



---

بحوث قسم اجتماع

---



## تفضيلات الشباب الجامعي للمعالجة الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي

خلال جائحة كورونا

### Youth preferences for media handling of social media

#### During the Corona pandemic

د. عيسى بن محمد القايدي

Dr. Eisa mohammed alqaydi

أستاذ الإعلام المساعد بقسم الاتصال والإعلام - جامعة طيبة

Assistant Professor, Mass Communication

Department, Taibah University, Kingdom of Saudi

Arabia

[Eqaydi@taibahu.edu.sa](mailto:Eqaydi@taibahu.edu.sa)

#### ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على تفضيلات الشباب الجامعي للمعالجة الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا من خلال نوعية المحتوى والشكل والأسلوب المقدم عبر تويتر باعتباره أكثر الوسائل استداماً، كما تعد هذه الدراسة مؤشراً يفيد في تخطيط وتنفيذ المحتوى المقدم واستخدام أفضل أساليب المعالجة عبر هذه الوسائل مستقبلاً في مواجهة الأزمات، واعتمدت الدراسة على المنهج النقدي، ومن خلال استخدام العينة الطبقية، واعتمدت الدراسة على أداة "مجموعات

النقاش المركزة"، وتم التطبيق على أربع مجموعات كل مجموعة مكونة من ثمانية أفراد بلغ مجموعهم (٣٢) مفردة وفق متغيري النوع والمستوى الدراسي.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج شملت متابعة جميع الشباب عينة الدراسة لموقع التواصل الاجتماعي «تويتر» في متابعة جائحة كورونا متقدماً على جميع وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى، وأظهرت الدراسة أن متابعة «تويتر» تأثرت بمعالجتها لمحتوى جائحة كورونا، حيث جاءت سرعة نقل المعلومات إلى المتابعين في مقدمة أساليب المعالجة للمحتوى ثم مصداقية المحتوى ودقته، وارتباطه بالحسابات الرسمية المعتمدة. وجاء في مقدمة الحسابات المفضلة من قبل جميع الشباب حساب وزارة الصحة، وبينت الدراسة أن الشباب يفضلون النص، ثم الصورة، يليها الفيديو، وأخيراً الانفوجرافيك.

الكلمات المفتاحية: المعالجة الإعلامية - جائحة كورونا - مواقع التواصل الاجتماعي - الشباب الجامعي.

## Abstract

The study aimed to identify the university youth's preferences for media treatment of social networking sites during the Corona pandemic through the quality of content, form and style presented via Twitter as the most sustainable means. Facing crises. The study relied on the critical method, and through the use of the stratified sample, it was applied to four groups, each group consisting of eight individuals, whose total amounted to (32) individuals, according to the variables of .gender and academic level

The study was based on the "focus group discussion" tool. The study concluded with many results, including the follow-up of all young people, the study sample, to Twitter following up on the Corona pandemic, ahead of all other means of communication. The study indicated that Twitter's follow-up was affected by its handling of the Corona pandemic content, As the speed of information transmission to followers came to the fore, the methods of processing the content, then the credibility and accuracy of the content, and its link to the approved official accounts. At the forefront of the accounts preferred by all young people was the account of the Ministry of Health, and the study showed that young people prefer the text, then the image, followed by the video, and finally the infographic

**Key words: Media treatment- Corona pandemic- social networking sites- university youth**

#### مقدمة

تعاظم دور وسائل التواصل الاجتماعي في العصر الحالي، فلم تعد تقتصر على كونها نافذة للتواصل بين الأفراد، وإنما باتت تشكل أحد أهم أدوات التأثير في الجماهير على مختلف المستويات سواء في مجال المعرفة أو الاتجاهات أو السلوكيات نحو القضايا والاحداث الجارية، حيث يستقي منها معلوماته عن كل من حوله، خاصة لدى جمهور الشباب الذي يعتمد عليها بشكل كبير في

متابعته للأحداث أو تواصله مع الآخرين، كما كان لها كبير الأثر في التعرف على الاخبار والحصول على المعلومات خلال جائحة كورونا.

كما ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وتعزيز الوعي الصحي، لطبيعة هذه المواقع التي تتميز بخصائص المشاركة والتفاعلية والانتشار، مما يتيح مجالاً واسعاً لتأثيرها على جمهورها من مختلف الأعمار، غير أن التحدي يرتبط بمدى مصداقية المعلومات الصحية الواردة فيها لدى جمهور الشباب، بالنظر لحصر المعلومات المتعلقة بجائحة كورونا وعدد الإصابات عن طريق التصريحات الرسمية للسلطات عبر المواقع الإخبارية ومواقع التواصل الاجتماعي، مما يجعلهم ينتقوا المواقع التي يرونها أكثر دقة وموضوعية لديهم ويترتب على ذلك جدية في الالتزام بالتوجيهات الصحية والإجراءات اللازمة، وبما يتوافق مع تفضيلاتهم لطبيعة وأشكال المحتوى المقدم عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

ومن هنا تأتي أهمية هذه الدراسة في معرفة تفضيلات الشباب الجامعي للمعالجة الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا من خلال معرفة دوافعهم في استخدام وسائل أو حسابات بعينها دون أخرى تبعاً لشكل معالجة هذه الصفحات لأخبار الجائحة وما هي أسباب تفضيلاتهم لها، مما يساهم في تحسين مستوى صناعة ونشر المحتوى المقدم عبر وسائل التواصل الاجتماعي وبخاصة تويتر مستقبلاً في التخطيط لمخاطبتها لفئات الشباب.

### المعالجة الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي.

أدى انتشار وسائل التواصل الاجتماعي إلى تنامي نشاطات وممارسات الاتصال والإعلام بمستويات غير مسبوقة، ومكنت جميع قطاعات المجتمع، من أفراد ومؤسسات وهيئات ومنظمات حكومية وخاصة وقطاع ثالث في المشاركة الفاعلة والمتبادلة بين عناصر العملية الاتصالية. ولا شك أن استخدام هذه لوسائل أثناء الأزمات والطوارئ يشكل أهمية كبير بتوعية الجمهور للالتزام الإجراءات الاحترازية، واحتواء الأزمة بشكل إيجابية لحماية المجتمع.

ويؤثر الاهتمام بمعالجة الإعلامية المحتوى بشكل كبير في تفضيلات الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي واعتماد عليها، وبخاصة جمهور الشباب، وذلك من خلال تحديث المعلومات بشكل مستمر، ونشر معلومات صحيحة عن الجائحة، وتصحيح الشائعات بشكل مستمر، ومتابعة تطورات الأزمة على المستوى المحلي والعالمي، إضافة إلى العناية بنوعية المحتوى المقدم، والشكل الذي يقدم من خلاله.

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 عالمياً في استخدام تويتر، ومن ثم قدرته 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 (علي، 2020).

وتتعدد وسائل التواصل الاجتماعي التي يتابعها الشباب للحصول على المعلومات وغيرها من أسباب المتابعة، ولكون تويتر يأتي في مقدمة هذه الوسائل كما أثبتت الدراسات، كان من المهم التعرف على تفضيلات الشباب للمعالجة الإعلامية في تويتر، ورؤيتهم المستقبلية للاستفادة منه في الأزمات والطوارئ:

#### تويتر:

يمكن تعريف تويتر (Twitter) بأنه موقع للتواصل الاجتماعي يمكن استخدامه من جهاز الحاسب الآلي أو الهاتف المحمول تم إنشاؤه بواسطة إيفان ويليامز (Evan Williams) وبيز ستون (Biz Stone). ويسمح تويتر لأي شخص بنشر رسالة قصيرة من 280 حرفاً حول أي شيء عبر الإنترنت أو التطبيق أو على هواتفهم. غالباً ما ينشر تويتر أو المستخدمون الذين ينشرون على تويتر ما يفعلونه أو يفكرون فيه. يمكنهم أيضاً نشر صور لأنفسهم أو أخبار حول الأحداث الجارية.

يعتبر موقع تويتر نبض الإنترنت، وهو وسيلة سريعة وسهلة لمعرفة ما يحدث في جميع أنحاء العالم. وباستخدام البحث على تويتر يمكن العثور على آخر الأخبار والأحداث والاتجاهات. وتم تسمية شعار طائر تويتر باسم "Larry" على اسم الطائر الأكثر شهرة، Larry Bird. (Twitter,2020)

ويشكل تويتر علامة متميزة على رأس مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع السعودي، حيث يقبل عليه السعوديون من مختلف الأطياف والمستويات والأعمار، يتواصلون ويتناقشون، فأصبح من أهم وسائل تحقيق التواصل والاستكشاف المعرفي والنقاش المجتمعي، وهو ما صنع واقعاً افتراضياً جديداً تتغير فيه صورة المجتمع وتفاعلاته ومؤثراته. (الشيخ، 2020).

#### الدراسات السابقة

#### المحور الأول: المحور الأول: دراسات تناولت وسائل التواصل الاجتماعي وجائحة كورونا

1- استهدفت دراسة (الفرم، ٢٠١٦) تقييم الدور الاتصالي للمؤسسات الطبية في التوعية تجاه فيروس كورونا من خلال التعرف على استخدام وتوظيف المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي (يوتيوب، فيسبوك، تويتر) في استراتيجيات التوعية الصحية لمرض كورونا، واعتمدت الدراسة علي منهج المسح، وتم استخدام أداة تحليل مضمون الرسائل التوعوية المنشورة عبر الحسابات الرسمية للمدن الطبية الخمس ومستشفياتها في الشبكات الاجتماعية الثلاث (يوتيوب، فيسبوك، تويتر)، وتوصلت الدراسة إلى أنه على الرغم من انتشار شبكات التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية فإن نسبة (٧٣٪) من المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لا تمتلك منصات على شبكات التواصل الاجتماعي (يوتيوب، فيسبوك، تويتر) لاستخدامها في برامج التوعية الصحية، كذلك كشفت الدراسة أن نسبة (٦٠٪) من المدن الطبية في الرياض لم تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي المتاحة في التوعية حيال مرض كورونا: مما يعني عدم وجود استراتيجية وطنية متماسكة تسهم من خلالها كافة المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية في الانخراط في الجهد الوطني الصحي.

2- وهدفت دراسة (Wang, & Fen, & Kim, & Spitzberg, 2017) الى التعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعية في نشر الشائعات اثناء تفشي متلازمة الشرق الأوسط التنفسية والكشف عن دورها اثناء المخاطر وخلصت الدراسة الى الدور الذي قام به تويتر اثناء الازمة من خلال التعرف على تغريدات المستخدمين فتزداد التغريدات وقت الخطر وانه كلما صرحت الجهات الرسمية بمجهودها في مواجهة المرض قلة التغريدات التي تعبر عن قلق الجمهور الاجتماعي.

3- تهدف دراسة (Murad & Ahmad, 2020) إلى تحديد كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الصحة العقلية وانتشار الذعر بشأن COVID-19 في إقليم كردستان العراق، وأفاد المشاركون أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير في نشر الخوف والذعر المرتبط بتفشي فيروس كورونا في كردستان العراق، مع تأثير سلبي محتمل على الصحة العقلية للناس ورفاههم النفسي. كان Facebook أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخدامًا لنشر الذعر بشأن تفشي COVID-19 في العراق.

4- تناولت دراسة (بحري، 2020) معرفة مدى تأثير منصات التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا على المستخدمين، خاصة في ظل زيادة الاستخدام مما يؤدي إلى العزلة الاجتماعية من خلال تفضيل المستخدم الحياة الافتراضية عبر هذه المنصات بدلا من ممارسة الحياة الواقعية، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية مقدارها 50 مفردة، وتم استخدام استمارة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عديدة أهمها أن موقع الفيس بوك يعتبر من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما من قبل عينة الدراسة، كما كشفت الدراسة عن تأكيد المبحوثين بأن موقع الفيس بوك ساهم بشكل فعال في زيادة الوعي الاجتماعي في ظل جائحة كورونا، وأظهرت الدراسة أيضا أن الجائحة أثرت بشكل سلبي على مستخدمي موقع الفيس بوك بحيث زادت من نسب الاستخدام وساهمت بشكل كبير في العزلة الاجتماعية.

5- هدفت دراسة (حمروش، & دعاس، 2020). إلى التعرف على مدى التأثير الذي لعبته وسائل التواصل الاجتماعي على تعبئة الرأي العام وتوعيته بكيفية التصرف المناسب في ظل جائحة كورونا التعرف على مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي العام. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الإحصائي وتوصلت الدراسة



إلى نتائج عديدة أهمها أن وسائل التواصل الاجتماعي لعبت دورا مهما في تعبئة الرأي العام وتوجيهه في ظل جائحة كوفيد-19، كما أظهرت الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي جعلت الأفراد في ظل جائحة كورونا على قدر من الاهتمام بهذا الوباء.

6- وسعت دراسة (ميلود، & صادقي، (2020). إلى التعرف على وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية من مخاطر انتشار فيروس كورونا في الجزائر والكشف عن المستفيدين من حملات التوعية أثناء انتشار فيروس كورونا في الجزائر والتعرف على إمكانية وسائل الإعلام العريقة أن تسترجع هيبتها من وسائل التواصل الاجتماعي بعد تداعيات الأزمة الوبائية، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عديدة أهمها أن وسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر خلال جائحة كورونا كان لها دورا إيجابيا يتعلق بتوضيح الحقائق وجعل الفرد على إطلاع دائم بالمستجدات الظرفية حول الوباء من مصادر رسمية، ودورا آخر سلبيا تمثل في نشرها للشائعات والمعلومات الخاطيء، كما توصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام عامة والوسائط الجديدة استعادت بعد انتشار كورونا، أدوارها التقليدية وأظهرت النتائج أن وسائل الاتصال الإلكترونية قد استعادت نوعاً من الهيمنة التي فرضتها وسائل الإعلام القديمة في فترة ما، وأن مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيس بوك، وتويتر والانسجرام أصبحت مصدراً وحيداً تقريبا للمعلومات الوبائية وتداولها على نطاق واسع.

7- هدفت دراسة (زناتي، 2020) الى التعرف على دور الانفوجرافيك المقدم في الحسابات الرسمية لوزارة الصحة في الدول العربية عبر موقع التواصل الاجتماعي (تويتر) في معالجة القضايا الصحية، بالتطبيق على موضوع فيروس كورونا المستجد والكشف عن دوره في التوعية الصحية بين أفراد المجتمعات العربية، وخلصت الدراسة إلى أن الصفحة السعودية تفوقت في حجم الاهتمام بالانفوجرافيك الذي يعالج القضايا الصحية، يليها الصفحة الكويتية، يليها الصفحة المصرية، كما تصدرت التوعية الصحية قائمة أهداف نشر الانفوجرافيك في الصفحات الثلاثة، أما عن أساليب العرض فقد اتبعت مواقع الدراسة أساليب عرض المعلومات بالانفوجرافيك كان في مقدمتها الأسلوب الخيري يليها الأسلوب التوعوي يليها نسب أعداد مرضى فيروس كورونا وأخير الارشادات الوقائية من فيروس كورونا.

## المحور الثاني: دراسات تناولت وسائل التواصل الاجتماعي وجائحة كورونا والشباب

- 8- هدفت دراسة (Krishna, 2018) إلى تحليل اتجاهات الطلاب نحو المواقع الاجتماعية (SNSs) من قبل طلاب المعهد المركزي للتكنولوجيا، والتعرف على المواقع الاجتماعية الأكثر استخداماً، والكشف عن الهدف من استخدام هذه المواقع، وتحديد المعوقات التي تواجه الطلاب في استخدامها، وقد توصلت الدراسة إلى أن جميع المجيبين كانوا على دراية بـ SNS وأهم مستخدميهم أكثر من موقع SNS، فقد وجد أن Facebook يستخدم بأعداد كبيرة، يليه YouTube وInstagram، ويعد الموبايل هو الأداة الأكثر تفضيلاً للوصول إلى SNS.
- 9- وهدفت دراسة (عادل، وآخرون، 2020) إلى رصد وتحليل اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) في منطقة جازان بالمملكة العربية السعودية، ومدى تقييمهم لهذه الجهود وتحقيق أهدافها، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (705) مفردة من الجمهور بجازان اعتمدت على أسلوب كرة الثلج خلال الفترة من 2020/5/1 حتى 2020/5/25، وتم استخدام استمارة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها أن أغلب أفراد العينة لديهم وعي بفيروس كورونا (Covid-19) وطرق الوقاية منه والتعامل معه، كما جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة الوسائل الإعلامية التي يحصل من خلالها أفراد العينة على معلومات حول فيروس كورونا.
- 10- وسعت دراسة (علي، 2020). إلى التعرف على اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول أزمة كورونا وتأثير الإعلام الجديد في نشر الثقافة الصحية، والتعرف على أهم المصادر التي يعتمد عليها الشباب في متابعة جائحة كورونا، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وطبقت الدراسة على عينة قوامها 300 مفردة، وتم استخدام أداة الاستبيان في الحصول على المعلومات، وأكدت نتائج الدراسة 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 «الانستغرام»، ونسبة 36% منهم يرون أنه موقع «سناب شات»، ونسبة 34% منهم يرون أنه موقع «الفيس بوك».

11- أما دراسة (Sang& Lee & Changhyun, 2020) حول تأثير استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي على السلوك الوقائي للجمهور أثناء تفشي الأمراض المعدية، فقد تناولت 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) مبحوثاً، وتوصلت الدراسة إلى أن الاهتمام بوسائل الإعلام الاجتماعية يتزايد بشكل كبير في أوقات انتشار الأوبئة، وأن لتلك الوسائل أثراً في النواحي النفسية لمتابعيها كذلك المتعلقة بالخوف.

#### التعقيب على الدراسات السابقة

- تبين من الدراسات السابقة الاهتمام بدراسة تأثيرات كورونا في وسائل التواصل الاجتماعي من خلال تحليل المضمون، ودراسة دور القطاعات الحكومية في مواجهة الأزمة.
- تناولت الدراسات السابقة دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية من مخاطر جائحة كورونا، وتعبئة الرأي العام، والعزلة الاجتماعية.
- عنيت الدراسات المسحية بالجمهور بشكل عام، ومن ضمنه الشباب، كما كانت هناك دراسات استهدفت الشباب الجامعي واعتماده على مواقع التواصل الاجتماعي.
- اعتمدت الدراسات السابقة على استخدام أداة استمارة الاستبيان لدراسة متابعة اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات، ولم يرصد الباحث دراسات اعتمدت على مجموعات النقاش.
- ندرة الدراسات التي تناولت تفضيلات الشباب الجامعي للمعالجة الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا

#### مشكلة الدراسة

ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وتعزيز الوعي الصحي ، لطبيعة هذه المواقع التي تتميز بخصائص المشاركة والتفاعلية والانتشار، مما يتيح مجالاً واسعاً لتأثيرها على مستخدميها، و باتت تشكل أهم أدوات التأثير على الجماهير وتشكيل اتجاهاته نحو القضايا والاحداث الجارية،

يستقي منها معلوماته عن كل من حوله، خاصة لدى جمهور الشباب الذي يعتمد عليها بشكل كبير في تواصله مع الآخرين، كما كان لها كبير الأثر في التعرف على الاخبار اثناء جائحة كورونا، والتعامل مع القضايا المتعلقة بما وذلك يعتمد على المعالجة الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي مما يجعلها مفضلة لدى الشباب الجامعي، ومن هنا تتبلور مشكلة الدراسة في التعرف على تفضيلات الشباب الجامعي للمعالجة الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا.

### أهمية الدراسة

تأتي أهمية الدراسة من أهمية الموضوع ذاته وارتباطه بمواقع التواصل الاجتماعي التي تمثل وسيلة اتصال فعالة ومؤثرة في المجتمع بشكل عام والشباب بشكل خاص، ويتعاطم هذا الدور في الأزمات مثل ما حدث اثناء جائحة كورونا وينعكس ذلك بشكل كبير على تفضيلات الشباب لهذه الوسائل من خلال المعالجة الإعلامية للمحتوى والشكل والأسلوب المقدم عبر هذه الوسائل كما تعد هذه الدراسة مؤشرا يفيد في تخطيط وتنفيذ المحتوى المقدم واستخدام أفضل أساليب المعالجة عبر هذه الوسائل مستقبلا في مواجهة الأزمات.

### أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى:

1. التعرف على أبرز وسائل التواصل الاجتماعي التي يتابعها الشباب الجامعي عينة الدراسة بشكل عام.
2. رصد وسائل التواصل الاجتماعي التي يتابعها الشباب الجامعي عينة الدراسة خلال جائحة كورونا.
3. التعرف على المحتوى الذي يتابعه الشباب الجامعي عينة الدراسة عن جائحة كورونا في منصة تويتر.
4. التعرف على أسباب متابعة الشباب الجامعي عينة الدراسة للمحتوى المقدم عبر تويتر عن جائحة كورونا.

5. الكشف عن كيفية تفاعل الشباب الجامعي عينة الدراسة مع المحتوى خلال جائحة كورونا.
6. الكشف عن اهتمام تويتر بمعالجة المحتوى الإعلامي عن جائحة كورونا من وجهة نظر الشباب عينة الدراسة.
7. التعرف على أبرز الصفحات التي يتابعها الشباب الجامعي عينة الدراسة في تويتر خلال جائحة كورونا.
8. رصد أسباب متابعة الشباب الجامعي عينة الدراسة لحسابات تويتر أثناء جائحة كورونا.
9. التعرف على الأشكال التي يفضلها الشباب عينة الدراسة في متابعة جائحة كورونا.
10. معرفة مدى اكتفاء الشباب الجامعي بالمعلومات المنشورة عبر تويتر عن جائحة كورونا.
11. التعرف على الدور الإيجابي لتويتر خلال جائحة كورونا من وجهة نظر الشباب عينة الدراسة.
12. التعرف على الدور السلبي لتويتر خلال جائحة كورونا من وجهة نظر الشباب عينة الدراسة.
13. رصد مقترحات لتطوير المعالجة للأزمات في تويتر من وجهة نظر الشباب عينة الدراسة.

### تساؤلات الدراسة

تسعى الدراسة للإجابة عن الأسئلة التالية:

1. ما أبرز وسائل التواصل الاجتماعي التي يتابعها الشباب الجامعي عينة الدراسة؟
2. ما أبرز وسائل التواصل الاجتماعي التي يتابعها الشباب الجامعي عينة الدراسة خلال جائحة كورونا؟
3. ما المحتوى الذي يتابعه الشباب الجامعي عينة الدراسة عن جائحة كورونا في منصة تويتر؟
4. ما أسباب متابعة الشباب الجامعي عينة الدراسة للمحتوى المقدم عبر تويتر عن جائحة كورونا؟
5. كيف يتفاعل الشباب الجامعي عينة الدراسة مع المحتوى خلال جائحة كورونا؟
6. ما مدى اهتمام تويتر بمعالجة المحتوى الإعلامي عن جائحة كورونا من وجهة نظر الشباب عينة الدراسة؟
7. ما أبرز الصفحات التي يتابعها الشباب الجامعي عينة الدراسة في تويتر خلال جائحة كورونا؟

8. ما أسباب متابعة الشباب الجامعي عينة الدراسة لحسابات تويتر اثناء جائحة كورونا؟
9. ما الاشكال التي يفضلها الشباب عينة الدراسة في متابعة جائحة كورونا؟
10. ما مدى اكتفاء الشباب الجامعي بالمعلومات المنشورة عبر تويتر عن جائحة كورونا؟
11. ما الدور الإيجابي لتويتر خلال جائحة كورونا من وجهة نظر الشباب عينة الدراسة؟
12. ما الدور السلبي لتويتر خلال جائحة كورونا من وجهة نظر الشباب عينة الدراسة؟
13. ما مقترحات لتطوير المعالجة للأزمات في تويتر من وجهة نظر الشباب عينة الدراسة؟

### الإجراءات المنهجية للدراسة وتشمل

#### نوع الدراسة

يعد البحث الراهن من البحوث الوصفية النقدية التي تستخدم منهج المسح في شقه التحليلي بهدف الحصول على معلومات دقيقة ومفصلة حول واقع تفضيلات الشباب للشبكات الاجتماعية (تويتر نموذجاً)، وتحليل تلك التفاعلات والكشف عن تأثيراتها في ضوء تبني الشباب لأفكار نظرية.

#### منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج النقدي الذي يعرف بأنه مجمل الإجراءات والعمليات التي يقوم بها الناقد كمحاولة لإظهار حقيقة الأشياء، أو هو طريقة في التفكير يتم من خلالها بناء تصور حول إشكالية ما بهدف الوصول إلى نتائج وحلول لها. (قطوس، ٢٠٠٦).

#### مجتمع الدراسة

يعد مجتمع الدراسة الشباب الجامعي السعودي من الذكور والإناث.

## عينة الدراسة

تم في هذه الدراسة استخدام العينة الطبقية حيث تم تقسيم مجتمع الدراسة إلى طبقات بناء على الخصائص التي تتم دراستها في الدراسة، ثم تم سحب عينة عشوائية من كل طبقة، وتعد العينة الطبقية أكثر كفاءة من العينة العشوائية البسيطة؛ لأنها تمثل المجتمع بدقة بناءً على المعايير المستخدمة في تقسيم المجتمع إلى طبقات (زغيب، 2020).

تحدد عدد ثمانية أفراد لكل مجموعة لتسهيل عملية النقاش وتسجيل الملاحظات، وحرصت الباحثة ان تتسم كل مجموعة بالاتساق بين أفكار أفرادها لإحداث حالة من العصف الذهني والمشاركة في عرض الدلائل والمدلولات الممكنة لتأثيرات المختلفة لشبكات التواصل الاجتماعي والمتمثلة في تويتر، وتم التطبيق على أربع مجموعات كل مجموعة مكونة من ثمانية أفراد بلغ مجموعهم (٢٦) مفردة وفق متغيري النوع والمستوى الدراسي.

المجموعتان الأولى والثانية تكونتا من مجموعة الشباب والفتيات من المستويات الدراسية الأولى، والمجموعتان الثالثة والرابعة تكونتا من مجموعة الشباب والفتيات من المستويات الدراسية المتقدمة على وشك التخرج لمعرفة تأثير عامل دراسة الاعلام على توجهاتهم وآرائهم تجاه متغيرات الدراسة.

## أداة الدراسة

اعتمدت الدراسة على أداة "مجموعات النقاش المركزة" التي تعد أحد اشكال البحوث النوعية، وهي عبارة عن تجميع لعدد محدود نسبيا من الجمهور المستهدف بالدراسة في لقاء يستغرق ساعة او ساعتين شريطة ان تكون المجموعة متجانسة تجمعهم اهتمامات وخصائص مشتركة، ويلقى عليهم بعض الأسئلة المعدة سلفا التي تستهدف الوقوف على آراءهم او اتجاهاتهم نحو موضوع، أو قضية، أو منتج، أو خدمة معينة. وعدد المشاركين في لقاء المجموعة البؤرية في الجلسة الواحدة من

الأمر المختلف عليها، إلا أن الحد الأدنى لها هو ٤ مشاركين بينما يصل حددها الأقصى ١٢ مشاركاً (Krueger, 2002).

والنقاش في المجموعة البؤرية غير منضبط وإنما موجه (Krueger & Casey, 2008) وذلك من خلال امرين الأول الأسئلة المحددة سلفاً التي صيغت بشكل مناسب للهدف، والثاني هو ان الباحث حرص على عقد المناقشات بنفسه ليكون هو مقرر الجلسة بمساعدة باحثين إضافيين لتدوين الملاحظات ومتابعة التسجيل الصوتي لوقائع النقاش، علاوة على عقد المناقشات في مواقع مناسبة لإجرائها بعيداً عن الضوضاء أو أي شكل من اشكال المقاطعات.

وخلال المناقشة قام الباحث بطرح أسئلة النقاش على افراد المجموعة واحدا تلو الاخر، بحيث يدور السؤال على جميع الافراد وفي النهاية أعطى الباحث المشاركين الفرصة لتقديم اية إضافات او تعليقات، ثم ينتقل الى السؤال الثاني وهكذا حتى الانتهاء من قائمة الأسئلة المعدة للنقاش، وكانت هناك فرصة لأسئلة تتبعية في صميم البحث تتبادر الى ذهن الباحث حول بعض الإجابات التي قدمها المشاركون.

### المفاهيم الإجرائية

### المعالجة الإعلامية

تمثل المعالجة الإعلامية عملية الكشف عن اتجاهات واستراتيجيات تويتير في المحتويات الخاصة بجائحة كورونا من حيث السرعة في نقل المعلومات، ونوعيات المحتوى ودقته ومصداقيته، وأسلوب المعالجة واستخدام الوسائل المساعدة للوصول إلى المعلومات الخاصة بالجائحة، وكذلك الشكل الذي يقدم به المحتوى.



## جائحة كورونا

جائحة أصابت العالم نتيجة انتشار فيروس كورونا (COVID19) وهو فصيلة واسعة الانتشار معروفة بأنها تسبب أمراضاً تتراوح من نزلات البرد الشائعة إلى الاعتلالات الأشد وطأة مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS) ومتلازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم (السارس)، وقد اكتشفت المنظمة هذا الفيروس المستجد لأول مرة في 31 ديسمبر 2019، بعد الإبلاغ عن مجموعة من حالات الالتهاب الرئوي الفيروسي في يوهان بجمهورية الصين الشعبية (منظمة الصحة العالمية، 2020).

## مواقع التواصل الاجتماعي

يقصد بها التطبيقات والمواقع الإلكترونية التي يتم استخدامها للتواصل مع الآخرين ونشر المعلومات والبيانات عبر شبكة الإنترنت العالمية من خلال أجهزة الكمبيوتر أو الهواتف المحمولة. وتعد أداة اتصال تسمح لمستخدميها بإنتاج المحتوى ومشاركته ونشره عبر نطاق واسع، ومن أبرزها تويتر، وواتس آب، ويوتيوب، وسناب شات، وانستجرام، وتيليجرام، وفيس بوك.

## الشباب الجامعي

حددت تقارير منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو) مرحلة الشباب في الفئة العمرية من 15 إلى 24 سنة (اليونسكو، 2018). ويراد بهم في هذه الدراسة الملتحقون بالتعليم الجامعي.

## الإطار النظري

## نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

تعتمد هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (Media Dependency Theory) والتي تعد امتداداً وتطوراً لنظرية الاستخدامات والإشاعات،

حيث تركز على تعريف دور وسائل الإعلام في عملية التنشئة الاجتماعية للفرد، ودورها في أوقات التغيير والأزمات، حيث تقوم هذه النظرية على تحديد طبيعة العلاقة بين الفرد ووسائل الإعلام، وتفترض أنه كلما اعتمد الفرد على هذه الوسائل لإشباع حاجاته المعرفية، قامت هذه الوسائل بدور مؤثر في حياته النفسية والاجتماعية، وبالتالي يزداد تأثيرها. (بريك، ٢٠٢٠).

ونشأت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام عام ١٩٧٤م للباحثين " ميلفين ديفلير، وساندرا روكيتش " بعد تقديم مجموعة أبحاث تشير إلى أن وسائل الإعلام تعد مصدر قوة مؤثرة على الأفراد لما تسهم به من إمدادهم بمجموعة من المعلومات حول المواضيع المختلفة، فهي تعمل كمرجع لتوفير المعلومات والبيانات اللازمة للأفراد من أجل تحقيق أهدافهم، كما شارك الباحث " ديفلر " بوضع نماذج لنظرية الاعتماد معتمدا على مكونات رئيسية للإعلام التي تتكامل مع بعضها البعض كوسيلة الإعلام، والمجتمع، والجمهور، مما يحدث تأثيرا إعلاميا بينها ، فكلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام لتلبية حاجاته من المعلومات زادت التأثيرات المعرفية ، والتأثيرات الوجدانية ، والتأثيرات السلوكية لتلك الوسائل.

ويجد (Defluer) آثار اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في ثلاث فئات رئيسية هي:

أولاً: الآثار المعرفية: تقوم وسائل الإعلام بتوضيح أهمية القيم وتقديم المعتقدات التي يرغب الأفراد بالحفاظ عليها ، وتساهم وسائل الإعلام في توسيع المعتقدات للجمهور وتنظيمها في فئات معينة وكذلك تقوم وسائل الإعلام بترتيب أولويات الجمهور الذي يعتمد على تلك الوسائل في معرفة المشكلات والقضايا والموضوعات المتاحة في المجتمع ، وتساهم وسائل الإعلام في تكوين الاتجاهات نحو القضايا الجديدة في المجتمع إضافة إلى ان وسائل الإعلام تكون المصدر الوحيد المتاح للحصول على المعلومات في قضايا يكتنفها الغموض (مكاوي، ١٩٩٨).

ثانياً: الآثار السلوكية: وتظهر هذه الآثار تغيير الاتجاهات أو المعتقدات الوجدانية لدرجة أنها تؤثر في سلوك الفرد، ومن أهم الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام الفعالية من

خلال قيام الفرد بفعل معين نتيجة تعرضه لوسائل الإعلام، أو امتناع الفرد من القيام بفعل ما عند تعرضه للوسائل الإعلامية التي تثير الخوف من شيء ما. (عبدالحמיד، ٢٠٠٠).

ثالثاً: الآثار الوجدانية أو العاطفية: هي الآثار المتعلقة بالمشاعر والأحاسيس التي يكوها الأفراد من البيئة المحيطة بهم، وتظهر عندما تقدم وسائل الإعلام رسائل تحمل معلومات معينة تؤثر على مشاعرهم واستجاباتهم في الاتجاهات التي تقدمها هذه الوسائل، وتمثل هذه الآثار بالفطور العاطفي والتوتر والقلق والخوف والتأثيرات المعنوية والأخلاقية كالاغتراب، فوجود مثل هذه الرسائل في وسائل الإعلام قد يكون لها تأثير معنوي على الأفراد الذين يعتمدون على وسائل الإعلام (De fievr & rokeach, 1975).

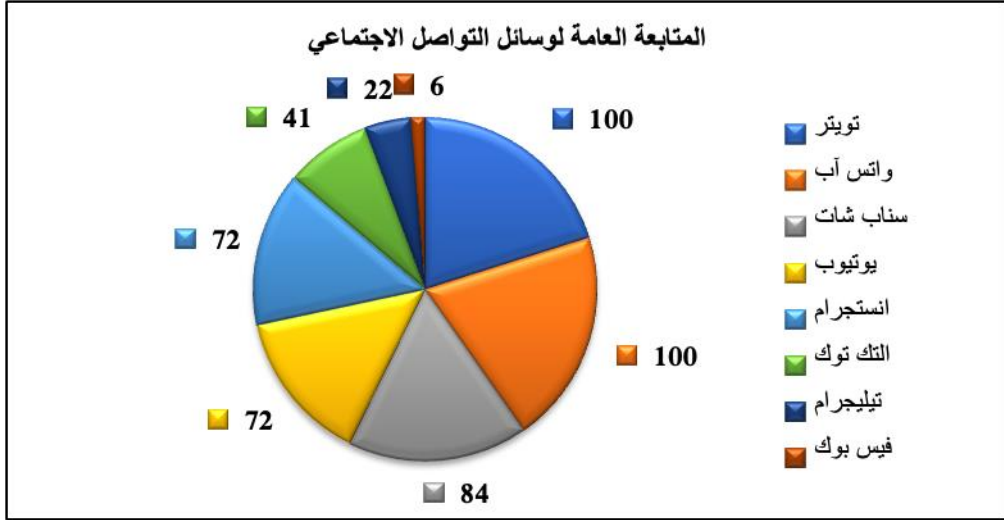
وتم الاعتماد على هذه النظرية من منطلق أن قوة وسائل التواصل الاجتماعي وبخاصة تويتير في مدى السيطرة على مصادر المعلومات التي يحقق من خلالها الشباب الجامعي أهدافه واحتياجاته المختلفة التي تتزايد وتتسع بتزايد حجم المجتمع وتعميداته وأهمية الجائحة وتأثيرها على المجتمع المحلي والدولي، ويستفيد الباحث من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في هذه الدراسة من خلال التعرف على مدى اعتماد الشباب الجامعي تويتير من خلال تفضيله للمعالجة الإعلامية لمحتوى جائحة كورونا.

### نتائج الدراسة

#### أولاً: المتابعة العامة لوسائل التواصل الاجتماعي.

استهدفت الدراسة التعرف على المتابعة العامة لوسائل التواصل الاجتماعي، ومدى اختلاف ترتيبها لدى الشباب على المستوى الدراسي ومستوى النوع، للتعرف على أبرز وسائل التواصل الاجتماعي التي يتابعها الشباب بشكل عام.

رسم بياني رقم (1)



تبين من خلال مجموعة النقاش كما يوضح الرسم البياني رقم (1) متابعة الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام وفي مختلف الموضوعات المتابعة واتضح أن جميع الشباب يتابعون تويتر وواتس آب، ويتابع معظم الشباب سناب شات ثم يوتيوب وانستجرام يأتي بعدهما التك توك يليه تيليجرام وعدد قليل جداً فيس بوك.

ملاحظات عامة على المتابعة العامة لوسائل التواصل الاجتماعي بحسب المستوى الدراسي والنوع:

- اتضح من خلال مجموعة النقاش التوافق في متابعة تويتر وواتس آب من جميع الشباب عند متابعتهم العامة لوسائل التواصل الاجتماعي برغم اختلاف المستوى الدراسي، في

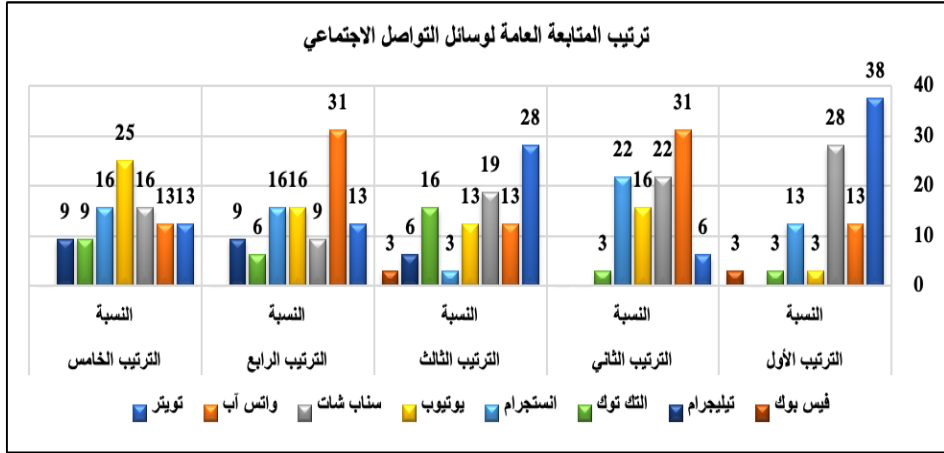
حين جاءت متابعة سناب شات ويوتيوب وانستجرام وتيليجرام بشكل أكبر من قبل شباب المستوى الأول، بينما كان التوك متابع بشكل أكبر من قبل الخريجين، وأخيرا الفيس بوك المتابع من قبل الخريجين فقط.

● كما اتضح من خلال مجموعة النقاش التوافق في متابعة تويتر وواتس آب من جميع الشباب عند متابعتهم العامة لوسائل التواصل الاجتماعي برغم اختلاف النوع، في حين جاءت متابعة سناب شات وتيليجرام بشكل أكبر من قبل الذكور، بينما كان يوتيوب وانستجرام والتوك متابع بشكل أكبر من قبل الإناث، وأخيرا الفيس بوك المتابع من قبل الذكور فقط.

ترتيب المتابعة العامة لوسائل التواصل الاجتماعي.

تم خلال الحوار مع مجموعة النقاش التعرف على ترتيب المتابعة العامة لوسائل التواصل الاجتماعي، وعلاقة المتابعة العامة بالمستوى الدراسي والنوع.

## رسم بياني رقم (2)



تبين من خلال مجموعة النقاش ترتيب متابعة الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي في الموضوعات العامة، ويوضح الرسم البياني رقم (2) أن تويتر جاء في مقدمة الترتيب الأول يليه بمعدل

أقل سناب شات، ثم بمعدل أقل أيضاً واتس آب وانستجرام، وأخيراً يوتيوب والتك توك وفيس بوك بمعدل قليل، ولم يأت تيليجرام ضمن مجموعة الترتيب الأول.

وجاء في مقدمة الترتيب الثاني واتس آب لثالث الشباب ثم سناب شات وانستجرام لأقل من ريع الشباب، يليهما يوتيوب. ثم تويتر يليه التك توك بمعدل منخفض، ولم يأت تيليجرام وفيس بوك في مجموعة الترتيب الثاني. وجاء في مقدمة الترتيب الثالث تويتر لأكثر من ريع الشباب. ثم سناب شات يليه التك توك. ثم واتس آب ويوتيوب، يليهما بمعدل منخفض تيليجرام. ثم انستجرام وفيس بوك.

أما الترتيب الرابع فقد جاء في مقدمته واتس آب ثم يوتيوب وانستجرام. ثم سناب شات وتيليجرام، يليهما بمعدل منخفض التك توك، ولم يأت فيس بوك في مجموعة الترتيب الرابع. في حين جاء في مقدمة الترتيب الخامس يوتيوب. ثم سناب شات وانستجرام، يليهما تويتر وواتس آب. ثم التك توك وتيليجرام، ولم يأت فيس بوك في مجموعة الترتيب الخامس.

ويلاحظ أن ترتيب متابعة الشباب العامة لوسائل التواصل الاجتماعي جاء بالتوالي:

○ تويتر، ثم سناب شات، يليه يوتيوب.

ملاحظات على ترتيب المتابعة العامة لوسائل التواصل الاجتماعي بحسب المستوى الدراسي والنوع:

- تبين من خلال مجموعة النقاش اختلاف الشباب في ترتيب المتابعة العامة لوسائل التواصل الاجتماعي بحسب المستوى حيث جاء في مقدمة الترتيب الأول لشباب المستوى الدراسي الأول سناب شات يليه تويتر، بينما انعكست النتيجة بالنسبة للخريجين حيث جاء تويتر في المقدمة ثم سناب شاب، ولعل ذلك يعود إلى زيادة وعي الشباب الخريجين من خلال دراستهم الإعلامية مما يؤثر على قدرتهم في التفضيل بين الوسائل المختلفة وبالتالي يعكس ثقفتهم بتويتر.

- وبالنسبة للترتيب الثاني جاء في مقدمته بالنسبة لشباب المستوى الدراسي الأول سناب شات أيضاً ومعه انستجرام، يليهما واتس آب ويوتيوب، وبالنسبة للخريجين جاء واتس آب في المقدمة يليه سناب شات وانستجرام. أما الترتيب الثالث فقد جاء في مقدمته بالنسبة لشباب المستوى الدراسي الأول تويتر، ثم سناب شات ويوتيوب، وبالنسبة للخريجين فقد جاء في مقدمة الترتيب الثالث تويتر، ثم بالتساوي كل من واتس آب وسناب والتك توك.
- وجاء في مقدمة الترتيب الرابع بالنسبة لشباب المستوى الدراسي الأول واتس آب، ثم تويتر ويوتيوب، وجاء واتس آب في مقدمة الترتيب الرابع للخريجين، ثم انستجرام. أما الترتيب الخامس فقد جاء في مقدمته بالنسبة لشباب المستوى الدراسي الأول واتس آب ويوتيوب. ثم تيليجرام، وجاء سناب شات ويوتيوب في مقدمة الترتيب الخامس للخريجين، ثم تويتر وانستجرام.
- ويلاحظ أن ترتيب متابعة الشباب العامة لوسائل التواصل الاجتماعي بحسب المستوى الدراسي جاء كما يلي:
  - شباب المستوى الدراسي الأول: سناب شات، ثم تويتر، يليه واتس آب.
  - الخريجون: تويتر، ثم واتس آب، يليه سناب شات.
 ويؤكد ذلك اختلاف ترتيب الوسائل باختلاف شباب المستوى الدراسي الأول والخريجين لطبيعة الخبرة المعرفية للخريجين، ودراستهم للاتصال والإعلام لفترة أطول.
- استهدفت مجموعة النقاش التعرف على ترتيب متابعة الشباب العامة لوسائل التواصل الاجتماعي بحسب النوع حيث تبين وجود اختلاف في الترتيب، وجاء في مقدمة الترتيب الأول للذكور تويتر يليه سناب شات، بينما انعكست النتيجة بالنسبة للإناث حيث جاء سناب شاب في المقدمة ثم تويتر، ولعل ذلك يعود إلى زيادة تفضيل الشباب الذكور لتويتر، بينما فضل الإناث سناب شات.
- وبالنسبة للترتيب الثاني جاء في مقدمته بالنسبة للذكور سناب شات ثم انستجرام، وبالنسبة للإناث جاء سناب شات أيضاً ومعه واتس آب ثم انستجرام. أما الترتيب الثالث فقد جاء في مقدمته بالنسبة للذكور تويتر، ثم سناب شات ويوتيوب، وبالنسبة للإناث فقد جاء في مقدمة الترتيب الثالث تويتر، ثم التك توك.

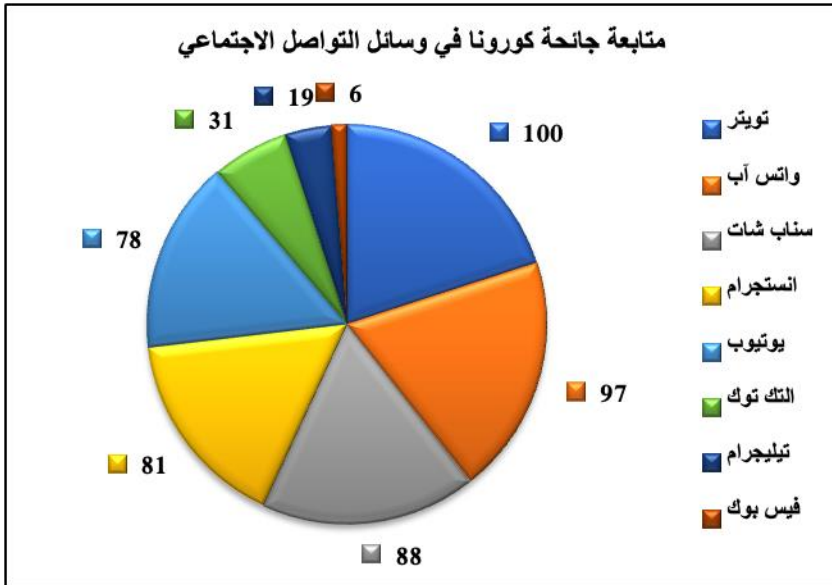
- وجاء في مقدمة الترتيب الرابع بالنسبة للذكور واتس أب، ثم عدة وسائل أخرى، وجاء واتس آب في مقدمة الترتيب الرابع للإناث، ثم يوتيوب وانستجرام. أما الترتيب الخامس فقد جاء في مقدمته للذكور انستجرام ثم سناب شات، وجاء يوتيوب في مقدمة الترتيب الخامس للإناث، ثم تويتر.
- ويلاحظ أن ترتيب متابعة الشباب العامة لوسائل التواصل الاجتماعي بحسب النوع جاء كما يلي:

○ الذكور: تويتر، ثم واتس آب، يليه سناب شات ويوتيوب، وأخيراً انستجرام.

○ الإناث: سناب شات، ثم واتس آب، يليه تويتر وأخيراً يوتيوب.

ثانياً: متابعة جائحة كورونا في وسائل التواصل الاجتماعي.

### رسم بياني رقم (3)



تبين من خلال مجموعة النقاش كما يوضح الرسم البياني رقم (3) متابعة الشباب لجائحة

كورونا في وسائل التواصل الاجتماعي، واتضح أن جميع الشباب يتابعون تويتر، ويتابع معظم الشباب



واتس آب ثم سناب شات يليه انستجرام، ثم يوتيوب وبأتي بعدها التيك توك يليه تيليجرام وعدد قليل جداً فيس بوك.

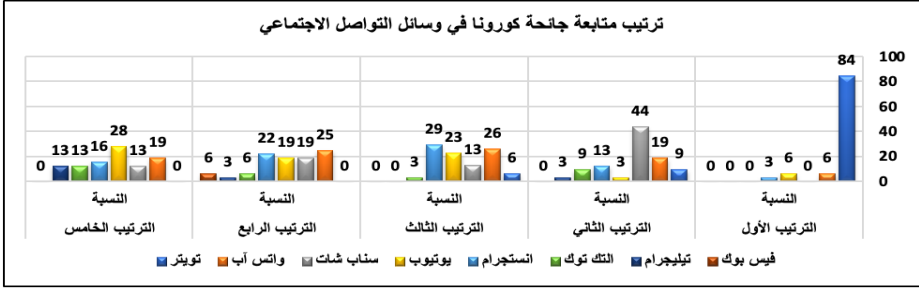
وتتفق هذه النتيجة مع المتابعة العامة للشباب مع تقدم انستجرام على يوتيوب.

ملاحظات على متابعة جائحة كورونا في وسائل التواصل الاجتماعي بحسب المستوى الدراسي

والنوع:

- تبين من خلال مجموعة النقاش التوافق في متابعة تويتر من جميع الشباب عند متابعتهم لجائحة كورونا في وسائل التواصل الاجتماعي برغم اختلاف المستوى الدراسي، وجاءت متابعة واتس آب من جميع الخريجين واغلب شباب المستوى الدراسي الأول، وجاء سناب شات ويوتيوب وانستجرام وتيليجرام بمعدلات متقاربة، بينما كان التيك توك متابع بشكل أكبر من قبل ما يقارب نصف الخريجين، وأخيراً الفيس بوك المتابع من قبل الخريجين فقط. واتفقت هذه النتيجة مع المتابعة العامة لوسائل التواصل الاجتماعي بالنسبة لتويتر وكذلك إلى حد كبير مع بقية الوسائل.
  - اتضح من خلال مجموعة النقاش التوافق في متابعة تويتر وواتس آب من جميع الشباب عند متابعتهم لجائحة كورونا في وسائل التواصل الاجتماعي برغم اختلاف النوع، في حين جاءت متابعة سناب شات بمعدلات متوافقة بين الذكور والإناث، وتيليجرام ويوتيوب بشكل أكبر من قبل الذكور، بينما كان انستجرام والتيك توك متابع بشكل أكبر من قبل الإناث، وأخيراً الفيس بوك المتابع من قبل الذكور فقط. واتفقت هذه النتيجة مع المتابعة العامة لوسائل التواصل الاجتماعي بالنسبة لتويتر وكذلك إلى حد كبير مع بقية الوسائل.
- رابعاً: ترتيب متابعة جائحة كورونا في وسائل التواصل الاجتماعي

رسم بياني رقم (4)



يتضح من خلال مجموعة النقاش ترتيب متابعة الشباب لجائحة كورونا في وسائل التواصل الاجتماعي، ويوضح الرسم البياني رقم (4) أن تويتر جاء في مقدمة الترتيب الأول، يليه بفارق كبير واتس آب ويوتيوب، ثم انستجرام، ولم يأت سناب شات والتك توك وتيليجرام وفيس بوك ضمن مجموعة الترتيب الأول.

وجاء في مقدمة الترتيب الثاني سناب شات لما يقارب نصف الشباب، ثم بفارق كبير واتس آب وانستجرام، يليه تويتر والتك توك، لثالث الشباب ثم لأقل من ربع الشباب، يليهما يوتيوب. ثم تويتر يليه التيك توك وتيليجرام بمعدل منخفض، ولم يأت وفيس بوك في مجموعة الترتيب الثاني.

وفي مقدمة الترتيب الثالث جاء انستجرام لأكثر من ربع الشباب، ثم واتس آب، يليه يوتيوب، ثم سناب شات، وبعده وبمعدل منخفض تويتر التيك توك ولم يأت تيليجرام وفيس بوك ضمن مجموعة الترتيب الثالث.

أما الترتيب الرابع فقد جاء في مقدمته واتس آب ثم انستجرام. يليه سناب شات ويوتيوب، ثم وبمعدل منخفض

التك توك وفيس بوك وتيليجرام، ولم يأت تويتر في مجموعة الترتيب الرابع. في حين جاء في مقدمة الترتيب الخامس يوتيوب. ثم واتس آب، يليه انستجرام، ثم سناب شات والتك توك وتيليجرام، ولم يأت تويتر وفيس بوك في مجموعة الترتيب الخامس.

ويلاحظ أن ترتيب متابعة الشباب لجائحة كورونا في وسائل التواصل الاجتماعي جاء بالتوالي تويتر بمعدل مرتفع عن بقية الوسائل حيث يتابعه معظم الشباب، ثم سناب شات، يليه انستجرام، ثم واتس آب، وأخيراً يوتيوب. وتتفق هذه النتيجة بشكل عام مع متابعة الشباب للموضوعات العامة في وسائل التواصل الاجتماعي مع ارتفاع معدل المتابعة بشكل كبير لصالح تويتر في جائحة كورونا، وتقدم يوتيوب إلى الترتيب الثالث في المتابعة العامة.

### ملاحظات على متابعة جائحة كورونا في وسائل التواصل الاجتماعي بحسب المستوى الدراسي والنوع:

- تبين من خلال مجموعة النقاش اختلاف ترتيب متابعة الشباب لجائحة كورونا في وسائل التواصل الاجتماعي بحسب المستوى الدراسي حيث جاء تويتر في مقدمة الترتيب الأول لشباب المستوى الدراسي الأول لأكثر من النصف، ثم بمعدل منخفض واتس آب ويوتيوب، ثم انستجرام، وجاء تويتر بشكل أكثر متابعة من الخريجين الذين يمثل لهم تويتر الوسيلة الوحيدة في الترتيب الأول.
- وجاء سناب شات في مقدمة الترتيب الثاني لنصف شباب المستوى الدراسي الأول، ثم بفارق كبير تويتر وانستجرام، يليهما واتس آب. في حين جاء سناب شات في المقدمة لأكثر من ثلث الخريجين، يليه واتس آب، ثم التيك توك. أما الترتيب الثالث فقد جاء في مقدمته انستجرام لشباب المستوى الدراسي الأول، ثم سناب شات ويوتيوب، وبالنسبة للخريجين فقد جاء واتس آب في مقدمة الترتيب الثالث، ثم يوتيوب وانستجرام.
- وجاء واتس آب ويوتيوب في مقدمة الترتيب الرابع بالنسبة لشباب المستوى الدراسي الأول، ثم سناب شات، وجاء انستجرام في مقدمة الترتيب الرابع للخريجين، ثم واتس آب، يليه سناب شات. أما الترتيب الخامس فقد جاء في مقدمته يوتيوب بالنسبة لشباب المستوى الدراسي الأول، ثم واتس آب، يليه انستجرام، وجاء يوتيوب في مقدمة الترتيب الخامس للخريجين، ثم سناب شات والتيك توك.
- ويلاحظ أن ترتيب متابعة الشباب لجائحة كورونا في وسائل التواصل الاجتماعي بحسب المستوى الدراسي جاء كما يلي:

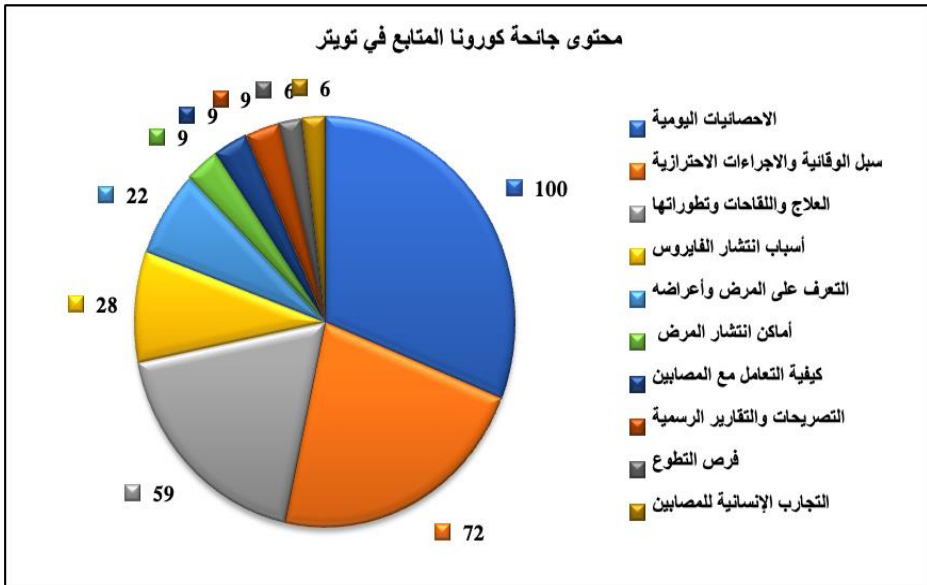
- شباب المستوى الدراسي الأول: تويتر، ثم سناب شات، يليه انستجرام.
- الخريجون: تويتر لجميع الخريجين، ثم سناب شات، يليه واتس آب.
- واختلفت هذه النتيجة مقارنة بالمتابعة العامة لشباب المستوى الدراسي الأول حيث جاء تويتر في مقدمة الترتيب في حين جاء سناب شات في مقدمة الترتيب للمتابعة العامة. واتفقت بالنسبة للخريجين الذين يمثل لهم تويتر الوسيلة الأولى في جائحة كورونا والمتابعة العامة.
- استهدفت مجموعة النقاش التعرف على ترتيب متابعة الشباب لجائحة كورونا في وسائل التواصل الاجتماعي بحسب النوع حيث تبين وجود اختلاف في الترتيب، وجاء في مقدمة الترتيب الأول للذكور تويتر، يليه وبفارق كبير واتس ويوتيوب، وجاء تويتر بشكل أكثر متابعة من الإناث حيث يمثل لمن تويتر الوسيلة الوحيدة في الترتيب الأول.
- وجاء سناب شات في مقدمة الترتيب الثاني لما يقارب نصف الذكور، ثم بفارق كبير تويتر والتك توك. في حين جاء سناب شات في المقدمة لما يقارب نصف الإناث، يليه واتس آب، ثم انستجرام. أما الترتيب الثالث فقد جاء في مقدمته واتس وانستجرام للذكور، ثم سناب ويوتيوب، وبالنسبة للإناث فقد جاء انستجرام في مقدمة الترتيب الثالث، ثم واتس آب ويوتيوب.
- وجاء واتس آب ويوتيوب في مقدمة الترتيب الرابع للذكور، ثم يوتيوب، يليه انستجرام، وجاء سناب شات وانستجرام في مقدمة الترتيب الرابع للإناث، يليهما واتس آب. أما الترتيب الخامس فقد جاء في مقدمته مجموعة من وسائل التواصل دون ترتيب للذكور، وجاء يوتيوب في مقدمة الترتيب الخامس للإناث، ثم واتس آب والتك توك.
- ويلاحظ أن ترتيب متابعة الشباب لجائحة كورونا في وسائل التواصل الاجتماعي بحسب النوع جاء كما يلي:
  - الذكور: تويتر، ثم سناب شات، يليه واتس آب وانستجرام.
  - الإناث: تويتر لجميع الإناث، ثم سناب شات، يليه واتس آب وانستجرام.
 ويتضح من خلال مجموعة النقاش عدم وجود اختلاف في الترتيب بين الذكور والإناث عند متابعة الشباب لجائحة كورونا في وسائل التواصل الاجتماعي بحسب النوع.

واتفقت هذه النتيجة مقارنة بالمتابعة العامة للذكور حيث جاء تويتر في مقدمة الترتيب لجائحة كورونا أيضاً. واختلفت بالنسبة للإناث حيث يمثل هن تويتر الوسيلة الأولى في جائحة كورونا في حين جاء سناب شات في مقدمة الترتيب للمتابعة العامة.

ثالثاً: محتوى جائحة كورونا المتابع في تويتر وأسباب المتابعة.

تعرضت الدراسة من خلال مجموعة النقاش إلى المحتوى المفضل لدى الشباب والمتابع في تويتر، حيث تمت مناقشة المحتوى وسبب متابعته لارتباط المحتوى بالسبب بشكل مباشر، وكذلك علاقة متابعة المحتوى بالمستوى الدراسي والنوع.

رسم بياني رقم (5)



تبين من خلال مجموعة النقاش كما يوضح الرسم البياني رقم (5) محتوى جائحة كورونا المتابع في تويتر من قبل الشباب، واتضح أن جميع الشباب يتابعون محتوى الاحصائيات اليومية، وذلك للتعرف على تطورات الجائحة ومستحدثات الإصابات والتعافي بشكل مستمر، ويتابع معظم الشباب المحتوى المتعلق بسبل الوقائية، والاجراءات الاحترازية، للوقاية من المرض واتباع الإجراءات الاحترازية والتعليمات والقرارات والمتعلقة بها، ويتابع أكثر من نصف الشباب المحتوى الخاص بالعلاج واللقاحات وتطوراتها، لحرصهم على معرفة مستجدات العلاج من الفيروس واللقاحات، والدراسات والأبحاث الخاصة بها، والتي يرون أنها تتطور بشرع متسارع ومتغير.

ويتابع أكثر من ربع الشباب أسباب انتشار الفيروس، لتجنب انتشار الفيروس والحد من خطورته وتطبيق الإجراءات الصحية وبخاصة بعد بدء التخفيف من الإجراءات الاحترازية، في حين يتابع أقل من ربع الشباب المحتوى المتعلق بالتعرف على المرض وأعراضه، لزيادة المعرفة بهذا المرض لخطورته، وكثرة الشائعات التي تدور حوله.

ثم جاء وبنسب منخفضة المحتويات الخاصة بأماكن انتشار المرض، لتجنب العدوى وعدم الانتقال أو السفر إلى أماكن انتشار الفيروس، وكيفية التعامل مع المصابين لمعرفة أفضل الطرق للتعامل معهم، والتصريحات والتقارير الرسمية للقطاعات ذات العلاقة والمسؤولين لتفنهم بهذه المصادر ومواجهة الشائعات حول الجائحة، وأخيرا وبنسب منخفضة أيضا محتوى فرص التطوع للرغبة في المشاركة في العمل التطوعي لمواجهة الجائحة، والتجارب الإنسانية للمصابين، لأخذ العبرة والشعور بالاطمئنان.

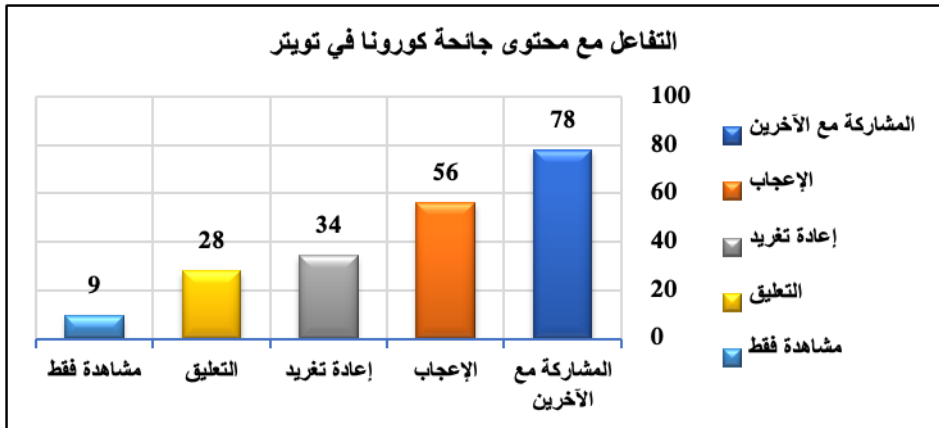
ويتضح من هذه النتيجة نجاح وصول الإحصائيات اليومية التي تصدر من وزارة الصحة إلى فئة الشباب وحرص جميع الشباب على متابعتها، وكذلك عنايتهم بسبل الوقاية والإجراءات الاحترازية، واهتمامهم بالعلاج، واللقاحات، وتطوراتها.

ملاحظات على محتوى جائحة كورونا المتابع في تويتر بحسب المستوى الدراسي والنوع:

- تبين من خلال مجموعة النقاش التوافق في متابعة الاحصائيات اليومية من جميع الشباب عند متابعتهم لمحتوى جائحة كورونا في وسائل التواصل الاجتماعي برغم اختلاف المستوى الدراسي، وجاءت متابعة المحتويات الأخرى بنسب متفاوتة.
- ويلاحظ ارتفاع متابعة المحتوى الخاص بالتعرف على المرض وأعراضه من قبل أكثر من ثلث شباب المستوى الدراسي الأول، كما كانت متابعة محتويات التصريحات والتقارير الرسمية، وفرص التطوع، والتجارب الإنسانية للمصابين من قبل الخريجين فقط. ولعل ذلك يعكس تأثير ارتفاع المستوى التعليمي في نوعية المعرفة للمحتويات وتعدددها.
- اتضح من خلال مجموعة النقاش التوافق في متابعة الاحصائيات اليومية من جميع الشباب عند متابعتهم لجائحة كورونا في وسائل التواصل الاجتماعي برغم اختلاف النوع، وجاءت متابعة المحتويات الأخرى بنسب متفاوتة.
- ويلاحظ ارتفاع متابعة المحتوى الخاص بأسباب انتشار الفيروس من قبل أكثر من الذكور، كما يلاحظ أن متابعة محتويات كيفية التعامل مع المصابين والتجارب الإنسانية للمصابين من قبل الإناث فقط، ولعل ذلك يعود لطبيعة النوع وعناية الإناث برعاية المصابين واهتمامهن بالجانب الإنساني أكثر. وجاءت متابعة محتوى فرص التطوع من قبل الذكور فقط.

رابعاً: التفاعل مع محتوى جائحة كورونا في تويتر

رسم بياني رقم (6)



تبين من خلال مجموعة النقاش كما يوضح الرسم البياني رقم (6) تفاعل الشباب مع محتوى جائحة كورونا في تويتر، واتضح أن تفاعل أكثر الشباب كان من خلال مشاركة الآخرين للمحتوى من خلال إرساله أو نسخه إلى مجموعات وأفراد آخرين، ويأتي الإعجاب بالمحتوى في المرتبة الثانية لأكثر من نصف الشباب، وفي المرتبة الرابعة إعادة التغريد لأكثر من ثلث الشباب، في حين يتفاعل أكثر من ربع الشباب من خلال التعليق على المحتوى. وجاءت المشاهدة فقط بمعدل منخفض على مستوى الشباب. وتوضح هذه النتيجة اهتمام الشباب وتفاعلهم مع محتوى جائحة كورونا في تويتر لقناعتهم بالمحتوى المقدم، كما لوحظ خلال المناقشة أن التفاعل يكون أعلى مع المحتوى الموثوق والرسمي في تويتر.

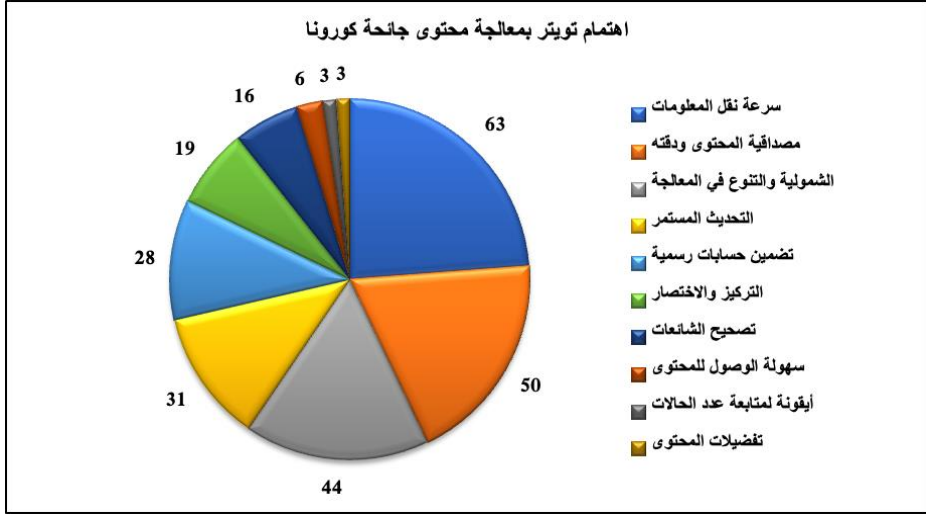
#### ملاحظات على التفاعل مع محتوى جائحة كورونا في تويتر بحسب المستوى الدراسي والنوع:

- تبين من خلال مجموعة النقاش تشابه التفاعل مع محتوى جائحة كورونا في تويتر بحسب المستوى، وكان التفاعل من خلال المشاركة مع الآخرين في المحتوى أكثر عند الخريجين ومن قبل معظمهم. أما التفاعل من خلال الإعجاب وإعادة تغريد والتعليق فكان أكثر عند المستوى الأول. وكانت المشاهدة فقط أكثر عند الخريجين، وبمعدل منخفض عند شباب المستوى الدراسي الأول. ولعل ذلك يعود إلى طبيعة المرحلة العمرية لشباب المستوى الدراسي الأول وبداية مرحلة دراستهم الجامعية مما أثر على طبيعة التفاعل.
- واتضح من خلال مجموعة النقاش التشابه في التفاعل مع محتوى جائحة كورونا في تويتر بحسب النوع. وجاء التفاعل من خلال المشاركة مع الآخرين، وإعادة التغريد من الإناث أكثر، ولا يوجد فرق في التفاعل من خلال الإعجاب بين الذكور والإناث. في حين جاء الفاعل من خلال التعليق من الذكر بشكل أكبر، إضافة إلى أن المشاهدة فقط كانت من الذكور أكثر.

خامساً: اهتمام تويتر بمعالجة محتوى جائحة كورونا

رسم بياني رقم (7)





تبين من خلال مجموعة النقاش كما يوضح الرسم البياني رقم (7) اهتمام تويتر بمعالجة محتوى جائحة كورونا حيث جاءت سرعة نقل المعلومات إلى المتابعين في مقدمة أساليب المعالجة للمحتوى وذكر ذلك أكثر من نصف الشباب، وجاءت بعدها مصداقية المحتوى ودقته في المرتبة الثانية، ولوحظ أثناء المناقشة أن ذلك يرتبط بالحسابات الرسمية المعتمدة بشكل رئيس وبخاصة وأنه يتناول موضوع مهم من وجهة نظرهم، ثم جاءت الشمولية والتنوع في المعالجة في المرتبة الثالثة وذلك من خلال التنوع في المحتويات والأشكال التي يقدم بها المحتوى من صور وتصاميم ومواد مرئية، كما أنه يشمل كل أصحاب الحسابات من قطاعات حكومية وخاصة ومنظمات وهيئات وأفراد حيث أنه يشمل الجميع.

أما المرتبة الرابعة فكانت للتحديث المستمر لمحتوى جائحة كورونا سواء في مجال الأنظمة والتعليمات والقوانين أو في مجال اللقاحات والعلاج والدراسات الخاصة، وفي المرتبة الخامسة جاء تضمين حسابات رسمية في تويتر للجهات، أو قطاعات الحكومية، أو الهيئات الرسمية، أو وسائل الإعلام بمختلف أنواعها المقروءة والمسموعة والمرئية أحد المعالجات التي تعطي اطمئناناً ومصداقية لمحتوى جائحة كورونا.

ثم جاءت بعد ذلك مجموعة من طرق وأساليب المعالجة لمحتوى جائحة كورونا في تويتر شملت التركيز والاختصار لطبيعة تويتر في تحديد عدد معين من الحروف لكتابة التغريدات وتحديد المساحة المتاحة في تقديم المواد الأخرى من صور وتصاميم ومواد مرئية، وكذلك تصحيح الشائعات التي تنشر في تويتر أو وسائل الاتصال والإعلام الأخرى وغيرها، ثم سهولة الوصول للمحتوى الخاص بجائحة كورونا، يليه وضع أيقونة خاصة لمتابعة عدد الحالات، وتوفير خدمة تفضيلات المحتوى.

ولعل ذلك يفسر المتابعة المكثفة لتويتر من قبل الشباب، حيث يستخدم الكثير من أساليب معالجة المحتوى، وبالتالي يعطي خيارات أكثر للمستخدمين أو المتابع، وتسهيل الوصول إلى المعلومة الموثقة من جهة رسمية، ويعطي في الوقت ذاته المجال لمتابعة كل ما ينشر ويقال عن الجائحة.

#### ملاحظات على اهتمام تويتر بمعالجة محتوى جائحة كورونا بحسب المستوى الدراسي والنوع:

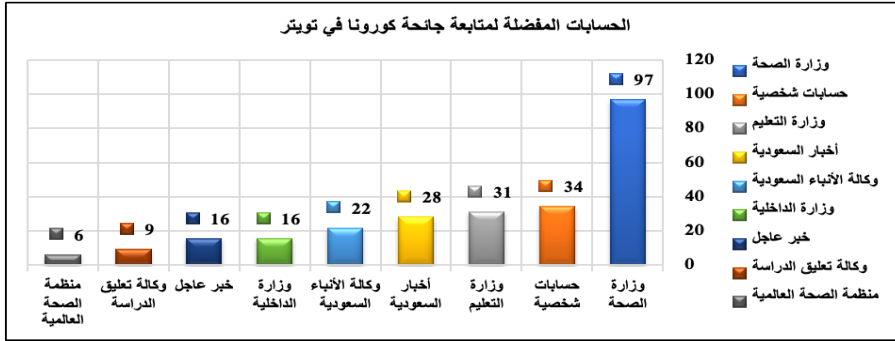
- استهدفت الدراسة من خلال مجموعة النقاش التعرف على علاقة المستوى الدراسي باهتمام تويتر بمعالجة محتوى جائحة كورونا، وتفضيلات الشباب له، وتبين أن معالجة المحتوى من خلال سرعة نقل المعلومات ومصادقية المحتوى ودقته وتضمن حسابات رسمية تم التركيز عليها من قبل شباب المستوى الدراسي الأول بشكل أكبر، في حين ركز الخريجون على الشمولية والتنوع في المعالجة، والتحديث المستمر بشكل أكبر. ولا يوجد هناك فرق بحسب المستوى الدراسي في سهولة الوصول للمحتوى.
- وجاء الاهتمام بمعالجة المحتوى من خلال التركيز والاختصار من شباب المستوى الدراسي الأول فقط، وبمعدل مرتفع بلغ أكثر من الثلث، في حين جاء تصحيح الشائعات من الخريجين فقط بمعدل بلغ أكثر من الثلث، وكذلك وضع أيقونة لمتابعة عدد الحالات، وخدمة تفضيلات المحتوى بمعدل منخفض.
- واتضح من خلال مجموعة النقاش الاختلاف في تقييم اهتمام تويتر بمعالجة محتوى جائحة كورونا بحسب النوع التفاعلي مع محتوى جائحة كورونا في تويتر بحسب النوع، وتبين أن معالجة المحتوى من خلال والتحديث المستمر وتضمن حسابات رسمية والتركيز والاختصار تم التركيز عليها من قبل الذكور بشكل أكبر، كما جاء تصحيح الشائعات من الذكور

فقط بمعدل مرتفع بلغ أكثر من الثلث، ووضع أيقونة متابعة عدد الحالات بمعدل منخفض.

- وجاء الاهتمام بمعالجة المحتوى من خلال سرعة نقل المعلومات ومصادقية المحتوى ودقته وتضمن حسابات رسمية من الإناث أكثر، كما جاء تفضيل المحتوى من الإناث فقط بمعدل منخفض. ولا يوجد هناك فرق بحسب النوع في سهولة الوصول للمحتوى.

سادساً: الحسابات المفضلة لمتابعة جائحة كورونا في تويتر

رسم بياني رقم (8)



تبين من خلال مجموعة النقاش كما يوضح الرسم البياني رقم (8) الحسابات المفضلة لمتابعة جائحة كورونا في تويتر من قبل الشباب، وجاء حساب وزارة الصحة في مقدمة الحسابات المفضل لجميع الشباب تقريباً، وجاءت في المرتبة الثانية الحسابات الشخصية وبخاصة للأطباء المشهورين والمتخصصين والمسؤولين، وحساب وزارة التعليم والتي يفضلها أكثر من ثلث الشباب. وجاء في المرتبة الثالثة حساب أخبار السعودية، وحساب وكالة الأنباء السعودية، أما المرتبة الرابعة فكانت لحساب وزارة الداخلية، وخبير عاجل، وجاء في المرتبة الأخيرة وبمعدل منخفض حساب وكالة تعليق الدراسة وحساب منظمة الصحة العالمية.

وتوضح هذه النتيجة طبيعة الحسابات التي يفضلها الشباب، حيث لوحظ خلال المناقشة تفضيلهم لحساب وزارة الصحة باعتبارها الجهة الأولى المعنية بالجائحة، إضافة إلى أنه حساب رسمي، وكذلك نشر الاحصائيات اليومية التي لاقت انتشاراً كبيراً في مختلف قطاعات المجتمع. وكذلك تفضيلهم للحسابات الشخصية لطبيعة مرحلتهم العمرية، وحرصهم متابعة الشخصيات المشهورة في مجال الطب أو المسؤولين أو المشاهير.

كما لوحظ خلال المناقشة أن تفضيلهم لحساب وزارة التعليم، وحساب وكالة تعليق الدراسة، كان طبيعياً لكونهم طلاب وطالبات في المرحلة العمرية، وتحويل الدراسة إلى التعليم عن بعد، وأيضاً بعض القرارات والتعليمات الخاصة بالعملية التعليمية. وجاء تفضيلهم لحساب أخبار السعودية؛ لتنوعه في أخبار الجائحة على مستوى المملكة، ولطبيعة وجود علاقات وارتباطات لهم في المناطق الأخرى، أما حساب وكالة الأنباء السعودية فجاء لكونه يمثل الناطق الرسمي للدولة وبالتالي الثقة فيما ينشر من أخبار، وجاء تفضيلهم لحساب وزارة الداخلية لمتابعة الأنظمة والتعليمات الخاصة بالحجر، والحظر وغيرها من الأنظمة والتعليمات الخاصة بوزارة الداخلية. في حين أن تفضيلهم لحساب خبر عاجل لسرعته في نقل الأخبار والمعلومات الخاصة بالجائحة، وأخيراً حساب منظمة الصحة العالمية للاطلاع على التقارير الدولية بشأن جائحة كورونا.

**ملاحظات على الحسابات المفضلة لمتابعة جائحة كورونا في تويتر بحسب المستوى الدراسي والنوع:**

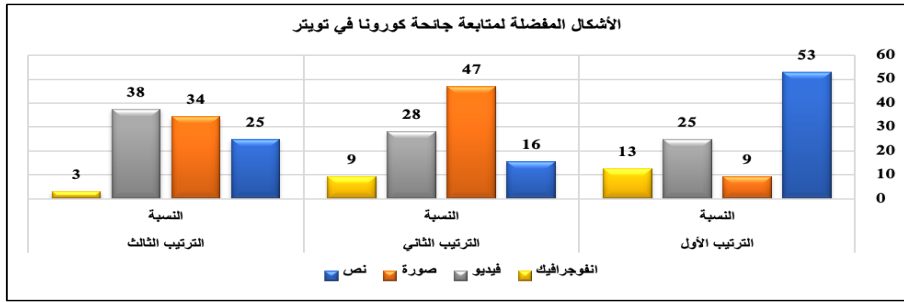
- تبين من خلال مجموعة النقاش الاتفاق في تفضيل حساب وزارة الصحة بحسب المستوى، في حين يفضل شباب المستوى الدراسي الأول الحسابات شخصية بمعدل أكثر من النصف، وحساب وزارة التعليم وحساب خبر عاجل وحساب وزارة الداخلية، ويفضل الخريجون حساب أخبار السعودية، وحساب وكالة الأنباء السعودية، وحساب وكالة تعليق الدراسة، كما أن تفضيل حساب منظمة الصحة العالمية كان من الخريجين فقط. ولعل ذلك يعود إلى طبيعة المرحلة الدراسية، والمرحلة العمرية وتفضيل الشباب لحسابات ترتبط بهذا الاختلاف بشكل كبير، وبخاصة شباب المستوى الدراسي الأول لحسابات لمشاهير

وحساب خبر عاجل، وتفضيل الخريجين وكالة الأنباء السعودية وحساب منظمة الصحة العالمية.

- اتضح من خلال مجموعة النقاش الاتفاق في تفضيل حساب وزارة الصحة، وحساب وزارة التعليم بحسب النوع، في حين يفضل الذكور الحسابات شخصية، وحساب وكالة الأنباء السعودية، وحساب خبر عاجل، وحساب وزارة الداخلية، وحساب وكالة تعليق الدراسة، في حين يفضل الإناث حساب أخبار السعودية، أما حساب منظمة الصحة العالمية كان مفضلاً من قبل الإناث فقط.

سابعاً: الأشكال المفضلة لمتابعة جائحة كورونا في تويتر

### رسم بياني رقم (9)



استهدفت الدراسة التعرف على الأشكال المفضلة لدى الشباب في متابعتهم لجائحة كورونا في تويتر، وترتيبهم للتفضيل، وتبين من خلال مجموعة النقاش كما يوضح الرسم البياني رقم (9) أن النص جاء في مقدمة الترتيب الأول لأكثر من نصف الشباب، يليه الفيديو بمعدل بلغ ربع الشباب، ثم الانفوجرافيك، وأخيرا الصورة.

وجاء في مقدمة الترتيب الثاني الصورة لما يقارب نصف الشباب، ثم الفيديو لأكثر من ربع الشباب، يليه النص، ثم الانفوجرافيك، وفي مقدمة الترتيب الثالث جاء الفيديو ثم الصورة لأكثر من ثلث الشباب، يليه النص لربع الشباب، وأخيرا الانفوجرافيك بمعدل منخفض.

وبناء على ذلك يمكن القول إن الأشكال المفضلة لمتابعة جائحة كورونا في تويتر لدى الشباب مع ترتيبها جاءت بالتوالي: النص، ثم الصورة، يليها الفيديو، وأخيراً الانفوجرافيك. ولوحظ أثناء المناقشة أن تفضيل الشباب للنص في تويتر يأتي لطبيعة النص واختصاره على عدد حروف محددة مما يسهل القراءة على المتابع وأيضاً وجود النص الفائق سواء لمصدر النص، أو روابط وهاشتاقات، كما جاء الفيديو في مرتبة ثالثة لقصر مدته في تويتر ووجود وسائل أخرى تعطي مزيداً من القوت لمقطع الفيديو، كما جاء الانفوجرافيك بالمرتبة الأخيرة نظراً لاحتوائه غالباً على معلومات كثيرة وبالتالي يصعب متابعته من الهاتف المحمول والذي يستخدم بشكل أكبر في متابعة تويتر.

### ملاحظات على الأشكال المفضلة لمتابعة جائحة كورونا في تويتر بحسب المستوى الدراسي والنوع:

- تبين من خلال مجموعة النقاش التوافق الكبير في ترتيب الأشكال المفضلة لدى الشباب لمتابعة جائحة كورونا في تويتر بحسب المستوى الدراسي، حيث جاء الترتيب لشباب المستوى الدراسي الأول النص ثم الفيديو ثم الصورة وأخيراً الانفوجرافيك، في حين جاء الترتيب للخريجين النص ثم الصورة في الفيديو، ولعل ذلك يعود إلى تفضيل شباب المستوى الدراسي الأول للفيديو على الصور بشكل عام.
- كما تبين أنه لا يوجد فرق في ترتيب الأشكال المفضلة لمتابعة جائحة كورونا في تويتر بحسب النوع، وجاءت بالترتيب نص ثم صورة ثم فيديو وأخيراً انفوجرافيك.

ثامناً: الاكتفاء بتويتر لمتابعة جائحة كورونا

رسم بياني رقم (10)

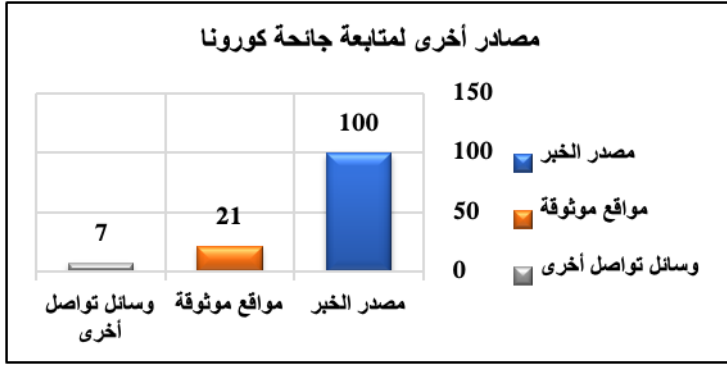


سعت الدراسة إلى التعرف على مدى اكتفاء الشباب بمحتوى جائحة كورونا الذي يقدمه تويتر، وتبين من خلال مجموعة النقاش كما يوضح الرسم البياني رقم (10) أن أكثر من نصف الشباب يكتفي بمحتوى جائحة كورونا الذي يقدمه تويتر، وذلك للإيجابيات التي يتمتع بها تويتر، في حين لا يكتفي البقية لأسباب أخرى سيتم مناقشتها.

واتضح وجود اختلاف كبير في الاكتفاء بتويتر لمتابعة جائحة كورونا بحسب المستوى الدراسي، وكان أكثر من نصف شباب المستوى الدراسي الأول يكتفون بتويتر لمتابعة جائحة كورونا، وعلى العكس من ذلك كان أكثر من نصف الخريجين لا يكتفون بتويتر لمتابعة جائحة كورونا. وبحسب النوع تبين أن الذكور يتساوون في الاكتفاء من عدمه، فيما كان أكثر من نصف الإناث يكتفين بتويتر لمتابعة جائحة كورونا. ولعل ذلك يرجع إلى اختلاف المستوى الدراسي ومتابعة الخريجين أكثر لمصادر أخرى لمتابعة جائحة كورونا لمرحلتهم الدراسية، ودراستهم مقررات في صناعة المحتوى، والنقد الإعلامي وغيرها، وبالتالي حرصهم على متابعة مصادر أخرى. كما لوحظ أن الإناث يكتفين بتويتر أكثر في محتوى جائحة كورونا وبخاصة في الحسابات الرسمية.

تاسعاً: مصادر أخرى لمتابعة جائحة كورونا

## رسم بياني رقم (11)



تمت خلال مجموعات النقاش التعرف على المصادر الأخرى التي يتابعها الشباب الذين لا يكتفون بتويتر لمتابعة جائحة كورونا، وتبين كما يوضح الرسم البياني رقم (11) أن هناك ثلاث مصادر يرجع لها الشباب بشكل رئيس لمتابعة جائحة كورونا، جاء في مقدمتها مصدر الخبر، وفي المرتبة الثانية المواقع الموثوقة، وفي المرتبة الثالثة وسائل تواصل أخرى.

ولمعرفة المصادر الأخرى التي يتابعها الشباب الذين لا يكتفون بتويتر لمتابعة جائحة كورونا بحسب المستوى الدراسي، فقد تبين أن جميع شباب المستوى الدراسي الأول يتابعون مصدر الخبر، وأكثر من نصفهم مواقع موثوقة، وأقل من الربع وسائل تواصل أخرى، في حين يتابع جميع الخريجين مصدر الخبر ويكتفون به.

وبحسب النوع فإن جميع الذكور والإناث يتابعون مصادر أخرى، ويتابع ربع الذكور المواقع الموثوقة، ثم بمعدل منخفض وسائل تواصل أخرى، أما الإناث فيتابعن المواقع الموثوقة بمعدل منخفض، ولا يتابعن وسائل تواصل أخرى.

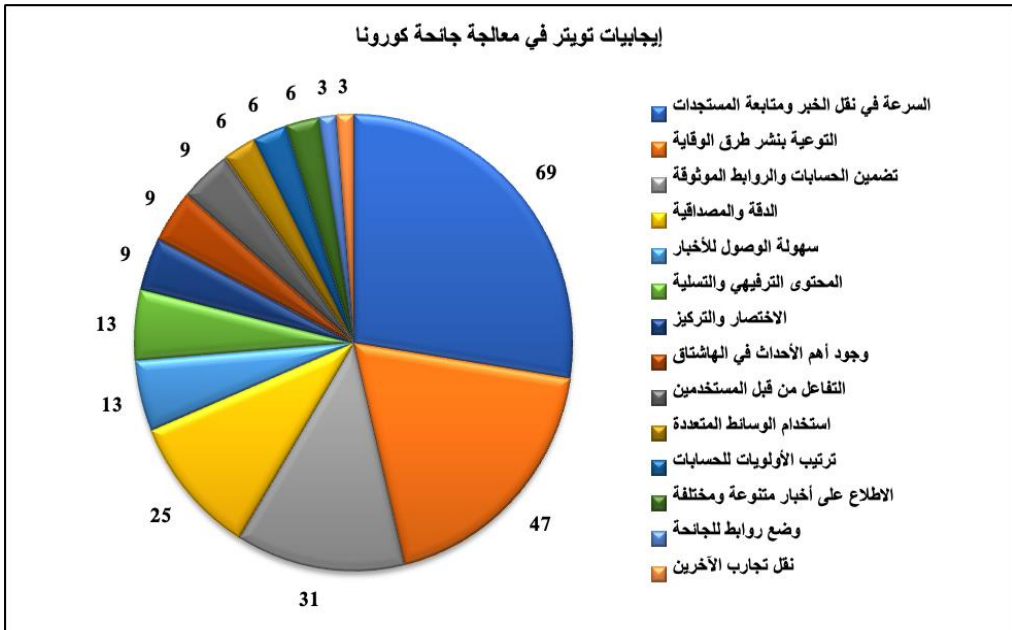
واتضح أثناء مجموعات أن السبب الرئيس لمتابعة مصدر الخبر من قبل الشباب كان بهدف الحصول على المزيد من المعلومات أو بمعدل أقل للتأكد من الخبر، في حين شاء السبب الرئيس



لمتابعة المواقع الموثوقة التأكد من الخبر، أما متابعة وسائل التواصل الأخرى فكان سببه الرئيس حصول المزيد من المعلومات بأشكال مختلفة.

عاشراً: إيجابيات تويتر في معالجة جائحة كورونا

رسم بياني رقم (12)



تبين من خلال مجموعات النقاش وجود العديد من الإيجابيات لتويتر في معالجة جائحة كورونا، وجاء في مقدمتها السرعة في نقل الخبر ومتابعة المستجدات ومن قبل أكثر من نصف الشباب، وفي المرتبة الثانية التوعية بنشر طرق الوقاية من قبل ما يقارب نصف الشباب، وفي المرتبة الثالثة تضمين الحسابات والروابط الموثوقة من قبل ثلث الشباب، وجاءت الدقة والمصداقية في المرتبة الرابعة، يليها مجموعة من الإيجابيات وبمعدلات أقل شملت سهولة الوصول للأخبار، والمحتوى الترفيهي والتسليي، والاختصار والتركيز، ووجود أهم الأحداث في الهاشتاق، والتفاعل من قبل

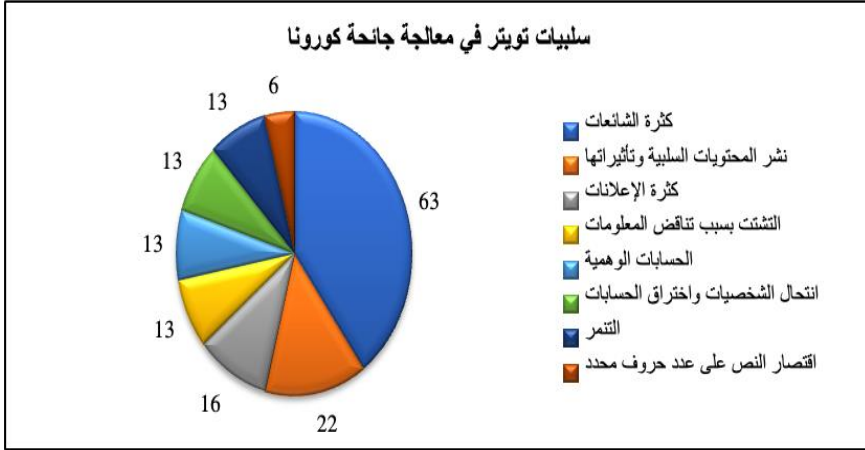
المستخدمين، واستخدام الوسائط المتعددة، وترتيب الأولويات للحسابات، وتنوع الأخبار، والاطلاع على أخبار متنوعة ومختلفة، ووضع روابط للجائحة، ونقل تجارب الآخرين.

### ملاحظات على إيجابيات تويتر في معالجة جائحة كورونا بحسب المستوى الدراسي والنوع:

- وتبين وجود تشابه في إيجابيات تويتر في معالجة جائحة كورونا بحسب المستوى الدراسي بشكل عام، وكات الاختلاف في عدد الإيجابيات، حيث كانت من قبل الخريجين أكثر. وكذلك إيجابيات قدمها شباب المستوى الدراسي الأول فقط شملت الاطلاع على أخبار متنوعة ومختلفة، ونقل تجارب الآخرين، وإيجابيات ذكرها الخريجون فقط شملت المحتوى الترفيهي والتسلية، ووجود أهم الأحداث في الهاشتاق، والتفاعل من قبل المستخدمين، وترتيب الأولويات للحسابات، ووضع روابط للجائحة.
- كما تبين وجود تشابه في إيجابيات تويتر في معالجة جائحة كورونا بحسب النوع بشكل عام، وكات الاختلاف في أن السرعة في نقل الخبر ومتابعة المستجدات جاءت في مقدمة الإيجابيات لدى الذكور، فيما كانت التوعية بنشر طرق الوقاية في مقدمة الإيجابيات لدى الإناث. إضافة إلى ذلك هناك إيجابيات قدمها الذكور فقط شملت استخدام الوسائط المتعددة، وترتيب الأولويات للحسابات، والاطلاع على أخبار متنوعة ومختلفة، أما الإيجابيات التي قدمها الإناث فشملت المحتوى الترفيهي والتسلية، ونقل تجارب الآخرين.
- وكان الملفت خلال المناقشات إيجابية المحتوى الترفيهي والتسلية، والتي جاءت في الترتيب الثالث للإناث الخريجات، وتبين أن ذلك كان بسبب كثرة الأخبار الموضوعات حول الجائحة وخطورتها وانتشارها بشكل سريع وتأثيراتها السلبية، وشكل هن المحتوى الترفيهي والتسلية متنفساً للخروج من المشاعر السلبية والمخيفة المرتبطة بالجائحة.

## حادي عشر: سلبيات تويتر في معالجة جائحة كورونا

## رسم بياني رقم (13)



تبين من خلال مجموعات النقاش وجود العديد من الإيجابيات لتويتر في معالجة جائحة كورونا، وكانت أقل من الإيجابيات عدداً، وجاء في مقدمتها كثرة الشائعات ومن قبل أكثر من نصف الشباب، وفي المرتبة الثانية نشر المحتويات السلبية وتأثيراتها من قبل ربع الشباب، وجاءت كثرة الإعلانات في المرتبة الثالثة، ويليهما مجموعة من السلبيات وبمعدلات أقل شملت التشتت بسبب تناقض المعلومات، والحسابات الوهمية، وانتحال الشخصيات واختراق الحسابات، والتنمر، واقتصار النص على عدد حروف محدد.

## ملاحظات على سلبيات تويتر في معالجة جائحة كورونا بحسب المستوى الدراسي والنوع:

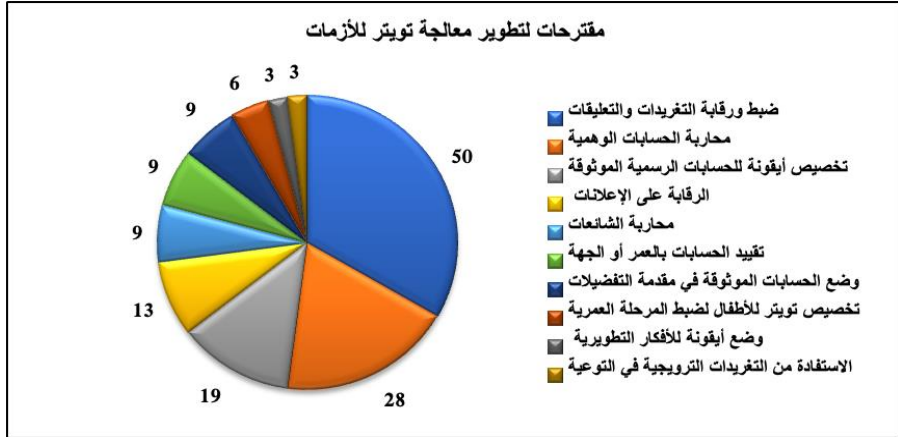
- تبين وجود تشابه في سلبيات تويتر في معالجة جائحة كورونا بحسب المستوى الدراسي بشكل عام، حيث جاءت الشائعات في مقدمة السلبيات رغم اختلاف المستوى الدراسي، ومن حيث الاختلاف كان عدد السلبيات أكثر من قبل الخريجين. وكذلك ترتيبها، كما أن ثمة سلبية ذكرها شباب المستوى الدراسي الأول فقط تمثلت في اقتصار

النص على عدد حروف محدد، وسليبات ذكرها الخريجون فقط شملت الحسابات الوهمية، وانتحال الشخصيات واختراق الحسابات، والتنمر.

- وتبين وجود تشابه في سلبيات تويتز في معالجة جائحة كورونا بحسب النوع بشكل عام، حيث جاءت الشائعات في مقدمة السلبيات رغم اختلاف النوع، وكان الاختلاف في ترتيب السلبيات، كما أن ثمة سلبيات قدمها الذكور فقط شملت التشتت بسبب تناقض المعلومات، وانتحال الشخصيات واختراق الحسابات، أما السبية التي ذكرها الإناث فتمثلت في التنمر.
- وكان الملفت خلال المناقشات سلبية التنمر، والتي جاءت في الترتيب الثالث للإناث الخريجات، وتبين أن ذلك كان من خلال الهجوم على بعض الحسابات بشكل جماعي، والإساءة إلى أصحاب أو من يتبع له الحساب مما يترك انطباعاً سيئاً لدى المتابعين.

ثاني عشر: مقترحات لتطوير معالجة تويتز للأزمات

رسم بياني رقم (14)



اختتمت مجموعة المناقشة بالتعرف على مقترحات الشباب لتطوير معالجة تويتز للأزمات مستقبلاً، وقدم الشباب كما يوضح الرسم البياني رقم (14) عدداً من المقترحات جاء في مقدمتها ضبط ورقابة التغريدات والتعليقات في المحتويات الدينية والسياسية والأخلاقية، وذلك من قبل نصف الشباب، وفي المرتبة الثانية محاربة الحسابات الوهمية من قبل أكثر من ربع الشباب، وجاء تخصيص

أيقونة للحسابات الرسمية الموثوقة في المرتبة الثالثة، وفي المرتبة الرابعة الرقابة على الإعلانات، ويليها مجموعة من المقترحات وبمعدلات أقل شملت محاربة الشائعات، وتقييد الحسابات بالعمر أو الجهة، وضع الحسابات الموثوقة في مقدمة التفضيلات، تخصيص تويتر للأطفال لضبط المرحلة العمرية، وضع أيقونة للأفكار التطويرية. الاستفادة من التغريدات الترويجية في التوعية.

### ملاحظات على مقترحات الشباب لتطوير معالجة تويتر للأزمات مستقبلاً بحسب المستوى الدراسي والنوع:

- تبين وجود تشابه في مقترحات الشباب المشتركة لتطوير معالجة تويتر للأزمات مستقبلاً بحسب المستوى الدراسي بشكل عام، حيث جاء ضبط ورقابة التغريدات والتعليقات في مقدمة المقترحات رغم اختلاف المستوى الدراسي، ومن حيث الاختلاف كان عدد المقترحات أكثر من قبل الخريجين. كما أن ثمة مقترحات قدمها شباب المستوى الدراسي الأول فقط شملت الرقابة على الإعلانات، ومحاربة الشائعات، وتقييد الحسابات بالعمر أو الجهة. أما المقترحات التي قدمها الخريجون فتضمنت تخصيص أيقونة للحسابات الرسمية الموثوقة، ووضع الحسابات الموثوقة في مقدمة التفضيلات، وتخصيص تويتر للأطفال لضبط المرحلة العمرية، ووضع أيقونة للأفكار التطويرية، والاستفادة من التغريدات الترويجية في التوعية.
- وكان الملفت خلال المناقشات سلبية التمر، والتي جاءت في الترتيب الثالث للإناث الخريجات، وتبين أن ذلك كان من خلال الهجوم على بعض الحسابات بشكل جماعي، والإساءة إلى أصحاب أو من يتبع له الحساب مما يترك انطباعاً سيئاً لدى المتابعين.
- تبين وجود تشابه في مقترحات الشباب المشتركة لتطوير معالجة تويتر للأزمات مستقبلاً بحسب النوع بشكل عام، حيث جاء ضبط ورقابة التغريدات والتعليقات في مقدمة المقترحات رغم اختلاف النوع، ومن حيث الاختلاف كان عدد المقترحات أكثر من قبل الإناث. كما أن ثمة مقترحات قدمها الذكور فقط شملت محاربة الشائعات، وتخصيص تويتر للأطفال لضبط المرحلة العمرية، أما المقترحات المقدمة من الإناث فتضمنت وضع الحسابات الموثوقة في مقدمة التفضيلات، وتقييد الحسابات بالعمر أو الجهة، ووضع أيقونة للأفكار التطويرية، والاستفادة من التغريدات الترويجية في التوعية.

ويلاحظ بشكل عام فيما يتعلق بالإيجابيات والسلبيات والمقترحات أنها كانت أكثر عدداً من قبل الشباب الخريجين ولعل ذلك يعود لاختلاف المستوى التعليمي والمعرفي للشباب الذين أمضوا أربعة أعوام في التعليم الجامعي.

### مناقشة نتائج الدراسة

لا شك أن المتابعة المستمرة والمتواصلة لمضمون وسائل التواصل الاجتماعي وبصفة خاصة تويتر؛ تؤثر في متلقيها معرفياً ووجدانياً وسلوكياً، ومن هنا تأتي أهميتها وخطورتها في المجتمع، والتي يتزايد تأثيرها على الشباب لأهميتهم في كل المجتمعات. كما تتزايد أهمية وخطورة في أوقات الأزمات والظروف القاهرة، وما شهده العالم خلال جائحة كورونا كان أزمة استثنائية أثرت في كافة مناحي الحياة.

ومن خلال مجموعات النقاش التي تم تطبيقها على (32) شاباً وفتاة من مستويات تعليمية مختلفة؛ توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج وشملت:

- المتابعة المكثفة من قبل الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي بصفة عامة، حيث تابع جميع الشباب تويتر وواتس آب، ومعظمهم بقية الوسائل الأخرى، وجار تويتر أيضاً في الترتيب الأول في المتابعة العامة، ثم سناب شات، يليه يوتيوب. وتوافقت هذه النتيجة مع متابعة الشباب لجائحة كورونا في وسائل التواصل الاجتماعي.
- تأثير نوعية محتوى تويتر المقدم خلال جائحة كورونا في متابعته وبالتالي تأثيره، وبخاصة إذا تم التركيز من خلال الجهات الرسمية على نوعية المحتوى الذي يحتاجه الجمهور بما يتلاءم مع طبيعة الوسيلة المستهدفة، كما أن المحتوى الذي يستهدف صحة الإنسان وسلامته وحمائته يلقي متابعة أكثر، حيث بينت الدراسة نجاح وصول الإحصائيات اليومية التي تصدرها وزارة الصحة إلى فئة الشباب وحرص جميع الشباب على متابعتها، وكذلك عنايتهم بسبل الوقاية والإجراءات الاحترازية، واهتمامهم بالعلاج، واللقاحات، وتطوراتها.
- يؤثر التفاعل مع تويتر في توسيع مدى ومجال التأثير من خلال طبيعة هذا التفاعل، وتبين من الدراسة أن تفاعل أكثر الشباب مع محتوى جائحة كورونا في تويتر كان من خلال

مشاركة الآخرين للمحتوى من خلال إرساله أو نسخه إلى مجموعات وأفراد آخرين، وهو ما يؤثر على سعة انتشاره.

- يشكل اهتمام تويتر بمعالجة محتوى جائحة كورونا ركيزة أساسية في متابعته وتأثيره، وأوضحت الدراسة أن متابعة تويتر تأثرت بمعالجتها لمحتوى جائحة كورونا حيث جاءت سرعة نقل المعلومات إلى المتابعين في المقدمة أساليب المعالجة للمحتوى ثم مصداقية المحتوى ودقته، وارتباطه بالحسابات الرسمية المعتمدة.
- جاء في مقدمة الحسابات المفضلة لمتابعة جائحة كورونا في تويتر من قبل جميع الشباب حساب وزارة الصحة، ثم الحسابات الشخصية، يليها وحساب وزارة التعليم. ويؤكد ذلك تأثير الحسابات الشخصية على الشباب ومتابعتهم لها.
- يرتبط بمعالجة المحتوى الأشكال المفضلة لدى الشباب في متابعتهم لجائحة كورونا في تويتر، وترتيبهم للتفضيل، وبينت الدراسة الشباب يفضلون النص، ثم الصورة، يليها الفيديو، وأخيرا الانفوجرافيك.
- يكتفي أكثر من نصف الشباب بمحتوى جائحة كورونا الذي يقدمه تويتر، ويرجع من لا يكتفي إلى ثلاثة مصادر جاء في مقدمتها مصدر الخبر، ثم المواقع الموثوقة، يليها وسائل تواصل اجتماعي أخرى. والسبب الرئيس لذلك الحصول على المزيد من المعلومات، والتأكد من الخبر.
- يرى الشباب أن إيجابيات تويتر أكثر من سلبياته، كما تأثرت الإيجابيات بمعالجة المحتوى وكان في مقدمتها السرعة في نقل الخبر ومتابعة المستجدات، ثم التوعية بنشر طرق الوقاية، يليها تضمين الحسابات والروابط الموثوقة، والدقة والمصداقية. أما السلبيات فكان في مقدمتها كثرة الشائعات، ثم نشر المحتويات السلبية وتأثيراتها، يليها كثرة الإعلانات. وانعكس ذلك على المقترحات التي قدمها الشباب.

#### توصيات الدراسة

- أهمية الاستفادة من تويتر، ووسائل التواصل الأخرى، وبخاصة من قبل الجهات الرسمية في معالجة الأزمات، والعناية بالمحتوى المهني، والذي يتناسب مع طبيعة تويتر.
- إجراء المزيد من الدراسات الإعلامية للتعرف على معالجة وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى للأزمات والطوارئ.

- دراسة ضبط ورقابة التغريدات والتعليقات والإعلانات في تويتر وبخاصة المحتويات الدينية والسياسية والأخلاقية ومعالجة الحسابات الوهمية والاختراقات.
- تخصيص أيقونة للحسابات الرسمية الموثوقة في أوقات الأزمات والطوارئ، والاستفادة من التغريدات التجارية في التوعية.
- تطوير تويتر من خلال تخصيص منصات لمراحل عمرية معينة مثل الأطفال، ووضع أيقونة للأفكار التطويرية.
- الاستفادة من التغريدات الترويجية في التوعية وبخاصة في أوقات الأزمات والطوارئ.
- الاستفادة من نتائج الدراسات الخاصة بالتفضيل لمحتوى وسائل التواصل الاجتماعي، وضع الخطط المستقبلية للاستفادة من مستقبلاً في مواجهة الأزمات والطوارئ.



## مراجع الدراسة

## المراجع العربية:

1. الحلو، كلير، جريج، طوني، قرقماز، جوزيف، يوسف، إيليان، (2018). مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الحالة النفسية للطلاب الجامعي: دراسة مقارنة متعددة الدول، *المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية*، العدد، 237، متاح على :  
[http://search.shamaa.org/PDF/Articles/JOIjeps/IjepsVol3No2Y2018/ijeps\\_2018-v3-n2\\_235-268.pdf](http://search.shamaa.org/PDF/Articles/JOIjeps/IjepsVol3No2Y2018/ijeps_2018-v3-n2_235-268.pdf)
2. الشيخ، آلاء بنت بكر علي، (2020). دور تويتر أثناء الأزمات وتأثيره في تحسين الصورة الذهنية للمنظمة: أزمة حريق محطة القطار أمودجًا. *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام جامعة الأزهر العدد الثالث والخمسون - الجزء الثاني، 963-1032.
3. الفرم، خالد بن فيصل، (2016). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، جامعة الملك سعود، العدد 14، 164-175.
4. بحري، خولة، (2020). تأثير منصات التواصل الاجتماعي في زيادة العزلة الاجتماعية في ظل جائحة كورونا: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك، *مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع*، الجزائر، المجلد الثالث، العدد الثاني، 66-76.
5. بريك، أيمن محمد إبراهيم، (2020)، دور صحافة الهاتف المحمول في توعية الجمهور السعودي بتطورات أزمة جائحة كورونا: دراسة ميدانية، *مجلة البحوث الإعلامية*، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 54، الجزء السادس، 3682-3588.
6. حمدوش، رياض & دعاس، أحمد. (2020). وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تعبئة الرأي العام العالمي وفي الحد من انتشار وباء كورونا (كوفيد-19)، *المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام*، الجزائر، المجلد الثالث - العدد الأول، 160-173.
7. زغيب، شيماء ذو الفقار، (2020). مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية. ط5، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

8. زناتي، ريم نجيب، (٢٠٢٠). توظيف الإنفوجرافيك في معالجة القضايا الصحية في الدول العربية عبر موقع التواصل الاجتماعي (تويتر) ، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ع ٥٥، ج ٤، ٢٣٠٧ - ٢٣٧٨
9. عادل، دعاء.، محمود، علياء.، بكري، مروة.، الشبيلي، ليلي. (2020). اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا "Covid-19" في منطقة جازان، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 54، الجزء الرابع،-2754 2713.
10. عبد الحميد، محمد، (2000). نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب.
11. علي، فودة محمد، (2020). اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول أزمة كورونا، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 55، الجزء السادس، 3254-3314.
12. قطوس، بسام، (2006). المدخل إلى مناهج النقد المعاصر، الطبعة الأولى الإسكندرية: دار الوفاء للطباعة والنشر.
13. مكاي، حسن عماد.، السيد، ليلي حسين، (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة الدار المصرية اللبنانية.
14. ميلود، مراد& صادقي فوزية، (2020). مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية من مخاطر انتشار فيروس كورونا في الجزائر، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، الجزائر، المجلد الثالث - العدد الأول، 145- 159.

#### المراجع الأجنبية

15. Ahmad, Araz Ramazan (2020). 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 .
16. De fievr & Rokeach, (1975). Theories Of Mass communication.

17. Ick-Hoi Kim., Chen-Chieh Fen., Yi-Chen Wang., Brian H. Spitzberg., & Ming-Hsiang Tsou. (2017). Exploratory Spatiotemporal Analysis in Risk Communication during the MERS Outbreak in South Korea, available at <https://doi.org/10.1080/00330124.2017.1288577>
18. Krishna Brahma Miss , Manoj Kumar Verma: Students' Attitude towards Social Networking Sites (SNSs): A Case Study of Central Institute of Technology (CIT) Kokrajhar, Assam , available at <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=5221&context=libphilprac>
19. Krueger, R. & Casey, M. (2008). Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research, 4th ed., CA: Sage Publications, p.128.
20. Krueger, Richard A. Krueger. (2002). Designing and Conducting Focus Group Interviews, Retrieved on: 15 june 2020 available at: <https://www.eiu.edu/ihec/Krueger-FocusGroupInterviews.pdf>.
21. Miss, Krishna Brahma., Verma, Manoj Kumar. Students' Attitude towards Social Networking Sites (SNSs): A Case Study of Central Institute of Technology (CIT) Kokrajhar, Assam, available at <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=5221&context=libphilprac>.

22. منظمة الصحة العالمية، مرض فيروس كورونا (كوفيد-19) الدخول يوم 2020/1/12 رابط الموقع:

<https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19>

23. اليونسكو، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة "اليونسكو والشباب: الاستراتيجية"، الدخول على موقع اليونسكو 12/1/2020 رابط الموقع:

<http://www.unesco.org/new/ar/social-and-human-sciences/themes/youth/strategy>