



Larbi Tebessi – Tebessa Université

جامعة العربي التبسي - تبسة

Université Larbi Tebessi – Tebessa

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: العلوم الإنسانية

الميدان: علوم إنسانية واجتماعية

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

التخصص: اتصال تنظيمي

العنوان: دور الحملات الإعلامية عبر الرسائل النصية الهاتفية

للتقليل من المخاطر لدى الطلبة الجامعيين

دراسة ميدانية على: عينة من طلبة جامعة العربي التبسي. تبسة

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر " ل.م.د "

دفعته: 2020

إشراف الأستاذ: مرزوق بن مهدي

إعداد الطالبة: صباح رضاني

جامعة العربي التبسي - تبسة  
Université Larbi Tebessi - Tebessa

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
بوزيان عبد الغني	أستاذ محاضر - أ -	رئيسا
بن مهدي مرزوق	أستاذ مساعد - أ -	مشرفا ومقررا
طبي منير	أستاذ محاضر - أ -	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية: 2020/2019

# شكر و عرفان

لابد لنا و نحن نخطو خطواتنا الاخيرة في الحياة من وقفة نعود بها أعوام قضيناها في رحاب الجامعة مع اساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا الكثير باذلين بذلك جهودا كبيرة، في بناء جيل الغد لتبعث الامة من جيد.

و قبل أن نمضي نقدم اسمى آيات الشكر والإمتنان والتقدير والمحبة، إلى الذين حملوا أقدس رسالة في الحياة...

"كن عالما... فإن لم تستطع فكن متعلما، فإن لم تستطع فاحب العلماء، فإن لم تستطع فلا تبغظهم"

إلى الذين مهدوا لنا طريق العلم و المعرفة...

إلى جميع اساتذتنا الافاضل...

واخص بالتقدير و الشكر:

الدكتور: مرزوق بن مهدي

و كذلك اشكر كل من ساعدني على إتمام هذا البحث و قدم لنا يد المساعدة و زودنا بالمعلومات اللازمة لإتمام هذا البحث.

## الملخص:

تهدف الدراسة إلى معرفة دور الحملات الإعلامية في عبر الرسائل النصية الهاتفية في تقليل المخاطر لدى الطلبة الجامعيين من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجامعة.

و لبلوغ أهداف الدراسة فمننا بتصميم استمارة استبيان لجمع المعلومات اللازمة و الإجابة على تساؤلات الدراسة التي احتوتها الإستمارة.

كما اقتضت طبيعة الموضوع و المجال البشري للدراسة إلى اللجوء إلى العينة الطبقية العشوائية و المنهج الوصفي.

## RESUME:

THE STUDY AIMS TO THE LEARN THE ROLE OF MEDIA CAMPAIGNS THROUGH TELEPHONE TEXT MESSAGES IN REDUCING THE RISKS OF UNIVERSITY STUDENTS THROUH A FIELED STUDY ON ON A SAMPLE OF UNIVERSITY STUDENTS.

TO ACHIEVE THE OBJECTIVES OF THE STUDY WE DESIGNED A QUESTIONNAIRE FOR GATHERING THE NECESSARY INFORMAITION AND ANSWER TO THE QUESTION OF THE STUDY CONTAINED

THE NATURE OF THE SUBJECT AND HUMAN DOMAIN FOR THE STUDY OF RESORTING TO THE RANDOM CLASS AND DESCRIPTIVE APPROCH

## فهرس المحتويات:

الصفحة	العناوين
02	شكر وعرهان
03	ملخص الدراسة
04	فهرس المحتويات
06-05	فهرس الجداول
10-07	ملاحق
أ	مقدمة
36-12	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
15-14	أولا: إشكالية الدراسة
14	تحديد المشكلة
15	أهمية الدراسة
16	أهداف الدراسة
18-16	تحديد مصطلحات الدراسة
32-19	التعليق على الدراسة
31-18	الدراسات السابقة
32-31	ثانيا: الإجراءات المنهجية للدراسة
31	منهج الدراسة
35-32	مجتمع الدراسة وعينة البحث
35	مجالات الدراسة
59-37	الفصل الثاني: الإطار التطبيقي
56-38	تحليل بيانات الدراسة الميدانية حسب عينة الدراسة
59-57	نتائج الدراسة
61-60	خاتمة
64-62	قائمة المراجع

## فهرس الجداول:

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع المبحوثين حسب النوع	38
02	توزيع المبحوثين حسب السن	39
03	توزيع المبحوثين حسب التخصص	40
04	توزيع المبحوثين حسب نوع الهاتف المستخدم لديهم	41
05	توزيع المبحوثين حسب آرائهم لدعم الهاتف للرسائل النصية	42
06	توزيع المبحوثين حسب الأوقات التي يتم فيها استقبال الرسائل النصية الهاتفية	43
07	يمثل توزيع المبحوثين حسب نوع الرسائل النصية الهاتفية	44
08	يمثل توزيع المبحوثين حسب مدى اعتبار الرسائل النصية الهاتفية مفيدة لتقليل المخاطر	45
09	يمثل توزيع المبحوثين حسب رأيهم هل الرسائل النصية الهاتفية تزيد من الحيطة الأمنية	46
10	يمثل توزيع المبحوثين حسب آرائهم فيما إذا كانت الرسائل النصية الهاتفية تعبر عن تطلعاتهم	47
11	يمثل توزيع المبحوثين حسب توقعاتهم لما تعرضه الرسائل النصية الهاتفية	48
12	يمثل توزيع المبحوثين حسب آرائهم في تقبل الرسائل في أي وقت	49
13	يمثل توزيع المبحوثين حسب آرائهم في نمط الرسائل	50
14	يمثل توزيع المبحوثين حسب ما إذا كانوا يناقشون مضمون الرسائل مع الزملاء	51
15	يمثل توزيع المبحوثين حسب ما إذا كانت الرسائل النصية لها جدوى أمنية	52
16	يمثل توزيع المبحوثين حسب مدى تمكن الرسائل النصية الهاتفية	53

	من مواجهة المخاطر	
54	يمثل توزيع المبحوثين حسب ما إذا كانوا قد سجلو موقف يتزامن مع الرسائل النصية	17
55	يمثل توزيع المبحوثين حسب ما إذا كانت الرسائل النصية الهاتفية التي تصلهم تحتوي على طرق السيطرة على الموقف	18
56	يمثل توزيع المبحوثين حسب ما إذا كانت الرسائل النصية تقدم لهم طريقة دقيقة للسيطرة على الموقف	19

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي التبسي

تبسة

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

قسم العلوم الانسانية

دور الحملات الاعلامية عبر الرسائل النصية الهاتفية في تقليل المخاطر لدى الطلبة  
الجامعيين

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة العربي التبسي-تبسة-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال تنظيمي

إشراف الأستاذ:

مرزوق بن

إعداد الطالبة:

• رضاني صباح

مهدي

ملاحظة :

هذه الاستمارة خاصة بإعداد بحث علمي في إطار إنجاز مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، نرجو منكم مساعدتنا بمألاً الاستمارة بكل صدق وموضوعية، ونتعهد من جهتنا سرية هذه المعلومات والتي لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي

السنة الجامعية

2019/2018

البيانات العامة:

1-النوع:

أنثى  ذكر

2-التخصص:

سنة ثالثة إعلام  سنة ثانية إعلام

سنة أولى ماستر إعلام  سنة ثالثة اتصال تنظيمي

سنة أولى ماستر اتصال تن

3-السن:

أكبر من 25 سنة  25-22  21-18

المحور الأول: تعرض جمهور الطلبة للرسائل النصية الهاتفية

1-ما هو نوع الهاتف المستخدم لديك؟

هاتف ذكي  هاتف غير ذكي

2-هل تعتبر أن نوع الهاتف يدعم الرسالة النصية؟

نعم  لا

4-ما هو نوع الرسائل النصية الهاتفية؟

رسائل مختصرة  رسائل غير مختصرة

5-هل تتقبل وصول الرسائل في أي وقت

نعم  لا

6- كيف ترى نمط الرسائل؟

<input type="checkbox"/>	مكثف	<input type="checkbox"/>	عادي
<input type="checkbox"/>	مكثف بشكل عادي	<input type="checkbox"/>	مكثف بشكل غير مقلق
		<input type="checkbox"/>	غير مكثف

المحور الثاني: تقييم الطلبة لمحتوى الرسائل النصية

1- هل تناقش محتوى الرسائل مع زملائك؟

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	أد	<input type="checkbox"/>	دائما
--------------------------	--------------------------	----	--------------------------	-------

2- هل تعتبر أن الرسائل النصية مفيدة لتقليل المخاطر الأمنية؟

<input type="checkbox"/>	لا	<input type="checkbox"/>	نعم
--------------------------	----	--------------------------	-----

3- في رأيك، هل الرسائل النصية الهاتفية تزيد من الحيلة الأمنية؟

<input type="checkbox"/>	لا	<input type="checkbox"/>	نعم
--------------------------	----	--------------------------	-----

4- كيف ترى أن الرسائل النصية تعبر عن تطلعاتك؟ بالنسبة:

<input type="checkbox"/>	الحوادث غير المتوقعة	<input type="checkbox"/>	الحوادث المتوقعة
--------------------------	----------------------	--------------------------	------------------

5- في رأيك ماذا تتوقع أن تعرض عليك الرسائل النصية؟

<input type="checkbox"/>	تقليل المخاطر	<input type="checkbox"/>	الوقاية من الحوادث
		<input type="checkbox"/>	السلامة والأمن

المحور الثالث: مساهمة الرسائل النصية الهاتفية في التقليل من المخاطر

1- هل ترى أن الرسائل النصية لها جدوى أمنية؟

أحيانا

دائما

غالبا

2- هل تمكنك الرسائل النصية الهاتفية من مواجهة المخاطر؟

أحيانا

دائما

غالبا

3- هل سجلت موقف واجهته يتزامن مع الرسالة النصية؟

لا

نعم

إذا كانت إجابتك بنعم، ما هو الموقف هذا الموقف؟

4- هل تحتوي الرسائل النصية الهاتفية التي تصلك على طرق السيطرة على المواقف الأمنية؟

أحيانا

غالبا

نادرا

5- في رأيك هل تقدم لك الرسائل النصية طريقة دقيقة لسيطرته على الموقف؟

لا

نعم

6- ما هو العنصر الايجابي لهذه الرسائل في حياتك اليومية؟

.....

### مقدمة:

نظرا للأهمية التي يكتسبها الإعلام، والذي أصبح يمثل مجالا خصبا للبحوث والدراسات العلمية لما له من تأثير وتأثر بالمجتمع، لكونه لا ينعزل عنه فقد أصبحت وسائل الإعلام والاتصال من أهم أدوات التأثير والتثقيف والتوجيه والتعليم في أي مجتمع، خاصة بعد ظهور العديد من المشاكل والأحداث، هذا ما استوجب على المؤسسات الإعلامية والاتصالية أن تضاعف من وسائلها ومخرجاتها للمحافظة على المصلحة العامة، وذلك عن طريق الحملات الإعلامية المكثفة. هذا ما جعل المؤسسات الاتصالية تعتمد على الرسائل النصية الهاتفية للتقليل من المخاطر، خاصة المتفشية في الأوساط الطلابية، وهنا يبرز دور الحملات الإعلامية عبر الرسائل النصية الهاتفية في تقليل المخاطر لدى الطلبة الجامعيين.

حيث تم تقسيمه الى فصلين الفصل الاول يندرج ضمنه الإطار المنهجي للدراسة و اهدافها،بالإضافة إلى أهمية الموضوع و اسباب اختياره و المنهج و عينة الدراسة كذا تحديد المفاهيم و في الاخير تعرضنا للدراسات السابقة حول الظاهرة موضوع الدراسة و التعقيب عليها و مقارنتها بموضوع دراستنا.

اما الفصل الثاني فتناولنا الجانب الميداني للدراسة تم فيه عرض و تحليل البيانات المتعلقة بالدراسة.

وفي النهاية تأتي الخاتمة و النتائج العامة المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة ثم قائمة المراجع و في الاخير قائمة الملاحق.

# الإطار المنهجي للدراسة

- تحديد المشكلة
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- الدراسات السابقة
- منهج الدراسة
- مجتمع الدراسة
- تحديد مصطلحات الدراسة
- عينة الدراسة
- مجالات الدراسة

### • تحديد الإشكالية:

إن تعقد الحياة المعاصرة وتسارع وتيرة التحولات والتطورات فيها أدى إلى بروز العديد من المشكلات، والآفات الاجتماعية و السياسية، ونتيجة لاستفحال هذه الآفات وتهديدها للمجتمع وسلامة سيره وتوازنه، استوجب حراكا اجتماعيا متكاملا من طرف الجهات الفاعلة، كالحكومات ومؤسسات المجتمع المدني . وكذا المؤسسات الإعلامية والاتصالية، والتي تضاعفت الوظائف المرتقبة منها، ومن رسائلها ومخرجاتها، وذلك في محاولة الحفاظ على المصلحة العامة، بتعديل أو تغيير الأفكار والسلوكات المضرّة بالمجتمع والمعاكسة للطبيعة الإنسانية السليمة.

وذلك يتم من خلال تطوير المعارف و المدركات التي تدفع الوعي الاجتماعي إلى الطريق الأصوب، اعتمادا على حملات إعلامية منطوية على جهود اتصالية مكثفة ومستمرة، مبنية على أسس علمية وتخطيط استراتيجي، تراعي فيه كافة المتغيرات المرتبطة بالموقف، من تحديد دقيق للجمهور المستهدف ودراسة وافية له ولدوافعه وسلوكاته، لاختيار المضمون والوسيلة الاتصالية المناسبة.

لكن وسائل الإعلام والاتصال ليست الجهاز الوحيد المسؤول عن الحد من المخاطر والآفات الاجتماعية والسياسية، فهي مسؤولية الجميع، الأم بالبيت، المعلم بالمدرسة، الجامعة وغيرها من المؤسسات. لذلك وجب تضافر جهودات جميع هذه الجهات المعنية لتحقيق ذلك، بالرغم من هذا تبقى وسائل الاتصال وسائل توجيهية تمد الفرد بالمعلومات، بغض النظر عن مستواه الثقافي أو الاجتماعي مما يجعله مستوى واعي بخطورة هذه المشاكل.

هذا مما جعل المؤسسات الاتصالية تعتمد على الرسائل النصية الهاتفية تسعى الى التقليل من المخاطر، فهي تركز عبر رسائلها على الظواهر الاجتماعية المتفشية خاصة في الأوساط الطلابية كالتدخين وتعاطي المخدرات والعنف وغيرها من المخاطر التي تؤدي إلى تفكك المجتمعات.

وهكذا يبرز دور الحملات الإعلامية عبر الرسائل النصية الهاتفية في التقليل من المخاطر لدى الطلبة الجامعيين، وفي هذا الصدد ارتأينا اختيار الطلبة كفئة فاعلة لمعرفة الدور الذي تلعبه الحملات الإعلامية عبر الرسائل النصية الهاتفية في التقليل من المخاطر لدى هذه الفئة عن طريق اختيار عينة ممثلة لهذا المجتمع، ألا وهي الطلبة الجامعيين، وذلك من خلال طرح التساؤل الرئيسي الآتي:

"ما هو دور الحملات الإعلامية المقدمة عبر الرسائل النصية الهاتفية في التقليل من المخاطر لدى الطلبة الجامعيين" ؟

ولتبسيط هذا التساؤل نطرح جملة من التساؤلات الفرعية التالية:

- كيف يتم تعرض جمهور الطلبة للرسائل النصية الهاتفية ؟
- ماهي آراء جمهور الطلبة في محتوى الرسائل النصية الهاتفية ؟
- كيف ساهمت الرسائل النصية الهاتفية في التقليل من المخاطر اليومية التي يتعرض لها جمهور الطلبة ؟

### • أهمية الدراسة:

- الوقوف عن كتب هذه الدراسة
- الأهمية العلمية ، وما ستقدمه هذه الدراسة من معلومات ونتائج وحلول واقتراحات يمكن الاستعانة بها والاعتماد عليها من طرف المؤسسات
- قلة الدراسات والبحوث الكافية التي تتناول هذه المواضيع

### • أهداف الدراسة :

- معرفة مدى فعالية الحملات الإعلامية عبر الرسائل النصية الهاتفية في التقليل من المخاطر لدى الطلبة بجامعة تبسة .

- التعرف على واقع ومعوقات الحملات الإعلامية عبر الرسائل النصية الهاتفية ، في التأثير على سلوكيات الطلبة الجامعيين.

### • تحديد مصطلحات الدراسة:

#### 1/ الحملات الإعلامية :

##### ▪ لغة:

جمع حملات وهو ما يحمل دفعة واحدة، حملة عيدان وحملة عسكرية، وهي كل عملية ذات مدة معينة وهدف دعائي مثلا : حملة تشجيع المنتج الوطني، وهي محاولة لتوجيه الرأي العام إلى ما يدور حوله من خلاف أو جدل في قضيتها(1)

##### ▪ اصطلاحا:

تعرف الحملة الإعلامية على أنها نشاطات مقصودة للتأثير في أفكار واتجاهات، وسلوك الآخرين عن طريق استخدام الإستيمالات الإعلامية للتأثير في الجمهور، وتتشابه الخطط الإعلامية في الإطار والبناء(2).

##### ▪ إجرائيا:

الحملة الإعلامية هي إستخدام وسائل الإعلام لتوجيه الجمهور نحو إتجاه معين يقدم هدف المعلن.

### 2/ الهاتف النقال:

#### ▪ لغة:

هو مصطلح مركب من كلمتين هما: هاتف ونقال : فالهاتف من الهاتف، والهاتف هو الصوت الجافي العالي، وقيل الصوت الشديد، وقد هتف به هتافا أي صاح به.

وهتف يهتف هتافا والهاتف: جهاز يستخدم لنقل الأصوات(1)

ويعرفه قاموس أوكسفورد(OXFORD) الإنجليزي: بأنه نظام كهربائي للكلام مع شخص ما، في مكان آخر من خلال استعمال جهاز معين، كما يعرفه بأنه جهاز يستخدم للحديث مع شخص ما(2).

أما النقال فهو النقل، وهو تحويل الشيء من موضع إلى موضع نقله، ينقله، نقلا، فانقل، والتنتقل والتحول، ويشير هذا المصطلح عموما إلى الحركة أو المقدرة على التحرك في العلوم الإجتماعية، ويشير إلى الحركة خلال مسافة فيزيقية، ويطلق عليه حينئذ "التنتقل الجغرافي"، أو "التنتقل الفيزيقي"، كما يشار به إلى التحرك داخل نسق التدرج (أي التغيير في الدور والمركز)(3).

والهاتف النقال: هو هاتف يمكن للفرد أن يحمله معه فهو محمول.

#### ▪ اصطلاحا:

الهاتف النقال هو امتداد للهاتف التقليدي الثابت، الذي تحكمه الأسلاك.

ولغرض اضافة عنصر الحركة للهاتف، تم اختراع وتطوير أنظمة خلوية، تستخدم موجات الراديو بالإننتقال بين المستخدم ومحطة التحويل(1).

وقد ذكر (حسن عماد مكاي) أن نظام الهاتف النقال: عبارة عن أجهزة إرسال تستخدم موجات الراديو، وتسمح بوصول الإشارة إلى المتلقي في منطقة جغرافية، تسمى الخلية، وحين يتم استقبال الإشارة يتم تحويلها مباشرة إلى شبكة التليفونات المركزية، ويتم استخدام أجهزة تلفون صغيرة محمولة(2).

كما عرفه "فضيل دليو" بأنه : عبارة عن جهاز اتصال صغير الحجم، مربوط بشبكة للإتصالات اللاسلكية والرقمية، تسمح ببث واستقبال الرسائل الصوتية والنصية والصور، عن بعد وبسرعة فائقة(3).

### • الدراسات السابقة :

#### الدراسة الأولى :

دراسة من إعداد الطالبة "تباني عبير" بعنوان: الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر، دراسة ميدانية على عينة من السائقين بولاية سطيف، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، خلال الموسم الجامعي " 2013/2012"، تمحورت إشكالية الدراسة حول طرح التساؤل الرئيسي التالي: مامدى فعالية الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية ؟

واندرجت منها جملة من التساؤلات الفرعية :

1- ما مدى تعرض جمهور السائقين للحملات الإعلامية الخاصة بالتوعية المرورية التي

تقدمها الإذاعة ؟

2- ما هي آراء السائقين في محتوى هذه الحملات الإعلامية الخاصة بالتوعية المرورية

ومضامينها ؟

3- هل استطاعت هذه كمتغير مستقل التأثير على المستوى لجمهور السائقين ؟

4- ما هو الدور الذي يلعبه القانون في عملية التوعية المرورية من وجهة نظر السائقين ؟

واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي لمعرفة اتجاه وآراء جمهور السائقين، نحو حملات التوعية المرورية الإذاعية وتم اختيار العينة القصدية بضرورة أن يكون السائقين المستجوبين من المستمعين للإذاعة واعتمدت، على استمارة الاستبيان، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

1- أن أغلبية السائقين يستمعون الى الفواصل الخاصة بالتوعية المرورية بالإذاعة.

2- نتائج آراء الجمهور حول أفضلية اللغة، يفضلون بالدرجة الأولى اللهجة المحلية، كونها الأقرب إلى كل فئات المجتمع، باختلاف مستوياتهم التعليمية والثقافية تفضيلهم باختلاف مستوياتهم التعليمية والثقافية، وتفضيلهم أسلوب الشهادة كأسلوب اقناعي، وأن أسلوب التخويف لم يحقق أهدافه المرجوة، كما أن درجة الإعجاب كانت متوسطة بالنسبة للسائقين وذلك يعود الى عدة خصائص .

### التعليق على الدراسة :

تتفق دراستنا مع الدراسة الأولى في الاعتماد على المنهج الوصفي، الذي يتلاءم مع هذا النوع من المواضيع، وبالتالي اجتمعت كل منهما في استعمال نفس الأدوات لجمع البيانات. وتختلف عن دراستنا من ناحية الموضوع، فموضوعنا يدور حول "دور الحملات الإعلامية، عبر الرسائل النصية الهاتفية في تقليل المخاطر لدى الطلبة الجامعيين، في حين تناولت الدراسة السابقة "الحملات الإعلامية الإذاعية الخاصة بالتوعية المرورية في الجزائر، وتختلف دراستنا مع الدراسة السابقة في العينة فهي تخصصت في فئة السائقين المستمعين للإذاعة، أما دراستنا كانت على عينة من الطلبة الجامعيين.

وبالرغم من أن الدراسة السابقة المعروضة تشترك مع دراستنا في تركيزها، ونأكيدها على قدرة الحملات الإعلامية في تقليل المخاطر ونشر الوعي في المجتمع، إلا أنها تختلف عن دراستنا من حيث المجال المكاني والزمني.

### الدراسة الثانية :

دراسة من اعداد الطالب "شعباني مالك" تحت عنوان دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية بجامعة قسنطينة، وبسكرة، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم اجتماع التنمية بجامعة منتوري قسنطينة قسم علم الاجتماع والديمغرافيا خلال الموسم الجامعي "2006/2005".

تمحورت اشكالية الدراسة حول طرح التساؤل الرئيسي التالي: ما دور اذاعتنا سيرتا (fm) والزيبان المحليتان في نشر الوعي الصحي لدى الطلبة الجامعيين؟ وأي منهما له الدور الأكبر في ذلك؟

اعتمدت على الفرضيات التالية :

- 1- تولي الإذاعة المحلية سيرتا (fm) والزيبان أهمية معتبرة للمواضيع الصحية.
- 2- تقدم الإذاعة المحلية سيرتا (fm) والزيبان برامج صحية شاملة لمختلف الأمراض، تتضمن نصائح وارشادات وقائية وعلاجية لمستمعيها.
- 3- تساهم الإذاعة المحلية سيرتا (fm) والزيبان في تكوين ثقافة صحية لدى مستمعيها.
- 4- تؤدي الإذاعة المحلية سيرتا (fm) والزيبان دورا هاما في التأثير على سلوك مستمعيها لتشكيل الوعي الصحي.

اعتمدت الدراسة على مناهج عدة منها:

### - المنهج المسح الاجتماعي:

وذلك للوقوف على حيثيات الظاهرة، وأيضا بهدف تقرير واقع معين كمجتمع أو كجماعة أو لنظام محدد في فترة زمنية محددة بوقف إجراء الدراسة.

### - المنهج الإحصائي:

الاعتماد على التعميم للبيانات بحيث يجعلها أكثر دقة ووضوحا واقتربها من الواقع.

اعتمدت في جمع البيانات على المقابلة والاستمارة، وتم الاستعانة بالعينة العشوائية الطبقية وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها:

- أن نسبة الاستماع للإذاعة المحلية الزيبان ببسكرة تفوق نظيرتها المستعملة في سيرتا قسنطينة.

- أن نسبة رضا المبحوثين عن البرامج المقدمة في اذاعة سيرتا أكبر من نظيرتها بالزيبان، بينما وقت بث البرامج الصحية على الخصوص المقدمة بالإذاعتين مناسب ويغلب عليها الطابع الوقائي، لكن الحجم الساعي المتخصص لهذه الحصص غير كافي، ومستوى آدا الطاقم الإذاعي متوسطة.

- أن نسبة الاستماع للبرامج الصحية بإذاعة الزيبان أكبر منها بإذاعة سيرتا (fm)، وقد أرجعوا سبب ذلك إلى اتساع مجال الاستفادة، كما أن اللغة المستخدمة لطرح مواضيع الصحة عامية ومفهومة.

- أن جل أفراد العينة بالإذاعتين يرون بأن البرامج الصحية في أي إذاعة محلية ضرورية.

### التعليق عن الدراسة :

تتفق الدراسة مع موضوع بحثنا في مجتمع العينة (الطلبة الجامعيين) واختلفت في العينة، فهي اعتمدت العينة العشوائية الطبقية أما دراستنا على العينة الحصصية كما تختلف في

المنهج، حيث اعتمدت الدراسة على منهج الإحصائي، ومنهج المسح الاجتماعي، في حين اعتمدت دراستنا على المنهج الوصفي.

### الدراسة الثالثة :

دراسة من اعداد الباحثة "حنان الكسواني" بعنوان: دور الصحافة الأردنية اليومية في التوعية الصحية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، بجامعة الشرق الأوسط للدراسات كلية العلوم الإنسانية، قسم الإعلام، سنة 2009.

تطرقت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى دور الصحف الأردنية اليومية (الغد، الرأي والدستور) في التوعية الصحية، كان من ضمن أولوياتها وضع أجندة إعلامية، وأصبحت تتعلق بالموضوعات الصحية.

وقد اعتمدت المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام أداة تحليل المضمون والتي تضمنت عدد من فئات تحليل المضمون، بلغت ثمان فئات رئيسية من خلال عينة قصدية تمثلت في 69 عدد من الصحف اليومية التي صدرت عام 2007، وذلك للإجابة على الأسئلة التالية:

- 1- ما دور الصحف اليومية في تغطية الموضوعات المتعلقة بالتوعية الصحية؟
- 2- ما موضوعات التوعية الصحية التي تناولتها الصحف الأردنية اليومية؟
- 3- ما الأهداف التي تسعى هذه الصحف لتحقيقها وخلال نشر الإعلام الصحفي؟
- 4- ما الأنماط الصحفية المستخدمة في تغطية الموضوعات الصحية؟
- 5- من الجمهور المستهدف من وراء نشر مضامين التوعية الصحية في هذه الصحف؟

توصلت الدراسة إلى أن الاهتمام بالمواضيع الصحية للصحف اليومية الأردنية قد تزايد بشكل ملحوظ، بعد بدء حملات توعوية، خاصة بمكافحة الأمراض المستعصية، وذلك بنسبة 67% عن السنوات الماضية.

دلت هذه الدراسة إلى غياب برنامج واضح لدى هذه الصحف لتغطية مختلف المواضيع الصحية بل اقتصر الأمر على مقالات من حين إلى آخر حسب ما تفرضه الأجندة الإعلامية لكل مؤسسة.

دلت هذه الدراسة إلى تقدم جريدة الغد، على زميلتها الرأي والدستور، وذلك جراء حرصها على نشر صفحة يومية للموضوعات الصحية في ملحق حياتها.

### التعليق على الدراسة :

تتفق الدراسة مع موضوع بحثنا في الاعتماد على المنهج الوصفي، واختلفت في العينة، فهي اعتمدت العينة القصدية، أما دراستنا اعتمدت العينة الحصصية.

### الدراسة الرابعة:

دراسة من إعداد الطالبة (صابري لامية) بعنوان الحملات الإعلامية في باقة MBC ، ودورها في التوعية الدينية للشباب، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، في علوم الإعلام والاتصال، كلية الحقوق جامعة الحاج لخضر باتنة سنة 2010، انطلقت الدراسة من فكرة مفادها دور الحملات الإعلامية في باقة MBC في تحقيق التوعية الدينية للشباب وأثرها المحتملة عليهم، حيث اعتمدت التساؤلات التالية:

- ما دور الحملات الإعلامية في باقة MBC ودورها في التوعية الدينية لشباب سطيف.
- ما عادات و أنماط مشاهدة الشباب لباقة MBC وما دوافعهم لمشاهدتها؟
- هل ترتيب الحملات العالمية في باقة MBC من أولوياتهم الدينية؟
- ما هي أهم الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية لهذه التوعية الدينية لشباب سطيف ؟

وللإجابة على هذه التساؤلات اعتمدت الباحثة على منهج المسح بالعينة من خلال أدوات جمع البيانات، المتمثلة في استمارة استبيان وزعت على 302 شاب عن طريق العينة القصدية.

وتمثلت أهمية هذه الدراسة في :

- التعريف بالإعلان كوجه آخر في التعريف بالدين الإسلامي، ومحاولة ترسيخ مبادئه السمحة خاصة بعد العولمة، البث الفضائي والدعم الهائل من البرامج التي تستهدف قيم وأخلاق الشباب.

أما أهدافها فتكمن في :

- معرفة السمات الديمغرافية والخصائص الاجتماعية والثقافية لمشاهدة هذه الحملة التوعوية.
- مدى قدرتها على توجيه الشباب نحو الالتزام بمبادئ الشريعة الإسلامية.
- التعرف على درجة إقبال الشباب على هذه الحملات الدينية.
- التعرف على الآثار المعرفية الوجدانية والسلوكية للحملات الإعلانية وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التالية:
- يشاهد الشباب الحملات الإعلانية نسبة 49%، 19% وهي نسبة مرتفعة لدى الإناث أكثر من الذكور وأن حملة "أقم صلاتك"، هي أكثر الحملات التي أثارت اهتمام الشباب.
- إن أكثر المبحوثين مجبورين على مشاهدة الإعلانات في انتظار عودة البرامج بنسبة 27,53%
- يشاهد الشباب الذين نالت اعجابهم نسبة 21,41%
- تعتبر أكثر المعلومات المكتسبة من الحملات الإعلانية متعلقة بمعاملة الناس وكيفية التحاور معهم، وذلك بنسبة 37,59%، يليها 27,93% ممن يكتسبون معلومات مختلفة وكيفية ضبط النفس، والتعامل مع وساوس الشيطان 24,03% ممن يتعلمون ويكتسبون معلومات جديدة متعلقة بأداة الصلاة، وتأتي في الأخير نسبة 10,44% ممن يكتسبون معلومات متعلقة باللغة واكتساب عبارات ومفردات.

- أما نسبة 66,09% من أفراد العينة، يوافقون على أن الحملات الإعلانية الدينية حسنت من أدائهم للصلاة، وأن نسبة 84,54%، يرون أن هذه الحملات حسنت من طريقة تعاملهم مع الغير.

### نقد الدراسة :

تتفق الدراسة مع موضوع بحثنا في الاعتماد على المنهج الوصفي، الذي يتلائم مع هذا النوع من المواضيع، واختلفت في العينة، فهي تخصصت في فئات السائقين، أما دراستنا كانت على عينة من الطلبة الجامعيين.

### الدراسة الخامسة:

دراسة من إعداد الدكتور "علي بن ضبيان الرشيدي"، دراسة ميدانية بمدينة الرياض، بعنوان "فعاليات الحملات المرورية التوعوية"

تركزت اشكالية الدراسة في محاولة معرفة فعاليات الحملات المرورية التوعوية، ولقد هدفت الدراسة إلى معرفة ما يلي:

- ماهي العوامل الأكثر تأثيرا في الحملات المرورية التوعوية على أفراد الدراسة.
- ماهي المعطيات الأكثر تأثيرا في الحملات المرورية الميدانية (الضبطية على الأفراد).
- رصد النتائج الإحصائية الميدانية في إدارات المرور خلال فترة الحملة، مقارنة مع نفس الشهر من العام الماضي.
- التعرف على مدى تأثير الحملات التوعوية والميدانية على أفراد الدراسة، باختلاف خصائصهم الديمغرافية.

إعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وأجريت الدراسة قوامها 305 مفردة من الجمهور المستهدف للحملة التوعوية الخامسة من السائقين المراجعين لشعب الرخص التابعة لإدارة مرور الرياض.

وبعد أن عرض الباحث حملات التوعية المرورية وأهدافها وأنواعها وما ينبغي أن يشترط في شعارها وأبعادها ومراحلها، ووسائل الإعلام المستخدمة في الحملة وأنواع تأثيراتها، عرض اجراءات دراسته من خلال جداول واحصائيات، ثم عرض نتائج تحليلها.

هذه النتائج جاءت على النحو التالي:

- اتضح من خلال الدراسة أن الغالبية العظمى من أفراد الدراسة يرون أن الحملة التوعوية مفيدة جدا، أي أنهم يرون ضرورة استمرار الحملات التوعوية العائد الفائد المرجو منها.
- يرى معظم أفراد الدراسة ضرورة استمرار الحملات المرورية الميدانية
- ضرورة الإهتمام بالجانب المعرفي عند اعداد الرسائل الإتصالية، خصوصا ما تعلق منها بالأنظمة المرورية، حيث اتضح أن الحملة التوعوية المدروسة لم تعطي هذا الجانب حقه في البروز الإعلامي.
- وجود فروق في استجابات أفراد العينة حسب المهنة، حيث كانت درجة الإدراك للقطاع الخاص أكثر من إدراك الطلاب والموظف الحكومي.
- ضرورة مراعاة الفروق البينية للمستهدفين من الحملات المرورية التوعوية، عند اعداد الرسائل الإتصالية، حيث يتم مراعاة هذه الفروق حسب الشريحة المستهدفة.

### نقد الدراسة الخامسة:

تتفق الدراسة مع موضوع بحثنا، في الإعتماد على المنهج الوصفي الذي يتلاءم مع هذا النوع من المواضيع، وبالتالي، اجتمعت كل منهما، في استعمال نفس الأدوات لجمع البيانات،

واختلفت في العينة، فهي اعتمدت العينة القصدية، اما دراستها اعتمدت العينة الخصصية كما اختلفت كل منهما في المجال المكاني والزمني.

### الدراسة السادسة :

دراسة من اعداد الطالبة "هيبه شعوة"، بعنوان: دور القناة الإذاعية الأولى في التوعية المرورية-دراسة تحليلية ميدانية- مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة 2007/2006.

تمحورت اشكالية الدراسة حول معرفة دور الإذاعة الوطنية، متمثلة في القناة الأولى في التوعية المرورية للسائقين ورجال الأمن.

واندرج ضمنها جملة من التساؤلات منها ما يتعلق بالجزء التحليلي للدراسة، ومنها ما خصص للجزء الميداني، وفيما يلي عرض لأسئلة الجزء الميداني للدراسة:

- ما مدى اقبال السائقين ورجال الأمن على برامج التوعية المرورية؟
- ما مدى أهمية برامج التوعية المرورية لدى السائقين ورجال الأمن؟
- ما مكانة الإذاعة كأحد المصادر التي يعتمد عليها السائقون في الحصول على معلومات مرورية؟
- ما مدي تأثير برامج التوعية المرورية بالإذاعة الوطنية على الجوانب المعرفية والوجدانية والسلوكية للسائقين؟
- ما هي اقتراحات السائقين ورجال الأمن من أجل الوقاية من حوادث المرور؟

واعتمدت الدراسة على أداتين لجمع البيانات والمعلومات، فاعتمدت على أداة تحليل الموضوع، لتحليل البرامج الخاصة بالتوعية المرورية، وخصت برنامجي "ضوابط مرورية"، "مع

السلامة"، وعلى الإستمارة كأداة لجمع البيانات من السائقين، ورجال الأمن ولقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج من بينها:

- احتلال التلفزيون والإذاعة المراتب الأولى في ترتيب وسائل الإعلام المفضلى للتوعية المرورية.
- بينت الدراسة وجود اقبال على الإستماع إلى الإذاعة من طرف السائقين وعلى رأسها الإذاعة الوطنية.
- بينت الدراسة أن أكثر الأماكن التي يستمع فيها السائقين للإذاعة هي المركبة وذلك بنسبة تجاوزت 73%، وأن الفترة الصباحية هي أفضل الفترات للاستماع لبراج التوعية المرورية.
- تفضل نسبة معتبرة من السائقين تقديم برامج التوعية المرورية من طرف الرجال.
- فيما يتعلق باللغة فقد احتلت اللغة "الفصحى" المركز الأول في تفضيلات الجمهور للغة البرامج التوعوية، في حين احتلت "الدارجة" المركز الثاني، والفرنسية المركز الثالث.
- بينت الدراسة أن برامج وحملات التوعية ساهمت في اقناع السائقين بتجنب الإفراط في السرعة، حيث فاقت نسبة المقتنعين 88%، وهي نسبة اعتبرتها الباحثة مبالغ فيها.
- بينت الدراسة أن برامج التوعية ساهمت في اقناع أزيد من 91% من أفراد العينة بالإستخدام الإرادي لحزام الأمن، دون مراقبة رجال المرور.
- اعتبر الأسلوب العلمي أفضل الأساليب الإقناعية، والأكثر تأثيرا على السائقين ثم أسلوب التخويف ثم الأمر، أما الأسلوب الهزلي فقد احتل المرتبة الأخيرة ونسبة ضئيلة جدا.
- اعتبر أفراد العينة أن الأسرة والمدرسة ووسائل الإعلام، هم الجهات المعنية بشكل كبير بالتوعية المرورية، في حين قللوا من أهمية رجال الأمن في هذه العملية.
- خلصت الدراسة أن السائقين اتجاء سلبي، اتجاء قانون المرور واتجاه رجال الأمن الأمر الذي يفوض على مختلف وسائل الإعلام خاصة الإذاعة، تحسين هذه الصورة.

- يرى المبحوثين أن برامج التوعية المرورية يتخللها عدد من النقائص منها: عدم ملائمة مواقيت البث وقلة المدة الزمنية المخصصة لمثل هذه الموضوعات، وكذا أضعف الأساليب الإقناعية والتركيز على عيوب السائقين دون عيوب المسؤولين.

### نقد الدراسة:

تتفق الدراسة مع موضوع بحثنا في أداة من أدوات (استمارة الإستبيان)، واختلفت في العينة، فهي تخصصت في فئة السائقين، أما دراستنا كانت على عينة من الطلبة الجامعيين كما اختلفت كل منهما في المجال الزمني والمكاني.

### الدراسة السابعة :

دراسة من اعداد الطالبة "نبيلة بوخيزة"، بعنوان تطبيقات تقنيات الإتصال العمومي المطبقة في الحملات الإعلامية-دراسة نظرية أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والإتصال، قسم علوم الإعلام والإتصال، جامعة الجزائر 2006/2007.

تمحورت اشكالية الدراسة حول مدى فعالية الإتصال العمومي في الجزائر، وكيف يتم تطبيقها في ميدان الوقاية من الحوادث المنزلية الناجمة عن تسرب الغاز والتكهرب، مع التطرق إلى تقنيات الإقناع في الحملات العمومية وأثر الرسالة التحسسية التي تعدها مؤسسة "سونالغاز"، على جملة من الأفراد القاطنين بالعاصمة، ولخصت الباحثة اشكالية بحثها في التساؤل التالي : إلى أي مدى ساهمت الرسائل الوقائية للحملات الإعلامية العمومية المتلفزة لحساب شركة "سونلغاز"، في تحسين أفراد الجمهور وتوعيتهم وتنقيفهم لمتطلبات الوقاية من الحوادث الناجمة من تسربات الغاز والتكهرب، ولمعالجة هذه الإشكالية فككت الباحثة هذا التساؤل الرئيسي إلى عدة تساؤلات فرعية، وهذا في محاولة منها، بتسليط الضوء على مختلف جوانب الظاهرة المدروسة، وهي كما يلي :

- ما مدى متابعة الجمهور المستجوب للإعلانات المتلفزة المكافحة للحوادث الناجمة عن تسرب الغاز والتكهرب؟
- ما هي آراء الجمهور المستجوب حول الإجراءات الوقائية التي تقدمها شركة "سونلغاز" عبر التلفزيون؟
- هل تساهم الحملات الإعلامية العمومية التي يقدمها التلفزيون الجزائري في إحداث تغيير في السلوكيات نحو الحوادث الناجمة عن تسرب الغاز والتكهرب؟
- هل يتحصل الجمهور المبحوث على معلومات ومعارف من خلال تعرضه لهذه الإعلانات؟
- ماهي الأساليب الإقناعية التي يفضلها أفراد الجمهور المبحوث للإقناع بالنصيحة الإجتماعية المتلفزة؟
- هل تتميز الإعلانات العمومية المتلفزة اهتمام أفراد الجمهور المبحوث وانتباهه؟
- هل يتم تصميم هذه الإعلانات من طرف "سونلغاز" وفق الأساليب العلمية؟
- اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وتم اختيار العينة القصدية، وهي نوع من العينات الإحتمالية، والذي بلغ عدد مفرداتها 300 مفردة، موزعة على أحياء سكنية متباينة من الناحية الإجتماعية، خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:
- أكد أغلب أفراد العينة على عدم كفاية المدة المخصصة لهذه الإعلانات، وكذا عدم مناسبة وقت بثها، وفضلت غالبيتهم أن يكون تقديم هذه الإعلانات بشكل يومي.
- احتلت "العامية" أو "الدارجة" المرتبة الأولى في اللغات المفضلة لدى أفراد المجتمع المدروس، وذلك باختلاف مستوياته التعليمية والإجتماعية، وكذا باختلاف جنسهم وسنهم.

- عدم استعمال الحجج العلمية والصحية، وإهمال الأسلوب العلمي الذي يرى فيه المبحوثين قدرة عالية على الإقناع.
- لا تجد غالبية العينة المدروسة فرقا في تقديم الإعلانات، من طرف الرجال أو النساء، كما يعتبرون أن تقديم هذه الإعلانات بشكل نصائح وإرشادات، هي أحسن طريقة لإظهار أن هناك اهتمام بالجمهور، وحرصا على مصالحه من وجهة نظرهم، يلي ذلك أسلوب التخويف ثم الأسلوب الفكاهي، وبنسبة أقل أسلوب الأمر.

### التعليق على الدراسة :

تتفق الدراسة مع موضوع بحثنا في أدوات جمع البيانات، واختلفت في العينة، حيث اعتمدت العينة القصدية، في حين اعتمدت دراستنا على العينة الحصصية كما اختلفت كل منهما في المجال المكاني والزمني.

### • منهج الدراسة :

تختلف المناهج باختلاف المواضيع، ولكل منهج وظيفته وخصائصه التي يستخدمها كل واحد. فهو عبارة عن جملة من الخطوات المنظمة، التي يجب على الباحث اتباعها في إطار الإلتزام بتطبيق قواعد معينة، تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة.(1).

وبما أن دراستنا تتمحور حول دور الحملات الإعلامية عبر الرسائل النصية الهاتفية في التقليل من المخاطر لدى الطلبة الجامعيين، فإنها تندرج ضمن الدراسات الوصفية التي تعتمد على وصف الظاهرة وعناصرها وعلاقاتها في الوضع الراهن، من خلال جمع المعلومات والبيانات واستخلاص دلالاتها، وتعميمها عن الظاهرة المدروسة.

الدراسات الوصفية هي التي يتم فيها دراسة الوضع الراهن للظاهرة أو الظواهر المبحوثة سواء كانت صلة بموقف معين أو مجموعة من الناس أو بأحداث معينة، أو بأوضاع مختلفة، دراسة

تصويرية دقيقة من حيث العناصر المكونة لها، وطبيعة العلاقات السائدة فيها ونوع فئاتها المختلفة، أي أن الهدف الأول والنهائي للأبحاث الوصفية هو الحصول على معلومات كافية ودقيقة عن الموضوع محل الدراسة كما هو الحيز الواقع(2).

ووعيا منا بأن اختيار المنهج لا يأتي قبيل الصدفة أو العشوائية أو رغبة الباحث في اختيار منهج معين، بل أن موضوع الدراسة وأهدافها هما اللذان يفرضان نوع المنهج، لذلك تم اعتماد منهج المسح في دراستنا، كونه يناسب أكثر من طبيعة الدراسة وأهدافها، والمنهج المسحي يعتبر واحد من المناهج الأساسية بل أكثر شيوعا في البحوث الوصفية والدراسات المسحية هي دراسات ملمة، ومحاولة منظمة لجمع البيانات وتحليل وتفسير وتقرير الوضع الراهن لموضوع ما في بيئة محددة ووقت معين، أي أن البحث المسحي ينص على الوقت الحاضر كما أنه يهدف إلى الوصول إلى بيان، يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها، وذلك للإستفادة منها مستقبلا، وتنوع الدراسات المسحية في درجة تعقيدها، فمنها ما يهدف إلى جمع بيانات تكرارية بسيطة(3).

### • مجتمع البحث وعينة الدراسة:

#### مجتمع البحث:

تعرف هذه الجزئية بمجتمع البحث، إذا تقدم عنه لمحة بشرية وتحدد المجال الزمني الذي تمت دراسته فيه كما توصف العينة.

#### تعريف مجتمع البحث:

هو المجتمع المستهدف، الذي يصعب الوصول إليه بضخامته، فيتم التركيز على المجتمع المتاح، أو الذي يمكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة مصر، 2004، ص 130

يعرف في الدراسات الميدانية بأنه مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراسته فهو المجتمع الأكبر الكلي الذي يتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته<sup>2</sup>، إذ يمثل جمع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها، فقد يكون مجموعة من البشر إذا تمثل موضوع البحث في دراسة حجم الأسرة وعلاقتها مثلا بمستوى الدخل، أو قد يمثل سكان مدينة أو قرية ما ويتم الوصول إليه من خلال المجتمع المتاح الذي قد تمثله قائمة، خريطة، أو أي وسيلة أخرى تشمل كل وحدات المعاينة للمجتمع المستهدف<sup>3</sup>.

ومجتمع البحث في دراستنا يشمل الطلبة الجامعيين لجامعة العربي التبسي-تبسة-

### عينة الدراسة:

إن نجاح الدراسة في كل البحوث العلمية يتوقف على الإختيار الدقيق للعينة الصائب لها

### تعريف العينة:

" مجموعة جزئية من المجتمع، ولها نفس خصائص المجتمع الأصلي الذي تنتمي إليه"<sup>4</sup>  
كما تعرف أيضا على أنها:

عبارة عن عدد محدود من المفردات التي يتعامل الباحث معها منهجيا ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة، يشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص، والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع<sup>5</sup>.  
وكون المجتمع متاح متجانس في مفرداته قمنا بإعتماد العينة.....

<sup>2</sup>- المرجع نفسه، ص 131.

<sup>3</sup>- عاطف عدلي العبد وزكي أحمد عزمي: الأسلوب الإحصائي وإستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، دارالفكر العربي، القاهرة، ط1، 1993، ص157.

<sup>4</sup>- خالد حامد: منهج البحث العلمي، دار الريحانة، الجزائر، 2003، ص 43.

<sup>5</sup>- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص 130

### • أدوات جمع البيانات:

للبحث العلمي أدواته التي تساعد الباحث في بحثه وترتبط هذه الأدوات بموضوع البحث والمنهج المستخدم في الدراسة، ويتوقف نجاح الباحث إلى حد كبير على استخدام أدوات البحث فعليه الإحاطة جيدا بالأدوات والطرق التي يستخدمها الوصول إلى نتائج مرضية بأقل جهد وتكاليف.

وهناك الكثير من الوسائل التي تستخدم للحصول على البيانات ويمكن استخدام عدد من هذه الوسائل معا في البحث لتجنب عيوب أحدها لدراسة الظاهرة من كافة الجوانب وعموما يتعين إن تقييم هذه الأدوات المختلفة لجمع البيانات وفي ضوء كفاءه كل منها في القيام بالوظيفة التي إختبرت لها ويمكن حصرها في الإستمارة "الأستبيان" الملاحظة، المقابلة ، تحليل المحتوى، التحليل الإحصائي، التجريب.

وإنطلاقا من طبيعة بحثنا تطلب منا الإعتماد على إستمارة الإستبيان وهذا بهدف الوصول إلى نتائج حقيقة وموضوعية.

### تعريف إستمارة الإستبيان :

تعتبر إستمارة البحث من أكثر أدوات جمع البيانات إستخداما وشيوعا في البحوث، ويرجع ذلك إلى الميزات التي تحققها هذه، سواء بالنسبة لإختصار الوقت أم التكلفة أم سهولة معالجة بياناتها إحصائيا، وإستمارة البحث نموذج يضم أسئلة توجه إلى المبحوثين من أجل الحصول على معلومات حول موضوع أو المشكلة أو موقف يتم ملؤها مباشرة وتسمى إستبيان، يطلب من المبحوث الإجابة عنها مباشرة، وقد ترسل عن طريق البريد وتسمى الإستبيان البريدي، وتقسم هذه الأسئلة إلى بيانات تربط بطبيعة الموضوع بحيث يتعلق كل نوع من أنواع البيانات بجانب من جوانب الموضوع أو بمتغير من متغيرات البحث ومن الشروط الأساسية للسؤال الجيد هو إرتباط الوثيق بمشكلة البحث وفرضياته، بحيث تتعلق كل مجموعة من الأسئلة

باختيار فرضية معينة وذلك بهدف الحصول على الإجابة الدقيقة ويمكن توضيح علاقة أسئلة الإستمارة بفرضيات البحث<sup>6</sup>.

### • مجالات الدراسة :

من أجل تحقيق أهداف الدراسة وضمان التحكم فيها، حددنا مجالات الدراسة التي ذكرها كثير من الباحثين الاجتماعيين، وهي المجال الجغرافي (المكاني) والمجال الزمني<sup>7</sup>. وهي في دراستنا كمايلي:

➤ **المجال المكاني:** أجريت هذه الدراسة الميدانية بجامعة تبسة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية على عينة من الطلبة الجامعيين.

➤ **المجال الزمني:** تم الشروع في هذه الدراسة مع بداية شهر نوفمبر سنة 2019 إلى غاية أواخر شهر أوت من سنة 2020، وانقسمت دراستنا إلى 03 مراحل.

### • المجال الزمني للإطار المنهجي:

ونقصد به الإنطلاقة الأولى للدراسة بعد اختيار الموضوع والموافقة عليه حيث كانت المدة الزمنية الخاصة بهذا الإطار خلال شهر نوفمبر وديسمبر 2019.

### • المجال الزمني للإطار النظري:

وهو جزء مهم من الدراسة حيث قمنا فيه بجمع المادية العلمية التي تخدم الموضوع، وتم البحث فيه في الفترة الممتدة من شهر جانفي إلى غاية شهر مارس.

<sup>6</sup> - خالد حامد: منهج البحث العلمي، دار ربحانة للنشر والتوزيع، د.ط، 2013، ص 131

<sup>7</sup> - محمد منير حجاب: أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية، دار الفجر، القاهرة، د.ط، ص 44.

### • المجال الزمني للإطار التطبيقي:

وهي آخر مرحلة في الدراسة حيث قمنا بانجاز الإستمارة في شهر جويلية 2020، ثم تليها مرحلة توزيع الإستمارات حيث قمنا بتوزيعها إلكترونياً وهذا راجع إلى الأزمة الناجمة عن فيروس كوفيد 19 إعترضتنا العديد من العراقيل ومن أبرزها صعوبة التواصل مع الطلبة، ثم تفرغ وتحليل بيانات الاستمارة.

# الإطار النظري للتطبيق في الدراسة

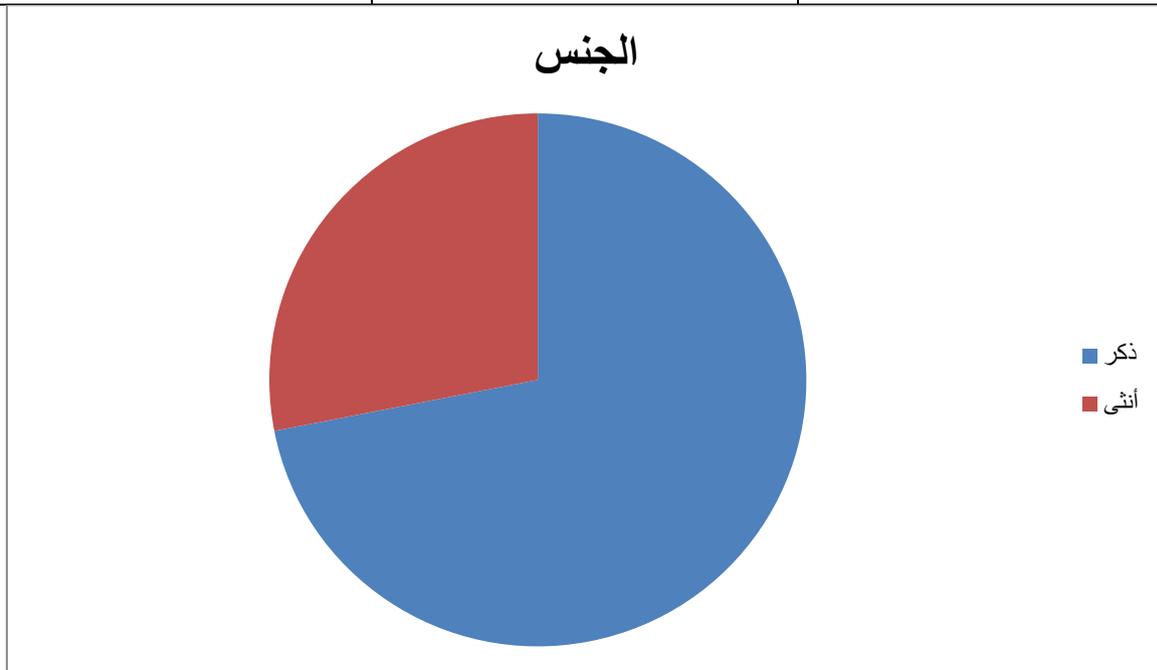
### تفريغ وتحليل بيانات الدراسة الميدانية:

يحتوي هذا الجزء من الدراسة على تفريغ وتحليل بيانات الدراسة الميدانية إلى المعطيات والمعلومات التي تم الحصول عليها من إستمارات الإستبيان التي قمنا بتوزيعها على المبحوثين، وقد تم تبويب الإجابات في شكل جداول تحمل تكرارات ونسب مئوية، تم التعليق عليها كما وكيفا، ومن ثم إيجاد تفسيرات ذات لتلك الإجابات.

### البيانات العامة:

#### الجدول رقم 01: الجنس

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
ذكر	37	37%
انثى	63	63%
المجموع	100	100%

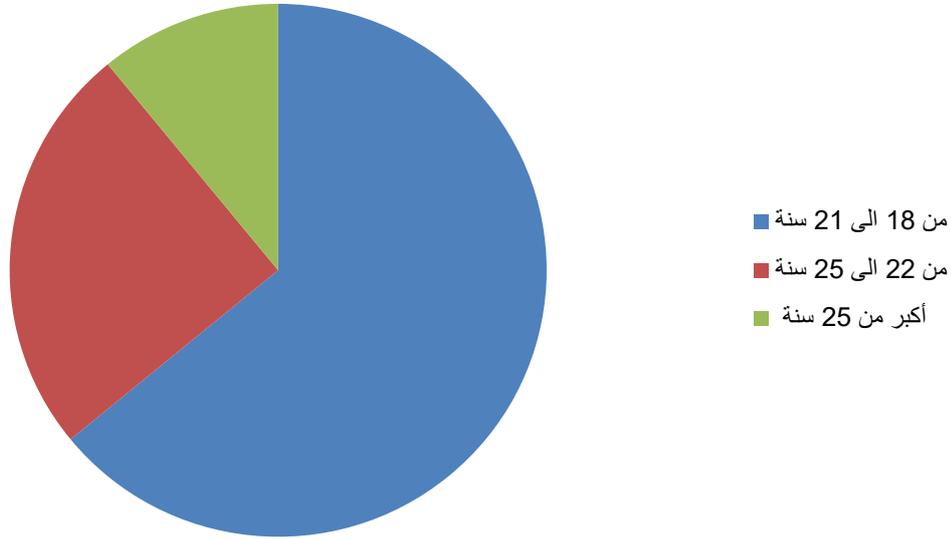


من خلال قرائتنا للجدول اعلاه، والذي يمثل جنس المبحوثين يتضح لنا أن نسبة الاناث فاقت نسبة الذكور، حيث جاءت بمعدل 63%، من مجموع أفراد العينة في حين بلغت نسبة 37%، هذا ما يمكن تقديره ، لكون النسبة العالية من طلبة الجامعة اناث .

### جدول رقم 02: يوضح توزيع أفراد العينة حسب سن المبحوثين

الاحتمالات	التكرار	النسبة%
من 18 الى 21 سنة	50	50%
من 22 الى 25 سنة	35	35%
اكبر من 25 سنة	15	15%
المجموع	100	100%

### توزيع أفراد العينة حسب سن المبحوثين



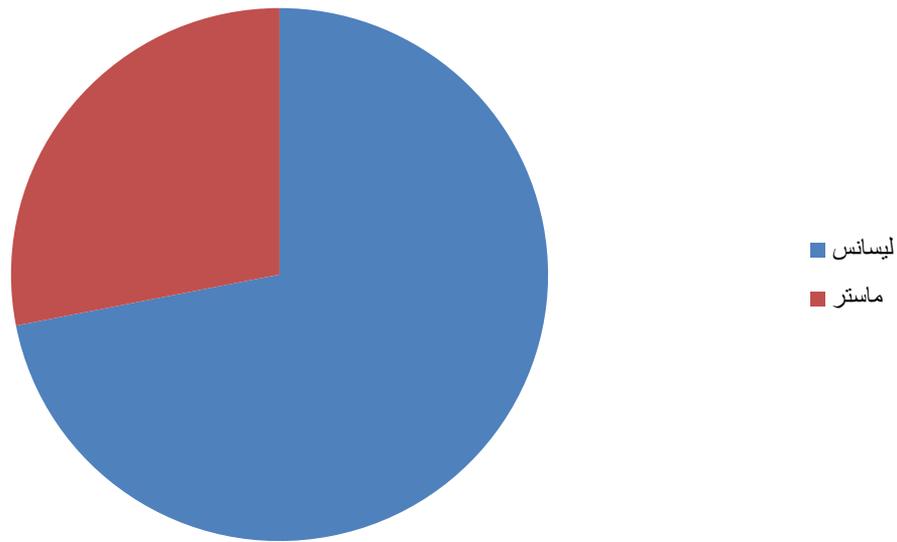
من خلال قرائتنا للجدول أعلاه، الذي يوضح سن المبحوثين يتضح لنا أن أغلب الطلبة تتراوح أعمارهم من 18 الى 21 سنة، بمعدل 50% من مجموع افراد العينة، تليها فئة الطلبة

الذين تتراوح اعمارهم من 22 الى 25 سنة، بمعدل 35% أما نسبة الطلبة الأكبر من 25 سنة تقدر نسبتهم بمعدل 15 .

الجدول رقم 03: يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي

النسبة%	التكرار	الاحتمالات
55%	55	ليسانس
45%	45	ماستر
100%	100	المجموع

توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي



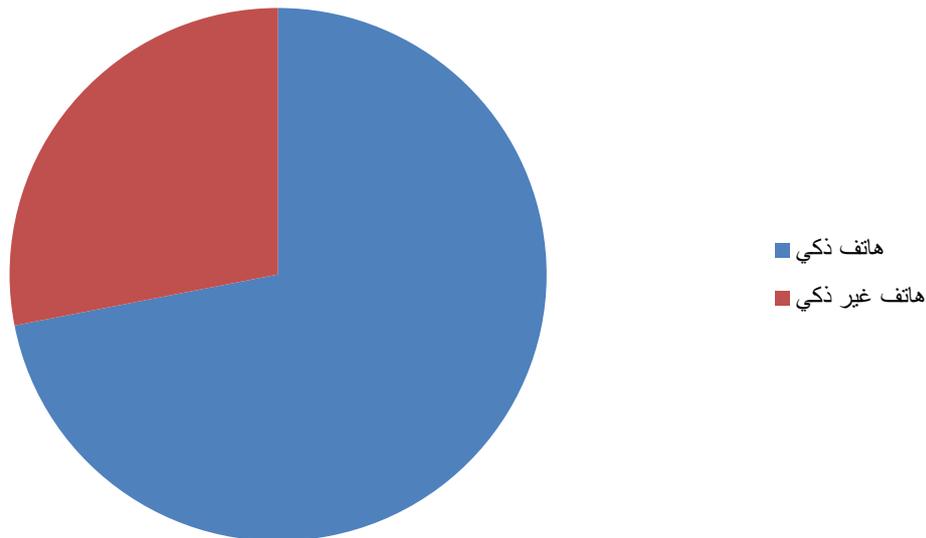
من خلال قرائنتنا للجدول أعلاه، والذي يمثل المستوى الجامعي للمبحوثين، يتضح لنا أن 55 مفردة من مجتمع العينة وبنسبة 55% ، ذو مستوى جامعي ليسانس، في حين باقي المفردات 45 مفردة بنسبة 45% ذو مستوى ماستر وهذا يدل على أن الفئة الغالبة هي لقسم فئة ليسانس وذلك لأن طور الماستر غير متاحة لجميع الطلبة، وإنما يخضع لشروط كمية وكيفية.

المحور الأول: تعرض جمهور الطلبة للرسائل النصية الهاتفية

الجدول رقم 04: ما هو نوع الهاتف المستخدم لديك:

النسبة %	التكرار	الاحتمالات
55%	55	هاتف ذكي
45%	45	هاتف غير ذكي
100 %	100	المجموع

ما هو نوع الهاتف المستخدم لديك؟

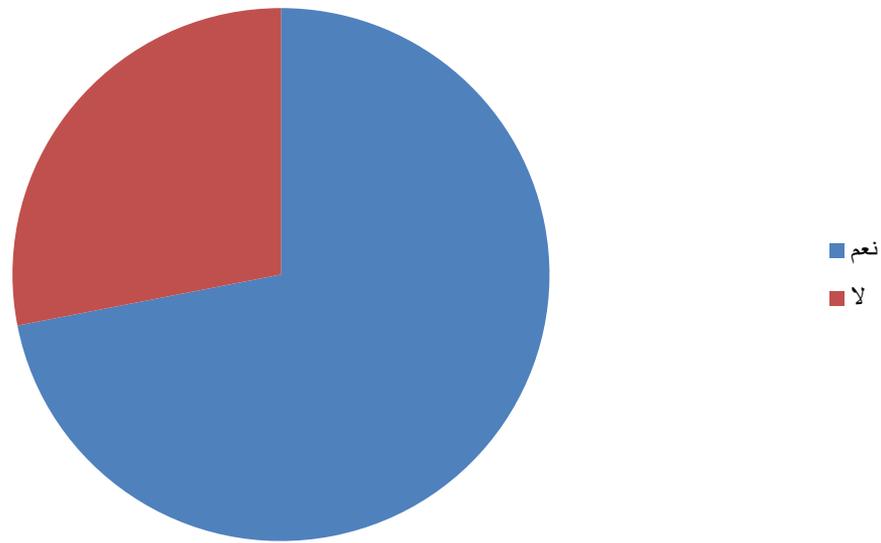


من خلال قرائتنا للجدول أعلاه، والذي يمثل نوع الهاتف المستخدم لدى الطلبة، يتضح لنا أن 55 مفردة من مجتمع العينة وبنسبة 55% يستخدمون هواتف ذكية في حين المفردات 45 مفردة بنسبة 45% يستخدمون هواتف غير ذكية وهذا يدل على أن أغلبية الطلبة يستخدمون هواتف ذكية، وذلك راجع لاستخدام الطلبة للهواتف الذكية لتحميل الكتب الالكترونية، بالإضافة الى استعماله في مواقع التواصل الاجتماعي والتصوير.

الجدول رقم 05: هل تعتبر أن نوع الهاتف يدعم الرسالة النصية:

النسبة %	التكرار	الاحتمالات
100%	100	نعم
0%	0	لا
100 %	100	المجموع

هل تعتبر أن نوع الهاتف يدعم الرسالة النصية

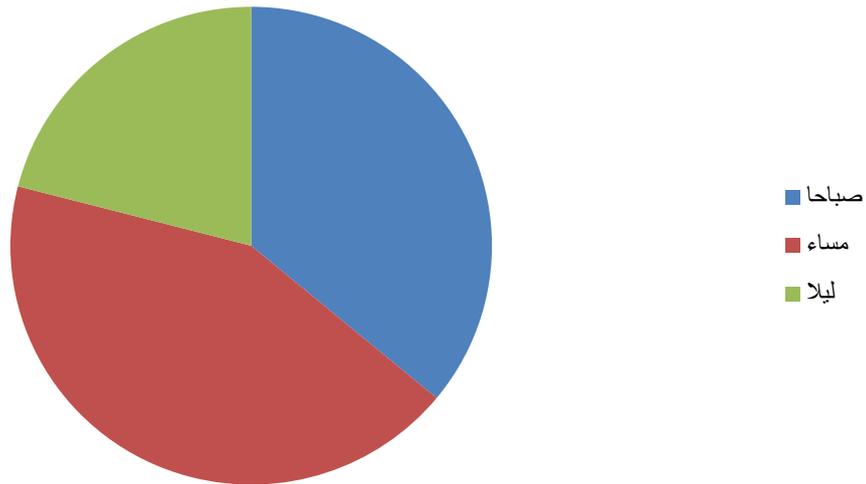


من خلال قرائتنا للجدول اعلاه و الذي يمثل اراء الطلبة في مدى دعم الهاتف الذي يملكونه للرسالة النصية يتضح ان 100 مفردة من مجتمع العينة و بنسبة 100% يعتبرون نوع الهاتف الذي يملكونه يدعم الرسالة النصية هذا لان جميع الهواتف الذكية و الغير ذكية تتوفر على تطبيق الرسائل النصية.

الجدول رقم 06: ماهي الاوقات التي يتم فيها استقبال الرسائل النصية الهاتفية؟

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
صباحا	36	36%
مساء	43	43%
ليلا	21	21%
المجموع	100	100%

ماهي الاوقات التي يتم فيها استقبال الرسائل النصية الهاتفية؟



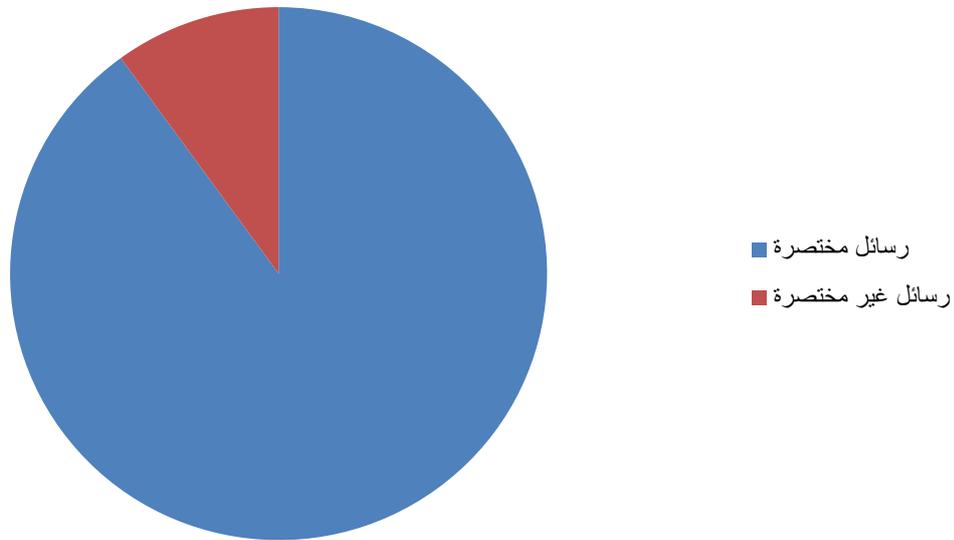
من خلال قرائتنا للجدول أعلاه، والذي يمثل الاوقات التي يتم فيها استقبال الرسائل النصية الهاتفية، يتضح لنا أن 43 مفردة بنسبة 43% يستقبلون الرسائل النصية في الفترة المسائية، فيما قدرت بنسبة 36% أما بنسبة 21% يستقبلون الرسائل النصية ليلا ويبدو هذا الترتيب منطقيا.

حيث أن استقبال الرسائل صباحا يمكن تفسيره بأن معظم الطلبة مرتبطون بالجامعة والدراسة في الفترة الصباحية لأنها ساعات مخصصة للدراسة، في حين نسبة 43% مساء والتي تعتبر أكبر نسبة لاستقبال الرسائل في الفترة المسائية وهذا لأن الطالب يكون قد أنهى دراسته.

الجدول رقم 07: ما هو نوع الرسائل النصية الهاتفية

النسبة %	التكرار	الاحتمالات
90%	90	رسائل مختصرة
10%	10	رسائل غير مختصرة
100%	100	المجموع

ما هو نوع الرسائل النصية الهاتفية



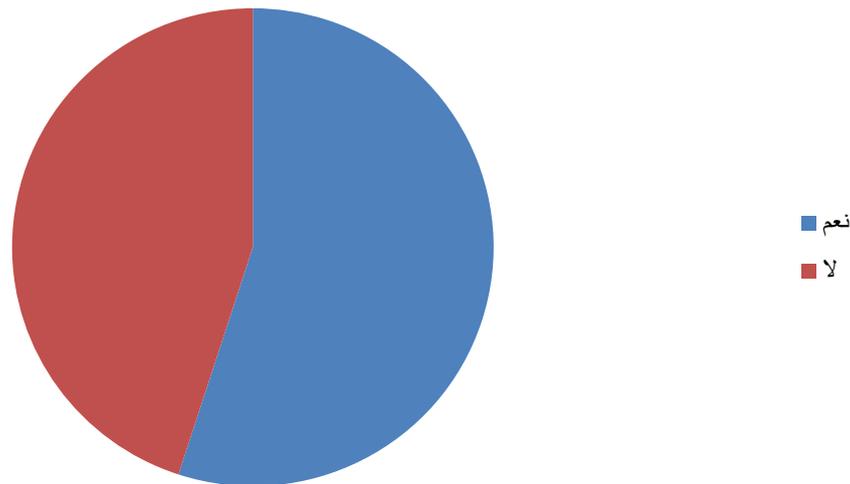
من خلال قرائتنا للجدول اعلاه و الذي يمثل نوع الرسائل النصية يتضح لنا ان 90 مفردة بنسبة 90% يتفقون على ان الرسائل النصية مختصرة اما بنسبة 10% من مجتمع الدراسة يتفقون على ان الرسائل غير مختصرة.

المحور الثاني: تقييم الطلبة لمحتوى الرسائل النصية

الجدول رقم 08: هل تعتبر أن الرسائل النصية الهاتفية مفيدة للتقليل من المخاطر الامنية؟

النسبة%	التكرار	الاحتمالات
55%	55	نعم
45%	45	لا
100%	100	المجموع

هل تعتبر أن الرسائل النصية الهاتفية مفيدة للتقليل من المخاطر الامنية؟

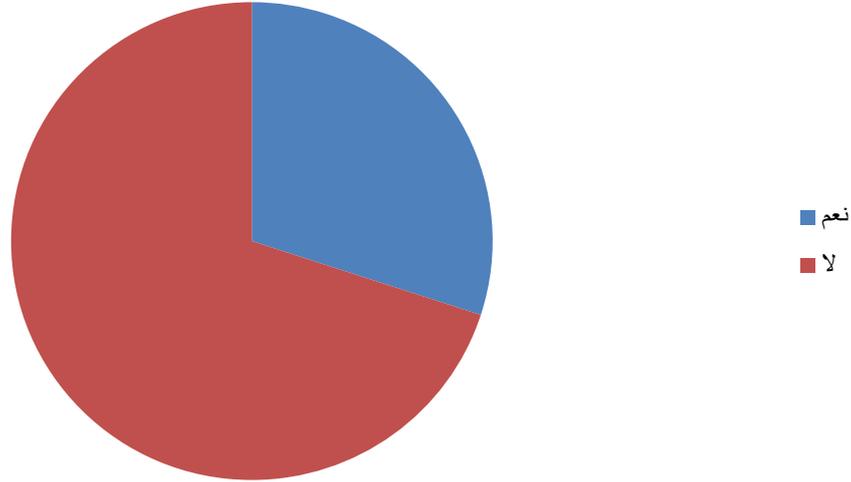


من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل مدى اعتبار الرسائل النصية الهاتفية مفيدة للتقليل من المخاطر الأمنية لدى الطلبة يتضح لنا أن 55 مفردة بنسبة 55 % يعتبرون الرسائل النصية الهاتفية مفيدة للتقليل من المخاطر الامنية، وهذا يدل على أن الرسائل النصية الهاتفية غير كافية لوحدها لتقليل المخاطر الأمنية بل يجب استخدام العديد من الوسائل الاتصالية للتقليل من المخاطر.

الجدول رقم 09: في رأيك هل الرسائل النصية الهاتفية تزيد من الحيطة الأمنية ؟

النسبة %	التكرار	الاحتمالات
30%	30	نعم
70%	70	لا
100%	100	المجموع

في رأيك هل الرسائل النصية الهاتفية تزيد من الحيطة الأمنية ؟

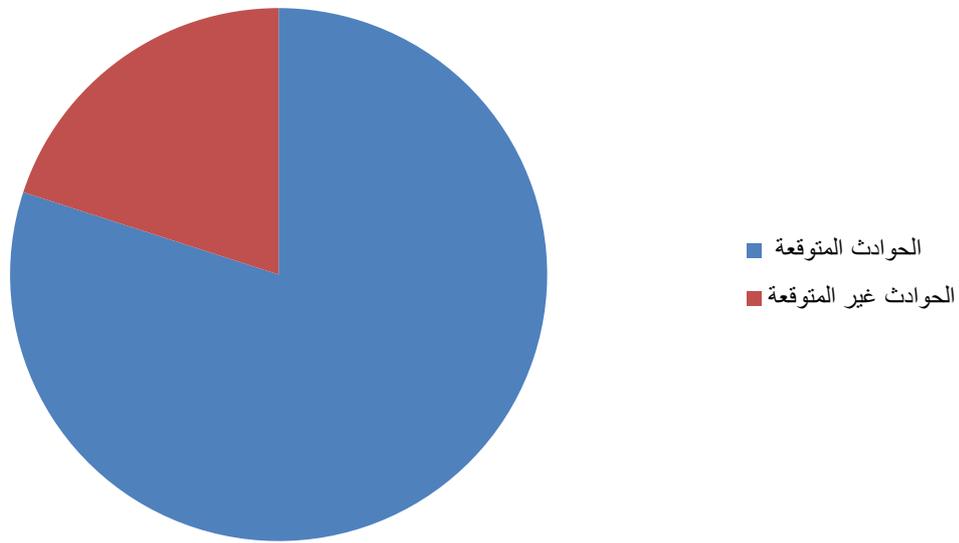


من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل رأي الطلبة في مدى أهمية الرسائل النصية الهاتفية في زيادة الحيطة الأمنية، يتضح لنا أن 30 مفردة بنسبة 30% يتفقون أن الرسائل النصية الهاتفية تزيد من الحيطة الأمنية أما 70 مفردة بنسبة 70% يرون عكس ذلك، حيث يرون أن الرسائل النصية حيث يرون أن الرسائل النصية الهاتفية لا تزيد من الحيطة الأمنية، هذا يدل على أن الرسائل النصية الهاتفية لوحدها لا تزيد من الحيطة بل يجب استخدام وسائل اتصالية أخرى.

الجدول رقم 10: هل ترى أن الرسائل النصية تعبر عن تطلعاتك بالنسبة؟

النسبة	التكرار	الاحتمالات
80%	80	الحوادث المتوقعة
20%	20	الحوادث غير المتوقعة
100%	100	المجموع

هل ترى أن الرسائل النصية تعبر عن تطلعاتك بالنسبة؟

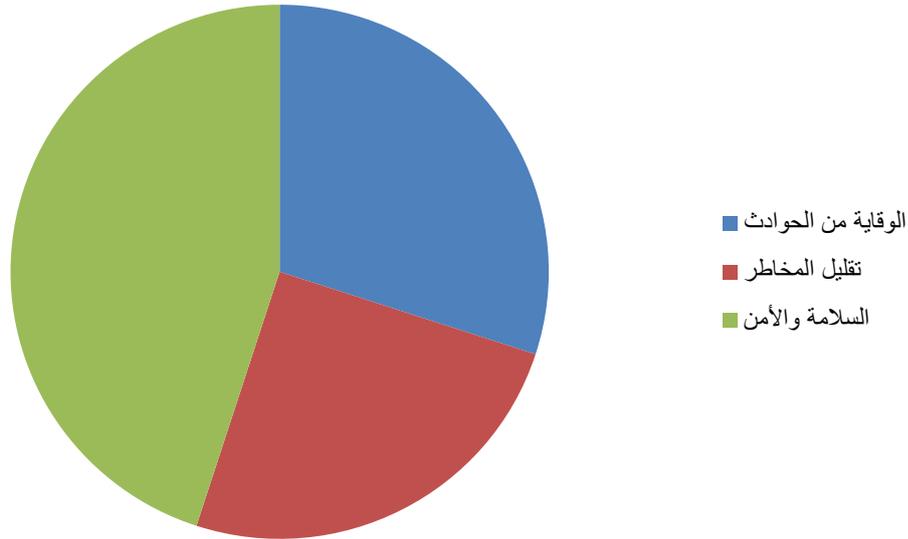


من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل رأي الطلبة فيما إذا كانت الرسائل النصية الهاتفية تعبر عن تطلعاتهم بالنسبة للحوادث المتوقعة أو الحوادث غير المتوقعة، يتضح لنا أن 80 مفردة بنسبة 80% يرون أن الرسائل النصية تعبر عن تطلعاتهم فيما أن 20 مفردة بنسبة 20% يرون أن الرسائل النصية الهاتفية تعبر عن تطلعاتهم بالنسبة للحوادث غير المتوقعة.

الجدول رقم 11: في رأيك ماذا تتوقع أن تعرض عليك الرسائل النصية؟

النسبة	التكرار	الاحتمالات
30%	30	الوقاية من الحوادث
25%	25	تقليل المخاطر
45%	45	السلامة والأمن
100%	100	المجموع

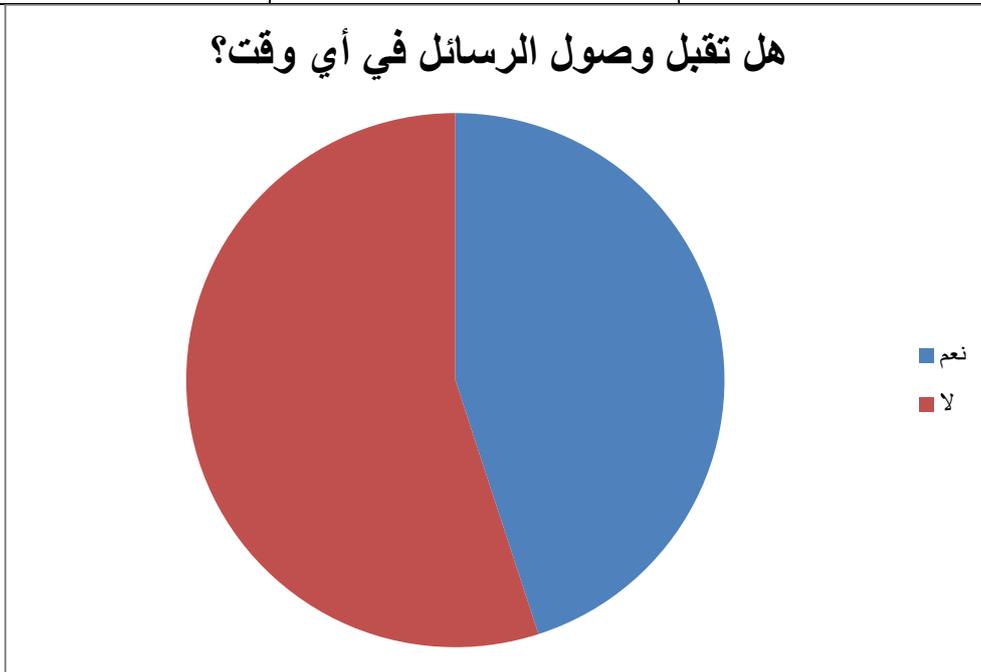
في رأيك ماذا تتوقع أن تعرض عليك الرسائل النصية؟



من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل توقعات الطلبة لما تعرضه عليهم الرسائل النصية، يتضح لنا أن 30 مفردة بنسبة 30% يتوقعون أن تعرض عليهم الرسائل النصية للوقاية من الحوادث، فيما 25 مفردة بنسبة 25% يتوقعون أن تعرض عليهم تقليل المخاطر في حين 45 مفردة بنسبة 45% يتوقعون أن تعرض عليهم الرسائل النصية السلامة والأمن.

الجدول رقم 12: هل تقبل وصول الرسائل في أي وقت؟

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	45	%45
لا	55	%55
المجموع	100	%100

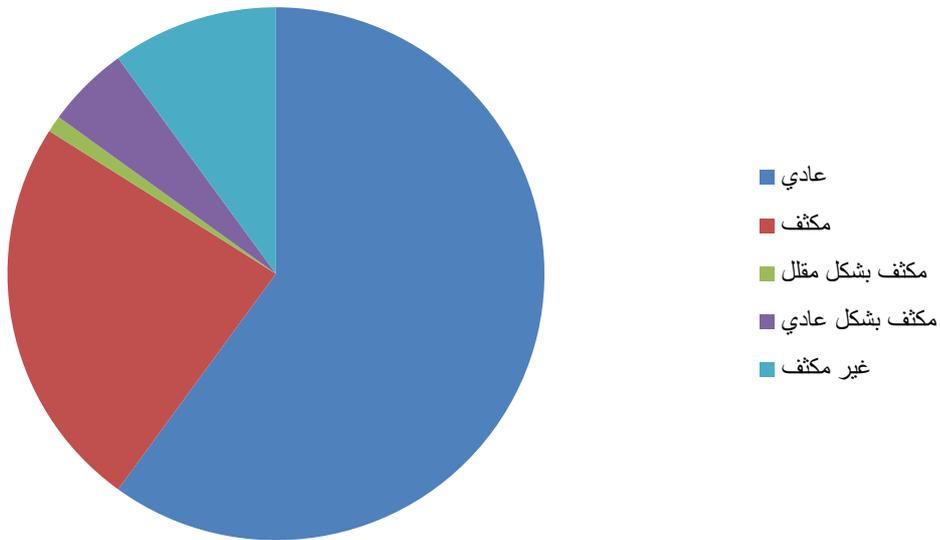


من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل رأي الطلبة في تقبل الرسائل في أي وقت، يتضح لنا أن 45 مفردة بنسبة %45 يتقبلون وصول الرسائل في أي وقت أما 55 مفردة بنسبة %55 لا يتقبلون وصول الرسائل في أي وقت وهذا لأن الطالب اثناء النهار يكون منشغل بدراسته.

الجدول رقم 13: كيف ترى نمط الرسائل؟

النسبة %	التكرار	الاحتمالات
60%	60	عادي
24%	24	مكثف
01%	01	مكثف بشكل مقل
05%	05	مكثف بشكل عادي
10%	10	غير مكثف
100%	100	المجموع

كيف ترى نمط الرسائل؟

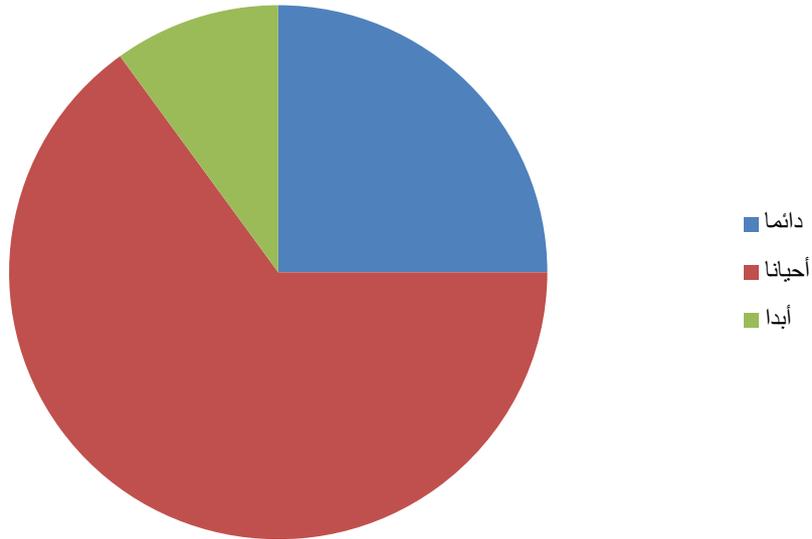


من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل رأي الطلبة لنمط الرسائل النصية يتضح لنا ان 60 مفردة بنسبة 60% يرون نمط الرسائل عادي اما 24 مفردة بنسبة 24% يرون ان نمط الرسائل مكثف في حين 1 مفردة يرى ان نمط الرسائل مكثف بشكل مقلق اما 5 مفردة بنسبة 5% يرون ان نمط الرسائل مكثف بشكل عادي في حين 10 مفردة بنسبة 10% يرون أن نمط الرسائل غير مكثف.

الجدول رقم 14: هل تناقش مضمون الرسائل مع زملاء؟

النسبة%	التكرار	الاحتمالات
25%	25	دائما
65%	65	احيانا
10%	10	ابدا
100%		المجموع

هل تناقش مضمون الرسائل مع زملاء؟



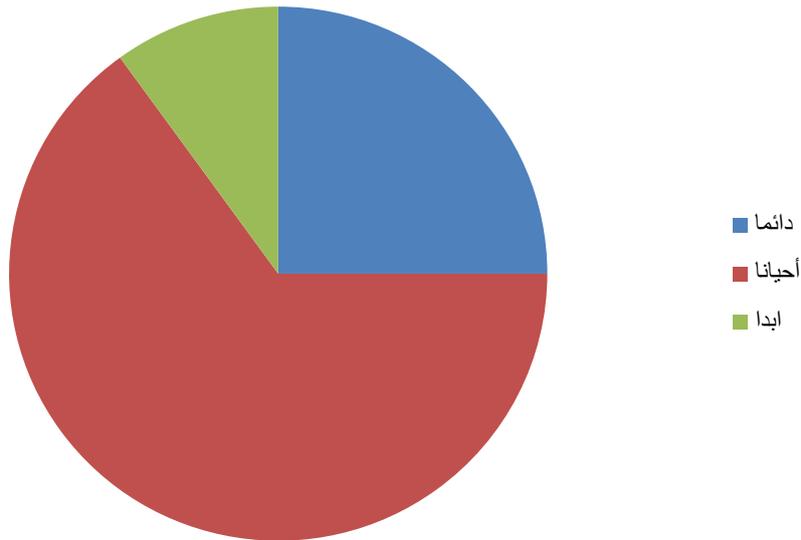
من خلال الجدول اعلاه والذي يمثل فيما اذا كان الطلبة يناقشون مضمون الرسائل مع زملاء حيث يتضح لنا ان 25 مفردة بنسبة 25% يناقشون دائما مضمون الرسائل مع زملاء اما 65 مفردة بنسبة 65% يناقشون احيانا مضمون الرسائل مع زملاء في حين 10 مفردة بنسبة 10% لا يناقشون ابدا محتوى الرسائل مع زملاء

المحور الثالث: مساهمة الرسائل النصية الهاتفية في تقليل المخاطر

جدول رقم 15: هل ترى ان الرسائل النصية لها جدوى امنية؟

النسبة%	التكرار	الاحتمالات
25%	25	دائما
65%	65	احيانا
10%	10	ابدا
100%		المجموع

هل ترى ان الرسائل النصية لها جدوى امنية؟

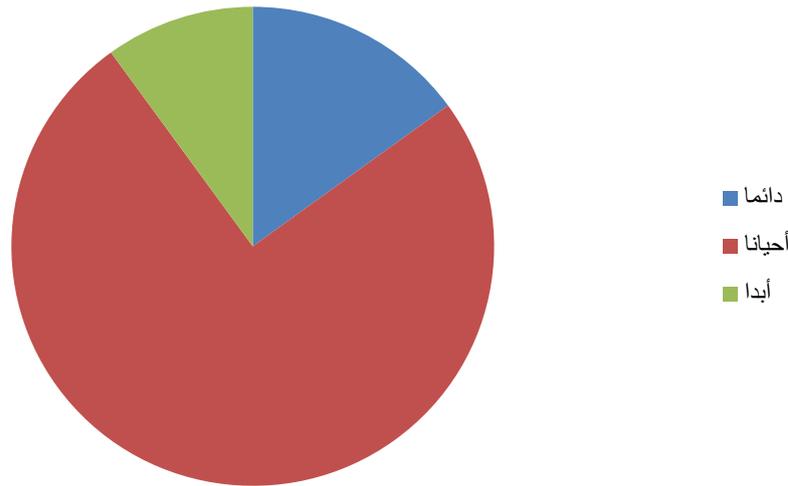


من خلال الجدول اعلاه و الذي يمثل راي الطلبة فيما اذا كانت الرسائل لها جدوى امنية يتضح لنا ان 25 مفردة بنسبة 25% يرون ان الرسائل النصية دائما لها جدوى امنية اما 65 مفردة بنسبة 65% يرون ان الرسائل النصية احيانا لها جدوى امنية في حين 10 مفردة بنسبة 10% يرون ان الرسائل ليس لها جدوى امنية ابد.

الجدول رقم 16: هل تمكنك الرسائل النصية الهاتفية من مواجهة المخاطر؟

النسبة %	التكرار	الاحتمالات
15%	15	دائما
75%	75	احيانا
10%	10	ابدا
100%	100	المجموع

هل تمكنك الرسائل النصية الهاتفية من مواجهة المخاطر؟

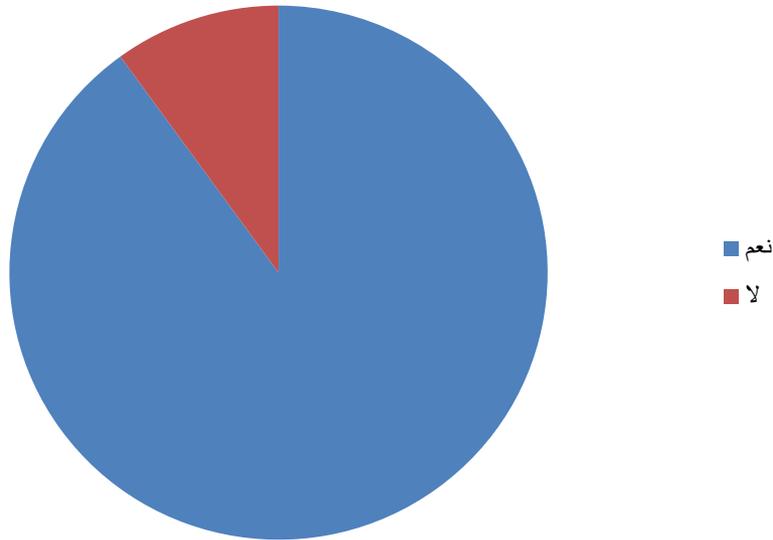


من خلال الجدول اعلاه و الذي يمثل مدى تمكين الرسائل النصية الطلبة من مواجهة المخاطر يتضح لنا ان 15 مفردة بنسبة 15% تمكنهم الرسائل النصية الهاتفية دائما من مواجهة المخاطر اما 75 مفردة بنسبة 75% احيانا من تمكينهم الرسائل النصية من المخاطر في حين 10 مفردة بنسبة 10% لا تمكنهم الرسائل من مواجهة المخاطر ابدا.

الجدول رقم 17: هل سجلت موقف يتزامن مع الرسالة النصية

النسبة %	التكرار	الاحتمالات
90%	90	نعم
10%	10	لا
100%	100	المجموع

هل سجلت موقف يتزامن مع الرسالة النصية

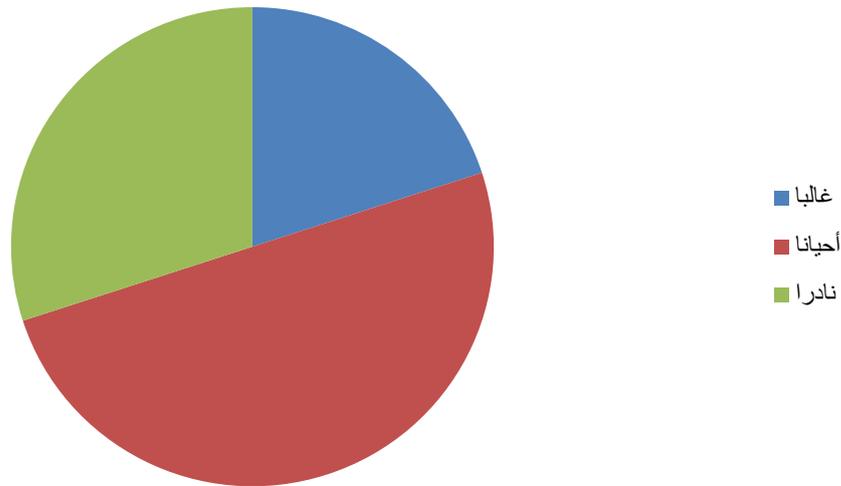


من خلال الجدول اعلاه الذي يمثل ما اذا كان الطلبة قد سجلو موقف يتزامن مع الرسالة النصية يتضح لنا ان 90 مفردة بنسبة 90% سجلو موقف تزامن مع الرسالة النصية اما 10 مفردة بنسبة 10% لم يسجلو موقف تزامن مع الرسالة النصية.

الجدول رقم 18: هل تحتوي الرسائل النصية الهاتفية التي تصلك على طرق السيطرة على المواقف الامنية

الاحتمالات	التكرار	النسبة
غالبا	20	20%
احيانا	50	50%
نادرا	30	30%
المجموع	100	100%

هل تحتوي الرسائل النصية الهاتفية التي تصلك على طرق السيطرة على المواقف الامنية؟

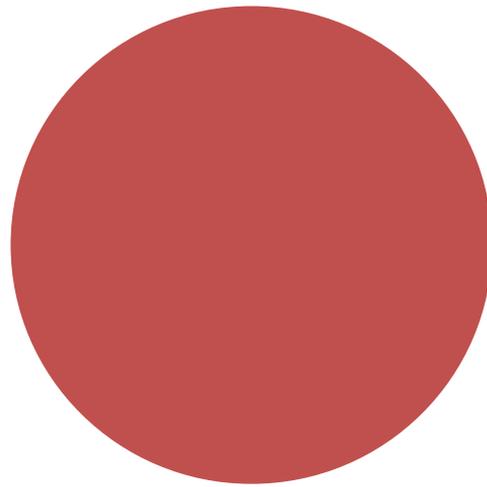


من خلال الجدول اعلاه الذي يمثل محتوى الرسائل النصية الهاتفية التي تصل الطلبة الى طرق السيطرة على المواقف الامنية يتضح لنا ان 20 مفردة بنسبة 20% يقولون ان الرسائل النصية التي تصلهم تحتوي على طرق السيطرة على المواقف اما 50 مفردة بنسبة 50% يقولون ان الرسائل النصية لا تصلهم احيانا تحتوي على طرق السيطرة على المواقف الامنية في حين 30 مفردة بنسبة 30% يقولون ان الرسائل النصية التي تصلهم تحتوي نادرا على طرق المعتمدة على المواقف الامنية.

الجدول رقم 19: في رأيك هل تقدم لك الرسائل النصية طريقة دقيقة للسيطرة على الموقف

النسبة %	التكرار	الاحتمالات
0%	0	نعم
100%	100	لا
100%	100	المجموع

في رأيك هل تقدم لك الرسائل النصية طريقة دقيقة للسيطرة على الموقف



من خلال الجدول اعلاه الذي يمثل ما اذا كانت الرسائل النصية تقدم لطالبة طريقة دقيقة للسيطرة على الموقف يتضح لنا ان 100 مفردة بنسبة 100% اي غالبية المبحوثين يرون ان الرسائل النصية لا تقدم طريقة دقيقة للسيطرة على الموقف هذا لان الرسائل النصية الهاتقية قصيرة لا تستوعب تقديم طرق دقيقة للسيطرة على الموقف.

### • النتائج الجزئية والعمامة:

إن أية دراسة ميدانية تسعى جاهدة للوصول إلى إستنتاجات مبنية على حقائق علمية، تهدف من خلالها إبراز الإجابات لمختلف النتائج الإحصائية التي توصلتو إليها عن طريق تفسير البيانات المجمعة من الميدان وربطها بالإطار النظري بغرض التوصل إلى إجابات مقنعة حول التساؤلات التي إنطلقنا منها منذ بداية الدراسة، ونورد هذه الإجابات حسب التساؤلات الفرعية التالية:

#### ➤ نتائج التساؤل الاول: تعرض جمهور الطلبة للرسائل النصية الهاتفية

- اجابت نسبة 100% من عينة الدراسة ان نوع الهاتف الذي يملكونه سواء ذكي او غير ذكي بدعم الرسائل النصية.
- صرح اغلب عينة الدرسة بنسبة 43% ان الاوقات التي فيها استقبال الرسائل النصية تكون بالفترة المسائية.
- اقر 90% من عينة الدراسة ان نوع الرسائل النصية غب الاعلب رسائل مختصرة.

#### ➤ نتائج التساؤل الثاني: تقييم الطلبة لمحتوى الرسائل النصية

- أجابت نسبة 55% من عينة الدراسة ان الرسائل النصية الهاتفية مفيدة لتقليل من المخاطر الامنية.
- صرح اغلب عينة الدراسة بنسبة 70% ان الرسائل النصية الهاتفية لا تزيد من الحيطة الامنية.
- أقرأ غلب عينة الدراسة بنسبة 80% ان الرسائل النصية تعبر عن تطلعاتهم بالنسبة للحوادث المتوقعة.
- صرح 45% من عينة الدراسة، ان اغلب توقعاتهم لها تعرضه عليهم الرسائل النصية يكون السلامة و الامن.

- جابت نسبة 55% من عينة الدراسة انهم لا يتقبلون وصول الرسائل في اي وقت، كما يرى نسبة 60% من عينة الدراسة ان نمط الرسائل النصية عادي.
- صرح اغلب عينة الدراسة بنسبة 65% بانهم يناقشون مضمون الرسائل النصية احيانا مع الزملاء.

### ➤ نتائج التساؤل الثالث: : مساهمة الرسائل النصية الهاتفية في تقليل المخاطر

- صرح اغلب عينة الدراسة بنسبة 65% بان الرسائل النصية الهاتفية احيانا لها جدوى امنية.
- اقر اغلب عينة الدراسة بنسبة 75% بأن الرسائل النصية يمكنهم احيانا من مواجهة المخاطر.
- اجابت نسبة 90% من عينة الدراسة انهم سجلو موقف يتزامن مع الرسالة النصية.
- صرح 50% من عينة الدراسة ان الرسائل النصية احيانا تحتوي على طرق السيطرة الامنية.
- اجابت اغلب عينة الدراسة بنسبة 100% ان الرسائل النصية الهاتفية لا تقدم طريقة دقيقة للسيطرة على الموقف.

### النتائج العامة:

من خلال ما سبق من تحليل الجداول يمكن لنا القول أن الحملات الإعلامية عبر الرسائل النصية الهاتفية لها دور في تقليل المخاطر لدى الطلبة الجامعيين ، من خلال إجابات المحور الثاني الذي يتحدث عن تقييم الطلبة لمحتوى الرسائل النصية الهاتفية.

### نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة:

إن نتائج الدراسة المتوصل إليها لها أهمية كبيرة لدى الباحث إذ يتوجب مقارنتها بنتائج السابقة التي اعتمدنا عليها من قبل فمن خلال هذه الدراسة توصلنا إلى العديد من أوجه التشابه و الاختلاف نوجزها في النقاط التالي:

- توصلت دراستنا على ضوء الدراسات السابقة ان للحملات الإعلامية دور في التوعية الدينية للشباب حيث ان نسبة 66.09% من افراد العينة يوافقون على ان الحملات الإعلامية الدينية حسنت من أدائهم للصلاة وطريقة تعاملهم مع الغير.
- توصلت دراسة الدكتور علي بن ضبيان" على غرار دراستنا ان اغلب افراد الدراسة يرون ان الحملة التوعوية مفيدة جدا، أي أن هم يرون ضرورة استمرار الحملات التوعوية.
- اكدت دراستنا على غرار دراسة "هبة شعوة": دور القناة الاذاعية الاولى في التوعية المرورية" عدم ملائمة مواقيت البث وقلة المدة الزمنية المخصصة لمثل هذه الموضوعات، وكذا ضعف الاساليب الإقناعية، في حين أكدت دراستنا نفس الشيء بالنسبة للمواقيت التي يتم فيها استقبال الرسائل النصية الهاتفية بالإضافة إلى نمط الرسائل الذي يرى معظم مفردات دراستنا انها عادية إضافة إلى ذلك الرسائل النصية لا تقدم طريقة دقيقة للسيطرة على الموقف.

خاتمة

إن مسألة تقليل المخاطر لدى الطلبة الجامعيين عبر الرسائل النصية الهاتفية يحتاج إلى بذل الكثير من الجهود المشتركة بين مؤسسات الإتصال و المؤسسات الإعلامية و الإجتماعية على حد سواء و التي عليها ان تعني بهذا الشأن و توليه جانبا كبيرا من عنايتها.

و إلا يجب التركيز على وسيلة دون اخرى فوسيلة اتصالية واحدة لا تكفي و يمكن ان نجزم بعدم نفعها لذلك فإن تجنيد جميع الوسائل القادرة على هذا الدور امر ضروري فالهدف الاعلى للحملات الإعلامية هو التوعية الامنية و تقليل المخاطر.

# قائمة المراجع

## قائمة المراجع:

### مراجع باللغة العربية:

- ابن منظور: معجم لسان العرب، دار صادر، بيروت، 2005.
- إسماعيل شعباني: منهجية البحث في العلوم الإجتماعية، المعهد الوطني للتجارة، الجزائر، ط1، 2005.
- بدون مؤلف: المنجز باللغة العربية، ط2، دار نشر للطباعة، الأردن، 2001.
- حسن عماد مكاوي: تكنولوجيا الإتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، ط2، القاهرة، 1997.
- حسين محمد جواد الجبوري: منهجية البحث العلمي، المدخل لبناء المهارات البحثية، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- خالد حامد: منهج البحث العلمي، دار ريحانة للنشر والتوزيع، د. ط، 2013.
- رحيم يونس كرو العزاوي: مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة، عمان، ط1، 2008.
- فؤاد عبد المنعم: التسويق الإجتماعي وتخطيط الحملات الاعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2007.
- فوضيل ديليو : تاريخ وسائل الإتصال ، قسنطينة، 2006.
- محمد السيد علي: موسوعة المصطلحات التربوية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2011.
- محمد بن مرسللي: منهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
- محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع ، دار المعرفة الجامعية للنشر، ط1، مصر.

- محمد منير حجاب: أساسيات البحوث الإعلامية والإجتماعية، دار الفجر، القاهرة، د.ط.
- مصطفى حميد الطائي: خير ميلاد أبويك، مناهج البحث العلمي وتطبيقاته في الإعلام والعلوم السياسية، دار الوفاء الإسكندرية، د. ط، 2007.

### مراجع باللغة الأجنبية:

- Oxford sidents dictionary ,oxford university, England, 2007.
- Rerre Mussa: les télécommunication la découvert, paris, 2008.