

اتجاهات طلبة جامعة تشرين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام إزاء الأزمات

أ.د سامر أحمد قاسم¹ د. سوما علي سليطين² براءة جهاد محلا³

الملخص

هدف البحث إلى تحديد اتجاهات طلبة جامعة تشرين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام إزاء الأزمات، اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم استخدام برنامج التحليل الإحصائي Spss 25 لتحليل البيانات التي تم جمعها بأسلوب الاستبانة والمقابلة الشخصية، أما عينة البحث فكانت 448 طالباً في جامعة تشرين، وأهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج رضا طلبة جامعة تشرين عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في بلورة الأزمة، وتوجيه الرأي العام إزاء الأزمات، وعزت الباحثة ذلك إلى أن رأي الشباب هو رأي انفعالي، الأمر الذي يسهل استغلاله بالاعتماد على الرسائل الإعلامية التي تبثها مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى ظهور صحافة المواطن، وبناءً على النتائج السابقة أوصت الباحثة بضرورة توعية الشباب الجامعي لما يدور حوله من قضايا مجتمعية، وتحفيزهم على المشاركة الفاعلة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الرأي العام، الأزمات، جامعة تشرين.

¹ الأستاذ - قسم إدارة الأعمال_ كلية الاقتصاد_ جامعة تشرين- اللاذقية -سورية.

² أستاذ مساعد - قسم إدارة الأعمال_ كلية الاقتصاد_ جامعة تشرين- اللاذقية -سورية.

³ طالبة دكتوراه - قسم إدارة الأعمال_ كلية الاقتصاد_ جامعة تشرين- اللاذقية -سورية.

Attitudes of Tishreen University students towards the role of social networking sites in shaping public opinion about crises

Prof. Dr. Samer Ahmed Qassem⁴

Dr. Soma Ali Sleteen⁵

Baraa Jihad Mhalla⁶

Abstract

The aim of the research is to determine the attitudes of Tishreen University students towards the role of social networking sites in shaping public opinion about crises. The researcher adopted the descriptive analytical approach, Where the statistical analysis program Spss 25 was used to analyze the data collected by the questionnaire and personal interview methods. As for the research sample, it was 448 students at Tishreen University, the most important findings of the study from the results of the satisfaction of the students of Tishreen University about the role of social networking sites in crystallizing the crisis, and directing public opinion in the face of crises, The researcher attributed this to the fact that the opinion of young people is an emotional one, which is easy to exploit by relying on media messages broadcast by social networking sites, in addition to the emergence of citizen journalism. Active participation through social networking sites.

Keywords: social networking sites, public opinion, crises, Tishreen University.

Professor- Department of Business Administration, Faculty of Economics- Tishreen⁴ University- Lattakia- Syria.

Associate Professor- Department of Business Administration, Faculty of Economics-⁵ Tishreen University- Lattakia- Syria.

Postgraduate Student- Department of Business Administration, Faculty of Economics-⁶ Tishreen University- Lattakia- Syria.

1. مقدمة:

على مدار عدة سنوات مضت، فرضت مواقع التواصل الاجتماعي وجودها في الواقع؛ فاليوم لم تعد وسائل الإعلام أداة ترفيه أو مصدراً للأخبار فحسب، بل أنها أضحت تسهم بشكل كبير في صياغة الآراء وتشكيل القيم، بل وتعبئة الرأي العام في اتجاه ما تريد، وفي ظل الأزمات السياسية والاقتصادية المتعددة التي تعيشها الدول العربية والغربية على حد سواء برز الدور المحوري لوسائل الإعلام كأداة رئيسة من أدوات إدارة الأزمة، فالجمهور في حاجة للوصول إلى المعلومات الصحيحة حول ما يمر به من أحداث، حتى يتمكن من فهم طبيعة هذه الأزمات والتعامل معها، من خلال الحصول على المعلومات والأخبار في أي وقت وبأقل جهد وتكلفة. ونظراً لقصور وسائل الإعلام التقليدية في القيام بهذا الدور بشكل كافي، وتحول اهتمام الجمهور لاسيما الشباب منه إلى مواقع التواصل الاجتماعي [1]، اهتم البحث الحالي بدراسة اتجاهات طلبة جامعة تشرين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل آرائهم إزاء الأزمات.

2. مشكلة البحث:

انطلاقاً من معلومات الباحثة التي تشير إلى وجود دور لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام إزاء الأزمات والتي استقتها من عدد من الطلاب في جامعة تشرين، وذلك باعتبارها تعمل وتدرس في جامعة تشرين، لاحظت الباحثة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على صناعة رأي الطلاب، بل وغسل أدمغتهم وتشكيل مواقفهم إزاء القضايا الجدلية؛ عبر تقديم رسائل إعلامية متشابهة ومتكررة حول الأزمات المحلية والدولية، والنقاش المحرر من رقابة السلطة على وسائل الإعلام التقليدية، وتوفير المعلومات والأفكار والصور المختلفة التي تشكل رؤيتهم للعالم، وبالتالي توجيههم نحو أفكار وآراء واتجاهات وسلوكيات معينة، الأمر الذي قاد الباحثة إلى صياغة مشكلة البحث بالتساؤل الرئيس الآتي: ما اتجاهات طلبة جامعة تشرين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام إزاء الأزمات؟

3. أهمية البحث:

من أجل توضيح أهمية البحث، قامت الباحثة بتقسيمها إلى:

❖ الأهمية النظرية: تتبع الأهمية النظرية للبحث من أهمية متغيراته المدروسة:

- فالمتغير المستقل وهو مواقع التواصل الاجتماعي له دور هام وكبير في حياتنا، لاسيما فيما يتعلق في الإدارة الإعلامية للأزمة؛ إذ لم يعد دور هذه المواقع مقتصر على اطلاع المستخدمين على مستجدات الأزمة، وإنما تجاوز ذلك لإثارة الرأي العام وتهينته لتقبل التغيرات التي تفرضها الأزمة، وإعطاء الأفراد فرصة للمشاركة في إدارة الأزمة بما يتواءم مع أفكارهم وآرائهم إزائها، وبشكل منافس لوسائل الإعلام التقليدية.
- أهمية الرأي العام كقوة مؤثرة لا بد من الاهتمام بها لاسيما في الأزمات؛ لما له من أثر فعال في توجيه المجتمع، إذ يمثل الرأي العام أحد أهم الأطر العامة التي لا بد أن تؤخذ بالاعتبار عند اتخاذ قرار لإدارة الأزمة.

❖ الأهمية العملية: تتبع الأهمية العملية للبحث من:

- أهمية مجتمع البحث (طلاب جامعة تشرين)؛ نظراً لما يظطلع به الشباب الجامعي من مسؤولية اجتماعية، إذ يمثلون الشريحة الواعية المتعلمة، والأكثر متابعة لمستجدات الأحداث في المجتمع، لذا كلما زاد الاهتمام بهذه الشريحة كلما كانت مشاركتهم إيجابية، وقيمة عطائهم أكبر بهدف تقدم المجتمع ونهضته.

- إمكانية الاستفادة من نتائج وتوصيات البحث، بهدف زيادة فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي التنموي المعرفي لدى الشباب الجامعي إزاء الأزمات والقضايا الجدلية.

4. أهداف البحث:

يهدف البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:

الهدف الرئيس: تحديد اتجاهات طلبة جامعة تشرين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام إزاء الأزمات.

❖ الأهداف الفرعية:

- تحديد اتجاهات طلبة جامعة تشرين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في بلورة الأزمة.
- تحديد اتجاهات طلبة جامعة تشرين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام.

5. فرضيات البحث: ينطلق البحث من فرضية رئيسية مفادها:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة حول اتجاهات طلبة جامعة تشرين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام إزاء الأزمات، ومتوسط المقياس المستخدم (3).

ويمكن اشتقاق الفرضيات الفرعية الآتية:

الفرضية الفرعية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة حول اتجاهات طلبة جامعة تشرين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في بلورة الأزمة، ومتوسط المقياس المستخدم (3).

الفرضية الفرعية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة حول اتجاهات طلبة جامعة تشرين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام، ومتوسط المقياس المستخدم (3).

6. حدود البحث:

الحدود المكانية: تم تطبيق الدراسة في جامعة تشرين.

الحدود الزمانية: تم إجراء الدراسة خلال عام 2022 م.

الحدود البشرية: اقتصرَت الدراسة على عينة من طلبة جامعة تشرين.

الحدود الموضوعية: اقتصرَت الدراسة الحالية على دراسة اتجاهات طلبة جامعة تشرين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام إزاء الأزمات.

7. مصطلحات البحث:

مواقع التواصل الاجتماعي: هي منظومة من الشبكات الإلكترونية، تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أفراد، سواء داخل الدولة أو خارجها، تتلاقى اهتماماتهم نحو موضوع معين، أو الهوية نفسها (329). [3]

الرأي العام: هو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعي في مدة زمنية معينة، بالنسبة لقضية أو أكثر يحدث فيها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الأغلبية، أو قيمها الإنسانية الأساسية مساً مباشراً (117). [2]

الأزمة: حدث ذو احتمالية منخفضة، له تأثير كبير يهدد بقاء المنظمة، واستمرارها في عالم الأعمال، يتسم بغموض الأسباب والعواقب، ويتطلب من متخذ القرار السرعة في إيجاد الحلول، واتخاذ القرار. ([10], 134)

8. الدراسات السابقة:

الدراسات العربية:

دراسة (الشرييني، 2021) [5] بعنوان: استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات وقت الأزمات.

هدف الدراسة: هدفت هذه الدراسة إلى تحديد كيفية تزود الشباب المصري (طلاب قسم الإعلام) بالمعلومات وقت الأزمات، من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وأسبابها وأهدافها.

منهجية الدراسة: اعتمد الباحث على منهج الوصفي التحليلي.

أهم النتائج: أن من أهم أسباب استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي التميز في سرعة نقل الأخبار، كما أشارت النتائج إلى أن أهم أهداف استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات هو لتحديد مواقفهم تجاه الأزمات.

دراسة (عزوز، 2021) [6] بعنوان: دور الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الجمهور الصحي بجائحة كورونا.

هدف الدراسة: هدفت هذه الدراسة إلى تحديد مستوى اعتماد الجمهور على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة الثقة فيها أثناء أزمة كورونا.

منهجية الدراسة: اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي.

أهم النتائج: لعبت الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي دوراً هاماً كمصدر لنفي الشائعات المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لذا برز دورها في إدارة الأزمة ومعالجتها بسبب تأثيرها المباشر في زيادة الوعي بمخاطر فيروس كورونا، مما زاد من مصداقيتها وتأثيرها على مستخدمي هذه الصفحات.

دراسة (فيضي، 2020) [8] بعنوان: مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها في تشكيل الرأي العام إزاء القضايا السياسية دراسة مسحية لجمهور مدينة بغداد وللمدة من (2019/1/1) إلى (2019/2/10).

هدف الدراسة: هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام تجاه القضايا السياسية، وتحديد دوافع استعمال المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي.

منهجية الدراسة: اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي.

أهم النتائج: أظهرت النتائج مدى اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات، ومن ثم فإن هذا الأمر ينسحب وبشكل كبير على نوعية الأخبار المسربة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي باتت تشكل قناة إعلامية متكاملة في نقل الأخبار والمعلومات.

الدراسات الأجنبية:

دراسة (Kramer, 2022) [12] بعنوان: التواصل في وسائل الإعلام حول أزمات الصحة العامة: تحليل مقارنة. هدف الدراسة: هدفت هذه الدراسة إلى تقييم الاتصال عبر وسائل الإعلام أثناء أزمات الصحة العامة في الولايات المتحدة والصين.

منهجية الدراسة: اعتمد الباحث على المنهج الوصفي.

أهم النتائج: أشارت النتائج إلى ضرورة التواصل بشفافية وبشكل واقعي مع الجمهور أثناء الأزمات، من خلال قنوات اتصال محددة مسبقاً لنشر المعلومات حول الأزمة، بالإضافة إلى وجود خطوط اتصال مع الجمهور للرد على أي استفسار حول الأزمة.

دراسة [11] (Eriksson, 2018) بعنوان: دروس للتواصل مع الأزمات على مواقع التواصل الاجتماعي.

هدف الدراسة: هدفت هذه الدراسة إلى تقديم دراسة نقدية شاملة للنصائح التي قدمها الباحثون حول التواصل الفعال عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الأزمات. منهجية الدراسة: اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي.

أهم النتائج: أشارت النتائج إلى أن المشهد الجديد لوسائل التواصل الاجتماعي لاتصالات الأزمة تعمل بشكل مشابه جداً للإعلام القديم، حتى لو كان الإعلام الجديد أسرع ولديه المزيد من المؤثرين، حيث أن الدروس الإجمالية المحددة في الدراسة لا تزال تدور حول الحاجة إلى التخطيط المسبق للحدث، والاستماع إلى اهتمامات الجمهور، وفهم حاجته إلى مصادر موثوقة للمعلومة.

أما بالنسبة لأهم الاختلافات والتشابه مع الدراسات السابقة:

تشابهت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة من حيث تناول دور مواقع التواصل الاجتماعي في الأزمات بشكل عام؛ فيما اختلفت عنهم بالتركيز على دور هذه المواقع في تشكيل الرأي العام للشباب الجامعي إزاء الأزمات، كما اختلفت في بيئة التطبيق (جامعة تشرين).

9. الإطار النظري للبحث:

تمهيد:

يتميز الرأي العام بأهميته الكبيرة في المجتمعات الديمقراطية، إذ يعد الرأي العام المعيار الذي يقاس على أساسه رضا الشعوب عن حكوماتها، وما يتضمنه ذلك الرضا من إضفاء الشرعية على صانعي القرار، ومع الثورة التي أحدثتها تكنولوجيا الاتصال أضحت مواقع التواصل الاجتماعي إحدى الأدوات الرئيسية في تكوين وصياغة الرأي العام، من خلال ما وفرته من مساحات واسعة للنقاش، وحرية التعبير عن مجمل القضايا المجتمعية التي تشكل جزءاً من اهتمامات الشعوب [2]، (117) وبالترزامن مع تزايد توقعات الشعوب بأن يكون للمؤسسات الرسمية والهيئات المختلفة وجود نشط على مواقع التواصل الاجتماعي تتفق الباحثة مع (9, [4]) بأن الرأي العام ليس بالضرورة أن يكون صائباً ومنصفاً، وإنما يتأثر سلباً أو إيجاباً بجملة من العوامل، أهمها كما تراه الباحثة هو عامل الثقافة المجتمعية.

مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في صناعة الرأي العام وتشكيله

أشار ([7]) إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي باتت أحد أنماط الحياة العامة في الحياة المعاصرة، لا بل أصبحت ضمن آليات التسويق الاجتماعي والسياسي التي يتم استثمارها وتوظيفها في العديد من القضايا والأزمات، إذ تسهم في ترويج بعض الأفكار، لتصبح ذات قيمة اجتماعية معترف بها، وتحظى بالانتشار بين أفراد المجتمع، ومن ثم التأثير على سلوكهم، وتشكيل توجهاتهم إزاء قضايا بعينها؛ حيث تتشابه في هذا الدور مع حملات التسويق التي تستهدف الترويج لمنتج معين لإقناع العملاء به، وعليه فقد باتت مواقع التواصل الاجتماعي شريك رئيس في صناعة الرأي العام من خلال العديد من الأدوار وأهمها:

1. التأثير في الوعي؛ فقد أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في بروز قادة رأي مؤثرين في الجمهور، لهم منابرهم الإعلامية التي تحظى بالمتابعة من ملايين المستخدمين، وبإمكان هؤلاء ترويج أفكارهم من خلال منصات التواصل الاجتماعي، والعمل على تشكيل وعي المستخدمين تجاه القضايا المثارة.

2. ظهور ما يطلق عليه "صحافة المواطن"؛ فقد أصبح الفرد يلعب دوراً مهماً في نقل الأخبار وصناعتها وتحريرها، وبالتالي التأثير في تكوين قنوات الآخرين إزاء مختلف القضايا، وأهم ما يميز الصحفي المواطن هو عدم خضوعه للقيود التي تفرضها عليه المؤسسات الإعلامية التقليدية، حيث يتمتع بحرية كبيرة في الفضاء الرقمي، مما شكل تحدياً للسلطات السياسية عبر منازعتها في امتلاك وسائل الإعلام.

3. عامل مساعد في دفع حركة التغيير؛ ولعل أحداث ما يسمى "الربيع العربي" كانت كاشفة لهذا الدور، فالدعوة إلى الاحتجاجات التي شهدتها العديد من الدول العربية، كانت تتم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، التي كان لها دور كبير في إظهار أوجه الخلل، ومظاهر القصور في أداء بعض الحكومات العربية.

العوامل المؤثرة على فعالية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الأزمات:

أشار ([11]) إلى خمسة دروس للتواصل الفعال مع الأزمات عبر مواقع التواصل الاجتماعي كما يلي:

1. استخدام إمكانات مواقع التواصل الاجتماعي لخلق حوار مع الجمهور، واختيار الرسالة، والمصدر والتوقيت المناسبين، لمنع انتشار الشائعات. وهنا لا بد من الإشارة إلى استراتيجيتين للتواصل الفعال في الأزمات: أولاً. استراتيجية سرقة الرعد: أي أن تنشر المنظمة الأخبار حول أزمته الخاصة قبل أن تكون الأزمة معروفة علناً ([9], 6).

ثانياً. استراتيجية ملء الصمت: أي لا يجب التصريح بأي معلومات فقط لمجرد التصريح، بل يكفي إخبار الجمهور بأنه لا يوجد معلومات جديدة لنشرها.

2. أن تثبت المنظمة نفسها على مواقع التواصل الاجتماعي قبل ظهور الأزمة، وأن تسعى إلى تكوين علاقة صداقة مع جمهورها قبل أن تحتاجها، وذلك من خلال نشر المعلومات، والتواصل معهم والاستماع إليهم، مما يقلل من انتشار المعلومات الكاذبة أثناء أي أزمة مستقبلية.

3. استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة لمراقبة بيئتها، وتتبع ورصد آراء الجمهور حول قضايا المنظمة، وتقييم الطابع العاطفي للجمهور حول أزمته.

4. استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بحذر مدروس، مع عدم إهمال وسائل الإعلام التقليدية، إذ تعتبر وسائل الإعلام التقليدية كمصدر رسمي للمعلومات، أكثر مصداقية أثناء الأزمة.

5. استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتحويل الأزمات إلى فرصة من خلال نشر المعلومات حول الأزمة، وترى الباحثة إن عند هذا الدور لمواقع التواصل الاجتماعي يتضح مفهوم الأزمة كما تشير له اللغة الصينية إذ ينطوي رسمها على حرفين أحدهما يمثل الخطر والآخر يمثل الفرصة، فكما أشار [11]] إلى أن التعاون مع الجمهور يمكن أن يسهم في تحويل الأزمة إلى حملة تسويقية داعمة للمنظمة.
الدراسة العملية:

منهجية البحث: اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي لتوصيف متغيرات الدراسة وتحليلها اعتماداً على البيانات الأولية التي تم جمعها من خلال أسلوب المقابلة الشخصية، واستبانة تم تنظيمها بعد اطلاع الباحثة على الأدبيات السابقة، وتم توزيعها على مجتمع البحث المكون من طلاب جامعة تشرين، لتحديد اتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام إزاء الأزمات، ومن ثم اعتمدت الباحثة على برنامج التحليل الإحصائي Spss 25 كأداة لتحليل البيانات المتوفرة.

أداة الدراسة: اعتمدت الباحثة على المقابلة الشخصية، والاستبانة كأداة لجمع البيانات، حيث قامت بتنظيم استبانة تناولت اتجاهات طلبة جامعة تشرين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام إزاء الأزمات، مكونة من (12) عبارة، وقد اعتمدت الباحثة على مقياس (Likert) الخماسي حيث قابل كل عبارة خمس درجات من الموافقة أو عدمها، ويجدر الإشارة إلى أن جميع فقراتها إيجابية التصحيح، ولا توجد فقرات سلبية.
مجتمع البحث: جميع طلبة جامعة تشرين.

عينة البحث: عينة عشوائية بسيطة من طلبة جامعة تشرين، وقد بلغ عددهم 448 طالباً.

اختبار ثبات وصدق المقياس:

اختبار ثبات المقياس:

قامت الباحثة باستخدام معامل ألفا كرونباخ لكل محور من محاور الاستبانة على حدة، لحساب ثبات المقياس المستخدم في الدراسة، وقد أظهرت نتائج التحليل الإحصائي ما يلي:

الجدول (1) قيم معامل ألفا كرونباخ لاختبار ثبات الاستبانة

عدد العبارات	قيمة معامل الثبات	اختبار ثبات الاستبانة
7	0.945	قيمة معامل الثبات لعبارات محور بلورة الأزمة.
5	0.921	قيمة معامل الثبات لعبارات محور توجيه الرأي العام.
12	0.966	معامل الثبات لجميع عبارات الاستبانة

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج Spss 25.

بين الجدول (1) أن جميع قيم معاملات الثبات لفقرات الاستبانة < 75% وهي قيم مقبولة إحصائياً ([13], 237)، وبناءً على ذلك يمكن اعتبار أن جميع العبارات المستخدمة في الاستقصاء تتمتع بالثبات، ولا داعي لحذف أي منها.

اختبار صدق المقياس:

قامت الباحثة بإجراء اختبار KMO and Bartlett's Test، وقد أظهرت نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج Spss 25 ما يلي:

الجدول (2) اختبار KMO and Bartlett's Test

Kaiser–Meyer–Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.946
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi–Square	7238.029
	df	66
	Sig.	.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج Spss 25.

بين الجدول (2) أن قيمة اختبار (KMO) ويساوي $0.946 > 0.50$ وهذا يعني أن حجم العينة كافٍ لفعالية النتائج. كما بين الجدول أن قيمة احتمال الدلالة Sig لاختبار Bartlett (s Test) كانت $0.05 > 0.000$ مما يؤكد أن قيم الاختبار معنوية.

مقياس الصدق) الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة: (لاختبار صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة قامت الباحثة بإيجاد معاملات الارتباط بين متوسط عبارات كل محور، والمتوسط الإجمالي وفق ما يوضحه الجدول (3):

		بلورة الأزمة	توجيه الرأي العام	تشكيل الرأي العام إزاء الأزمات
بلورة الأزمة	Pearson Correlation	1	.933**	.989**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	448	448	448
توجيه الرأي العام	Pearson Correlation	.933**	1	.975**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	448	448	448
تشكيل الرأي العام إزاء الأزمات	Pearson Correlation	.989**	.975**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	448	448	448

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج Spss 25.

يلاحظ من الجدول أن جميع علاقات الارتباط بين المتوسطات هي معنوية، مما يشير إلى صدق أداة الدراسة، حيث أن قيم معاملات الارتباط ذات دلالة إحصائية.

اتجاهات طلبة جامعة تشرين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام إزاء الأزمات

كما قامت الباحثة بحساب الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة على أسئلة الاستبانة كما يلي:

جدول (4) المتوسطات الحسابية لعبارات محوري بلورة الأزمة، وتوجيه الرأي العام.

ت	السؤال	Mean	Sig
محور بلورة الأزمة			
1	تتفوق مواقع التواصل الاجتماعي على وسائل الإعلام التقليدية في سرعة نشر المعلومات حول الأزمات.	4.0625	0.00
2	خلقت مواقع التواصل الاجتماعي اتصالاً متعدد الاتجاهات بين الأفراد.	4.1183	0.00
3	تتغلب مواقع التواصل الاجتماعي على القيود المفروضة على الإعلام التقليدي.	4.0982	0.00
4	تتيح مواقع التواصل الاجتماعي الفرصة لكل المهتمين بالأزمة للتعبير عن وجهة نظرهم حول القضايا الجارية.	4.0179	0.00
5	ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تمكين الجمهور من الاطلاع على الأحداث والتقييم النقدي للأزمة.	4.0134	0.00
6	ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في ظهور المواطن الصحفي.	4.0893	0.00
7	ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في التعبير الديمقراطي من خلال كسر حاجز الخوف لدى الأفراد.	4.0357	0.00
محور توجيه الرأي العام			
1	ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في ظهور رأي عام مشترك بشكل عام.	4.0536	0.00
2	ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تحويل تفاصيل الأزمة إلى قضايا رأي عام.	4.0179	0.00
3	قدمت مواقع التواصل الاجتماعي منصة لظهور شخصيات مؤثرة بالأفراد خلال مراحل الأزمات.	4.0134	0.00
4	ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في توظيف مصطلحات وصور محددة لتشكيل الاستجابة الوجدانية للجمهور إزاء الأزمة.	4.0379	0.00
5	يتأثر الرأي العام بأزمة ما من خلال كثافة تداولها على مواقع التواصل الاجتماعي.	4.2031	0.00

يتضح من الجدول (4) أن جميع المتوسطات المتعلقة بمحوري بلورة الأزمة وتوجيه الرأي العام مرتفعة عن متوسط المقياس المستخدم (3)،

اختبار الفرضيات:

❖ اختبار الفرضية الفرعية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة حول اتجاهات طلبة جامعة تشرين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في بلورة الأزمة، ومتوسط المقياس المستخدم (3). لاختبار هذه الفرضية قامت الباحثة باختبار One-Sample Statistics كما يلي:

One-Sample Test						
Test Value = 3						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
بلورة الأزمة	22.920	447	.000	1.06218	.9711	1.1533
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean		
	448	4.0622	.98090	.04634		

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج Spss 25.

يلاحظ من الجدول أن قيمة $0.05 > \text{Sig}$ وبالتالي نرفض الفرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة أي: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة حول اتجاهات طلبة جامعة تشرين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في بلورة الأزمة، ومتوسط المقياس المستخدم (3). وبالنظر إلى قيمة المتوسط الحسابي الإجمالي

لمحور بلورة الأزمة نجد Mean = 4.0622) < متوسط المقياس المستخدم (3)، مما يشير إلى وجود فروق معنوية إيجابية، وبالتالي رضا طلبة جامعة تشرين عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في بلورة الأزمة. اختبار الفرضية الفرعية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة حول اتجاهات طلبة جامعة تشرين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام، ومتوسط المقياس المستخدم (3). لاختبار هذه الفرضية قامت الباحثة باختبار One-Sample Statistics كما يلي:

	Test Value = 3 One-Sample Test					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
توجيه الرأي العام	24.807	447	.000	1.06518	.9808	1.1496
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean		
	448	4.0652	.90884	.04294		

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج Spss 25.

يلاحظ من الجدول أن قيمة $0.05 > \text{Sig}$ وبالتالي نرفض الفرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة أي: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة حول اتجاهات طلبة جامعة تشرين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام، ومتوسط المقياس المستخدم (3). وبالنظر إلى قيمة المتوسط الحسابي الإجمالي لمحور توجيه الرأي العام نجد Mean = 4.0652) < متوسط المقياس المستخدم (3)، مما يشير إلى وجود فروق معنوية إيجابية، وبالتالي رضا طلبة جامعة تشرين عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام.

اختبار فرضية البحث الرئيسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة حول اتجاهات طلبة جامعة تشرين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام إزاء الأزمات، ومتوسط المقياس المستخدم (3). لاختبار هذه الفرضية قامت الباحثة باختبار One-Sample Statistics كما يلي:

	Test Value = 3 One-Sample Test					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
تشكيل الرأي العام إزاء الأزمات	24.063	447	.000	1.06343	.9766	1.1503
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean		
	448	4.0634	.93539	.04419		

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج Spss 25.

يلاحظ من الجدول أن قيمة $0.05 > \text{Sig}$ وبالتالي نرفض الفرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة أي: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة حول اتجاهات طلبة جامعة تشرين نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام إزاء الأزمات، ومتوسط المقياس المستخدم (3). وبالنظر إلى قيمة المتوسط الحسابي الإجمالي لعبارات تشكيل الرأي العام إزاء الأزمات نجد Mean = 4.0634) < متوسط المقياس

المستخدم (3)، مما يشير إلى وجود فروق معنوية إيجابية، وبالتالي رضا طلبة جامعة تشرين عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام إزاء الأزمات. النتائج والمناقشة:

من خلال الدراسة الميدانية وفي ضوء اختبار الفرضيات؛ توصلت الباحثة إلى النتيجة الرئيسة الآتية: رضا طلبة جامعة تشرين عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام إزاء الأزمات، ويمكن توضيحها من خلال النتائج التالية:

1. رضا طلبة جامعة تشرين عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في بلورة الأزمة، وتعزي الباحثة ذلك إلى ظهور صحافة المواطن الأمر الذي لم يترك مجالاً للتعتيم الإعلامي على الأزمات، أو فبركتها، أو المبالغة التي اتسمت بها بعض القنوات الإعلامية التقليدية.

2. رضا طلبة جامعة تشرين عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام، وتعزي الباحثة ذلك إلى أن رأي الشباب هو رأي انفعالي سريع الاشتعال، لاسيما في الدول النامية؛ حيث يفتقد إلى مؤسسات توجهه بشكل واعي، الأمر الذي يسهل استغلاله وإثارته من قبل جهات منظمة، بالاعتماد على الأثر المتراكم للرسائل الإعلامية التي تثبت عبر مواقع التواصل الاجتماعي. التوصيات:

بناءً على النتائج السابقة توصي الباحثة بالآتي:

1. توعية الشباب الجامعي لما يدور حوله من قضايا مجتمعية، وتحفيزهم على المشاركة الفاعلة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وإعدادهم ليكونوا أكثر قدرة على التأثير في الآخرين.
2. التعاون مع النخبة من الشخصيات المؤثرة على الطلبة الجامعيين لتمرير رسائل هادفة حول القضايا الجدلية.
3. فتح قنوات مباشرة بين صناع القرار والشباب الجامعي، ومخاطبته عبر الوسيلة التي يستخدمها بكثافة وانتظام.
4. اطلاع الشباب على مستجدات الأحداث، ومشاركتهم المعلومات، في الوقت المناسب، ورصد ردود أفعالهم، وخلق حوار معهم، ومتابعة آرائهم؛ لإدراك طريقة تفكيرهم تجاه القضايا المهمة التي تمس أفراد المجتمع، وتقدير مخاوفهم، وتقديم رسائل تحمل حلول وإجراءات واضحة لحل مشاكلهم.

المراجع:

المراجع العربية:

- [1] أبو زيد، هيام. (2016). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو بعض الأزمات السياسية المصرية. أطروحة دكتوراه. جامعة عين شمس.
- [2] الأمير، علي. (2016). اتجاهات أساتذة الجامعات نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الإلكتروني إزاء الأزمات الأمنية. مجلة الباحث العلمي، المجلد (8)، العدد. 111-128. (32)
- [3] الحسين، أسعد. (2016). أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية. مجلة كلية التربية، العدد (169 الجزء الثالث)..325-359.
- [4] حلاق، بطرس. (2020). الرأي العام وطرق قياسه. منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية.
- [5] الشربيني، محمد. (2021). استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات وقت الأزمات دراسة ميدانية على عينة من طلاب قسم الإعلام. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد. (21)
- [6] عزوز، هويدا. (2021). دور الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الجمهور الصحي بجائحة كورونا. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد. 71-122. (76)
- [7] العيسوي، أشرف. (2020). وسائل التواصل الاجتماعي: تأثيرات متنامية وأدوار شائكة في العالم العربي. تم الاسترداد من الرابط التالي: <https://trendsresearch.org/ar/insight>
- [8] فيضي، انمار. (2020). مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها في تشكيل الرأي العام إزاء القضايا السياسية دراسة مسحية لجمهور مدينة بغداد وللمدة من (2019/1/1) إلى (2019/2/10). مجلة الآداب، ملحق (134) أيلول.

[9] Abdalla. M & Alarabi. L & Hendawi. A. (2021). *Crisis management art from the risks to the control: a review of methods and directions*. Information, 12(1), 18.

[10] El Fartakh. Y. (2022). **FACTORS INFLUENCING THE CRISIS MANAGEMENT PROCESS: LITERATURE REVIEW**. In Economic and Social Development (Book of Proceedings), 82nd International Scientific Conference on Economic and Social (p. 134).

[11] Eriksson. M. (2018). *Lessons for crisis communication on social media: A systematic review of what research tells the practice*. International Journal of Strategic Communication, 12(5), 526-551.

[12] Kramer. M. G. (2022). *Communication in mass media surrounding public health crises: A comparative analysis*.

[13] Sharma. B. (2016). *A focus on reliability in developmental research through Cronbach's Alpha among medical, dental and paramedical professionals*. Asian Pacific Journal of Health Sciences, 3(4),278-271 .