

## استخدام وسائل الإعلام الجديد كمصدر معلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣ م دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية الآداب في جامعة دمشق في الفترة من ١-٨ - إلى ٣٠-١١-٢٠٢٣ م

سميرة محي الدين شيخاني<sup>١</sup>

١-مدرس في قسم الصحافة والنشر، كلية الإعلام، جامعة دمشق.

[Sameera.sh20@damascusuniversity.edu.sy](mailto:Sameera.sh20@damascusuniversity.edu.sy)

### الملخص:

تهدف الدراسة إلى تعرف مدى استخدام طلبة كلية الآداب في جامعة دمشق وسائل الإعلام الجديد كمصدر معلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣ م. وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح الإعلامي بالتطبيق على عينة عمدية قوامها (٤٠٠) مفردة من مستخدمي وسائل الإعلام الجديد باستخدام صحيفة الاستبانة. وتوصلت الدراسة إلى كثافة التعرض لوسائل الإعلام الجديد وارتفاع استخدامها كمصدر معلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣ م. وتصدّر التدوين المصغر ثم شبكات التواصل الاجتماعي قائمة وسائل الإعلام الجديد الأكثر استخداماً للحصول على المعلومات.

ومن أهم الأسباب والدوافع لاستخدامهم هذه الوسائل، سرعتها في نقل أحداث الزلزال والتحديث المستمر لمحتواها ولسهولة التواصل من خلالها مع الأهل والأصدقاء والمعارف، إضافة لحرية التعبير. ودلت النتائج على تحقق تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية نتيجة استخدامهم وسائل الإعلام الجديد، وعبر أغلبهم عن رضاهم الكبير عن أدائها أثناء الزلزال.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الجديد، زلزال سوريا وتركيا.

تاريخ الإيداع: ٢٠٢٤/٠١/٢٨

تاريخ القبول: ٢٠٢٤/٠٤/٠١



حقوق النشر: جامعة دمشق -

سورية، يحتفظ المؤلفون بحقوق

النشر بموجب الترخيص

CC BY-NC-SA 04

# Using new media as a source of information about the 2023 earthquake in Syria and Turkey

## A field study on a sample of students from the Faculty of Arts at Damascus University In the period from 1-8 to 30-11-2023

Sameera mohi aldin shikani<sup>1</sup>

1-Lectuer in the department of journalism and publishing, college of mass communication, Damascus university.

[Sameera.sh20@damascusuniversity.edu.sy](mailto:Sameera.sh20@damascusuniversity.edu.sy)

### Abstract:

The study aimed to determine the extent to which students of the Faculty of Arts at Damascus University use new media as a source of information about the 2023 earthquake in Syria and Turkey. It is a descriptive study that relied on the media survey method by applying it to a deliberate sample of (400) individuals from new media users using a questionnaire sheet. The study found intense exposure to new media and high use as a source of information about the 2023 earthquake in Syria and Turkey. Micro-blogging and social networking topped the list of new media most used for obtaining information. News, reports, opinions, and suggestions exchanged on social media networks, risk-avoidance guidelines, and reports from local and international competent authorities were the most preferred content.

The most important reasons and motivations for their use of these means are their speed in transmitting earthquake events, the continuous updating of their content, and the ease of communicating through them with family, friends, and acquaintances, in addition to freedom of expression. The results indicated that cognitive, emotional and behavioral effects were achieved as a result of their use of new media, and most of them expressed their great satisfaction with their performance during the earthquake.

**Keywords:** New Media, Earthquake in Syria and Turkey.

Received: 28/01/2024

Accepted: 01/04/2024



**Copyright:** Damascus University- Syria, The authors retain the copyright under a CC BY- NC-SA

**المقدمة:**

يزداد الخوف في حالة الكوارث الطبيعية كالزلازل والبراكين والأعاصير وغيرها، والتي توجد بيئة خصبة لنمو الإشاعات التي تزيد من تردي الأوضاع. كما تبرز الحاجة لنقل الأخبار والمعلومات للجمهور، وتوعيته عن طريق تزويده بالحقائق وتوجيهه لطرق السلامة التي تقلل إلى حد كبير من الضحايا والخسائر. إضافة لتفعيل محاولات إنقاذ ما يمكن إنقاذه من الأرواح، وتوفير أماكن آمنة للمتضررين، وتقديم المساعدات اللازمة لهم ومشاركتهم الأهم.

وهنا يأتي دور وسائل الإعلام في الإسهام في تشكيل هذا الوعي لدى الجمهور، من خلال نشر الحقائق وتوصيل المعلومات ومنع انتشار الإشاعات المغرضة التي قد تؤدي إلى تفاقم الوضع. (الضويحي، ٢٠٠٤، ص ٢).

في فجر السادس من شباط عام ٢٠٢٣م، ضرب زلزال مدمر جنوب تركيا وشمال غرب سوريا، فيما وصلت ارتدادات الزلزال إلى دول أخرى في المنطقة، وشعر بها السكان في لبنان والعراق ومصر.

كارثة زلزال سوريا وتركيا احتلت مساحة كبيرة من الاهتمام الإعلامي والشعبي، بل واهتمام جميع دول العالم. وتسابقت كافة وسائل الإعلام والاتصال المحلية والعربية والعالمية، في نقل مجرياتها وتحليل أسبابها وانعكاساتها على الواقع الاقتصادي والاجتماعي في كلا البلدين. وحاولت وسائل الإعلام الجديد ومنذ اليوم الأول لوقوع هذه الكارثة القيام بدور متميز من سرعة تغطية هذا الحدث ومتابعة تطورات لحظة بلحظة بفضل ما تمتلكه من خصائص وإمكانيات تخولها للعب هذا الدور.

**أولاً- الدراسات السابقة:**

١- دراسة جيهان عبد الحميد عبد العزيز حنفي (٢٠٢٣): التماس الجمهور المصري للمعلومات أثناء وقوع الكوارث الطبيعية وعلاقته بالرضا عن أداء وسائل الإعلام التقليدية والرقمية. (حنفي، ٢٠٢٣، ص ١٠٨٤-١٠٦٨).

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل سلوكيات التماس المعلومات لدى الجمهور المصري عن الكوارث الطبيعية التي تحدث من حوله، وعلاقته بمستوى رضا الجمهور عن أداء كل من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية في تغطية وتناول الكوارث الطبيعية بالتنسيق على زلزال سوريا وتركيا وذلك في ضوء توظيف نظرية التماس المعلومات. واعتمدت على منهج المسح والأسلوب المقارن، وذلك بالتطبيق على عينة عمدية قوامها (٣٠٠) مبحوثاً من سن ١٨ عاماً فأكثر باستخدام صحيفة الاستبانة. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

- جاءت وسائل الإعلام الرقمية في الترتيب الأول لتكون من أهم مصادر المعلومات عن الكوارث الطبيعية.

- جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في الصدارة كمصدر أول عرف منه أفراد العينة لأول مرة بوقوع زلزال سوريا وتركيا، تليها مواقع الإنترنت.

- جاءت القنوات الفضائية المصرية من أهم وسائل الإعلام التقليدية التي يحرض أفراد العينة على متابعتها.

٢- دراسة راللا أحمد محمد عبد الوهاب منصور (٢٠٢٣): التغطية المرئية لأحداث زلزال سوريا وتركيا " كهرمان مرعش " وعلاقته باتجاهات الجمهور نحوها. (منصور، ٢٠٢٣، ص ١٣٦-١٩٠).

هدفت الدراسة التعرف على الأطر المرئية الخاصة بأحداث الزلازل في كل من تركيا وسوريا من خلال تجزئة الصور إلى فئات قابلة للعد والقياس والتعرف على الأطر المرئية المستخدمة وخاصة بعد تصدر أخبار الزلزال الذي ضرب تركيا وسوريا للمواقع

الإخبارية، وكذلك اتجاهات الجمهور نحوها. واستعانت بمنهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي لتوصيف وتحليل دلالات تأطير الصور الخاصة بالزلازل. توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

- تباين الأطر المصورة المستخدمة في تغطية أخبار زلزال سوريا وتركيا في المواقع الالكترونية محل الدراسة، بما يعكس التوجهات والإيديولوجيات والمصالح الاستراتيجية التي تتبعها تلك المواقع.

- عملية اختيار الصور يعكس رؤى وتوجهات القائمين بالاتصال.

- تصدرت الشخصيات السياسية كقوى فاعلة في الصور والتي اعتمدت في أدوارها على القيام بتقديم الإغاثة والدعم والمساندة وإرسال المساعدات.

٣- دراسة أنغام مجدي سليمان (٢٠٢٣): الانعكاسات الوجدانية لتعرض الجمهور المصري لأحداث الكوارث البيئية الطبيعية عبر المواقع الإخبارية ومنصات التواصل الاجتماعي، ومدى إدراكهم لمخاطر تلك الكوارث، زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣ نموذجاً. (سليمان، ٢٠٢٣، ص ٣٥٩ - ص ٤٤٣).

اهتمت الدراسة برصد أبرز وأهم الانعكاسات والتأثيرات الوجدانية نتيجة استخدام الجمهور المصري للمواقع الإخبارية ومنصات التواصل الاجتماعي أثناء كوارث البيئة الطبيعية خاصة أثناء كارثة زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م، ومدى تأثير هذا الاستخدام على مخاوفهم ومستوى إدراكهم للمخاطر المحتملة لتلك الكوارث. اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي واستعانت في جمع بياناتها بالأسلوب الكمي والكيفي من خلال إجراء مجموعة نقاش مركزة واستبانة تم توزيعها على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة. وتوصلت الدراسة إلى أن المواقع الإخبارية ومنصات التواصل الاجتماعي قد نالت اهتماماً كبيراً من حيث المتابعة من قبل عينة الدراسة ومجموعات النقاش المركزة أثناء الزلازل، كما أجمعت مجموعة النقاش الثلاث على عدم تقنهم بمنصات التواصل الاجتماعي على عكس المواقع الإخبارية، كما تفوقت التأثيرات والانعكاسات الوجدانية الإيجابية على الانعكاسات الوجدانية السلبية.

٤- دراسة هاجر حلمي دسوقي حبيش (٢٠٢٣): دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الشباب المصري واتجاهاته نحو الجرائم البيئية وتغير المناخ. (حبيش، ٢٠٢٣، ص ٣٩٧ - ص ٤٦٠).

هدفت الدراسة التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الشباب المصري واتجاهاته نحو قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ. وذلك من خلال التعرف على أكثر قضايا المناخ تعرضاً، والتأثيرات السلوكية والوجدانية والمعرفية الناتجة عن هذا التعرض، عن طريق تطبيق استبانة على عينة قوامها (٤٠٠) من الشباب المصري.

وتوصلت إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين وعي أفراد عينة البحث بالجرائم البيئية وتغيرات المناخ، واتجاهاتهم نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بجرائم البيئة وتغيرات المناخ. كما وجدت علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد أفراد عينة البحث على مضامين جرائم البيئة وتغيرات المناخ على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن ذلك الاعتماد.

٥- دراسة سامح فوزي السيد الشحري (٢٠٢٣): تأثير التعرض للمواقع الإخبارية على الوعي بمخاطر التغيرات المناخية لدى الجمهور المصري. (الشحري، ٢٠٢٣، ص ٤٩٢ - ص ٥٥٥).

هدفت الدراسة قياس معدل تعرض الجمهور المصري للمواقع الإخبارية في متابعة قضايا التغيرات المناخية، والتعرف على أهم مواقع الأخبار الأكثر استخداماً وأشكال التفاعل مع موضوعات التغيرات المناخية عبر المواقع الإخبارية، وقياس التأثيرات المعرفية نتيجة الاعتماد على المواقع الإخبارية في متابعة قضايا التغيرات المناخية.

وتوصلت الدراسة إلى تصدر موقع الأهرام المصرية المواقع الإخبارية التي يتابع من خلالها الجمهور المصري قضايا التغييرات المناخية. وجاء في مقدمة أسباب تفضيل المواقع الإخبارية، سرعتها في نقل المعلومات والأخبار. وتنوعت أشكال تفاعل الجمهور المصري مع الموضوعات الخاصة بالتغيرات المناخية عبر المواقع الإخبارية، وجاء نقص إنتاجية المحاصيل الزراعية ونقص الغذاء في العالم في مقدمة المخاطر العالمية المحتملة للتغيرات المناخية.

٦- دراسة عبد الله عمر بخاش (٢٠٢٠): معالجة مواقع الصحافة الإلكترونية لكارثة إعصار لبنان في اليمن. (بخاش، ٢٠٢٠، ص ١٢٥- ص ١٤٤).

هدفت الدراسة التعرف على معالجة مواقع الصحافة الإلكترونية اليمنية لكارثة الإعصار المداري (لبنان) الذي ضرب محافظة المهرة عام ٢٠١٨م، وكيفية إدارتها للكارثة إعلامياً بالتطبيق على نموذج الموقف المشكل.

واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي من خلال مسح المحتوى الصحفي المتعلق بكارثة إعصار لبنان في مواقع الصحافة الإلكترونية في اليمن، حيث تم اختيار أربعة مواقع إخبارية مستقلة عينة للدراسة بطريقة عمدية، والتي اتسمت بقوة الحضور الإعلامي والرصد المهني وكانت الأكثر اهتماماً بتغطية الكارثة.

أظهرت نتائج الدراسة نوعاً من التوازن المنطقي في توزيع جوانب التغطية الصحفية للكارثة وفقاً لمراحلها المختلفة، مع تصدر مرحلة وقوع الكارثة محور الاهتمام وبفارق بسيط عن مرحلتها ما قبل الكارثة وما بعدها، والاهتمام بتغطية الإجراءات الاحترازية والخصائر البشرية والمادية للكارثة.

٧- دراسة أمة الخالق محمد (٢٠٢٠): دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات والأخبار أوقات الأزمات. (الأشموري، ٢٠٢٠، ص ٣١٧٣- ص ٣٢٠٤).

هدفت الدراسة التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات والأخبار أوقات الأزمات ومدى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات والأخبار المتعلقة بالأحداث والقضايا المثارة. وانتهت الدراسة إلى اعتماد أفراد عينة البحث على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بالأزمات، وتصدر الفيس بوك قائمة الوسائل التي يعتمد عليها أفراد عينة البحث للحصول على المعلومات بنسبة (١٠٠٪)، يليه الوتس آب، ثم تويتر. أما عن أهم أسباب اعتماد أفراد عينة البحث على الفيس بوك تمثلت في كل من السرعة والأنية في نقل الأخبار والمستجدات، والتواصل مع الأهل والأصدقاء، وحرية التعبير تجاه الأزمة. كما أوضحت الدراسة ارتفاع نسبة تعرض أفراد عينة البحث واستخدامهم للفيس بوك عند وقوع حدث سياسي ضخم أو تصاعد أحداث الأزمات بنسبة (٩٨٪)، وتفاوت النسبة ما بين المتابعة المنتظمة والمتابعة غير المنتظمة. وأوضحت الدراسة أن غالبية أفراد العينة يعتمدون على الفيس بوك كمصدر للمعلومات والأخبار عن الأزمات والأحداث المختلفة بدرجة متوسطة، يليها بدرجة كبيرة، مقابل نسبة ضعيفة ممن لا يعتمدون عليه. وأظهرت النتائج فيما يتعلق بتأثيرات اعتماد أفراد عينة البحث على الفيس بوك كمصدر للمعلومات والأخبار المتعلقة بالأزمات وجود ثلاثة تأثيرات مرتبة على التوالي، تأثيرات وجدانية، ومعرفية، وسلوكية.

٨- دراسة نها محمد عثمان (٢٠١٩): دور شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) في الوعي المعلوماتي بإدارة الأزمات والكوارث. (عثمان، ٢٠١٩، ص ٢٠٨- ص ١٨١).

هدفت الدراسة التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) في تناول الأزمات والكوارث على مستوى العالم ورصد دورها في احتواء الآثار السلبية وذلك لتحليل الأزمات والكوارث التي تعرضها الخدمة الجديدة (الاستجابة للأزمات). واعتمدت الدراسة على المنهج الاستكشافي في الوصف التحليلي. ومن أبرز نتائج الدراسة أن (الفييس بوك) قدم خدمة جديدة تسمى (الاستجابة للأزمات) منذ يوليو ٢٠١٨م، هدفها إتاحة ميزة الاستجابة للأزمات والأشخاص المتأثرين بالأزمات، وعرض تقديم مساعدة لهم، والتعرف على أحدث الأخبار والمعلومات الخاصة بالأزمات والكوارث على مستوى العالم، وأن عدد الكوارث التي تغطيها الخدمة على (الفييس بوك) كانت (١١٨) كارثة بنسبة (٩٠.٨٪). وتتوعدت بين حرائق وفيضانات وزلازل وأعاصير وانفجارات وعواصف. بينما كان عدد الأزمات التي تغطيها الخدمة (١٢) أزمة بنسبة (٩.٢٪). وتتوعدت بين هجوم وإطلاق نار.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

- ١- أوضحت الدراسات بمجملها تزايد اعتماد الجمهور العربي على وسائل الإعلام الجديد في أوقات الأزمات والكوارث والأحداث المفاجئة كمصدر للمعلومات والأخبار، لسهولة وسرعة تداول الأخبار من خلالها. ومنها دراسة (حنفي، ٢٠٢٣، ص ١٠٨٤-١٠٦٨).
- ٢- جاء الاهتمام الأكبر في استخدام الجمهور لمنصات التواصل الاجتماعي (الفييس بوك وتويتر) على حساب المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية. فلقد أظهرت معظم الدراسات السابقة تصدر الفييس بوك الترتيب الأول لاختيار المبحوثين كأفضل وسيلة من وسائل الإعلام الجديد مقارنة ببقية الوسائل والتطبيقات.
- ٢- اختلفت الدراسات في درجة الثقة فيما تقدمه وسائل الإعلام الجديد، خاصة مع انتشار الشائعات والأخبار المضللة. فبينما توصلت بعض الدراسات إلى ارتفاع درجة الثقة، دراسة (حنفي، ٢٠٢٣، ص ١٠٨٤-١٠٦٨). أشارت دراسات أخرى إلى انخفاض درجة الثقة فيما تقدمه وسائل الإعلام الجديد من معلومات، دراسة (سليمان، ٢٠٢٣، ص ٣٥٩-٤٤٣).
- ٣- أهدت معظم الدراسات على الدور الإيجابي لوسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات بشكل عام في أوقات الأزمات والكوارث إذا ما تم توظيفها بالشكل المناسب.
- ٤- أثبتت معظم الدراسات السابقة مدى فاعلية وسائل الإعلام الجديد في التأثير بالجمهور أثناء الأزمات والكوارث تمثلت في العديد من الدراسات أبرزها دراسة (حبيش، ٢٠٢٣، ص ٣٩٧-٤٦٠)، ودراسة (الشحري، ٢٠٢٣، ص ٤٩٢-٥٥٥).
- ٥- اختلفت الدراسات فيما بينها من حيث نوع التأثيرات التي أحدثتها وسائل الإعلام الجديد ما بين إيجابية وسلبية، حيث انحصرت غالبية التأثيرات الإيجابية في الاحساس بالمسؤولية والمشاركة أثناء الأزمات، بينما انحصرت أغلب التأثيرات السلبية في القلق والخوف والغضب. دراسة (عثمان، ٢٠١٩، ص ٢٠٨-١٨١).
- ٦- اعتمدت بعض الدراسات على نظرية " التماس المعلومات " دراسة (حنفي، ٢٠٢٣، ص ١٠٨٤-١٠٦٨). ونظرية "الاستخدامات والتأثيرات" دراسة (سليمان، ٢٠٢٣، ص ٣٥٩-٤٤٣). ونظرية "الاعتماد على وسائل الإعلام" دراسة (منصور، ٢٠٢٣، ص ١٣٦-١٩٠)، ودراسة (عثمان، ٢٠١٩، ص ٢٠٨-١٨١). ودراسة (الأشموري، ٢٠٢٠، ص ٣١٧٣-٣٢٠٤).
- ٧- ركزت معظم الدراسات على الاعتماد على منهج "المسح الإعلامي" بشقيه الوصفي والتحليلي من خلال استمارة تحليل المضمون والاستبانة، وبعض الدراسات استخدمت "المنهج الاستكشافي"، دراسة (عثمان، ٢٠١٩، ص ٢٠٨-١٨١).

**أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:**

١- تتفق الدراسة الحالية مع دراسة جيهان عبد الحميد عبد العزيز حنفي (حنفي، ٢٠٢٣، ص ١٠٨٤-١٠٦٨). من حيث استخدام الجمهور وسائل الإعلام أثناء وقوع الكوارث الطبيعية وبالتطبيق على كارثة زلزال سوريا وتركيا. وتختلف معها من حيث اعتمادها على عمل مقارنة بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الرقمية في مدى فعاليتها أوقات الأزمات والكوارث. بينما اكتفت الدراسة الحالية بدراسة دور وسائل الإعلام الجديد فقط. وفي حين اعتمدت الدراسة الحالية على نظرية "الاستخدامات والتأثيرات"، اعتمدت الدراسة السابقة على نظرية "التماس المعلومات".

٢- اهتمت دراسة أنغام مجدي سليمان (سليمان، ٢٠٢٣، ص ٣٥٩-٤٤٣) برصد أبرز وأهم الانعكاسات والتأثيرات الوجدانية نتيجة استخدام الجمهور المصري للمواقع الإخبارية ومنصات التواصل الاجتماعي أثناء كوارث البيئة الطبيعية خاصة أثناء كارثة زلزال سوريا وتركيا، بينما تناولت الدراسة الحالية جميع التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية. واتفقتا في استخدامهما نظرية "الاستخدامات والتأثيرات".

٣- اهتمت دراسة راللا محمد عبد الوهاب منصور (منصور، ٢٠٢٣، ص ١٣٦-١٩٠) بالتعرف على الأطر المرئية الخاصة بأحداث الزلزال في كل من تركيا وسوريا من خلال تجزئة الصور إلى فئات قابلة للعد والقياس والتعرف على الأطر الخبرية المستخدمة، واستخدمت نظرية الأطر المرئية. بينما هدفت الدراسة الحالية التعرف على وسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات أثناء الزلزال واستخدمت نظرية "الاستخدامات والتأثيرات".

٤- تتفق الدراسة الحالية مع مجمل الدراسات السابقة في استخدام منهج "المسح الإعلامي".

**مدى الاستفادة من الدراسات السابقة:**

استفادت الباحثة من النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة في صياغة مشكلة الدراسة الحالية، وتحديد الأهداف والتساؤلات والتي تحاول أن تستكمل بدورها جوانب النقص في الدراسات السابقة، ومقارنة نتائجها بنتائج الدراسة الحالية. ثم التأكد من أن موضوع الدراسة الحالية لم يتم تناوله من قبل بهذه المعالجة. وفي اختيار الأسلوب الأمثل في جمع البيانات. وتحديد الإطار النظري وأهم المناهج والأساليب المستخدمة الملائمة للدراسة.

**ثانياً-مشكلة الدراسة:**

يعد الإعلام الجديد من أهم المنجزات الاتصالية التي ظهرت خلال التطورات التكنولوجية في مجال الاتصال وأسهمت الإنترنت وتطبيقاتها في تزايد معدلات الاستخدام لها من قبل المؤسسات الإعلامية.

فلقد أصبحت هذه الوسائل فضلاً عن قيامها بالمهام التقليدية للإعلام، تقوم بتغطية الأحداث في بعض المناطق التي يصعب التعامل معها بوسائل الإعلام التقليدية لصعوبة تواجد مراسليها بالسرعة المطلوبة، فضلاً عن احتمال تعرضهم لكثير من المخاطر. برز دور وسائل الإعلام الجديد في تغطية كارثة زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م كأداة اتصالية فاعلة ومؤثرة. ونجحت في بث ونشر معلومات فورية وإرشادات ضرورية لتجنب المخاطر، وشاركت أرقام هواتف ومراكز تقدم المساعدة السريعة لمنكوبي الزلزال، بل إن استخدامها من قبل المواطنين ساعد في إنقاذ حياة عشرات العالقين تحت الأنقاض، وتقديم المساعدة الطبية العاجلة للمصابين، وتعزيز دور المؤسسات الحكومية والأهلية في احتواء الكارثة.

وعليه يمكن أن تلخيص مشكلة الدراسة في التعرف على استخدام وسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م.

### ثالثاً-أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في مجموعة نقاط أهمها:

١- أهمية الحدث نفسه، فهي محاولة لتسليط الضوء على واحدة من أكبر الكوارث التي شهدتها المنطقة في العصر الحديث، وهي كارثة زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م.

٢- الاعتماد المتزايد للجمهور على المستويين المحلي والعالمي على وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات والأخبار، وتزايد أهميتها لتمييزها بالفورية والتفاعلية والحرية.

٣- كثافة الاهتمام الإعلامي بكارثة زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م، والدور الفاعل لوسائل الإعلام المختلفة في تغطية أحداثه.

٤- تكتسب الدراسة أهمية من خلال محاولة ربطها بين وسائل الإعلام الجديد، وكارثة الزلزال في المجتمع السوري.

### رابعاً- أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في التعرف على استخدام طلبة كلية الآداب في جامعة دمشق لوسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م، ويشق من الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية تتمثل في:

١- معرفة كثافة استخدام طلبة جامعة دمشق لوسائل الإعلام الجديد، وأكثر الوسائل استخداماً.

٢- معرفة معدل استخدام طلبة جامعة دمشق لوسائل الإعلام الجديد في الحصول على معلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م.

٣- معرفة نوعية المضامين التي اهتم طلبة جامعة دمشق بالحصول عليها حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م.

٤- معرفة أسباب ودوافع استخدام طلبة جامعة دمشق وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م.

٥- معرفة الآثار (المعرفية - الوجدانية- السلوكية) نتيجة استخدام وسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م.

٦- تقييم طلبة جامعة دمشق لوسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م.

٧- معرفة مستوى رضا طلبة جامعة دمشق عن أداء وسائل الإعلام الجديد أثناء تغطية زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م.

### خامساً- تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة للإجابة عن مجموعة تساؤلات هي:

١- ما معدل وكثافة استخدام طلبة جامعة دمشق لوسائل الإعلام الجديد؟ وما أكثر الوسائل استخداماً؟.

٨- ما معدل استخدام طلبة جامعة دمشق لوسائل الإعلام الجديد في الحصول على معلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م؟.

٣- ما نوعية المضامين التي اهتم طلبة جامعة دمشق بالحصول عليها حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م؟.

٤- ما أسباب ودوافع استخدام طلبة جامعة دمشق وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م؟.

٥- ما التأثيرات (المعرفية- الوجدانية- السلوكية) المترتبة على استخدام طلبة جامعة دمشق وسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م

٦- ما تقييم طلبة جامعة دمشق لوسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م؟.



٧- ما مستوى رضا طلبة جامعة دمشق عن أداء وسائل الإعلام الجديد أثناء تغطية زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م؟.

#### سادساً- الإطار النظري للدراسة:

استندت الدراسة في إطارها النظري على مدخل الاستخدامات والتأثيرات (Uses and Effects). يعد مدخل الاستخدامات والتأثيرات أحد المداخل الأكثر حداثة في دراسة العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام الجديد، والتأثيرات الناتجة عن هذا الاستخدام. حيث يستند في أصوله الفكرية على نموذج كيم وروبين الذي ظهر عام ١٩٩٧. (jungee,1997.pp107-135)، فهو يهتم بقياس تأثير الاختلاف في أنماط نشاط الجمهور باعتبارهم ليسوا متلقين سلبيين، بالإضافة إلى رصد الأبعاد المختلفة لنشاط الجمهور ومدى تأثيراتها في الاتصال، وتحدد هذه الأبعاد في الأنشطة المدعومة لعملية الاتصال مثل الانتقائية، والانتباه، والاستغراق. وكذلك الأنشطة المعوقة لعملية الاتصال مثل التجنب، وتحويل الانتباه، والشك.

مدى استفادة الدراسة الحالية من مدخل الاستخدامات والتأثيرات:

وفق هذا المدخل الذي يرى أن الجمهور له غاية محددة من تعرضه لوسائل الإعلام الجديد. رأت الباحثة أنه أنسب المداخل لرصد معدلات ودوافع استخدام طلبة جامعة دمشق لوسائل الإعلام الجديد أثناء زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م، والوقوف على أهم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تحققت نتيجة هذا الاستخدام. خاصة وأن هذا المدخل قد أثبت وجود ربط بين استخدامات الجمهور، والتأثيرات الناتجة عن القرارات والسلوكيات الفردية لأفراد الجمهور تجاه هذه الوسائل.

#### سابعاً- الإطار المعرفي للدراسة:

##### الإعلام الجديد:

##### - تعريف الإعلام الجديد:

تباينت تعريفات الإعلام الجديد وفقاً لرؤية الباحثين في تحديد هوية المصطلح، وقدموا تعريفات متعددة تتسجم مع فهمهم له، فضلاً عن تأثرهم بالبيئة التي ينتمون إليها. ويذكر منها تعريف قاموس التكنولوجيا الرفيعة بأنه: "اندماج الحاسوب وشبكات الحاسوب والوسائط المتعددة". (رمضان، ٢٠١٧، ص ٢٠).

ويعرفه ليستر بأنه مجموعة تقنيات الاتصال التي ولدت نتيجة التزاوج بين الحاسوب الآلي والوسائط التقليدية للإعلام والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو. (عبد الحميد، ٢٠١٣، ص ٦٠). أما البهبهاني والبرغوثي فقد عرفا الإعلام الجديد على أنه عملية عرض العالم الجديد بكل أبعاده العقلية والسياسية والاقتصادية من دون حاجة إلى عبارات مثل أصبح الإعلام حاجة حيوية للكيانات الجماعية والمجتمعات، ذلك أن الإعلام لم يصبح كذلك، بل كان كذلك منذ كان، أما تقنيات بثه واسترجاعه فهي تطورات مادية جاءت ضمن سياق التطور الإنساني الذي يجعل كماليات اليوم ضروريات الغد. (يعقوب، ٢٠٠٤، ص ٣١).

والإعلام الجديد هو وسائل جديدة تعمل على أساسها العملية الإعلامية الاتصالية تعتمد على الشبكة العنكبوتية والتطور في التقنيات. وهي متغيرة باستمرار مع التحديثات التي تطرأ على التكنولوجيا. وسمى أيضاً بالإعلام التفاعلي، أو الإعلام المباشر الذي يعتمد في عمله على الوسائط التقنية المتعددة. (علاوة، ٢٠٢٢، ص ١٦٣).

والإعلام الجديد هو إعلام عصر المعلومات، فقد كان وليداً لتزاوج ظاهرتين بارزتين عرّف بهما هذا العصر، ظاهرة تفجر المعلومات (information explosion)، وظاهرة الاتصالات عن بعد (telecommunication). (شيخاني، ٢٠١٠، ص ٤٤٢).

**- أنواع الإعلام الجديد ووسائله:**

**النوع الأول** ويتمثل في الإعلام الجديد القائم على شبكة الإنترنت وتطبيقاتها، ويتميز بميزات وصفات جديدة كلياً وغير مسبوقه، كما أنه يتميز بسرعة النمو وتتولد عنه مجموعة من التطبيقات العديدة والمختلفة والتي تتمثل في الوسائط الاجتماعية ومواقع الصحافة الإلكترونية. **النوع الثاني** ويتمثل في الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة، والتي تتمثل في أجهزة قراءة الكتب والصحف. يأخذ هذا النوع من النوع الأول ميزة النمو بسرعة، كما أنه يتميز بظهور أنواع جديدة من التطبيقات على مختلف الأدوات المحمولة، كأجهزة الهاتف والساعات الرقمية، وعلى سبيل المثال التطبيقات التي تمنح للمؤسسة الإعلامية نشر وتوزيع المضامين الإخبارية على الهواتف النقالة واللوحات.

**النوع الثالث** ويقوم هذا النوع على الوسائل التقليدية كالراديو والتلفاز التي تم إعادة هيكلتها وإضافة ميزات جديدة متطورة عليها مثل التفاعلية الرقمية والاستجابة للطلب.

**النوع الرابع** هو الإعلام الجديد القائم على منصة الحاسوب، حيث يتم تداول هذا النوع شبكياً أو عن طريق تقنيات الحفظ المختلفة كالأسطوانات الرقمية، وما شابهها من العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية. (عمار، ٢٠١٧، ص ٦٦).

وسائل الإعلام الجديد متعددة، وتلبي أغراضاً محددة، وتشبع احتياجات مختلفة، ومن هذه الوسائل:

- شبكات التواصل الاجتماعي (مثل فيس بوك، ولينك إن، وجوجل بلس).
- التدوين المصغر (مثل تويتر).
- مواقع مشاركة الصور (مثل يوتيوب، وفلكر، وانستجرام).
- المدونات (مثل ورد برس، وبلوجر).
- منتديات مجالس النقاش (مثل مجموعات جوجل وياهو).
- الرسائل الفورية.
- المواقع الشخصية والمؤسسية والتجارية.
- شبكات المجتمع الافتراضية.
- المجموعات البريدية.
- الهواتف الجوالة التي تنقل الإذاعات الرقمية، والبت التلفزيوني التفاعلي، ومواقع الانترنت، والموسيقى، ومقاطع الفيديو.

**- خصائص الإعلام الجديد:**

أحدثت وسائل وأدوات الإعلام الجديد وبشكل خاص شبكات التواصل الاجتماعي ثورة في عالم الاتصال والتواصل والمعلومات. فقد قصرت المسافات بين الناس والدول وعززت الحريات. وسمحت بالحصول على المعلومات والتعبير عن الآراء بحرية كبيرة. وتكمن أهميتها في القيمة المعلوماتية وسرعة وصولها للشرائح المستهدفة، فضلاً عن التفاعلية والحوار والانفتاح والفورية والتنوع والحركة والمرونة والكونية، واندماج الوسائط مثل النصوص والصوت والصورة الثابتة والصورة المتحركة والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد (السيد، ٢٠١٦، ص ٣١٨). إضافة لقدرتها على مشاركة الصور ومقاطع الفيديو والآراء والأحداث. وأصبح بإمكان أي مواطن متواجد في موقع الحدث أن يصور ما يقع أمامه من أحداث بواسطة هاتفه المحمول، ثم بثها عبر شبكات التواصل الاجتماعي للعالم. (الأشموري، ٢٠٢٠، ص ٣١).

**- الظواهر المصاحبة للإعلام الجديد:**

- ساهمت وسائل الإعلام الجديد في ظهور إعلاميين غير متخصصين في المجال الإعلامي، ولكن أتقنوا محتويات وآليات عمله بمساعدة التطبيقات التي أصبح يعتمد عليها في عمل الإعلام.

- تعدد المنصات الإعلامية الحوارية الجديدة التي سهلت توصيل رسائل الأفراد ومؤسسات الإعلام والمجتمع، والتفاعل مع المعلومات والتعبير عنها.

- كسرت وسائل الإعلام الجديد تحكم المؤسسات الإعلامية في كل ما ينشر ويبث للجمهور. (علاوة، ٢٠٢٢، ص ١٨١).

**- وسائل الإعلام الجديد مصدر جديد لصنع الخبر:**

فرض التطور التقني الهائل الذي شهده قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات - خاصة مع انتشار الإنترنت- حقائق جديدة على العالم، جعلت الناس يتلاحمون في عالم افتراضي ما فتئت إفرزاته تتحكم شيئاً فشيئاً في الواقع الإنساني والسياسي والاجتماعي لسكان الكرة الأرضية. (درويش، ٢٠٢١، ص ٤٤١).

إن تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات قد طال أيضاً مجال صنع الأخبار وبثها ليجد الصحفي التقليدي نفسه أمام تحدٍ جديد في نقل الخبر إلى القارئ عبر فضاء جديد جلب اهتمام المتلقي، واستغله الصحفي المحترف وأفراد المجتمع العاديين في جمع الأخبار وتقديمها دون الارتباط بمؤسسة إعلام رسمية وهو ما عبر عنه البعض بصحافة (المصدر المفتوح) التي تتكون مادتها من قبل القراء. وهناك من سماها (صحافة الجمهور) حيث يلعب الجمهور العادي دوراً نشطاً في جمع الأخبار ونشرها (صادق، ٢٠٠٦، ص ١٨٨).

أحدثت شبكة الإنترنت تغييرات في المشهد الإعلامي مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي والمدونات الشخصية التي أخذت شكل بوابات إعلامية جماهيرية بخلق صيغ جديدة لصناعة الأخبار والتحاور مع القراء.

وتعمل هذه الشبكات والمدونات على إزالة الوسيط بين مرسل الخبر ومستقبله ليصبح أفراد الجمهور العاديين هم الذين يحررون الخبر أو ينقلون مشهداً ويبثونه عبر الشبكات الاجتماعية وبواسطة هواتفهم الذكية. وبذلك أصبحت وسائل الإعلام الجديد لغة تواصل جديدة بين محرري الأخبار ومتلقيها.

بدأت المؤسسات الصحفية تدرك أن صحافة الإنترنت لها تطبيقات لا علاقة لها بمفاهيم وتطبيقات الصحافة التقليدية، وأن الصحفيين ليسوا وحدهم المسؤولون عن المادة الصحفية. لقد ظهر نوع جديد من الصحفيين هم من أفراد المجتمع لا علاقة لهم بمؤسسات الإعلام التقليدية منهم أصحاب المواقع الشخصية والمدونات. والملفت للنظر أن الشبكات الاجتماعية انتشرت انتشاراً واسعاً في الألفية الثالثة بغرض تفعيل تكنولوجيا الإنترنت بإتاحة بيئة تفاعلية ديمقراطية للتواصل بين الأفراد والمجتمعات، وأحدثت تغييرات جذرية في تفاعل الجمهور مع الأحداث دون رقابة. (بو معرفي، ٢٠١٥، ص ١٢٧).

**- دور وسائل الإعلام الجديد في أوقات الأزمات والكوارث:**

مع تصاعد وتيرة وخطورة الكوارث الطبيعية سواء في الدول المتقدمة أو النامية، وما تخلفه ورائها من خسائر في الأرواح والممتلكات، تزايدت أعداد مستخدمي وسائل وأدوات وسائل الإعلام الجديد مثل شبكات التواصل الاجتماعي والتدوين المصغر، وعلى الأخص أوقات الأزمات والكوارث التي قد تؤدي إلى انقطاع الاتصالات والكهرباء. وبالتالي يصعب الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية كالراديو والتلفاز. وفي هذه الأوقات العصيبة لا تقدم منصات الإعلام الاجتماعي لمستخدميها فقط فرصة للحصول

على المعلومات الفورية أو خلق محتوى ونشره وتبادلته مع المجموعات الأخرى من المستخدمين. بل تقدم لهم دعماً معنوياً ومشاركة وجدانية، بل ومساعدة أحياناً من الأشخاص الآخرين. وهو ما أكدته دراسة للهِلال الأحمر الأمريكي حول الوسائل الاتصالية التي يعتمد عليها السكان في أوقات الكوارث الطبيعية كالأعاصير والفيضانات، حيث أشارت إلى أن (٧٤٪) منهم يفضلون الاعتماد على وسائل الإعلام الاجتماعي كمصدر للمعلومات والتواصل مع الأهل والأصدقاء والمجموعات ذات المصالح والاهتمامات المشتركة. (سالم، ٢٠١٦، ص ٣٢٠).

وسائل الإعلام الجديد وبصورة خاصة شبكات التواصل الاجتماعي، يمكن أن تكون أداة قيمة ومفيدة في أوقات الكوارث الطبيعية والأزمات من خلال:

- تقديم المعلومات المهمة بسرعة كبيرة، مما يساهم في تعزيز جهود الإنقاذ الرسمية والشعبية.
- نشر الوعي عن طريق نقل النصائح والإرشادات والتحذيرات.
- شبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن تكون منصة مهمة للمنظمات لتقديم حقائق موضوعية لتجنب إبقاء الجماهير بحالة من الفوضى أو الاعتماد على مصادر أخرى غير موثوقة. مما يساهم من التخفيف من الشائعات والمعلومات المضللة بأسرع ما يمكن لتجنب انتشارها.
- استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أثناء وقوع الكارثة، يساهم في توثيق الأضرار والخسائر في الأرواح والممتلكات.
- توفر شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الكارثة معلومات إخبارية محدثة عن إغلاق الطرق والمباني المتضررة وطرق الإخلاء، والأماكن المخصصة لتقديم المساعدة ومواقع الملاجئ.
- بعد وقوع الكارثة، تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لمساعدة الآخرين في العثور على أقاربهم وحتى تعقب ممتلكاتهم الشخصية، وتنبيه الجماهير بشأن حملات التبرع، حيث يحتاج الكثيرون إلى متطلبات أساسية مثل الملابس والسلع الغذائية وأماكن آمنة للإقامة. (الحسين، ٢٠٢٣).
- تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة التفاعل والتقارب بين الجماهير، وتعطي قيمة مضافة للعلاقات الإنسانية خاصة أوقات المخاطر والكوارث من خلال تعبئة رأس المال الاجتماعي مثل التبرعات المالية والعينية، والتطوع بالمهارات والخبرات المتخصصة، وأنظمة الدعم المختلفة التي يمكن أن يساهم بها الأفراد العاديين من الجمهور.
- تساعد شبكات التواصل الاجتماعي في جعل الناس يشعرون بأنهم جزء من الأحداث والمواقف التي تمر بمجتمعاتهم، مما يعزز شعورهم بالانتماء لمجتمعاتهم المحلية ولأوطانهم. (سالم، ٢٠١٦، ص ٣٢٥).
- وسائل الإعلام الجديد وزلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م (زلزال كهريمان مرعش):
- يعد زلزال (كهريمان مرعش) والذي ضرب يوم السادس من شباط ٢٠٢٣م جنوب تركيا وشمال غرب سوريا من أعنف الزلازل في العصر الحديث، حيث بلغت قوته (٧.٨) درجات على مقياس ريختر، ونتج عنه سقوط ما يزيد على (٥١) ألف قتيلاً وآلاف الجرحى والمتضررين. علاوة على أضرار كبيرة في البنية التحتية في كلا البلدين. (منصور، ٢٠٢٣، ص ١٣٦).
- حيث تسبب الزلزال في تعرض آلاف المباني لأضرار جسيمة بما في ذلك المدارس ومرافق الرعاية الصحية والبنية التحتية العامة الأخرى مثل الطرق والمطارات والموانئ ومحطات النفط وخطوط الكهرباء وشبكات الصرف الصحي، كما تم تسجيل مئات الهزات الارتدادية. (سبوتنيك العربي، ٢٠٢٣).

أظهرت دول العالم المختلفة اهتماماً كبيراً بالحدث، وحظي بتغطية واسعة في جميع وسائل الإعلام العربية والعالمية. وفي الوقت الذي عملت فيه وسائل الإعلام التقليدية في المنطقة العربية من صحف وإذاعات ومحطات تلفزة على تعريف الجمهور بهذه الكارثة وأسبابها وتطوراتها وانعكاساتها على واقع البلدين المنكوبين. أظهرت وسائل الاعلام الجديد قدرة عالية في تغيير مفاهيم الاتصال وتوزيع المعرفة، وبرزت كأداة اتصالية فاعلة أثناء وبعد الكارثة. فلقد مكنت شريحة واسعة من الجمهور من الوصول الفوري والفاعل للمحتوى الخاص بالكارثة مثل الأخبار والمعلومات والإرشادات التي يتم إطلاقها لتجنب المخاطر التي قد يتعرض لها الأفراد، خاصة وأن مسؤولية إنقاذ الضحايا تقع على عاتق المواطنين أثناء الساعات الأولى التي تعقب وقوع الزلزال لصعوبة وتأخر وصول فرق الإنقاذ الرسمية في الوقت المناسب لبعض المناطق المتضررة. نجحت المواقع الإخبارية في بث ونشر معلومات فورية حول الزلزال، بالتوازي مع جهود الصحفيين المستقلين الذين دشّنوا صفحات توثق أسماء المفقودين على وسائل التواصل الاجتماعي، وتشارك أرقام هواتف جهات ومراكز تقدم أوجه العون والمساعدة لمصابي ومنكوبي الزلزال مما كان له دوراً كبيراً في إنقاذ حياة الآلاف من المواطنين والتخفيف من آثار الكارثة، وتعزيز قدرة البلدين على مواجهتها. فمنذ دقائق الزلزال الأولى وقبل أن تظهر أخباره على شاشات الفضائيات ويصل المراسلون إلى المناطق المنكوبة. كانت أخبار وصور الدمار قد بدأت في الراج على شبكات التواصل الاجتماعي ومعها نداءات التبرع بالدم. وسريعاً ما تحولت هذه الشبكات إلى منصات رقمية للطوارئ، تبادل فيها المستخدمون في سوريا المعلومات حول المناطق المتضررة واحتياجات المنكوبين العاجلة.

الكثير من المواطنين السوريين اختاروا شبكات التواصل الاجتماعي لعرض خدماتهم لمن هم في أمس الحاجة إليها، كنقل العائلات المتضررة لأماكن آمنة، وتوفير كل ما يلزمهم من احتياجات عاجلة. أو توفير معدات ثقيلة كالحفارات والجرافات للمشاركة في عملية إنقاذ العالقين تحت الأنقاض.

وساهمت الوسوم النشطة (الهاشتاغات) في الوصول إلى الفئات المستهدفة، ونشر التحديثات التي تخص كل منطقة منكوبة على حدة. حيث لعبت هذه الخاصية التقنية دوراً مهماً في عمليات التقصي وجمع المعلومات حول الأماكن المتضررة واحتياجاتها. تم توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في البحث عن المفقودين، عن طريق نشر صور الأشخاص الذين انقطع الاتصال بهم بعد الزلزال على أمل الحصول على معلومات عن مصيرهم.

وبالرغم من هذا الدور الإيجابي الذي لعبته وسائل الإعلام الجديد لاحتواء الزلزال، عمد بعض مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي إلى نشر الأخبار الكاذبة والشائعات والمعلومات المضللة، مما تسبب في ترويع المواطنين ونشر حالة من الخوف والذعر رغبة في تحقيق سبق صحفي زائف وهو ما يتعارض مع أخلاقيات مهنة الإعلام. إذ يقتضي الدور الإعلامي في ظروف الكوارث تناسق المهام وجوانب التركيز والاهتمام بالمعالجة الإعلامية حيث لا يقتصر دورها على الإبلاغ والإعلام، بل ينتظر الجمهور منها إجلاء الغموض ودحض الشائعات والتهويل، ومدّه بالحقائق وايصال صوته. (بخاش، ٢٠٢٠، ص ١٣٤).

وفي هذا السياق قدمت العديد من التجارب العالمية التي أكدت جميعها على أن الإعلام في الفضاء الإلكتروني ليس حراً يتصرف كيف يشاء حسبما يعتقد البعض وذلك لسببين: الأول يتعلق بانتماء الإعلامي لمؤسسة لها مكانتها وصورتها الذهنية ودورها المجتمعي، والثاني المسؤولية الاجتماعية باعتباره فاعلاً اجتماعياً يقوم بأدوار تقضي منه التصرف بطريقة مسؤولة. (دراز، ٢٠١٥، ص ٨٠).

**ثامناً- إجراءات الدراسة:****أ- نوع الدراسة:**

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية أو عدة فترات. وذلك من أجل تعرف الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى أو المضمون، والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره. (عليان، ٢٠٠٤، ص ٤٨).

ويتمثل الحدث في هذه الدراسة، في استخدام وسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات من قبل طلبة جامعة دمشق حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م.

**ب- منهج الدراسة:**

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي للحصول على بيانات ومعلومات حول الظاهرة المدروسة، ويستخدم منهج المسح في الدراسات التي تهدف إلى جمع معلومات عن الأفراد أو التعرف على وجهة نظرهم، وما يعتقدونه ويفكرون فيه، وهو أفضل المناهج عندما يكون الهدف الحصول على معلومات من عدد كبير من الأفراد. (طابع، ٢٠١٥، ص ١٦٧). حيث تم إجراء مسح بالعينة لكبر حجم مجتمع الدراسة وصعوبة حصره حصراً شاملاً. وذلك عبر أسلوب " مسح جمهور الوسيلة".

**ت- أدوات جمع البيانات:**

اعتمدت الدراسة على صحيفة الاستبانة بما فيها من أسئلة تحقق أهداف الدراسة وتجب عن تساؤلاتها. وقد تضمنت صحيفة الاستبانة سبعة محاور رئيسية، هي:

**المحور الأول:** كثافة استخدام طلبة جامعة دمشق لوسائل الإعلام الجديد، وأكثر الوسائل استخداماً.

**المحور الثاني:** معدل استخدام طلبة جامعة دمشق لوسائل الإعلام الجديد في الحصول على معلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م.

**المحور الثالث:** نوعية المضامين التي اهتم طلبة جامعة دمشق بالحصول عليها حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م.

**المحور الرابع:** أسباب ودوافع استخدام طلبة جامعة دمشق وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م.

**المحور الخامس:** التأثيرات (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) المترتبة على استخدام وسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م.

**المحور السادس:** تقييم طلبة جامعة دمشق لوسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م.

**المحور السابع:** مستوى رضا طلبة جامعة دمشق عن أداء وسائل الإعلام الجديد أثناء تغطية زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م.

**ث- حدود الدراسة:**

**-حدود موضوعية:** هدفت الدراسة إلى معرفة مدى استخدام طلبة جامعة دمشق كمصدر للحصول على المعلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م.

**-حدود زمنية:** تم إجراء الدراسة بالفترة من ١-٨- إلى ٣٠-١١-٢٠٢٣م.

**- حدود مكانية:** جامعة دمشق.

**ج- مجتمع الدراسة وعينتها:**

تألف المجتمع الأصلي للبحث من جميع طلبة كلية الآداب في جامعة دمشق والبالغ عددهم (١٠٠) ألف طالباً وطالبة حسب إحصائيات عام ٢٠٢٣م. بالتطبيق على عينة عمدية مؤلفة من (٤٠٠) مفردة. وقامت الباحثة بتقسيمها وفقاً لمتغير الجنس، والتخصص الأكاديمي، والسنة الدراسية. والجدول الآتي يوضح توزيع أفراد عينة البحث وفقاً للمتغيرات المدروسة.

الجدول رقم (١): توزيع أفراد عينة البحث وفقاً للمتغيرات المدروسة

النسبة المئوية	التكرار	خصائص العينة	
٥٠	٢٠٠	ذكر	النوع
٥٠	٢٠٠	أنثى	
٢٥	١٠٠	علم اجتماع	التخصص الأكاديمي
٢٥	١٠٠	اللغة عربية وآدابها	
٢٥	١٠٠	اللغة إنكليزية وآدابها	
٢٥	١٠٠	مكتبات	المستوى الدراسي
٢٥	١٠٠	سنة أولى	
٢٥	١٠٠	سنة ثانية	
٢٥	١٠٠	سنة ثالثة	
٢٥	١٠٠	سنة رابعة	

يلاحظ من الجدول السابق، تنوع خصائص عينة الدراسة حيث قسمت بشكل متساوٍ بين الذكور والإناث، وبين التخصصات الأكاديمية ما بين علم اجتماع ولغة عربية وآدابها ولغة إنكليزية وآدابها ومكتبات بنسب متساوية، كما روعي فيها تنوع المستوى الدراسي ما بين سنة أولى وثانية وثالثة ورابعة بنسب متساوية أيضاً.

**ح- أسلوب التحليل والتفسير:**

بعد الانتهاء من عملية جمع البيانات استخدمت التكرارات والنسب المئوية.

**خ- إجراءات الصدق والثبات:**

قامت الباحثة بالتحقق من صدق المقياس في البحث الحالي عن طريق التحقق من صدق المفردات (الاتساق الداخلي)، حيث تم تطبيقه على عينة استطلاعية مؤلفة من (٢٥) طالباً وطالبة خارج عينة البحث الأساسية، ثم حساب معامل الارتباط بين كل مفردة من مفردات المقياس والدرجة الكلية للمحور الذي ينتمي إليه ومعامل الارتباط بين درجة كل محور والدرجة الكلية للمقياس. وأظهرت النتائج أن جميع ارتباطات البنود بالدرجة الكلية دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥). وأخضعت الاستبانة لاختبار ثباتها بإعادة تطبيقها على عينة قوامها (١٠٪) من حجم العينة الأصلية بعد مضي أسبوعين من التطبيق الأول. وبلغ معامل الثبات الكلي (٩٨٪) وهي نسبة مقبولة لأغراض البحث الحالي.

**د- المعاملات الإحصائية:**

استعانت الباحثة بالبرنامج الإحصائي (SPSS) لتحليل بيانات الدراسة، وتم استخدام المعاملات التالية:

١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

٢- معامل ارتباط بيرسون لقياس شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى النسبة.

**ذ-مصطلحات البحث وتعريفاتها الإجرائية:**

-الإعلام الجديد: تفاعل الأداء الإعلامي العام مع عدد من التحولات السياسية والاقتصادية والتكنولوجية التي أنتجت بالمجمل متغيراً إعلامياً سريع التطور، وما أحدثه من ضرورة الأخذ بالوظائف الإعلامية الجديدة التي تعالج الحاجة الاجتماعية والشخصية للأفراد، ويدرس دور المنظومة التفاعلية في المجال الإعلامي الجديد بوصفها أوعية وقنوات لتبادل المعلومات ومناهج الإفادة على أرض الواقع. (شفيق، ٢٠١٣، ص ٥٢).

ويمكن تعريفه إجرائياً بأنه: وسائل حديثة أفرزتها البيئة الرقمية الجديدة كالمواقع الإخبارية وشبكات التواصل الاجتماعي، استخدمها الجمهور السوري أثناء زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م لنقل الحدث وتقديم المساعدة للمتضررين.

-الكارثة الطبيعية: كلمة كارثة disaster مشتقة من اللغة اللاتينية ومكونة من مقطعين هما: الأول dis ويعني القوة السلبية، والثاني ustrum ويعني النجمة، والمعنى الحرفي للكلمة هو "النجمة السيئة" أو "سوء الطالع". (سالم، ٢٠١٦، ص ٣١٥). والكارثة هي حدث غير متوقع ومفاجئ في كثير من الأحيان، ويتسبب في أضرار جسيمة وأشكال من الدمار والخسائر والمعاناة الإنسانية، وبناءً على ذلك يمكن تحديد الكارثة من خلال ثلاثة مكونات أساسية: التهديد، وعدم اليقين، والحاجة الملحة. (سليمان، ٢٠٢٣، ص ٣٧٥).

ويمكن تعريفها إجرائياً بأنها: زلزال مدمر ضرب سوريا وتركيا في السادس من شباط عام ٢٠٢٣م، وبلغت قوته (٧.٨) درجات على مقياس ريختر. ويعد من أقوى الزلازل التي ضربت المنطقة في العصر الحديث وخلف خسائر بشرية ومادية فادحة.

**تاسعاً: نتائج الدراسة الميدانية:**

**المحور الأول:** كثافة استخدام طلبة جامعة دمشق لوسائل الإعلام الجديد، والوسائل الأكثر استخداماً.

١- عدد ساعات استخدام طلبة جامعة دمشق لوسائل الإعلام الجديد يوميًا.

الجدول رقم (٢): عدد ساعات استخدام طلبة جامعة دمشق لوسائل الإعلام الجديد يوميًا

عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	١٠	٢.٥
من ساعة إلى ساعتين	٢٥	٦.٢٥
من ساعتين إلى ثلاث ساعات	٧٠	١٧.٥
من ثلاث ساعات إلى أربع ساعات	١٢٠	٣٠
أربع ساعات فأكثر	١٧٥	٤٣.٧٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

ويتضح من الجدول السابق أن النسبة الأكبر من أفراد عينة البحث ٤٣.٧٥ % يتعرضون لوسائل الإعلام الجديد أكثر من أربع ساعات يوميًا، وما نسبته ٣٠ % يتعرضون لها من ثلاث ساعات إلى أربع ساعات. بينما لم يتجاوز نسبة من يتعرض لها أقل من ساعة ٢.٥ % يوميًا فقط.

تشير نتائج الجدول السابق إلى ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يقضون في استخدام وسائل الإعلام الجديد أربع ساعات فأكثر يوميًا. مما يعني كثافة استخدام غالبية العينة لهذه الوسائل لساعات كثيرة خلال اليوم، وتأثرهم بها واستحواذها على اهتمامهم ونجاحها في جذبهم إليها.



وتتفق هذه النتيجة مع ما انتهت إليه بعض الدراسات السابقة في هذا الخصوص منها دراسة (الأشموري، ٢٠٢٠، ص ٣١٧٣- ص ٣٢٠٤). والتي توصلت إلى أن النسبة الكبيرة من الجمهور يقضون ساعات طويلة في استخدام وسائل الإعلام الجديد تراوحت ما بين معدلات استخدام متوسطة ومرتفعة، حيث جاءت في مرتبتين متقدمتين.

٢- وسائل الإعلام الجديد الأكثر تفضيلاً من قبل طلبة جامعة دمشق.

الجدول رقم (٣): وسائل الإعلام الجديد الأكثر تفضيلاً من قبل طلبة جامعة دمشق

وسائل الإعلام الجديد	التكرار	النسبة المئوية
التدوين المصغر	٧٤	١٨.٥
شبكات التواصل الاجتماعي	٦٧	١٦.٧٥
الرسائل الفورية	٦٣	١٥.٧٥
المواقع الإخبارية الإلكترونية	٥٩	١٤.٧٥
مواقع مشاركة الصور	٥٤	١٣.٥
الصحف الإلكترونية	٤٦	١١.٥
المدونات الإلكترونية	١٠	٢.٥
المنتديات	٩	٢.٢٥
المواقع الشخصية والمؤسسية	٨	٢
المجموعات البريدية	٦	١.٥
الإذاعات الرقمية	٤	١
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

نلاحظ من الجدول السابق تصدر التدوين المصغر (تويتر) قائمة أكثر وسائل الإعلام الجديد تفضيلاً من قبل أفراد العينة بنسبة ١٨.٥٪، ثم جاءت شبكات التواصل الاجتماعي في الترتيب الثاني بنسبة ١٦.٧٥٪، ثم الرسائل الفورية بالترتيب الثالث بنسبة ١٥٪، والمواقع الإخبارية الإلكترونية بالترتيب الرابع بنسبة ١٤.٧٥٪. بينما احتلت مواقع مشاركة الصور الترتيب الخامس بنسبة ١٣.٥٪، والصحف الإلكترونية الترتيب السادس بنسبة ١١.٥٪، واحتلت المنتديات الترتيب السابع بنسبة ٢.٥٪، وجاءت الإذاعات في الترتيب الأخير في قائمة التفضيل بنسبة ١٪ فقط.

ولعل سبب تفضيل أغلب أفراد عينة البحث لمنصة تويتر بسبب ما تتميز به من سرعة وسهولة الاستخدام، فمن خلال تغريدات قصيرة لا تتجاوز ٢٨٠ حرفاً يمكن التواصل الآني بين المستخدمين.

بينما توصلت معظم الدراسات السابقة إلى تزايد الاعتماد على الفيس بوك، دراسة (سليمان، ٢٠٢٣، ص ٣٥٩- ص ٤٤٣). ودراسة (حنفي، ٢٠٢٣، ص ١٠٨٤- ص ١٠٦٨). ودراسة (الأشموري، ٢٠٢٠، ص ٣١٧٣- ص ٣٢٠٤).

المحور الثاني: معدل استخدام طلبة جامعة دمشق وسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م.

الجدول رقم (٤): معدل استخدام طلبة جامعة دمشق لوسائل الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات حول زلزال سوريا تركيا.

معدل الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	٣٢٠	٨٠
أحياناً	٦٥	١٥.٢٥
نادراً	١٥	٣.٧٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق أن نسبة ٨٠٪ من أفراد عينة البحث استخدموا وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات حول الزلزال بشكل دائم، بينما نسبة ١٥.٢٥٪ استخدموها أحياناً، وما نسبته ٣.٧٥٪ فقط منهم استخدموها بشكل نادر.

أكدت بيانات الجدول السابق ارتفاع معدل استخدام أفراد عينة البحث ووسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات حول زلزال سوريا وتركيا، وهذا قد يعود إلى انتشار العديد من التطبيقات التي تسهل وصول المستخدمين للمعلومات بسرعة كبيرة، علاوة على تحديث هذه التطبيقات باستمرار وتنوع محتواها فضلاً عن توافرها مجاناً وبدون اشتراك. واتفقت جميع الدراسة السابقة مع هذه النتيجة. ومنها دراسة (سليمان، ٢٠٢٣، ص ٣٦٢ - ص ٤٤٣).

كما أن ارتفاع هذه النسبة قد يشير إلى نجاح وسائل الإعلام الجديد في جذب الجمهور عينة الدراسة في وقت الأزمات. والتي تدفع الجمهور إلى استقاء المعلومات من الوسائل المختلفة وعلى رأسها وسائل الإعلام. وهذا يؤكد فرضية نظرية "الاستخدامات والتأثيرات" في زيادة استخدام وسائل الإعلام في حالة الأزمات والظروف الطارئة. أو في حال وجود تهديد أو صراع أو حدث خطير كما في حالة زلزال سوريا وتركيا.

وهذا قد يدل أيضاً على وعي عينة الدراسة وإدراكها لمدى خطورة الوضع، وأهمية الحصول على المعلومات التي تساعد في تجنب الخطر والتواصل مع الأهل والأصدقاء.

المحور الثالث: نوعية المضامين التي اهتمت بطلبة جامعة دمشق بالحصول عليها حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م.

الجدول رقم (٥): نوعية المضامين التي اهتمت بطلبة جامعة دمشق بالحصول عليها حول زلزال سوريا وتركيا.

النسبة المئوية	التكرار	نوعية المضامين
١٨	٧٢	تطورات الزلزال وما تبعه من هزات ارتدادية
١٢	٤٨	الجهود الدولية لمواجهة الكارثة
١٣	٥٢	تقارير الجهات المختصة المحلية والعالمية
١٠	٤٠	تصريحات المسؤولين
١٦	٦٤	آراء ووجهات نظر المستخدمين
١١	٤٤	تحليلات الخبراء والمختصين
١٣	٥٢	إرشادات حول تجنب الأخطار
٧	٢٨	إحصائيات وبيانات رسمية
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ١٨٪ من أفراد عينة البحث اهتموا بالحصول على أخبار حول الزلزال وما يعقبه من هزات ارتدادية. بينما نسبة ١٦٪ منهم اهتمت بآراء وجهات نظر المستخدمين. وبنسبتين متساويتين ١٣٪ بإرشادات حول تجنب الأخطار وتقارير الجهات المختصة المحلية والعالمية. بينما ركز ما نسبته ١٢٪ من أفراد عينة البحث على تقارير الجهات المختصة المحلية والعالمية. وما نسبته ١١٪ على تحليلات الخبراء والمختصين. ونسبة ١٠٪ على تصريحات المسؤولين. بينما جاءت الإحصائيات والبيانات الرسمية في نهاية المضامين المفضلة عندهم بنسبة ٧٪.

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن تطورات الزلزال وما تبعه من هزات ارتدادية ثم الجهود الدولية لمواجهة الكارثة وتقارير الجهات المختصة المحلية والعالمية كانت الأكثر استقاءً وتقضياً لدى أفراد العينة، ولعل هذا يرجع إلى ضخامة وخطورة الحدث نفسه

وتداعياته الكبيرة على الجمهور عموماً. لذلك نجد الحرص الشديد منهم على متابعة تطوراتها، ومعرفة ما توصلت له الجهود الدولية لاحتواء الكارثة، إضافة لمتابعة تقارير الجهات المختصة التي تحمل بيانات أيضاً عن تطورات الحدث والأضرار الناجمة عنه. المحور الرابع: أسباب ودوافع استخدام طلبة جامعة دمشق وسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م.

الجدول رقم (٦): أسباب ودوافع استخدام طلبة جامعة دمشق وسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات حول زلزال سوريا وتركيا.

النسبة المئوية	التكرار	الأسباب والدوافع
١٧.٥	٧٠	لسرعتها في نقل أحداث الزلزال وما تبعه من هزات ارتدادية
١٤.٢٥	٥٧	لأنها تقوم بتحديث مستمر لمحتواها
١٢	٤٨	لسهولة التواصل من خلالها مع الأهل والأصدقاء والمعارف
١٠	٤٠	لأنها تقدم المعلومات بالوسائط المتعددة
٨.٧٥	٣٥	استخدامها نظراً لحرية نشر وتداول ومناقشة المعلومات حول الزلزال
٧.٥	٣٠	لمتابعة تعليمات وزارة التعليم العالي فيما يخص الامتحانات (لتزامن امتحانات الفصل الأول الدراسي مع وقوع الزلزال).
٦.٥	٢٦	لتقديمها إرشادات وتعليمات حول طرق السلامة
٦	٢٤	لأنها تعرض كافة وجهات النظر
٦	٢٤	لسرعة اكتساب معلومات تساعدني على تقديم المساعدة للمتضررين
٥.٥	٢٢	لأنها تعطي تفاصيل كثيرة عن كارثة الزلزال
٣.٢٥	١٣	لتوفيرها الإحصائيات والبيانات الرسمية
٢.٧٥	١١	للاطلاع على الإجراءات المحلية والعالمية لمواجهة الكارثة
١.٠٠	٤٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق، أن أهم الأسباب التي دفعت أفراد عينة البحث لاستخدام وسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات، سرعتها في نقل أحداث الزلزال وما تبعه من هزات ارتدادية وبنسبة ١٧.٥٪. وبنسبة ١٤.٢٥٪ لأنها تقوم بتحديث مستمر لمحتواها. ثم سهولة التواصل من خلالها مع الأهل والأصدقاء والمعارف وبنسبة ١٢٪. وبنسبة ١٠٪ لأنها تقدم المعلومات بالوسائط المتعددة. وبنسبة ٨.٧٥٪ لحرية نشر وتداول ومناقشة المعلومات حول الزلزال. وبنسبة ٢.٧٥٪ للاطلاع على الإجراءات المحلية والعالمية لمواجهة الكارثة.

وهذه النتيجة (السرعة في نقل الأحداث)، تتوافق مع ما توصلت إليه دراسة سامح فوزي حيث جاء في مقدمة أسباب تفضيل المواقع الإخبارية لمتابعة قضايا التغيرات المناخية، "سرعتها في نقل المعلومات والأخبار" (الشحري، ٢٠٢٣، ص ٤٩٢ - ص ٥٥٥). كما تتوافق مع دراسة أنغام مجدي سليمان، حيث جاءت "سرعة الحصول على المعلومات أثناء تغطية أحداث كارثة زلزال سوريا وتركيا وتقديمها المزيد من التفسيرات والتحليلات" في مقدمة الدوافع (سليمان، ٢٠٢٣، ص ٣٦٢ - ص ٤٤٣).

وهذا يشير إلى اتفاق مجمل الدراسات على أن السرعة في نقل الأحداث والمعلومات والأخبار تأتي في مقدمة دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الجديد كمصدر للأخبار والمعلومات أوقات الأزمات، ولعل مرد ذلك لما تتميز به من سرعة وأنية في نقل

الأخبار، علاوة على حالة القلق والخوف التي تصاحب عادة الكوارث والأزمات والحرص الشديد من قبل الجمهور على الحصول على أهم تطوراتها وتداعياتها بأكبر سرعة ممكنة.

المحور الخامس: تأثيرات استخدام طلبة جامعة دمشق وسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣ م. ١- تأثيرات استخدام طلبة جامعة دمشق وسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣ م.

الجدول رقم (٧): تأثيرات استخدام طلبة جامعة دمشق وسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات حول زلزال سوريا وتركيا

نوع التأثيرات	التكرار	النسبة المئوية
التأثيرات المعرفية	١٩٦	٤٩
التأثيرات الوجدانية	١١٥	٢٨.٧٥
التأثيرات السلوكية	٨٩	٢٢,٢٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى تصدر التأثيرات المعرفية قائمة تأثيرات استخدام أفراد عينة الدراسة وسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣ م بنسبة ٤٩٪، تلتها وفي المرتبة الثانية التأثيرات الوجدانية بنسبة ٢٨.٧٥٪، وفي المرتبة الثالثة التأثيرات السلوكية بنسبة ٢٢,٥٪.

يتضح من الجدول السابق أن التأثيرات المعرفية جاءت في الترتيب الأول من إجمالي تأثيرات استخدام أفراد العينة لوسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات حول الزلزال، تلتها التأثيرات الوجدانية ثم التأثيرات السلوكية. واستناداً للمدخل النظري لنظرية "الاستخدامات والتأثيرات" الذي أكد على أن استخدام الجمهور لوسائل الإعلام يأتي بناءً على مجموعة من الدوافع والتي تحدد استعداده للاستجابة للمضمون الموجه، وبالتالي توجد علاقة بين مجموعة المنافع التي يحصل عليها أفراد الجمهور من استخدامهم للوسيلة أو مضمونها من جهة والتأثيرات الاتصالية من جهة أخرى، وبناءً عليه حرصت وسائل الإعلام الجديد على تقديم كافة المعلومات عن تطور الزلزال ونشرها على نطاق واسع مما دفع الجمهور لاستخدامها بدافع المعرفة والحصول على المنفعة، خاصة وأن الدوافع المعرفية أحد أهم محددات التعرض لوسائل الإعلام أثناء الأزمات والكوارث، وبناءً عليه جاءت التأثيرات المعرفية في مقدمة تأثيرات استخدام وسائل الإعلام الجديد من قبل أفراد عينة البحث.

٢- التأثيرات المعرفية لاستخدام طلبة جامعة دمشق وسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣ م.

الجدول رقم (٨): التأثيرات المعرفية لاستخدام طلبة جامعة دمشق وسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات حول زلزال سوريا تركيا

التأثيرات المعرفية	التكرار	النسبة المئوية
قدمت لي المزيد من التفاصيل حول كارثة الزلزال	٢١٠	٥٢.٥
ساعدتني على معرفة الإجراءات الوقائية في حالة حدوث زلزال	١٤٠	٣٥
قدمت لي تحليلات موضوعية حول كارثة الزلزال	٥٠	١٢.٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

نلاحظ من الجدول السابق، تصدر عبارة "قدمت لي المزيد من التفاصيل حول كارثة الزلزال" التأثيرات المعرفية بالنسبة لأفراد عينة الدراسة بنسبة ٥٢,٥٪، وفي الترتيب الثاني عبارة "ساعدتني على معرفة الإجراءات الوقائية في حالة حدوث زلزال" بنسبة ٣٥٪، بينما جاءت عبارة "قدمت لي تحليلات موضوعية حول كارثة الزلزال" في الترتيب الثالث بنسبة ١٢,٥٪.

وتشير نتائج الجدول السابق إلى الدور المهم والتأثير المعرفي لاستخدام وسائل الإعلام الجديد أوقات الكوارث. وهذا يسهم في اكتساب الفرد معرفة بالأخبار والمعلومات حول الكارثة وطبيعتها والتفاصيل التي أدت إلى حدوثها وتطوراتها المختلفة، والتعرف على العديد من وجهات النظر والتحليلات الموضوعية التي يقدمها الخبراء والمختصين حولها.

٣- التأثيرات الوجدانية لاستخدام طلبة جامعة دمشق وسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣ م.

الجدول رقم (٩): التأثيرات الوجدانية لاستخدام طلبة جامعة دمشق وسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات حول زلزال سوريا وتركيا

التأثيرات الوجدانية	التكرار	النسبة المئوية
القلق على نفسي ومجمعي من تداعيات الزلزال	١٧٥	٤٣.٧٥
الحزن حيال ضحايا الزلزال	١٥٠	٣٧.٥
تأييد جهود الحكومة لمواجهة تداعيات الزلزال	٧٥	١٨.٧٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق، أن قلق المبحوث على نفسه ومجمعه من تداعيات الزلزال جاءت في مقدمة التأثيرات الوجدانية وبنسبة ٤٣,٧٥٪، ثم حزنه على ضحايا الزلزال بنسبة ٣٧,٥٪، ثم تأييده لجهود الحكومة لمواجهة تداعيات الزلزال بنسبة ١٨,٥٪.

تشير بيانات الجدول السابق إلى ارتفاع مستوى المخاوف والقلق والتوتر لدى أفراد عينة البحث نتيجة استخدامهم لوسائل الإعلام الجديد أثناء متابعتهم لأحداث الزلزال سواء على أنفسهم أو الخوف من فقد أحبائهم، وهذا يعكس الدور السلبي الذي تلعبه وسائل الإعلام الجديد في تدعيم مشاعر الخوف والقلق تجاه الكارثة. وبناءً عليه نجد أن النتائج السابقة تدعم صحة ما رصدته الدراسات السابقة، حيث اتفقت على قدرة وسائل الإعلام الجديد في بث العديد من مخاوف الجمهور. دراسة (سليمان، ٢٠٢٣، ص ٣٥٩ - ص ٤٤٣).

٤- التأثيرات السلوكية لاستخدام طلبة جامعة دمشق وسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣ م.

الجدول رقم (١٠): التأثيرات السلوكية لاستخدام طلبة جامعة دمشق وسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات حول زلزال سوريا وتركيا

التأثيرات السلوكية	التكرار	النسبة المئوية
جعلتني أشارك أصدقائي في النقاش حول الزلزال	٢٠٠	٥٠
دفعتني لاتباع الإرشادات والنصائح لتجنب المخاطر	١٢٧	٣١.٧٥
دفعتني للمشاركة في تقديم المساعدة لمنكوبي الزلزال	٧٣	١٨.٢٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق، أن عبارة "جعلتني أشارك أصدقائي في النقاش حول الزلزال" جاءت في مقدمة التأثيرات السلوكية لأفراد عينة البحث وبنسبة ٥٠٪، ثم عبارة "دفعتني لاتباع الإرشادات والنصائح لتجنب المخاطر" وبنسبة ٣١,٧٥٪، وأخيراً عبارة "دفعتني للمشاركة في تقديم المساعدة لمنكوبي الزلزال" وبنسبة ١٨,٢٥٪.

وتشير نتائج الجدول السابق إلى أن المشاركة في النقاش حول الزلزال تقدمت على المشاركة الفعلية في تقديم المساعدة لمنكوبي الزلزال أو في اتباع الإرشادات والنصائح لتجنب المخاطر، وقد يدل هذا على أن استخدام هذه الوسائل بالدرجة الأولى يركز على تبادل المعلومات ووجهات النظر.

المحور السادس: تقييم طلبة جامعة دمشق لوسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣ م.

الجدول رقم (١١): تقييم طلبة جامعة دمشق لوسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات وأخبار حول زلزال سوريا وتركيا

النسبة المئوية	التكرار	العبارات
١٥	٦٠	نقلت لي كل ما يتعلق بالحدث بفرورية
١٤	٥٦	منحتني فرصة التعبير عن رأي ووجهة نظري بحرية
١٢	٤٨	منحتني فرصة مناقشة المعلومات التي حصلت عليها مع الأصدقاء والمعارف
٩	٣٦	دفعنتي للمشاركة وتقديم المساعدة للمتكويين من أبناء وطني
٨.٥	٣٤	أضافت لدي العديد من السلوكيات السليمة للتصرف أثناء وقوع الزلزال وبعده
٨.٢٥	٣٣	أسهمت وسائل الإعلام الجديدة في نشر المعلومات اللازمة للتخفيف من آثار كارثة الزلزال.
٨	٣٢	جعلتني أطلع على كافة وجهات النظر حول كارثة الزلزال
٧	٢٨	دفعنتي للبحث عن موضوعات متعلقة بالكوارث الطبيعية لحماية نفسي
٦.٥	٢٦	زودتني بمعلومات وتحليلات علمية للخبراء والمختصين
٥	٢٠	زودتني بمعلومات أكثر عن الزلازل لم أكن أعرفها من قبل
٣.٥	١٤	لجأت بعض المواقع الإخبارية للتهويل والمبالغة أثناء تغطيتها لأحداث الزلزال.
١.٧٥	٧	عدم ذكر مصدر الخبر في بعض المواقع الإخبارية
١.٥	٦	لم تهتم بتقديم تغطية كاملة متوازنة
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق تصدر عبارة "نقلت لي كل ما يتعلق بالحدث بفرورية" الترتيب الأول من تقييم أفراد عينة البحث لأداء وسائل الإعلام الجديد أثناء الزلزال وبنسبة ١٥٪. كما جاءت عبارة "منحتني فرصة التعبير عن رأي ووجهة نظري بحرية" في الترتيب الثاني بنسبة ١٤٪. تلتها عبارة "دفعنتي للمشاركة وتقديم المساعدة للمتكويين من أبناء وطني" في الترتيب الثالث بنسبة ٩٪. لتحتل عبارة "أضافت لدي العديد من السلوكيات السليمة للتصرف أثناء وقوع الزلزال وبعده" المرتبة الرابعة بنسبة (٨.٥٪). بينما احتلت عبارة "لجأت بعض المواقع الإخبارية للتهويل والمبالغة أثناء تغطيتها لأحداث الزلزال" المرتبة الحادية عشرة بنسبة ٣.٥٪. وعبارة "عدم ذكر مصدر الخبر في بعض المواقع الإخبارية" المرتبة الثانية عشرة بنسبة ١.٧٥٪. لتحتل عبارة "لم تهتم بتقديم تغطية كاملة متوازنة" المرتبة الثالثة عشرة والأخيرة بنسبة ١.٥٪ فقط.

تشير نتائج الجدول السابق إلى التقييم الإيجابي لأغلب أفراد عينة البحث لوسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات أثناء زلزال سوريا وتركيا، حيث تمكنت من نقل تطورات الكارثة بفرورية، وأتاحت لهم الفرصة لتبادل المعلومات والتعبير عن آرائهم بحرية. كما دفعنتهم للمشاركة في تقديم المساعدة للمتكويين وأضافت لهم العديد من السلوكيات السليمة، إضافة لتزويدهم بمعلومات جديدة. بينما لم تتجاوز نسبة التقييم السلبي ٦.٧٥٪. وهذا يدل على ارتفاع ثقة أفراد عينة البحث بوسائل الإعلام الجديد، وقدرتها على تلبية احتياجاتهم كمصدر للمعلومات والأخبار أثناء الكوارث والأزمات.

المحور السابع: مستوى رضا طلبة جامعة دمشق عن أداء وسائل الإعلام الجديد أثناء زلازل سوريا وتركيا.

الجدول رقم (١٢): توزيع طلبة جامعة دمشق وفقاً لمستوى رضاهم عن أداء وسائل الإعلام الجديد أثناء زلزال سوريا وتركيا

النسبة المئوية	التكرار	مستوى الرضا
٥٠	٢٠٠	راضٍ جداً
٤٣.٧٥	١٧٥	راضٍ إلى حد ما
٦.٢٥	٢٥	غير راضٍ
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

نلاحظ من الجدول السابق أن أغلب أفراد عينة البحث عبروا عن رضاهم الكبير عن أداء وسائل الإعلام الجديد أثناء الزلزال بنسبة ٥٠٪، بينما عبر ما نسبته ٤٣,٧٥٪ عن رضاهم إلى حد ما. ونسبة ٦.٢٥٪ فقط لم يكونوا راضين عن هذا الأداء. تشير نتائج الجدول السابق إلى ارتفاع عدد أفراد العينة الراضين جداً عن أداء وسائل الإعلام الجديد أثناء الزلزال، ولعل مرد ذلك إلى ما حققته من فورية في نقل الحدث، وما وفرته من مساحة كبيرة للتعبير عن الرأي وتبادل وجهات النظر مع الآخرين.

#### عاشراً- النتائج والمقترحات:

##### - أبرز نتائج الدراسة:

- ارتفاع معدل استخدام طلبة جامعة دمشق وسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات أثناء زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م. وهذه النتيجة تتفق مع مجمل ما توصلت إليه الدراسات السابقة.

- الأخبار والتقارير حول تطورات الزلزال وما تبعه من هزات ارتدادية، كانت من أهم المضامين التي اهتم طلبة جامعة دمشق بالحصول عليها من خلال وسائل الإعلام الجديد.

- من أهم أسباب ودوافع استخدام طلبة جامعة دمشق وسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات أثناء الزلزال، سرعتها في نقل أحداث الزلزال وما تبعه من هزات ارتدادية، وتحديثها المستمر لمحتواها، ولسهولة التواصل من خلالها مع الأهل والأصدقاء والمعارف. وهذه النتيجة تتفق مع مجمل ما توصلت إليه الدراسات السابقة ومنها دراسة (الأشموري، ٢٠٢٠، ص ٣١٧٣- ص ٣٢٠٤). حيث تقدمت " السرعة والآنية في نقل الأخبار والمستجدات" دوافع الاعتماد على الفيس بوك أوقات الأزمات. ودراسة (الشحري، ٢٠٢٣، ص ٤٩٢- ص ٥٥٥). حيث جاءت " السرعة في نقل الأخبار والمعلومات في مقدمة أسباب تفضيل المواقع الإخبارية أثناء الكوارث والأزمات.

- أشارت النتائج إلى تصدر التأثيرات المعرفية قائمة تأثيرات استخدام أفراد عينة الدراسة وسائل الإعلام الجديد كمصدر لمعلومات حول زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣م، تلتها وفي المرتبة الثانية التأثيرات الوجدانية، وفي المرتبة الثالثة التأثيرات السلوكية. وهذا يختلف مع النتائج التي توصلت لها دراسة (الأشموري، ٢٠٢٠، ص ٣١٧٣- ص ٣٢٠٤). حيث أشارت إلى تصدر التأثيرات الوجدانية قائمة تأثيرات اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات أثناء الأزمات، تلتها التأثيرات المعرفية، ثم التأثيرات السلوكية. بينما اتفقت نتائج الدراسة الحالية مع مجمل نتائج الدراسات السابقة فيما يخص التأثيرات السلوكية حيث جاءت في الترتيب الأخير.

- تصدرت عبارة " قدمت لي المزيد من التفاصيل حول كارثة الزلزال" التأثيرات المعرفية بالنسبة لأفراد عينة البحث، وفي الترتيب الثاني جاءت عبارة " ساعدتني على معرفة الإجراءات الوقائية في حالة حدوث زلزال"، بينما جاءت عبارة " قدمت لي تحليلات

- موضوعية حول كارثة الزلزال" في الترتيب الثالث. وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه دراسة أمة الخالق الأشموري، حيث جاءت عبارة " أصبحت أكثر إدراكاً بتفاصيل الأحداث والقضايا المثارة" في الترتيب الأول من الآثار المعرفية.
- قلق أفراد عينة البحث على أنفسهم ومجتمعهم من تداعيات الزلزال جاءت في مقدمة التأثيرات الوجدانية، يليها وفي المرتبة الثانية حزنهم على ضحايا الزلزال، ثم وفي المرتبة الثالثة تأييدهم لجهود الحكومة لمواجهة تداعيات الزلزال. وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه دراسة أنغام مجدي سليمان. (سليمان، ٢٠٢٣، ص ٣٥٩ - ص ٤٤٣).
- مشاركة الأصدقاء في النقاش حول الزلزال، جاءت في مقدمة التأثيرات السلوكية لأفراد عينة البحث، ثم وفي المرتبة الثانية اتباع الإرشادات والنصائح لتجنب المخاطر، وفي المرتبة الثالثة المشاركة في تقديم المساعدة لمنكوبي الزلزال.
- قيم أغلب أفراد عينة الدراسة أداء وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات في تغطية زلزال سوريا وتركيا تقيماً إيجابياً. وجاءت عبارة " قدرتها على نقل أحداث الزلزال بفعالية"، و"منحهم فرصة التعبير عن آرائهم ووجهات نظرهم بحرية"، و"مناقشة المعلومات التي حصلوا عليها مع الأصدقاء والمعارف"، و"دفعهم للمشاركة وتقديم المساعدة للمنكوبين من أبناء وطنهم" في المرتبة الأولى والثانية والثالثة والرابعة على التوالي. وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت له دراسة هاجر حلمي دسوقي حبيش (حبيش، ٢٠٢٣، ص ٣٩٧ - ص ٤٦٠).
- بينت النتائج ارتفاع معدل رضا أفراد عينة البحث عن أداء وسائل الإعلام الجديد أثناء الزلزال.
- **مقترحات الدراسة:**
- ضرورة الاستفادة من إمكانيات وسائل الإعلام الجديد لإمكانية وصولها لشرائح واسعة من الجمهور بمنتهى السهولة وبسرعة عالية وتكاليف زهيدة للإفادة منها أوقات الكوارث، مقارنة بما يستلزمه الاتصال بالجمهور بالوسائل الأخرى.
- ضرورة أن يقوم على إدارة وتنظيم وسائل الإعلام الجديد فريق متخصص من الكوادر الإعلامية المدربة على التعامل مع المحتوى والجمهور بشكل احترافي خاصة أوقات الكوارث.
- ضرورة التزام وسائل الإعلام الجديد بأخلاقيات العمل الإعلامي من حيث تحري الدقة والمصداقية.

#### التمويل:

هذا البحث ممول من جامعة دمشق وفق رقم التمويل (٥٠١١٠٠٠٢٠٥٩٥).



## المراجع:

## أولاً: الدراسات العربية:

## أ-دراسات غير منشورة:

- ١- سالم، شيماء السيد. (٢٠١٧). دور وسائل الإعلام الاجتماعي في إدارة اتصالات الأزمات والكوارث، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة حلوان.
- ٢- عمار، رابح. (٢٠١٧). الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الدينية، جامعة أحمد بن بله.

## ب-دراسات منشورة:

- ١- الأشموري، آمة الخالق محمد حسين. (٢٠٢٠). دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات أوقات الأزمات، مجلة البحوث الإعلامية، العدد ٥٥.
- ٢- الشحري، سامح فوزي السيد. (٢٠٢٣). تأثير التعرض للمواقع الإخبارية على الوعي بمخاطر التغيرات المناخية لدى الجمهور المصري، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، العدد ١.
- ٣- أبو العون، آيات. (٢٠٢٣). دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الأردنيين نحو قضية اللاجئين (قضية اللاجئين السوريين نموذجاً)، مجلة الفنون والآداب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، العدد ٩.
- ٤- بخاش، عبد الله عمر. (٢٠٢٠). معالجة مواقع الصحافة الإلكترونية لكارثة إعصار لبنان في اليمن. مجلة الباحث الاجتماعي، العدد ٤٤.
- ٥- بومعرفي، بهجة. (٢٠١٥). واقع استخدام مصادر المعلومات من قبل العاملين في مؤسسات الإعلام بالجزائر، مجلة العلوم الإنسانية، العدد ٨.
- ٦- حبيش، هاجر حلمي (٢٠٢٣)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الشباب المصري واتجاهاته نحو قضايا الجرائم البيئية وتغير المناخ، مجلة البحوث الإعلامية، العدد ٦٤.
- ٧- حنفي، جيهان عبد الحميد عبد العزيز. (٢٠٢٣). التماس الجمهور المصري للمعلومات أثناء وقوع الكوارث الطبيعية وعلاقته بالرضا عن أداء وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد ٦٨.
- ٨- دراز، أمل السيد أحمد متولي. (٢٠١٥). استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأداء المهني للقائمين بالاتصال في الصفحات المتخصصة، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد ٢.
- ٩- درويش، مها أكرم. حنا، فاضل. (٢٠٢١). دور شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني في تحقيق التنمية المهنية لمعلمي الحلقة الأولى من مرحلة التعليم الأساسي في محافظة دمشق، مجلة جامعة دمشق، ٣٧(٣).
- ١٠- عبد الله، عزة أحمد. (٢٠٠٢). أساليب مواجهة الكوارث الطبيعية، مجلة مركز بحوث الشرطة، العدد ٢١.
- ١١- عثمان، نها محمد. (٢٠١٩). دور شبكات التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) في الوعي المعلوماتي بإدارة الأزمات والكوارث، المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات، العدد ٣.

- ١٢- علاوة، محمد. (٢٠٢٢). الإعلام الجديد: المفهوم، الخصائص والعوامل التي تميزه عن الإعلام التقليدي، وطبيعة العلاقة بينهما، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، العدد ١ و ٢.
- ١٣- سالم، شيماء السيد. (٢٠١٦). دور وسائل الاعلام الاجتماعي في إدارة اتصالات الأزمات والكوارث، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٥٦.
- ١٤- سالم، شيماء السيد. (٢٠١٦). دور وسائل الاعلام الاجتماعي في إدارة اتصالات الأزمات والكوارث، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٥٦.
- ١٥- سليمان، أنغام مجدي. (٢٠٢٣). الانعكاسات الوجدانية لتعرض الجمهور المصري أحداث الكوارث البيئية الطبيعية عبر المواقع الإخبارية ومنصات التواصل الاجتماعي ومدى إدراكهم لمخاطر تلك الكوارث (زلزال سوريا وتركيا ٢٠٢٣ نموذجاً) المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد ٢٦.
- ١٦- شيخاني، سميرة. (٢٠١٠). الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، ٢٦ (١ و٢).
- ١٧- صادق، عباس مصطفى. (٢٠٠٦). التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الإنترنت، مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي: الواقع والتحديات ٢٢-٢٣ تشرين الثاني، جامعة الشارقة.

## ت-الكتب:

- ١- رعيب، شماء. (٢٠٠٩). مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- ٢- رمضان، أميمة أحمد. (٢٠١٧)، العمل الصحفي في عصر الإعلام الجديد، عمان: دار المجد للنشر والتوزيع.
- ٣- طابع، سامي. (٢٠١٥). بحوث الإعلام، القاهرة: دار النهضة العربية.
- ٤- عبد الحميد، صلاح. (٢٠١٣). الإعلام الثورات العربية، القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.
- ٥- شفيق، حسين. (٢٠١٣). علم النفس والإعلام الجديد، القاهرة، دار فكر.
- ٦- محسوب، محمد صبري. (١٩٩٨). الأخطار والكوارث الطبيعية: الحدث والمواجهة (معالجة جغرافية)، القاهرة: دار الفكر العربي.
- ٧- يعقوب، الهبهاوي وآخرون. (٢٠٠٤). النظام الإعلامي الجديد، عمان: دار رؤى للنشر والتوزيع.

## ثانياً-الدراسات الأجنبية:

- 1- Jungee, Kim, & M.Alan, & Rubin. (1997). "The Variable Influence Of Audience Activity On Effect", Communication Research, Sage Journals, Vol 24, No2,

## ثالثاً-مواقع الإنترنت:

- ١- الحسين، تيرودا. (٢٠٢٣). دور السوشيال ميديا في إدارة الأزمات والكوارث، استرجع بتاريخ ١٨-١-٢٠٢٤ عبر الرابط [https:// exvar.com](https://exvar.com)
- ٢- سبوتنيك عربي. (٢٠٢٣). زلزال جديد قوي نسبياً يضرب تركيا وسوريا، استرجع بتاريخ ٢٥-١٢-٢٠٢٣ عبر الرابط [https:// sputnikarabic.ae](https://sputnikarabic.ae)