

جامعة العربي التبسي - تبسة

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية الرقم التسلسلي: 2021/.....

قسم: الإعلام والاتصال

مذكرة مكملة نيل شهادة ماستر أكاديمي (ل.م.د.)

دفعة: 2021

الميدان: علوم إنسانية واجتماعية

الشعبة: علوم إنسانية

التخصص: اتصال تنظيمي

تأثير الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

على مصداقية انتشار جائحة كورونا

-دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي-

إشراف الأستاذ(ة):

د. رضوان بالخير

إعداد الطالبة:

❖ قوسم بسمة

جامعة العربي التبسي - تبسة

Université Larbi Tébessi - Tébessa

رئيسا	أستاذ محاضر - أ -	عبد الغني بوزيان
مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر - أ -	رضوان بالخير
عضو ممتحنا	أستاذ محاضر - أ -	أميرة ذويب

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

الحمد لله رب العالمين الواحد الأحد الفرد الصمد، وصلي وسلم على معلم
البشرية وهاديها محمد بن عبد الله وعلى آله وصحبه الطيبين الطاهرين،
ومن اهتدي بهديهم إلى يوم الدين.

وبعد:

أتقدم بأجل شكري وتقديري وعظيم امتناني لأسرة كلية العلوم الإنسانية
والاجتماعية، خاصة للأستاذ الوقور صاحب العلم الوفير الأستاذ " رضوان
بالخيرى " على ما تفضل مشكورا بالإشراف على بحثنا هذا ولم يبخل علينا
بالمعلومات، وكان مرشدا وموجها وناصحا، استفدنا من توجيهاته وخبراته.

والشكر والتقدير موصول لكل من مدّ لنا يد العون لإكمال دراستنا



إهداء

الحمد لله على عظيم فضله وكثير عطائه، والصلاة والسلام على أشرف خلقه
سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

بأسمى معاني الوفاء أهدي هذا العمل المتواضع إلي:

صاحبة القلب الحنون التي تعبت كثيرا من أجل راحتنا "أمي الحبيبة الغالية"
حفظها الله.

سرّ نجاحي الذي دعمني وعلمني أن الدنيا كفاح ونضال "أبي العزيز" حفظه
الله.

أحبائي "إخوتي وأخواتي" الذين تقاسموا معي الحلو والمر، وإلى كل عائلتي.
كل زملائي وزميلاتي.

كل من يعرفني من قريب أو بعيد

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
-	شكر وعرفان
-	إهداء
-	فهرس المحتويات
-	قائمة الجداول
-	قائمة الأشكال
02	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسي	
05	أولا. إشكالية الدراسة
05	1. تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
06	2. أهمية وأهداف الدراسة
07	3. أسباب اختيار الموضوع
08	4. تحديد المفاهيم
10	ثانيا. الإطار العام لنظرية الاستخدامات والإشباعات
11	1. ماهية نظرية الاستخدامات والإشباعات وعناصرها
14	2. فروض ومميزات نظرية الاستخدامات والإشباعات
17	3. الأهداف الرئيسية لمنظور الاستخدامات والإشباعات والانتقادات الموجهة لها
20	ثالثا. الإجراءات المنهجية للدراسة
20	1. منهج الدراسة الميدانية
21	2. مجتمع البحث وعينة الدراسة
23	3. حدود ومحددات الدراسة
23	4. الدراسات السابقة

- 28 أولاً. ماهية مواقع التواصل الاجتماعي
- 28 1. نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
- 31 2. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
- 32 1.2. تعريف مواقع التواصل الاجتماعي
- 34 2.2. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
- 36 3.2. أشهر مواقع التواصل الاجتماعي
- 39 3. مزايا وعيوب مواقع التواصل الاجتماعي
- 39 1.3. مزايا مواقع التواصل الاجتماعي
- 40 2.3. عيوب مواقع التواصل الاجتماعي
- 41 ثانياً. ماهية جائحة كورونا
- 41 1. تاريخ نشأة جائحة كورونا
- 43 2. مفهوم جائحة كورونا
- 46 3. استراتيجيات مواجهة أزمة كورونا
- 46 1.3. إستراتيجية الدعم الحكومي
- 49 2.3. إستراتيجية الحكومة المفتوحة
- 50 3.3. إستراتيجية التعاون الإقليمي
- 52 ثالثاً. تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مصداقية انتشار جائحة كورونا
- 52 1. دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية من انتشار فيروس كورونا
- 54 2. تأثير المضامين الخاطئة حول وباء كوفيد-19 عبر مواقع التواصل الاجتماعي
- 55 3. أولوية الاعتماد على المصادر الموثوقة في نشر المضامين الإعلامية
- 55 1.3. الاعتماد على المصادر الموثوقة في نشر المضامين الإعلامية
- 56 2.3. الدور الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي

61	أولا. عرض استمارة الاستبيان
61	1. تقنيات الدراسة الميدانية
61	1.1.1. الاستبيان
62	2.1.2. المقابلة الشخصية
62	2. مراحل إعداد الاستبيان
62	1.2.1. مرحلة بناء الاستبيان
63	2.2.2. مرحلة توزيع الاستبيان
63	3. هيكل الاستبيان
64	ثانيا. تفرغ ومعالجة بيانات الاستبيان
64	1. تفرغ بيانات الاستبيان
65	2. تحليل خصائص عينة الدراسة
69	ثالثا. معالجة وتحليل نتائج الاستبيان
69	1.دراسة وتحليل نتائج المحور الأول
77	2.دراسة وتحليل نتائج المحور الثاني
82	3.دراسة وتحليل نتائج المحور الثالث
90	خاتمة
94	المراجع
96	الملاحق
103	الملخص

قائمة الجداول

الرقم	الجدول	الصفحة
1.	الإحصائيات المتعلقة باستثمارات الاستبيان	22
2.	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	65
3.	توزيع أفراد العينة حسب العمر	66
4.	توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية	66
5.	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	67
6.	توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة	68
7.	توزيع أفراد العينة حسب عضوية مواقع التواصل الاجتماعي	69
8.	توزيع أفراد العينة حسب معدل ساعات استخدام الانترنت	70
9.	توزيع أفراد العينة حسب معدل زيارات صفحة الفيسبوك	71
10.	توزيع أفراد العينة حسب وسائل التواصل الاجتماعي أكثر استعمال	72
11.	توزيع أفراد العينة حسب عدد المشتركين في الصفحة	73
12.	توزيع أفراد العينة حسب عدد الأصدقاء في الصفحة	74
13.	توزيع أفراد العينة حسب نسبة مقابلة الأصدقاء في الواقع	74
14.	توزيع أفراد العينة حسب تقديم معلومات صحيحة عن الشخصية	75
15.	توزيع أفراد العينة حسب أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	76
16.	توزيع أفراد العينة حسب مواضيع مواقع التواصل الاجتماعي	77
17.	تقديم مواقع التواصل الاجتماعي لمعلومات غير متوفرة في وسائل التقليدية	78
18.	مواقع التواصل الاجتماعي عامل نشر مستجدات الجائحة	79
19.	آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في زمن جائحة كورونا	79
20.	تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في زمن الجائحة	82
21.	تأثير مواقع التواصل على العلاقة بالمحيط الاجتماعي	83
22.	تأثيرات مواقع التواصل على العلاقة مع المحيط الاجتماعي	84
23.	العادات الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	85
24.	السلوكيات المنتشرة في زمن كورونا	86

قائمة الأشكال

الرقم	الشكل	الصفحة
1.	الإحصائيات المتعلقة باستثمارات الاستبيان	22
2.	تواريخ ظهور أهم مواقع التواصل الاجتماعي من فترة 1997 إلى 2006	31
3.	ارتباط الريبوتينات S الشوكية الموجودة على غلاف فيروس كورونا	45
4.	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	65
5.	توزيع أفراد العينة حسب العمر	66
6.	توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية	66
7.	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	67
8.	توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة	68
9.	توزيع أفراد العينة حسب عضوية مواقع التواصل الاجتماعي	69
10.	توزيع أفراد العينة حسب معدل ساعات استخدام الانترنت	70
11.	توزيع أفراد العينة حسب معدل زيارات صفحة الفيسبوك	71
12.	توزيع أفراد العينة حسب وسائل التواصل الاجتماعي أكثر استعمال	72
13.	توزيع أفراد العينة حسب عدد المشتركين في الصفحة	73
14.	توزيع أفراد العينة حسب عدد الأصدقاء في الصفحة	74
15.	توزيع أفراد العينة حسب نسبة مقابلة الأصدقاء في الواقع	74
16.	توزيع أفراد العينة حسب تقديم معلومات صحيحة عن الشخصية	75
17.	توزيع أفراد العينة حسب أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	76
18.	توزيع أفراد العينة حسب مواضيع مواقع التواصل الاجتماعي	77
19.	تقديم مواقع التواصل الاجتماعي لمعلومات غير متوفرة في وسائل التقليدية	78
20.	مواقع التواصل الاجتماعي عامل نشر مستجدات الجائحة	79
21.	تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في زمن الجائحة	82
22.	تأثير مواقع التواصل على العلاقة بالمحيط الاجتماعي	83
23.	تأثيرات مواقع التواصل على العلاقة مع المحيط الاجتماعي	84
24.	العادات الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	85
25.	السلوكيات المنتشرة في زمن كورونا	86

مقدمة



المقدمة

أضحت مواقع التواصل الاجتماعي تمثل مصدرا مهما في الحصول على الأخبار والتزود بالمعارف التي كانت في وقت سابق حكرا لدى بعض الأوعية المحفوظة بطرق عدة، هذا ما وفر الكثير من الخيارات لدى المستخدم في إشباع حاجاته الإعلامية بطرق أكثر يسرا مما مضى.

ساهمت وسائل الاتصال الجديدة بأبعادها المتداخلة في تغيير أنماط التفاعل داخل المجتمعات، مما أثار عدة تداخلات وإشكاليات وأعدت تفعيل آليات الاتصال بكل أنواعها ليتم استخدامه كوسائل للتوعية والتثقيف ونشر المعلومات، خاصة مع بروز مظاهر عولمة الاتصال التي حتمت تبادل المضامين أثناء انتقال الرسالة كمؤشر لاتساع نطاق التأثير الآني لها، وتم اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي أداة محورية من بناء منظومة فكرية متجددة وتفاعلية، تتزامن مع تطورات البيئة الاتصالية التي يتواجد فيها الفرد داخل النسق الاجتماعي، واتضح عمق تأثيرها خاصة بعد تداعيات انتشار جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) في العالم بداية عام 2020.

وقد جاءت هذه الدراسة بعنوان: **تأثير الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على مصداقية انتشار جائحة كورونا.**

وقد تم تقسيم الدراسة إلى إطار منهجي وإطار نظري وجانب تطبيقي يمكن تلخيص محتواه في ما يأتي:

هذا وقد جاء الإطار المنهجي كمحاولة نهدف من خلالها التعرف على الإطار العام لنظرية الاستخدامات و الإشباعات، مبرزين بذلك كل من إشكالية الدراسة والإجراءات المنهجية التي تعتمدها هذه الدراسة.

أما الإطار النظري فيتكون من خطة بحث تضم فصلين:

الإطار المفاهيمي لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال استعراض مفهومه، أهميته وأهدافه، بالإضافة إلى ماهية جائحة كورونا وإستراتيجية مجابتهها.

أما الفصل الثالث فقد تناولنا فيه الإطار التطبيقي للدراسة وقد تم فيه عرض تقنيات الدراسة الميدانية وتفرغ ومعالجة بيانات الاستبيان بالإضافة إلى عرض دراسة البيانات وتحليلها ثم استخرجنا النتائج الجزئية لكل محور وبعدها تمكنا بإعطاء نتائج العامة لهذه الدراسة وأنهينا بخاتمة تعتبر حوصلة عن الدراسة ككل.

الفصل الأول: الإطار المنهجي الدراسي

أولاً. إشكالية الدراسة

1. تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
2. أهمية وأهداف الدراسة
3. أسباب اختيار الموضوع
4. تحديد المفاهيم

ثانياً. الإطار العام لنظرية الاستخدامات والإشباعات

1. ماهية نظرية الاستخدامات والإشباعات وعناصرها
2. فروض ومميزات نظرية الاستخدامات والإشباعات
3. الأهداف الرئيسية لمنظور نظرية الاستخدامات والإشباعات والانتقادات الموجهة لها

ثالثاً. الإجراءات المنهجية للدراسة

1. منهج الدراسة الميدانية
2. مجتمع البحث وعينة الدراسة
3. حدود ومحددات الدراسة
4. الدراسات السابقة



للدراسة

أولاً. إشكالية الدراسة

1. تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

لقد أدى انتشار تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة إلى تنامي نشاط الاتصال والإعلام بمستويات غير مسبوقة، وبدا ذلك من خلال مشاركة قطاعات واسعة من فئات المجتمع في عملية الاتصال والإعلام، وهي عملية كانت حصرية تقريبا على نخبة من المثقفين والسياسيين وغيرهم، لكنها أصبحت اليوم ميسورة لكل فرد يستطيع القراءة والكتابة بالحد الأدنى لأن هذه التكنولوجيا سهلة الاستخدام والتوظيف في مجالات كثيرة.

وتتسم هذه المرحلة بمزج أكثر من تكنولوجيا اتصالية تملكها أكثر من وسيلة لتحقيق الهدف النهائي، وهو توصيل الرسالة إلى الجمهور المستهدف. وقد برز في هذا المجال مواقع التواصل الاجتماعي التي تنامي انتشارها بسرعة كبيرة خلال السنوات الماضية، وأدى ذلك إلى اكتسابها قوة كبيرة من خلال تحقيقها لعدد من الإشباعات منها اشباعات المعلومات المختلفة الصحفية، العلمية والثقافية والاقتصادية والسياسية وغير ذلك من أنواع المعلومات والأخبار.

والجزائر على غرار عدة دول العالم تأثرت بتداعيات هذا الفيروس من النواحي الاقتصادية والاجتماعية وأظهر هشاشة المنظومة الصحية فيها، وأمام التهويل الإعلامي الذي يغطي تطور مستجدات الجائحة، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي سلاحا ذو حدين، الأول يتضمن التوعية من مخاطر انتشاره وجانب آخر يهتم بنشر الاشاعات والمعلومات الخاطئة وهذا ما جعل الفرد يستفيد من المضامين التوعوية ويتساءل عن مدى صحة المعلومات المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة ودرجة مصداقيتها.

على ضوء ما سبق يمكن طرح الإشكالية الرئيسية التالية:

ما هو تأثير الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على مصداقية انتشار جائحة كورونا لدى موظفي الخزينة العمومية لولاية تبسة؟

وتتفرع عن هذه الإشكالية مجموعة من الأسئلة الفرعية نذكر منها ما يلي:

- ✓ كيف ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية أثناء انتشار فيروس كورونا المستجد لدى موظفي الخزينة العمومية لولاية تبسة؟
- ✓ هل يعتبر الحجر الصحي-كوفيد 19- المفروض محددًا أساسيًا لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في زمن الجائحة لدى موظفي الخزينة العمومية لولاية تبسة؟
- ✓ كيف يرى موظفي الخزينة العمومية لولاية تبسة تأثير المضامين الخاطئة على مصداقية انتشار جائحة كورونا؟

2. أهمية وأهداف الدراسة

إن استغلال مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف أنواعها يتوقف على مدى اهتمامها واستثمارها في إدارة أزمة جائحة كورونا أمام تداول الأخبار الزائفة عبر هاته المواقع، حيث فرض الإعلام الصحي خلال أزمة كورونا ظهوره إلى الواجهة من خلال بث برامج تعنى بالتوعية الصحية لدى أفراد المجتمع وتحذيرهم من خطر الإصابة بالوباء وتربيتهم على القيم الصحية.

كما تهدف هذه الدراسة إلى الإجابة على الإشكاليات المطروحة من خلال:

- الإلمام بأهم المفاهيم النظرية المرتبطة بمواقع التواصل الاجتماعي وكذا مفهوم جائحة كورونا.

- معرفة مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما وتحديد مدى تأثيرها على مصداقية انتشار جائحة كورونا.
- التطرق لتبني مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات.
- رصد آليات وأساليب انتشار الأخبار الزائفة والإشاعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

3. أسباب اختيار الموضوع

كان وراء اختيار هذا الموضوع جملة من الدوافع والأسباب الذاتية والموضوعية.

1.3. أسباب ذاتية:

- الرغبة الشخصية في التعرف على الأساليب المتبعة التوعية الصحية أثناء انتشار فيروس كورونا المستجد.
- الرغبة في التعرف على تحديد مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مصداقية انتشار جائحة كورونا
- الرغبة في معرفة آليات وأساليب انتشار الأخبار الزائفة والإشاعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

2.3. أسباب موضوعية:

- يعتبر هذا الموضوع من المواضيع الهامة التي تهتم بالعنصر البشري لما يلعبه هذا الأخير من دور فعال في عملية التوعية الصحية.
- الفترة الحرجة التي يعيشها العالم بسبب الجائحة، وحاجة العالم الخاص إلى معرفة تداعياتها وتحليلها تحليلًا علميًا.
- هذه الدراسة من المواضيع المطروحة في الساحة الاجتماعية والصحية حاليا.

- الندرة الواضحة في الدراسات التي تبحث في أحد أكبر وأهم مخلفات الفيروس على الفرد والمجتمع الجزائري و هو الحجر الصحي ، حيث أنه ما من شك أن الحجر الصحي قد حد وبشكل كبير من انتشار امراض لكن هذا لا يعني أنه لم تكن لديه تداعيات سلبية على الفرد والمجتمع.

4. تحديد المفاهيم

1.4. مواقع التواصل الاجتماعي

تعرف بأنها كل التطبيقات الإلكترونية الموجودة على مواقع شبكة الإنترنت التي تتيح للمستخدمين التفاعل عن طريق القراءة والاستماع والمشاهدة و التعليق والحفظ و النسخ ، و هي تشتمل لمواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك و تويتر و واتساب و لينكد إن وغيرها، و تشمل المنتديات الاجتماعية التي تتيح المشاركة و التفاعل بحرية للمستخدمين.

2.4. الجائحة

تصنف الجائحة بأنها أعلى درجات الخطورة في قوة انتشار الفيروس وذلك بانتشاره في أكثر من منطقة جغرافية في العالم وليس في قارة أو إقليم ، مما يتطلب مزيداً من التنسيق بين السياسات الوطنية و العالمية و الإقليمية في تعزيز الوقاية و الحماية من انتشار المرض، و تعتبر منظمة الصحة العالمية صاحبة اليد العليا في تحديد السياسات الصحية الملائمة للتعامل مع المرض و الحد من انتشاره.¹

¹المغير محمد محمد عبد ربه، جائحة فيروس كورونا فرصة لتحقيق العدالة الإنسانية ، مجلة الدراسات الإستراتيجية للكوارث و إدارة الفرص، المجلد2، العدد 5، المركز الديمقراطي للدراسات الإستراتيجية و السياسية والاقتصادية، برلين، 2020، ص 16.

3.4. فيروس كورونا

فيروسات كورونا هي سلالة واسعة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للحيوان والإنسان. ومن المعروف أن عددا من فيروسات كورونا تسبب لدى البشر أمراض تنفسية تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد وخامة مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (ميرس) و المتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (سارس)، ويسبب فيروس كورونا المكتشف مؤخرا- كوفيد-19.¹

4.4. كوفيد-19

أعلنت منظمة الصحة العالمية في عام 2019 أن هناك وباء عالميا يرجع للفيروسات التاجية أبلغ عنه في 31 ديسمبر 2019 م في الصين، والذي يستهدف هذا الفيروس الجهاز التنفسي و يصاحبه نزلات البرد التي يمكنها أن تؤدي إل الوفاة، و قد أظهرت الدراسات المعدة من قبل المنظمة أنه يستهدف الفئات الأكثر هشاشة والمجموعات المستضعفة،(كبار السن، أصحاب الأمراض المزمنة، ذوي نقص المناعة، مرضى القلب و السكري).²

5.4. الشائعات

الإشاعة في المعجم الوسيط هي الخبر الذي ينتشر من غير تثبت منه، وفي معجم اللغة العربية المعاصر تعرف الشائعة بأنها مصدر أشاع - و هو الخبر المكذوب، غير موثوق فيه، و غير مؤكد ينتشر بين الناس، و أصل الكلمة.. من إشاعة، يشيع، أشع، إشاعة، فهو

¹ محمدي خيرة، الإعلام الصحي وإدارة أزمة كورونا (كوفيد-19) في ظل انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع الميديا الاجتماعية، مجلة التمكين الاجتماعي، المجلد 02، العدد 03، الجزائر، 2020، ص 37.

²المغير محمد محمد عبد ربه، مرجع سبق ذكره، ص 459.

مشيع و المصدر مشاع و تقول العرب: أشاع العقار جعله مشتركا بين أكثر من مالك وتقول أيضا أشاع الخبر: أي نشره و أذاعه، أعلنه وأفشاه.¹

6.4. الاستخدامات

يقصد به عملية التصفح التي يقوم بها الفرد على الانترنت وعادات وأنماط هذا التصفح.

7.4. الإشباع

يقصد به إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع، وتدل أيضا على الحال التي يتم فيها ذلك ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي خفض التنبيه والتخلص من التوتر. فالتراكم والتنبيه يولد إحساسا بالألم ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض التنبيه كأنه لذة.²

ثانيا. الإطار العام لنظرية الاستخدامات والإشباع

تهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فمن خلال الأربعينيات من القرن العشرين أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام، إذ صار الاهتمام منصبا على "رضا المستخدمين"، وذلك بطرح التساؤل التالي: ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟³

ومن خلال هذا التساؤل الذي طرحته نظرية الاستخدامات والإشباع على أنقاض السؤال الذي كان سائدا قديما "ماذا تفعل وسائل الإعلام بجمهورها؟"، يمكننا أن نوجز بعض المفاهيم، الفروض والأهداف الرئيسية لمنظور الاستخدامات والإشباع والانتقادات الموجهة لها.

¹ نجوى الجزائر، محاوية الشائعات، الرؤية للإعلام، مصر، 2012، ص 09.

² محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر، مصر، 2004، ص 74.

³ Armand et Michel Mattelart, Histoire des Théories de la Communication, la découverte, Paris, 1997, P87.

1. ماهية نظرية الاستخدامات والإشباعات وعناصرها

1.1. مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباعات

وُلدت نظرية الاستخدامات والإشباعات من رحم نظرية التأثير النسبي التي استقاها بول لازارسفيلد (Paul Lazarsfeld) في بحوثه منذ ثلاثينات القرن الماضي من أجل تلبية طلب اجتماعي شكَّله القلق أو حتى الخوف من مخاطر الأفلام السينمائية على الأطفال، وفرضته رغبة مُلاك المحطات الإذاعية والمعلنين في معرفة سبب الإقبال على بعض البرامج الإذاعية. وتجلَّت بعد انتشار أعمال مدرسة تورونتو (School Toronto) في الاتصال، وعلى رأسها أعمال مارشال ماكلوهان (McLuhan Marshall) الذي نقل الاهتمام في الدرس الإعلامي من المحتوى إلى الوسيلة كحامل للرسائل.

ويعرف مدخل الاستخدامات والإشباعات بأنه مدخل يوضح ويفسر- إلى حد كبير- الدور الحقيقي للجمهور في العملية الاتصالية، وذلك من خلال النظرة إليه على أنه جمهور نشط،

ويتمثل نشاطه قبل وبعد وأثناء التعرض؛ حيث يختار الجمهور المحتوى الذي يفي بحاجاته، ويحقق له إشباعات معينة، وأثناء التعرض فإن الجمهور يهتم برسائل معينة ويدركها، ويميز بين ما هو مهم وما هو أقل أهمية، وبعد التعرض فإن الجمهور ينتقي استرجاع المعلومات التي تعرض له، وبمعنى آخر فإن الجمهور له غاية محددة من تعرضه لوسائل الإعلام،

ويسعى إلى تحقيق هذه الغاية من خلال التعرض الاختياري الذي تمليه عليه حاجاته ورغباته.¹

وصَفَ إيليو كاتز (Elihu Katz)، الذي شارك بول لازارسفيلد بحوثه، وزملاؤه نظرية الاستخدامات والإشباع بالقول «إنها محاولة لشرح ظاهرة -الإعلام- بسؤال الفرد عن طريقة استعماله لوسائل الاتصال لإشباع حاجاته وبلوغ أهدافه بدل مصادر أخرى متوافرة في محيطه».²

2.1. أنواع الإشباع

أ. إشباع المحتوى: وتنتج عن استخدام مضمون الرسائل لتحقيق أهداف المستقبل، كتعزيز المعرفة والفهم لأحوال المجتمع والأفراد، وتعلم المهارات، والتعلم من تجارب الآخرين للتغلب على مواقف معينة.³ وتنقسم إلى:

* **إشباع توجيهية:** وتتمثل في الحصول على معلومات، وتأكيد الذات ومراقبة البيئة، وهي إشباع ترتبط بكثرة التعرض والاهتمام بالوسائل والاعتماد عليها.

* **إشباع اجتماعية:** ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية؛ حيث يستخدم أفراد الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق نوع من الاتصال بينهم وبين أصدقائهم وأسرهم، من خلال تحقيق إشباع مثل إيجاد موضوعات للحديث مع الآخرين، والقدرة على إدارة النقاش والتمكن المعرفي، والقدرة على فهم الواقع، والتعامل مع المشكلات.

¹ سعود البشر محمود، مقدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العبيكان للنشر، الرياض، 1997، ص 47.

² Elihu Katz, "Uses and Gratifications Research," Public Opinion Quarterly, Vol 37, Issue 4, (Winter 1973), 509-523.

³ هشام رشدي خير الله، محاضرات في نظريات الإعلام، كلية التربية النوعية، قسم العلوم الاجتماعية والإعلام، جامعة المنوفية، ص 166.

ب. **إشباعات عملية الاتصال:** ويحصل عليها الفرد من اختياره لوسيلة معينة ،ودخوله عملية الاتصال للهروب من التوتر والضغوط، الإحساس بالإثارة ،تقليل الشعور بالعزلة الاجتماعية، الشعور بمحاكاة ثقافة الآخرين، وذلك من خلال الوسيلة الإعلامية نفسها، وهي الإشباعات التي تتحقق نتيجة اختيار الفرد لوسيلة اتصال معينة،¹ وتنقسم هي الأخرى إلى نوعين:

* **إشباعات شبه توجيهية:** وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات، وتنعكس في مواضيع التسلية والترفيه والإثارة.

* **إشباعات شبه اجتماعية:** وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزداد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية، وزيادة إحساسه بالعزلة، مثل تحرير الخيال، واستثارة العواطف، والتخلص من الشعور بالملل والضيق، والتخلص من الشعور بالوحدة والعزلة، والتوحد أو الاندماج مع الشخصيات.²

3.1. عناصر نظرية الاستخدامات و الإشباعات

تشمل نظرية الاستخدامات و الإشباعات على عناصر أساسية تمثل الهيكل النظري لها، وتتمثل فيما يلي:³

- **الجمهور النشط :** ويقصد به أن أفراد الجمهور لديهم نشاط وإيجابية في استقبال الرسالة وليسوا مجرد مستقبلين سلبيين لوسائل الإعلام، وأصبحوا يتعرضون لهذه الوسائل بما يشبع احتياجاتهم ورغباتهم من وسائل الإعلام.

¹ هشام رشدي خير الله، مرجع سبق ذكره، ص 167.

² ممدوح السيد عبد الهادي شنتلة، حنان كامل حنفي مرعي، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 "دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي المصري"، مجلة إعلام الشرق الأوسط، العدد 11، مصر، 2015، ص 07.

³ أسامة غازي المدني، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية "جامعة أم القرى نموذجاً"، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، السعودية، 2014/2015، ص 399.

- الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام.
- الأصول النفسية لاستخدام وسائل الإعلام.
- الأصول الاجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام.
- حاجات ودوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام: وتنقسم إلى قسمين:
 - *دوافع نفعية: وهي تستهدف التعرف إلى الذات، واكتساب المعارف والمعلومات والخبرات، وجميع أشكال التعلم بوجه عام، وتعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.
 - *دوافع طقوسية: وهي تستهدف إضاعة الوقت، والاسترخاء، والصدقة، والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات، وتتعمد هذه الفئة في البرامج الترفيهية، مثل المسلسلات، والأفلام، والمنوعات، وبرامج الترفيه المختلفة.¹
- توقعات الجمهور من وسائل الإعلام.

2. فروض ومميزات نظرية الاستخدامات والإشباع

بعد أن بدأت تتضح المداخل الرئيسة للنظرية عند الباحثين الذين قاموا بمحاولة وضع الأسس العلمية والفرضيات التي تنطلق منها النظرية، وشكلت هذه الأسس، والعناصر. ولأن نظرية الاستخدامات والإشباع قامت على افتراض الجمهور النشط، على العكس من نظريات التأثير السابقة التي قالت بقوة تأثير وسائل الإعلام في الجمهور مثل نظرية الرصاصة، فأضفت النظرية بذلك صفة الإيجابية على الجمهور، فلم يعد الجمهور من خلال هذا المنظور

متلقياً سلبياً بل ينظر إليه على أنه ينتقي بوعي ما يرغب في التعرض له من الوسائل والمضامين التي تلبي حاجاته النفسية والاجتماعية.²

¹ مكايي حسن عماد، والسيد ليلي حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص 247.

² هشام رشدي خير الله، مرجع سبق ذكره، ص 157.

1.2. فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات

تقوم نظرية الاستخدامات والإشباعات على الفروض التالية:¹

- جمهور المتلقين هو جمهور نشط واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحقيق العلاقة بين إشباع الحاجات واختبار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.
- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات.
- الجمهور وحده هو القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدام وسائل الإعلام.
- الجمهور نفسه هو الذي يحدد الأحكام حول قيمة العلاقة بين الحاجات والاستخدام.²
- الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام لحل مشاكلهم فيما يتعلق بالبحث عن المعلومات والاتصال الاجتماعي والتعلم الاجتماعي والتطور.
- يختار الأفراد من مضمون وسائل الإعلام ما يتناسب مع احتياجاتهم سواء كان متعلق بالمعلومات الأساسية أو التسلية أو التعلم.³

2.2. مميزات نظرية الاستخدامات و الإشباعات

إن المدخل يمثل مرحلة بحثية متطورة (لفهم العلاقة بين المرسل والجمهور في إطار اجتماعي) وهو يهتم أيضاً في تحديد العوامل التي تؤثر في اختلاف السلوك الاتصالي

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط01، عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص 27.

² نفس المرجع، ص 28.

³ سامي طابع، بحوث الإعلام، ط01، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص 124.

للجمهور، حيث أن دوافع مشاهدة الجمهور للمادة الإعلامية تختلف وفقاً لخصوصية كل مجتمع وظروفه المختلفة.

كما أن استخدام مدخل الاستخدامات والإشباعات له أهمية واضحة في دراسة الجمهور الذي يتعامل مع البث المباشر والقنوات الفضائية، حيث يتيح هذا التعامل فرص مشاهدة أوسع وبالتالي تحفز هذه المشاهدات على (إيجابية الانتقاء للمضامين الإعلامية المختلفة) حيث أن التناقض بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور والإشباعات التي تتحقق بالفعل عند التعرض للوسيلة الاتصالية يمكن أن يؤدي إلى تغيير في اختيارات الجمهور للوسيلة القادرة على توفير مضمون اتصالي يوفر إشباعاً لاحتياجاته.

إن اختلاف نتائج الدراسات في هذا المجال يجب أن تحسب نقطة إيجابية للمدخل وليس نقطة سلبية عليه، حيث أن المجتمعات تختلف نظراً لخصوصية كل مجتمع واختلاف ظروف أفرادها النفسية والاجتماعية والمادية والثقافية، ولهذا فإنه يمكن (تقييم نتائج الدراسات التي طبقت على المجتمع نفسه وليس على مجتمعات مختلفة).

يهتم مدخل الاستخدامات والإشباعات بتفسير الاستهلاك الإعلامي انطلاقاً من احتياجات الحياة اليومية التي يسعى الاستخدام الفردي لوسائل الإعلام إلى إشباعها، كما يضع هذا المدخل (المتلقي أمام مسؤوليته بالنسبة للمضامين الإعلامية التي يختارها).

ويفترض (المدخل) أن الاختلافات الموجودة بين جمهور المتلقين من حيث السن والجنس والمستوى العلمي والاجتماعي والاقتصادي تجع لهم يختارون مضامين اتصالية مختلفة لتحقيق لهم إشباعات مختلفة، وهذا ينبع من فكرة (الجمهور النشط) الذي يستهدف الوسائل الاتصالية التي تشبع حاجاته (في الحصول على معلومات جديدة أو الشعور بالتفاعل الاجتماعي).¹

¹ هشام رشدي خير الله، مرجع سبق ذكره، ص 167-168.

3. الأهداف الرئيسية لمنظور الاستخدامات والإشباعات والانتقادات الموجهة

لها

سيتم توضيح الأهداف الرئيسية لمنظور الاستخدامات والإشباعات والانتقادات الموجهة لها والرد عليها من طرف الباحثين من مؤيديه.

3.1. الأهداف الرئيسية لمنظور الاستخدامات والإشباعات

تحقق نظرية الاستخدامات والإشباعات ثلاثة أهداف رئيسية هي:¹

- محاولة تحديد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل والمضامين التي تشبع احتياجاته.
- شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام والإشباعات المتحققة من هذا التعرض.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

3.2. نقد نظرية الاستخدامات والإشباعات والرد عليها

حظيت نظرية الاستخدامات والإشباعات بالعديد من أوجه النقد، والتي تصدى لها في نفس الوقت العديد من الباحثين من مؤيديه، وقد تمثلت أوجه النقد في الآتي:²

***الانتقاد:** تستخدم هذه النظرية مصطلحات غامضة يصعب قياسها مثل الدوافع والحاجات، مع التشكيك في أن الأفراد قد لا يجيبون على أسئلة الاستقصاء الخاصة بقياس دوافعهم نحو استخدام وسائل الاتصال بشكل يتفق بالفعل مع دوافعهم الحقيقية ولكن على نحو روتيني دون

¹ مرزوق عبد الحكم العادلي، الإعلانات الصحفية "دراسة في الاستخدامات والإشباعات"، ط1، دار الفجر، مصر، 2004، ص 126.

² هشام رشدي خير الله، مرجع سبق ذكره، ص 169-170.

تحكيم للفكر والعقل. حيث أن الكثير من الأفراد عندما يشعرون أنهم موضع دراسة فإنهم يعطون إجابات لا تعبر عن سلوكهم الواقعي.

*الرد: وقد دافع مؤيدو المدخل عن هذا النقد المنهجي بأن الباحثين استطاعوا وضع قائمة من الحاجات والإشباعات يختار منها الجمهور عندما تقدم إليهم، وهو ما يعني تجاوز الشكوك المتعلقة بعدم قدرة الأفراد على تحديد حاجاتهم وإشباعهم بدقة. فضلا عن أن مشكلة قياس السلوكيات والحاجات والدوافع هي مشكلة منهجية تلازم جميع مناهج البحوث الاجتماعية وليس حكرًا على هذا المدخل فقط، ويمكن التغلب عليها من خلال تحقيق متطلبات الصدق والثبات في هذه النظرية.

* الانتقاد: تأكيد المدخل على فكرة الجمهور النشط، في حين أن العديد من الدراسات أثبتت أنه كثيرا ما يتم التعرض للمحتويات الإعلامية بدرجة قليلة من الاختيارية، بل وبشكل اعتيادي.

* الرد: دافع مؤيدو النظرية على هذا النقد بأنه تم التغلب على غموض مفهوم الجمهور النشط من خلال تقسيم إيجابية الجمهور إلى ثلاث مراحل تمثلت في الانتقاء قبل التعرض، الاهتمام وزيادة المعرفة أثناء التعرض، والتذكر بعد التعرض.

* الانتقاد: تنظر البحوث التي تستند إلى هذه النظرية إلى وسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم الوسائل والرسائل الإعلامية.

* الرد: يرى مؤيدو المدخل أن الباحثين الذين استعانوا بهذا المدخل لم يستعينوا بالمدخل الفردي فقط، لأن العبارات الخاصة بوظائف الوسائل الإعلامية على المستوى الفردي، يمكن أن توجد عبارات موازية لها على مستوى المجتمع ككل.

***الانتقاد:** يدعو هذا المدخل إلى الإبقاء على النظام السياسي والاقتصادي والثقافي السائد، ودعمه حينما يدعى أن الأفراد سيجدون دائما بعض الإشباعات من أي استخدام لوسائل الإعلام.

* **الرد:** لقد دافع البروفسور Dennis Everett في كتابه "مجتمع وسائل الإعلام" عن هذا النقد بأن أبحاث هذا المدخل يمكن أن تستخدم بالفعل لتغيير سياسات وسائل الإعلام التي لا تساعد على تحقيق الإشباعات المرجوة منها، وذلك في إطار حرص النظام الإعلامي على الاستجابة للواقع الذي يحيا فيه، ومن ثم إحداث التغيير المنشود لصالح مستخدمي هذه الوسائل الإعلامية.

***الانتقاد:** يرى النقاد أن هذا المدخل لا يرتقى إلى كونه نظرية مستقلة بذاتها، وأنه مجرد تجميع لأجزاء من نظريات التأثير الانتقائي، بل وأنه لا يمكن النظر إليه باعتباره منهجا متكاملًا.

***الرد:** وقد دافع مؤيدوا هذه النظرية بقولهم أن النظريات الإعلامية نظريات متكاملة وبنائية أي أن النظريات الإعلامية تكمل بعضها البعض.

***الانتقاد:** تأكيد المدخل على فكرة القصد و العمدية في اختيار وسائل الإعلام ومضامينها من أجل التعرض إليها، في حين أن هناك العديد من العوامل التي تحد من قدرة الفرد على هذا الاختيار مثل العوامل الاقتصادية والاجتماعية، فضلا عن مدى إتاحة وسيلة دون غيرها، فمثلا بعض الأماكن قد لا تصلها المجالات الثقافية فيستعيز الفرد عنها بمشاهدة أو الاستماع إلى البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون.

ثالثا. الإجراءات المنهجية للدراسة

سنتطرق إلى كل من تحديد منهجية و تقنيات الدراسة و مجتمع و عينة الدراسة.

1. منهج الدراسة الميدانية

إذا كان المنهج هو طائفة من القواعد العامة للوصول إلى الحقيقة في العلوم، أو هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته للوصول إلى نتيجة معلومة، وهو أداة اختبار الفروض ويقع عليه عبء تطويرها وتحقيقها.¹

أما نوع المنهج المختار فيفرضه موضوع البحث والهدف المرجو من الدراسة، وبما أن هذه الدراسة تهدف إلى وصف مظاهر استخدام موظفي الخزينة العمومية لولاية تبسة للانترنت والإشباعات المحققة من خلال هذا الاستخدام، وهي بذلك تنتمي إلى الدراسات الوصفية التحليلية.

كما أن المنهج الملائم لهذه الدراسة هو منهج المسح الميداني بالعينة الذي يعتبر جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة من الظواهر موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولفترة زمنية كافية للدراسة.

ومن أجل الإجابة على إشكالية الموضوع ومختلف الأسئلة الفرعية المطروحة، ولإثبات صحة الفرضيات المقدمة تم الاعتماد على المنهجين التاليين:

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط02، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص 15.

1.1. المنهج الوصفي بالنسبة للجزء النظري ذلك لتوافقه مع أهداف ومراحل الدراسة، إضافة أنه من أهم المناهج الأساسية في الدراسات والبحوث الوصفية، ومن استخداماته دراسة الظروف والاتجاهات الاقتصادية والاجتماعية، بقصد جمع البيانات والمعلومات واستخلاص النتائج اللازمة لحل إشكالية ما في المجتمع.¹

2.1. المنهج التحليلي ومنهج المسح الميداني بالنسبة للجزء التطبيقي من خلال إعداد قائمة استقصاء توجه إلى موظفي وعمال الخزينة العمومية لولاية تبسة، لاستطلاع آرائهم حول المشكلة الموضوعية للبحث، بالاعتماد على برنامج Excel في تحليل و دراسة الفرضيات، بالإضافة إلى استخدام مختلف التقارير والوثائق الخاصة بالموضوع محل الدراسة.

2. مجتمع البحث وعينة الدراسة

نظرا لأهمية الاستبيان سنقوم بعرض مجتمع وعينة الدراسة الميدانية للاستمارة المستخدمة كالآتي :

1.2. تحديد مجتمع الدراسة الميدانية

مجتمع البحث لهذه الدراسة هو مجموع مستخدمي وموظفي الخزينة العمومية لولاية تبسة.

2.2. تحديد عينة الدراسة الميدانية

لقد اخترنا عينة قصدية عمدية تحكمية تتمثل في موظفي الخزينة العمومية لولاية تبسة.

¹ أحمد عبد الحميد الخالدي، الوجيز في المناهج وإعداد البحوث العلمي، دار الكتب القانونية/ دار شتات للنشر والبرمجيات، القاهرة، 2009، ص 81.

لم يتم تحديد حجم العينة بشكل مسبق نظرا لعدم تجاوب العديد من ذوي الاختصاص مع الدراسة سواء بالرفض أو التماطل، فحاولنا التماشي مع عدد الاستثمارات المسترجعة، حيث قمنا بتوزيع حوالي 50 استمارة الكترونية.

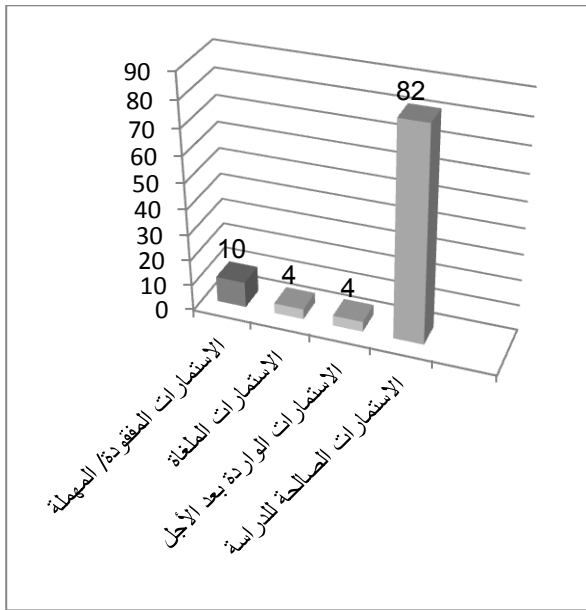
وبعد تجميع الاستثمارات الموزعة قمنا بعملية الفرز وتنظيم الاستثمارات الصالحة للدراسة تقرر الإبقاء على 41 استمارة، واستبعدت استمارتين نتيجة النقص الموجود في الإجابات في حين تم استرداد استمارتين بعد نهاية الأجل. والجدول الموالي يوضح الاستبيانات الموزعة والمستردة من أفراد العينة:

شكل رقم 01: الإحصائيات المتعلقة

جدول رقم 01: الإحصائيات المتعلقة

باستثمارات الاستبيان

باستثمارات الاستبيان



البيان	التكرار	النسبة %
الاستثمارات الموزعة	50	100
الاستثمارات المسترجعة	45	90
الاستثمارات المفقودة/ المهملة	05	10
الاستثمارات الملغاة	02	04
الاستثمارات الواردة بعد الأجل	02	04
الاستثمارات الصالحة للدراسة	41	82

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الاستبيان المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الاستبيان

من خلال الجدول السابق بلغت نسبة الاستثمارات الصالحة للدراسة 82 % وهي نسبة مقبولة بالنسبة إلى المجموع الموزع و التي تستخدم في دراسة و تحليل نتائج الاستبيان. أما باقي الاستثمارات فألغيت سواء لعدم تحصيلها أصلا من أفراد العينة بسبب التماطل وانتهاء فترة الدراسة ، أو بسبب كونها فقدت، كما تم إلغاء استمارتين بسبب النقص والتناقض

الملاحظ على مستوى الإجابات، وتم استبعاد استمارتين بسبب استلامها بعد أجل الدراسة ، والشروع في تحليل النتائج.

3. حدود ومحددات الدراسة

1.3. حدود الدراسة

- أ. الحدود البشرية: تقتصر هذه الدراسة على موظفي الخزينة العمومية لولاية تبسة ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في مهام عملهم ودراساتهم وحتى حياتهم اليومية.
- ب. الحدود المكانية: نظرا لاتساع حجم العينة فقد اقتصرت الدراسة في حدود مدينة تبسة.
- ج. الحدود الزمنية: قام الباحث بإعداد هذه الدراسة خلال الفترة الممتدة ما بين شهر ماي 2021 وجوان 2021.

2.3. محددات الدراسة

يتحدد تعميم نتائج الدراسة بالمحددات الآتية:

1. دلالات الصدق و الثبات لأداة الدراسة التي تتمثل في استبانة صممت لأغراض الدراسة.
2. مدى صدق المبحوثين وحرصهم على دقة الإجابات على أداة الدراسة.
3. نظرا لتجانس العينة فإنه لا يمكن تعميم نتائج هذا البحث إلا على مجتمع البحث نفسها لم تمثل في موظفي الخزينة العمومية لولاية تبسة.

4. الدراسات السابقة:

شغلت مواقع التواصل الاجتماعي مكان الصدارة في بناء تعبئة الرأي العام وفي تسيير الأزمة في ظل انتشار جائحة كورونا ولما كبة مجريات الأحداث وتطوراتها في مختلف أقطار العالم، كما أنها أصبحت مصدرا هاما لسرد وقائع معينة وتفصيلها بالصوت والصورة،

وعليه تم عرض بعض الدراسات لباحثين جزائريين بهدف الاستفادة منها في عملية بناء وإعداد الفرضيات، وفيما يأتي بعض الدراسات السابقة:

- عمر بن عيشوش، حسان بوسرسوب: «دور شبكة الفايسبوك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا-كوفيد 19- دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفايسبوك صفحة أخبار فيروس كورونا والتوعية الصحية نموذجاً»

جاءت إشكاليته الدراسة حول دور شبكة الفايسبوك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا -كوفيد19-، وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي والذي يمكن من وصف الظاهرة وصفا موضوعيا، كما يفيد في التعرف على مختلف خصائصها وأبعادها. حيث اعتمد في عينة الدراسة على عدد 220 مفردة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية من الفيروس.

وقد أظهرت نتائج هذه الدراسة أن أغلبية رأي الباحثين حول صفحة أخبار فيروس كورونا كمصدر كاف لهم بنسبة 40.9%، وأن أغلبية الباحثين يشجعون بدرجة عالية على فتح صفحات على مواقع التواصل هدفها التوعية الصحية بنسبة 50%، كما أسفرت الدراسة على عدة نتائج أهمها تؤدي شبكة الفايسبوك دورا فعالا في تعزيز التوعية الصحية السليمة.

وتلتقي هذه الدراسة مع موضوع دراستنا كونها ركزت على أزمة كورونا ومواقع التواصل الاجتماعي ودورها الفعال في التوعية الصحية، وفي المقابل ركزت دراستنا على الشائعات التي تحدثها هذه المواقع الالكترونية وأثرها على مصداقية الجائحة سوءا كان الأثر سلبيًا أم إيجابيًا.

- محمدي خيرة: «الإعلام الصحي وإدارة أزمة كورونا "كوفيد-19" في ظل انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع الميديا الاجتماعية».

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي، حيث سلط الضوء على كيفية معالجة الإعلام الصحي لأزمة جائحة كورونا -كوفيد 19- في ظل تداول الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت فضاء افتراضي منافس لوسائل الإعلام التقليدية تتداول من خلالها أنماط مختلفة من المعلومات الزائفة والمضللة للجمهور.

وعلى ضوء ذلك جاء اهتمام الباحث في هاته الدراسة بتشخيص دور الإعلام الصحي في إدارة الأزمة، واستكشاف أبرز أشكال المعالجات الإعلامية لجائحة كورونا، ثم رصد آليات وأساليب انتشار الأخبار الزائفة التي تتداول عبر مواقع الميديا الاجتماعية. كما خلصت الدراسة إلى ضرورة التزام الإعلام الصحي بمبادئ أخلاقيات المهنة الإعلامية ومعالجته وتغطيته للجائحة.

• جمال الدين مدفوني: «مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية الصحية من مخاطر فيروس كورونا "دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين في الجزائر"».

وقد اندرجت هذه الدراسة ضمن منهج المسح الوصفي التحليلي من خلال توظيف استمارة استبيان الكتروني وتطبيقه على عينة من المستخدمين في الجزائر.

ويهدف الباحث من خلال هذه الدراسة إلى معرفة الأدوار المحتملة والانعكاسات لمواقع التواصل الاجتماعي بالتوعية الصحية حول مخاطر فيروس كورونا، في ظل ما يشهده العالم من انتشار متسارع للفيروس، يقابله تنامي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من مختلف فئات المجتمع ومكوناته وذلك من خلال التأكيد على إمكانية توظيف المواقع ودورها في نشر الوعي الصحي الضروري لمواجهة الجائحة العالمية، وذلك بهدف الوصول إلى نتائج علمية تبين مدى اعتماد الهيئات الرسمية وحتى الأفراد على مواقع التواصل لبناء حملات توعية صحية تواكب المستجدات وتستجيب لمتطلبات مواجهة ومدى تفاعل المستخدمين معها وتقييمهم لمحتوى حملات التوعية الصحية وفعاليتها.

فكانت أهم النتائج المستخلصة من الدراسة تتمثل في:

- توضيح عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة أخبار فيروس كورونا.
- التعرف على دوافع تفاعل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي مع حملات التوعية الصحية.
- الكشف عن تقييم مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لحملات التوعية من مخاطر فيروس كورونا.

الفصل الثاني : الإطار النظري للدراسة

أولاً. ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

1. نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

2. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

3. مزايا وعيوب مواقع التواصل الاجتماعي

ثانياً. ماهية جائحة كورونا

1. تاريخ نشأة جائحة كورونا

2. مفهوم جائحة كورونا

3. استراتيجيات مواجهة أزمة كورونا

ثالثاً. تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مصداقية انتشار

جائحة كورونا

1. دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية أثناء

انتشار فيروس كورونا

2. تأثير المضامين الخاطئة حول وباء كوفيد-19 عبر مواقع

التواصل الاجتماعي

3. أولوية الاعتماد على المصادر الموثوقة في نشر المضامين

الإعلامية ودورها الايجابي



أولاً. ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

1. نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

ظهر أول موقع للتواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1995 باسم Classmates.com بمعنى " زملاء الدراسة" وقد اعتمد الموقع في بدايته على التقسيم الجغرافي الإداري للولايات المتحدة، حيث قسم هذا الموقع المجتمع الأمريكي إلى ولايات وكل ولاية إلى مناطق وقسم كل منطقة إلى مدارس، يقوم الفرد بالبحث عن المدرسة التي ينتسب إليها كي يجد زملائه ويتعرف على أصدقاء جدد ويتفاعل معهم عبره.¹

وفي سنة 1997 ظهر موقع Six Degrees بهدف تقديم مجموعة من الخدمات والمميزات للمستخدمين، والتي تمثلت في إمكانية خلق ملفات شخصية والتعريف بها وإمكانية التواصل مع الأصدقاء وتصفح قوائمهم.

كان هذا الموقع يروج نفسه على انه أداة تساعد الناس على التواصل وإرسال الرسائل إلى الآخرين واستطاع في غضون شهور قليلة استقطاب مئات الملايين من المستخدمين، إلا أنه عاد يواجه مشكلات التمويل حتى اضطر للتوقف سنة 2000.

خلال فترة 1997-1999 ظهرت مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي، واهتمت بتدعيم المجتمع بمواقع مرتبطة بمجموعات معينة مثل موقع الأمريكيين الآسيويين Asian Avenue ، وموقع البشرة السمراء Blachplanet، بعد هذا ظهرت مجموعة أخرى من مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة 1999-2001 إلا أنها لم تلق نجاحاً كبيراً، مثل موقع Mi Gent، وموقع Live Journal، فقد وفر هذا الموقع خدمة الرسائل الفورية

¹ رضوان عبد النعيم، منصات التعليمية: المقررات التعليمية المتاحة عبر الإنترنت، ط 01، دار العلوم للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص 47-48.

ويمكن المستخدمين من متابعة المجالات، والأخبار، وبعده ظهر الموقع الكوري الافتراضي World Cy¹.

أما سنة 2002 فقد انطلق موقع التواصل الاجتماعي Friendster.com إذ تم تصميمه ليكون وسيلة للتعارف بين مختلف فئات المجتمع في العالم، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر موقع فرنسي باسم Skyrock.com كمنصة للتدوين، وتحول بعدها إلى موقع تواصل².

وحتى هذه المرحلة، لم تكن هذه المواقع معروفة في المجتمعات العربية إلا بشكل محدود جداً، خصوصاً أن خدمات الإنترنت لم تكن على مستوى كبير من الانتشار والترحيب.

وقد ساعد تطور الإنترنت وانتشارها في ظهور جيل جديد من مواقع التواصل الاجتماعي التي امتازت بسهولة استخدامها، و بالتطبيقات الكثيرة التي تناسب مختلف الشرائح الاجتماعية، بما فيها اللغة، فكان أن ظهر موقع Myspace سنة 2003، الذي بدأ يحقق نجاحاً كبيراً وانتشاراً واسعاً وصل إلى المجتمعات العربية.

وفي العام 2004 انطلق موقع الفايبيوك Facbook.com في الولايات المتحدة، وعرف أولاً في بين طلبة جامعة هارفارد، ثم بدأ ينتشر إلى الجامعات والمدارس الأخرى، وفي العام 2006، بدأ بالانتشار على الساحة المحلية والدولية. بعدها انتشرت فكرة مواقع التواصل الاجتماعي للمدونات الصغيرة بظهور موقع تويتر Twitter حيث ظهر سنة 2006 وأطلق رسمياً للمستخدمين سنة 2007³.

¹Danahm Boyd, Nicol B.Ellison, **Social Network Sites "Difinition History**, Scholarship journal of computer Mediated Communication N 13, Internatiotional Communication Association, 2008, Paris, P 201.

² رضوان عبد النعيم، مرجع سبق ذكره، ص 47-48.

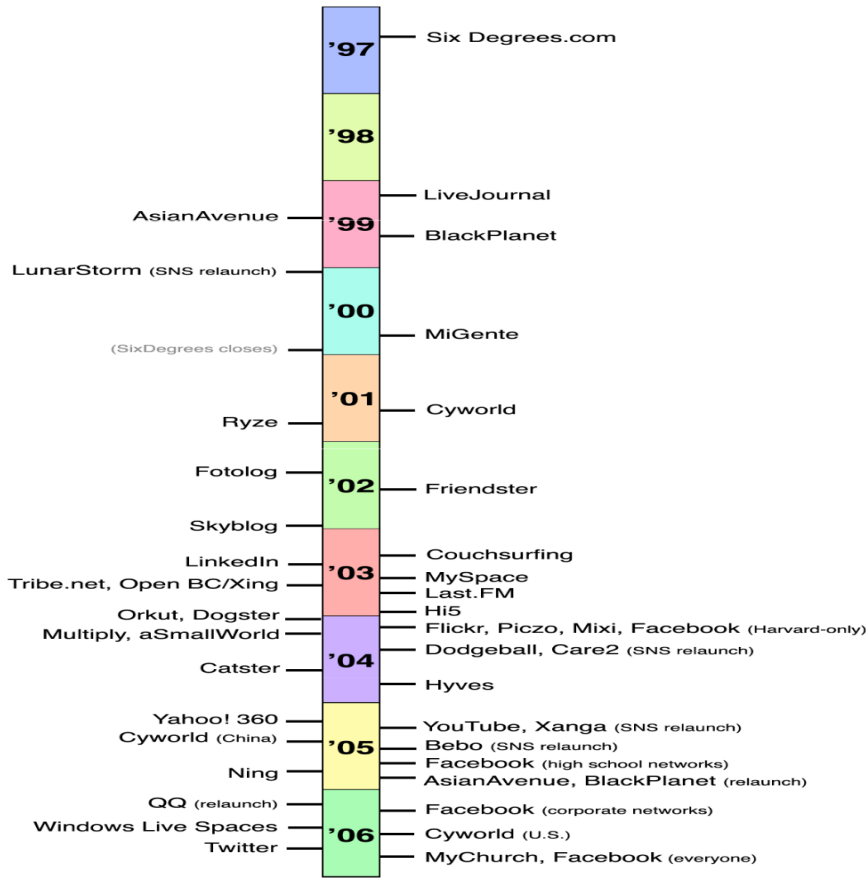
³ نفس المرجع، ص 48.

تقوم شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة والتفاعل، ويمثل المستخدم/ المتلقي محور العملية في هذا الاتصال، فالنصوص والصور والفيديو والرسوم تتسم بالانفتاح لأنها تعتمد على إسهامات المستخدمين، وتتيح مواقع التواصل للمستخدمين التعبير عن الآراء ونقل المعلومات ونشر الأخبار والترفيه وتمتين علاقات الصداقة والتعاون. ورغم الوظائف الايجابية الكثيرة التي قد تقوم بها وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أن بعض الباحثين يحذرون من أن هذه الوسائل قد تكون قوة مدمرة لأواصر علاقات الأفراد تدفعهم إلى الكذب وانتحال الشخصيات وتضييع الوقت و الانشغال في التفاهات والحث على الإفساد واختلاق المشكلات، لأنه مرتبط أصلاً بعوامل سياسية وثقافية واجتماعية تتحكم في مصيره.

ولعل أهم العوامل التي ساعدت على انتشار شبكات التواصل الاجتماعي هو وجود بيئة للاتصال الحر غير المراقب ضمن نطاق عال من الحرية في التعبير يضاف له توافر وانتشار تكنولوجيا المعلومات و الانترنت بشكل واسع، وانخفاض كلفه بشكل يمكن المستخدم من استخدامه بشكل كبير.¹

¹السعدي مؤيد نصيف جاسم، فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك، مركز ألفا للوثائق، قسنطينة، 2016، ص 157.

شكل رقم 02: تواريخ ظهور أهم مواقع التواصل الاجتماعي من فترة 1997 إلى 2006



Source: Danahm Boyd, Nicol B.Ellison, Op-Cit,p212.

2. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

تعد مواقع التواصل الاجتماعي فضاء يوفر للمستخدمين منافذ يعبروا من خلالها عن استجاباتهم الفردية والجماعية خاصة في ظل تفشي جائحة كورونا، كما أنه يشكل تفاعل المشتركين باتجاهين، إيجابي يحاول التعايش مع الأزمة وتخطيها وسلبى حاول توظيف الأزمة لنشر الشائعات والخرافات وأحيانا لنشر توجهات عنصرية أو إجرامية أو حتى أيديولوجية مختلفة، وهي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح بالمشترك فيها بإنشاء حساب خاص به، من ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لهم نفس الاهتمامات.

1.2. تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها «صفحات ويب تعتمد على خدمات تسمح للأفراد بالتعبير عن أنفسهم وتتيح لهم اختيار الأفراد المشاركين معهم، حيث أحدثت هذه المواقع تغيير كبير في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات»¹.

حسب قاموس أكسفورد «هو موقع خصص للتطبيقات الأخرى التي تمكن المستخدمين من التواصل مع بعضهم البعض عن طريق نشر المعلومات والتعليقات والصور»، وهي أدوات اتصال تعتمد على شبكة الانترنت، تتيح للأشخاص التفاعل مع بعضهم البعض، من خلال مشاركة المعلومات.

تعرفها الباحثة نها السيد عبد المعطى بأنها «المواقع التي تقوم على إنشاء شبكات اجتماعية من المترددين عليها من أنحاء العالم، وتعتمد تلك المواقع بشكل رئيسي على الاستفادة من تفاعلية شبكة الانترنت كوسيلة اتصال، حيث تسمح هذه المواقع لأعضائها أن يقدموا أنفسهم و يعبروا عن آرائهم وأفكارهم للآخرين. وبالتالي تعد مواقع الشبكات الاجتماعية وسيلة للتواصل والتقاطع بين العالمية والمحلية»².

وفي السياق ذاته يرى الباحث الشهري بأن شبكات التواصل الاجتماعي هي «منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من

¹ عمر أمل نصر الدين سليمان، تصور مقترح لوظيفة شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم القائم على المشروعات وأثره في زيادة دافعية الانجاز والاتجاه نحو التعليم عبر الويب، ورقة بحثية مقدمة في المؤتمر الدولي الثالث حول التعليم الإلكتروني والتعلم عن بعد، الرياض، 2013، ص 93.

² نها السيد عبد المعطى، صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، ط 1، الإمارات/ ولبنان، دار الكتاب العربي، 2015، ص 77-78.

خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والميول، أو جمعه مع أصدقائه».¹

وفي نظر الباحث وائل مبارك خضر فضل الله فإن « مواقع التواصل الاجتماعية هي صفحات الواب التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الانترنت وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام، والتي من شأنها تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم ببعض ويمكن أن تشمل هذه المميزات: المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات ومجموعات النقاش، البريد الإلكتروني، المدونات، وهناك حوالي 200 موقع يصنف ضمن المواقع الاجتماعية».²

وهناك من يطلق على هذه المواقع بالإعلام الاجتماعي، الذي يعد نسق فكري وعملي يبحث عن الرقي بالمجتمع كفاعل أو كموضوع للاتصال، فهو فرصة للمجتمع المدني ليقدم مكوناته المختلفة وهذا حتى يتعرفوا على بعضهم البعض وليتحاوروا فيما بينهم، وهو الإمكانية المفتوحة لكل مواطن للدخول بحرية وبفاعلية للاتصال مع مواطن آخر أو مجموعة أخرى في جو من التسامح و الاحترام المتبادل.³

أما مصطلح الإعلام الاجتماعي فهو يختلف عن مواقع التواصل الاجتماعي لأنه أكثر شمولاً، وقد يشتمل بعض الصحف و الإذاعات ومحطات التلفزة إضافة إلى مواقع التواصل الاجتماعي، وهناك من يقصر الإعلام الاجتماعي بالمواقع التفاعلية على الإنترنت دون وسائل الإعلام التقليدية، ويعرفه بأنه "استخدام المواقع ذات الصبغة الاجتماعية والتشاركية في الانترنت بهدف تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة

¹ فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة " تويتر نموذجا " دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، المجلة العربية للدراسات والتدريب، العدد 61، الرياض، 2014، ص 202 .
² وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفايبيوك على المجتمع، ط 1، مدونة شمس النهضة، 2011، ص 07.
³ دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مكتبة المثقف، مصر، 2016، ص 29.

التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، وبحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم.¹

يتبين بعد استعراض عدد من تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي أنها عبارة عن تطبيقات إلكترونية مرنة وتفاعلية للجميع يتم نشرها على شبكة الإنترنت بحيث يمكن للجميع الوصول إليها واستخدامها مجاناً، باستثناء خدمات الإعلان التجاري عن طريق الشركة نفسها، و تتيح هذه المواقع للمستخدمين مجموعة كبيرة من الخدمات أهمها التواصل الإلكتروني بجميع أشكاله نصاً وصوتاً وصورة، وهي تتيح أيضاً التعبير عن النفس بأي طريقة، والتفاعلية بين المشاركين، ونقل الملفات، ونشر الصور وخدمات أخرى كثيرة تناسب فئات عديدة من المستخدمين.

2.2. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بعدة خصائص تميزها عن غيرها من الشبكات الإلكترونية، منها ما يلي:²

- **العالمية:** حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتخطى فيها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، في بساطة وسهولة.
- **التفاعلية:** فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم التلفاز والصحف الورقية وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.
- **التنوع:** وتعدد الاستعمالات، فيستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبحث علمه وتعلمي الناس، والكاتب للتواصل مع القراء... وهكذا.

¹ سلطان محمد صاحب، وسائل الإعلام والاتصال "دراسة في النشأة والتطور"، دار المسيرة، عمان، 2012، ص 353.

² وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، ط01، دار شمس النهضة، السودان، 2010، ص 08.

- **سهولة الاستخدام:** فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل مع الآخرين.¹
- **التوفير و الاقتصادية:** اقتصادية في الجهد والوقت والمال، في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليست ذلك حكراً على أصحاب الأموال، أو حكراً على جماعة دون أخرى.
كما تتمتع بالخصائص المتفرقة بها وهي:
- **المشاركة:** المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث إنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.
- **الانفتاح :** معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة أو الإنشاء و التعديل على الصفحات، حيث إنها تشجع التصويت و التعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.
- **المحادثة: Conversation:** حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.²
- **المجتمع:** المواقع الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة، مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية أو للتعلم، أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا.

¹ عبدالرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط01، دار صفاء للنشر، الأردن، 2015، ص 67.

² خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط01، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن 2013، ص 26-

- **الترباط:** تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا، مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك على الفيسبوك Facebook ، وهكذا مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات

3.2. أشهر مواقع التواصل الاجتماعي

شبكات التواصل الاجتماعي أو المواقع الاجتماعية أو مواقع الشبكات الاجتماعية، مواقع التشبيك الاجتماعي، وسائل الإعلام الاجتماعية... وغيرها من المصطلحات التي تعبر عن أحد تطبيقات الجيل الثاني للويب، والتي نالت حصة الأسد من اهتمامات الباحثين على اختلاف تخصصاتهم في السنوات الأخيرة.

ويجدر الذكر أن شبكات التواصل الاجتماعي تأخذ عدة أشكال حصرها بعض الباحثين في أربعة عناصر تشكل في مجملها أدوات وسائل الإعلام الاجتماعي (Social Media Tools (SMT وهي:¹

- أدوات الشبكات الاجتماعية: و تضم مواقع الشبكات الاجتماعية : مثل الفيسبوك (facebook ، ماي سبايس (my space) ، لينكدإن... (LinkedIn)
- أدوات التدوين : مثل Blogger
- أدوات التدوين الصغيرة : مثل تويتر
- أدوات الموسوعات : مثل (Wikipedia) الموسوعة الإلكترونية الحرة و Google
- أدوات الارتباط الاجتماعية : وتشمل على مواقع الارتباط الاجتماعية مثل CiteULike, del.icio.us, digg,
- أدوات التخصيص : مثل (Icall, Igoogle, MyYahoo)

¹ F. Anari , **Social Interactive Media Tools and Knowledge Sharing: A Case Study**, 2013,p 07.

- أدوات مشاركة الصور والفيديو :وتتضمن مواقع مشاركة الصور والفيديو : مثل اليوتيوب
YouTube
- أدوات فيديو المؤتمرات :مثل (ooVoo, Skype, Instant Messenger) :
- Google Video, iTunes, Podcast)
- أدوات المزج : (MT) (Mashup Tools) مثل : الهاتف النقال

إن شبكات التواصل الاجتماعية متاحة لجميع مستخدمي الانترنت، بل صممت خصيصاً لجذب المستخدمين للشبكة ويسمح فيها للعديد من المستخدمين بالمشاركة في أنشطته بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع وتقديم نفسه للموقع، مثل شبكة، ماي سبيس، الويكي، يوتيوب، فليكر، تو يتر، الفيسبوك وغيرها.

أ. موقع ماي سبيس: MySpace

هو أكبر موقع في شبكة الانترنت للتشبيك الاجتماعي للأصدقاء وما اليهم وقت كتابة هذا النص، وهو يقدم لهم أركاناً خاصة لتقديم لمحات من حياتهم الشخصية، ومدوناتهم، ومجموعاتهم، وصورهم، وموسيقاهم ومقاطع الفيديو التي يعرضونها في الموقع، ويحتوي ماي سبيس على محرك بحث خاص بعرض ونظام بريد الكتروني داخلي، ويستطيع الناس من جميع أنحاء العالم صنع ملفات الكترونية عن حياتهم، و الإلتحاق بمجتمع خاص وتحديد مواعيد للالتقاء، والتشابك المهني، والترويج للأعمال، ومشاركة الاهتمامات، والعثور على أصدقاء الدراسة القدامى و الأصحاب، كما يمد الموقع مستخدميه بمساحة للخصوصية و الاندماج الثقافي ويتحاور ملايين الشباب مع الإعلام من خلاله، ويعبرون عن قيمهم الشخصية و الثقافية من خلال شبكة ماي سبيس الاجتماعية.¹

¹ محمد منصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، جامعة القاهرة، 2012، ص 84.

ب. موقع الويكي: Wiki

هي عبارة عن مواقع ويب تسمح للمستخدمين بإضافة محتويات وتعديل الموجود منها، حيث تلعب دور قاعدة بيانات مشتركة جماعية، أشهر هذه المواقع ، موقع Wikipedia وهو الموسوعة التي تضم ملايين المقالات بمعظم لغات العالم.¹

وحتى اليوم ظهرت برامج ويكي كثيرة واعتمدت الكثير من المواقع على هذه البرامج والهدف هو تبسيط عملية المشاركة والتعاون في تطوير المحتويات إلى أقصى حد ممكن.²

ج. موقع يوتيوب:

هو أحد أشهر المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت، وعنوانه youtube.com وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الإنترنت دون أي تكلفة مالية، فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من هذه الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم، كما يتمكن المشاهدون من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة، فضلا عن تقييم ملف الفيديو من خلال إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات لتعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدمي الموقع.³

د. موقع فليكر : Flickr

يعتبر موقع Flickr نموذجاً لواحدة من أهم تطبيقات صحافة الجمهور في بعدها المتمثل في توزيع الصور، وقد أسهم الموقع في مناسبات مختلفة في أن يكون بديلاً حياً لوكالات الأنباء مثلما حدث أيام تفجيرات قطارات الإنفاق في لندن وفي أحداث تسونامي. فهو موقع

¹ محمد منصور، مرجع سبق ذكره، ص 85.

² أماني جمال مجاهد، الشبكات الاجتماعية في خدمات مكتبية متطورة، مركز دراسات المعلومات، القاهرة، العدد 08، جامعة المنوفية، ماي 2011، ص 37

³ نفس المرجع، ص 38.

لمشاركة الصور، وحفظها و تنظيمها، وهو أيضاً جمعية لهواة التصوير على الانترنت، بالإضافة إلى كونه موقعاً مشهوراً للتشارك في الصور الشخصية، يتم استخدام الموقع من قبل المدونين من خلال إعادة استخدام الصور الموجودة فيه.

هـ. موقع تويتر:

هو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي، التي انتشرت في السنوات الأخيرة كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة (تويتر) أوائل عام (2006)، وأخذ (تويتر) اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد)، وأخذ من العصفورة رمزاً له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفاً للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصاً موجزاً مكثفاً لتفاصيل كثيرة، ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات (التويتات) من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية، أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة.

وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة هذه، إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذلك أهم الأحدث من خلال خدمة (RSS) عبر الرسائل النصية (SMS).

3. مزاي وعيوب مواقع التواصل الاجتماعي

تشمل مواقع التواصل الاجتماعي على ميزات وسلبيات عديدة:

3.1.3. مزاي مواقع التواصل الاجتماعي

- توفر للأفراد وسائل للتواصل السهل بين بعضهم بعضاً للتفاهم والتعاون.
- الحصول على معلومات مفيدة في مناحي الحياة المختلفة.
- الإطلاع على الأخبار المستجدة عن طريق الأفراد أن عن طريق ما ينقل من وسائل الإعلام التقليدية.

- تتيح شبكات التواصل الاجتماعي التخلص من متاعب الواقع المجتمعي.¹
- إلغاء الحواجز واختصار المسافات في التواصل ما يؤدي إلى اتصال قوي مستمر بين الأفراد خصوصاً الأقارب و الأصدقاء.
- تساعد الناس على الإبداع و الابتكار في طرح ومناقشة أفكارهم.
- تشكل وسائل التواصل الاجتماعي قناة تواصل فعالة بين الحكومة والناس.
- تتيح مواقع التواصل الاجتماعي لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات الإعلان عنها وتسويقها، حيث يتم توجيه صفحاتهم و إظهارها لفئة يحددونها من المستخدمين.

2.3. عيوب مواقع التواصل الاجتماعي

- قد تعمل على تدمير أواصر العلاقة بين الأفراد والجماعات في المجتمع.
- إضاعة وقت المستخدمين من خلال نشوء ظاهرة الإدمان لساعات طويلة على التواصل عبر الإنترنت، و التقصير في الواجبات الواقعية من عمل ودراسة وغيرها.
- قد تتطوي وسائل التواصل الاجتماعي على نوع من التطفل والتعدي، فتظهر مشاكل تتعلق بالخصوصية.
- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي على تبادل الخبرات والثقافات حول العالم من خلال نشر ثقافات الأمم والشعوب، وهذا يساهم بصورة كبيرة في نشر مفهوم قبول الآخر من خلال التعرف على عادات الشعوب المختلفة.
- تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على الوصول لكافة البحوث العلمية و الاستفادة منها، كما تساهم في زيادة المعرفة والثقافة العامة.
- يشكل تدهور اللغة العربية في بعض الدول العربية مشكلة تؤدي إلى زيادة انجذاب المستخدمين إلى تعلّم اللغات الأجنبية.
- تقليل الاتصال مع الوالدين: "أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي بمثابة الوالدين بالنسبة لهم، في حين أصبح الوالدان مجرد حراس.

¹السعدي مؤيد نصيف جاسم، مرجع سبق ذكره، ص 156.

- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في انتهاك خصوصية الأفراد بسبب تهكير حساباتهم على بعض المواقع؛ وبالتالي نشر صورهم ومعلوماتهم الخاصة دون علمهم وهذا يسبب العديد من المشاكل الاجتماعية.
- لا وقت للتفكير: تتدفق المعلومات على مواقع التواصل في كل لحظة، قبل أن يرتد إليك طرفك هناك الجديد من المعلومات، هذا الحمل الزائد من المعلومات السريعة لا يمنحك وقتاً للتفكير الحقيقي في كل هذه المعلومات
- معرفة كل شيء: يعتقد بعض الناس على مواقع التواصل الاجتماعي أنهم يعلمون ويفهمون في كل شيء، لقد خلقت مواقع التواصل الاجتماعي جيلاً يعتقد أن كل ما يقوله على مواقع التواصل له الأهمية القصوى عكس الواقع.¹
- يؤدي التحديق المستمر في الهواتف الذكية إلى فقدان القدرة على التواصل الاجتماعي الحقيقي مع البيئة المحيطة، ورسم صور خيالية للحياة في واقع افتراضي غير واقعي.

ثانياً. ماهية جائحة كورونا

تعيش البشرية هلع كبير من فيروس كورونا المستجد (كوفيد 19) كونه يعد جائحة يختلف نمط انتشارها عن سابقتها من الفيروسات التاجية التي تصيب الجهاز التنفسي، فما هو فيروس كورونا المستجد وما هي طبيعة تركيبته البنوية وآلية تسببه بالمرض؟²

1. تاريخ نشأة جائحة كورونا

نشأت العديد من النظريات حول المكان الذي ظهرت فيه الحالة الأولى (أو ما يسمى بالمريض صفر). يُعتقد أن أول حالة مُسجلة يعود تاريخها إلى 1 ديسمبر من عام 2019 في ووهان، مقاطعة خوبي، الصين. ازدادت خلال الشهر التالي عدد حالات

¹حنفي محمد، المطيري ماجد، سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي، جريدة القبس الالكترونية، تونس، 2016، ص 74.

² خلف العقلة، خيرية السلامي، طارق الدريدي، جائحة كورونا "كوفيد-19" وتداعياتها على أهداف التنمية المستدامة 2030، نشرية الألكسوالعلمية، العدد02، الأردن، جويلية 2020، ص 15.

الإصابة بفيروس كورونا في خوبي تدريجيًا. ووفقًا لمصادر صينية رسمية، كانت هذه الحالات مرتبطة في الغالب بسوق ووهان للمأكولات البحرية، الذي يبيع أيضًا الحيوانات الحية، وُجدت نظرية واحدة تقول إن الفيروس جاء من إحدى هذه الحيوانات .

أرسل مستشفى ووهان المركزي في 24 ديسمبر عينة من سائل غسل القصبات و الأسناخ لإحدى الحالات السريرية غير المحلولة إلى شركة فيجن الطبية. وفي 27 و28

ديسمبر، أبلغت الشركة مستشفى ووهان المركزي ومراكز السيطرة على الأمراض والوقاية منها الصيني بنتائج الاختبار، موضحين وجود فيروس تاجي جديد.

وقد لوحظت مجموعة من الالتهابات الرئوية مجهولة السبب في تاريخ 26 ديسمبر وعالجها الطبيب تشانغ جيشيان في مستشفى مقاطعة خوبي، الذي أبلغ مركز السيطرة على الأمراض والوقاية منها في ووهان جيانغهان، في 27 ديسمبر .

وفي 30 ديسمبر، ذكرت أحد تقارير الاختبار الموجهة إلى مستشفى ووهان المركزي، من شركة كابتل بايو ميدلاب، نتيجة إيجابية كاذبة لمرض السارس، وهذا ما دفع مجموعة من الأطباء في مستشفى ووهان المركزي إلى تنبيه زملائهم وسلطات المستشفى المرتبطة بتلك النتيجة. أصدرت لجنة الصحة التابعة لبلدية ووهان في ذلك المساء إشعارًا وجهته إلى المؤسسات الطبية المختلفة يتضمن «علاج الالتهاب الرئوي مجهول السبب .«تعرض ثمانية من هؤلاء الأطباء، بما في ذلك لي وينليانغ (للعقوبة في 3 يناير) وحُذر الأطباء لاحقًا من قبل الشرطة بتهمة نشرهم شائعات كاذبة.¹

أصدرت لجنة الصحة التابعة لبلدية ووهان أول إعلان عام عن تفشي الالتهاب الرئوي مجهول السبب في 31 ديسمبر، وأكدت وجود 27 حالة، وهو ما يكفي لبدء البحث.

تضاعف عدد الحالات تقريبًا بمعدل كل سبعة أيام ونصف خلال المراحل الأولى من تفشي المرض. وفي أوائل ومنتصف يناير من عام 2020، بدأ الفيروس بالانتشار إلى مقاطعات

¹ خلف العقلة وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 39.

صينية أخرى، وقد ساعد على ذلك بدء موسم السفر لمهرجان الربيع أو فترة تشونيون باعتبار ووهان مركزًا للنقل وتبادلًا رئيسيًا للسكك الحديدية.

في 20 يناير، أبلغت الصين عن نحو 140 حالة جديدة في يوم واحد، حالتان في بكين وواحدة في شنجن. أظهرت البيانات الرسمية لاحقًا أن 6,174 شخصًا قد ظهرت عليهم أعراض في تلك الفترة، أما عدد المصابين بالعدوى كان أكثر من ذلك.

أشار تقرير نُشر في مجلة ذا لانسيت في 24 يناير إلى إمكانية انتقال الفيروس من البشر، وأوصى بشدة باستخدام معدات الوقاية الشخصية بالنسبة للعاملين في مجال الصحة، وأكد على ضرورة إجراء اختبار الكشف عن الفيروس وفي 30 يناير، أعلنت منظمة الصحة العالمية أن فيروس كورونا حالة طوارئ عامة ومحل اهتمام دولي.¹

واعتبارًا من 23 فبراير 2021، تم الإبلاغ عن أكثر من 111 مليون حالة في جميع أنحاء العالم بسبب COVID-19 ؛ أكثر من 2.47 مليون لقوا حتفهم وتعافى أكثر من 63 مليون.

2. مفهوم جائحة كورونا

جائحة فيروس كورونا أو جائحة كوفيد-19 والمعروفة أيضًا باسم جائحة كورونا، هي جائحة عالمية مستمرة حاليًا لمرض فيروس كورونا 2019 (كوفيد-19)، سببها فيروس كورونا المرتبط بالمتلازمة التنفسية الحادة الشديدة (سارس-كوف-2). تفشى المرض للمرة الأولى في مدينة ووهان الصينية في أوائل شهر ديسمبر عام 2019.

تمثل فيروسات كورونا فصيلة كبيرة من الفيروسات التي تسبب أمراض متنوعة للإنسان، كالزكام/ نزلات البرد العادية، ومتلازمة كورونا الشرق الأوسط التنفسي (MERS-CoV)، ومتلازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم (سارس-CoV) ويعد فيروس كورونا المستجد (SARS-CoV-2) سلالة جديدة مل يسبق تحديدها وإصابتها للبشر من قبل.

¹ خلف العقلة وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 53-54.

وقد أعلنت اللجنة الدولية لتصنيف الفيروسات تسمية "فيروس كورونا" المسبب لمتلازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم (SARS-CoV-2) اسماً رسمياً للفيروس الجديد في 11 شباط/فبراير 2020. واختير هذا الاسم لارتباط الفيروس جينياً بفيروس كورونا الذي سبب فاشية متلازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم (سارس) في عام 2003، وأعلنت اللجنة ومنظمة الصحة الدولية أن "كوفيد-19" هو الاسم الرسمي لهذا المرض الجديد الذي يسببه هذا الفيروس.¹

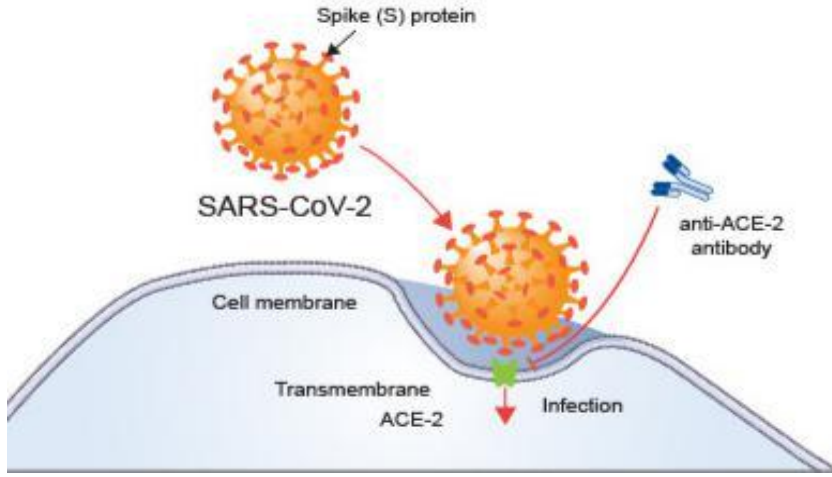
يتكون التركيب البنيوي لفيروس كورونا من غشاء بروتيني يبلغ قطره 50-200 نانومتر، ويغلف بداخله الحمض النووي الخاص بالفيروس RNA، وكباقي الفيروسات التاجية يتكون الفيروس من أربعة أنواع من البروتينات تسهم في تكوين هيكل جسم الفيروس، منها البروتين (S)، الذي يشكل النتوءات الشوكية الموجودة على سطح الفيروس و تمنحه الشكل التاجي المميز.

وتشير الدراسات أن طفرات وراثية قد تكون طرأت على فيروس كورونا المستجد ونتج عنها تغيرات في بنية الفيروس نتيجة تغير بعض الأحماض الأمينية، جعلته يرتبط بالمستقبلات (hACE2) على خلايا الإنسان من خلال بروتينات S الشوكية على سطح الفيروس، مما أدى إلى زيادة ملاءمته لتلك المستقبلات وارتباطه بها² كما هو موضح بالشكل أدناه.

¹ خلف العقلة وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 16.

² نفس المرجع، ص 17

شكل رقم 03: ارتباط الربوتينات S الشوكية الموجودة على غلاف فيروس كورونا المستجد مع المستقبلات ACE-2 الموجودة على سطح خلايا الإنسان



ينتقل الفيروس بالدرجة الأولى عند المخالطة اللصيقة بين الأفراد، وغالبًا عبر الرذاذ والقطيرات التنفسية الناتجة عن السعال أو العطاس أو التحدث. تسقط القطيرات عادةً على الأرض أو على الأسطح دون أن تنتقل عبر الهواء لمسافات طويلة، وفي سياق أقل شيوعًا، قد يُصاب الأفراد نتيجة لمس العينين أو الفم أو الأنف بعد لمس سطح ملوث بالفيروس. تبلغ قابلية العدوى ذروتها خلال الأيام الثلاثة الأولى بعد ظهور الأعراض، مع إمكانية انتقال المرض قبل ظهورها عبر المرضى غير العرضيين.

تتضمن الأعراض الشائعة للمرض الحمى والسعال والإعياء وضيق النفس وفقدان حاستي الشم والتذوق. قد تشمل قائمة المضاعفات كلاً من ذات الرئة وامتلازمة الضائقة التنفسية الحادة وتتراوح المدة الزمنية الفاصلة بين التعرض للفيروس وبداية الأعراض من يومين حتى 14 يوماً، بمعدل وسطي يبلغ خمسة أيام.

وتشمل التوصيات الوقائية غسل اليدين، وتغطية الفم عند السعال، والمحافظة على مسافة كافية بين الأفراد، وارتداء أقنعة الوجه الطبية (الكمامات) في الأماكن العامة، ومراقبة الأشخاص المُشتبه بإصابتهم مع عزلهم ذاتياً.

وتضمنت استجابة السلطات في جميع أنحاء العالم إجراءات عديدة مثل فرض قيود على حركة الطيران، وتطبيق الإغلاق العام، وتحديد ضوابط الأخطار المهنية، وإغلاق المرافق. حسّنت دول كثيرة أيضاً قدرتها على إجراء الاختبارات ومتابعة مخالطي المرضى.

3. استراتيجيات مواجهة أزمة كورونا

لا يمكن إنكار أن الوباء أثر على الدول المتقدمة أكثر من الدول النامية - وهذا ما تؤكد لغة الأرقام - غير أن ذلك لا يمنع من النظر له والتعاطي معه بإيجابية، فهذه اللحظة التاريخية يمكن أن تُشكل نقطة تحول لتعديل مسار البشرية وتصحيح لفسافات، واستراتيجيات، وسياسات، وسلوكيات... معينة ساعدت بنحو مباشر أو غير مباشر في الأزمة الراهنة. ومن بين الاستراتيجيات الآنية التي بالإمكان العمل بها لمواجهة تداعيات الأزمة نجد:¹

3.1. إستراتيجية الدعم الحكومي

بعدما كان للدولة - ممثلةً في الحكومات - دوراً مركزياً في التصدي لفيروس كورونا صحياً، سيكون لها أيضاً دور اقتصادي واجتماعي لمواجهة تأثيرات أزمة كورونا، عبر المبادرة بالضمانات القانونية و الآليات المؤسسية و الإجرائية لمواجهة آثار الأزمة. فبعد عقود من تراجع دور الدولة، أكد هذا الوباء أن الدولة مؤهلة أكثر من غيرها لضمان الأمن الصحي للأفراد و احتياجاتهم وتحقيق العدالة الاجتماعية - على اختلاف طبيعة الأنظمة الاقتصادية وكذا السياسية- من خلال الدعم الذي توفره الحكومات والذي يمكن توضيح آلياته في النقاط التالية:

¹ هادي سهيلة، تداعيات أزمة كورونا واستراتيجيات مواجهتها، سلسلة إصدارات مركز البيان للدراسات والتخطيط، 2020، ص 17.

أ. دعم الاقتصاد: بما أن التداعيات الاقتصادية لأزمة كورونا كانت كبيرة؛ الأمر الذي يستوجب على الحكومات اتخاذ إجراءات تستهدف المالية العامة والسياسة النقدية، وذلك من خلال:

- تقديم البنوك المركزية سيولة وفيرة للبنوك والشركات المالية غير المصرفية، ولاسيما لتلك التي تُقرض المنظمات الصغيرة والمتوسطة، وبالإمكان تقديم ضمانات ائتمانية مؤقتة وموجهة لتلبية احتياجات هذه المنظمات للسيولة على المدى القصير.
- تخفيض أسعار الفائدة الأساسية أو شراء الأصول لدعم الأسواق المالية إذا واجهت السوق مخاطر تردي الأوضاع المالية بنحو كبير.
- خلق فرص العمل، من خلال زيادة الإنفاق الحكومي على المشتريات والمشاريع التي تتطلب كثافة اليد العاملة، سيما ما يتعلق بالقطاع الصحي ونظم الاستجابة لحالات الطوارئ.

فهذا الدعم الحكومي من شأنه التخفيف من الآثار الاقتصادية و الاجتماعية لأزمة فيروس كورونا. لكن الإشكال المطروح هو محدودية قدرة الدول منخفضة ومتوسطة الدخل على ضمانه هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى فإن هذا الدعم يُشكل ضغطاً مالياً على حكومات الدول ولاسيما وأن أزمة فيروس كورونا غير معلوم تاريخ انتهائها، لكنه يبقى آلية مهمة للتخفيف من تداعيات الأزمة في ظل الأوضاع الاقتصادية الراهنة.

ب. التضامن الاجتماعي: إن أزمة كورونا أثرت سلباً على الأمن المجتمعي، لذلك تبرز ضرورة العمل بآلية التضامن الاجتماعي لتعزيزه وذلك عن طريق:

- دعم نظم الحماية الاجتماعية، من خلال تغطية برامج المعونة الغذائية ومنح البطالة، وحماية الحق في الحصول على إجازة مرضية مدفوعة الأجر.

- تمديد آجال سداد القروض الفردية، ووقف سداد الرسوم الحكومية مؤقتاً، وإعفاء المحتاجين من الضرائب.

- حصول المستهلكين من الفئات الضعيفة على المواد الغذائية الأساسية والسلع الضرورية بنحو مستمر وبأسعار معقولة، ومنع احتكار السلع وزيادة أسعارها وقت الأزمات.

- الاستجابة الصحية العامة، أي: يستفيد منها الجميع حتى المهاجرون من خلال إجراءات الفحص، توفير الرعاية، والحفاظ على مكان سلامة العمل ومختلف تدابير احتواء فيروس كورونا.

- حماية المساجين و الأشخاص المتواجدين في مخيمات اللاجئين من انتشار الفيروس.

- حماية عاملي القطاع الصحي، وتوفير أقنعة الوجه والملابس الواقية لهم.

- تمكين المسؤولين على مستوى الحكم المحلي من خلال تقديم الدعم المالي والفني للبلديات، وتوطيد الشراكات مع المجتمع المدني لضمان مؤازرة الفئات الضعيفة وخدمتها بفاعلية، وعلى وجه الخصوص السكان النازحون والسكان الذين يعتمدون على المعونة الإنسانية والعاملون مقابل أجر يومي.

- تخفيض تعريفات رسوم الاتصالات وتحسين سرعة الانترنت وتوفير البرمجيات المجانية لإتاحة التطبيب عن بعد العمل عن بعد، والتعلم عن بعد، والتواصل عن بعد.

أزمة كورونا أثرت كثيراً على الفئات الهشة من المجتمع، وهو الأمر الذي يهدد استقرار المجتمعات والدول، غير أن الحكومات مطلوب منها إشراك منظمات المجتمع المدني في تحقيق هذه الإستراتيجية باعتبارها حلقة وصل بين المواطنين والحكومة؛ فهذا الشريك بإمكانه القيام بالتعبئة الاجتماعية، تقدير الاحتياجات وإيصالها وعملية التوعية؛ لذا ينبغي أن يكون التعاطي الفعال مع تداعيات الأزمة تعاطياً مشتركاً.

- ج. دعم القطاع الخاص: تضررت منظمات الأعمال الصغيرة والمتوسطة أكثر من الكبيرة جراء جائحة كورونا، ما انعكس سلباً على الأمن الاقتصادي والاجتماعي للدول؛ لذا يتوجب على الحكومات دعمها من خلال:¹
- دعم الشركات المتضررة من تداعيات الوباء لتحفيز الاقتصاد والحد من تسريح العمال، عن طريق تمديد آجال سداد اشتراكات الموظفين في الصناديق الوطنية للضمان الاجتماعي، وإتاحة الإعفاءات الضريبية ووقف سداد القروض مؤقتاً خلال الأزمة.
 - إنشاء صندوق مخصص للطوارئ برعاية القطاع الخاص و الأشخاص ذوي الأرصة المالية الضخمة لدعم الإجراءات الحكومية الهادفة لاحتواء تفشي الوباء.
 - تشجيع الشركات الكبيرة على الحد من تسريح العمال، بتأجيل تسديد الأجور المترتبة عليها، أو إعفائها من تسديدها في أثناء الأزمة، وإعطائها الأفضلية في التعاقد معها.

2.3. إستراتيجية الحكومة المفتوحة

أهمية هذه الإستراتيجية تعود أساساً لمحدودية شفافية الأنظمة الأوتوقراطية و حتى الديمقراطية في مواجهتها لأزمة فيروس كوفيد 19، وهو ما ساعد في الانتشار الواسع له، ففي الصين مع بداية ظهور حالات الإصابة بالمرض أجبرت الشرطة المحلية طبيياً نَبّه من انتشار فيروس مشابه لفيروس (السارس) على توقيع خطاب ينفي ما نشره، متهماً إياه بنشر شائعات عبر الانترنت، وحتى على مستوى الأنظمة الديمقراطية - التي تجرّم احتكار المعلومة- لم يكن هناك التزام كبير بعنصر الشفافية.

فالشفافية أصبحت مطلوبة أكثر، ليس فقط في التعاطي مع أزمة كورونا وتجاوز مختلف تداعياتها، بل حتى للتصدي لأزمات صحية مشابهة قد تحدث في المستقبل، لخلق قاعدة تعاونية صلبة وهو الأمر الذي توفره الحكومة المفتوحة.²

¹ هادي سهيلة، مرجع سبق ذكره، ص 20.

² منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية، تقرير الحكومة المفتوحة، السياق العالمي والآفاق المستقبلية، 2016، ص 21.

ومن الآثار الايجابية لإستراتيجية الحكومة المفتوحة تعزيز الحوكمة، إذ أنها تفعل مبادئها الأساسية المتمثلة في المساواة والشفافية والشمولية والفعالية، وبمقدورها تسريع الجهود المبذولة للقضاء على الفقر والفساد، وتحسين الخدمات وزيادة الرفاهية، لأن الانفتاح والشفافية يمكنان المواطنين من مراقبة إنفاق المال العام ولاسيما في المشاريع التنموية الرامية إلى تحسين حياة المواطنين. علاوة على ذلك، تساهم البيانات المفتوحة و التشاركية في زيادة كفاءة الخدمات العامة؛ وذلك بالاعتماد على إشراك المواطنين والمجتمع المدني في عمليات التخطيط وصنع القرار في المشاريع التنموية.¹

3.3. إستراتيجية التعاون الإقليمي

ينبغي تعزيز الجهود الوطنية بتعاون إقليمي يستغل المقومات المشتركة لمواجهة تحديات الحاضر و المستقبل. فالجائحة -التي فرضت تهديد للإنسانية - فرصة لبناء علاقات تعاونية داخل فضاءات جيو - سياسية متكاملة. تحقيقاً لهذه الغاية ينبغي في البداية تكثيف الجهود التعاونية إقليمياً ودولياً لإحلال السلم في المناطق التي تشهد صراعات مسلحة (ليبيا، اليمن، سوريا...)؛ لأنه في ظل تلك الأوضاع سترتفع العدوى الفيروسية بكوفيد 19 وأيضاً تداعياتها الاقتصادية والاجتماعية ليس فقط على مستوى تلك الدول بل كذلك في الدول المجاورة.

هذا إضافة إلى التعاون ضمن مجالات أخرى غاية في الأهمية، نوردتها في النقاط

التالية:²

¹ اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا، تقرير تعزيز الحكومة المفتوحة في المنطقة العربية، بيروت، 2018، ص 23.

² هادي سهيلة، مرجع سبق ذكره، ص 25.

أ. **التعاون الإقليمي في المجال الصحي:** التعاون في هذا المجال ما يزال يفرض أهميته في ظل تأكيد لغة الأرقام على عدم استقرار في عدد الإصابات والوفيات. ومن بين سبل التعاون الصحي ما يأتي:¹

-التعاون الإقليمي لضمان توفير المعدات الطبية؛ فقد اعتمد الاتحاد الأوروبي آلية الحماية المدنية للسكان، التي تهدف إلى توزيع وإيصال الفرق الطبية والمعدات للدول التي تحتاجها.
-الدعم المالي الإقليمي للبحث العلمي الموجه لفيروس كورونا؛ حيث رصد الاتحاد الأوروبي 220 مليون أورو لدعم البحوث المتعلقة بالمصل.

- تطوير التعاون فيما يخص تبادل المعلومات المتعلقة بفيروس كورونا المستجد مثلما حدث داخل التكتل الاقتصادي رابطة دول جنوب شرق آسيا.

-وضع إطار قانوني إقليمي للتخلص من النفايات الطبية لتجنب أزمة في إدارة النفايات تؤثر على الصحة العامة، المياه الجوفية والمناطق الساحلية.

ب. **التعاون الإقليمي لمواجهة التداعيات الاقتصادية والاجتماعية:** وذلك من خلال السعي نحو:

- إنشاء آليات مؤسسية لدعم الاقتصاد، قطاع الأعمال ومكافحة البطالة مثلما تم المبادرة به على مستوى الاتحاد الأوروبي.

-إنشاء صندوق إقليمي للتضامن الاجتماعي لخدمة الفئات الضعيفة، وضمان التعجيل في الاستجابة وتوفير الإغاثة في أوقات حالات الطوارئ الصحية، في هذا الإطار بإمكان الدول العربية أن تدعو لدفع زكاة هذا العام في هذا الصندوق.

-اتخاذ إجراءات منسقة لإزالة جميع القيود المفروضة على الواردات والصادرات ولاسيما على المنتجات الغذائية والطبية والمواد الخام المنتجة للسلع الأساسية.

¹سمير الخليلي، رهانات التعاون الدولي في ظل أزمة كورونا، تقرير جامعة اسطنبول، أبريل 2020، ص 05-06.

- قيام المؤسسات المالية الإقليمية بوضع آليات تأجيل سداد الدين وخفضه لتعزيز الحيز المالي المتاح للدول متوسطة ومنخفضة الدخل لتمكينها من التصدي لتداعيات الوباء.

ثالثاً. تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مصداقية انتشار جائحة كورونا

انشغلت منصات التواصل الاجتماعي الكبرى في زمن كورونا بتسهيل التعامل بين الناس خلال فترات العزل الطويلة نسبياً عبر العالم، لكن مواقع التواصل الاجتماعي باتت سلبياً أيضاً، فالشائعات والأخبار المفبركة تدور على قدم وساق.

1. دور وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية أثناء انتشار فيروس

كورونا المستجد

تعد التوعية الصحية من أهم الأهداف التي تسعى إليها المجتمعات خاصة أثناء الأوبئة وانتشار الفيروسات مثل انتشار فيروس السارس، الايبولا وغيرها، ومع انتشار فيروس كورونا كوفيد-19 بداية سنة 2020 سارعت وسائل الإعلام لنشر حملات التوعية للحد من انتشار الفيروس إلا أن مواقع التواصل الاجتماعي كان لها الدور البارز في نشر المعلومات فمن بين معالم الواقع الجديد الذي أفرزته أزمة تفشي وباء كورونا في أنحاء العالم، كان ذلك الاختبار القوي لوسائل التواصل الاجتماعي بكل أنواعها، التي باتت سمة واضحة لا ينكرها أحد في العالم المعاصر، وبقدر ما أسهمت تلك الوسائل الجديدة في تخفيف وطأة أزمة التواصل المباشر بين البشر بفعل المخاوف من تفشي فيروس كوفيد 19 من خلال حملات التوعية، وحلت محل وسائل الإعلام سواء المكتوبة، المسموعة أو السمعية البصرية بفعل المميزات التي تتصف بها مواقع التواصل الاجتماعي كالآنية السريعة في نقل المعلومات وأهم مميزاتها التفاعلية، بقدر ما بدا من وجهة نظر كثيرين أنها فشلت في اختبار المصداقية، حيث ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في إثارة الخوف و الهلع من خلال المعلومات المتداولة أثناء الجائحة التي حلت بالجزائر، خاصة حول الأعداد الحقيقية لحالات الإصابة، رغم صدور التقارير التي تتضمن الإحصائيات من وزارة الصحة الجزائرية كمصدر

رسمي للمعلومات، والضوابط القانونية التي توضح العقوبات المسلطة على ناشري الشائعات والمعلومات الخاطئة.¹

من خلال ذلك تتضح أهمية البحث في الأطراف المستفيدة من نشر التهويل أثناء انتشار هذا الوباء الخطير عبر مواقع التواصل الاجتماعي لذلك فجمهورها يتحمل جانبا كبيرا من المسؤولية، ومن الجوانب السلبية التي أفرزها استخدام تلك الوسائل خلال الأزمة، من نشر أخبار مفبركة، نشر شائعات، والسعي لبث الخوف والذعر في نفوس الأفراد الذين وضعتهم الأزمة في حالة من القلق، يدفعهم للتشبث بأية معلومة حتى وإن كانت غير صحيحة.

ومنذ أن بدأت الأزمة بانتشار الفيروس في الصين، ثم انتقال العدوى لدول أخرى، بدأ واضحا على العديد من منصات التواصل الاجتماعي، أن هنا ما يشبه حالة من الذعر والهلع الجماعي، التي يروج لها قطاع كبير من رواد تلك المنصات وكان لافتا كيف تحرك موقع تويتر، الأكثر تداولاً في العديد من الدول العربية، ليعلن حظر "المحتوى المضلل" حول الوباء بعد بلوغ الفيروس الذروة من الانتشار، والترويج لشائعات غير محددة ومضللة بشأن فيروس كورونا.

لذلك فمواقع التواصل الاجتماعي التي تنتشر التغريدات المضللة للأخبار الصحيحة ومزاعم غير موثوقة تم حظرها وفقا لقواعد الأمان و المراجعة الالكترونية التي اعتمدها المؤسسات الاتصالية المختلفة.²

ومن الجانب الايجابي لمنصات التواصل الاجتماعي، فإننا نجد فيديوهات نشرت من الصين ومن إيران والأكوادور ومن بلدان أخرى تظهر الناس وهم يتساقطون في الشوارع صرعى فيروس كورونا، كانت سبباً لاعتراف تلك الدول بتفشي الجائحة، ثم باتت سبباً يردع الناس فيبلدان أخرى بعيدة عن الخروج إلى الشوارع وحثهم على الاعتصام بالمنزل للوقاية من

¹ ميلود مراد، صادق فوزية، مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية من مخاطر انتشار فيروس كورونا في الجزائر، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 03، العدد 01، جوان 2020، ص 149.

² نفس المرجع، ص 150.

المرض، ما بدد إلى حد كبير من أوهام ينشرها المؤمنون بنظرية المؤامرة ممن يزعمون أن كل ما يجري يصب في الحرب التجارية بين الولايات المتحدة والصين.

2. تأثير المضامين الخاطئة حول وباء كوفيد-19 عبر مواقع التواصل الاجتماعي

أثناء انتشار الوباء تم تضخيم المحتويات المنشورة ضمن معظم شبكات التواصل الاجتماعي مما استدعى الأمر ضرورة تفعيل قواعد حظر نشر المعلومات البغيضة أو التشهيرية في أعقاب إعلان مشترك لكل من فيسبوك وغوغل ومايكروسوفت، تعهدوا فيه بالعمل مع الحكومات لمحاربة المعلومات المضللة، وللمساعدة على الاتصال بأولئك الذين وضعوا أنفسهم قيد العزل الشخصي.

وساهمت المنصات المختلفة في مساعدة الملايين من الناس على أن تظل متصلة ببعضها عن بعد، ومحاربة الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة حول الفيروس، ونشر المضمون الصادر عن السلطات المعنية، ومشاركة التحديثات المهمة بالتنسيق مع وكالات الرعاية الصحية الحكومية حول العامل، وتم اقتصار مشاركات البعض على منصات التواصل الاجتماعي، على إبراز الجانب المظلم و القاتم، وتفاصيل حالات الوفيات، بما يعمق حالة الخوف الحاصلة بالفعل، فإن هنا آخرين سعوا للاستفادة من الأزمة عبر الترويج لأدوية زائفة، زعموا أنها تعالج وباء الكورونا، لذلك رفعت وكالة الأنباء الفرنسية في تقرير لها إلى بعض من هذه الأدوية، ومنها استهلاك الرماد البركاني، واستخدام مصابيح الأشعة فوق البنفسجية، ومطهرات الكلور التي تقول السلطات الصحية إنها يمكن أن تسبب ضررا إذا استخدمت بشكل غير صحيح.¹

وفي عدة دول عربية بدت السلطات مهتمة بمحاربة مروجي الشائعات، أو الأخبار الزائفة خلال الأزمة، عبر وسائل التواصل الاجتماعي، من خلال الاتصال مع البرامج

¹ ميلود مراد، صادقي فوزية، مرجع سبق ذكره، ص 150-151.

التليفزيونية المحلية، إلا أنه رصدت خلال الفترة الماضية شائعات عن طرق علاج فيروس كورونا من الأطباء على مواقع التواصل الاجتماعي.

ويعتبر الفيسبوك والتويتر موقعا لنشر المستجدات باعتبارهما وسيطاً حاسماً في تداول المعلومات التي يحتاجها الناس في ظل العزلة الوقائية والعمل والدراسة من المنزل، وفي نفس الوقت فقد باتت هذه المنصات وسيطاً حاسماً في ترويج معلومات رخيصة تتوخى الإثارة وشائعات مفبركة وحتى إعلانات مفبركة، وهي في هذه الحالة قد باتت سبباً في زيادة قلق الناس ونشر حالات الهلع بينهم.

3. أولوية الاعتماد على المصادر الموثوقة في نشر المضامين الإعلامية ودورها الإيجابي

في الوقت الذي نخشى فيه على العالم وأهله، فإنه يبدو أن هناك جوعاً خلال أزمة كورونا للحقائق الموثوق بها، والتي تطمئن كل هؤلاء الذين أصابتهم هستيريا بفعل المعلومات غير الدقيقة التي تعج بها وسائل التواصل الاجتماعي.

1.3. الاعتماد على المصادر الموثوقة في نشر المضامين الإعلامية

راهننت الوسائل الإعلامية على نشر الحقائق لتحافظ على مصداقيتها أمام تلك الشائعات المنتشرة من ناحية ومن ناحية أخرى الجانب من الاختبار الذي تتعرض له وسائل التواصل الاجتماعي في هذه الأزمة متعلقاً بالمصداقية ورغم أنها عرفت على مدار السنوات الماضية بأنها وسيلة سريعة لتداول ونقل الأخبار، إلا أن الأفراد في المجتمع يهرعون تلقائياً في أوقات مثل تلك الأزمات لوسائل الإعلام التقليدية، خاصة تلك الرصينة منها، وهو ما يعكس أزمة فقدان ثقة في وسائل التواصل الاجتماعي المستحدثة، خاصة في أوقات الأزمات.

وكشفت بعض الدراسات أن عدداً كبيراً من وسائل الإعلام الإلكترونية تفتقد إلى الدقة وتساهم في نشر شائعات، مؤكدة أنه ليس كل ما ينشر على الشبكة يتمتع بالمصداقية

فلحصد أكبر عدد من الزوار تتجه بعض وسائل الإعلام الالكترونية إلى نشر أخبار غير دقيقة أو مزيفة لجذب الاهتمام إلى مواقعها، وحسب الدراسة فإن عددا كبيرا من وسائل الإعلام الالكترونية تقوم بنشر معلومات غير صحيحة أو كاذبة لأنها تثير اهتماما أكبر كما وجدت الدراسة أن عددا كبيرا من المواقع لا يتحقق من صحة المعلومات التي تقوم بنشرها، وبدلا عن ذلك تقوم بربطها بوسيلة إعلام أخرى وأخذت الدراسة نماذج عديدة للشائعات التي أثارت ضجة واسعة وتناقلتها أغلب وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الالكترونية ووجد الباحثون أن معظم الأخبار الكاذبة، التي تنشرها وسائل الإعلام الجديدة أو الصحافة الصفراء، تسمح وسائل الإعلام التقليدية بانتشارها ويرى الباحثون مع أن غالبا ما يعمل البعض على نشر الحقيقة إلا أنها تنتشر بسرعة أقل.¹

2.3. الدور الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي

في خضم أزمة فيروس "كورونا المستجد"، التي عصفت بالعالم برمته في الوقت الراهن، ظهرت جوانب سيئة على مواقع التواصل الاجتماعي، ساعدت في إثارة الهلع والرعب بين سكان العالم، واستخدامها في نشر شائعات مغلوطة حول المرض وعلاجه، وفي ظل ما تواجهه البشرية من مأسٍ بسبب "كورونا"، أخذت شركات ومواقع التواصل الاجتماعي خطوات للعمل على مواجهة انتشار الشائعات والمعلومات الخاطئة عن الفيروس، فقد تلجأ في بعض الأحيان إلى حذف حسابات أشخاص ينشرون معلومات غير صحيحة أو حذف ما ينشرونه إلا أن الحجم الهائل من الأخبار و المعلومات المزيفة، التي وصفتها منظمة الصحة العالمية بـ"المعلومات الإخبارية"، تختبر ما إذا كانت تلك الشركات قادرة بالفعل على الحد بشكل فعال من انتشار المعلومات الخاطئة، أم أنها خطوات محدودة لن تسهم في تحجيم كل تلك الشائعات.

¹ ميلود مراد، صادقي فوزية، مرجع سبق ذكره، ص 152.

في خطوة جديدة أخذتها منصات التواصل الاجتماعي، وعديد من المواقع الأكثر استخداماً على مستوى العالم، أصدرت شركات التكنولوجيا بياناً مشتركاً حول جهودها المتضافرة لمعالجة نشر المعلومات الخاطئة أثناء أزمة فيروس كورونا.

كما نشر كل من "فيسبوك" و"غوغل" و"مايكروسوفت" و"تويتر" و"يوتيوب" و"لينكد إن" و"ريدت" بياناً في 17 مارس 2020، يقول إن تلك الشركات "تعمل جميعاً بشكل وثيق لتعزيز جهود مكافحة المعلومات الخاطئة حول فيروس كورونا من خلالها:¹

- تساعد الناس على البقاء على اتصال خلال فترات الحجر الذاتي، في حين حارب أيضاً التضليل الذي قد يظهر على منصاتهما.

- مساعدة الأشخاص على البقاء على اتصال، مع مكافحة الاحتيال والمعلومات المضللة حول الفيروس بشكل مشترك، وزيادة المحتوى الموثوق على منصاتنا، ومشاركة التحديات المهمة بالتنسيق مع وكالات الرعاية الصحية الحكومية حول العالم.

- توفير مساحة مجانية لمنظمة الصحة العالمية، في سبيل المساعدة في مكافحة فيروس كورونا عبر الفيسبوك.

- ضمان عدم تضليل المستخدمين بشأن الفيروس ومخاطره وكيفية الرد عليه.

- توعية المستخدمين الذين يبحثون عن المشاركات على الفيروس عبر (فيسبوك) يشاهدون نافذة منبثقة توجههم إلى منظمة الصحة العالمية أو هيئة الصحة المحلية، للحصول على أحدث المعلومات.

- إزالة الادعاءات الكاذبة ونظريات المؤامرة التي نوهت إليها منظمة الصحة العالمية الرائدة؛ للمساعدة في مكافحة المعلومات الخاطئة حول فيروس كورونا.

- القيام بحظر الإعلانات عن المنتجات التي تقدم أي علاجات أو وقاية من انتشار فيروس كورونا.

¹ ميلود مراد، صادقي فوزية، مرجع سبق ذكره، ص 153-154.

- تكثيف الجهود بكل الأقسام الداخلية والخارجية لموقع التويتر لبناء الشراكات وحماية المحادثات العامة ودعم الأشخاص على "تويتر" في العثور على معلومات موثوقة، وإزالة التغريدات التي تحمل معلومات مغلوطة، وذلك في إطار الجهود العالمية لاحتواء انتشار فيروس كورونا.

- إزالة تغريدات على منصاتهما، تحمل "رفضاً لتوجيهات السلطات الصحية العالمية"، أو حمل "وصف العلاجات غير فعالة أو ضارة، أو إنكار الحقائق العلمية"، إضافة إلى انتحال هوية مسؤول حكومي أو صحي، ونشر معلومات خاطئة حول تشخيص كورونا.

- إطلاق خدمة البحث المتخصص في فيروس كورونا من التصنيف الرسمي للفيروس، لضمان حصول الأشخاص على معلومات موثوقة عن الفيروس وظهور محتوى صحيح ودقيق في طليعة نتائج البحث.

- رصد المحادثات على هذه الخدمة، للتأكد من أن الكلمات الرئيسية للبحث توفر النتائج المطلوبة، وضمن ذلك الكلمات التي تحتوي على أخطاء إملائية شائعة، كما أبرمت المنصة شراكات في جميع الدول التي أطلقت فيها المبادرة مع هيئات الصحة العامة الوطنية أو مع منظمة الصحة العالمية مباشرة.

- أعلن موقع التواصل "إنستغرام" في 14 مارس 2020، عن وقف انتشار المعلومات الخاطئة حول الفيروس التاجي المستجد "كورونا"، والذي يظهر من خلال بعض تأثيرات الواقع المعزز على منصتها.

- ذكرت المنصة المملوكة لـ"فيسبوك" بعض الإجراءات لمنع انتشار الأخبار المزيفة حول نقشي فيروس كورونا، كما تساعد في توفير بيانات الحكومة المحلية حول كورونا، حيث يكون بإمكان المستخدمين الوصول بسهولة إلى المعلومات الرسمية.

- تسعى المنصة المملوكة لـ"فيسبوك" لـ"إيقاف انتشار المعلومات الخاطئة حول وباء فيروس كورونا على منصتها، والتي تظهر من خلال تأثيرات الواقع المعزز"، حيث كتبت الشركة في تحديث مجموعتها Facebook Creators "أنها قد أزلت تأثيرات الواقع المعزز المنشورة

بالفعل، وسترفض أي طلبات معلقة لتأثيرات تدعي أنها تنتبأ بالفيروس أو تشخصه أو تعالجه.

- تواجه شركة "واتساب"، التي تعد واحدة من أشهر منصات المراسلة والدرشة بالعالم، وتملكها أيضاً "فيسبوك"، صعوبة في وضع حدٍّ لانتشار الشائعات بخصوص "كورونا".

- وبالتعاون مع منظمة الصحة العالمية أُطلق التطبيق -الذي يستخدمه أكثر من ملياري شخص- خطوة لتحديث المعلومات عن فيروس "كورونا المستجد"، وذلك في محاولة لمساعدة المستخدمين في العثور على معلومات دقيقة عن هذا الفيروس.

- خصصت منظمة الصحة العالمية الرقم (+41798931892) على تطبيق واتساب لتوعية المواطنين وإرشادهم بالخطوات التي يجب فعلها عند الإصابة بالمرض وإجراءات الوقاية منه.

-تعمل الخدمة بشكل "درشة" مباشرة بين المستخدم ومنظمة الصحة العالمية، التي تتولى الإجابة الفورية عن سلسلة من الأسئلة المعدة مسبقاً، والتي تشمل عدد حالات الإصابة بالمرض عالمياً، ونصائح حول كيفية حماية نفسك، إلى جانب الإجابة عن الأسئلة المتكررة التي يمكنك تداولها بسهولة.

- تسخير عدد من المدققين للحقائق المحلية، لتمكين المزيد من القيام بعملهم حتى يتم التعرف على الشائعات ومواجهتها.

- بالنسبة لـ "تيك توك وسناب شات" تم استخدامهم بشكل نسبي أثناء الجائحة، حيث بدأ تطبيق "تيك توك" إصدار إشعار للمستخدمين عندما يبحثون عن معلومات حول الجائحة في التطبيق، ويشجع تنبيه المستخدمين على البحث عن "مصادر موثوقة" مثل منظمة الصحة العالمية، للحصول على معلومات دقيقة والإبلاغ عن محتوى قد ينتهك إرشادات المجتمع.

أما "سناب شات" فإن هيكل منصاته تحميه من انتشار المعلومات الخاطئة، إذ تخفي وظائف التطبيق بعد 24 ساعة، وهو ما يمنعها من المشاركة بشكل متكرر أو الإصابة بالفيروسات.

وفي الأخير يمكن أن نستنتج أنه لا يمكن إنكار دور مواقع التواصل الاجتماعي أثناء انتشار جائحة فيروس كورونا في التثقيف والتوعية، وتصحيح الأخطاء، وتوجيه الرأي العام، خاصة الآن في الوقت الذي ينشغل فيه العالم بأسره بمتابعة ومعرفة تفاصيل انتشار فيروس كورونا، وتداعياته وتأثيراته على المجتمعات البشرية، صحياً ونفسياً، واجتماعياً، اقتصادياً، وتجارياً، وإعادة رسم تحالفات دولية وغيرها، فبعد جائحة فيروس كورونا تبين أن وسائل الاتصال الالكترونية قد استعادت نوعاً من الهيمنة التي فرضتها وسائل الإعلام القديمة، وأن مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك، تويتر و الانستغرام أصبحت مصدراً وحيداً تقريباً للمعلومات البوئية وتداولها على نطاق واسع، سواء كانت هذه المعلومات صادقة أو مزيفة أمام ميول الحكومات والجهات المؤثرة في السياسات الإعلامية فيكل مكان، لأسباب سياسية تكتيكية وإستراتيجية، لإخفاء الحقائق والتستر على الأوضاع الحقيقية حول الفيروس.

الفصل الثالث: تأثير الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على مصداقية انتشار جائحة كورونا

أولاً. عرض استمارة الاستبيان

1. تقنيات الدراسة الميدانية

1.1.1. الاستبيان

2.1. المقابلة الشخصية

2. مراحل إعداد الاستبيان

1.2. مرحلة بناء الاستبيان

2.2. مرحلة توزيع الاستبيان

3. هيكل الاستبيان

ثانياً. تفرغ ومعالجة بيانات الاستبيان

1. تفرغ بيانات الاستبيان

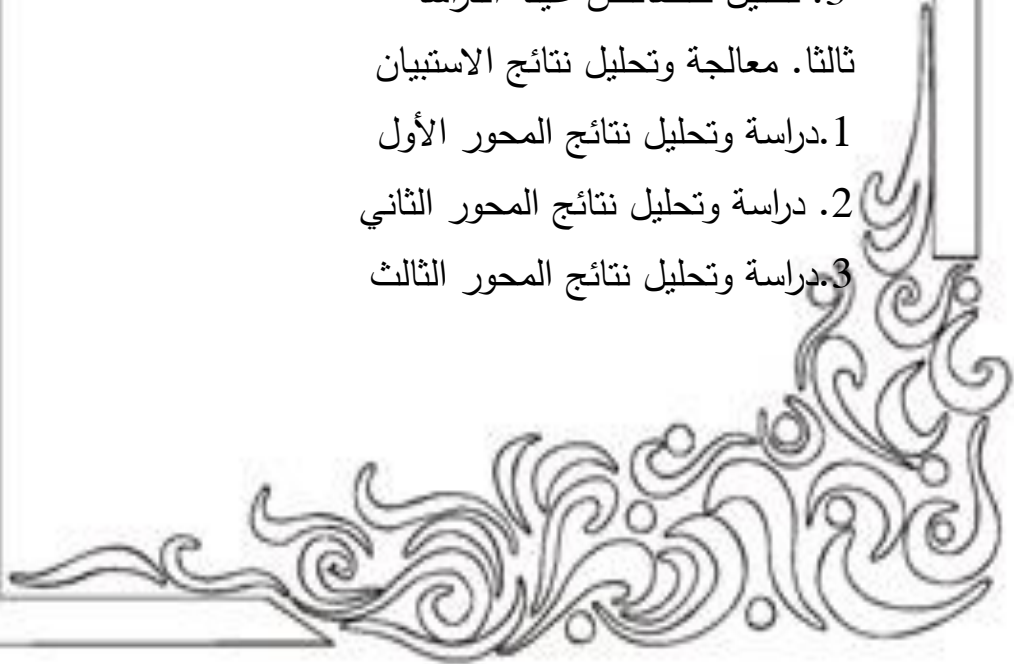
3. تحليل خصائص عينة الدراسة

ثالثاً. معالجة وتحليل نتائج الاستبيان

1. دراسة وتحليل نتائج المحور الأول

2. دراسة وتحليل نتائج المحور الثاني

3. دراسة وتحليل نتائج المحور الثالث



أولاً. عرض استمارة الاستبيان

محاولة من الإثراء موضوع البحث وتدارك أية نقص قد يلحق به ومعرفة وقياس درجة تطابق وجهات نظر موظفي الخزينة العمومية لولاية تبسة، فقد اعتمدنا على أسلوب التحري المباشر باستخدام استبيان الكتروني الذي يعتبر من أكثر أدوات البحث الحديث ومن أهم وسائل جمع البيانات والمعلومات لاختبار فرضيات البحث.

1. تقنيات الدراسة الميدانية

استناد المتطلبات البحث الميداني، ارتأينا القيام بتقنيات ملائمة لطبيعة الموضوع وهدفه، والتي تسمح لنا بالنزول إلى الواقع وجمع المعطيات اللازمة للإجابة عن التساؤل المطروح في مشكل البحث وتتمثل في المقابلة الشخصية والاستبيان.

1.1.1. الاستبيان

عبارة عن مجموعة من الأسئلة المطروحة حول الظاهرة المدروسة، وتستخدم هذه الوسيلة لقياس وجهات النظر لمجتمع الدراسة، حيث يصمم الاستبيان على أساس تقسيمه إلى محاور، ويوزع الاستبيان ورقياً أو الكترونياً على مجتمع الدراسة، ويقوم الباحث بجمع المعلومات لتحليلها وتفسيرها، ويلعب حجم العينة دوراً محورياً في الاستبيان وسلامة البحث وله أصول وأسس إحصائية معروفة للتأكد من كفاية حجم العينة، ومدى تعبيرها عن المجتمع الأصلي، والإخلال بحجم العينة وكيفية اختيارها هو إخلال بنتائج الاستبيان وبناتج البحث العلمي.¹

¹. إبراهيم بختي، الدليل المنهجي في إعداد وتنظيم البحوث العلمية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2006/2007، ص 09.

2.1. المقابلة الشخصية

وتعرف على أنها استبيان شفهي وجه لوجه أو غير مباشر عن طريق الهاتف، الأقمار الصناعية أو محادثة انترنت¹، وهي تقنية مباشرة تسمح بأخذ معلومات كيفية بهدف التعرف العميق على الأشخاص المبحوثين. وقد دار الحوار مع المستجوبين حول مدى تأثير الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على مصداقية انتشار جائحة كورونا.

وفي هذا المجال نشير إلى أن تركيزنا كان منصبا نحو المقابلات غير الرسمية، وذلك بهدف توسيع مجالا لفئات التي شملها الحوار، و التيلها علاقة بالموضوع.

2. مراحل إعداد الاستبيان

انطلاقا من محتوى وإشكالية بحثنا وبالاعتماد على عدة مراجع قمنا بإعداد هذا الاستبيان في شكله العادي، وخلال إعداده مر بعدة مراحل لكي يظهر في شكله الحالي.

1.2. مرحلة بناء الاستبيان

الاستبيان تم كتابته على ورق A4 أعد باللغة العربية ويتكون من 05 أسئلة تخص معلومات شخصية عن عينة الدراسة و24 سؤالا يخص محاول الدراسة وقبل نشره وتوزيعه خضع للتحكيم من طرف الأستاذ المشرف، سعيا منا للتأكد من سلامة بناء الاستمارة، وبعد صياغة الاستبيان تم وضع شكله النهائي. (أنظر الملحق رقم 01)

وتنوعت نماذج الأسئلة المستخدمة في الاستبيان إلى:

- أسئلة مغلقة تنحصر الإجابة ضمن مجال محدد من الإجابات المتوقعة، ويفرض هذا النوع من الأسئلة على المبحوث أن يقوم باختيار جواب معين من بين عدد معين من الإجابات المقترحة؛

¹. إبراهيم بختي، مرجع سابق، ص 10.

- أسئلة مفتوحة للوقوف على وجهات نظر أفراد العينة حول جملة من القضايا المرتبطة بالموضوع، و يبقى مجال الإجابة مفتوح أمام أفراد العينة لإضافة و جهات نظرهم. وقد كانت هذه الأسئلة ذات مغزى خاصة في حالة الاستثمارات التي تم ملأها عن طريق المقابلة، حيث تحصلنا على معطيات أكثر ثراء و شمولية ذلك بسبب وجودنا لحظة ملأ الاستمارة، و من ثمة تسنى لنا تقديم توضيحات فيما تعلق بمختلف التساؤلات التي طرحها المبحوث.

2.2. مرحلة توزيع الاستبيان

و بعد التصميم النهائي لقائمة الأسئلة، بأشرنا أهم مرحلة من مراحل الاستبيان، وهي الخروج الفعلي للميدان وتوزيعه على العينة المقصودة و إجراء المقابلات الشخصية في حالة سماح المبحوث بذلك،بالإضافة إلى الاعتماد على عدة قنوات قصد الحصول على عدد أكبر من الاستثمارات التي تمت الإجابة عليها، وبصفة عامة اعتمدنا على الطريقة الالكترونية في توزيع الاستمارة، حيث تراوحت مدة الحصول على الإجابة ما بين أيام،ساعات إلى دقائق معدودة بعض الأحيان،وذلك بعد إلحاح كبير من طرفنا.

3. هيكل الاستبيان

اعتمدنا في صياغة الاستبيان على الأسئلة التي تحتل إجابة محددة، كي نستطيع تحديد آراء أفراد العينة حول مختلف المحاور التي يعالجها هذا الاستبيان وتضمن الاستبيان 29 سؤال توزع على محاور كما يلي:

المحور الأول: يتضمن خمسة (05) أسئلة تتمثل في الأسئلة العامة التي تتضمن معلومات شخصية عن أفراد العينة.

المحور الثاني:تضمن عشرة (10) أسئلة متعلقة بعادات وأنماط استخدام المبحوثين للصفحات الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي.

المحور الثالث:يتضمن عشرة (10) أسئلة يتعلق آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في زمن جائحة كورونا

المحور الرابع: تضمن ستة (06) أسئلة بخصوص آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال الحجر الصحي.

هذا فضلا عن الديباجة التي تنصدر استمارة الاستبيان، والتي تضمنت عنوان الموضوع محل الدراسة مع تقديم وجيز للشهادة المراد الحصول عليها، مع رجائنا لهما لإجابة بكل موضوعية ومصداقية.

ثانيا. تفرغ ومعالجة بيانات الاستبيان

سنقوم بدراسة وتحليل نتائج الاستبيان المقدم لأفراد العينة وذلك عن طريق حساب التكرارات والنسب المئوية من أجل حوصلة النتائج لإجابات عينة الدراسة.

1. تفرغ بيانات الاستبيان

تتشكل الاستمارات التي تم ملؤها من طرف موظفي الخزينة العمومية لولاية تبسة ببيانات غير قابلة للاستعمال، لذا يجب معالجتها لتصبح معلومات مفيدة قابلة للاستخدام. حيث تتم المعالجة عن طريق تصنيف الاستمارات ثم إحصائها وتقديمها على شكل دوائر نسبية أو أعمدة بيانية، وهذا باستعمال برنامج EXCEL وفي الأخير قمنا بتقديم تحليلات واستنتاجات حول هذه النتائج، وذلك بإتباع أسلوب الترميز العددي حيث:

-يرمز للجواب "نعم" بالعدد 1 و الجواب "لا" بالعدد 2 و بالعدد 3 عند الإجابة بـ "نوعا ما".

-يرمز للخيار الأول بالعدد 1 والخيار الثاني بالعدد 2 والخيار الثالث بالعدد 3... الخ.

و لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات تم استخدام:

- **التكرارات والنسب المئوية:** تم اعتماد هذين المؤشرين في كافة عبارات الاستبيان بغية التفريق بين فئات العينة، بناء على المعلومات الشخصية لأفرادها ومعرفة توجه إجابات أفراد العينة إلى إجمالي العينة؛

الفصل الثالث: تأثير الشائعات على مصداقية انتشار جائحة كورونا

ويتم تحويل البيانات المتحصل عليها إلى نسب مئوية باستعمال طريقة : (عدد التكرارات x 100)/مجموع الفئة

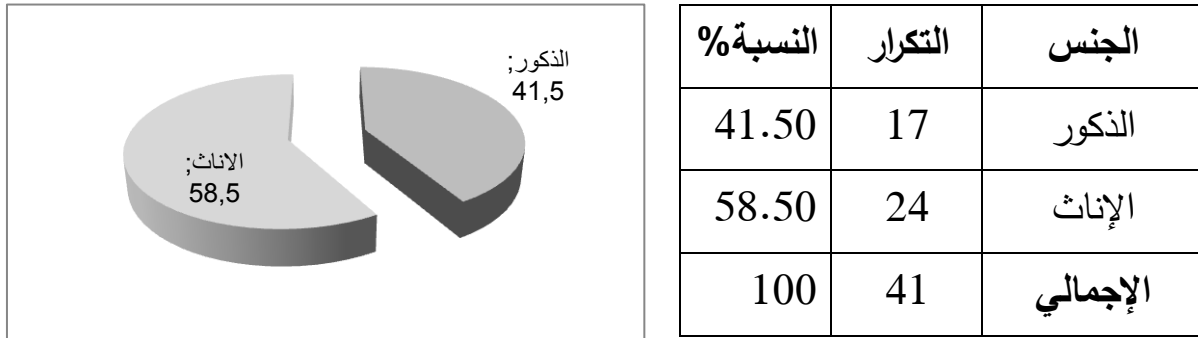
2. تحليل خصائص عينة الدراسة

لقد تمّ دراسة خصائص عينة الدّراسة، وتفيدنا هذه الخصائص في معرفة طبيعة و نوعية التّنتائج المحصل عليها في هذه الدّراسة، من خلال التّأكد من كفاءة أفراد العينة و قدرتهم على فهم مختلف فقرات الاستبيان.

1.3. الجنس

كان توزيع أفراد العينة و فق الجدول التالي:

جدول رقم 02: توزيع أفراد العينة حسب الجنس شكل رقم 04: توزيع أفراد العينة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد نتائج الاستبيان المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الاستبيان

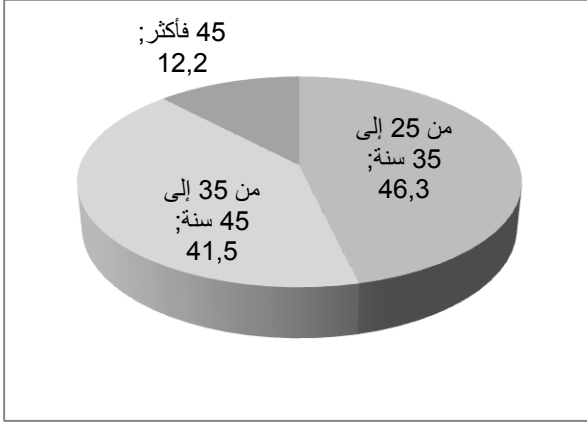
من خلال الجدول والشكل السابق نلاحظ أن فئة الإناث تفوق فئة الذكور، حيث يقدر عددهم بـ 24 بنسبة 58.5% من إجمالي المستجوبين، في حين قدر عدد الذكور بـ 17 فرد بنسبة 41.5%، الأمر الذي يدل على أن هذه المهنة محتكرة من طرف الإناث.

2.3. العمر

بناء على التقسيم المنتهج بالنسبة لفئات العمر لأفراد عينة الدراسة تحصلنا على النتائج التالية:

الفصل الثالث: تأثير الشائعات على مصداقية انتشار جائحة كورونا

شكل رقم 05: توزيع أفراد العينة حسب العمر



جدول رقم 03: توزيع أفراد العينة حسب العمر

العمر	التكرار	النسبة %
من 25 إلى 35 سنة	19	46.3
من 35 إلى 45 سنة	17	41.5
45 فأكثر	05	12.2
الإجمالي	41	100

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الاستبيان المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

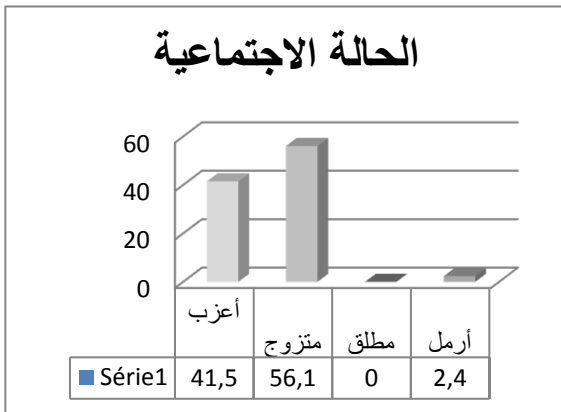
من خلال الجدول رقم 04 والشكل رقم 05 نلاحظ أن هناك تباين واختلاف بين الفئات العمرية لأفراد عينة الدراسة، حيث نجد أن الفئة الأولى - من 25 إلى 35 سنة - الأكثر تكرار بنسبة 46.3% من إجمالي العينة المدروسة، تليها الفئة الثانية بنسبة 41.5% ثم الفئة الثالثة بنسبة 12.2% في المرتبة الأخيرة. والسبب أن الفئات العمرية متوسطة السن أكثر تكراراً من الفئات الأخرى هو الخبرة المهنية التي يتمتع بها هؤلاء الأفراد، وهي مؤشر جيد لإعطاء نتائج واضحة ودقيقة للدراسة الميدانية.

3.3 الحالة الاجتماعية

اعتمدنا في تصنيف الحالة الاجتماعية للمستجوبين على أربعة حالات، فكان توزيع أفراد العينة وفق الجدول التالي:

شكل رقم 06: توزيع أفراد العينة حسب

الحالة العائلية



جدول رقم 04: توزيع أفراد العينة حسب

الحالة العائلية

الحالة العائلية	التكرار	النسبة %
أعزب	17	41.5
متزوج	23	56.1
مطلق	00	00
أرمل	01	02.4
الإجمالي	41	100

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الاستبيان المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الفصل الثالث: تأثير الشائعات على مصداقية انتشار جائحة كورونا

نلاحظ من خلال الجدول رقم 04 أن أكبر نسبة من أفراد عينة الدراسة تقدر بـ 56.1% للأفراد متزوجون، تليها نسبة 41.5% للأفراد عزاب، وفيما يخص الأفراد الأرامل متوسط نسبتهم كانت 02.4% في حين انعدام فئة المطلقين. وهذا ما يفسر الاستقرار السائد في المؤسسة محل الدراسة، كما يوضح من جهة أخرى الإشباع المادي الذي تسعى المؤسسة محل الدراسة إلى تحقيقه لعمالها.

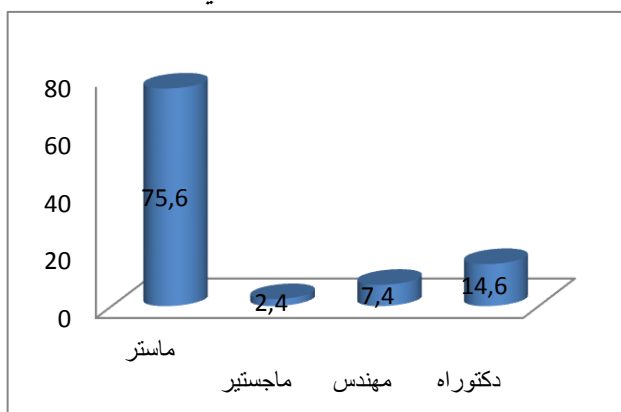
4.3. المستوى التعليمي

اعتمدنا في تصنيف مهنة المستجوبين على أربعة مستويات، فكان توزيع أفراد العينة وفق

الجدول التالي:

شكل رقم 07: توزيع أفراد العينة حسب

المستوى التعليمي



جدول رقم 05: توزيع أفراد العينة حسب

المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة %
ماستر	31	75.6
ماجستير	01	02.4
مهندس	03	07.4
دكتوراه	06	14.6
الإجمالي	41	100

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الاستبيان المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

نلاحظ من خلال الجدول رقم أن أكبر نسبة من أفراد عينة الدراسة تقدر بـ 75.6% للأفراد المتحصلين على شهادة ماستر، تليها نسبة 14.6% للأفراد المتحصلين على شهادة دكتوراه، وفيما يخص الأفراد ذو مستوى مهندس نسبتهم كانت 7.40% في حين كان عدد الأفراد المتحصلين على ماجستير ضئيل بنسبة 2.4%. ويفسر تركيز نسبة أفراد عينة الدراسة المتحصلين على شهادة ماستر بأن هذه الرتبة المهنية تشترط مستوى تعليمي عالي ومتوسط. كما أن المؤسسة محل الدراسة تحرص على تطوير كفاءاتها من خلال توفير

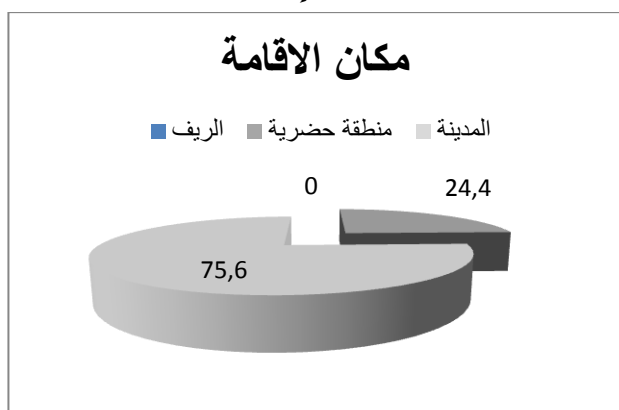
الفصل الثالث: تأثير الشائعات على مصداقية انتشار جائحة كورونا

خريجي الجامعات قصد محاولة نقل المعارف الجامعية إلى المؤسسة وتطوير منتجها، فضلا عن إدراج أساليب التسيير الحديثة في العمل، ويفسر تركيز نسبة أفراد العينة الجامعيين بأن هذه الرتب المهنية تشترط شهادات جامعية.

5.3. مكان الإقامة

شكل رقم 08: توزيع أفراد العينة حسب

مكان الإقامة



جدول رقم 06: توزيع أفراد العينة حسب

مكان الإقامة

النسبة %	التكرار	مكان الإقامة
00	00	الريف
24.4	10	منطقة حضرية
75.6	31	المدينة
100	41	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

تبعاً لأفراد العينة محل الدراسة نلاحظ أن أغلب الأفراد من سكان المدينة وقد بلغ عددهم 31 فرداً بنسبة 75.6%، في حين بلغ عدد الأفراد من سكان مناطق حضرية 10 أفراد بنسبة 24.4%، بينما عرف انعدام موظفي الخزينة العمومية القاطنين بالريف ويمكن تفسير هذا التوزيع بين الانتشار الواسع للأفراد القاطنين بالمدن لتشغيلهم في الخزينة العمومية لتبسة الواقعة في المدينة وإمكانية اطلاع الأشخاص على خدماتها واحتياجاتها للموظفين.

ثالثاً. معالجة وتحليل نتائج الاستبيان

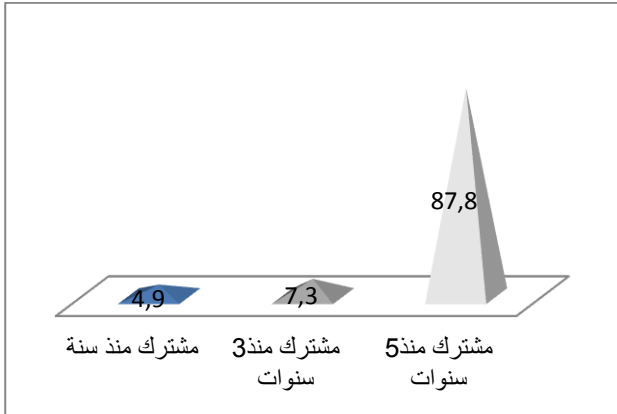
من أجل حوصلة النتائج، تم حساب تكرارات الإجابات وما تعلق بها من النسب المئوية.

1. دراسة وتحليل نتائج المحور الأول "عادات وأنماط استخدام المبحوثين للصفحات الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي"

وقد تمحورت أسئلة هذا الجزء من الاستبيان لدراسة وتحليل الفقرات الخاصة بعادات وأنماط استخدام المبحوثين للصفحات الاجتماعية على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت إجابات أفراد عينة الدراسة على أسئلة هذا الجزء من المحور كما هي موضحة.

1.1 ما هي الفترة الزمنية لعضويتك على مواقع التواصل الاجتماعي؟

جدول رقم 07: توزيع أفراد العينة حسب
شكل رقم 09: توزيع أفراد العينة حسب
عضوية مواقع التواصل الاجتماعي
عضوية مواقع التواصل الاجتماعي



النسبة %	التكرار	الفترة الزمنية
04.9	02	مشترك منذ سنة
07.3	03	مشترك منذ 3 سنوات
87.8	36	مشترك منذ 5 سنوات
100	41	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الاستبيان المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على (EXCEL)

يوضح الجدول المبين أمامنا الفترة الزمنية لعضوية موظفي الخزينة العمومية على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ من خلال آراء أفراد العينة المدروسة لفئة العمال وكانت الإجابات كالتالي:

- نسبة الموظفين المشتركين في مواقع التواصل الاجتماعي منذ 5 سنوات تقدر بـ 87.8%.

الفصل الثالث: تأثير الشائعات على مصداقية انتشار جائحة كورونا

- نسبة الموظفين المشتركين في مواقع التواصل الاجتماعي منذ 03 سنوات تقدر بـ 07.3%.

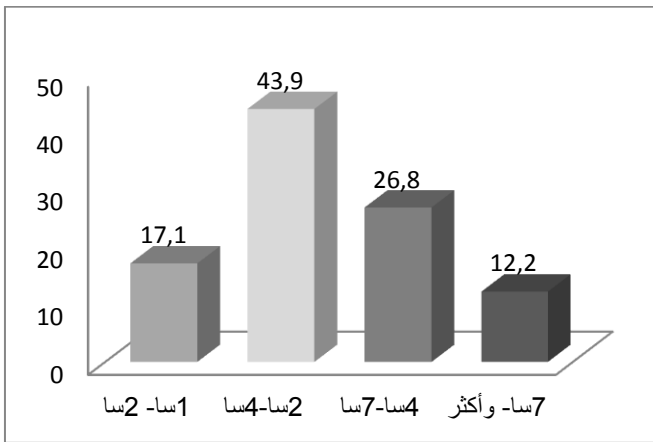
- نسبة الموظفين المشتركين في مواقع التواصل الاجتماعي منذ سنة تقدر بـ 04.9%.

2.1. معدل ساعات استخدام الانترنت في اليوم الواحد؟

جدول رقم 08: توزيع أفراد العينة حسب شكل رقم 10: توزيع أفراد العينة حسب

معدل ساعات استخدام الانترنت

معدل ساعات استخدام الانترنت



النسبة %	التكرار	
17.1	07	1-2 ساعة
43.9	18	2-4 ساعة
26.8	11	4-7 ساعة
12.2	05	7 ساعة وأكثر
100	41	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الاستبيان المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على (EXCEL)

يشير الجدول الموضح أعلاه معدل ساعات استخدام الانترنت في اليوم الواحد وهذا بناء على آراء أفراد عينة الدراسة، وكما هو واضح فإن الإجابات كانت حسب النسب التالية:

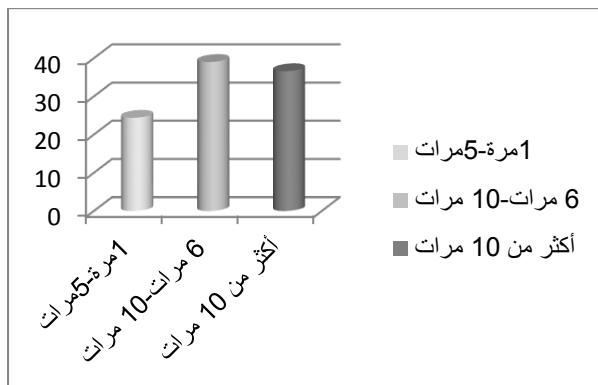
- نسبة أفراد عينة الدراسة الذين كان معدل ساعات استخدام الانترنت في اليوم الواحد (2-4 ساعة) يقدر بـ 43.9%، في حين كان نسبة معدل استخدام الانترنت (4-7 ساعة) تقدر بـ 26.8% أما الفئات (1-2 ساعة) و (7 ساعة وأكثر) فتقدر بـ 17.1% و 12.2% على التوالي.

الأمر الذي يفسر بأن موظفي الخزينة العمومية معدل ساعات استخدامهم للانترنت في اليوم الواحد متوسط نسبياً.

3.1. ما هو المعدل اليومي للزيارات التي تقوم بها على صفحتك؟

شكل رقم 11: توزيع أفراد العينة حسب

معدل زيارات صفحة الفيسبوك



جدول رقم 09: توزيع أفراد العينة حسب

معدل زيارات صفحة الفيسبوك

النسبة %	التكرار	
24.4	10	1مرة-5مرات
39.0	16	6 مرات-10 مرات
36.6	15	أكثر من 10 مرات
100	41	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الاستبيان المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على (EXCEL)

يشير الجدول الموضح أعلاه المعدل اليومي للزيارات التي يقوم بها موظفي الخزينة العمومية على صفحاتهم الفيسبوكية، وبناء على آراء أفراد عينة الدراسة كانت النسب التالية:

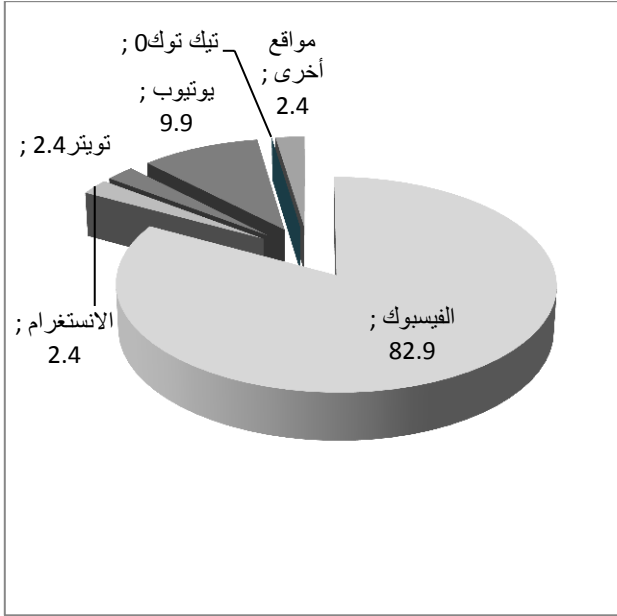
- نسبة أفراد عينة الدراسة الذين كان المعدل اليومي للزيارات التي يقومون بها على صفحاتهم الفيسبوكية (06 مرات-10مرات) تقدر بـ39.0%، في حين نلاحظ أن 36.6% من أفراد عينة الدراسة معدل زيارتهم للصفحة الفيسبوكية (أكثر من 10 مرات)، أما باقي أفراد العينة فقد كانت نسبة زيارتهم (01 مرة-5مرات) تقدر بـ24.4%.

4.1. ما هي وسيلة التواصل الاجتماعي التي تستعملها أكثر من غيرها؟

جدول رقم 10: توزيع أفراد العينة حسب شكل رقم 12: توزيع أفراد العينة حسب

وسائل التواصل الاجتماعي أكثر استعمال

وسائل التواصل الاجتماعي أكثر استعمال



النسبة %	التكرار	
82.9	34	الفيس بوك
2.4	01	الانستغرام
2.4	01	التويتر
09.9	04	اليوتيوب
00	00	تيك توك
2.4	01	مواقع أخرى
100	41	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على (EXCEL)

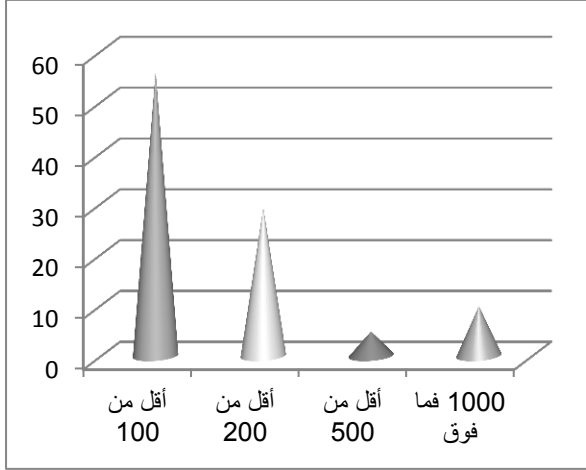
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الاستبيان

يوضح الجدول المبين وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر استعمال من طرف موظفي الخزينة العمومية لتبسة، حيث نلاحظ أن هناك تضارب في آراء أفراد العينة المدروسة ووجود تقارب بين نسب بعض الوسائل حيث نجد عدد الأفراد الذين يستعملون صفحة الفيسبوك حوالي 34 فرد بنسبة تقدر بـ 82.9% تليها نسبة 09.9% ممن يستعملون اليوتيوب بينما الأفراد الذين يستعملون الانستغرام، التويتر ومواقع أخرى فقدرت نسبتهم 2.4% لكل منهم، أما الأفراد الذين يستعملون تيك توك فنسبتهم معدومة.

5.1. كم مشترك لديك في صفحاتك الخاصة على وسائل التواصل الاجتماعي؟

جدول رقم 11: توزيع أفراد العينة حسب

عدد المشتركين في الصفحة



النسبة %	التكرار	
56.1	23	أقل من 100
29.3	12	أقل من 200
04.8	02	أقل من 500
09.8	04	1000 فما فوق
100	41	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الاستبيان المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على EXCEL

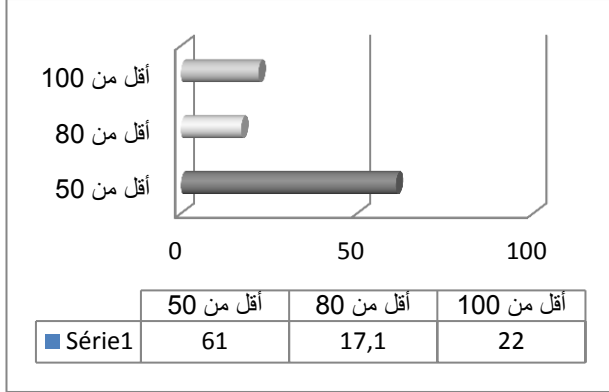
يبين الجدول الموضح أعلاه عدد المشتركين في الصفحات الخاصة على وسائل التواصل الاجتماعي لموظفي الخزينة العمومية، وبناء على آراء أفراد عينة الدراسة كانت الإجابات جد متقاربة من فئة إلى أخرى حسب النتائج التالية:

- نسبة أفراد عينة الدراسة الذين عدد المشتركين في الصفحات الخاصة على وسائل التواصل الاجتماعي (أقل من 100) تقدر بـ 56.1% وهي أعلى نسبة تليها الفئة (أقل من 200) بنسبة 29.3%، في حين نلاحظ أن 9.8% من أفراد عينة الدراسة عدد المشتركين في صفحاتهم الخاصة (1000 فما فوق)، أما باقي أفراد العينة فنسبة المشتركين في صفحاتهم (أقل من 500 مشترك).

الفصل الثالث: تأثير الشائعات على مصداقية انتشار جائحة كورونا

6.1. ما هو عدد الأصدقاء على صفحاتك الذين تربطك بهم معرفة سابقة؟

شكل رقم 14: توزيع أفراد العينة حسب عدد الأصدقاء في الصفحة



جدول رقم 12: توزيع أفراد العينة حسب عدد الأصدقاء في الصفحة

النسبة %	التكرار	
61	25	أقل من 50
17.1	07	أقل من 80
22	09	أقل من 100
100	41	الإجمالي

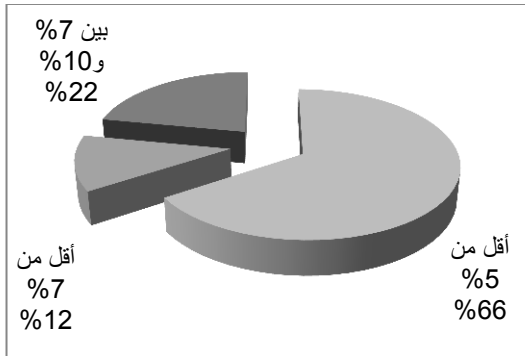
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الاستبيان المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان
من خلال الجدول رقم 12 نلاحظ أن هناك تقارب بين إجابات أفراد العينة المستجوبة حيث بلغت نسبة 61% من الفئة المستجوبة إجابتها بـ "أقل من 50" حيث أنها تؤكد بأن عدد الأصدقاء على صفحاتهم والذين تربطهم معرفة سابقة معهم حوالي 25 فرد، كما تفسر النسبة 22% عدد أفراد عينة الدراسة تربطهم علاقة سابقة "أقل من 100" عددهم فردين، ونسبة 17.1% من أفراد العينة لهم معرفة سابقة بأصدقائهم في الصفحة "أقل من 80".

7.1. من بين الأصدقاء الذين كونتهم من مواقع التواصل الاجتماعي دون معرفة مسبقة،

ما نسبة الذين قابلتهم وجها لوجه في الواقع؟

شكل رقم 15: توزيع أفراد العينة حسب

نسبة مقابلة الأصدقاء في الواقع



جدول رقم 13: توزيع أفراد العينة حسب

نسبة مقابلة الأصدقاء في الواقع

النسبة %	التكرار	
65.9	27	أقل من 5%
12.2	05	أقل من 7%
22	09	بين 7% و 10%
100	41	الإجمالي

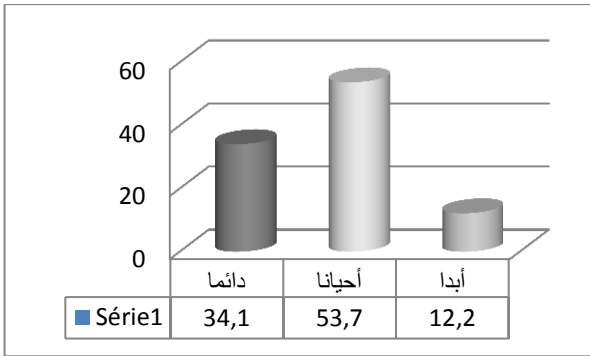
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الاستبيان المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الفصل الثالث: تأثير الشائعات على مصداقية انتشار جائحة كورونا

من خلال نتائج الإحصاء الوصفي المتحصل عليها فيما يخص الفقرة السابعة للجدول رقم 13، حيث بلغت نسبة 65.9% من الفئة المستجوبة أجابوا بـ " أقل من 5%" ويؤكدون على مقابلة أصدقاء مواقع التواصل الاجتماعي في الواقع، في حين أجاب ما نسبته 22% من أفراد العينة بـ " بين 7% و 10%" في حين كانت نسبة 12.2% للفئة "أقل من 7%".

8.1. عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، هل تقدم معلومات صحيحة عن شخصيتك للآخرين؟

جدول رقم 14: توزيع أفراد العينة حسب تقديم معلومات صحيحة عن الشخصية
شكل رقم 16: توزيع أفراد العينة حسب تقديم معلومات صحيحة عن الشخصية

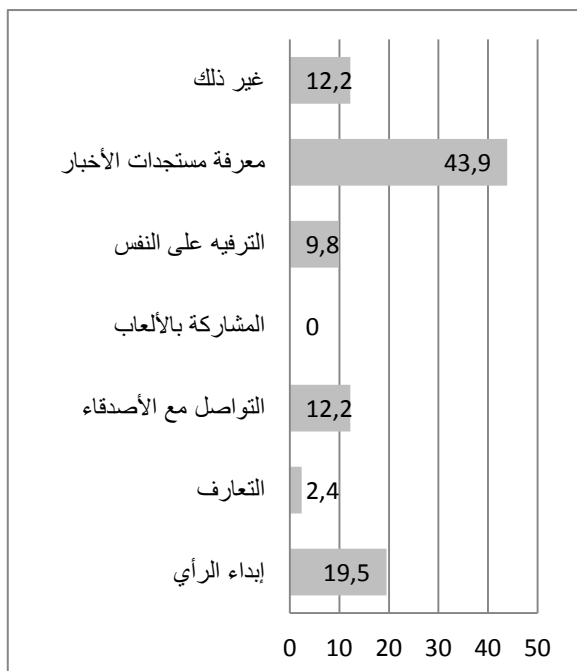


التكرار	النسبة %	
14	34.1	دائما
22	53.7	أحيانا
05	12.2	أبدا
41	100	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الاستبيان المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان
من خلال نتائج الإحصاء الوصفي المتحصل عليها فيما يخص فقرات الجدول رقم 14، فقد أكدوا ووافقوا معظم أفراد عينة الدراسة على تقديمهم معلومات شخصية صحيحة للآخرين بنسبة 53.7% للإجابة "أحيانا" تليها الإجابة "دائما" بنسبة 34.1%، في حين قدر عدد أفراد عينة الدراسة الذين أجابوا بـ"أبدا" بنسبة 12.2%.

9.1. ما هي أكثر الأسباب التي تحثك على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

جدول رقم 15: توزيع أفراد العينة حسب أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
شكل رقم 17: توزيع أفراد العينة حسب أسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

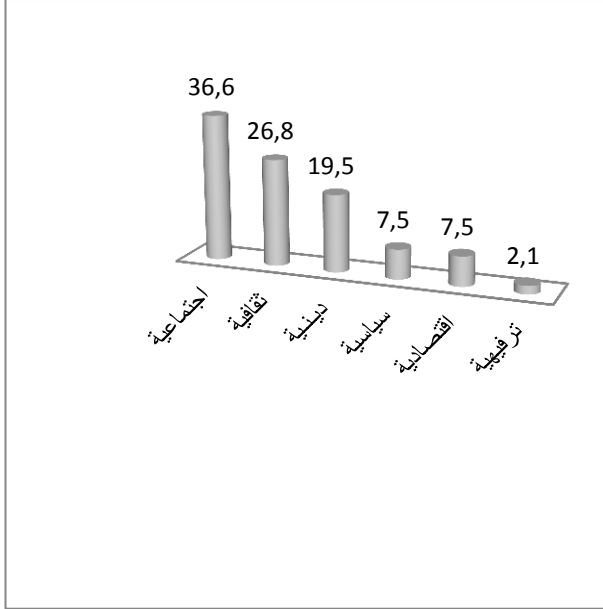


النسبة %	التكرار	
19.5	08	إبداء الرأي
02.4	01	التعارف
12.2	05	التواصل مع الأصدقاء
00	00	المشاركة بالألعاب
09.8	04	الترفيه على النفس
43.9	18	معرفة مستجدات الأخبار
12.2	05	غير ذلك
100	36	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الاستبيان المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان
وفيما يخص الأسباب التي تحث موظفي الخزينة العمومية على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي نجد أن ما نسبتهم 43.9% يرون أن السبب الرئيسي يكمن في " معرفة مستجدات الأخبار"، في حين نجد نسبة تقدر بأكثر من 19.5% يرون ان سبب استخدام المواقع هو "إبداء الرأي"، وفيما السبب "التواصل مع الأصدقاء" و"غير ذلك"، نجد أن هناك نسبة 12.2% لكل منهما وهذا ما لمسناه من آراء المستجوبين.

10.1. ما المواضيع التي تشارك بها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

جدول رقم 16: توزيع أفراد العينة حسب مواضيع مواقع التواصل الاجتماعي
شكل رقم 18: توزيع أفراد العينة حسب مواضيع مواقع التواصل الاجتماعي



النسبة %	التكرار	
36.6	15	اجتماعية
26.8	11	ثقافية
19.5	08	دينية
07.5	03	سياسية
07.5	03	اقتصادية
02.1	01	ترفيهية
100	41	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الاستبيان المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

وفيما يخص العبارة " ما المواضيع التي تشارك بها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟" نجد أن 15 فردا من عينة الدراسة وما نسبتهم 36.6% أجابوا بـ"مواضيع اجتماعية" تليها "مواضيع ثقافية" بنسبة 26.8% في حين أن "المواضيع الدينية" فتقدر نسبتهم بـ 19.5% ما يدل على تأكيدهم بأن هاته المواضيع لها دور فعال وأثر ايجابي في تطوير ثقافتهم، وهذا ما لمسناه من آراء المستجوبين في السؤال السابق، تليه نسبة 7.5% من أفراد العينة أجابوا بـ "مواضيع سياسية واقتصادية" أما النسبة المتبقية فكانت من نصيب "المواضيع الترفيهية".

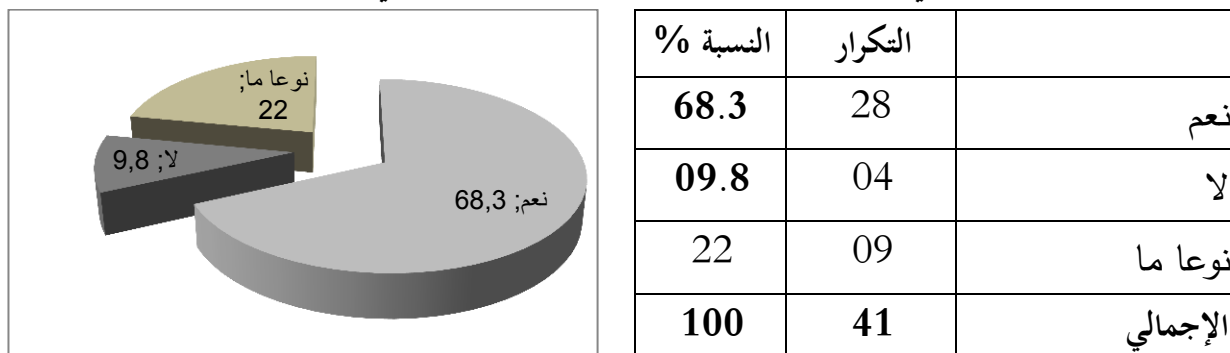
2. دراسة وتحليل نتائج المحور الثاني " آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

في زمن جائحة كورونا "

وبفينا هذا التحليل في معرفة طبيعة ونوعية النتائج المحصل عليها في هذه الدراسة، من خلال دراسة وتحليل فقرات المحور الثاني للاستبيان.

1.2. يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي تقديم معلومات غير متوفرة في وسائل الإعلام التقليدية.

جدول رقم 17: تقديم مواقع التواصل الاجتماعي شكل رقم 19: تقديم مواقع التواصل الاجتماعي لمعلومات غير متوفرة في وسائل التقليدية لمعلومات غير متوفرة في وسائل التقليدية



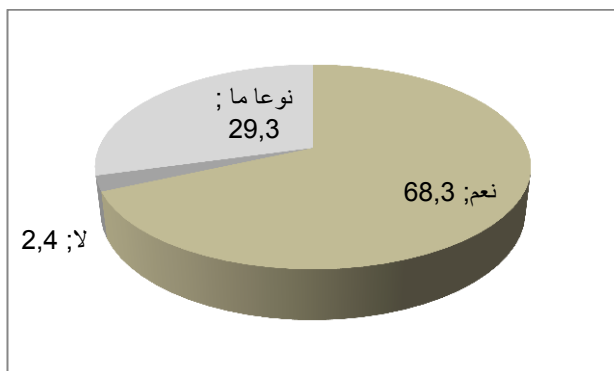
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الاستبيان المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

من خلال نتائج الإحصاء الوصفي المتحصل عليها فيما يخص فقرات الجدول رقم 17، نلاحظ وجود تضارب بالفقرة الخاصة بمدى تقديم مواقع التواصل الاجتماعي لمعلومات غير متوفرة في وسائل الإعلام التقليدية، وقد أكدوا معظم أفراد عينة الدراسة على ذلك وأجابوا بـ "نعم" بنسبة 68.3% بينما كان عدد الأفراد الذين كانت إجاباتهم بـ "نوعا ما" بـ 09 أفراد بنسبة 22%، في حين قدر عدد أفراد عينة الدراسة الذين أجابوا بـ "لا" وقدر بـ 04 أفراد بنسبة 9.8%. هذا الأمر يفسر بأنه بعد جائحة فيروس كورونا تبين أن مواقع التواصل استعادت نوعا من الهيمنة التي فرضتها وسائل الإعلام القديمة وأن "تويتر، الانستغرام، و الفيسبوك" أصبحت مصدرا وحيدا للمعلومات الوبائية وتداولها على نطاق واسع.

2.2. تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي عامل أساسي في نشر الأحداث ومستجدات الجائحة.

جدول رقم 18: مواقع التواصل الاجتماعي

عامل نشر مستجدات الجائحة



انجاز البحث	التكرار	النسبة %
نعم	28	68.3
لا	01	02.4
نوعا ما	12	29.3
الإجمالي	41	100

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الاستبيان وما يفوق 68.3% من أفراد العينة أجابت بـ "نعم" وأبدت موافقتها على أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر عامل أساسي في نشر الأحداث ومستجدات الجائحة، في حين كانت إجابة حوالي 12 فردا بنسبة 29.3% بـ "نوعا ما" بينما يرى 2.4% عكس ذلك، الأمر الذي يفسر بأن لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء انتشار جائحة فيروس كورونا دور فعال وعامل أساسي في نشر الأحداث ومستجدات الجائحة ومتابعة تفاصيل انتشار الفيروس وتداعيات وتأثيراته على المجتمعات البشرية.

جدول رقم 19: آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في زمن جائحة كورونا

معارض		نوعا ما		موافق		العبارة
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
26.8	11	04.9	02	68.3	28	يعتبر تبادل الآراء دافعا لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في زمن جائحة كورونا.
48.8	20	7.30	03	43.9	18	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في التنمية الفكرية
22	09	09.8	04	68.3	28	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على قيام

الفصل الثالث: تأثير الشائعات على مصداقية انتشار جائحة كورونا

بمبادرات وأنشطة تحسيسية توعوية						
41.5	17	09.8	04	48.8	20	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في دعم جهود الأطباء والمرشدين في أداء مهامهم
26.8	11	04.9	02	68.3	28	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على الأوضاع الصحية الداخلية والخارجية
12.2	05	07.3	03	80.5	33	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على نقل الشائعات والأفكار الزائفة
56.1	23	04.9	02	39	16	لا يمكن الثقة بالمعلومات المعروضة على مواقع التواصل الاجتماعي
53.7	22	07.3	03	39	16	كثرة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي أدى إلى زعزعة الأمن والاستقرار

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

يبين الجدول الموضح أعلاه آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في زمن جائحة كورونا، وبناء على آراء أفراد عينة الدراسة كانت الإجابات متفاوتة من فئة إلى أخرى حسب النتائج التالية:

لقد كانت النتائج حسب أفراد العينة بخصوص العبارة "تبادل الآراء دافعا لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في زمن جائحة كورونا" تفوق 28 فردا من عينة الدراسة بـ "موافق" بنسبة 68.3%، تليها نسبة 26.8% في الاتجاه "معارض" بعدد أفراد 11 فردا في حين كانت نسبة الذين أجابوا بـ "نوعا ما" تقدر بـ 4.9%.

وبخصوص العبارة "تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في التنمية الفكرية" نجد أن هناك تضارب بين آراء أفراد عينة الدراسة فقد كانت نسبة 48.8% في الاتجاه "معارض" بينما نسبة 43.9% في الاتجاه "موافق".

الفصل الثالث: تأثير الشائعات على مصداقية انتشار جائحة كورونا

بينما العبارة " تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على قيام بمبادرات وأنشطة تحسيسية توعوية" نجد إجابات حوالي 28 فردا من عينة الدراسة في الاتجاه "موافق" و 22% في الإتجاه "معارض".

أما العبارة الرابعة " تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في دعم جهود الأطباء والمرشدين في أداء مهامهم" كانت نسبة 48.8% في الاتجاه "موافق" وأجاب 41.5% بـ "معارض" في حين أجاب ما نسبتهم 9.8% بـ "نوعا ما".

وبالإسقاط على العبارة " تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على الأوضاع الصحية الداخلية والخارجية" نجد آراء أغلب أفراد عينة الدراسة في الاتجاه "موافق" بنسبة 68.3% وهي قيمة كبيرة تفسر بأن غالبية المستجوبين من موظفي الخزينة العمومية تساعدهم مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على الأوضاع والمستجدات الحية داخل وخارج الوطن.

بينما كانت آراء عينة الدراسة حول العبارة " تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على نقل الشائعات والأفكار الزائفة" متفاوتة من فئة إلى أخرى ، فقد عدد الأفراد الذين كانت إجاباتهم "موافق" بـ 33 فردا وبنسبة 80.5% وهي قيمة كبيرة تفسر بأن غالبية المستجوبين تمركزت حول الاقتراح الأول تليها إجابة " معارض" بنسبة 12.2% في حين كانت نسبة الاتجاه "نوعا ما" ضئيلة جدا وتقد بـ 7.3%

فيما يخص العبارة السابعة " لا يمكن الثقة بالمعلومات المعروضة على مواقع التواصل الاجتماعي" فقد كانت إجابات 23 فردا من عينة الدراسة في الاتجاه "معارض" بنسبة 56.1%، تليها نسبة 39% للاتجاه "موافق" الأمر الذي يفسر بأن هناك تضارب بين آراء أفراد عينة الدراسة بين مؤيد ومعارض لفكرة أن المعلومات المعروضة على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي ذات ثقة.

الفصل الثالث: تأثير الشائعات على مصداقية انتشار جائحة كورونا

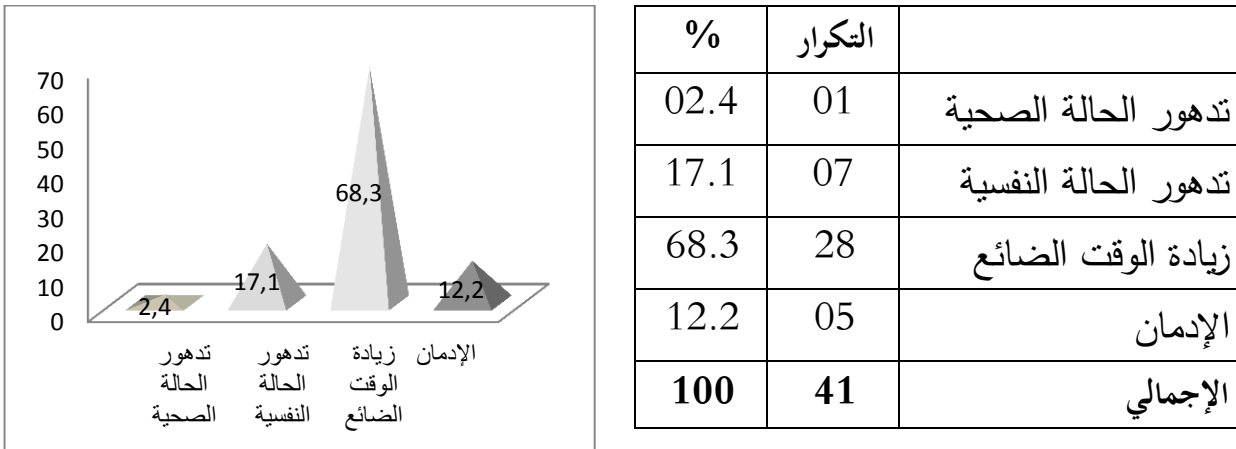
أما العبارة " كثرة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي أدى إلى زعزعة الأمن والاستقرار" كانت نسبة 53.7% "معارض" وأجاب 36% بـ "موافق" الأمر الذي يفسر ويؤكد بأن الشائعات المنتشرة في مواقع التواصل تؤدي إلى زعزعة الأمن والاستقرار.

3. دراسة وتحليل نتائج المحور الثالث "آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال الحجر الصحي"

وقد تمحورت أسئلة هذا الجزء من الاستبيان لاختبار فقرات الجزء الثالث لاستمارة الاستبيان والمتعلقة بآثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال الحجر الصحي.

1.3. ما هي التأثيرات السلبية عليك في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في زمن الجائحة.

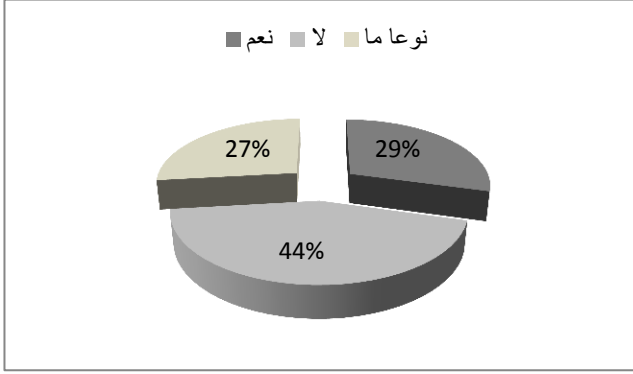
جدول رقم 20: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي شكل رقم 21: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في زمن الجائحة



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الاستبيان المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان بلغت نسبة 68.3% من الفئة المستجوبة ترى بأن هناك عدة تأثيرات سلبية لمواقع التواصل الاجتماعي في زمن الجائحة عود بالدرجة الأولى إلى "زيادة الوقت الضائع"، تليها نسبة 17.1% تعود لـ "تدهور الحالة النفسية"، في حين أجاب حوالي 12.2% بأن الأثر السلبي يعود إلى "الإدمان".

2.3. هل الوقت الذي تقضيه عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء فترة الجائحة أثر على علاقتك بمحيطك الاجتماعي؟

شكل رقم 22: تأثير مواقع التواصل على العلاقة بالمحيط الاجتماعي



جدول رقم 21: تأثير مواقع التواصل على العلاقة بالمحيط الاجتماعي

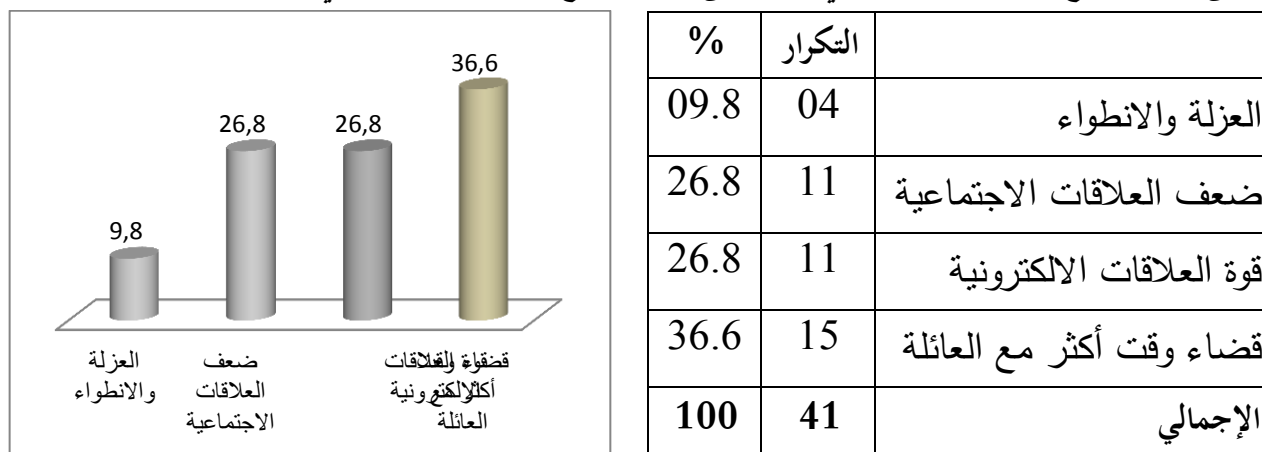
النسبة %	التكرار	
29.3	12	نعم
43.9	18	لا
26.8	11	نوعا ما
100	41	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الاستبيان المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الجدول رقم 20 يوضح آراء الأفراد حول ما إذا كان الوقت الذي يقضونه عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء فترة الجائحة أثر على علاقتهم بالمحيط الاجتماعي حيث نلاحظ أن إجابات أفراد العينة المستجوبة تتباين حيث بلغت نسبة 43.9% من الفئة المستجوبة لإجابة "لا"، كما يوجد حوالي ما نسبتهم 29.3% أجابوا بـ "نعم" أما الذين أجابوا بـ "نوعا ما" فتقدر نسبتهم بـ 26.8% من أفراد العينة، وهذا ما يفسره بأن الخزينة العمومية لولاية تبسة قامت أثناء فترة الجائحة بتقديم سياسة خاصة للموظفين ضمن سياسات العمل من المنزل.

3.3. تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي أثناء فترة الجائحة على العلاقة مع المحيط الاجتماعي

جدول رقم 22: تأثيرات مواقع التواصل شكل رقم 23: تأثيرات مواقع التواصل على العلاقة مع المحيط الاجتماعي



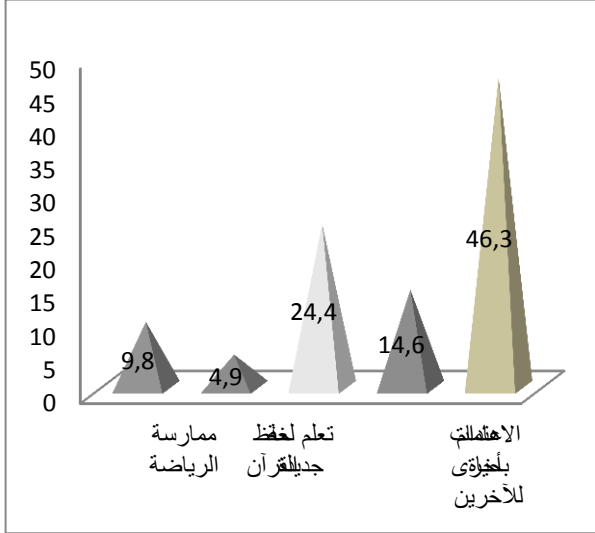
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الاستبيان المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

من خلال نتائج الإحصاء الوصفي المتحصل عليها فيما يخص فقرات الجدول رقم 22، نلاحظ وجود توافقا بالفقرة الخاصة بتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي أثناء فترة الجائحة على العلاقة مع المحيط الاجتماعي، وقد أكدوا ووافقوا معظم أفراد عينة الدراسة على أن تأثير استخدام مواقع التواصل يكمن في "قضاء وقت أكثر مع العائلة" بنسبة 36.60%، وكان عدد الأفراد الذين كانت إجاباتهم "ضعف العلاقات الاجتماعية" و"قوة العلاقات الالكترونية" بنفس النسبة 26.8%، في حين قدر عدد أفراد عينة الدراسة الذين أجابوا بـ "العزلة والانطواء" بنسبة 09.8%.

4.3. باستخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء الجائحة، ما هي العادات الجديدة التي تعلمتها؟

جدول رقم 23: العادات الناتجة عن استخدام

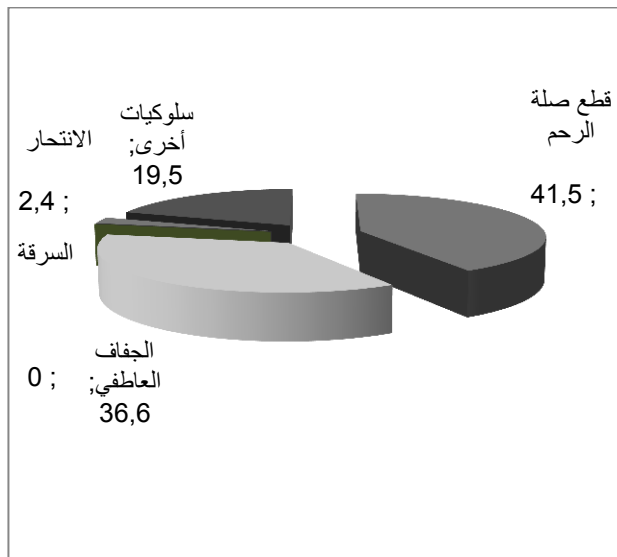
شكل رقم 24: العادات الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي



النسبة %	التكرار	العادات الناتجة عن استخدام
9.8	04	ممارسة الرياضة
04.9	02	حفظ القرآن
24.4	10	تعلم لغة جديدة
14.6	06	الاهتمام بحياة للآخرين
46.3	19	عادات أخرى
100	41	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الاستبيان المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان
الجدول رقم 23 يوضح آراء الأفراد حول العادات الجديدة التي تعلمها موظفي الخزينة العمومية باستخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء الجائحة حيث نلاحظ أن إجابات أفراد العينة المستجوبة تتباين حيث بلغت نسبة 46.3% من الفئة المستجوبة لإجابة "عادات أخرى"، كما يوجد حوالي ما نسبتهم 24.4% أجابوا بـ "تعلم لغة جديدة" أما الذين أجابوا بـ "الاهتمام بحياة للآخرين" فنقدر نسبتهم بـ 14.6% من أفراد العينة.

5.3. حسب رأيك، ما هي السلوكيات التي انتشرت في زمن كورونا؟
جدول رقم 24: السلوكيات المنتشرة في شكل رقم 25: السلوكيات المنتشرة في
زمن كورونا زمن كورونا



النسبة %	التكرار	
41.5	16	قطع صلة الرحم
36.6	15	الجفاف العاطفي
00	00	السرقة
02.4	01	الانتحار
19.5	08	سلوكيات أخرى
100	41	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان

يوضح الجدول والشكل السابقين السلوكيات المنتشرة في زمن كورونا، حيث نلاحظ أن 41.5% من أفراد العينة أجابت بأن السلوك المنتشر بكثرة في زمن كورونا يكمن في "قطع صلة الرحم" تليها نسبة 36.6% والتي ترى أن السلوك المنتشر يتمثل في "الجفاف العاطفي"، أما النسب المتبقية 19.5% فتري أن "سلوكيات أخرى" منتشرة في زمن الجائحة.

النتائج العامة للدراسة

توصلنا في نتائج هذه الدراسة إلى أن:

-مواقع التواصل الاجتماعي حاضرة للغاية في حياتنا اليومية وهذا ما تؤكدته الإحصائيات المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي حيث نجحت هذه المواقع التفاعلية في ربط العالم وإلغاء الحدود الجغرافية والاجتماعية.

-تعد مواقع التواصل الاجتماعي النافذة الرئيسية للعالم، في مجال التعريف بكيفية انتشار هذا الفيروس "كوفيد 19" وسبل الوقاية منه والتعاطي معه وما توصلت إليه خاصة أثناء تداولها للأخبار و المعلومات والحقائق من مصادر موثوقة كمنظمة الصحة العالمية و وكالات الأنباء الدولية.

- تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في التنمية الفكرية والقيام بمبادرات وأنشطة تحسيسية توعوية.

- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في دعم جهود الأطباء والمرشدين في أداء مهامهم، بالإضافة إلى التعرف على الأوضاع الصحية الداخلية والخارجية.

- تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على نقل الشائعات والأفكار الزائفة وبالتالي زعزعة الأمن والاستقرار.

- تساعد الناس على البقاء على اتصال خلال فترات الحجر الذاتي، في حين تحارب أيضاً التضليل الذي قد يظهر على منصاتها مع مكافحة الاحتيال والمعلومات المضللة حول الفيروس بشكل مشترك، وزيادة المحتوى الموثوق ومشاركة التحديثات المهمة بالتنسيق مع وكالات الرعاية الصحية الحكومية حول العالم.

- فرض الوباء عودة الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى الواجهة من خلال العمل على بث برامج تعنى بالتوعية الصحية وتحذيرهم من خطر الإصابة بالوباء.

الفصل الثالث: تأثير الشائعات على مصداقية انتشار جائحة كورونا

- انتشار الجائحة كانت له تداعيات حيث لاحظنا تداول الأخبار المزيفة والشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في حين لاحظنا نشر حملات توعوية صحية مضمونها التعريف بالوباء وأسباب انتشاره ومخاطره.

- اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي أداة محورية من بناء منظومة فكرية متجددة وتفاعلية، تتزامن مع تطورات البيئة الاتصالية التي يتواجد فيها الفرد داخل النسق الاجتماعي، واتضح عمق تأثيرها خاصة بعد تداعيات انتشار جائحة فيروس كورونا (كوفيد - 19).

- تعد مواقع التواصل الاجتماعي سلاحا ذو حدين الأول يتضمن التوعية من مخاطر انتشاره، وجانب آخر يهتم بنشر الإشاعات و المعلومات الخاطئة، وهذا ما جعل الفرد يستفيد من المضامين التوعوية ويتساءل عن مدى صحة المعلومات المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة ودرجة مصداقيتها.

خاتمة



من خلال تحليل تأثير الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على مصداقية انتشار جائحة كورونا يتبين لنا أن هذه المواقع سلاح ذو حدين، جانب إيجابي يتعلق بتوضيح الحقائق وجعل الفرد على إطلاع دائم بالمستجدات الظرفية حول الوباء من مصادر رسمية، وجانب آخر سلبي يتمثل في نشرها للشائعات والمعلومات الخاطئة، والتي كانت تهدف منها أطراف عديدة للتهويل وحصول على أكبر عدد من المتابعين، وهذا ما جعل الوسائل الإعلامية تخوض التحدي للوصول إلى مصادر المعلومات الدقيقة و الموثوقة، مع اعتماد الجانب الأخلاقي في نشر المعلومات وحماية الحريات والخصوصية الفردية لمحاربة الإشاعات المنتشرة حول فيروس كورونا المستجد.

كما تبرز أهمية وفعالية دور مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف ألوانه وأشكاله في توعية وتنقيف الشعوب ومن أجل الاطلاع أكثر على دور المواقع سواء في التوعية أو انتشار الشائعات.

لا يمكن إنكار دور مواقع التواصل الاجتماعي أثناء انتشار جائحة فيروس كورونا في التنقيف والتوعية، وتصحيح الأخطاء، وتوجيه الرأي العام، خاصة الآن في الوقت الذي ينشغل فيه العامل بأسره بمتابعة ومعرفة تفاصيل انتشار فيروس كورونا، وتداعياته وتأثيراته على المجتمعات البشرية، صحيا ونفسيا، واجتماعيا، اقتصاديا، وتجاريا.

فبعد جائحة فيروس كورونا تبين أن مواقع التواصل الاجتماعي قد استعادت نوعاً من الهيمنة التي فرضتها وسائل الإعلام القديمة في الفترة الأخيرة، وأن مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك، تويتر و الانستغرام أصبحت مصدراً وحيداً تقريبا للمعلومات الوبائية وتداولها على نطاق واسع، سواء كانت هذه المعلومات صادقة أو مزيفة أمام ميول الحكومات واجهات المؤثرة في السياسات الإعلامية في كل مكان، لأسباب سياسية تكتيكية وإستراتيجية، لإخفاء الحقائق والتستر على الأوضاع الحقيقية حول الفيروس، وهذا ما جعلنا نركز على التوصيات التالية:

- ضرورة تجنيد مواقع التواصل الاجتماعي بجميع أشكالها من سمعية-بصرية، صفحات حكومية ومستقلة، وتركيزها على التعريف بالفيروس وطبيعته وسرعة انتقاله وطرق الوقاية منه.

- تعميم نشر المعلومات الصحيحة المتعلقة بتطور الوباء وانتشاره عبر العالم، للحد من انتشار الشائعات ونشر الخرافات و الأساطير و الأنباء المزيفة والمضللة.

- ضرورة أن تتخذ شبكات التواصل الاجتماعي خطوات معالجة انتشار معلومات خاطئة حول الفيروس على مواقعها، فنقوم "فيسبوك" و"تويتر" و"تيك توك" بتوفير روابط لمعلومات دقيقة حوله.

-إزالة الادعاءات الكاذبة و نظريات المؤامرة التي نوهت إليها منظمة الصحة العالمية الرائدة؛ للمساعدة في مكافحة المعلومات الخاطئة حول فيروس كورونا.

- القيام بحظر الإعلانات عن المنتجات التي تقدم أي علاجات أو وقاية من انتشار فيروس كورونا.

-استخدام مدقق الحقائق لمراجعة وكشف المعلومات المزيفة والإشاعات المغرضة خاصة أثناء الأزمات والأوبئة.

-تشجيع استخدام القنوات الرسمية للحصول على المعلومات.

-ضرورة جعل التطبيقات الجديدة عبر الوسائط المتعددة التي تم تصميمها تسمح للأفراد بالاطلاع على المستجدات الظرفية حول الفيروس من خلال تداول معلومات صحيحة ومن مصادرها الرسمية وبمشاركة صور وآراء وأحداث بكفاءة وسرعة.

-تكوين مدونين عبر الانترنت وإكسابهم احترافية وأخلاقيات ضرورية لنشر معلومات ذات مصداقية ومن مصدر موثوق.

- التحلي بالحيادية و الموضوعية في نقل الأخبار وبسط الأحداث وعرضها كما هي في الواقع بدون تزييف أو تهويل من أجل التصدي لهذا الفيروس المستجد، في إطار منظومة إعلامية منضبطة تكشف الحقائق بدون مبالغة.
- مراجعة ما يتم نشره وإخضاعه للرقابة أو التدقيق، لتفادي بعض المنزقات الدعائية الخطيرة، لأن تداعيات انتشار فيروس كورونا يشكل أحد الرهانات المهمة للسياسات والأنظمة الدولية، ويؤثر على المجالات الحيوية الاقتصادية والاجتماعية والأمنية.

قائمة المراجع



✦ الكتب العربية

1. إبراهيم بختي، الدليل المنهجي في إعداد وتنظيم البحوث العلمية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2007/2006.
2. أحمد عبد الحميد الخالدي، الوجيز في المناهج وإعداد البحوث العلمية، دار الكتب القانونية/ دار شتات للنشر والبرمجيات، القاهرة، 2009.
3. السعدي مؤيد نصيف جاسم، فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك، مركز ألفا للوثائق، قسنطينة، 2016.
4. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط01، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن 2013.
5. رضوان عبد النعيم، منصات التعليمية: المقررات التعليمية المتاحة عبر الإنترنت، ط01، دار العلوم للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
6. سامي طابع، بحوث الإعلام، ط01، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006.
7. سعود البشر محمود، مقدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العبيكان للنشر، الرياض، 1997.
8. سلطان محمد صاحب، وسائل الإعلام والاتصال "دراسة في النشأة والتطور"، دار المسيرة، عمان، 2012.
9. عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقف التواصل اجتماعي والسلوك الإنساني، ط01، دار صفاء للنشر، الأردن، 2015.
10. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط02، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
11. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط01، عالم الكتب، القاهرة، 1997.

12. محمد منصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، جامعة القاهرة، 2012.
13. مرزوق عبد الحكم العادلي، الإعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات والإشباع، ط01، دار الفجر، مصر، 2004.
14. مكاوي حسن عماد، والسيد ليلي حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
15. نجوى الجزار، محاربة الشائعات، الرؤية للإعلام، مصر، 2012.
16. نها السيد عبد المعطى، صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، ط 1، الإمارات/ولبنان، دار الكتاب العربي، 2015.
17. هادي سهيلة، تداعيات أزمة كورونا واستراتيجيات مواجهتها، سلسلة إصدارات مركز البيان للدراسات والتخطيط، 2020.
18. وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفايسبوك على المجتمع، ط01، دار شمس النهضة، السودان، 2010.
19. وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفايسبوك على المجتمع، ط 1، مدونة شمس النهضة، 2011.

✦ الكتب الأجنبية

20. Armand et Michel Mattelart, Histoire des Théories de la Communication, la découverts, Paris, 1997.
21. Elihu Katz, "Uses and Gratifications Research," Public Opinion Quarterly, Vol 37, Issue 4, (Winter 1973).
22. Danahm Boyd, Nicol B. Ellison, Social Network Sites "Difinition History, Scholarship journal of computer Mediated Communication N 13, Internatiotional Communication Association, 2008, Paris.
23. F. Anari , Social Interactive Media Tools and Knowledge Sharing: A Case Study, 2013.

✦ المعاجم والقواميس

24. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر، مصر، 2004.

✦ المجالات والدوريات

25. أسامة غازي المدني، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى

طلبة الجامعات السعودية "جامعة أم القرى نموذجاً"، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية،

جامعة السلطان قابوس، السعودية، 2015/2014.

26. أماني جمال مجاهد، الشبكات الاجتماعية في خدمات مكتبية متطورة، مركز دراسات

المعلومات، القاهرة، العدد 08، جامعة المنوفية، ماي 2011.

27. حنفي محمد، المطيري ماجد، سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي، جريدة القبس

الإلكترونية، تونس، 2016.

28. خلف العقلة، خيرية السلامي، طارق الدريدي، جائحة كورونا "كوفيد-19"

وتداعياتها على أهداف التنمية المستدامة 2030، نشرية الألكسو العلمية، العدد 02،

الأردن، جويلية 2020.

29. دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مكتبة المنقف، مصر، 2016.

30. عمر أمل نصر الدين سليمان، تصور مقترح لوظيفة شبكات التواصل الاجتماعي

في التعليم القائم على المشروعات وأثره في زيادة دافعية الانجاز والاتجاه نحو التعليم

عبر الويب، ورقة بحثية مقدمة في المؤتمر الدولي الثالث حول التعليم الإلكتروني والتعلم

عن بعد، الرياض، 2013.

31. فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب

الجامعة "تويتر نموذجاً" دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، المجلة

العربية للدراسات والتدريب، العدد 61، الرياض، 2014.

32. محمدي خيرة، الإعلام الصحي وإدارة أزمة كورونا (كوفيد-19) في ظل انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع الميديا الاجتماعية، مجلة التمكين الاجتماعي، المجلد 02، العدد 03، الجزائر، 2020.
33. المغير محمد محمد عبد ربه، جائحة فيروس كورونا فرصة لتحقيق العدالة الإنسانية ، مجلة الدراسات الإستراتيجية للكوارث وإدارة الفرص، المجلد 2، العدد 5، المركز الديمقراطي للدراسات الإستراتيجية والسياسية و الاقتصادية، برلين، 2020.
34. ممدوح السيد عبد الهادي شنتلة، حنان كامل حنفي مرعي، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 "دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي المصري"، مجلة إعلام الشرق الأوسط، العدد 11، مصر، 2015.
35. ميلود مراد، صادقي فوزية، مواقع التواصل الاجتماعي والتوعية من مخاطر انتشار فيروس كورونا في الجزائر، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 03، العدد 01، جوان 2020.
36. هشام رشدي خير الله، محاضرات في نظريات الإعلام، كلية التربية النوعية، قسم العلوم الاجتماعية والإعلام، جامعة المنوفية.
- ✦ تقارير
37. سمير الخليشي، رهانات التعاون الدولي في ظل أزمة كورونا، تقرير جامعة اسطنبول، أبريل 2020.
38. اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا، تقرير تعزيز الحكومة المفتوحة في المنطقة العربية، بيروت، 2018.
39. منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية، تقرير الحكومة المفتوحة، السياق العالمي والآفاق المستقبلية، 2016.

الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العربي التبسي - تبسة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال تنظيمي

الاستبيان

بعد التحية

في إطار التحضير لمذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر بعنوان
" تأثير الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي على مصداقية انتشار جائحة كورونا".
أود منكم المشاركة في إثراء هذا الموضوع من خلال تفضلكم بالإجابة على جملة
الأسئلة الموجودة في الاستمارة، بهدف الحصول على آرائكم و اقتراحاتكم حول التساؤلات
المطروحة.

وأحيطكم علما بأن إجاباتكم ستحظى بالسرية و لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي
فقط، وتتوقف على دقتها صحة النتائج التي ستتوصل إليها الدراسة.

تقبلوا مني فائق الاحترام و التقدير شاكرين لكم تعاونكم

الطالبة: قوسم بسمة

نرجو الإجابة عن الاستفسارات الموجودة في الإستبانة مع العلم أنه سيتم ضمان أمن المعلومات المقدمة لنا.

الرجاء وضع علامة (x) في المكان الملائم

معلومات شخصية عن عينة الدراسة

01	الجنس	ذكر	أنثى
02	العمر	من 25 إلى 35 سنة	من 35 إلى 45 سنة
03	الحالة الاجتماعية	أعزب	متزوج
04	المستوى التعليمي	ماستر	ماجستير
05	مكان الإقامة	الريف	منطقة حضرية
			مدينة
			مطلق
			أرمل
			مهندس
			دكتوراه

المحور 01: عادات وأنماط استخدام المبحوثين للصفحات الاجتماعية على مواقع التواصل

الاجتماعي

1. ما هي الفترة الزمنية لعضويتك على مواقع التواصل الاجتماعي؟

- مشترك في هذه المواقع منذ سنة

- مشترك في هذه المواقع منذ 03 سنوات

- مشترك في هذه المواقع منذ 05 سنوات

2. معدل ساعات استخدام الانترنت في اليوم الواحد؟

1سا- 2سا 2سا-4سا 4سا-7سا 7سا- وأكثر

3. ما هو المعدل اليومي للزيارات التي تقوم بها على صفحتك؟

1مرة-5مرات 6مرات-10مرات أكثر من 10مرات

4. ما هي وسيلة التواصل الاجتماعي التي تستعملها أكثر من غيرها؟

الفيسبوك الانستغرام التويتر

اليوتوب تيك توك مواقع أخرى

5. كم مشترك لديك في صفحتك الخاصة على وسائل التواصل الاجتماعي؟

أقل من 100 أقل من 200 أقل من 500 1000 فما فوق

6. ما هو عدد الأصدقاء على صفحتك الذين تربطك بهم معرفة سابقة؟

أقل من 50 أقل من 80 أقل من 100

7. من بين الأصدقاء الذين كونتهم من مواقع التواصل الاجتماعي دون معرفة مسبقة، ما

نسبة الذين قابلتهم وجها لوجه في الواقع؟

أقل من 5% أقل من 7% بين 7% و 10%

8. عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، هل تقدم معلومات صحيحة عن شخصيتك

للآخرين؟

دائما أحيانا أبدا

9. ما هي أكثر الأسباب التي تحثك على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟ (اختيار أكثر من إجابة)

إبداء الرأي التعرف التواصل والمشاركة مع الأصدقاء

المشاركة بالألعاب الترفيه على النفس معرفة مستجدات الأخبار غير ذلك

10. ما المواضيع التي تشارك بها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ (يمكن اختيار أكثر من

إجابة)

اجتماعية ثقافية دينية

سياسية اقتصادية ترفيهية

المحور 02: آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في زمن جائحة كورونا

11. يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي تقديم معلومات غير متوفرة في وسائل الإعلام التقليدية.

نعم لا نوعا ما

12. تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي عامل أساسي في نشر الأحداث ومستجدات الجائحة.

نعم لا نوعا ما

الرقم	العبرة	موافق	نوعا ما	معارض
13	يعتبر تبادل الآراء دافعا لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في زمن جائحة كورونا.			
14	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في التنمية الفكرية			
15	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على قيام بمبادرات وأنشطة تحسيسية توعوية			
16	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في دعم جهود الأطباء والمرشدين في أداء مهامهم			
17	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على الأوضاع الصحية الداخلية والخارجية			
18	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على نقل الشائعات والأفكار الزائفة			
19	لا يمكن الثقة بالمعلومات المعروضة على مواقع التواصل الاجتماعي			
20	كثرة الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي أدى إلى زعزعة الأمن والاستقرار			

المحور 03: آثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال الحجر الصحي

21. ما هي التأثيرات السلبية عليك في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في زمن الجائحة.

تدهور الحالة الصحية هور الحالة النفسية زيادة الوقت الضائع الإدمان

22. هل الوقت الذي تقضيه عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء فترة الجائحة أثر على

علاقتك بمحيطك الاجتماعي؟

نعم لا نوعا ما

- وما هي هذه التأثيرات؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- العزلة والانطواء ضعف العلاقات الاجتماعية
- قوة العلاقات الالكترونية قضاء وقت أكثر مع العائلة

23. باستخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء الجائحة، ما هي العادات الجديدة التي تعلمتها؟

- ممارسة الرياضة حفظ القرآن تعلم لغة جديدة
- الاهتمام بالحياة الخاصة للآخرين عادات أخرى

24. حسب رأيك، ما هي السلوكيات التي انتشرت في زمن كورونا؟

- قطع صلة الرحم الجفاف العاطفي بين الأقارب والأصدقاء
- السرقة الانتحار سلوكيات أخرى

الملخص



ملخص الدراسة:

ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي بأبعادها المتداخلة في تغيير أنماط التفاعل داخل المجتمع، مما أثار عدة إشكاليات ليتم استخدامه كوسائل للتوعية والتنقيف ونشر المعلومات بنوعيتها (الصحيحة أو المزيفة).

وقد تم اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي أداة محورية من بناء منظومة فكرية متجددة ذات فعالية تتزامن مع تطورات البيئة الاتصالية واتضح عمق تأثيرها خاصة بعد تداعيات انتشار جائحة فيروس كورونا من الناحية الاقتصادية والاجتماعية. وأمام التهويل الإعلامي الذي يغطي تطور مستجدات الجائحة سواء من ناحية التوعية من مخاطر انتشاره أو نشر الإشاعات والمعلومات الخاطئة والمزيفة من ناحية أخرى.

هذا ما جعل الفرد يستفيد من المضامين التوعوية ويتساءل عن مدى صحة المعلومات المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة ودرجة مصداقيتها.

الكلمات المفتاحية : مواقع التواصل الاجتماعي، جائحة كورونا، الشائعات.

Abstract :

Social networking sites, with their intertwined dimensions, contributed to changing the patterns of interaction within society, which raised several problems to be used as a means of awareness, education and dissemination of information of both kinds (true or fake).

Social networking sites have been considered a pivotal tool in building a renewable and effective intellectual system that coincides with the developments of the communicative environment, and the depth of its impact has become clear, especially after the economic and social repercussions of the spread of the Corona virus pandemic. And in the face of media intimidation that covers the development of the developments of the pandemic, whether in terms of awareness of the dangers of its spread or spreading rumors and false and false information on the other hand.

This is what made the individual benefit from the awareness content and wonder about the authenticity and degree of credibility of the information published through the various social media.

Key words : Social media, the Corona pandemic, rumors.

