وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

ميدان علوم الاتصال

شعبة اتصال جماهيري ووسائط جديدة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

مساهمة الفايسبوك في تشكيل الرأي العام حول القضايا الراهنة

ـ ظاهرة وباء كورونا ـ نموذجا

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال

من إعداد:

غربي أسماء

ونايسية خولة

تحت إشراف الأستاذ:

أ. صانع رابح

الدكتور كاوجة محمد الصغير	أستاذ محاضر (ا)	رئيسا
الأستاذ حمايمي محرز	أستاذ محاضر (ا)	مناقشا
صانع رابح	أستاذ محاضر (ا)	مشرفا

السنة الجامعية: 2022/2021

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ﴾

صدق الله العظيم

سورة النمل الآية: 19

شكر وعرفان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين، وبعد:

نحمد الله ونشكره لتوفيقه لنا لإنجاز هذا العمل المتواضع ونرجوا منه سبحانه وتعالى أن يتقبله خالصا لوجهه الكريم.

يشرفنا أن نتقدم بوافر الشكر والامتنان إلى الأستاذ المشرف "صانع رابح" لما اقتطعه من وقته الثمين للإشراف على هذه المذكرة ولما أسداه لنا من لمسات توجيهية و نصائح و إرشادات كانت لنا نبراسا اهتدينا به، إذ لم نجد منه طيلة فترة الإشراف سوى الاحترام والمعاملة الحسنة والأخلاق الكريمة والتواضع.

كما نتقدم بجزيل الشكر إلى أعضاء اللجنة المناقشة الموقرين الأستاذ "حمايمي محرز" و الأستاذ "كاوجة محمد الصغير" على تشرفهم بقراءة ومناقشة هذه المذكرة.

كما لا يفوتنا أن نتوجه بالشكر لكل من ساهم في انجاز هذا العمل المتواضع من قريب أو بعيد.

الإهداء

باسم الخالق الذي لايُخلق، الحمد لله الذي وفقني لأداء هذا العمل المتواضع وأنار لي دروب العلم والمعرفة.

إلى من وهبني الحياة.....إلى خير معين وأفضل مشجع .....إلى من تعب من لأجلي طوال حياته .....زعيم قلبي والدي الغالي ،أمده الله بالصحة وأطال الله عمره.

إلى أروع مخلوق ينشرح القلب لذكرها....القلب الحنون والطيب ...لؤلؤة قلبي ... أمي حفظها الله وأطال عمرها.

إلى كل عائلة غربي صغير و كبير.... حفظهم الله.

إلى كل عائلة برناوي ..... حفظهم الله.

إلى كل عائلة بوكري ...حفظهم الله .

إلى أستاذتي الفاضلة شريخ مسعودة.....لك مني فائق المحبة والاحترام

إلى كل صديقاتي.... أدام الله صداقتنا وحبتنا.

إلى كل من أعانني وساندني من بعيد أو قريب في فترة إنجازي للبحث.

أسماء

الإهداء

أهدي هذا العمل إلى أبي قدوتي و مثلي الأعلى في الحياة رحمك الله و اسكنك الفردوس الأعلى

إلى أمي الحنونة حفظك الله و رعاك

إلى أسرتي الصغيرة و الكبيرة

إلى جميع الاصدقاء أهدي هذا العمل إلى كل من ساندني و شجعني في مسيرتي الدراسية .

خولة

قائمة المحتويات

شكر وعرفان	I
الإهداء	II
قائمة المحتويات	IV
قائمة الجداول	VI
ملخص الدراسة	VII
مقدمة	أ
الفصل الأول: الإطار المنهجي	
الإشكالية	4
تساؤلات الدراسة	5
أسباب اختيار الموضوع	5
أهمية الدراسة	6
أهداف الدراسة	6
تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة	6
مجتمع البحث واختيار العينة	8
طبيعة الدراسة ومنهجها	8
المقاربة النظرية	10
الدراسات السابقة	11
الفصل الثاني: الإطار التطبيقي	
إجراءات الدراسة الميدانية	17

مجالات الدراسة	**17**
عرض وتحليل بيانات الدراسة	**18**
نتائج الدراسة	**35**
الخاتمة	**38**
قائمة المراجع	**40**
الملاحق	**42**

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح جنس العينة	18

02	يوضح سن العينة	19
03	يوضح المدة الزمنية التي تملك فيها العينة حساب على الفايسبوك	19
04	يوضح متوسط استخدام العينة لموقع الفايسبوك يوميا	20
05	يوضح الوسيلة المستخدمة أثناء تصفح الفايسبوك	21
06	يوضح أوقات تصفح العينة للفايسبوك	22
07	يوضح الأسباب التي تدفع العينة لتصفح الفايسبوك	23
08	يوضح اهتمام العينة بما ينشر عن ظاهرة كورونا عبر الفايسبوك	23
09	يوضح مدى تفاعل العينة مع المنشورات الخاصة بوباء كورونا	24
10	يوضح من خلال ماذا تتفاعل العينة مع المنشورات الخاصة بوباء كورونا	25
11	يوضح انجذاب العينة في المواضيع المنشورة عبر الفايسبوك التي تخص الوباء	26
12	يوضح رأي العينة ما ينشر في الفايسبوك حول وباء كورونا	26
13	يوضح الفايسبوك من أهم المصادر الاعلامية التي ساهمت في تشكيل الرأي العام في ظل جائحة كورونا	27
14	يوضح مدى اعتقاد المناقشات على الفايسبوك وسيلة جيدة في تشكيل الرأي العام لدى العينة	28
15	يوضح المضامين التي تظهرها حسابات العينة على الفايسبوك بخصوص وباء كورونا والتي يعبرون من خلالها عن أرائهم بكل حرية	29
16	يوضح درجة تأثير الصور والفيديوهات والنصوص المنشورة التي تصل لحسابات العينة	30
17	يوضح استجابة العينة أثناء تصفحها للمنشورات الخاصة بالوباء	31
18	يوضح مدى انعكاس أهمية النقاشات على الفايسبوك حول وباء كورونا مع النقاشات على أرض الواقع	32
19	يوضح مدى تعامل العينة مع أقاربهم أثناء تفشي وباء كورونا	33

ملخص الدراسة :

تناولنا من خلال دراستنا "مساهمة الفايسبوك في تشكيل الرأي العام" والتي ركزنا فيها على مجموعة من طلبة قسم العلوم الاعلام والاتصال الذين يستخدمون الفايسبوك كوسيلة لتلقي الأخبار والمعلومات، حيث قمنا بطرح تساؤل عام : **ما مدى مساهمة الفايسبوك في تشكيل الرأي العام حول جائحة كورونا؟** وبعد تحديد موضوع الدراسة تطرقنا إلى جملة من الإجراءات المنهجية حيث استخدمنا واتبعنا في دراستنا المنهج الوصفي لأنه الأسلوب الأكثر استخداما في البحوث الإعلامية ،وهو أكثر ملائمة لدراستنا، كما اعتمدنا في جمع البيانات والمعلومات على استمارة الاستبيان وكما اعتمدنا على عينة قصدية وقد بلغ عددها 50 مفردة ، وبعد عملية جمع المعلومات والبيانات وعرضها وتحليلها توصلنا إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- أغلب المبحوثين يستخدمون الفايسبوك بشكل دائم لزيادة الرصيد المعرفي.
- أغلب المبحوثين يعتمدون على الفايسبوك في اكتساب المعلومات حول ظاهرة وباء كورونا، مما ساهم إلى حد ما في توعيتهم والإحساس بالمسئولية وبالتالي فإن للفايسبوك دور فعال في تشكيل رأي المبحوثين حول وباء كورونا.

الكلمات المفتاحية: موقع الفايسبوك، الرأي العام، ظاهرة وباء كورونا.

Study summary:

Through our study "Facebook's Contribution to Shaping Public Opinion"، in which we focused on a group of students from the Department of Science، Media and Communication who use Facebook as a means of receiving news and information، we raised a general question: How much does Facebook contribute to shaping public opinion about the Corona pandemic? After identifying the subject of the study، we touched on a number of methodological procedures where we used and followed in our study the descriptive approach because it is the most commonly used method in media research، which is more appropriate for our study، we also relied in the collection of data and information on the questionnaire form and as we relied on a sample of 50 individuals، and after the process of collecting information and data and presenting and analyzing it we reached a set of results، the most important of which are: Most of the respondents use Facebook permanently to increase the cognitive balance. Most facebook respondents rely on Facebook to gain information about the Corona epidemic، which has contributed to some extent to their awareness and sense of responsibility، so Facebook has an active role to play in shaping the opinion of the corona epidemic.

Keywords: Facebook, public opinion, the Corona epidemic phenomenon

مقدمة

مقدمة:

تجاوزت المجتمعات اليوم فكرة الإعلام الرسمي هو الكمون الوحيد بالمعلومات و الاخبار و تعبئة الرأي العام من خلال مختلف المعلومات و حتى الاشاعات على الوسائل الرسمية للأخبار و المعلومات ، ففي عصر التطور و التكنولوجيا و الادوات الرقمية ظهر لنا إعلام بديل يمكنه من نشر المعلومات و الأخبار و تعبئة الرأي العام و توجيه الأفكار و حتى التأثير عليها و على فرات كثيرة من أفراد المجتمع ، كما أن تأثيرها يمس كل دول العام ، حيث أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي أداة فاعلة و مؤثرة في صياغة الرأي العام في المجتمعات ، كما أنها أصبحت ضرورة فرضتها المتغيرات المتسارعة في عالم الاتصال الجماهيري ، التي تسارعت وتيرة تطوره ، إذ أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي بوجه الخصوص الفايسبوك أداة فاعلة في تعبئة الرأي العام و صناعته في المجتمع و لا يمكن التقليل من أهميتها .

كما أصبح الفايسبوك وسيلة إعلام مهمة و لم يعد الكثير من الناس بحاجة إلى وسائل أخرى كما كان الأمر سابقاً لقد أصبح كل مستخدم صحفياً و إعلامياً بدرجة ما عن طريق استخدام هذه الوسائل . و لكن تفاوت استخدام الفايسبوك و بقية وسائل التواصل الاجتماعي من بلد الى آخر ، فقد نجد بلدان اخرى تستخدم فيها مواقع أخرى أكثر من الفايسبوك ، و لكن النسبة الكبرى تبقى لصالح الفايسبوك بدرجة عالية جداً لذلك سمي عملاق وسائل التواصل الاجتماعي. كما نجد أن التقدم التكنولوجي الحاصل في هذا العصر أن وسائل الاعلام و الاتصال أصبحت تسيطر و بشكل كبير بشكل خاص الفايسبوك على مختلف جوانب الحياة صغيرها و كبيرها فإن لها دور كبير في تعزيز سبل الحوار بين الثقافات و المجتمعات كما نجد أيضاً الدور الذي تلعبه هذه الوسائل بكل أنواعها و أشكالها (السمعية والمرئية و المقروءة) في مجال تأثيرها على الرأي العام و تشكيل توجهاته أو تعبئته نحو أهداف أو قضايا معينة ، و منه فنجد أن وسائل الإعلام و الاتصال عبارة عن أداة مهمة تساهم في عمليات التغيير الاجتماعي في كل دول العالم مهما كان مستوى التقدم أو التخلف هذه الدول . فقد لعبت وسائل الإعلام و الاتصال دورا إيجابيا في قضية أزمة كوفيد – 19التي شهدها العالم مؤخراً حيث أن وسائل الإعلام و الاتصال على وجه خاص الفايسبوك قام بتحذير عن مخاطر المرض ، ناهيك عن الإجراءات الواجب اتباعها ، و ايضا إجراءات الحجر الصحي التي شهدتها كل دول العالم ، فوسائل الإعلام و الاتصال لعبت دوراً رياديا منافسا في نفس الوقت للسلطة الرابعة و القنوات الرسمية التي كانت تسبقها أحيانا في بث المعلومات و الإحصاءات قبل بثها من طرف القنوات الرسمية لا يمكن لأي

أحد إنكار المعلومات الخاطئة التي أشاعها البعض في ظل انتشار هذا الوباء و الموجهة للرأي العام دون تحقيق صحتها ، كما لا يمكن لأي أحد أن ينكر الدور الإيجابي في توجيه و توعية الأفراد للتعامل مع هذا الوباء العالمي .

و على هذا الأساس جاءت دراستنا حول مساهمة الفايسبوك في تشكيل الرأي العام حول جائحة كورونا. حيث احتوت على فصلين:

الفصل الأول للإطار المنهجي للدراسة: حيث يتم تحديد إشكالية الدراسة و ما تضمنته من أسئلة فرعية ، ليتم بعدها تحديد أسباب اختيار الدراسة و أهمية الدراسة و الأهداف التي تسعى الوصول إليها الدراسة ، إضافة الى الإطار المفاهيمي للدراسة ، و الدراسات السابقة و أيضا المنهج المناسب للدراسة و مجتمع الدراسة ، و أيضا تحديد عينة الدراسة و أخيراً النظرية المفسرة للدراسة

أما الفصل الثاني يحتوي على الجانب أو الإطار التطبيقي: حيث تم القيام بالدراسة الميدانية على عينة من طلاب جامعة قاصدي مرباح ورقلة و في ختام الفصل تم التطرق إلى نتائج التحليل و في ختام الدراسة تم إنهائها بخاتمة، قائمة المراجع المستعملة و الملاحق.

الإطار المنهجي

1. الإشكالية
2. أسباب اختيار الموضوع
3. أهمية الدراسة
4. أهداف الدراسة
5. تحديد مصطلحات ومفاهيم الدراسة
6. مجتمع الدراسة وعينة البحث
7. منهج الدراسة
8. أدوات جمع البيانات
9. المقاربة النظرية
10. الدراسات السابقة.

1. الإشكالية:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي نوعا جديد من أنواع الاتصال الذي نشأ وتبلور في بيئة الانترنت وتكنولوجيا الوسائط المتعددة والجديدة ، حيث تلعب دورا بارزا في عملية تحصيل الأخبار والمعلومات وتبادلها مع المستخدمين يكون فيها المتلقي الحلقة الأساسية في بناءها وصياغتها وتبادلها على نطاق واسع على اعتبار التواصل الاجتماعي هو استخدام شبكة الانترنت وتكنولوجيا الهواتف النقالة لتحويل عملية الاتصال إلى حوار تفاعلي فهي منبر يقوم على تسهيل التفاعل والتعاون وتبادل المعلومات يتم عبره تداول الصور ، الفيديوهات، الأخبار، المدونات الصوتية بين مشتركي الشبكة، وقد تعددت شبكات التواصل الاجتماعي من بينها اليوتيوب، التويتر، الفايسبوك....

وقد كان موقع الفايسبوك أول المواقع شُهرةً وأكثرها انتشار، لقد نجح الفايسبوك بشكل كبير في استقطاب الجماهير كونه مس كل الفئات العمرية عموما والطلبة الجامعيين خصوصا.

إن الطالب الجامعي يعتبر من أكثر الفئات تصفحا للفايسبوك كونه يستخدمه في مختلف اهتماماته سواء السياسية أو التعليمية أو الاجتماعية وغيرها كما يعد محور المجتمعات والركيزة الأساسية لرأس مالها ومصدر ثروتها كونه يعد من الطبقة المثقفة وذلك بحكم أن الطالب الجامعي ذو كفاءة علمية، فالطالب الجامعي هو من يبحث عن المحتوى الذي يريد الاطلاع عليه حسب اهتمامه وحسب ماهو موجود في الوقت الراهن، وبما أن الطالب ليس فرد يقبل ويتقيد بكل ما يتلقاه سواءا من وسائل الاعلام أو من وسائل التواصل الاجتماعي فهو من يختار محتوى الموضوعات التي يريدها ويحاول الوصول إل أكبر عدد من المعلومات حول تلك الموضوعات وعلى ذكر الموضوعات، فالجدل لا زال قائما حول موضوع وباء كورونا الذي شهده العالم سنة 2019 ولا زال يشهده حتى يومنا هذا.

انتشرت هذه الجائحة في بدايتها كفيروس الذي هو عبارة عن فيروس معدي ينتقل من شخص لآخر إذا احتكى به، ومع تقدم انتشاره صنفته المنظمة العالمية للصحة ضمن قائمة الأوبئة، ومن المؤكد أن وباء كورونا هو مسألة تتعلق بالصحة العامة أولا وقبل كل شيء فلقد أوقف هذا الوباء فترة انتشاره كل ما يضمن تجمع أكبر عدد من الأفراد بما في ذلك غلق المدراس و الجامعات والمؤسسات الاقتصادية والاجتماعية

والأسواق وغيرها . كما أخذت مجموعة من التدابير الوقائية للتصدي لهذا الوباء وهنا بالضبط جاء دور الفايسبوك في تشكيل رأي عام وكيفية اقناع مستخدميه ورواده لتطبيق كل التدابير الوقائية.

يعرف الرأي العام بأنه وجهات النظر والشعور السائد بين جمهور معين في وقت معين إزاء موقف أو مشكلة من المشكلات وبما أن جائحة كورونا من بين الظواهر التي تخص الشأن العام فهنا تكمن أهمية هذه دراستنا.

وعلى ضوء ما قدم نطرح التساؤل التالي:

كيف ساهم الفايسبوك في تشكيل الرأي العام بجامعة ورقلة حول جائحة كورونا؟

ولتبسيط هذه الإشكالية قمنا بتفكيكها إلى مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- فيما تتمثل أنماط وعادات استخدام الطلبة للفايسبوك؟
- ما حجم اهتمام مستخدمي الفايسبوك بموضوع وباء كورونا؟
- هل ساهم الفايسبوك في تشكيل الرأي العام فعلا؟
- ما الأثر الذي تركه الفايسبوك في الطلبة حتى تشكل رأي عام حول ظاهرة وباء كورونا؟

2. أسباب اختيار الموضوع:

1.2. الأسباب الذاتية:

- حب الاطلاع والتعرف أكثر على موضوع وباء كورونا.
- الميول الشخصي لهذا النوع من المواضيع.
- الرغبة الذاتية لدراسة مدى أداء الفايسبوك في تشكيل الرأي العام.

2.2. الأسباب الموضوعية:

- إثراء المكتبة الجامعية.
- قابلية الموضوع للبحث والدراسة معرفيا ومنهجيا.
- الظروف التي نمر بها وتفشي وباء كورونا في العالم عموما والجزائر خصوصا.
- حداثة الموضوع كونه موضوع حديث الساعة.

3. أهمية الموضوع:

تكمن أهمية الدراسة كونها من الدراسات النادرة التي تناولت مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام حول وباء كورونا بصفة عامة والفايسبوك بصفة خاصة، حيث تسعى وتحاول هذا الدراسة إبرار مدى التأثيرات الناجمة عن الفايسبوك وتشكيل الرأي العام، كما تظهر أهمية هذه الدراسة في أن للفايسبوك قدرة كبيرة في جعل الطلبة بتبني قضية واحد من خلال المعلومات والحقائق التي ينشرها حول وباء كورونا حيث يشترك فيها رواده ويتفاعلون معها مما يزيد من وعيهم وإبداء آرائهم بكل حرية ومن عدة جوانب مختلفة.

4. أهداف الدراسة:

- معرفة أسباب استخدام الطلبة الجامعيين للفايسبوك للحصول على المعلومات حول الجائحة.
- معرفة مدى مساهمة الفايسبوك في توعية الشأن العام بمخاطر انتشار الوباء.
- معرفة نسبة تفاعل مستخدمي الفايسبوك مع موضوع كورونا.
- التعرف على مدى الأهمية البالغة التي قدمها الفايسبوك لموضوع وباء كورونا حتى تشكل رأي عام.
- محاولة معرفة ما إذا كان لمواقع التواصل الاجتماعي دور كبير وفعال .

5. تحديد مصطلحات الدراسة:

الرأي العام :

لغة: يتكون من كلمتين الرأي أي الحكم أو جهة نظر الفرد مبني على التجربة و كلمة عام تشير إلى الجماعة و منه فالرأي العام يهتم بتوجهات الجماعة لا بأراء الفرد .[1]

اصطلاحا: يعرفه الدكتور (عبد القادر حاتم) أن الرأي العام هو الحكم الذي تصل إليه الجماعة إزاء قضية مهمة ، و ينتج هذا الرأي عن المؤثرات و ردود الأفعال المتبادلة بين أفراد جماعة كبيرة و أنه يتشكل من خلال

1 . بن رجم أحلام، وسائل الاعلام والاتصال وعلاقتها بالرأي العام في الجزائر،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، في علم اجتماع اتصال، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2020/2019، ص 7.

عناصر متداخلة تتفاعل فيما بينها هي الناس و الموروث الثقافي و الأحداث و القيم و المعتقدات والروح القومية ، و العادات و الاتجاهات و المعرفة و الأسرة . [1]

حين يعرفه الدكتور (مختار التهامي) على أنه " الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية بالنسبة لموضوع أو أكثر يمس مصالح هذه الأغلبية مسا مباشراً أو يشغل بالها و يحتدم فيه الجدل و النقاش في فترة معينة " .

التعريف الاجرائي: الرأي العام هو فكرة أو حكم يصدر عن أغلبية أو فئة في المجتمع إزاء مسألة تثير الاهتمام .

الفايسبوك facebook: هو شبكة شبكة تواصل إجتماعي مجانية منتشرة على الإنترنت ، تسمح للمستخدمين المسجلين بإنشاء متصفحات أو صفحات شخصية و تحميل الصور و الفيديو و إرسال الرسائل إلى العائلة و الزملاء بهدف التواصل . [2]

التعريف الاجرائي: هو موقع ويب و يعتبر أشهر وسائل التواصل الاجتماعي مجاني عبر الإنترنت خاص بالتواصل الاجتماعي حيث يتمكن المستخدم من خلاله التواصل و التفاعل بين الأصدقاء و الزملاء و العائلة أو أي مستخدم أخر للموقع .

وباء كورونا: حسب تعريف المنظمة العالمية فإن وباء كوفيد _ 19هو المرض الناجم عن فيروس كورونا سارس 2، و قد اكتشفت المنظمة هذا الفيروس المستجد لأول مرة في 31ديسمبر 2019بعد الإبلاغ عن مجموعة من الحالات الالتهاب الرئوي الفيروسي في ووهان بجمهورية الصين الشعبية ، وفيروس كورونا فصيلة واسعة الانتشار سبب أمراضا تترواح بين نزلات البرد الشائعة إلى الاعتلال الأشد وطأة . [3]

التعريف الاجرائي: هو جائحة أوأزمة صحية و إنسانية عالمية لم يسبق لها مثيل مصحوبة باضطرابات اجتماعية و اقتصادية واسعة النطاق شملت شتى بقاع العالم

---

1 . صبحي عسيلة ، الرأي العام ، الموسوعة السياسية للشباب، العدد15، نهضة مصر، ص 15.

2. د. حسان أحمد قمحية ، الفايسبوك تحت المجهر ، طبعة 1، دار النخبة ، سنة 1438هـ _ 2017م ، ص 24

3. بوفلفل زيد، التعليم عن بعد تحت ظل جائحة كوفيد 19، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، في علم اجتماع اتصال، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2021/2020.

فهو مرض معد يسببه اخر فيروس تم اكتشافه من سلالة فيروسات كورونا و لم يكن هناك علم بوجود هذا الفيروس .

6. مجتمع البحث و اختيار العينة :

- **مجتمع البحث**: إن مجتمع البحث كما عرفه الباحثين هو جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث أو جميع الأفراد و الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث أي أنه كل العناصر التي تنتمي لمجال الدراسة.[1]

و بالنسبة لمجتمع دراستنا هذه يتمثل في طلاب جامعة قاصدي مرباح ورقلة .

- **اختيار العينة**: تعرف بأنها " عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجيا،ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع .[2]

و العينة في دراستنا غير احتمالية (غير عشوائية) قصديه إذ تعرف العينة الاحتمالية على أنها لا تقتضي الاختيار العشوائي هذا يعني أن العينة عير الاحتمالية لا تستطيع الاعتماد على منطق نظرية الاحتمالات في العينة غير الاحتمالية قد نستطيع و قد لا نستطيع تمثيل المجتمع الدراسة تمثيلا كافيا و بما أن البحث الاجتماعي لا يقضي أن نطبق عليه العينة العشوائية ففي مثل هذه الحالات نقوم باختيار من العينة غير الاحتمالية حيث نقسم العينة الى نوعين عريضين : العينة العرضية و العينة القصدية

و عليه تكون عينة دراستنا طلبة علوم الاعلام والاتصال.

7. طبيعة الدراسة ومنهجها:

إن طبيعة ظاهرة موضوع الدراسة هي من تحدد المنهج المناسب لجمع المعلومات و من ثم الوصول إلى النتائج و عليه فإن الدراسة التي بين أيدينا تنتمي إليها الدراسات الوصفية ، و تعرف الدراسات الوصفية بأنها تلك الدراسات التي تهدف إلى تصوير و وصف الواقع المدروس للحصول على معلومات عن الظاهرة من حيث كونها أبحاث يتم فيها دراسة الوضع الراهن للظاهرة أو الظواهر المبحوثة دراسة تصويرية دقيقة من حيث العناصر المكونة لها لطبيعة العلاقات[3] السائدة فيها و نوع فئاتها .

---

[1] د.سهيل رزق دياب، مناهج البحث العلمي ، غزة –فلسطين- ، مارس 2003م، ص 89.

[2] أ.د.سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي ،دار الكتاب الجامعي، د.ن ، دولة الإمارات المتحدة، 2017، ص 77.

[3] نفس المرجع السابق ، أ.د. سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي ، ص 90.

أما بالنسبة للمنهج المستخدم في هذه الدراسة " **المنهج الوصفي** " لأنه الأسلوب الأكثر استخداما في بحوث الإعلام و الاتصال.

و يعرف المنهج الوصفي على أنه " الطريقة العلمية المنظمة يعتمد عليها الباحث في دراسته لظاهرة اجتماعية أو سياسية معينة وفق خطوات بحث معينة بواسطتها جمع البيانات و المعلومات الضرورية بشأن الظاهرة أو تنظيمها و تحليلها من أجل الوصول إلى أسبابها و العوامل التي تتحكم فيها .

و يصف " المنهج الوصفي " ما هو كائن مع تحديد الظروف و العلاقات التي توجد بين الوقائع و يهتم بتحديد الممارسات الشائعة و السائدة داخل الجماعات عن طريق جمع المعلومات و البيانات و يشمل هذا المنهج مجموعة من الأساليب البحثية و العلمية التي تستخدم من قبل الباحثين أهمها تحليل أسلوب المسح بالعينة ، تحليل المضمون، دراسة حالة .....[1]

و يتميز هذا المنهج باستخدام الأسلوب الكمي و الكيفي معا أو أحدهما، جمع عدد كبير من المعلومات المتعلقة بمجال البحث، اعتماده على التحليل كما أنه يعد من المناهج الموضوعية و التي تعتمد على العقل و استخدام كافة الأدوات الممكنة في جمع البيانات ذلك من خلال طرح الأسئلة و الابتعاد عن الفروض.

و قد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي لأنه يتلازم مع دراستنا لأننا نريد وصف دور الفايسبوك في تشكيل الرأي العام يتيح هذا المنهج استخدام العديد من أدوات جمع البيانات التي تساعدنا للوصول إلى النتائج المرغوبة و يساعدنا في الوصف و يتعداه إلى التحليل و التفسير من خلال الاعتماد على الأسلوب الإحصائي الذي يحول المعطيات النظرية إلى تطبيقية و من الشكل الكيفي إلى الكمي من خلال تفريغ البيانات و عرضها إلى جداول .

8. أدوات جمع البيانات :

إن نجاح أي بحث علمي مرتبط بنوع الأداة التي استخدمت في جمع البيانات و المعلومات حول الظاهرة قيد الدراسة فتطبيق هذه الأدوات بطريقة علمية يؤدي إلى التوصل إلى نتائج دقيقة حول الدراسة وهنا يقتضي على الباحث اختيار الأدوات المناسبة لبحثه و منه قمنا باختيار أداة هي الاستبيان .

- **الاستبيان** : أو بما تعرف " الاستمارة " هي تلك الأداة التي تحتوي على مجموعة من الأسئلة المتنوعة المرتبطة بموضوع بحث ما ، و المضبوطة و الموجهة باعتبار أن الباحث يقوم بتحديد صيغ الإجابات مسبقا و

1– فايزة جاهل – إكرام بوكري ،دور الإذاعة في التنمية المحلية ،مذكرة ماستر ، في علوم الإعلام والإتصال، جامعة ورقلة، 2016/2015، ص18.

يقوم المبحوث بالإجابة عنها بشكل مباشر دون تدخل الباحث ، و ذلك للكشف عن مواقف أو اتجاهات مجموعة من الأفراد و استخلاص آرائهم حول الظاهرة . [1]

- وقد قسمنا استمارتنا إلى ثلاثة محاور أساسية كالتالي:

المحور الأول : و يتضمن أنماط وعادات الطلبة الجامعيين.

المحور الثاني : خاص حجم اهتمام مستخدمي الفايسبوك بموضوع وباء كورونا.

المحور الثالث : يتضمن أثر الفايسبوك على الطلبة حتى تشكل رأي عام حول وباء كورونا.

9. المقاربة النظرية للدراسة :

1.9. نظرية الاستخدامات والاشباعات:

ترى هذه النظرية ان الجمهور ليس مجرد مستقبل سلبي لرسائل الاتصال الجماهيري ،وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون التعرض لها ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم ال نفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة .

وتعتمد النظرية على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة اهداف :

1- أن أعضاء الجماهير مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلب توقعاتهم.

2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات .

3- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون الوسائل وليس الوسائل هي من تستخدمهم .

4- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد احتياجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الاحتياجات.

5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

---

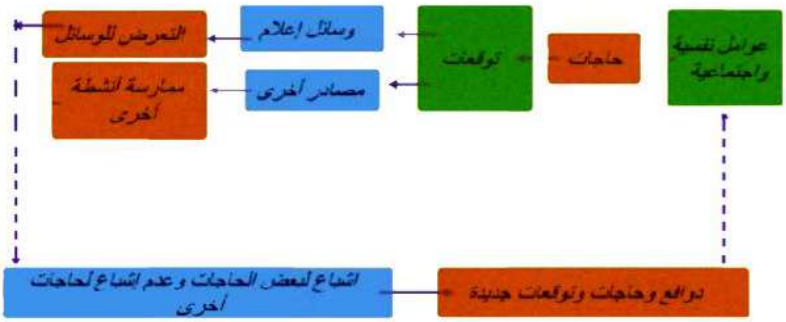
1 د.نادية سعيد عيشور ، تقديم أ.د عبد الرحمان برقوق، منهجية البحث في العلوم الإجتماعية ،مؤسسة حسين رأس الجبل للنشر والتوزيع ، 2017، ص353.

أما الأهداف التي تتحقق فهي:السعي الى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال باعتبار أن الجمهور نشط، شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة والتفاعل الذي يحدث نتيجة التعرض و التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

2.9. النقد الموجه للنظرية:

يثير الباحثين على أن مدخل الاستخدامات والاشباعات ليس إلا بصياغة معادة بجوانب معينة من نظرية التأثير الانتقائي، وأن احتياجات الجمهور واشبعاته تؤثر في أنماط اهتماماته وبالتالي تعرض لوسائل الإعلام يعتبر رواية مبسطة لنظرية الفروق الفرديةوينتقد هؤلاء الباحثون هذه النظرية لأنها لم تنتج حتى الأن إلا قليل من المعلومات عن الأسباب (الاحتياجات) التي يبرر بها الجمهور اهتمامه واختياره ببعض المحتويات الإعلامية ويرى عدد من الباحثين أن هذه النظرية لا تزيد عن كونها استراتجية لجمع المعلومات من قبل التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد وقت التعامل مع الاستقصاءات، والنقد الذي قدمه بلومر لهذه النظرية هي عدم تحديدها الواضح لمفهوم النشاط activité الذي تصف به جمهور المتلقين في علاقته بالاستخدام والاشباع.

نموذج النظرية:



10.الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى للباحث: أسامة غازي المدني بعنوان"دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة جامعات السعودية" دراسة ميدانية لطلبة جامعة أم القرى مكملة لنيل شهادة الماستر في الإعلام تم مناقشتها جامعة السلطان قابوس بدولة المملكة العربية السعودية خلال الموسم الجامعي 2015/2014 بحيث قام الباحث بطرح تساؤل رئيسي للموضوع جاء كالأتي:

. ماطبيعة الدور الذي يمكن أن تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة جامعات السعودية؟

ولتوضيح تساؤله أكثر قام تقسيمه لعدة تساؤلات فرعية:

. ما أهم أسباب استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي؟

. ما أهم الموضوعات التي يحرص المبحوثين على متابعتها في شبكات التواصل الاجتماعي؟

. ما أكثر القضايا أهمية بالنسبة للمبحوثين في المتابعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

. ما موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام؟

. ما أهم سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين؟

ومنه اعتمد في بحثه على المنهج المسحي كون هذه الدراسة تنتمي إلى الدراسات الوصفية.

ولقد أخذت عينة البحث بطريقة عشوائية من طلاب وطالبات جامعة أم القرى.

بحيث اعتمد الباحث في أدوات جمع البيانات على استمارة الاستبانة ومقياس تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، ولقد توصل إلى عدة نتائج أهمها:

- جاءت أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثين على شبكة المعلومات بشكل رئيس في الترتيب الأول الفايسبوك بنسبة بلغت 69.77 بالمئة وجاءت في الترتيب الثاني اليوتيوب بنسبة بلغت 50 بالمئة وفي الترتيب الثالث تويتر بنسبة 38.95 بالمئة وجاء في الترتيب الرابع الانستغرام بنسبة 28.33 ، أما في الترتييب الخامس جاء غوغل بلس نسبة بلغت 21.51 بالمئة وجاء في الترتيب الأخير مكرر ماي سبيس بنسبة 21.51 من إجمالي مفردات عينة الدراسة.

- جاءت نسبة من يعتقدون أن المناقشات على شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة جيدة في تشكيل الرأي الاعم لديهم 26.74 وبلغت نسبة من يعتقدون أن المناقشات على شبكات التواصل وسيلة جيدة في تشكيل الرأي العام لديهم 61.63، وبلغت نسبة من لا يعتقدون أن المناقشات على شبكات التوصل وسيلة جيدة في تشكيل الرأي العام لديهم 11.63 بالمئة.

– جاءت نسبة من تغيير موقفهم حول بعض القضايا من جراء مناقشاتهم على شبكات التواصل 50 بالمئة وبلغت نسبة من تغير موقفهم حول بعض الضايا من جراء مناقشتهم إلى حد ما 41.86 بالمئة، بينما بلغت نسبة من لم يتغير موقفهم حول بعض القضايا من جراء مناقشتهم 8.14 بالمئة.[1]

أوجه الاختلاف والتشابه:

من خلال هذه الدراسة نلاحظ أن عينة الدراسة كانت جمعت كل أراء طلبة جامعات السعودية، إلا أن دراستنا كانت مقتصر فقط على عينة من طلبة كلية الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة، كما أن هناك اختلاف واضح بين هذه الدراسة ودراستنا فهذه. الدراسة تحاول معرفة ما إذا كانت مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تشكيل رأي عام حول عدة قضايا، أما دراستنا فتحاول معرفة مدى مساهمة الفايسبوك في تشكيل رأي عام حول قضية واحد وهي جائحة كورونا.

أما فيما يخص أوجه التشابه فكلا الدراستين تركز على جانب واحد وهو الرأي العام، كما أن الجانب الميدانية يركز على الطلبة بصفة عامة.

الدراسة الثانية : لزهير عابد بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي" دراسة وصفية تحليلية مكملة لنيل شهادة الماستر في الإعلام تمت مناقشتها بجامعة الأقصى غزة فلسطين خلال الموسم الجامعي 2012/2011 بحيث قام الباحث بطرح رئيسي لموضوع دراسته جاء كالتالي: ما الدور الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتاعي والسياسي؟

ولتوضيح تساؤل دراسته أكثر قام الباحث بتفكيكه لعدة تساؤلات فرعية جاءت كالأتي:

– مادور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى جمهور طلبة الجامعات الفلسطينية نحو التغيير الاجتماعي والسياسي؟

– ما القضايا السياسية والاجتماعية التي يتداولها الطلبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

– ما أسباب ارتياد طلبة الجامعات الفلسطينية لمواقع التواصل الاجتماعي؟

– ما مدى الاستفادة التي يحققها طلبة الجامعات الفلسطينية من مواقع التواصل الاجتماعي؟

[1] أسامة غازي المدني، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة جامعات السعودية، تخصص إعلام، جامعة السلطان قابوس بدولة المملكة العربية السعودية 2015/2014 .

– ما أهم سلبيات وإيجابيات شبكات التواصل في التأثير على الرأي العام لدى طلبة الجامعات الفلسطينية؟

– ومنه اعتمد الباحث في بحث على المنهج المسحي كون هذه الدراسة تنتمي إلى الدراسات الوصفية التي تهتم بدراسة شبكات التواصل الاجتماعي.

– ولقد أخذت عينة البحث بطريقة عشوائية طبقية تم حصرها بعدد الطلاب والطالبات في الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة.

– بحيث اعتمد الباحث في أدوات جمع البيانات على استمارة الاستبانة ومقياس تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الفلسطينية، ولقد توصل إلى عدة نتائج أهمها:

– نتائج الدراسة أثبتت تفوق البريد الإلكتروني على باقي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدام في المرتبة الأولى وبنسبة 88.8بالمئة ويليه الفايسبوك في المرتبة الثانية بنسبة 79.8 بالمئة.

– أظهرت نتائج الدراسة أن طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى في منازلهم بنسبة 89.6 بالمئة وتتراوح مدة استخدامهم من ساعة إلى أقل من 3 ساعات بنسبة 40.4 بالمئة.

– توصلت الدراسة إلى أن أكثر الغات تداولا لدى الطلبة الجامعات الفلسطينية أثناء استخدامهم لشبكات التواصل هي اللغة العربية بنسبة 66.8 بالمئة وأنهم يثقون بها وبالدور الذي تقوم به في تشكيل الرأي العام لديهم بدرجة متوسطة بلغت نسبتها 58.2 بالمئة.

– بينت نتائج الدراسة أن دوافع الاستخدام عند طلاب وطالبات الجامعات الفلسطينة لشبكات التواصل كان منخفضا على الفقرات كلها في المحور الأول للدراسة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين 3.26 و3.02 بالمئة ,ان ما يدفعهم لاستخدامها بالمرتبة الأولى أنها وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الشباب على اختلاف توجهاتهم وبنسبة 65.2 بالمئة وأنهم لا يهتمون كثيرا بمناقشة القضايا السياسية والاجتماعية التي تهمهم حيث جاءت المرتبة الاخيرة بنسبة 62.9 بالمئة.

– أشارت النتائج إلى أن مستوى دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام نحو التغيير الاجتماعي والسياسي كان متوسطا على الفقرات جميعها فتراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين 3.02 و 3.24 بالمئة وأن طلاب وطالبات الجامعات الفلسطينية يرون أنها تقوم بدور فعال في تعزيز السلم المجتمعي

وبنسبة 64.8 بالمئة في المرتبة الأولى ويرون أن دورها منخفضا في حل كثير من المشكلات الاجتماعية والسياسية وبنسبة 60.04 بالمئة في المرتبة الأخيرة.

– توصلت نتائج الدراسة إلى أن طلبة الجامعات الفلسطينية يرون أن مستوى دور القضايا الاجتماعية والسياسية التي تطرحها شبكات التواصل كان متوسطا على الفقرات كلها فتراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين 2.78 و3.21 بالمئة، وأن أكثر القضايا التي يناقشونها عبر الشبكات هي حرية الرأي والتعبير في المجتمعات المختلفة وبنسبة 64.2 بالمئة في حين أنهم لا يهتمون كثيرا بمناقشة قضايا أخرى مثل التحرش الجنسي حيث كانت النسبة 55.6 بالمئة.

– طلبة الجامعات الفلسطينية يرون أن سلبيات وإيجابيات شبات التواصل الاجتماعي متوسط على الفقرات جميعها، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية عليها ما بين 2.60 و3 بالمئة وأن من أكثر سلبياتها أنها تسيء للعادات والتقاليد السائدة في المجتمعات المختلفة، بنسبة60 بالمئة وأنهم لا يهتمون كثيرا لوجود الإنترنت بالقرب من المنزل حيث جاء في المرتبة الأخيرة من أولويات اهتماماتهم بنسبة 52.4 بالمئة.

– كشفت النتائج أن درجة دور شبكات التواصل في تعبئة الرأي العامنحو التغيير الاجتماعي والسياسي على محاور الدراسة كانت متوسطة على محاور الدراسة جميعها فقد كانت المتوسطات الحسابية عليهما على التوالي 3.17 و3.17 و3.04 و2.81 وأن الدرجة الكلية للمحاور مجتمعة كانت حيث بلغ المتوسط الحسابي عليها 3.05 بالمئة.

– أظهرت النتائج أنه لا توجد اختلافات في الرأي بين الطلاب والطالبات نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة رأيهم نحو التغيير الاجتماعي والسياسي.

– أوضحت النتائج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين الطلاب والطالبات في درجة دور شبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير السكن، فقد تراوحت قيم مستوى الدلالة بين 0.602 و0.982 بالمئة.

– بينت الدراسة أنه توجد اختلافات بين الطلاب والطالبات تعزى لمتغير التخصص العلمي عند مستوى الدلالة في درجة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة رأيهم نحو التغيير السياسي والاجتماعي فقد تراوحت قيم مستوى الدلالة 0.00 .

– أشارت النتائج إلى وجود اختلافات بين الطالبات والطلاب في درجة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام نحو التغيير السياسي والاجتماعي تعزى لمتغير الجامعة، فقد تراوحت قيم مستوى الدلالة 0.00 وهذه أصغر القيم من قيمة مستوى الدلالة 0.05 .

– كشفت النتائج إلى وجود اختلافات بين الطلاب والطالبات عند مستوى الدلالة a= 0.05 في درجة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام نحو التغيير الاجتماعي والسياسي تعزى لمتغير الدخل لكل محور الأول والثاني فقد تراوحت قيم مستوى الدلالة بين 0.029 و0.028 وهذه أصغر من قيمة مستوى الدلالة 0.05 في حين جاءت القيم أكبر من قيمة مستوى الدلالة 0.05 على المحور الثالث والرابع والخامس، والتي بلغت على التوالي 0.91 و0.228 و 0.079 وهذه تشير أنه لالا توجد فروق ذات دلالة على هذه المحاور تعزى لمتغير الدخل.[1]

[1] زهير عابد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي، تخصص إعلام، بجامعة الأقصى غزة فلسطين 2012/2011 .

الإطار التطبيقي

1. إجراءات الدراسة الميدانية
2. مجالات الدراسة
3. عرض وتحليل بيانات الدراسة
4. نتائج الدراسة
5. خاتمة

1. إجراءات الدراسة الميدانية:

بعد الاطلاع على مجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت بحوث الرأي العام وشبكات التواصل الاجتماعي ، تم القيام بتصميم استمارة الاستبيان انطلاقا من أهداف الدراسة. ولقد مر تصيم الاستمارة في شكلها النهائي عبر الخطوات المنهجية التالية:

1.1. **تحديد البيانات والأسئلة المطلوبة:** ويأتي ذلك من خلال ما طرح ضمن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وما تم الاطلاع عليه من دراسات سابقة من أجل الإحاطة بكل متغيرات الدراسة، وإسقاط مجموعة من التساؤلات على محاور في الاستمارة، كل محور يتضمن مجموعة الأسئلة لتغطية كل جوانب الموضوع بشكل متوازن وشامل.

2.1. **بناء الاستمارة في صورتها المبدئية:** تم وضع مجموعة من الأسئلة الخاصة بكل محور من محاور استمارة الاستبيان، وصياغة الأسئلة، وترتيبها حسب متطلبات الدراسة.

3.1. عرض الاستمارة على الأستاذ المشرف: فقد قام بمراجعتها والتحقق من مدى جاهزية الأسئلة وكذلك تم التعديل فيها.

4.1. **صياغة أسئلة الاستمارة في شكلها النهائي:** بعد إخضاع الاستمارة للخطوات السابقة لتصبح صالحة لجمع البيانات المطلوبة، وقد تم عرضها على (03) أساتذة محكمين: زواي محمد الطيب، بوكرموش عيسى، قندوز عبد القادر قبل وضعها في شكلها النهائي.

2. مجالات الدراسة:

تعد تحليل مجالات الدراسة أو ما تسمى بحدود الدراسة من الخطوات المنهجية الهامة،وقد اتفق الكثير من المنشغلين في مناهج البحث العلمي والإجتماعي، على أن لكل دراسة ثلاث حدود رئيسية وهي : المجال المكاني (الجغرافي) . المجال البشري . المجال الزماني .

أ. المجال الجغرافي: ويقصد به النطاق المكاني لإجراء الدراسة ويعني تحقيق المنطقة أو البيئة التي تجرى فيها الدراسة .

ويتمثل **المجال الجغرافي** في دراستنا في ولاية ورقلة ،وقد اخترنا ولاية ورقلة لعدة أسباب أهمها : ربح الوقت والجهد.

ب . المجال البشري : يتضمن المجال البشري جمهور البحث الذي تشمله الدراسة .

بحيث اعتمدنا في دراستنا على عينة قصدية من مستخدمي موقع الفايسبوك، حسب ما يتفق مع متطلبات إجراء الدراسة ويسهل الوصول إلى نتائج موضوعية .

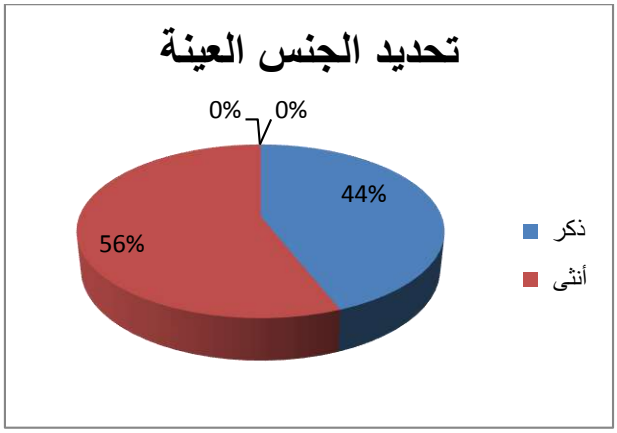
ج . المجال الزماني : انطلق المجال الزمني لهذه الدراسة في بداية شهر فبراير2022 ، ليكتمل في صورته النهائية أوائل شهرجوان 2022 .

- ولقد مرت دراستنا هذه بعدة مراحل وهي :
- مرحلة جمع المادة العلمية .
- مرحلة ضبط وصياغة الإطار المنهجي .
- مرحلة البدء في الجانب الميداني وهذا من خلال تصميم استمارة الاستبيان، وذلك يوم 15 ماي 2022 بعد مناقشتها مع الأستاذ المشرف، وبعد المناقشة والتصحيح والتعديل قمنا بالتوزيع على عينة من الطلبة الجامعيين مجتمع البحث في 26/24 ماي 2022 بصورتها النهائية .
- مرحلة صياغة وتحليل نتائج الدراسة وإعداد التقريرالنهائي للبحث .

3. عرض وتحليل بيانات الدراسة

الجدول رقم 1 : يوضح توزيع العينة حسب الجنس

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	22	44%
انثى	28	56%
المجموع	50	100%

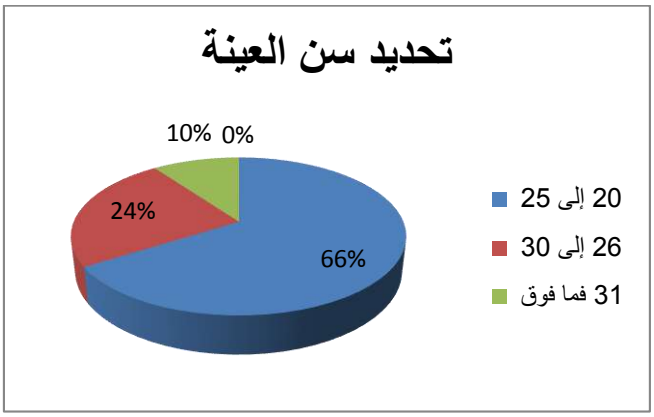


يتبين من الجدول أعلاه أن نسبة أفراد العينة من الذكور والإناث متقاربة ، فنسبة الذكور 44 أما الإناث 56 .

فتقارب نسبة الإناث والذكور يعود أساسا إلى التوزيع العشوائي على افراد العينة.

الجدول رقم 2: يوضح توزيع العينة حسب الفئة العمرية

الفئات	التكرار	النسبة المئوية %
من20 إلى 25	33	66%
من26 إلى 30	12	24%
من 31 فما فوق	5	10%
المجموع	50	100

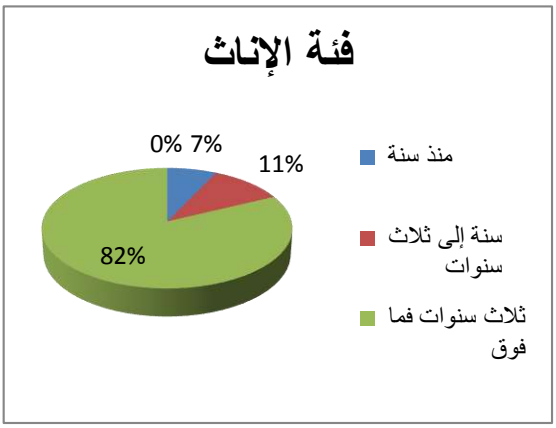


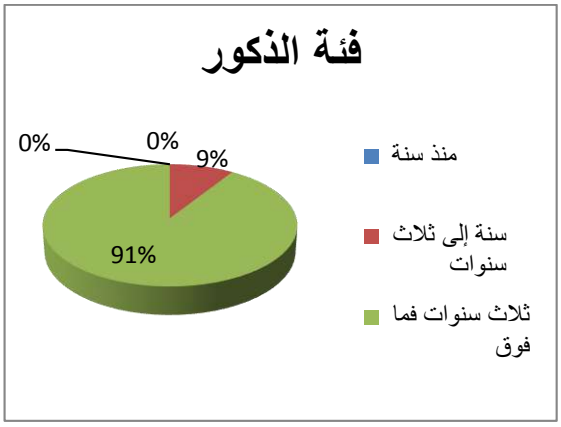
يتبين من خلال الجدول أعلاه أن مختلف الفئات العمرية في بحثنا يستخدمون الفايسبوك، ونلاحظ بوضوح تام أن الفئة العمرية (من 20 إلى 25) تمثل أعلى نسبة من أفراد العينة وتقدر ب66 ، ثم تليها الفئة (من 26إلى 30سنة) بنسبة 24 وأقل فئة هي (من31 فما فوق) بنسبة 10 .

ومن خلال حساب المتوسط الحسابي للعينة نجد أن متوسط السن للفئات العمرية يتراوح مابين 25 و30 سنة، وعلى هذا الأساس تم تقسيم الفئات العمرية كما هو موضح. كما يمكن إرجاع هذه النسب للهرم الديمغرافي للمجتمع الجزائري الذي يتميز بقاعدة شبابية عريضة (ارتفاع نسبة الشباب).

الجدول رقم 3: يوضح مدة امتلاك الفايسبوك حسب رأي العينة

البدائل	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
منذ سنة	0	0%	2	4%
سنة إلى ثلاث سنوات	2	4%	3	6%
ثلاث سنوات فما فوق	20	40%	23	46%
المجموع	22	100	28	100



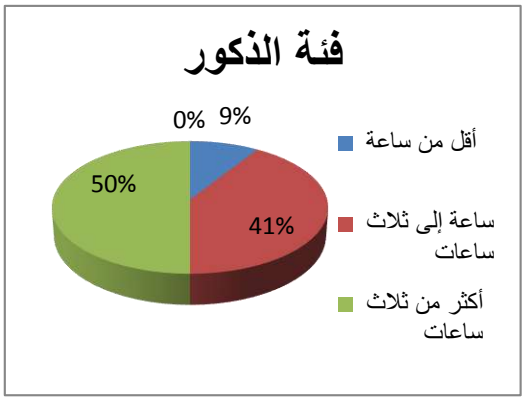


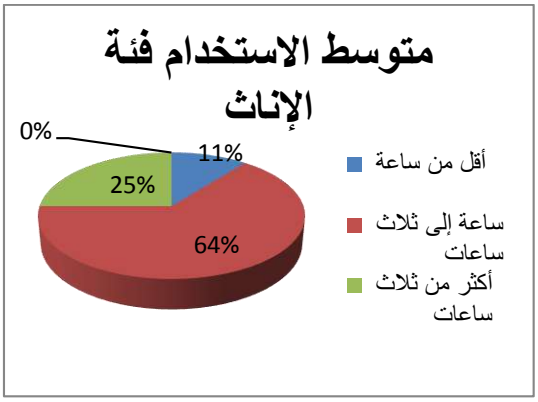
من خلال نتائج الجدول أعلاه نستخلص أن غالبية المبحوثين يستخدمون الفايسبوك منذ ثلاث سنوات وأكثر لكلا الجنسين حيث تمثلت النسبة لدى فئة الذكور 91 بالمئة وكانت نسبة الإناث 82 بالمئة ونلاحظ ان النسبة متقاربة بين الفئتين .

من خلال القراءة الإحصائية يتضح لنا أن النسبة الأكبر تميل لمدة استخدام الفايسبوك من ثلاث فما فوق، وهذا راج إلى انتشار مواقع التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة خاصة الفايسبوك والإقبال المتزايد عليه، بالإفاضة إلن أنه نجح في لفت الانتباه إليه.

الجدول رقم 4: يوضح متوسط استخدام موقع الفايسبوك حسب رأي العينة

البدائل	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	2	4%	3	6%
ساعة إلى ثلاث ساعات	9	18%	18	36%
أكثر من ثلاث ساعات	11	22%	7	14%
المجموع	19	100	21	100



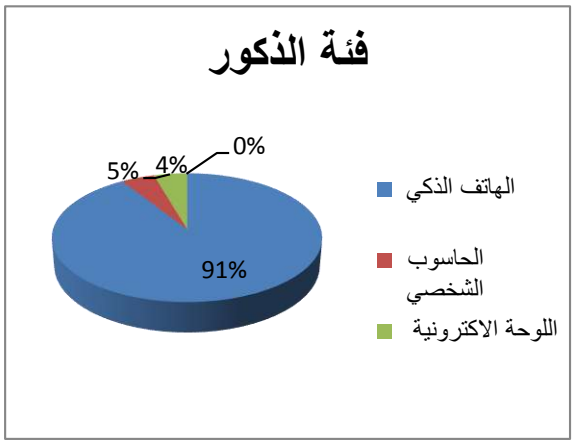


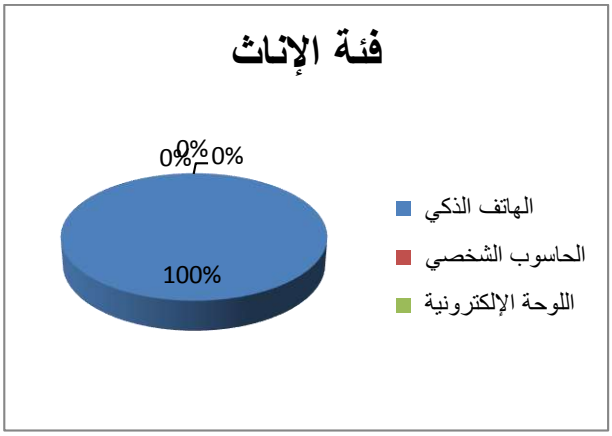
نلاحظ من أن معدل استخدام العينة للفايسبوك هو أكثر من ثلاث ساعات يوميا بالنسبة لفئة لإناث بنسبة 64 بالمئة أما عند فئة الذكور فكانت ساعة إلى ثلاث بنسبة 50 بالمئة .

هذه النتيجة توضح وجدول اقبال متوسط نوعا ما على الاستخدام للفايسبوك يوميا ، ولم يلاحظ تفاوت كبير في نسبة الاستخدام للذكور و الإناث.

الجدول رقم 5: يوضح الوسيلة الأكثر استخداما لتصفح الفايسبوك حسب رأي العينة

البدائل	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الهاتف الذكي	20	40%	28	56%
الحاسوب الشخصي	1	2%	0	0%
اللوحة الإلكترونية	1	2%	0	0%
المجموع	22	100	28	100



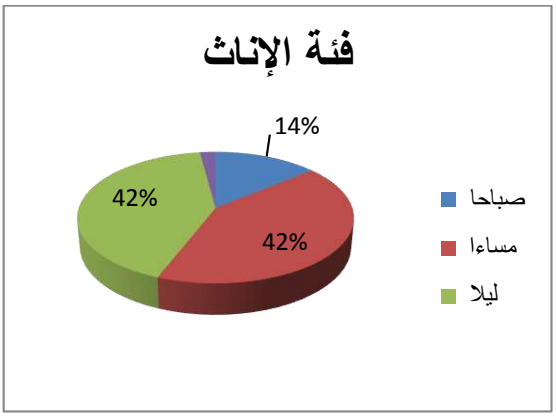


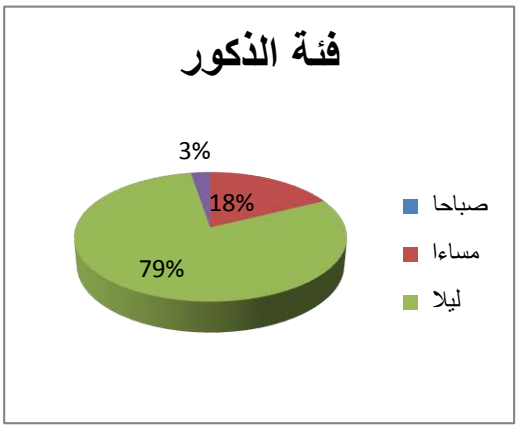
يتبين لنا من الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الهاتف الذكي (الهاتفالمحمول) حيث قدرت أعلى نسبة عند فئة الذكور ب91 بالمئة ثم تلية نسبة الحاسوب الشخصي ب5 بالمئة وأخير اللوحة الشخصي ب4 بالمئة حيث نلاحظ أنها اضعف نسبة، أما عند فئة الإناث فكانت كل الفئة تستخدم الهاتف الذكي فقدرت نسبتها ب100بالمئة.

يرجع ارتفاع نسبة استعمال الهاتف الذكي كونه الأكثر سهولة وخفة في الحمل واستعماله في عملية التصفح.

الجدول رقم 6: يوضح فترات تصفح العينة للفايسبوك

البدائل	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
صباحا	0	0%	4	8%
مساءا	4	8%	12	24%
ليلا	18	36%	12	24%
المجموع	19	100	28	100



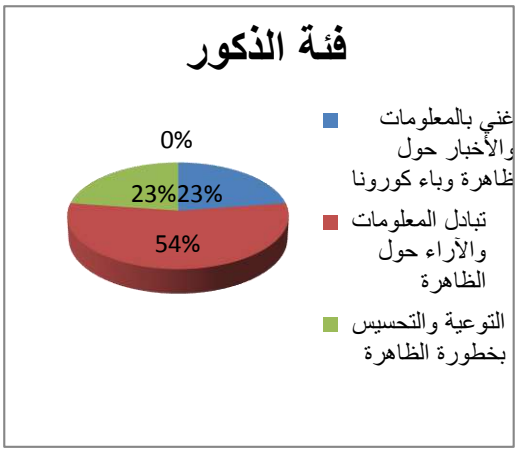


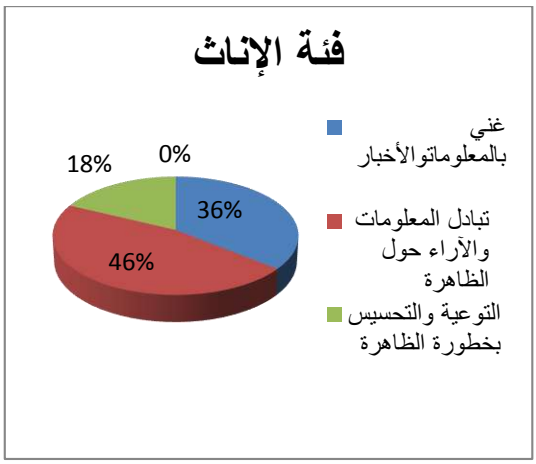
يوضح لنا الجدول أعلاه فترات تصفح الطلبة للفايسبوك حيث نلاحظ أن الفترة الليلية تمثل أكبر نسبة ب79 بالمئة لدى فئة الذكور ثم تليها الفترة المسائية ب 18 بالمئة في حين أن الفترة الصباحية لا أحد يتصفح حسابه في هذا الوقت، أما لدى فئة الإناث نسب الفترة المسائية والفترة الليلية متساوية حيث قدرت نسبتهما ب42 بالمئة ثم تليهم الفترة الصباحية 14 بالمئة .

يرجع هذا التباين في النسب إلى أن أغلب الطلبة يكون منشغل خلال اليوم بالدراسة أو بأمور أخرى كالعمل مثلا مما يجعل الفترتين المسائية والليلية هي الأنسب لتصفح الفايسبوك.

الجدول رقم 7: يوضح أسباب تصفح العينة للفايسبوك.

البدائل	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
غني بالمعلومات و الأخبار حول ظاهرة وباء كورونا	5	10%	10	20%
تبادل المعلومات و الآراء عن الظاهرة عبر عدة مجموعات	12	24%	13	% 26
التوعية و التحسيس بخطورة الظاهرة	5	10,00%	5	10%
المجموع	22	100%	28	100%

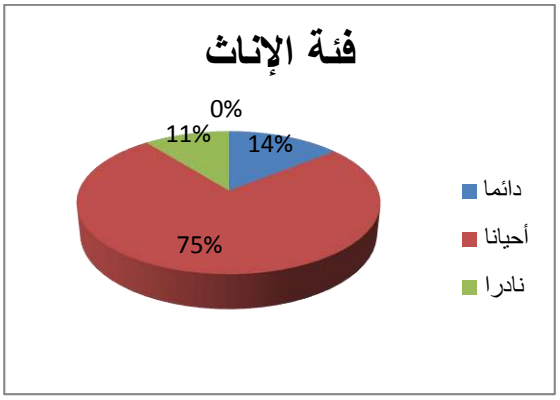


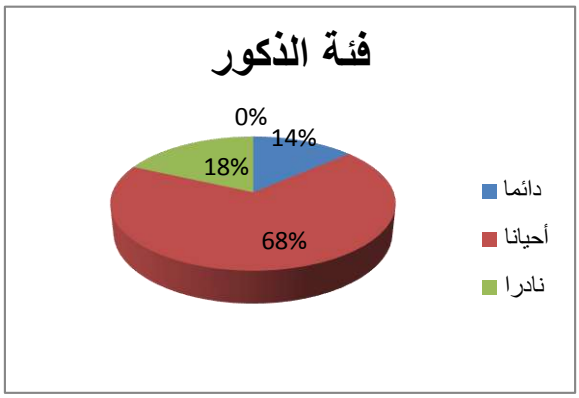


من خلال نتائج الجدول أعلاه يتبين لنا أن أغلبية المبحوثين أن السبب وراء تصفح الفايسبوك يرجع بالدرجة الأولى لتبادل المعلومات والآراء عن ظاهرة وباء كورونا عبر عدة مجموعات لكلا الفئتين فكانت نسبة فئة الذكور 24 بالمئة ثم تليها عبارتي غني بالمعلومات حول الظاهرة والتوعية والتحسيس بخطورة الظاهرة بتساوي بنسبة 10 بالمئة ، في حين نلاحظ نفس الشيء لدى فئة الإناث فكانت نسبتها 26 بالمئة ثم تليها عبارة غني بالمعلومات حول الظاهرة بنسبة 20 بالمئة وأخير عبارة التوعية والتحسيس بنسبة 10 بالمئة.

الجدول رقم 8 : يوضح اهتمام العينة بما ينشر عن وباء كورونا عبر موقع الفايسبوك.

البدائل	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	3	6%	4	8%
أحيانا	15	30%	21	42%
نادرا	4	8%	3	6%
المجموع	22	100	21	100

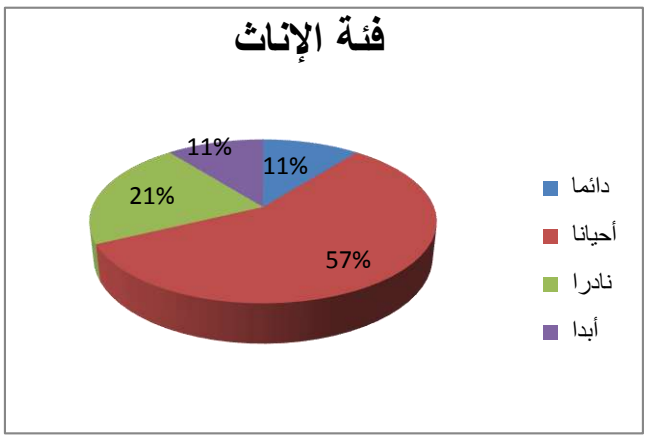


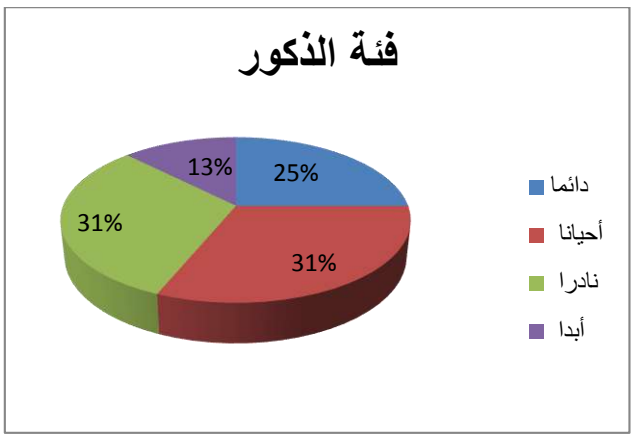


يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أنه أحيانا ما يهتم المبحوثين بما ينشر عن ظاهرة كورونا فكانت النسبة لدى فئة الذكور ب68 بالمئة ثم تليها عبارة نادرا بنسبة 18 بالمئة وأخيرا عبارة دائما بنسبة 14 بالمئة أما بالنسبة لفئة الإناث فكان نفس الشيء بالنسبة لعبارة أحيانا فقدرت نسبتها ب 75 بالمئة ثم تليها عبارة دائما بنسبة 14 بالمئة وأخيرا نادرا بنسبة 11 بالمئة .

الجدول رقم 9: يوضح ما إذا كانت العينة تتفاعل مع المنشورات الخاصة بظاهرة كورونا

البدائل	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	4	8%	5	10%
أحيانا	11	22%	2	4%
نادرا	5	10%	12	24%
أبدا	2	4%	2	4%
المجموع	22	100	21	100





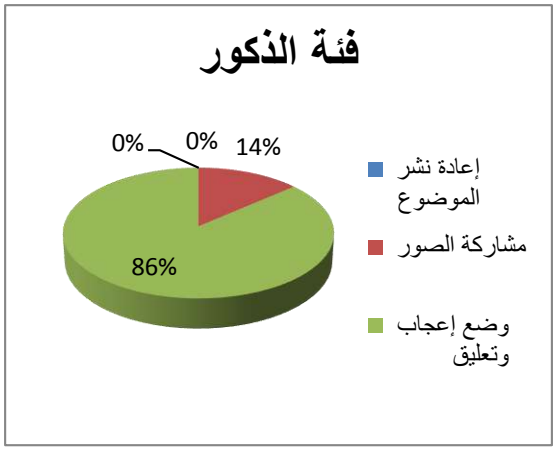
يوضح لنا الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين أحيانا ما يتفاعلون مع المنشورات الخاصة بوباء كورونا فقد قدرت نسبتها ب31 بالمئة ثم تليها عبارة نادرا بنسبة 31 بالمئة ثم دائما بنسبة 25 بالمئة وأخيرا عبارة أبدا بنسبة

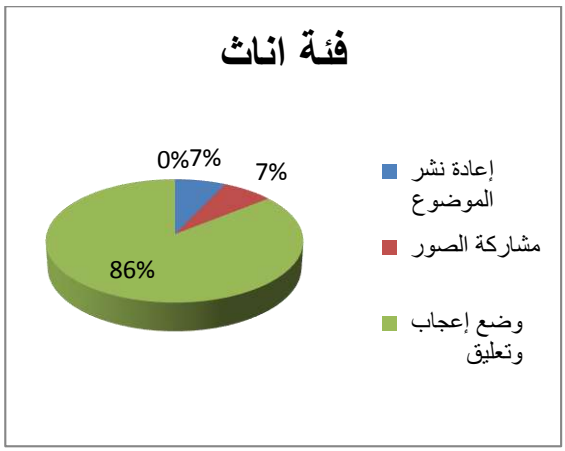
13 بالمئة بالنسبة لفئة الذكور، أما فئة الإناث فقدرت عبارة أحيانا ب57 بالمئة ثم تليها عبارة نادرا بنسبة 21 بالمئة في حين نلاحظ التساوي الواضح بين عبارتي دائما وأبدا بنسبة 11 بالمئة .

وبالتالي ترجع أعلى نسبة للذين أحيانا ما يتفاعلون على ما ينشر حول ظاهرة وباء كورونا عن طريق طرح آرائهم ووجهات نظرهم حول الموضوع حيث يشاركون آرائهم وتعليقاتهم بكل حرية مثل ظاهرة وباء كورونا الذي أحدث صدى كبيرا بين مختلف فئات المجتمع الجزائري خاصة عينة البحث والتي تتمثل في الطلبة الجامعيين.

الجدول رقم 10: يوضح بماذا تتفاعل العينة حول موضوع الوباء.

البدائل	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
إعادة نشر الموضوع	0	0	2	4%
مشاركة الصور	3	6	2	4%
وضع إعجاب و تعليق	19	38%	24	48%



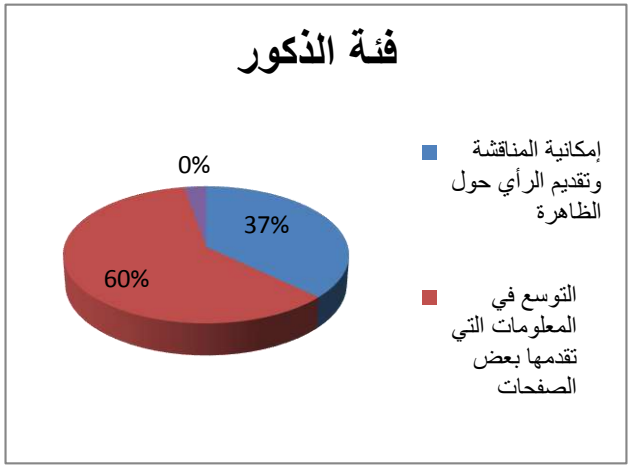


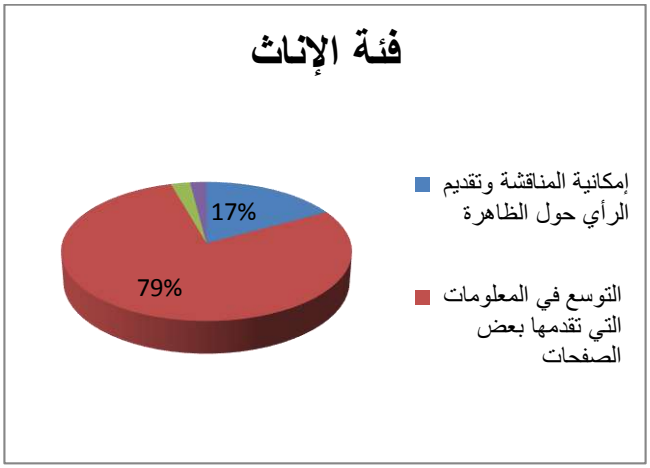
يوضح الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين يتفاعلون مع منشورات وباء كورونا من خلال وضع إعجاب وتعليق بنسبة 86 بالمئة لكلا الفئتين ثم تليها عبارة إعادة نشر الموضوع بنسبة متساوية مع عبارة مشاركة الصور بنسبة 7 بالمئة بالنسبة لفئة الإناث، أما فئة الذكور فكانت عبارة إعادة نشر الموضوع ب14 بالمئة وأخيرا عبارة مشاركة الصور .

ويعتبر الإعجاب والتعليق أسهل أنواع التفاعل في الفايسبوك وبهما يقاس نجاح الصفحة أو المنشور وأحيانا يعتمد عليهما أغلب المستخدمين لإثبات مرورهم.

الجدول رقم 11: يوضح انجذاب العينة حول المواضيع المنشورة عبرالفايسبوك

البدائل	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
إمكانية المناقشة وتقديم الرأي حول الظاهرة	8	16%	5	10%
التوسع في المعلومات التي تقدمها بعض الصفحات حول الظاهرة	13	26%	23	46%
المجموع	22	100%	28	100%



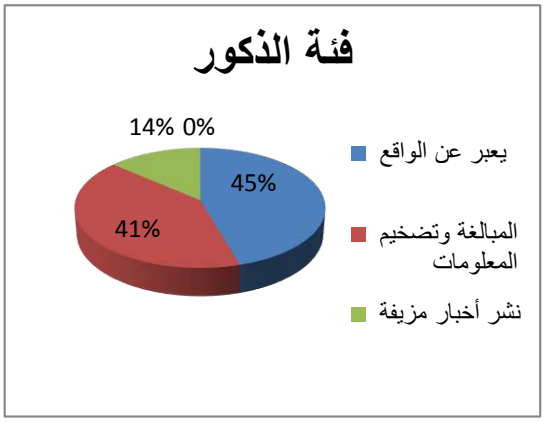


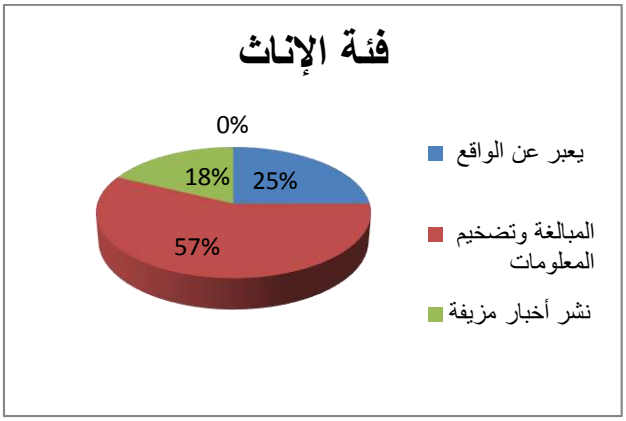
من خلال نتائج الجدول أعلاه نستخلص أن أغلب المبحوثين يرون أن الذي يجذبهم نحو المواضيع المنشور عن الظاهرة عبر الفايسبوك التوسع في المعلومات التي تقدمها بعض الصفحات لكلا الفئتين فكانت نسبة الذكور 60 بالمئة و عبارة إمكانية المناقشة بنسبة 37 بالمئة، أما بالنسبة لفئة الإناث فقدرت ب79 بالمئة و إمكانية المناقشة وتقديم الرأي ب17 بالمئة.

وبالتالي ترجع أعلى نسبة الإنجذاب كونه أن بعض الصفحات عبر موقع الفايسبوك تتوسع في المعلومات حول وباء كورونا وهذا راجع للعينة التي تعتبر الفايسبوك مصدر معلومات لها لأنها دائمة التصفح تقريبا.

الجدول رقم12 : يوضح رأي العينة حول ما ينشر على الفايسبوك بخصوص وباء كورونا.

البدائل	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
يعبر عن الواقع	10	20%	7	14%
المبالغة وتضخيم الأخبار والمعلومات	9	18%	16	32%
نشر أخبار مزيفة	3	6%	5	10%
المجموع	22	100	28	100%



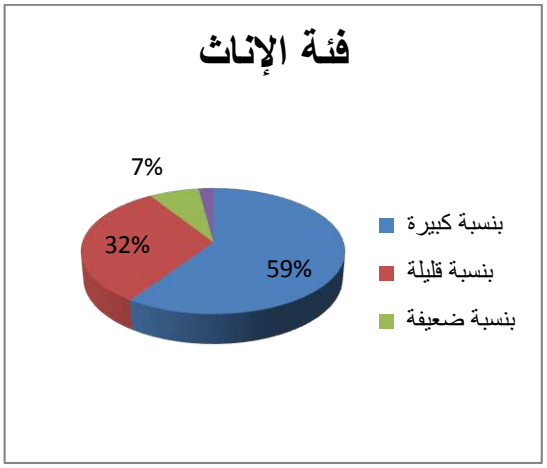


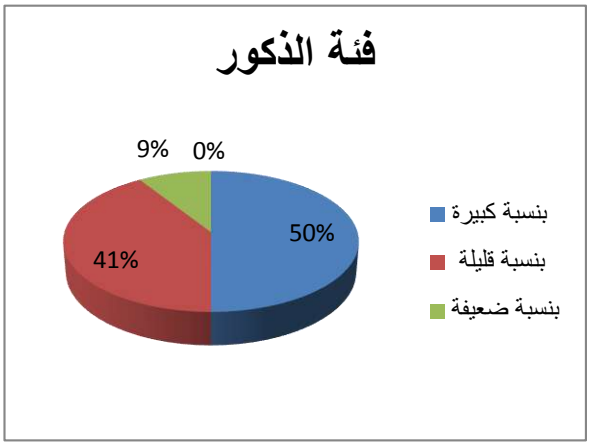
يتبين لنا من الجدول أعلاه أراء المبحوثين فيما ينشر على الفايسبوك حول وباء كورونا ، حيث ترجع أكبر نسبة أنه يعبرعن الواقع بالنسبة لفئة الذكور بنسبة45 بالمئة ثم تليها عبارة المبالغة وتضخيم المعلومات التي بدت متقاربة جدا مع العبارة الأولى وأخير عبارة نشر أخبار مزيفة بنسبة 14 بالمئة، أما بالنسبة لفئة الإناث فمثلت عبارة المبالغة وتضخيم المعلومات أعلى نسبة ب57 بالمئة ثم تليها عبارة يعبر عن الواقع بنسبة 25 بالمئة وأخيرا نشر أخبار مزيفة ب18 بالمئة.

ويمكن إرجاع هذه النتائج إلى المعلومات التي ينشرها الفايسبوك وإعطاء حرية للأفراد في التعبير عن وجهات نظرهم الخاصة بهم عن طريق الكتابات والتعليقات التي تعبر عن الواقع الذي يعيشه المجتمع خاصة في مثل هذا الموضوع الذي يمس جميع شرائح المجتمع الجزائري.

الجدول رقم 13: يوضح ما إذا كان الفايسبوك من أهم المصادر الإعلامية في تشكيل الرأي العام حسب رأي العينة

البدائل	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
بنسبة كبيرة	11	22%	17	34%
بنسبة قليلة	9	18%	9	18%
بنسبة ضعيفة	2	4%	2	4%
المجموع	22	100%	28	100%



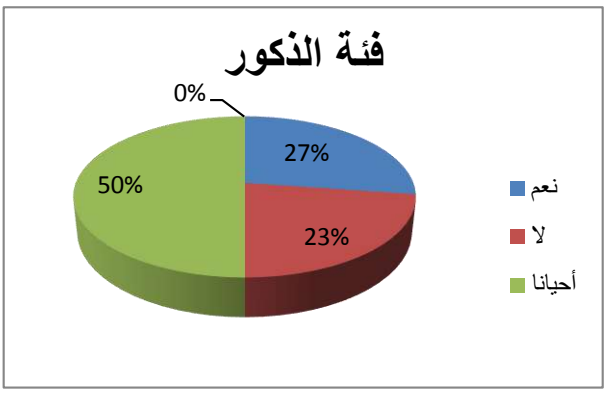


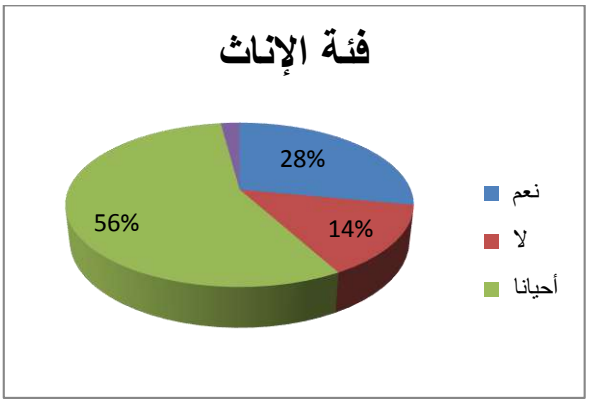
من خلال نتائج الجدول أعلاه يتبين لنا أن الفايسبوك من أهم المصادر الإعلامية التي ساهمت في تشكيل الرأي العام لدى المبحوثين في ظل جائحة كورونا بنسبة كبيرة لكلا الفئتين فقدرت نسبتها لدى فئة الذكور ب50 بالمئة ثم تليها بنسبة قليلة بنسبة 41 بالمئة وأخيرا بنسبة ضعيفة ب9 بالمئة، أما عند فئة الإناث فقدرت ب59 بالمئة ثم تليها نسبة قليلة ب32 بالمئة وأخيرا 7 بالمئة.

وهذا يعكس مدى مساهمة الفايسبوك في تشكيل رأي عام مثله مثل المصادر الإعلامية الأخرى كونه لا يقل أهمية عنها.

الجدول 14: يوضح ما إذا كانت النقاشات وسيلة جيدة في تشكيل الرأي لدى العينة

البدائل	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	6	12%	8	16%
لا	5	10%	4	8%
أحيانا	11	22%	16	32%
المجموع	22	100	28	100%



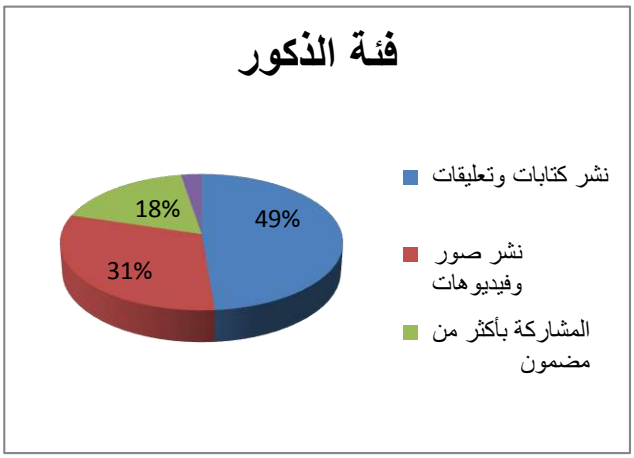


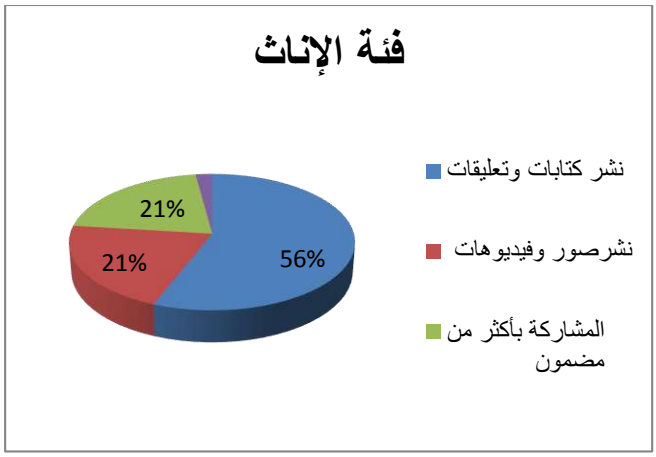
يوضح لنا الجدول أعلاه الذي يبين دور المناقشات على الفايسبوك وسيلة جيدة في تشكيل رأي عام لدى الطلبة نلاحظ أن المبحوثين أجابوا أنه أحيانا ما تكون المناقشات على الفايسبوك وسيلة جيدة حيث مثلت أعلى نسبة فقدرت ب50 بالمئة ثم تليها نعم بنسبة 27 وأخيرا لا بنسبة 23 بالمئة بالنسبة لفئة الذكور، أما عند الإناث فمثلت أحيانا أعلى نسبة أيضا ب56 بالمئة ثم تليها نعم بنسبة 28 بالمئة ولا بنسبة 14 بالمئة.

يتضح من خلال نتائج الجدول أن المناقشات وسيلة جيدة في تشكيل الرأي العام لدى الطلبة.

الجدول 15: يوضح المضامين التي تظهر حسابات العينة والتي يعبرعن رأيه بكل حرية

البدائل	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نشر كتابات وتعليقات	11	22%	16	32%
نشر صور وفيديوهات	7	14%	6	12%
المشاركة بأكثر من مضمون	4	8%	6	12%
المجموع	22	100	28	100





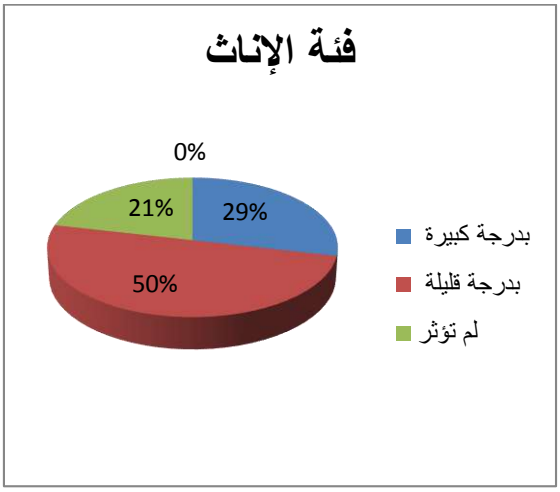
من خلال نتائج الجدول أعلاه نستخلص أن نسبة نشر كتابات وتعليقات من أكثر أشكال ظهور المضامين على حساب المبحوثين تصل إلى 49 بالمئة لدى فئة الذكور وعند الإناث تقدر ب56 بالمئة ثم تليها نشر صور وفيديوهات ب31 بالمئة في حين تصل المشاركة بأكثر من مضمون إلى 18 بالمئة لدى فئة الذكور، أما بالنسبة لفئة الإناث تتساوي عبارتي نشر صور وفيديوهات مع المشاركة بأكثر من مضمون بنسبة 21 بالمئة.

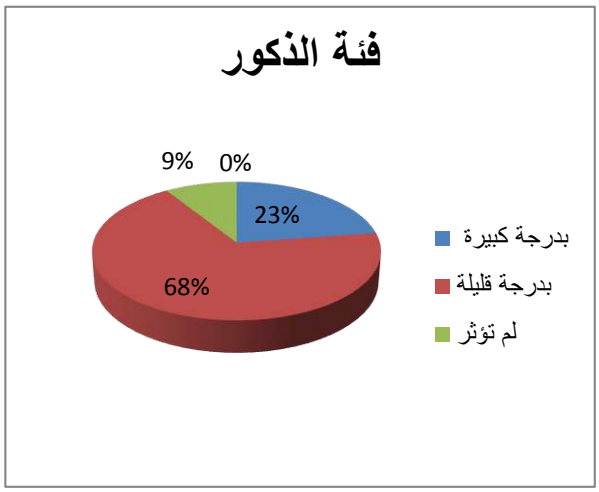
ومنه نستنتج أن أعلى نسبة تخص ظهور المضامين بكتابة وتعليقات وبالتالي تكون أكثر تأثيرا على مستخدمي الفايسبوك، هذا الخير الذي يعتبر أفضل تجلي للوسائط المتعددة التي تستهدف المساعدة في إيضاح المعاني،

وتقوم على دمج النصوص والرسوم والصور الثانية والمتحركة بالأصوات والتأثيرات المختلفة لتوصيل الأفكار والمعلومات.

الجدول 16: يوضح درجة تأثير الصور والفيديوهات والنصوص المنشورة على العينة.

البدائل	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
بدرجة كبيرة	5	10%	8	16%
بدرجة قليلة	15	30%	14	28%
لم تؤثر	2	4%	6	12%
المجموع	22	100	21	100

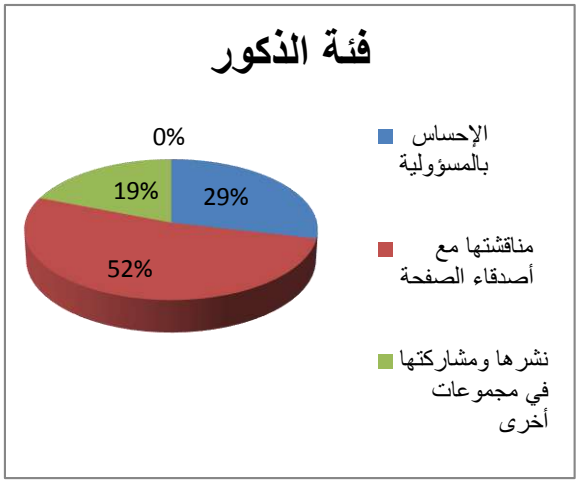


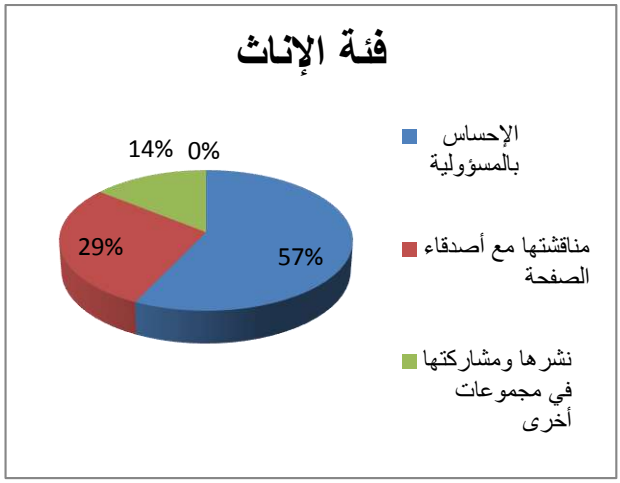


نلاحظ من الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين كان تأثير الصور والفيديوهات والنصوص المنشور بدرجة قليلة لكلا الفئتين فقدرت لدى فئة الذكور ب68 بالمئة ثم تليها درجة التأثير بصفة كبيرة بنسبة 23 بالمئة في حين أنه هناك كمية قليلة لم تؤثر فيها الصور والفيديوهات والنصوص فقدرت نسبتها ب9 بالمئة، أما لدى فئة الإناث كان التأثير بدرجة قليلة أيضا فقدرت نسبتها ب50 بالمئة ثم تليها بدرجة كبيرة بنسبة 29 بالمئة وأخير عبارة لم تؤثر بنسبة 21 بالمئة.

الجدول 17: يوضح استجابت العينة أثناء تصفح المنشورات الخاصة بوباء كورونا

البدائل	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الاحساس بالمسؤولية	6	12%	16	32%
مناقشتها مع أصدقاء الصفحة	11	22%	8	16%
نشرها ومشاركتها في مجموعات أخرى	4	8%	4	8%
المجموع	22	100%	28	100%

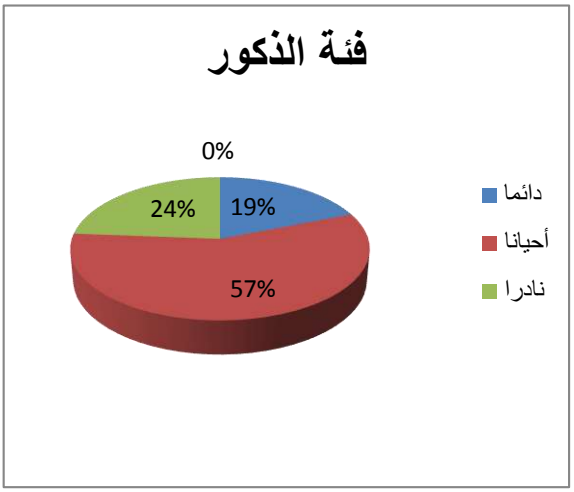


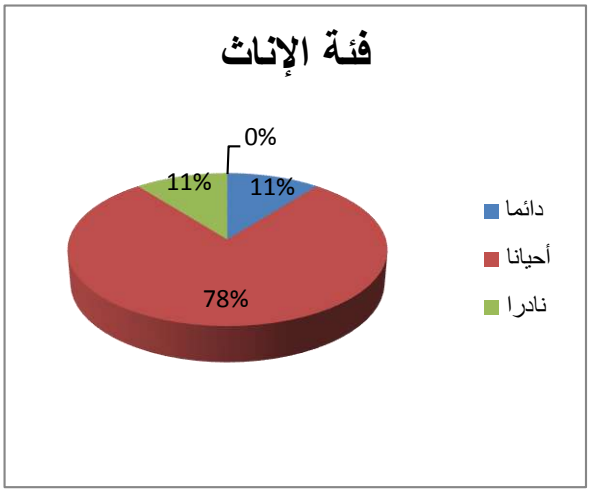


من خلال نتائج الجدول أعلاه نستخلص أن أغلب المبحوثين لدى فئة الذكور كانت استجابتهم أثناء تصفحهم للمنشورات الخاصة بوباء كورونا يقومون بمناقشت تلك المنشورات مع أصدقاء الصفحة فقدرت نسبتها ب52 بالمئة ثم تليها عبارة الإحساس بالمسؤولية بنسبة 29 بالمئة وأخيرا نشرها ومشاركتها في مجموعات أخرى بنسبة 19 بالمئة، أما بالنسبة لفئة الإناث كانت الإحساس بالمسؤولية أول استجابة مع المنشورات الخاصة بالوباء فقدرت نسبتها ب57 بالمئة وفئة منهم قاموا بمناقشتها مع أصدقاء الصفحة بنسبة 29 بالمئة وآخر فئة نشر والمشاركة في مجموعات أخرى بنسبة 14 بالمئة.

الجدول 18: يوضح مدى انعكاس أهمية النقاشات على الفيسبوك حول وباء كورونا أهمية النقاشات على أرض الواقع

البدائل	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	4	8%	3	6%
أحيانا	12	24%	22	44%
نادرا	5	10%	3	6%
المجموع	22	100%	28	100%

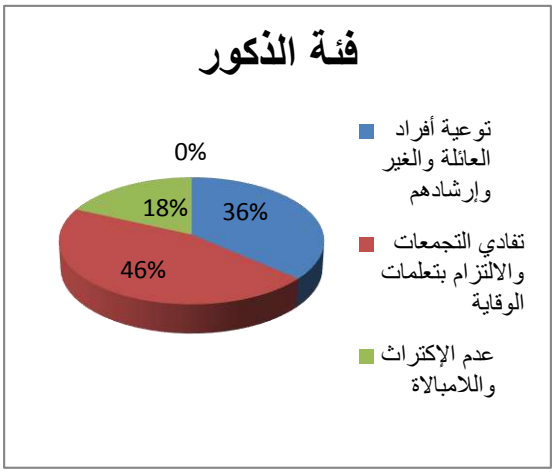


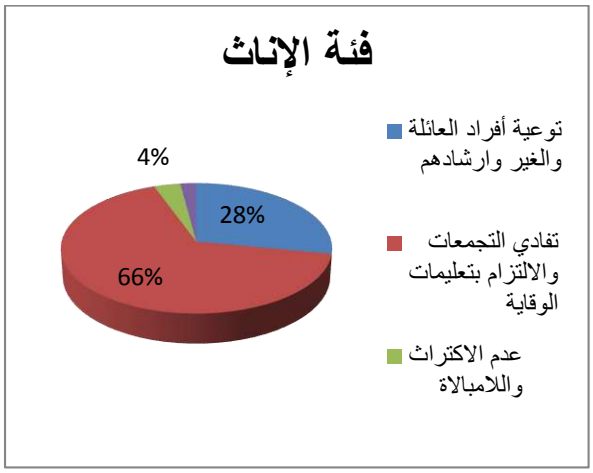


من خلال نتائج الجدول أعلاه نستخلص أن أغلب المبحوثين يرون أن أهمية النقاشات على الفايسبوك أحيانا ما تعكس أهمية النقاشات على أرض الواقع حول وباء كورونا حيث كانت النسبة لدى فئة الذكور 57 بالمئة ثم تليها عبارة نادرا بنسبة 24 بالمئة وأخيرا عبارة دائما بنسبة 19 بالمئة، أما لدى فئة الإناث فقدرت نسبة أحيانا ب78 بالمئة ثم تتساوى عبارتي دائما ونادرا بنسبة 11 بالمئة.

الجدول 19: يوضح توزيع العينة حسب تعاملهم مع أقاربهم بعد تفشي الوباء.

البدائل	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
توعية أفراد العائلة والغير وإرشادهم	8	16%	8	16%
تفادي التجمعات والإلتزام بتعليمات الوقاية	10	20%	19	38%
عدم الاكتراث واللامبالاة	4	8%	1	2%
المجموع	22	100%	21	100%





نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين لدى لكلا الفئتين أصبح تعاملهم مع أقاربهم بعد تفشي الوباء بتفادي التجمعات والالتزام بتعليمات الوقاية فقدرت نسبتها ب46 بالمئة وهناك من قام بتوعية الغير وأفراد العائلة وإرشادهم بنسبة 36 بالمئة ثم تليها عبارة الاكتراث واللامبالاة بنسبة 18 بالمئة لدى فئة الذكور، أما لدى فئة الإناث فقدرت نسبة تفادي التجمعات والالتزام بتعليمات الوقاية ب68 بالمئة ثم تليها عبارة توعية الغير وأفراد العائلة وإرشادهم بنسبة 28 بالمئة في نرى آخر نسبة لعدم الاكتراث واللامبالاة بنسبة 4 بالمئة.

ومنه نستنتج أن أعلى لتعامل الطلبة مع أقربهم بعد تفشي الوباء بتفادي التجمعات والالتزام بتعليمات الوقاية هذا راجع لكمية الوعي والتفطن بمدى خطورة هذا الوباء.

نتائج الدراسة

نتائج الدراسة:

توصلنا عند اجرائنا للدراسة الميدانية وبعد جمع وتبويب البيانات وتحليلها وتفسيرها توصلنا إلى مجموعة من النتائج حسب التساؤلات الفرعية وهي كالتالي:

1 ـ عادات وأنماط استخدام الطلبة للفايسبوك:

- أغلب متصفحي الفايسبوك من جنس الأنثى بنسبة و لجنس الذكر.
- أغلب المبحوثين تتراوح أعمارهم مابين 20 و 25 سنة لكلا الجنسين.
- يملك أغلب المبحوثين حساب عبر الفايسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات.
- يقضي أغلب المبحوثين من أكثر ثلاث ساعات فما فوق لدى فئة الذكور وساعة إلى ثلاث ساعات عند فئة الإناث.
- بينت الدراسة الميدانية أن كل المبحوثين تقريبا يفضلون استخدام الهاتف الذكي أثناء تصفحهم لموقع الفايسبوك.
- توصلنا إلى أن أغلب المبحوثين تكون أوقات تصفحهم لموقع الفايسبوك بين الفترتي المسائية والليلية.

2 ـ اهتمام مستخدمي الفايسبوك بموضوع وباء كورونا:

- أن السبب الرئيسي وراء تصفح المبحوثين للفايسبوك كونه غني بالمعلومات حول وباء كورونا كما يمكنهم تبادل المعلومات والآراء عبر عدة صفحات.
- الدراسة أنه أحيانا ما يهتم المبحوثين بما ينشر حول وباء كورونا.
- نرى أنه المبحوثين أحيانا ما يتفاعلون مع المنشورات الخاصة بوباء كورونا حيث يتمثل هذا التفاعل بوضع إعجاب وتعليق على المنشور.
- يجذب أغلب المبحوثين في المواضيع المنشورة عبر الفايسبوك والتي تخص وباء كورونا كمية التوسع في المعلومات التي تقدمها بعض الصفحات عن الوباء.
- يرى أغلب المبحوثين أن ما ينشر على الفايسبوك حول ظاهرة كورونا ماهو إلا مبالغة وتضخيم للمعلومات والأخبار في حين يرى البعض الآخر أنها تعبر على الواقع.

3 ـ أثر الفايسبوك على الطلبة حتى تشكل رأي حول ظاهرة وباء كورونا:

- يعتبر الفايسبوك من أهم المصادر الاعلامية التي ساهمت في تشكيل الرأي العام حول ظاهرة كورونا بنسبة كبيرة عند أغلب المبحوثين .
- أرجح أغلب المبحوثين أنه أحيانا ما تكون النقاشات وسيلة جيدة في تشكيل رأي عام لديهم.
- أرجح أغلب المبحوثين أن المضامين التي تظهرها حساباتهم بخصوص وباء كورونا عبارة عن نشر كتابات وتعليقات.
- كانت درجة تأثير الصور والفيديوهات والنصوص الخاصة بوباء كورونا التي كانت تصل للمبحوثين قليلة .
- عبر المبحوثين عن استجابتهم حول المنشورات الخاصة بالوباء بمناقشتها مع أصدقاء الصفحة.
- أرجح أغلب المبحوثين أنه أحيانا ما تعكس المناقشات على الفايسبوك حول الوباء أهمية النقاشات على أرض الواقع.
- تمثل تعامل المبحوثين مع أقاربهم فترة تفشي الوباء بتفادي التجمعات والالتزام بتعليمات الوقاية بالدرجة الأولى ثم توعية أفراد العائلة والغير وإرشادهم.
- جاء في نتائج الدراسة حسب رأي المبحوثين أن الفايسبوك ساهم في التوعية والتحسيس بخطورة الوباء وذلك من خلال توعية مستخدمي الفايسبوك وقد كانت توعية ناجحة نوعا ما لأن الفايسبوك الوسيلة الأكثر تأثيرا على الأفراد وهذا راجع للمدة التي يقضيها المبحوثين على الفايسبوك إلا أن ما يعاب عليه دقة وصحة المعلومات وتوقيتها، بالرغم من أنها كانت مساهمة إيجابية لحد بعيد.

الخاتمة

الخاتمة:

وختاما لما سبق، توصلنا إلى أن الشبكات الاجتماعية خاصة الفايسبوك لعب دورا كبيرا في صنع حرية التعبير لدى المجتمع الجزائري على مختلف المستويات خاصة لدى الطلبة الجامعيين، فقد خلق ساحة مفتوحة لإبداء أراء والتعريف بوجهات النظر المختلفة عبر فضاءاته، حيث أفرز أشكالا جديدة للتفاعل الجماعي، وبالتالي كان له دورا بارزا في رسم وتوجيه اهتمام الأفراد نحو الموضوعات والقضايا التي تمثل أولوياتهم، وأعطاها مساحات واسعة لطرح أي موضوع أو قضية يرغبون في اثارتها وتشكيل رأيا عاما حولها، وهذا من خلال حرية المشاركات، وقد كانت الريادة للفايسبوك من خلال طرحه لظاهرة وباء كورونا والتي شكلت رأيا عاما موحدا .

وقد تبين من هذه الدراسة أن الفايسبوك استطاع أن يسجل حضور إيجابي في الحياة العامة كما أثر على الوعي لدى الجمهور، وأعطاهم الفرصة للتواصل والتعبير عن آرائهم والتعليق على الأحداث خاصة ما تعلق بوباء كورونا فجعلهم ليسوا متابعين فقط بل عناصر فعالة ومشاركة في التوعية بخطورة الوباء، كما أتاح إمكانية التغيير في تفكير بجدية الوضع من خلال الإحساس بالمسؤولية والتحسيس بخطورة الظاهرة وغيرها عن طريق المساهمة في كتابة أو تنزيل مقاطع فيديو حول الوباء وكذلك التعليق عليها وتبادلها بين مستخدمي الفايسبوك.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولا الكتب:

1 . د. حسان أحمد قمحية ، الفايسبوك تحت المجهر ، طبعة 1، دار النخبة ، سنة 1438هـ _ 2017م.

2 . سهيل رزق الله ذياب، مناهج البحث العلمي ،غزة –فلسطين- مارس،2003.

3 . سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي،دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع،دولة الإمارات المتحدة، 2017.

4 . د.نادية سعيد عيشور، تقديم أ.د.عبد الرحمان برقوق،منهجية البحث في العلوم الإجتماعية، مؤسسة حسين رأس الجبل للنشر والتوزيع،2017.

5 . هشام رشدى خير، محاضرات في نظريات الإعلام، جامعة المنوفية.

ثانيا مذكرات التخرج:

1 . بن رجم أحلام، وسائل الاعلام والاتصال وعلاقتها بالرأي العام في الجزائر،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، في علم اجتماع اتصال، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2020/2019.

2 . بوفلفل زيد، التعليم عن بعد تحت ظل جائحة كوفيد 19، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، في علم اجتماع اتصال، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2021/2020.

3 . فايزة جاهل _ إكرام بوكري،دور الإذاعة في التنمية المحلية،مذكرة لنيل شهادة الماستر،في علوم الإعلام والإتصال، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2016/2015.

ثالثا المجلات:

1. نوال مجدوب، مزايا وطرق جمع البيانات المختلفة وعيوبها ومتى يتم استخدامها، مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع،العدد1، 2017/1438.

2. صبحي عسيلة ، الرأي العام ، الموسوعة السياسية للشباب، العدد15، نهضة مصر.

الملاحق

جـــــــــامعة قاصدي مربـــــــاح ورقلـــــــة

كليـــــة العلوم الانســـــانية والاجتماعـــية

قســـم علوم الاعلام والاتصـــــال

تخصص اتصـــال جمـــاهيري ووســـائط جـديـــدة

استمارة الاستبيان:

مساهمة الفايسبوك في تشكيل الرأي العام حول ظاهرة وباءكورونا

مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي

من إعداد الطالبتين:

ـ ونايسية خولة

ـ غربي أسماء

تحت إشراف الأستاذ:

ـ صانع رابح

تحية طيبة وبعد:

أخي (أختي) الطالب (ة) إن البيانات الواردة في الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي . وشكرا مسبقا لحسن تعاونكم معنا.

ملاحظة: الإجابة تكون بوضع علامة (X) أمام الإجابة المناسبة.

2023/2022

البيانات الشخصية:

الجنس: ذكر ☐

أنثى ☐

السن:

- 20 سنة - 25 ☐ - 26 سنة - 30سنة ☐ - 31 فما فوق ☐

المحور الأول : عادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي للفايسبوك

1 - منذ متى وأنت تملك حساب عبر موقع الفايسبوك؟

- منذ سنة ☐ من سنة إلى ثلاث سنوات ☐ ثلاث سنوات فما فوق ☐

2 - ما متوسط استخدامك لموقع الفايسبوك يوميا؟

- أقل ساعة ☐
- من ساعة إلى ثلاث ساعات ☐
- أكثر من ثلاث ساعات ☐

3 - ما هي الوسيلة التي تستخدمها أثناء تصفحك لموقع الفايسبوك؟

- الهاتف الذكي ☐
- الحاسوب الشخصي ☐
- اللوحة الإلكترونية ☐

4 - ماهي أوقات تصفحك لموقع الفايسبوك يوميا؟

- صباحا ☐ مساءا ☐ ليلا ☐

المحور الثاني: حجم اهتمام مستخدمي الفايسبوك بموضوع وباء كورونا؟

5 - ماهي الأسباب التي تدفعك لتصفح موقع الفايسبوك ؟

- غني بالمعلومات والأخبار حول ظاهرة وباء كورونا ☐
- تبادل المعلومات والأراء عن الظاهرة عبر عدة مجموعات ☐

ـ التوعية والتحسيس بخطورة الظاهرة ☐

6 ـ هل تهتم بما ينشر عن ظاهرة وباء كورونا عبر موقع الفايسبوك؟

ـ دائما ☐ ـ أحيانا ☐ ـ نادرا ☐

7 ـ هل تتفاعل مع المنشورات الخاصة بظاهرة وباء كورونا؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا ☐

8 ـ هل تتفاعل حول هذا الموضوع من خلال:

إعادة نشر الموضوع ☐

مشاركة الصور ☐

وضع إعجاب وتعليق ☐

9 ـ ما الذي يجذبك في المواضيع المنشورة عبر موقع الفايسبوك؟

إمكانية المناقشة وتقديم الرأي حول الظاهرة ☐

التوسع في المعلومات التي تقدمها بعض الصفحات عن الظاهرة ☐

أخرى تذكر.....

10- ما رأيك حول ما ينشر عبر الفايسبوك حول ظاهرة وباء كورونا ؟

ـ يعبر عن الواقع ☐

ـ المبالغة وتضخيم الأخبار والمعلومات ☐

ـ نشر أخبار مزيفة ☐

المحور الثالث: أثرالفايسبوك على الطلبة حتى تشكل رأي عام حول ظاهرة وباء كورونا.

11 ـ هل ترى أن الفايسبوك من أهم المصادر الإعلامية التي ساهمت في تشكيل الرأي العام في ظل جائحة كورونا؟

بنسبة كبيرة ☐ بنسبة قليلة ☐ بنسبة ضعيفة ☐

12- هل تعتقد أن المناقشات على الفايسبوك وسيلة جيدة في تشكيل رأي عام لديك؟

نعم ☐ أحيانا ☐ لا ☐

13 ـ فيما تتمثل المضامين التي يظهرها حسابك على الفايسبوك بخصوص وباء كورونا والتي تعبر من خلالها عن رأيك بكل حرية؟

ـ نشر كتابات وتعليقات ☐

ـ نشر صور وفيديوهات ☐

ـ المشاركة بأكثر من مضمون ☐

14 ـ ما درجة تأثير الصور والفيديوهات والنصوص المنشورة التي تصلك عبر حسابك؟

ـ بدرجة كبيرة ☐ بدرجة قليلة ☐ لم تؤثر ☐

15 ـ كيف كانت استجابتك وأنت تتصفح المنشورات الخاصة بظاهرة وباء كورونا؟

ـ الإحساس بالمسؤولية ☐

ـ مناقشتها مع أصدقاء الصفحة ☐

نشرها ومشاركتها على مجموعات أخرى ☐

16 ـ هل ترى أهمية النقاشات على الفايسبوك حول ظاهرة كورونا تعكس أهمية النقاشات على أرض أهمية الواقع؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

17 ـ كيف أصبح تعاملك مع أقاربك بعد تفشي الظاهرة؟

ـ توعية أفراد العائلة والغير وإرشادهم ☐

ـ تفادي التجمعات والالتزام بتعليمات الوقاية ☐

ـ عدم الاكتراث واللامبالاة ☐

18 ـ حسب رأيك كيف كانت مساهمة الفايسبوك لمجابهة ظاهرة فيروس كورونا؟

.....

.....