأن الشباب هم العنصر الأساسي في أي تحول تنموي؛ سياسي أو اقتصادي أو اجتماعي، فهم الشريحة الأكثر حيوية وتأثيراً في أي مجتمع قوي، والحديث عن الشباب في مجتمعنا العربي هو حديث عن الحاضر والمستقبل الذي يزخر بتحويلات سياسية مهمة تنتقل بشعبونا إلى آفاق واسعة لارتياح المستقبل وتحدياته ومتطلباته التنموية والثقافية.

ومن هذا المنطلق؛ فإن قطاع الشباب بالجامعات السعودية يمثلون مجتمع هذه الدراسة. مقاييس الصدق والثبات (32) :

يتم تعريف مفهوم الثبات Reliability من خلال مفاهيم أخرى تتفق معه في المعنى، وهي الاتساق consistency والدقة Accuracy، وهي كلها تشير إلى تعريف إجرائي واحد، وهو الوصول إلى نفس النتائج بتكرار تطبيق النتائج على نفس الأفراد وفي نفس الوقت والظروف، وهناك مجموعة طرق للتأكد من الثبات، وقد اختار الباحث من بينها أسلوب إعادة الاختبار، حيث قام الباحث بتطبيق الاستبيان على 20 مفردة من عينة مجتمع

الدراسة، ووصل معامل الارتباط بين الاختبارين 95 ٪ مما أكد ثبات المقياس.

ويتسم المقياس بالصدق متى كان صالحاً لتحقيق الهدف الذي أُعد من أجله، وقد استخدم الباحث أسلوب الصدق الظاهري، وهو الذي يعبر عنه اتفاق المحكمين والمبحوثين على أن المقياس أو الأداة صالحة فعلاً<sup>(33)</sup>، وبناءً على الاختبار ورأي المحكمين تم إعادة ترتيب بعض الأسئلة في الاستبيان، كما تم غلق بعض الأسئلة المفتوحة.

#### عينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب السعودي الذي يتفاعل مع المؤسسات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، بجامعة الملك فيصل، وقد تم إعداد الاستبيان عبر الإنترنت باستخدام Google Drive وإرساله عبر البريد الإلكتروني لجميع المجموعات والأفراد عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ومن خلال الإيميل، وطلب من المبحوثين إقناع الآخرين وحثهم على الاستجابة والتعاون مع الباحث، باتباع أسلوب كرة الثلج، وقد تفاعل الشباب بدرجة مقبولة مع موضوع الاستبيان، ووصل عدد المشاركين إلى 300 مشارك ومشاركة، شارك من الإناث 160 مفردة، ومن الذكور 150 مفردة، تم حذف 10 من مجموع الإناث حتى تتساوى نسبتنا الذكور والإناث لعدم وجود تعدادات دقيقة تبين نسبة كل منهما في المجتمع السعودي.

#### مواقع التواصل الاجتماعي وإدارة أزمة (فيروس كورونا المستجد):

- حلقة الوصل: القيام بدور حلقة الوصل بين الجهات المعنية بإدارة الأزمات وأفراد المجتمع، وتوضيح طبيعة الإجراءات التي تتخذها هذه الجهات بكل شفافية ووضوح، منعاً لأي غموض أو تأويلات مجافية للحقيقة، حيث تقوم هذه المواقع في هذا السياق بنشر المعلومات الخاصة بأي أزمة أو كارثة، ونقلها إلى الجمهور في رسالة واضحة وبسيطة، تمكنهم من معرفة الأزمة بأبعادها المختلفة، وإدراك ما تشكله من مخاطر وتحديات وكيفية التعامل معها<sup>(34)</sup>؛ وإن كان ينقصها الكثير من الدقة.

- الدور التوعوي: لا شك أن قيام مواقع التواصل بدور توعوي لأفراد المجتمع ينطوي على أهمية كبيرة لا تقتصر فقط على تثقيفهم بأساليب مواجهة الأزمات، وكيفية العمل على احتواء أثارها وتداعياتها المختلفة؛ وإنما إشراكهم في عملية إدارة الأزمات، وذلك من منطلق أن نجاح أي أزمة تتطلب تكامل الجهود كافة؛ الحكومية والمجتمعية فيها، ولذلك فإن الإعلام يقوم بدور حيوي ورئيس في تعزيز فكرة تكامل المسؤولية المجتمعية في إدارة الأزمات.

- الدور الوقائي: لم تعد فاعلية دور الإعلام تُقاس بدوره التوعوي والتويري فحسب؛ وإنما أيضًا بما يقوم به من مبادرات وحملات تستهدف تعزيز وقاية المجتمع في أوقات الأزمات، فالإعلام بما يتيح من منصات متنوعة كالبرامج الحوارية التي يُسلط الضوء من خلالها على خبراء الدول في التعامل مع الأزمات بما يسهم في وقاية المجتمع (35).

- التصدي للشائعات: التي تستهدف إثارة الفوضى في الداخل وتهديد التماسك المجتمعي، والدور الذي يقوم به الإعلام في هذا الصدد ينطوي على قدر كبير من الأهمية، خاصة إذا ما تم الأخذ في الاعتبار حقيقة أن الشائعات تشهد رواجًا وانتشارًا سريعين في أوقات الأزمات، ويلجأ الأفراد إلى تصديقها؛ لا سيما إذا لم تتح الجهات المعنية بالأزمة المعلومات بشأنها، وتوفيرها لوسائل الإعلام المختلفة، وفي الغالب تكون مصدر هذه الشائعات منصات التواصل الاجتماعي التي لا تخضع لضوابط معينة.

- تعبئة الموارد والجهود لمواجهة الأزمة: تسهم وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة التفاعل والتقارب بين الجماهير، وتعطي قيمة مضافة للعلاقات الإنسانية، خاصة أوقات المخاطر والكوارث؛ من خلال تعبئة رأس المال الاجتماعي، مثل التبرعات المالية والعينية، والتطوع بالمهارات والخبرات التخصصية، وأنظمة الدعم المختلفة التي يمكن أن يسهم بها الأفراد العاديون من الجمهور (36).

#### الإطار النظري:

#### نظرية الاعتماد:

#### نشأة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وتطورها:

يؤكد كثير من الباحثين أن نشأة مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام "Media system dependency" من الجذور الفكرية نفسها لمدخل الاستخدامات والإشباع، فكلاهما نشأ من خلال وظائف اجتماعية بالأساس، وكلاهما يؤكد العلاقة بين أهداف الفرد وأهداف وسائل الإعلام (37)، واللذان ارتقيا بجهود الباحثين ليكونا نظريتين متكاملتين، وإن كانتا تتكئان في كثير من فرضياتهما على بعض المداخل الأخرى.

وتطور مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام منذ ظهوره الأول عام 1976م، ومر بعدة مراحل؛ إلا أنه لا يزال يتمركز حول فكرة العلاقة المتبادلة بين النظام الإعلامي والاجتماعي والجمهور، وأن نوع ودرجة التغييرات التي يتوقع أن يحدثها النظام الإعلامي على الجمهور تتغير وفقًا لهذه العلاقة (38).

وفي العشرينيات من القرن الماضي اهتم بعض الباحثين بدراسة تأثير وسائل الإعلام على المستوى المعرفي Cognitive Level، وأكد بعضهم أن اختلاف المستوى المعرفي للأفراد يرجع أساسًا إلى التفاعل بين متغيرات مرتبطة بطبيعة وسائل الإعلام؛ إضافة إلى سمات الجمهور وخصائصه المختلفة، كما أوضح كثير من الخبراء في الغرب العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ومؤسساتها في المجتمع على أساس من الاعتماد المتبادل. ولقد كانت البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على يد الباحثة "ساندرا بول روكيتش" وزملائها عام 1974م، عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان "منظور المعلومات" طالبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم الإقناع لوسائل الإعلام، إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي، يستمد من اعتمادات الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الإعلام، أي: أن هناك علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والأنظمة الإعلامية الأخرى<sup>(39)</sup>.

#### أهداف النظرية:

وتسعى هذه النظرية إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- 1- من الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحيانًا آثارًا قوية ومباشرة، وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعًا ما<sup>(40)</sup>.
- 2- إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تؤكد على دور المتغيرات الديموجرافية للجمهور مثل: النوع، والسن، والمستوى التعليمي، والمستوى الثقافي، والاقتصادي على درجة وقوة اعتماده على وسائل الإعلام<sup>(41)</sup>.
- 3- إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تهدف إلى التعامل مع النظام الإعلامي بوصفه وسائل أولية داخل المجتمعات الصناعية؛ من أجل جمع المعلومات ومعالجتها ونشرها للأفراد والمؤسسات داخل تلك المجتمعات<sup>(42)</sup>.
- 4- تهدف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التأكيد على أن كلا من النمطين - الفردي والجماعي لاعتماد الأفراد على وسائل الإعلام- هي أكثر الأنماط المجتمعية شيوعًا في علاقة الأفراد بوسائل الإعلام.
- 5- كما تهدف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التأكيد على دور عديد من الأنظمة السياسية والتربوية والأسرية والاجتماعية التي هي مكملة للأنظمة الإعلامية في تحقيق أهداف التوجيه، والتعلم والفهم والتسلية للأفراد<sup>(43)</sup>.

تؤكد نظرية الاعتماد على أن وسائل الإعلام تهدف إلى التأكيد على دور التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية؛ كإحدى التأثيرات الناتجة عن اعتماد الفرد على وسائل الإعلام (44).

#### فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

وضع منظرو الاعتماد فرضيةً أساسيةً لهذه النظرية تقول: تزداد قدرة رسائل الوسائل الاتصالية في تحقيق مدى واسع من التأثيرات المعرفية، والعاطفية، والسلوكية عندما توفر أنظمة الوسائل الجماهيرية معلوماتٍ متميزة وأساسية، وتزداد هذه القدرة عندما يكون هناك درجة عالية من عدم الاستقرار الهيكلي في المجتمع؛ بسبب الصراع والتغيير، كما تفترض النظرية أن التأثير الخاص بتغيير ظروف المتلقين المعرفية والعاطفية والسلوكية يمكن أن يرتد بدوره لإحداث تغيير في كل من المجتمع والوسائل الجماهيرية (45).

وتفرعت عن هذه الفرضية فروض أخرى أهمها:

1- يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام عند وجود مشكلة الغموض الناتج عن تناقض المعلومات التي يتعرض لها الفرد، أو نقص المعلومات، أو عدم كفايتها، أو الصعوبة في تحديد التفسيرات الممكنة أو الصحيحة للأحداث.

2- يحدث اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام من خلال السعي إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي: الفهم، والتوجيه، والتسلية، وكلما زاد المجتمع تعقيداً زاد اتساع الأهداف الشخصية التي تتطلب الوصول إلى مصادر المعلومات عبر وسائل الإعلام.

3- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافاتهم في المصالح والأهداف والحاجات الفردية (46).

4- كلما زادت المجتمعات تعقيداً زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المختلفة (47).

نظرية الاعتماد كإستراتيجية بحثية في هذه الدراسة:

(استخدام النظرية في هذه الدراسة):

1- من خلال مفاهيم الاعتماد، قام البحث بدراسة المتغيرات الديموجرافية للجمهور، مثل: النوع، والحالة الاجتماعية والبيئة؛ حيث تؤكد النظرية على دور هذه المتغيرات.

2- فرضية النظرية التي ترى أن الجمهور يختلف في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافاته في المصالح والأهداف والحاجات الفردية. وقد تم قياس ذلك من خلال قياس الفروق بين المبحوثين.

3- تحققت الدراسة من عديد من أهداف النظرية مثل: الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أحياناً آثاراً قوية ومباشرة، وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما، وتم تحقيق هذا الهدف من خلال قياس اعتماد المراهقين في الحصول على المعلومات، وأثر ذلك على حالة الاعترا بالثقافة لديهم.

4- تحققت الدراسة من فرضية النظرية التي ترى أن اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام يحدث من خلال السعي إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي: الفهم، والتوجيه، والتسلية، وكلما زاد المجتمع تعقيداً زاد اتساع الأهداف الشخصية التي تتطلب الوصول إلى مصادر المعلومات عبر وسائل الإعلام، ولا شك أن كل هذه المتغيرات متحققة الآن في المجتمع.

#### خصائص عينة الدراسة:

جدول (1) يوضح وصف عينة الدراسة

إجمالي		المتغيرات	
%	ك		
50	150	ذكور	النوع
50	150	إناث	
100	300	جملة	التخصص
60	180	أدبي	
40	120	علمي	
100	300	جملة	الحالة الاجتماعية
59.3	178	أعزب	
40.7	122	متزوج	
100	300	جملة	الإقامة
75.3	226	مدينة	
13.3	40	قرية	
6.7	20	هجرة	
4.7	14	بادية	
100	300	جملة	

حرص الباحث على تساوي العينة من حيث النوع: نسبة 50% من أفراد العينة ذكور، ونسبة 50% منهم إناث، حيث لم يقف على إحصائيات دقيقة عن نسب الذكور والإناث، ومن حيث التخصص: نسبة 60% من أفراد العينة أدبي، ونسبة 40% منهم علمي، ومن حيث الحالة الاجتماعية: نسبة 59.3% من أفراد العينة عزاب، ونسبة 40.7% منهم متزوجون، ومن حيث الإقامة: نسبة 75.3% من أفراد العينة مقيمون بالمدينة، ونسبة 13.3% منهم مقيمون بالقرية، ونسبة 6.7% منهم مقيمون بالهجرة، ونسبة 4.7% منهم مقيمون بالبادية.

#### المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS " Statistical Package for the Social Science

وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية الآتية في تحليل بيانات الدراسة:

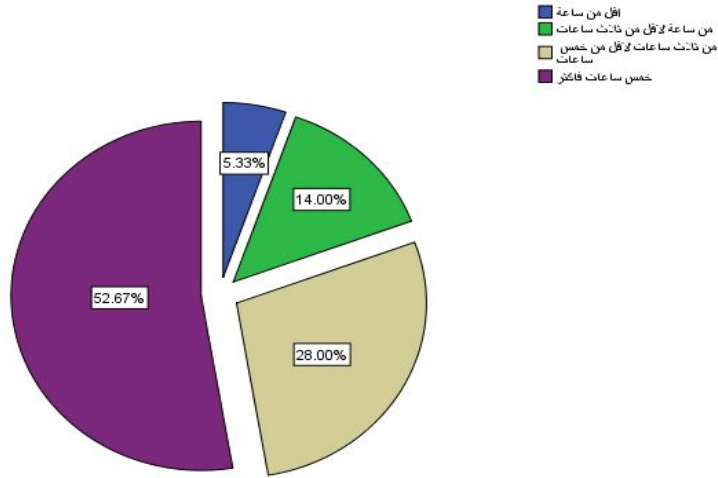
- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.
- اختبار كاي<sup>2</sup> ( Chi Square Test ) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal)
- اختبار ( T- Test ) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة ( Interval Or Ratio ).

#### 1- متوسط الوقت يوميًا على مواقع التواصل:

جدول (2) يوضح متوسط الوقت الذي يقضيه المبحوث يوميًا على مواقع التواصل

مستوى المعنوية د ح 3	كا 2	الإجمالي		متوسط الوقت الذي تقضيه يوميًا على مواقع التواصل
		ك	%	
0.001	153.867	16	5.3	أقل من ساعة
		42	14	من ساعة لأقل من ثلاث ساعات
		84	28	من ثلاث ساعات لأقل من خمس ساعات
		158	52.7	خمس ساعات فأكثر
		300	100	الجملة

متوسط الوقت الذي تقضيه يوميًا على مواقع التواصل



يتضح من الجدول السابق أن نسبة 52.8% من أفراد العينة يقضون يوميًا على مواقع التواصل الاجتماعي خمس ساعات فأكثر، ولا شك أن هذا يمثل حالة خاصة في استخدام هذه المواقع، مما سيكون له أبلغ الأثر في طبيعة المعلومات التي يحصلون عليها، ولا شك أن هذا يتوافق مع طبيعة الفترة، حسب نظرية الاعتماد من أن نسبة الاستخدام تزداد في وقت الأزمات، ونسبة 28% منهم يقضون يوميًا من ثلاث ساعات لأقل من خمس ساعات، ونسبة 14% منهم يقضون يوميًا من ساعة لأقل من ثلاث ساعات، ونسبة 5.3% منهم يقضون يوميًا أقل من ساعة.

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في متوسط الوقت الذي يقضونه يوميًا على مواقع التواصل، حيث كانت قيمة  $F = 242.000$  وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001، وارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يقضون يوميًا على مواقع التواصل الاجتماعي خمس ساعات فأكثر.



## 2- أهم مصادر الحصول على المعلومات عن وباء كورونا:

جدول (3) يوضح أهم المصادر التي تعتمد عليها العينة في الحصول على معلومات عن وباء كورونا

ن=300

الاتجاه	المتوسط المرجح	لا أستخدمة		أحياناً		دائماً		أهم المصادر التي تعتمد عليها في الحصول على معلومات عن وباء كورونا
		%	ك	%	ك	%	ك	
دائماً	2.42	6	18	46	138	48	144	مواقع التواصل الاجتماعي
دائماً	2.62	8.3	25	21.3	64	70.3	211	مواقع الوزارات والهيئات الرسمية
أحياناً	2.25	20.7	62	33.7	101	45.7	137	التلفزيون
لا أستخدمة	1.33	76.3	229	14.7	44	9	27	الصحف الورقية
أحياناً	1.72	49	147	30.3	91	20.7	62	الصحف الإلكترونية
لا أستخدمة	1.36	71.7	215	21	63	7.3	22	الراديو
أحياناً	1.99	23	69	54.3	163	22.7	68	الأهل
أحياناً	1.91	25.7	77	57	171	17.3	52	الأصدقاء
أحياناً	1.93	29.7	89	48	144	22.3	67	الرسائل الهاتفية

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة يعتمدون دائماً على المصادر الآتية في الحصول على معلومات عن وباء كورونا:

- مواقع الوزارات والهيئات الرسمية بمتوسط 2.62، ولا شك أن من خلال متابعة هذه المواقع، خاصة التابعة لوزارة الصحة، ووزارة الداخلية، قد نشطت بالفعل، وقدمت نشرات شبه يومية عن أعداد المصابين، وعن الإجراءات الاحترازية التي يجب الالتزام بها.

- مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط 2.42، أتت في المركز الثاني بمعدل زائد في الاستخدام عن كل الأوقات العادية.

ويعتمدون أحياناً على المصادر الآتية في الحصول على معلومات عن وباء كورونا:

- التلفزيون بمتوسط 2.25، وتؤكد جميع الشواهد والمقابلات الشخصية المباشرة التي قام بها الباحث مع عدد كبير من الطلاب تراجع التلفزيون كمصدر للمعلومات بين الشباب، وأن الشباب صاروا يفضلون مواقع التواصل، ومواقع الإنترنت في الحصول على المعلومات.

- الأهل بمتوسط 1.99 .

- الرسائل الهاتفية بمتوسط 1.93 .

- الأصدقاء بمتوسط 1.91 .

- الصحف الإلكترونية بمتوسط 1.72 .

وضعف الاعتماد على الوسائل السابقة يؤكد ضعف الاتصال الشخصي خلال هذه الفترة، وأن الشباب الجامعي لم يعتمد في حصوله على المعلومات على التواصل المباشر مع الأهل والأصدقاء، ويرجع ذلك للحظر الذي كان مفروضاً على الخروج والالتقاء خلال فترة الجائحة. ولا يعتمدون على المصادر الآتية في الحصول على معلومات عن وباء كورونا:

- الراديو بمتوسط 1.36 .

- الصحف الورقية بمتوسط 1.33 .

أكد كثير من الدراسات السابقة تلاشي دور الراديو، وضعف تأثيره بين فئات الشباب، وكذلك الصحف الورقية التي أعلن الشباب تقريباً وفاتها فيما بينهم، وهذا يدعو القائمين على هاتين الوسيلتين إلى اتباع طرق جديدة، والبحث عن أساليب جديدة للانتشار؛ ولا سيما بين الشباب.

3- أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها في الحصول على المعلومات عن كورونا:

جدول (4)

يوضح أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد العينة عليها في الحصول على المعلومات عن كورونا

مستوى المعنوية د ح 1	كا 2	الترتيب	إجمالي ن=300		أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها في الحصول على المعلومات عن كورونا
			ك	%	
0.001	128.053	1	248	82.7	1- تويتر
0.001	11.213	2	121	40.3	2- الانستجرام
0.001	120.333	5	55	18.3	3- الفيس بوك
0.001	23.520	3	108	36	4- سناب شات
0.001	30.720	4	102	34	5- الواتس آب
0.001	161.333	7	40	13.3	6- التليجرام
0.001	147.000	6	45	15	7- اليوتيوب
0.001	221.880	8	21	7	8- تيك توك
0.001	246.613	9	14	4.7	9- أخرى

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 82.7% من أفراد العينة يرون أن أهم مواقع

التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها في الحصول على المعلومات عن كورونا موقع "تويتر"، ونسبة 40.3% منهم يرون أنه موقع "الانستجرام"، ونسبة 36% منهم يرون أنه موقع "سناب شات"، ونسبة 34% منهم يرون أنه موقع "الفييس بوك".

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمدون عليها في الحصول على المعلومات عن كورونا، حيث كانت قيم <sup>2</sup>دالة عند مستوى دلالة 0.001. وتتفق هذه النتيجة مع كثير من الدراسات التي أُجريت على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين السعوديين، وتؤكد أن المملكة العربية السعودية تأتي في مقدمة الدول استخدامًا لهذه المواقع، وتؤكد الدراسات كذلك وجود نحو 15 مليون مستخدم للإنترنت في السعودية، وأنها تحتل المرتبة الخامسة عربيًا فيما يخص استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ويصل عدد مستخدمي موقع الفيس بوك في السعودية إلى نحو 6 ملايين مستخدم.

إن انعكاسات مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على العملية الاتصالية والإعلامية بكل مكوناتها: الباث والمتلقي، وكذلك الرسالة واضحة وجليّة؛ فمواقع التواصل الاجتماعي تحتل مع المواقع الإخبارية الإلكترونية المرتبة الثانية، كمصدر للأخبار لدى فئة الشباب في جُلّ بلدان العالم، بعد وسائل الإعلام التقليدية، وتشير إحصائيات سنة 2019م إلى أن عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يبلغ 4.474. مليار شخص، وأن مستخدمي فيسبوك قد تجاوز عددهم مليارين، يقضون أكثر من 40% من وقتهم في قراءة الأخبار والمعلومات وتبادلها، وبسبب أو بفضل مواقع التواصل الاجتماعي فقد انقلب نموذج الاتصال رأسًا على عقب، وتداخلت عناصره وتقاطعت مهامها وأهدافها، والشباب السعودي يستخدم "تويتر" أساسًا لاستقبال الأخبار والمعلومات ونشرها؛ بينما يلجئون إلى فيسبوك للتواصل والدرشة وربط العلاقات...، هذا الإقبال المكثف على موقع تويتر للحصول على المعلومات والأخبار، يقابله تراجع كبير في عدد قراء الصحف والمجلات، ونفور متزايد من وسائل الإعلام المسموعة والمرئية.

## 4- أهم الصفحات التي تتابع من أجل الحصول على معلومات عن كورونا:

جدول (5) يوضح أهم الصفحات التي تتابعها العينة من أجل الحصول على معلومات عن كورونا

مستوى المعنوية د ح <sup>1</sup>	2ك	الترتيب	إجمالي 300=ن		أهم الصفحات التي تتابعها من أجل الحصول على معلومات عن كورونا
			ك	%	
0.001	89.653	4	68	22.7	صفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي
0.001	103.253	1	238	79.3	صفحات الوزارات والمؤسسات
0.001	15.413	3	116	38.7	صفحات الأطباء
0.001	115.320	9	57	19	صفحات أساتذة الجامعات
0.01	9.720	2	123	41	صفحات الهيئات العالمية
0.001	130.680	7	51	17	صفحات أشخاص عاديين
0.001	110.413	5	59	19.7	صفحات الأهل والأصدقاء
0.001	182.520	8	33	11	صفحات أخرى

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 79.3% من أفراد العينة يرون أن أهم الصفحات التي يتابعونها من أجل الحصول على معلومات عن كورونا هي صفحات الوزارات والمؤسسات؛ حيث تبنت وزارات ودوائر محلية في الدولة وسائل التواصل الاجتماعي «تويتر وانستجرام وفيسبوك وقناة بلاك بيرري واللينكد ان» كطريقة سريعة لنشر الأخبار والتوعية والتحذير من بعض الشائعات التي يتم تناقلها من مصادر غير موثوقة، وأكد مسؤولون وقائمون على وسائل التواصل الاجتماعي أن الطفرة الحالية التي شهدتها هذه الوسائل بسبب التطور السريع في التقنيات الحديثة؛ مثل الأجهزة الذكية، اختصرت المسافات وسرعت عملية الوصول إلى شرائح المجتمع كافة.

لافتين إلى أن هذه الوسائل أصبح يستخدمها الصغير قبل الكبير من كلا الجنسين في مختلف أرجاء العالم؛ من أجل نشر الوعي الثقافى، وبناء جسور التواصل بين الناس بعضهم بعضاً، وبينهم وبين المسؤولين في شتى القطاعات<sup>(48)</sup>.

ونسبة 80.9% منهم يتابعونها من خلال صفحات الهيئات العالمية، ونسبة 38.7% منهم يتابعونها من خلال صفحات الأطباء، ونسبة 22.7% منهم يتابعونها من خلال صفحات

مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي.

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في أهم الصفحات التي يتابعونها من أجل الحصول على معلومات عن كورونا، حيث كانت قيم  $\chi^2$  دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.01.

5- أهم الموضوعات التي يحرص الشباب على متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (6) يوضح أهم الموضوعات التي تحرص العينة على متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي

ن=300

الاتجاه	المتوسط المرجح	لا أهتم		أحياناً		دائماً		أهم الموضوعات التي تحرص على متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي
		%	ك	%	ك	%	ك	
دائماً	2.87	1.3	4	10.3	31	88.3	265	آخر الإحصائيات لانتشار كورونا في بلدي
أحياناً	2.30	4.7	14	60.3	181	35	105	آخر الإحصائيات الخاصة بانتشار الوباء في دول العالم
دائماً	2.85	2	6	10.7	32	87.3	262	الإجراءات التي اتخذتها بلدي في مواجهة كورونا
أحياناً	2.08	12.3	37	67	201	20.7	62	الإجراءات التي اتخذتها الدول الأخرى في مواجهة كورونا
دائماً	2.80	2.3	7	15.3	46	82.3	247	أهم أعراض المرض وطرق الوقاية
دائماً	2.76	2.7	8	18.3	55	79	237	نصائح الأطباء في طرق الوقاية
أحياناً	2.06	24.7	74	44.7	134	30.7	92	التعليقات الدينية على الوباء من الدعاة أو من غيرهم
دائماً	2.84	3.7	11	8.7	26	87.7	263	الأخبار الرسمية للدولة
أحياناً	2.24	8	24	60.3	181	31.7	95	الأخبار العالمية
أحياناً	2.14	19	57	48.3	145	32.7	98	خطابات وبيانات قادة الدول
دائماً	2.37	6.3	19	50.3	151	43.3	130	أخبار عن جهود العلماء في الوصول إلى لقاح
دائماً	2.84	3	9	10.3	31	86.7	260	متابعة البيانات الرسمية لبلاي
دائماً	2.44	13	39	30	90	57	171	البيانات الخاصة بالتعليم

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة يحرصون دائمًا على متابعة الموضوعات الآتية في مواقع التواصل الاجتماعي:

- آخر الإحصائيات لانتشار كورونا في بلدي بمتوسط 2.87.
  - الإجراءات التي اتخذتها بلدي في مواجهة كورونا بمتوسط 2.85.
  - الأخبار الرسمية للدولة ومتابعة البيانات الرسمية لبلادي بمتوسط 2.84.
  - أهم أعراض المرض وطرق الوقاية بمتوسط 2.80.
  - نصائح الأطباء في طرق الوقاية بمتوسط 2.76.
  - أهم البيانات الخاصة بالتعليم بمتوسط 2.44.
  - أخبار عن جهود العلماء في الوصول إلى لقاح بمتوسط 2.37.
- ويحرصون أحيانًا على متابعة الموضوعات الآتية على متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي:

- آخر الإحصائيات الخاصة بانتشار الوباء في دول العالم بمتوسط 2.30.
- الأخبار العالمية بمتوسط 2.24.
- خطابات وبيانات قادة الدول بمتوسط 2.14.
- الإجراءات التي اتخذتها الدول الأخرى في مواجهة كورونا بمتوسط 2.08.
- التعليقات الدينية على الوباء من الدعاة أو من غيرهم بمتوسط 2.06.

وتتفق هذه الدراسة مع دراسة سمير محمود في تفوق المواقع العالمية في حجم اهتمامها بصحافة البيانات؛ من حيث عدد القصص المدفوعة بالبيانات حول فيروس كورونا، في مقابل تفوق المواقع العربية في توظيف الإنفوجرافيك والوسائط المتعددة في تناول الموضوع نفسه، وكشفت الدراسة عن تمتع المواقع العالمية بثراء معلوماتي ملحوظ في محتوى صحافة البيانات بها، ويرجع لاعتمادها على مصادر متخصصة من العلماء والباحثين والطواقم الطبية، ومراكز ومختبرات علمية متخصصة في الأمراض والأوبئة، مقابل الضعف المعلوماتي في المحتوى بالمواقع العربية؛ لاهتمامها بالمصادر الرسمية؛ بغض النظر عن التخصص الذي تفرضه طبيعة الموضوع، والقيود المتعلقة بالوصول لمصادر المعلومات عامة<sup>(49)</sup>.

## 6- طرق التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (7) يوضح طرق التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي

مستوى المعنوية د ح 1	كا 2	الترتيب	إجمالي ن=300		طرق التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي
			ك	%	
0.001	52.920	6	87	29	أقوم بعمل شير لما أقرؤه إلى صفحتي
0.001	41.813	4	94	31.3	أقوم بالتعليق على ما أقرؤه
0.001	15.413	2	116	38.7	أقوم بعمل إعجاب
0.01	9.720	1	177	59	أتصفح فقط
0.001	144.213	7	46	15.3	أنقل رابط ما أقرؤه في مواقع تواصل أخرى
0.001	49.613	5	89	29.7	أرسله إلى أصدقائي
0.001	22.413	3	109	36.3	أقوم بالتأكد من صحته بمقارنته بوسائل أخرى

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 59% من أفراد العينة يرون أن أهم طرق التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي التصفح فقط، ونسبة 38.7% منهم يقومون بعمل إعجاب، ونسبة 36.3% منهم يقومون بالتأكد من صحته بمقارنته بوسائل أخرى، ونسبة 31.3% منهم يقومون بالتعليق على ما يقرؤونه.

وفق دراسة لطفي الزيايدي (50): إن ما يميز بالأساس الميديا الاجتماعية عن وسائل الإعلام التقليدية؛ هو تفتحها على الجماهير على مستوى إنتاج المضامين ونشرها، في حين يقتصر دور جماهير وسائل الإعلام التقليدية على التلقي، ويرى "إيريك هاكمان" و"روجيه بروسي" Rogier Brussels & Érik Hekman أن: الفرد في مواقع التواصل الاجتماعي يؤدي أكثر من دور، وأن مستخدم الميديا الاجتماعية، بإمكانه تجاوز دور المتلقي وتقمص دور المنتج للمحتوى والمضمون؛ لكن هذا لا يعني أن كل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يسهمون في كل مراحل إنتاج المضامين ونشرها، فقد بينت دراستنا أن 17% من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي السعوديين يكتبون بتلقي المضامين المنشورة، و22% يعيدون نشرها، وأن 78% يسهمون في إنتاج المضامين والمحتويات التي يتلقونها، يبدو إذن أنه -خلافاً للنشاط الإعلامي الذي كان سائداً قبل ظهور الميديا الاجتماعية وانتشارها، الذي يكتفي فيه

الشخص ببث الرسائل والمضامين أو تلقيها - فإن نموذج "الإعلام الجديد" يشتمل على عدة أنشطة متنوعة، يمارس من خلالها المتلقي دورًا اتصاليًا "إعلاميًا"، وتواصلًا، يعبر من خلاله عن رأيه ومواقفه من المضامين التي يتلقاها، كما يمكن أن يعيد نشرها وتوزيعها، ويسهم كذلك في معظم الأوقات في إنتاج المضامين؛ فيتحول إلى قائم بالاتصال، هذه الأنشطة يمارسها البعض بمفردهم من حين لآخر، وكذلك مجموعات عديدة بصفة دورية ومتواترة (غرف الدردشة، والمجموعات الافتراضية، والمنتديات،...).

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في أهم طرق التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيم  $\chi^2$  دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.01. ويرجع ذلك وفق دراسة لطفي الزيايدي<sup>(51)</sup>: إلى أنه يتبين من خلال الدراسة الميدانية التي أجريتها، أن 90.7% من الشباب السعودي، يعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة إعلام، و76.5% منهم يستقون أخبارهم منها، وللحصول على الأخبار؛ لاحظنا أن 63% يفضلون الميديا الاجتماعية على وسائل الإعلام التقليدية، وكذلك الإلكترونية، إضافة إلى هذه التحولات على مستوى مصادر انتقاء الأخبار، ويسهم تعدد مصادر الأخبار وتنوعها في تنامي الغموض، ويصعب التمييز بين كل هذه المصادر الإلكترونية، التي تنشر، رغم اختلافها، مضامين متشابهة، وحتى وسائل الإعلام التقليدية اشتركت في هذا النشاط الإعلامي الإلكتروني، من خلال حضورها ونشاطها المكثف على الشبكة العنكبوتية، عبر نسخها ومواقعها الإلكترونية وصفحاتها الخاصة، وحساباتها على مواقع التواصل الاجتماعي، فاختلط التقليدي والحديث، وأدت هذه الأنشطة الاتصالية والإعلامية المتعددة والمتنوعة إلى زوال الحدود بين مختلف الوسائل الإعلامية، وجعل التمييز بينها مهمة صعبة ومعقدة".



7- مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات بعد انتشار وباء كورونا:

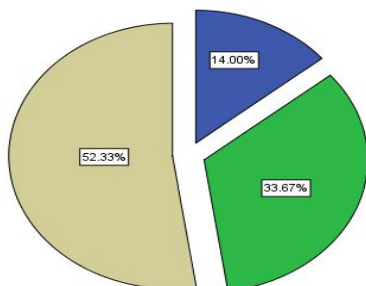
جدول (8)

يوضح مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات بعد انتشار وباء كورونا

مستوى المعنوية د ح 2	ك 2	الإجمالي		مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات بعد انتشار وباء كورونا
		%	ك	
0.001	66.140	52.3	157	نعم
		33.7	101	إلى حد ما
		14	42	لا
		100	300	الجملة

مدى زيادة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات بعد انتشار وباء كورونا

نعم  
إلى حد ما  
لا



يتضح من الجدول السابق أن نسبة 52.3% من أفراد العينة زاد اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات؛ بعد انتشار وباء كورونا، ونسبة 33.7% منهم زاد اعتمادهم إلى حد ما، ونسبة 14% منهم لم يزد اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات بعد انتشار وباء كورونا.

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات بعد انتشار وباء كورونا، حيث كانت قيمة  $\chi^2 = 66.140$  وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001، وارتفاع نسبة أفراد العينة الذين زاد اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات بعد انتشار وباء كورونا.

## 8- دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب السعودي :

جدول (9) دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب السعودي

مستوى المعنوية د ح1	كا2	الترتيب	إجمالي ن=258		الأسباب الدافعة لزيادة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي
			ك	%	
0.001	69.597	1	196	76	حتى أستطيع أن أقي نفسي وأسرتي
0.001	50.372	3	72	27.9	لوجود فراغ في الوقت نتيجة تعليق الدراسة
0.001	122.806	6	40	15.5	من باب التسلية وتمضية الوقت
0.001	15.876	2	161	62.4	الحصول على معلومات جديدة عن المرض
0.001	114.667	5	43	16.7	مشاركة الأصدقاء في الحديث
0.001	75.969	4	59	22.9	أشعر بصدق المعلومات فيها
0.001	167.690	7	25	9.7	من أجل متابعة دراستي العلمية
0.001	180.837	8	21	8.1	أخرى

يرى "تومسون وواين" Tomposon & Wayne أن لكل فرد مجموعة من الدوافع والحاجات تجعله يستجيب ويؤيد الرسالة الاتصالية، هذا إذا جاءت ولبت حاجاته ودوافعه، أو العكس، إذا جاءت غير متوافقة مع حاجاته ودوافعه، وهذا يفسر التباين في السلوك الاتصالي للأفراد الذي يتمثل في مظاهر استخدام وسائل الإعلام المختلفة؛ نتيجة لاختلاف الدوافع عند كل منهم<sup>(52)</sup> وتغيرها بتغيير الزمن، والأدوار والمواقع والثقافات الاجتماعية<sup>(53)</sup>.

والدوافع مفهوم بسيط، ومعقد في الوقت نفسه، فهو بسيط من حيث إن دفع الفرد يتم عن طريق جعل سلوك معين منه مكافأة بإشباع حاجة معينة، أو عدة حاجات من حاجات، وذلك بواسطة إعطاء مكافأة لذلك، تتمثل في إجراء ترقية... إلخ.

ويتضح من الجدول السابق أن نسبة 76% من أفراد العينة زاد اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي، حتى يستطيعوا أن يقوا أنفسهم وأسرتهم، ونسبة 62.4% منهم زاد اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي؛ للحصول على معلومات جديدة عن المرض، ونسبة 27.9% منهم زاد اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي لوجود فراغ في الوقت؛ نتيجة تعليق الدراسة، ونسبة 21.9% منهم زاد اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي لشعورهم

بصدق المعلومات فيها .

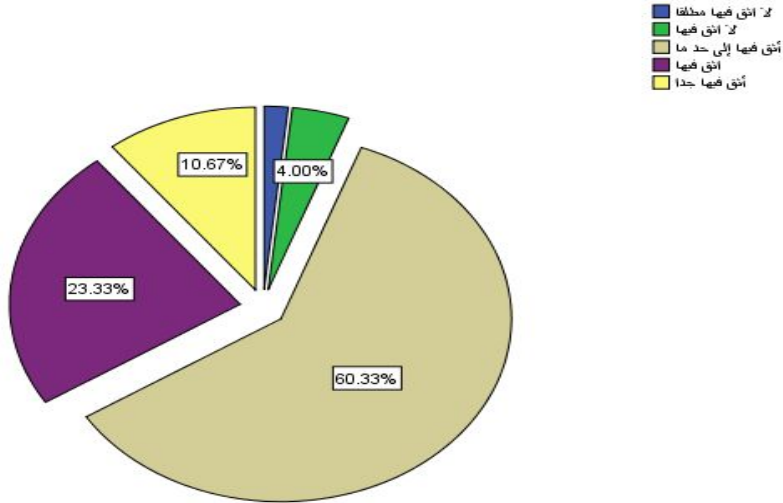
كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في الأسباب الدافعة لزيادة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيم  $\chi^2$  دالة عند مستوى دلالة 0.001.

9- مدى الثقة في المعلومات المُقدَّمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (10) يوضح مدى الثقة في المعلومات المقدمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي

مستوى المعنوية د ح 4	كا 2	الإجمالي		مدى الثقة في المعلومات المقدمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي
		ك	%	
0.001	347.567	32	10.7	أثق فيها جدًا
		70	23.3	أثق فيها
		181	60.3	أثق فيها إلى حد ما
		12	4	لا أثق فيها
		5	1.7	لا أثق فيها مطلقًا
		400	100	ن

مدى الثقة في المعلومات المقدمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي



يتضح من الجدول السابق أن نسبة 10.7% من أفراد العينة يثقون جدًا في المعلومات المقدمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، ونسبة 23.3% منهم يثقون فيها، ونسبة 60.3% منهم يثقون فيها إلى حد ما، ونسبة 4% منهم لا يثقون فيها، ونسبة 1.7% منهم لا يثقون فيها مطلقًا.

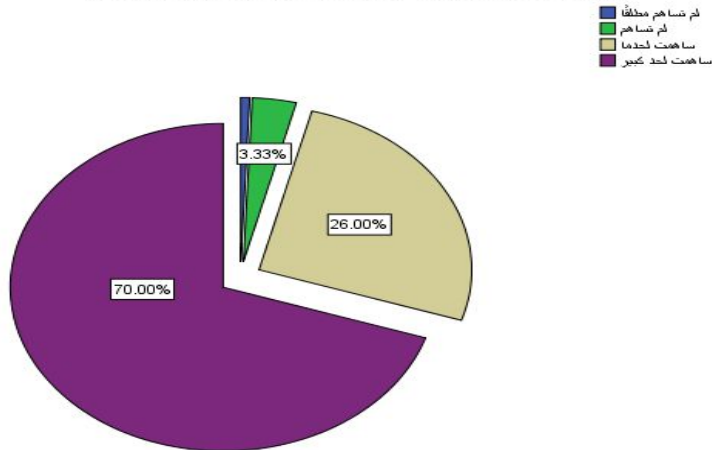
كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مدى الثقة في المعلومات المقدمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة  $\chi^2 = 347.567$  وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001، بارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يثقون في المعلومات المقدمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.

### 10- درجة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بمرض كورونا:

جدول (11) يوضح درجة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بمرض كورونا

مستوى المعنوية د ح <sup>3</sup>	ك <sup>2</sup>	الإجمالي		درجة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بمرض كورونا
		ك	%	
0.001	370.507	210	70	أسهمت لحد كبير
		78	26	أسهمت لحد ما
		10	3.3	لم تسهم
		2	0.7	لم تسهم مطلقًا
		300	100	الجملة

درجة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بمرض كورونا



يتضح من الجدول السابق أن نسبة 70% من أفراد العينة يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت إلى حد كبير في التوعية بمرض كورونا، ونسبة 26% منهم يرون أنها أسهمت إلى حد ما، ونسبة 3.3% منهم يرون أنها لم تسهم، ونسبة 0.7% منهم يرون أنها لم تسهم مطلقاً.

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في درجة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بمرض كورونا، حيث كانت قيمة  $\chi^2 = 370.507$ ، وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001، بارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت إلى حد كبير في التوعية بمرض كورونا.

#### 11- التوقع لهذا الوباء في ظل متابعة المعلومات عن وباء كورونا:

جدول (12) يوضح التوقع لهذا الوباء في ظل متابعة المعلومات عن وباء كورونا

الدلالة دح 1	كا 2	الترتيب	إجمالي ن=288		التوقع لهذا الوباء في ظل متابعة المعلومات عن وباء كورونا
			ك	%	
0.001	30.720	1	198	66	السيطرة التامة عليه قريباً
0.001	110.410	4	59	19.7	السيطرة عليه ولكن بعد فترة طويلة
0.001	43.320	2	93	31	أتوقع أن يؤدي إلى تغييرات عالمية هائلة
0.001	152.653	7	43	14.3	أتوقع أن يتسبب في عدد كبير من الوفيات
0.001	73.013	3	76	25.3	أتوقع التوصل للقاح قريباً جداً
0.001	133.333	5	50	16.7	أتوقع أن يتسبب في كساد اقتصادي كبير
0.001	176.333	8	35	11.7	أتوقع ألا تضار منه بلادي
0.001	136.013	6	49	16.3	أتوقع أن البلاد المتقدمة سوف تتجو منه لكن الدول النامية سوف تضار منه
0.001	265.080	9	9	3	أخرى

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 66% من أفراد العينة يتوقعون لهذا الوباء - في ظل متابعة المعلومات عن وباء كورونا- السيطرة التامة عليه قريباً، ونسبة 31% منهم يتوقعون أن يؤدي إلى تغييرات عالمية هائلة، ونسبة 25.3% منهم يتوقعون التوصل للقاح قريباً جداً، ونسبة 19.7% منهم يتوقعون السيطرة عليه؛ ولكن بعد فترة طويلة.

ولا شك أن توقعات الشباب السعودي تماشت لحد كبير مع ما كانت تثيره وتشره وسائل الإعلام، ولا شك أن هذا يمثل أحد أهم تأثيرات وسائل الإعلام، وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي؛ من حيث قدرتها على ترتيب أولويات الجمهور. كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في التوقع لهذا الوباء في ظل متابعة المعلومات عن وباء كورونا، حيث كانت قيم  $t$  دالة عند مستوى دلالة 0.001.

اختبارات فروض الدراسة:

1- هناك علاقة ارتباط دالة إحصائية بين دوافع الشباب الجامعي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ومدى تفاعلهم مع هذه المواقع.

جدول (25) يوضح العلاقة بين دوافع الشباب الجامعي لاستخدام مواقع التواصل

الاجتماعي كمصدر للمعلومات ومدى تفاعلهم مع هذه المواقع

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
دوافع الشباب الجامعي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي	2.4	1,293	0.184***	طردي	ضعيف	0.01
مدى تفاعلهم مع هذه المواقع	2.4	1,460				

يتضح من الجدول السابق:

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين دوافع الشباب الجامعي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، ومدى تفاعلهم مع هذه المواقع، حيث كانت ( $r > 0.3$ ) وهي دالة عند مستوى 0.01. أي: إنه كلما زادت دوافع الشباب الجامعي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات زاد تفاعلهم مع هذه المواقع. ومما سبق يتضح تحقق الفرض الخامس كلياً.

2- هناك علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين دوافع الشباب الجامعي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، ومدى الثقة في المعلومات المقدمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (26) يوضح العلاقة بين دوافع الشباب الجامعي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ومدى الثقة في المعلومات المقدمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
دوافع الشباب الجامعي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي	2.4	1.293	**0.214	طردي	ضعيف	0.01
مدى الثقة في المعلومات المقدمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي	3.4	0.793				

يتضح من الجدول السابق:

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين دوافع الشباب الجامعي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، ومدى الثقة في المعلومات المقدمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت ( $r > 0.3$ ) وهي دالة عند مستوى 0.01. أي: إنه كلما زادت الثقة في المعلومات المقدمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي زادت دوافع الشباب الجامعي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات.

ومما سبق يتضح تحقق الفرض السادس جزئياً، حيث وإن كانت هناك علاقة إلا أنها ضعيفة، وهذا وفق ما يؤكد بعض الباحثين، يؤكد على أن وجود العلاقة لا يعني السببية.

3- هناك علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين الثقة في المعلومات المقدمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي وزيادة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات.

جدول (27) يوضح العلاقة بين الثقة في المعلومات المقدمة عن طريق مواقع التواصل

الاجتماعي وزيادة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
مدى الثقة في المعلومات المقدمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي	3.4	0.793	**0.323	طردي	متوسط	0.01
زيادة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات	2.4	0.719				

يتضح من الجدول السابق:

- وجود علاقة طردية متوسطة بين الثقة في المعلومات المقدمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي وزيادة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات؛ حيث كانت ( $0.3 > r > 0.7$ ) وهي دالة عند مستوى 0.01. أي: إنه كلما زادت الثقة في المعلومات المقدمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي زاد الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات.

ومما سبق يتضح تحقق السابع بدرجة متوسطة وفق وجود هذه العلاقة.

4- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي في أهم المصادر التي يعتمد عليها في الحصول على معلومات عن وباء كورونا؛ تبعاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع - البيئة - الحالة الاجتماعية).

(أ) - الفروق بين الذكور والإناث في أهم المصادر التي يعتمدون عليها في الحصول على معلومات عن وباء كورونا:

جدول (13) يوضح الفروق بين الذكور والإناث في أهم المصادر التي يعتمدون عليها في الحصول على

معلومات عن وباء كورونا

إناث ن=150			ذكور ن=150			العبرة
الاتجاه	المتوسط المرجح	عدد النقاط	الاتجاه	المتوسط المرجح	عدد النقاط	
دائماً	2.37	355	دائماً	2.47	371	مواقع التواصل الاجتماعي
دائماً	2.76	414	دائماً	2.48	32	مواقع الوزارات والهيئات الرسمية
أحياناً	2.16	324	دائماً	2.34	351	التلفزيون
لا أستخدمة	1.17	175	لا أستخدمة	1.49	223	الصحف الورقية
أحياناً	1.75	262	أحياناً	1.69	253	الصحف الإلكترونية
لا أستخدمة	1.29	194	لا أستخدمة	1.42	213	الراديو
أحياناً	2.01	301	أحياناً	1.99	298	الأهل
أحياناً	1.87	281	أحياناً	1.96	294	الأصدقاء
أحياناً	1.90	285	أحياناً	1.95	293	الرسائل الهاتفية



يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة الذكور يعتمدون دائماً على المصادر الآتية في الحصول على معلومات عن وباء كورونا؛ وفق الجدول التكراري:

- مواقع الوزارات والهيئات الرسمية بمتوسط 2.48.

- مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط 2.47.

وهذا يتوافق مع النتيجة السابقة التي أكدت أن مواقع التواصل الاجتماعي تصدر كل وسائل الإعلام كمصدر للحصول على معلومات؛ خاصة فيما يخص كورونا، وأتي التلفزيون بمتوسط 2.34، وقد أكدت كل الدراسات على تراجع الوسائل التقليدية من بينها التلفزيون كمصدر للحصول على معلومات، وأن الشباب السعودي يعتمدون أحياناً على المصادر الآتية في الحصول على معلومات عن وباء كورونا:

- الأهل بمتوسط 1.99.

- الأصدقاء بمتوسط 1.96.

- الرسائل الهاتفية بمتوسط 1.95.

- الصحف الإلكترونية بمتوسط 1.69.

ولا يعتمدون على المصادر الآتية في الحصول على معلومات عن وباء كورونا:

- الراديو بمتوسط 1.49، الذي تراجع دوره إلى حد بعيد؛ بل وتلاشى تماماً بين أوساط الشباب السعودي، مما يدعو القائمين على هذه الوسيلة للنظر في استخدام منصات للراديو عبر هذه المواقع بدلاً من طرق البث التقليدية.

- الصحف الورقية بمتوسط 1.42، تكاد الدراسة تجزم بعدم استخدام هذه الوسيلة بين أوساط الشباب.

كما يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة من الإناث يعتمدن دائماً على المصادر الآتية في الحصول على معلومات عن وباء كورونا:

- مواقع الوزارات والهيئات الرسمية بمتوسط 2.76.

ويعتبر هذا أهم الفروق بين الذكور والإناث، ويرجع ذلك للطبيعة الأنثوية التي تحظى الوسائل الوطنية بثقة أكبر.

- مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط 2.37.

ويعتمدن أحياناً على المصادر الآتية في الحصول على معلومات عن وباء كورونا:

- التلفزيون بمتوسط 2.16.

- الأهل بمتوسط 2.01.

- الرسائل الهاتفية بمتوسط 1.90.

- الأصدقاء بمتوسط 1.87 .
- الصحف الإلكترونية بمتوسط 1.75 .
- ولا يعتمدن على المصادر الآتية في الحصول على معلومات عن وباء كورونا - ولعل هناك توافق تام في تجاهل هاتين الوسيلتين
- الراديو بمتوسط 1.29 .
- الصحف الورقية بمتوسط 1.17 .

(ب)- الفروق بين المقيمين بالمدينة والقرية في أهم المصادر التي يعتمد عليها في الحصول على معلومات عن وباء كورونا:

جدول (14) يوضح الفروق بين المقيمين بالمدينة والقرية في أهم المصادر التي يعتمدون عليها في الحصول على معلومات عن وباء كورونا

القرية ن=100			المدينة ن=200			العبرة
الاتجاه	المتوسط المرجح	عدد النقاط	الاتجاه	المتوسط المرجح	عدد النقاط	
دائمًا	2.44	244	دائمًا	2.41	482	مواقع التواصل الاجتماعي
دائمًا	2.51	251	دائمًا	2.68	535	مواقع الوزارات والهيئات الرسمية
أحيانًا	2.32	232	أحيانًا	2.22	443	التلفزيون
لا أستخذه	1.37	137	لا أستخذه	1.31	261	الصحف الورقية
لا أستخذه	1.57	157	أحيانًا	1.79	358	الصحف الإلكترونية
لا أستخذه	1.49	149	لا أستخذه	1.29	258	الراديو
أحيانًا	2.08	208	أحيانًا	1.96	391	الأهل
أحيانًا	1.94	194	أحيانًا	1.91	381	الأصدقاء
أحيانًا	1.82	182	أحيانًا	1.98	396	الرسائل الهاتفية

أكدت الدراسات والنظريات على وجود علاقة جدلية وتأثير متبادل بين البيئة العمرانية (الحضرية) والسلوك الإنساني؛ فالبيئة الحضرية المكونة من شوارع ومبانٍ ومساحات مفتوحة، تعد جزءًا من البيئة المحبطة؛ تأتي تلبية لمتطلبات الإنسان والمجتمع، وتمثل انعكاسًا لأفكاره وثقافته ومعتقداته وقيمه، وهي بدورها تؤثر على تصرفاته وردود أفعاله، كما قد يصل هذا التأثير إلى صحته وإصابته بالأمراض، ويتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة

المقيمين بالمدينة يعتمدون دائماً على المصادر الآتية في الحصول على معلومات عن وباء كورونا:

- مواقع الوزارات والهيئات الرسمية بمتوسط 2.68.
- مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط 2.41.
- ويعتمدون أحياناً على المصادر الآتية في الحصول على معلومات عن وباء كورونا:
  - التلفزيون بمتوسط 2.22.
  - الرسائل الهاتفية بمتوسط 1.98 .
  - الأهل بمتوسط 1.96 .
  - الأصدقاء بمتوسط 1.91 .
  - الصحف الإلكترونية بمتوسط 1.79 .
- ولا يعتمدون على المصادر الآتية في الحصول على معلومات عن وباء كورونا:
  - الراديو بمتوسط 1.31 .
  - الصحف الورقية بمتوسط 1.29 .
- ويتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة المقيمين بالقرية يعتمدون دائماً على المصادر الآتية في الحصول على معلومات عن وباء كورونا:
  - مواقع الوزارات والهيئات الرسمية بمتوسط 2.51.
  - مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط 2.44.
  - ويعتمدون أحياناً على المصادر الآتية في الحصول على معلومات عن وباء كورونا:
    - التلفزيون بمتوسط 2.32.
    - الأهل بمتوسط 2.08 .
    - الأصدقاء بمتوسط 1.94 .
    - الرسائل الهاتفية بمتوسط 1.82 .
  - ولا يعتمدون على المصادر الآتية في الحصول على معلومات عن وباء كورونا:
    - الصحف الإلكترونية بمتوسط 1.57 .
    - الراديو بمتوسط 1.49 .
    - الصحف الورقية بمتوسط 1.37 .

## (ج)- الفروق بين العزاب والمتزوجين في أهم المصادر التي يعتمد عليها في الحصول على

معلومات عن وباء كورونا:

جدول (15) يوضح الفروق بين العزاب والمتزوجين في أهم المصادر التي يعتمد عليها في

الحصول على معلومات عن وباء كورونا

متزوج ن=122			أعزب ن=178			العبرة
الاتجاه	المتوسط المرجح	عدد النقاط	الاتجاه	المتوسط المرجح	عدد النقاط	
دائمًا	2.37	289	دائمًا	2.46	437	مواقع التواصل الاجتماعي
دائمًا	2.45	299	دائمًا	2.74	487	مواقع الوزارات والهيئات الرسمية
أحيانًا	2.28	278	أحيانًا	2.23	397	التلفزيون
لا أستخدمة	1.34	164	لا أستخدمة	1.31	234	الصحف الورقية
أحيانًا	1.56	191	أحيانًا	1.82	324	الصحف الإلكترونية
لا أستخدمة	1.31	160	لا أستخدمة	1.39	247	الراديو
أحيانًا	1.94	237	أحيانًا	2.03	362	الأهل
أحيانًا	1.83	223	أحيانًا	1.97	352	الأصدقاء
أحيانًا	1.82	222	أحيانًا	2.00	356	الرسائل الهاتفية

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة العزاب يعتمدون دائمًا على المصادر الآتية في

الحصول على معلومات عن وباء كورونا:

- مواقع الوزارات والهيئات الرسمية بمتوسط 2.74.
- مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط 2.46.
- ويعتمدون أحيانًا على المصادر الآتية في الحصول على معلومات عن وباء كورونا:
- التلفزيون بمتوسط 2.23.
- الأهل بمتوسط 2.03.
- الرسائل الهاتفية بمتوسط 2.00.
- الأصدقاء بمتوسط 1.97.
- الصحف الإلكترونية بمتوسط 1.82.
- ولا يعتمدون على المصادر الآتية في الحصول على معلومات عن وباء كورونا:

- الراديو بمتوسط 1.39 .
  - الصحف الورقية بمتوسط 1.31 .
- كما يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة المتزوجين يعتمدون دائماً على المصادر الآتية في الحصول على معلومات عن وباء كورونا:
- مواقع الوزارات والهيئات الرسمية بمتوسط 2.45 .
  - مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط 2.37 .
- ويعتمدون أحياناً على المصادر الآتية في الحصول على معلومات عن وباء كورونا:
- التلفزيون بمتوسط 2.28 .
  - الأهل بمتوسط 1.94 .
  - الرسائل الهاتفية بمتوسط 1.82 .
  - الأصدقاء بمتوسط 1.83 .
- ولا يعتمدون على المصادر الآتية في الحصول على معلومات عن وباء كورونا:
- الصحف الإلكترونية بمتوسط 1.56 .
  - الصحف الورقية بمتوسط 1.34 .
  - الراديو بمتوسط 1.31 .
- مما سبق يتضح تحقق الفرض الأول كلياً، وهو أن المتغيرات الديموجرافية (النوع، والبيئة، والحالة الاجتماعية) قد لعبت دوراً كبيراً في طبيعة المصادر التي اعتمدت عليها عينة الدراسة في الحصول على المعلومات.

5- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي في دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي؛ تبعاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع - البيئة - الحالة الاجتماعية).

(أ)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (16) يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث في دوافع التعرض لمواقع

التواصل الاجتماعي

المتغير	الجنس	ذكور (ن=127)		إناث (ن=131)		ت	الدلالة د.ج 256
		م	ع	م	ع		
دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي		2.3	1.113	2.5	1.448	-0.743	0.458 غير دالة

يتضح من الجدول السابق:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى دلالة 0.05، ويرجع ذلك إلى حالة الحشد الاجتماعي والأسري خلف قضية لاقت تغطية كبيرة، وأثرت تأثيرات واسعة بشكل ملموس على حياة الأفراد جميعاً، لم تفرق فيها بين الذكور والإناث؛ وعليه فقد كانت الدافعية قوية لدى جميع فئات المجتمع لمتابعة هذا الموضوع المهم الذي صار يهدد حياة الأفراد والأسر.

(ب)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المقيمين بالمدينة والمقيمين بالقرية في دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (17) يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات بين المقيمين بالمدينة والمقيمين

بالقرية في دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	البيئة	مدينة (ن=177)		قرية (ن=81)		ت	الدلالة د.ج 256
		م	ع	م	ع		
دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي		2.3	1.175	2.7	1.492	-2.226	0.05

يتضح من الجدول السابق:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المقيمين بالمدينة والمقيمين بالقرية في دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي لصالح المقيمين بالقرية، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى دلالة 0.05.

تعتبر هذه النتيجة غير متوقعة، وعكس توقعات الدراسة؛ حيث إن الدراسة توقعت وافترضت تفوق البيئة الحضرية في الدافعية لقضية كورونا، وربما يرجع السبب هنا في المجتمع السعودي لطبيعة القرى وما يتوافر فيها من مزايا حضارية بحيث صارت تحاكي لحد كبير المجتمعات الحضرية؛ مما يجعل أبنائها في حالة تنافسية في الشغف المعرفي مع أبناء المدينة.

(ج)- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العزاب والمتزوجين في دوافع التعرض لمواقع

التواصل الاجتماعي.

جدول (18) يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات العزاب والمتزوجين في دوافع التعرض

لمواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة د.ح 256	ت	متزوج (ن=102)		أعزب (ن=156)		البيئة المتغير
		ع	م	ع	م	
0.839 غير دالة	-0.203	1.478	2.4	1.160	2.4	دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من الجدول السابق:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات العزاب والمتزوجين في دوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى دلالة 0.05.

ولم يؤثر النوع أو البيئة في كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي، وذلك لما أسلفنا من وجود تقارب بين القرية والمدينة، وبين الذكور والإناث في كثير من المعطيات الحياتية التي جعلت هناك حالة من التساوي في كثير من الأمور، وأن النظرة الأولى للمجتمع السعودي من حيث كونه مجتمعاً ذكورياً نظرة سطحية إلى حد كبير؛ إذ إن المرأة والفتاة السعودية -بما منحه ولي الأمر- قد أخذت كثيراً من الوضعية الملائمة لها في المجتمع، من حيث التعليم والثقافة وغيرها.

وتتنفق هذه النتيجة مع دراسة محمود أحمد لطفي السيد، وهاجر شعبان سعداوي (54)، حيث أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في معدل الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي، وأن من أهم دوافع استخدام النخبة عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي أن الشبكات الاجتماعية مصدر مهم للمعلومات عن القضايا المختلفة.

وقد اختلفت عن دراسة مصطفى الجزيري، ومحمود لطفي، ونوره عبد الله (55) التي

أكدت أن الشبكات الاجتماعية مصدر معلوماتي مهم، تعتمد عليه المرأة الصعيدية في استنباط المعلومات ومتابعة الأخبار والأحداث حول المرشحين للانتخابات الرئاسية 2012م، وبرامجهم الانتخابي، ويرجع هذا لعاملين أساسيين هما: طبيعة الفترة التي أجريت فيها الدراسة، وطبيعة الجمهور ومكوناته الثقافية.

ومما سبق، يتضح تحقق الفرض الثاني جزئياً، وأن العناصر الديموجرافية لم تلعب دوراً كبيراً في دافعية الأفراد نحو متابعة قضية كورونا.

6- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب في الموضوعات التي يتابعونها عن كورونا وفق المتغيرات الديموجرافية (النوع - البيئة - الحالة الاجتماعية).

(أ) - الفروق بين الذكور والإناث في الموضوعات التي يتابعونها عن كورونا:

جدول (19) يوضح الفروق بين الذكور والإناث في الموضوعات التي يتابعونها عن كورونا

إناث ن=150		ذكور ن=150		العبرة
الاتجاه	المتوسط المرجح	الاتجاه	المتوسط المرجح	
دائماً	2.87	دائماً	2.87	آخر الإحصائيات لانتشار كورونا في بلدي
أحياناً	2.33	أحياناً	2.28	آخر الإحصائيات الخاصة بانتشار الوباء في دول العالم
دائماً	2.88	دائماً	2.83	الإجراءات التي اتخذتها بلدي في مواجهة كورونا
أحياناً	2.15	أحياناً	2.01	الإجراءات التي اتخذتها الدول الأخرى في مواجهة كورونا
دائماً	2.76	دائماً	2.84	أهم أعراض المرض وطرق الوقاية
دائماً	2.74	دائماً	2.79	نصائح الأطباء في طرق الوقاية
أحياناً	2.15	أحياناً	1.97	التعليقات الدينية على الوباء من الدعاة أو من غيرهم
دائماً	2.82	دائماً	2.86	الأخبار الرسمية للدولة
أحياناً	2.29	أحياناً	2.18	الأخبار العالمية
أحياناً	2.13	أحياناً	2.14	خطابات وبيانات قادة الدول
دائماً	2.46	أحياناً	2.28	أخبار عن جهود العلماء في الوصول إلى لقاح
دائماً	2.79	دائماً	2.89	متابعة البيانات الرسمية لبلادي
دائماً	2.51	دائماً	2.37	البيانات الخاصة بالتعليم

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة الذكور يحرصون دائماً على متابعة



الموضوعات الآتية على متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي:

- متابعة البيانات الرسمية لبلادي بمتوسط 2.89.
  - آخر الإحصائيات لانتشار كورونا في بلدي بمتوسط 2.87.
  - الأخبار الرسمية للدولة وبمتوسط 2.86.
  - أهم أعراض المرض وطرق الوقاية بمتوسط 2.84.
  - الإجراءات التي اتخذتها بلدي في مواجهة كورونا بمتوسط 2.83.
  - نصائح الأطباء في طرق الوقاية بمتوسط 2.79.
  - البيانات الخاصة بالتعليم بمتوسط 2.37.
- ويتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة الإناث يحرصن دائمًا على متابعة الموضوعات الآتية على متابعتها في مواقع التواصل الاجتماعي:
- الإجراءات التي اتخذتها بلدي في مواجهة كورونا بمتوسط 2.88.
- وهو يعني أن الإناث الأكثر حرصًا على التعرف على كيفية السلامة من هذا الفيروس، ولا شك أن هذا يتوافق مع طبيعة الأنثى العاطفية، الحريصة على سلامة أسرتها.
- آخر الإحصائيات لانتشار كورونا في بلدي بمتوسط 2.87.
  - الأخبار الرسمية للدولة وبمتوسط 2.82.
  - متابعة البيانات الرسمية لبلادي بمتوسط 2.79.
  - أهم أعراض المرض وطرق الوقاية بمتوسط 2.76.
  - نصائح الأطباء في طرق الوقاية بمتوسط 2.74.
  - البيانات الخاصة بالتعليم بمتوسط 2.51.

(ب)- الفروق بين المقيمين بالمدينة والقرية في أهم الموضوعات التي يتابعونها عن كورونا:

جدول (20) يوضح الفروق بين المقيمين بالمدينة والقرية في الموضوعات التي يتابعونها عن كورونا

القرية ن=100		المدينة ن=200		العبارة		
الاتجاه	المتوسط المرجح	عدد النقاط	الاتجاه		المتوسط المرجح	عدد النقاط
دائمًا	2.93	293	دائمًا	2.84	568	آخر الإحصائيات لانتشار كورونا في بلدي
دائمًا	2.27	227	دائمًا	2.32	464	آخر الإحصائيات الخاصة بانتشار الوباء في دول العالم
دائمًا	2.87	287	دائمًا	2.85	569	الإجراءات التي اتخذتها بلدي في مواجهة كورونا
أحيانًا	1.97	197	أحيانًا	2.14	428	الإجراءات التي اتخذتها الدول الأخرى في مواجهة كورونا
دائمًا	2.86	286	دائمًا	2.77	554	أهم أعراض المرض وطرق الوقاية
دائمًا	2.78	278	دائمًا	2.76	551	نصائح الأطباء في طرق الوقاية
أحيانًا	2.06	206	أحيانًا	2.06	412	التعليقات الدينية على الوباء من الدعاة أو من غيرهم
دائمًا	2.87	287	دائمًا	2.83	565	الأخبار الرسمية للدولة
أحيانًا	2.24	224	أحيانًا	2.24	447	الأخبار العالمية
أحيانًا	2.10	210	أحيانًا	2.16	431	خطابات وبيانات قادة الدول
أحيانًا	2.27	227	دائمًا	2.42	484	أخبار عن جهود العلماء في الوصول إلى لقاح
دائمًا	2.89	289	دائمًا	2.81	562	متابعة البيانات الرسمية لبلادي
أحيانًا	2.29	229	دائمًا	2.52	502	البيانات الخاصة بالتعليم

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة المقيمين بالمدينة يحرصون دائمًا على متابعة الموضوعات الآتية في مواقع التواصل الاجتماعي:

- الإجراءات التي اتخذتها بلدي في مواجهة كورونا بمتوسط 2.85.
- آخر الإحصائيات لانتشار كورونا في بلدي بمتوسط 2.84.
- الأخبار الرسمية للدولة وبمتوسط 2.83.
- متابعة البيانات الرسمية لبلادي بمتوسط 2.81.
- أهم أعراض المرض وطرق الوقاية بمتوسط 2.77.
- نصائح الأطباء في طرق الوقاية بمتوسط 2.76.

- البيانات الخاصة بالتعليم بمتوسط 2.52.
- أخبار عن جهود العلماء في الوصول إلى لقاح بمتوسط 2.42.
- ويتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة المقيمين بالقرية يحرصون دائماً على متابعة الموضوعات الآتية في مواقع التواصل الاجتماعي:
- آخر الإحصائيات لانتشار كورونا في بلدي بمتوسط 2.93.
- متابعة البيانات الرسمية لبلادي بمتوسط 2.89.
- الإجراءات التي اتخذتها بلدي في مواجهة كورونا والأخبار الرسمية للدولة بمتوسط 2.87.
- أهم أعراض المرض وطرق الوقاية بمتوسط 2.86. ، - نصائح الأطباء في طرق الوقاية بمتوسط 2.78.

(ج)- الفروق بين العزاب والمتزوجين في الموضوعات التي يتابعونها عن كورونا:  
جدول (21) يوضح الفروق بين العزاب والمتزوجين في الموضوعات التي يتابعونها عن كورونا

متزوج ن=122			أعزب ن=178			العبارة
الاتجاه	المتوسط المرجح	عدد النقاط	الاتجاه	المتوسط المرجح	عدد النقاط	
دائماً	2.78	339	دائماً	2.93	522	آخر الإحصائيات لانتشار كورونا في بلدي
أحياناً	2.27	277	أحياناً	2.33	414	آخر الإحصائيات الخاصة بانتشار الوباء في دول العالم
دائماً	2.77	338	دائماً	2.91	518	الإجراءات التي اتخذتها بلدي في مواجهة كورونا
أحياناً	2.00	244	أحياناً	2.14	381	الإجراءات التي اتخذتها الدول الأخرى في مواجهة كورونا
دائماً	2.76	337	دائماً	2.83	503	أهم أعراض المرض وطرق الوقاية
دائماً	2.70	330	دائماً	2.80	499	نصائح الأطباء في طرق الوقاية
أحياناً	2.14	261	أحياناً	2.01	357	التعليقات الدينية على الوباء من الدعاة أو من غيرهم
دائماً	2.75	335	دائماً	2.90	517	الأخبار الرسمية للدولة
أحياناً	2.14	261	أحياناً	2.30	410	الأخبار العالمية
أحياناً	1.89	231	أحياناً	2.30	410	خطابات وبيانات قادة الدول
دائماً	2.34	286	دائماً	2.39	425	أخبار عن جهود العلماء في الوصول إلى لقاح
دائماً	2.81	343	دائماً	2.85	508	متابعة البيانات الرسمية لبلادي
دائماً	2.39	291	دائماً	2.48	441	البيانات الخاصة بالتعليم

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة العزاب يحرصون دائمًا على متابعة الموضوعات الآتية في مواقع التواصل الاجتماعي:

- آخر الإحصائيات لانتشار كورونا في بلدي بمتوسط 2.93.
- الإجراءات التي اتخذتها بلدي في مواجهة كورونا بمتوسط 2.91.
- الأخبار الرسمية للدولة وبمتوسط 2.90.
- متابعة البيانات الرسمية لبلادي بمتوسط 2.85.
- أهم أعراض المرض وطرق الوقاية بمتوسط 2.83.
- نصائح الأطباء في طرق الوقاية بمتوسط 2.80.
- البيانات الخاصة بالتعليم بمتوسط 2.48.
- أخبار عن جهود العلماء في الوصول إلى لقاح بمتوسط 2.39.

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة المتزوجين يحرصون دائمًا على متابعة الموضوعات الآتية في مواقع التواصل الاجتماعي:

- متابعة البيانات الرسمية لبلادي بمتوسط 2.81.
  - آخر الإحصائيات لانتشار كورونا في بلدي بمتوسط 2.78.
  - الإجراءات التي اتخذتها بلدي في مواجهة كورونا بمتوسط 2.77.
  - أهم أعراض المرض وطرق الوقاية بمتوسط 2.76.
  - الأخبار الرسمية للدولة وبمتوسط 2.75.
  - نصائح الأطباء في طرق الوقاية بمتوسط 2.70.
  - البيانات الخاصة بالتعليم بمتوسط 2.39.
  - أخبار عن جهود العلماء في الوصول إلى لقاح بمتوسط 2.34.
- مما سبق يتضح تحقق الفرض الثالث كليًا.

7- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب في تعرضهم للصفحات التي تتابعها من أجل الحصول على معلومات عن كورونا وفق المتغيرات الديموجرافية (النوع - البيئة - الحالة الاجتماعية).

(أ)- الفروق بين الذكور والإناث في تعرضهم للصفحات التي تتابعها من أجل الحصول على معلومات عن كورونا:

جدول (22) يوضح قيمة  $\chi^2$  لدلالة الفروق بين الذكور والإناث في تعرضهم للصفحات التي تتابعها من أجل الحصول على معلومات عن كورونا

معامل التوافق	الدلالة د ح 1	كا 2	إجمالي ن=300		الإناث ن=150		الذكور ن=150		النوع الصفحات
			%	ك	%	ك	%	ك	
-	0.054	3.727	22.7	68	18	27	27.3	41	صفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي
-	1.000	0.000	79.3	238	79.3	119	79.3	119	صفحات الوزارات والمؤسسات
-	0.813	0.056	38.7	116	38	57	39.3	59	صفحات الأطباء
-	0.303	1.061	19	57	16.7	25	21.3	32	صفحات أساتذة الجامعات
-	0.557	0.344	41	123	42.7	64	39.3	59	صفحات الهيئات العالمية
0.115	0.05	3.992	17	51	12.7	19	21.3	32	صفحات أشخاص عاديين
-	0.468	0.527	19.7	59	18	27	21.3	32	صفحات الأهل والأصدقاء
0.238	0.001	18.012	11	33	3.3	5	18.7	28	أخرى

يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الذكور والإناث في تعرضهم للصفحات التي يتابعونها من أجل الحصول على معلومات عن كورونا، حيث كانت قيمة  $\chi^2$  غير دالة عند مستوى دلالة 0.05، بينما كان بينهم فروق في صفحات أشخاص عاديين وصفحات أخرى لصالح الذكور حيث كانت قيمة  $\chi^2$  دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.05.

(أب) - الفروق بين المقيمين بالمدينة والمقيمين بالقرية في تعرضهم للصفحات التي يتابعونها

من أجل الحصول على معلومات عن كورونا:

جدول (23) يوضح قيمة  $\chi^2$  لدلالة الفروق بين المقيمين بالمدينة والمقيمين بالقرية في تعرضهم

للصفحات التي تتابعها من أجل الحصول على معلومات عن كورونا

معامل التوافق	الدلالة $I$ د ح	$\chi^2$	إجمالي $n=300$		قرية $n=100$		مدينة $n=200$		البيئة الصفحات
			%	ك	%	ك	%	ك	
-	0.922	0.010	22.7	68	23	23	22.5	45	صفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي
-	0.687	0.163	79.3	238	78	78	80	160	صفحات الوزارات والمؤسسات
-	0.867	0.028	38.7	116	38	38	39	78	صفحات الأطباء
-	0.061	3.509	19	57	25	25	16	32	صفحات أساتذة الجامعات
-	0.618	0.248	41	123	43	43	40	80	صفحات الهيئات العالمية
0.149	0.01	6.804	17	51	25	25	13	26	صفحات أشخاص عاديين
-	0.100	2.701	19.7	59	25	25	17	34	صفحات الأهل والأصدقاء
-	0.240	1.379	11	33	14	14	9.5	19	أخرى

كذلك يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة المقيمين بالمدينة والمقيمين بالقرية في تعرضهم للصفحات التي يتابعونها من أجل الحصول على معلومات عن كورونا، حيث كانت قيمة  $\chi^2$  غير دالة عند مستوى دلالة 0.05، بينما كان بينهم فروق في صفحات أشخاص عاديين لصالح المقيمين بالقرية حيث كانت قيمة  $\chi^2$  دالة عند مستوى دلالة 0.01.

(ج) - الفروق بين العزاب والمتزوجين في تعرضهم للصفحات التي يتابعونها من أجل الحصول على معلومات عن كورونا:

جدول (24) يوضح قيمة  $\chi^2$  لدلالة الفروق بين العزاب والمتزوجين في تعرضهم للصفحات التي تتابعها من أجل الحصول على معلومات عن كورونا

معامل التوافق	الدلالة دح1	$\chi^2$	إجمالي ن=300		متزوج ن=122		أعزب ن=178		الحالة الاجتماعية الصفحات
			%	ك	%	ك	%	ك	
0.155	0.01	7.344	22.7	68	14.8	18	28.1	50	صفحات مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي
0.178	0.01	9.804	79.3	238	70.5	86	85.4	152	صفحات الوزارات والمؤسسات
-	0.659	0.194	38.7	116	40.2	49	37.6	67	صفحات الأطباء
-	0.210	1.568	19	57	15.6	19	21.3	38	صفحات أساتذة الجامعات
0.190	0.001	11.225	41	123	29.5	36	48.9	87	صفحات الهيئات العالمية
0.156	0.01	7.479	17	51	9.8	12	21.9	39	صفحات أشخاص عاديين
-	0.140	2.180	19.7	59	15.6	19	22.5	40	صفحات الأهل والأصدقاء
0.279	0.001	25.413	11	33	0	0	18.5	33	أخرى

كذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة العزاب والمتزوجين في تعرضهم للصفحات التي يتابعونها من أجل الحصول على معلومات عن كورونا لصالح العزاب؛ حيث كانت قيمة  $\chi^2$  دالة عند مستوى دلالة أقل من 0.05، بينما لم يكن بينهم فروق في صفحات الأطباء، صفحات أساتذة الجامعات، وصفحات الأهل والأصدقاء؛ حيث كانت قيمة  $\chi^2$  غير دالة عند مستوى دلالة 0.05 .

ومما سبق يتضح تحقق الرابع جزئياً، أي: إن العناصر الديموجرافية لم تلعب دوراً كبيراً في تعرضهم للصفحات التي تتابعها من أجل الحصول على معلومات عن كورونا.

## التوصيات:

- 1- ظهور وسائل الاتصال والإعلام الحديثة وانتشارها، وتكثف النشاط على مواقع التواصل الاجتماعي وتنوعه، أحدث تغييرات جذرية على سمات وخصائص المشهد الاتصالي والإعلامي في كل الدول والمجتمعات؛ فالإعلام الاجتماعي مكّن من التزاوج بين المضامين والوسائل والتقنيات، فانكسرت الحدود بين الوسائل الإعلامية، وتغيرت وتنوعت الاستخدامات، وصيغت سبل جديدة تمكن من الوصول إلى المعلومة الجديدة والحديثة بأسرع طريقة، وتغيرت مواقف، وما ينتظره المتلقي، فأصبح يرنو إلى المشاركة أكثر في العملية الاتصالية؛ وعليه يجب إيجاد ثقافة إعلامية لدى المواطنين من خلال دراسة مقرر دراسي يشرح طبيعة هذه الوسائل.
- 2- كل التحولات الاتصالية حتمت على وسائل الإعلام التقليدية إعادة النظر في إستراتيجياتها ونشاطاتها وأدواتها، ولعل أهم ما خلّفته التحولات الجذرية التي تعيشها البيئة الاتصالية والإعلامية هو: تجزئة وسائل الإعلام، وتفكيك الاستهلاك الإعلامي من الإعلام الجماهيري إلى الإعلام الفردي أو المنفرد، واندثار الفروقات المألوفة بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة.
- 3- أكدت الدراسة أن هناك زيادة في حجم الإقبال والتعرض - ولا سيما لدى الشباب- لمواقع التواصل، وعليه يجب إيجاد صفحات ومنصات قومية موثوقة يرجع إليها الجمهور في الحصول على معلومات؛ حتى لا يقع الجمهور فريسة للمعلومات المغلوطة أو المضللة.
- 4- أكدت الدراسة وجود علاقة بين المصادقية، أو مدى ثقة الوسيلة الإعلامية واعتماد الجمهور؛ ولا سيما الشباب، على هذه الوسائل في الحصول على المعلومات، ما يتطلب من هذه الوسائل أن تحرص على التثبت والتأكد من مصادرها، ومن المعلومات التي تنشر بها.
- 5- رفع مستوى الوعي والإدراك بين فئات الشباب وتحصينهم ضد الشائعات والدعايات المضللة، والمضامين الهدامة، من خلال العمل المتناغم بين مؤسسات التربية الأسرية، والجامعة، والمؤسسات الدينية المختلفة من خلال شراكة مجتمعية بين هذه المؤسسات؛ بما يؤدي إلى غرس القيم الفاضلة، وتنمية الوازع الديني والضمير الوطني لدى أبناء المجتمع.

\* \* \*



## المراجع:

- (1) الشرق الأوسط، "كورونا" يضاعف استهلاك الأخبار... ولا يعزز الثقة فيها، تقرير «رويترز للرقمنة»: كلام العلماء في وسائل الإعلام الأكثر رواجًا <https://aawsat.com/home/article/>
- (2) Joey D'Urso, How the coronavirus pandemic is changing social media, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/risj-review/how-coronavirus-pandemic-changing-social-media>
- (3) Svenja Boberg, Pandemic Populism: FACEBOOK PAGES OF ALTERNATIVE NEWS MEDIA AND THE CORONA CRISIS – A COMPUTATIONAL CONTENT ANALYSIS, MUENSTER ONLINE RESEARCH (MOR) WORKING PAPER 1/2020,p
- (4) J.P.Morgan, Media Consumption in the Age of COVID-19. <https://www.jpmorgan.com/global/research/media-consumption>
- (5) JEFFREY GOTTFRIED, MASON WALKER AND AMY MITCHELL, Americans' Views of the News Media During the COVID-19 Outbreak, <https://www.journalism.org/2020/05/08/americans-views-of-the-news-media-during-the-covid-19-outbreak/>
- (6) Lisa Singha :Afirst look at covid-19, Information and misinformation sharing on Twitter :paper presented to University of Minnesota ,2020.
- (7) Araz Ramazan Ahmad,The Impact of Social Media on Panic During the COVID-19 Pandemic in Iraqi Kurdistan: Online Questionnaire Study,Journal of Medical Internet Research, Published on 19.05.20 in Vol 22, No 5 (2020): May
- (8) عيشة علة، دور وسائل الإعلام الجديدة في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا (كوفيد-19)" دراسة ميدانية"، مجلة الدراسات العالمية -المركز الديمقراطي العربي- برلين- ألمانيا- العدد الحادي عشر، مايو 2020، ص 496.
- (9) Sang-Hwa Oh, Seo Yoon Lee & Changhyun Han, he Effects of Social Media Use on Preventive Behaviors during Infectious Disease Outbreaks: The Mediating Role of Self-relevant Emotions and Public Risk Perception, Health Communication. 2020, Available at: <https://doi.org/10.1080/10410236.2020.1724639>
- (10) مرتضى البشير عثمان الأمين، وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز الوعي الصحي للوقاية من فيروس كورونا صفحة الفيسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية أنموذجًا، مجلة الدراسات العالمية -المركز الديمقراطي العربي- برلين- ألمانيا- العدد الحادي عشر، مايو 2020، ص 551.
- (11) Rama Krishna :Smart Technologies for fighting pandemics :The techno-and human-driven approaches in controlling the virus transmission Government Information Quarterly, 2020.
- (12) حسام فايز عبد الحي، اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديدة في استقاء المعلومات والأخبار عن جائحة كورونا كوفيد 19 وعلاقته بالاندماج الأكاديمي لديهم، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المقالة 10،

المجلد 54، الجزء الرابع (جائحة كورونا)، يوليو 2020م.

(13) أحمد محمد صالح العميري، دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المقالة 8، المجلد 54، الجزء الرابع (جائحة كورونا)، يوليو 2020م.

(14) سمير محمد محمود، توظيف صحافة البيانات في تناول فيروس كورونا المستجد بالمواقع الإلكترونية العربية والعالمية: دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المقالة 13، المجلد 54، الجزء الرابع (جائحة كورونا)، يوليو 2020م.

(15) Rajvikran Madurai: Restructured Society and environment :Areview on potential technological strategies to control the covid -19 pandemic ,science of the total Environment ,2020.

(16) محمد محمد عبد ربه المغير، مجلة الدراسات العالمية -المركز الديمقراطي العربي- برلين- ألمانيا- العدد الحادي عشر، مايو 2020، ص 457.

(17) مسعودة فلوس، الإعلام الجديد يهدد الصحة النفسية داخل المجتمعات جراء جائحة فيروس كورونا، مجلة الدراسات العالمية -المركز الديمقراطي العربي- برلين- ألمانيا- العدد الحادي عشر، مايو 2020م، ص 482.

(18) وليد محمد عبد الحلیم محمد عاشور 2020م، تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا - " Covid 19 " دراسة ميدانية، مجلة الدراسات العالمية -المركز الديمقراطي العربي- برلين- ألمانيا- العدد الحادي عشر، مايو 2020، ص 550.

(19) نشوة سليمان عقل، التماس المعلومات الصحية حول فيروس كورونا المستجد وعلاقته بمستوى إدراك المخاطر لدى المرأة المصرية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 54، يوليو 2020م.

(20) طارق محمد محمد الصعيدي، اعتماد الشباب على صحافة الموبايل ودورها في التوعية الصحية بجائحة كورونا في مصر: دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المقالة 3، المجلد 54، الجزء الرابع (جائحة كورونا)، يوليو 2020م.

(21) Marc Andre :Empirical insights for designing information and communication technology for International Journal of Disaster Risk Reducation ,2020.

(22) دعاء عادل، ليلي عبده شبيلي، علياء عادل محمود، مروة محمد بكري، اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا ( Covid-19 ) في منطقة جازان، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المقالة 12، المجلد 54، الجزء الرابع (جائحة كورونا)، يوليو 2020م.

(23) أمال عبد الوهاب، دور الإعلام في إدارة الأزمات والكوارث، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة جنوب الوادي: كلية الآداب، 2019).

(24) محمود أحمد محمد، معالجة الصحافة العربية والدولية للأزمات والكوارث البيئية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد البحوث والدراسات البيئية، 2019م).

(25) رنا محمد عبد الرحمن، اتجاهات الخطاب في الصحف المصرية والأمريكية إزاء الأزمات العالمية، دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2019م).

(26) شيماء السيد سالم، دور وسائل الإعلام الاجتماعي في إدارة اتصالات الأزمات والكوارث، مجلة بحوث الإعلام، كلية

الإعلام، العدد 56، 2016م.

(27) شريف درويش اللبان، أحمد على إبراهيم، دور الإعلام في إدارة الأزمات: الأزمة السورية نموذجًا، المركز العربي للبحوث والدراسات، في عدد الأحد 22 نوفمبر 2015م.

(28) طالب بن مطر بن سالم اليحيائي: اعتماد الجمهور العماني على وسائل الإعلام أثناء الأزمات "دراسة تطبيقية على أزمة الأنواء المناخية الاستثنائية (جونو)"، ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية التابع لجامعة الدول العربية بجمهورية مصر العربية، 2013.

(29) أحمد فاروق رضوان: اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير 2011"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد 39، يناير - مارس، ص 127 - 186

(30) Arne F Zillich & Others; "proactive crisis communication news coverage of international conflicts in German print and broadcasting media "Media war and conflict December 2011 vol4. No3 pp251-267.

(31) الهادي خالدي، عبد الحميد قدي، المرشد المفيد في المنهجية تقنيات البحث العلمي (الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر، 1996م) ص 43.

(32) محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص 422، 429.

(33) قام بتحكيم الاستمارة كل من:

أ.د هشام عباس زكريا، الأستاذ بقسم الإعلام – كلية الآداب جامعة الملك فيصل.

د. مصعب العبد القادر، الأستاذ المشارك بقسم الإعلام – كلية الآداب- جامعة الملك فيصل.

د. حسن نيازي الصيفي، الأستاذ المشارك بقسم الإعلام – كلية الآداب- جامعة الملك فيصل.

د. أميرة النمر، الأستاذ المشارك بقسم الإعلام – كلية الآداب- جامعة الملك فيصل.

(34) Romenti, S.,Murtarelli ,G. :Organizations conversation in social media :Applying Dialogue Strategies in times of crisis .Corporate communication :An International Journal ,vol.19,Iss.1,2014 ,p.365.

(35) Crawford ,K.:Following You Disciplines of Listening in social media .Continum :Journal of media and Cultural Studies,vol.23,no.4,2009,p.525.

(36) Jensen,K.S. :Crisis communication on social media :case studies on starbucks &Applebees master thesis ,English and International Business communications college,Alborg university,2014.

(38) محمد سالم موسى، دور الصحافة الليبية المحلية في التوعية بقضايا التنمية البشرية، دراسة مسحية للمضمون والجمهور والقائم بالاتصال، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2007) ص 44.

(39) Dennis McQuail & Steven Windahl,Communication Models for the Study of Mass Communication (New York: Longman Publishing, 1993) p.112.

(40) August E. Geant, K. Kendall Guthrie and Sandra Ball Rokeach,Television Shopping Media System Dependency Perspective, Communication Research, Vol 18, No.6,

December, 1991, p.775.

- (41) حسن عماد مكاوي، وليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص 314.
- (42) ملفين ديفليير وساندرا بول روكيتش، نظريات الإعلام، ترجمة: محمد ناجي الجوهري (عمان: دار الأمل للنشر والتوزيع، 1994) ص 352.
- (43) Stephanie A. Skummadnich & David P. Knits, Individual Media Dependency Relations with in Television Shopping Programming, Communication Research, Vol. 25, No.2, 1998, p.219.
- (44) ليلي حسين، دور وسائل الاتصال في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، بحث منشور بالمؤتمر العلمي الرابع وعنوانه: الإعلام وقضايا الشباب (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مايو 1998) ص 310.
- (45) Sandra Ball Rokeach & Melvin De Fleur, Theories of Mass Communication, 4th ed. (Longman: New York and London, 1989) p.245.
- (46) ملفين ديفليير وساندرا بول روكيتش، مرجع سابق، ص 352 – 353.
- (47) مرفت الطرايبشي وعبدالعزیز السيد، مرجع سابق، ص 144 – 145.
- (48) Donald L. Pry & Thomas A. McCain, Community with A controversial Local Issue, Journalism Quarterly, Vol. 60, No.3, 1993, p.459.
- (48) <https://www.albayan.ae/across-the-uae/news-and-reports/2015-03-16-1.2333355>
- (49) سمير محمد محمود، توظيف صحافة البيانات في تناول فيروس كورونا المستجد بالمواقع الإلكترونية العربية والعالمية: دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المقالة 13، المجلد 54، الجزء الرابع (جائحة كورونا)، يوليو 2020م.
- (50) لطفي الزيايدي: استخدامات الشباب والصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي: دراسة على السعودية، المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل، النشر الإلكتروني.
- (51) لطفي الزيايدي: مرجع سابق.
- (52) Tompson, Wayne N.: Responsible and Effective communication ( Boston: Houghton Mifflin 1978 ) p.123 – 125-
- (53) محمد عبد الحميد: بحوث الصحافة، الطبعة الأولى – (القاهرة: عالم الكتب، 1992)، ص 241.
- (54) محمود أحمد لطفي السيد، هاجر شعبان سعداوي: استخدامات الشبكات الاجتماعية في تعبئة الرأي العام أثناء الأزمات السياسية الطارئة (أزمة الدستور المصري نموذجًا): مرجع سابق.
- (55) مصطفى الجزيري، محمود لطفي، نوره عبد الله، مرجع سابق.

# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

---

## Chairman: Prof.Ghanem Alsaaed

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editor-in-chief:Prof. Reda Abdelwaged Amin

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Assistants Editor in Chief:

### Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

### Prof.Fahd Al-Askar

- Vice-President of Imam Muhammad bin Saud University for Graduate Studies and Scientific Research (Kingdom of Saudi Arabia)

### Prof.Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

### Prof.Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Dean of the Faculty of Mass Communication, Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

## Managing Editor: Dr.Mohamed Fouad El Dahrawy

Lecturer at Public Relations and Advertising Department, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editorial Secretaries:

**Dr. Ibrahim Bassouni:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mustafa Abdel-Hay:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Ramy Gamal:** Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Language checker: Gamal Abogabal: Demonstrator at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Designed by : Mohammed Kamel - Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

## Correspondences

● Issue 55 October 2020 - part 6

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

## Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.