

مدركات الجمهور المصري لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية وعيهم المعلوماتي حول جائحة كورونا (كوفيد-19)

دراسة ميدانية

د. دعاء محمد عبد المعبود شاهين*

مستخلص الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على مدركات الجمهور المصري لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية وعيهم المعلوماتي حول جائحة كورونا (كوفيد-19)، من خلال التعرف على مدى إتاحة شبكات التواصل الاجتماعي للمعلومات التي يحتاجها الجمهور المصري حول جائحة كورونا (كوفيد-19)، بالإضافة إلى درجة استفادتهم من تلك المعلومات، من خلال دراسة ميدانية طبقت على عينة عمدية قوامها (200) مفردة من (الذكور والإناث)، من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في الفترة من 2020/5/1 وحتى 2020/5/15، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات، في إطار منهج المسح بالعينة، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى تأكيد 66% من المبحوثين أن شبكات التواصل الاجتماعي تقوم بإمدادهم بالمعلومات عن جائحة كورونا (كوفيد-19)، كما أشار 77.5% من المبحوثين تصدر (الفييس بوك) مقدمة أشكال شبكات التواصل الاجتماعي التي تعد مصدر للمعلومات حول جائحة كورونا (كوفيد-19).

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي- الوعي المعلوماتي- جائحة- كورونا- (كوفيد-19)

* مدرس بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية- جامعة بنها

Egyptian Audience Perceptions of Social Media Networks and Its Role in Developing Their Information Awareness about the Coronavirus (COVID-19) Pandemic

A field study

Abstract

This study aims at identifying Egyptian audience perceptions of social media networks and its role in developing their information awareness about the Coronavirus (COVID-19) pandemic, through identifying in what extent do information that Egyptian audience need in social media networks about the Coronavirus (COVID-19) pandemic, as well as the degree of their benefit from that information, through field study is applied on intentional sample of (200) male and female from social media networks users, in the period from 1/5/2020 to 15/5/2020. The study uses questionnaire form as tools for data collection as part of the sample survey method. **The obtained results indicated that:**

- 66% of the respondents confirmed that social media networks are providing them with information about the Coronavirus (COVID-19) pandemic and 77.5 % of the respondents expressed that facebook ranked first among social media networks forms as a source of information about the Coronavirus (COVID-19) pandemic.

Keywords: Social media networks, Information awareness, pandemic, Coronavirus, (Covid-19).

مقدمة:

تمكنّت شبكة الإنترنت بما تمتلك من سمات اتصالية وتقنية متميزة؛ من تحويل العالم إلى قرية إلكترونية صغيرة، حيث أطاحت بكثير من المعتقدات والمفاهيم التي ترسخت واستمرت لسنوات عديدة، لتصبح بذلك وسيط لثورات معرفية وتكنولوجية عديدة.

ومن تلك الثورات ما شهده العقد الأخير من القرن العشرين من ثورة التكنولوجيا، ثورة المعلومات، ثورة الديمقراطية، وجاءت ثورة الإعلام والاتصال نتاجاً حتمياً لهذه الثورات؛ وأحد أهم آثارها الإعلام الإلكتروني بمميزاته وخصائصه وبما يقدمه من خدمات، فقد فرض واقعاً إعلامياً جديداً من حيث سعة الانتشار وتغطية المساحة الجغرافية، وإمكانية الوصول إلى الجماهير دون اعتبار للحدود والحوجز المكانية والزمانية. (على خليل، 2014)¹

فبدأت تتغير معالم صناعة المضامين الإعلامية، سواء من حيث طبيعة المساهمين فيها أو أشكالها، أو الوسائل التي يتم الاعتماد عليها في نشر ما يستجد من مضامين في جميع أنحاء العالم، ويشهد الإعلام الإلكتروني بروز مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي، كظاهرة متعلقة بالتطور التكنولوجي المعلوماتي الهائل والمتسارع في مجال الاتصال.

وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من أكثر وأوسع المواقع على شبكة الإنترنت انتشاراً واستمراراً لتقديمها خاصية التواصل بين الأفراد والجماعات المستخدمين لها، حيث تمكنهم من التواصل وتبادل الأفكار والآراء والمعلومات والملفات والصور والفيديو، ولا زالت مستمرة في الانتشار الأفقي المتسارع. (محي الدين إسماعيل، 2015)²

فأصبحت شبكات التواصل الاجتماعي تمثل في السنوات الأخيرة جزءاً أساسياً في الحصول على المعلومات والأخبار والعمل على نشرها في ذات الوقت، الأمر الذي أدى إلى إنشاء مجتمعات متعددة، وإن كان يغلب عليها الطابع الافتراضي، إلا أنها تؤدي دورها في مشاركة الاهتمامات والاحتياجات بين الأفراد.

فلقد جعلت مواقع التواصل الاجتماعي علاقات الأفراد أكثر تداخلاً واعتماداً بعضها على بعض مما كان عليه الأمر في الماضي، حيث أصبح كل فرد يعيش في الساحة الخلفية للآخر، فشبكة الترابط ونقاط الوصل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي تتقاطع خطوطها وتتجاوز الحدود تؤثر تأثيراً حاسماً على الأفراد المشاركين فيها. (على حجازي، 2010)³

فتعد شبكات التواصل الاجتماعي من التطبيقات عبر الإنترنت التي يستخدمها الأشخاص لبناء شبكات اجتماعية أو علاقات مع أشخاص آخرين قد يشاركون نفس

الاهتمامات الشخصية، المهنية، الأنشطة، الخلفيات أو الاتصالات الواقعية.
(Akram and Kumar, 2018)⁴

الأمر الذى جعل من هذه المواقع فاعلا غير تقليدى فى العلاقات سواء بين الدول وبعضها البعض، أو داخل النظام السياسى نفسه، فأصبحت أحد الأدوات الرئيسية، ليس فقط لمشاركة الأحداث الاجتماعية، والخواطر الشخصية، والأفكار الفردية، فى إطار جمعي بين المستخدمين، أو التعبير عن الأفكار السياسية والتوجهات الأيدولوجية والمواقف الرسمية، ولكن وصلت إلى مستوى أبعد من ذلك.
(إيهاب خليفة، 2016)⁵

حيث تختلف طبيعتها من شبكة لأخرى، فبينما توجد بعض الشبكات التى تتيح إمكانية التعرف على الأصدقاء وتكوين الصداقات عبر العالم، فإن الأخرى بإمكانها إرفاق ملفات الفيديو المصورة حول الموضوعات المختلفة؛ ليتبادل الأفراد الحديث والتعليقات والنقاشات حولها على نطاق واسع. **(رضا أمين، 2015)**⁶

الأمر الذى جعل من شبكات التواصل الاجتماعى ظاهرة حقيقية، لها متابعيها على مستوى العالم، فما لبث أن أصبحت بمثابة قنوات هامة، يستخدمها الأفراد للعديد من الأسباب المتنوعة كالعثور على المعلومات بشأن المخاطر والمشكلات والأزمات ذات الصلة.

ومن ثم يتبادل فيها الأفراد تلك المعلومات، والتفاعل معها من خلال صفحات شخصية أو مهنية لتحديد حجم تلك المخاطر والأزمات على مستوى المجتمع، والعمل على تحفيز الأفراد والجماعات لإتخاذ الإجراءات اللازمة لتجنب أو تحمل أو تعديل تلك المخاطر. **(نسرین حسام الدين، 2016)**⁷

ومن تلك المخاطر ما أحدثته جائحة كورونا (كوفيد-19) من تهديد واقعى، وحالة من الاضطراب والارتباك والقلق لدى المجتمع المصرى بل والعالم ككل؛ حيث لا يزال كورونا (كوفيد-19) هو المشكلة الصحية الأهم عالمياً.

فقد بدأ الفيروس من الصين فى شهر ديسمبر 2019، وما لبث أن أثر فى العالم بأسره، وفى الثانى من مارس 2020 أعلنت منظمة الصحة العالمية أن هذا الفيروس "وباء عالمي" إذ تفشى الفيروس سريعا بعد الصين، فى إيران وإيطاليا وإسبانيا وإنجلترا والولايات المتحدة ومصر، وغيرهم؛ مخلفاً آلاف الوفيات من البشر يومياً.
(ويسل كورت، 2020)⁸

وقد سعت وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية إلى إلقاء الضوء على جائحة كورونا (كوفيد-19)، عالمياً وإقليمياً ومحلياً، حيث رافقت تغطياتها برامج توعية ونصائح مباشرة ودراسات علمية وتصريحات الجهات الصحية العالمية والمحلية؛ محاولة الإسهام فى التعريف بالجائحة والتحذير من خطورتها، وإبراز أهمية

الإجراءات الاحترازية والوقائية؛ من أجل تنوير العقول وتغذيتها بما يمكنه المساهمة في مواجهة الجائحة وتحدياتها.

فقد ساعد التطور التكنولوجي على إتاحة الامكانيات اللازمة للأفراد؛ للوصول الى المعلومات واكتسابها واستثمارها الاستثمار الأمثل، ولتحقيق ذلك لا بد من تأسيس فكر معلوماتي بين أفراد المجتمع على اختلافهم ليصبحوا ناضجين معلوماتيا قادرين على تحديد حاجتهم المعلوماتية. (أيمن مصطفى الفخراني، 2015)⁹

الأمر الذي يبرز أهمية الوعي المعلوماتي في الدور الذي يؤديه في تمكين الأفراد من حل المشكلات التي تواجههم، والإلمام بالمتغيرات الأساسية المختلفة لبناء أحكام موضوعية عن كافة ما يواجهون من قضايا ومشكلات، وتيسير وصولهم إلى ما يحتاجوا إليه في حياتهم وأعمالهم، حيث يقوم الوعي المعلوماتي على المعرفة والإحاطة بأهمية المعلومات، واستغلالها وإمكانية التعامل معها في الوقت المناسب وبالقدر المناسب؛ من أجل حل المشكلات وتلبية الحاجات بقدرات ذاتية للوصول إلى مرحلة النضج المعلوماتي. (عزة فاروق، دينا أحمد، 2013)¹⁰

فالمعرفة للمعلومات الصحيحة والدقيقة المتاحة عن جائحة كورونا (كوفيد-19)؛ هي التي تمكن الجمهور المصري من استيعاب المضامين الإعلامية وأهميتها، وكيفية التعامل معها في الوقت المناسب؛ لحل تلك الأزمة والمخاطر المحيطة بها، في ضوء تدفق المعلومات في الأونة الأخيرة عبر الإعلام الإلكتروني بأشكاله المختلفة؛ من أجل الوصول إلى الإدراك والوعي المعلوماتي بما يتناسب مع المتطلبات العصرية.

وانطلاقاً مما سبق تأتي دراسة مدركات الجمهور المصري لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية وعيهم المعلوماتي حول جائحة كورونا (كوفيد-19).

مشكلة الدراسة:

لقد أظهرت شبكات التواصل الاجتماعي مشهداً إعلامياً جديداً؛ حيث كانت سبباً في جعل الأحداث والأخبار في متناول الجميع بصورة كبيرة، وواضحة المعالم؛ ونتيجة لذلك صار المحتوى المقدم أكثر سرعة في الانتشار والوصول إلى أكبر عدد ممكن من المتلقين، وخاصة وقت المخاطر والأزمات، عبر رسائلها الإخبارية أو الثقافية أو غيرها، من أجل الإسهام في تكوين الحقيقة، وحل إشكالياتها.

وفي ظل ما يشهده العالم أجمع، والمجتمع المصري — على وجه الخصوص — من جائحة كورونا (كوفيد-19)، وما تبعها من تداعيات كان لها الأثر الواضح عليه، وفي ضوء الفيض الهائل من المعلومات المتاحة، في ظل روافد معلوماتية وفرتها ثورتى تكنولوجيا المعلومات والإعلام، أصبح الوعي بالمعلومات وأهميتها في البناء المعرفي للفرد أمراً ملحاً وضرورياً.

ومن هذا المنطلق ظهرت مشكلة الدراسة الحالية؛ من أجل التعرف على مدى مدركات الجمهور المصري لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها فى تنمية وعيهم المعلوماتي حول جائحة كورونا (كوفيد-19).

أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من موضوعها حول: مدركات الجمهور المصري لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها فى تنمية وعيهم المعلوماتي حول جائحة كورونا (كوفيد-19)

- تبرز أهمية الدراسة فى مجال العمل الإعلامى الجديد مع ازدياد أهمية الدور الذى تؤديه وسائل الإعلام الحديثة فى تشكيل الرأى العام، وإمداده بالمعلومات، خاصة عندما يمتزج الموقف بالغموض، فى ظل ما يشهده العالم حاليا من حدوث أزمة نتيجة ظهور جائحة كورونا (كوفيد-19)، فتصبح الوسيلة الإعلامية مصدرا أساسيا من مصادر المعرفة.
- تتبع أهمية الدراسة من أهمية الوعى المعلوماتي فى الدور الذى يؤديه فى تمكين الأفراد بالإلمام بالمتغيرات الأساسية، واستخدامها بكفاية وفاعلية.
- تكتسب الدراسة أهمية بالنظر لقلّة البحوث والدراسات العلمية التى تناولت مدركات الجمهور المصري لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها فى تنمية وعيهم المعلوماتي، فى ظل التحولات التى يمر العالم بها اليوم بفعل ما أحدثته جائحة كورونا (كوفيد-19).

أهداف الدراسة :

انطلاقا من المشكلة البحثية السابق ذكرها تسعى الدراسة لتحقيق عدة أهداف على النحو التالى:

- التعرف على مدى متابعة الجمهور المصري لشبكات التواصل الاجتماعي، ومعدل المتابعة لها.
- التعرف على مدى إتاحة شبكات التواصل الاجتماعي للمعلومات التى يحتاجها الجمهور المصري حول جائحة كورونا (كوفيد-19)، بالإضافة إلى التعرف على درجة استفادتهم من تلك المعلومات.
- رصد المعلومات التى يهتم بمتابعتها الجمهور المصري حول جائحة كورونا (كوفيد-19) المقدمة فى شبكات التواصل الاجتماعي.
- الكشف عن أسباب تفضيل الجمهور المصري لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن جائحة كورونا (كوفيد-19)، ومدى ثققتهم فى

المضامين الإخبارية المقدمة حول جائحة كورونا (كوفيد-19) عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

تساؤلات الدراسة:

وفى ضوء ما سبق تسعى الدراسة للإجابة على تساؤل رئيس فحواه:

ما مدركات الجمهور المصرى لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها فى تنمية وعيهم المعلوماتي حول جائحة كورونا (كوفيد-19)؟

وينبثق من هذا التساؤل الرئيس تساؤلات الفرعية هى كالتالى:

1. ما مدى متابعة المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي؟
2. ما المعدل الأسبوعى لمتابعة شبكات التواصل الاجتماعي؟
3. لماذا يستخدم المبحوثون شبكات التواصل الاجتماعي؟
4. ما نوعية شبكات التواصل الاجتماعي التى يفضلها المبحوثون؟
5. هل يوجد مضامين للتوعية من جائحة كورونا (كوفيد-19) يتابعها المبحوثون على شبكات التواصل الاجتماعي؟
6. ما أكثر المعلومات المقدمة حول جائحة كورونا (كوفيد-19) فى شبكات التواصل الاجتماعي اهتماماً من قبل المبحوثين؟
7. هل تتيح شبكات التواصل الاجتماعي ما يحتاجه المبحوثون من معلومات حول جائحة كورونا (كوفيد-19)؟
8. ما درجة استفادة المبحوثين من المعلومات المقدمة حول جائحة كورونا (كوفيد-19) فى شبكات التواصل الاجتماعي؟
9. أى شبكات التواصل الاجتماعي تعد مصدر للمعلومات حول جائحة كورونا (كوفيد-19) من وجهة نظر المبحوثين؟
10. ما أسباب تفضيل المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن جائحة كورونا (كوفيد-19)؟
11. ما مدى ثقة المبحوثين فى المعلومات المقدمة حول جائحة كورونا (كوفيد-19) فى شبكات التواصل الاجتماعي؟
12. ما انطباع المبحوثين بعد الإطلاع على الاخبار حول جائحة كورونا (كوفيد-19) فى شبكات التواصل الاجتماعي؟

مصطلحات الدراسة:

1. شبكات التواصل الاجتماعي:

تُعرف شبكات التواصل الاجتماعي على أنها:

- مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت التي ظهرت في الجيل الثاني للويب، والتي تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، وفق مجموعات اهتمام وشبكات انتماء، ويتم هذا كله عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل، أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين، ومعرفة أخبارهم والمعلومات المتاحة للعرض. (حسين محمود، 2015)¹¹
- شبكات الخدمات التي تسمح للأفراد بإنشاء صفحات شخصية أو عامة عبر شبكة الإنترنت، مع إتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المستخدمين الآخرين من أجل التعبير عن الآراء ووجهات النظر المختلفة. (Boyd and Ellison, 2007)¹²

- شكلاً جماعياً ومنظماً للمراسلات عبر شبكة الإنترنت، ويستخدمها الأفراد لمجموعة متنوعة من الأسباب كالعثور على المعلومات والحفاظ على العلاقات الشخصية، بالإضافة إلى الترفيه والتسلية. (Reghabi, 2016)¹³

وتعرف الباحثة شبكات التواصل الاجتماعي إجرائياً بأنها :

عبارة عن مجموعة من المواقع التي تتيح تشكيل التجمعات الإنسانية في مجتمع افتراضي، في إطار وجود أدوات الاتصال الرقمي كشبكات الإنترنت والحاسب الآلية أو الهواتف الذكية؛ بهدف تمكين المستخدمين من الحصول على المعلومات المتاحة عن جائحة كورونا (كوفيد-19) وسرعة تبادلها من أجل التزود بالمعلومات الكافية وزيادة درجة الاستفادة منها.

2. الوعي المعلوماتي:

يعرف الوعي المعلوماتي على أنه:

- اكتساب مهارة الوصول للمعلومات التي يحتاجها الفرد، وفهم كيفية تنظيم مصادر المعلومات، وإعداد المعلومات وأدوات البحث الإلكترونية، واستخدام التقنية في عمليات البحث وتقييم المعلومات والاستفادة منها بفاعلية، وفهم البنى التحتية للتقنية التي تعد أساس نقل المعلومات، وتأثير العوامل الاجتماعية والسياسية والثقافية على ذلك. (منيرة سعد، 2020)¹⁴
- تحديد الحاجات والاهتمامات المعلوماتية، والقدرة على تحديد مكانها، وتقييمها، وتنظيمها، وإعدادها بكفاءة، واستخدامها، والاتصال بالمعلومات

لمعالجة القضايا والمشكلات. (عزة فاروق عبد المعبود، دينا أحمد عرابي،
2013)¹⁵

وتعرف الباحثة الوعي المعلوماتي إجرائياً على أنه:

هو الإحاطة بالمعلومات المتاحة عن جائحة كورونا (كوفيد-19)، في محاولة للوصول إلى مرحلة النضج المعلوماتي، واستغلال ذلك لإدراك الجائحة والتعامل معها في الوقت المناسب وبالقدر المناسب.

3. الجائحة:

وباء ينتشر على نطاق واسع يتخطى الحدود الدولية، مؤثراً -كالمعتاد- على عدد كبير من الأفراد. (Portan, 2015)¹⁶

وتتبني الباحثة هذا التعريف لأنه أكثر ارتباطاً بموضوع الدراسة.

4. كورونا (كوفيد-19):

هو مرض معد يسببه آخر فيروس تم اكتشافه من سلالة فيروسات كورونا، ولم يكن هناك أي علم بوجود هذا الفيروس الجديد، ومرضه قبل بدء تفشيه في مدينة ووهان الصينية في كانون الأول/ ديسمبر 2019، وقد تحوّل كورونا (كوفيد-19) الآن إلى جائحة تؤثر على العديد من بلدان العالم. (World Health

17Orgnaization

وتتبني الباحثة هذا التعريف لأنه أكثر ارتباطاً بموضوع الدراسة.

محاور الدراسة:

تتناول الدراسة الحالية محورين أساسيين، يستعرض المحور الأول الجوانب المنهجية، أما المحور الثاني فيشمل نتائج الدراسة وتفسيراتها على النحو الآتي:

المحور الأول: الجوانب المنهجية:

الدراسات السابقة:

تستهدف عملية مراجعة الأدبيات العلمية بشكل أساسي إلى توضيح المفاهيم المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة، والعلاقات القائمة فيما بينهما، بما يسهم في البناء النظري والتصميم المنهجي للدراسة الحالية، وعليه تم الإطلاع على بعض الدراسات السابقة ذات الصلة المباشرة وغير المباشرة بموضوع الدراسة، وفيما يلي عرض هذه الدراسات على أساس الترتيب الزمني لها من الأحدث إلى الأقدم:

- رصدت دراسة (أيمن محمد، 2020)¹⁸ دور صحافة الهاتف المحمول في توعية الجمهور المصري السعودي بتطورات أزمة جائحة كورونا (كوفيد-

19)، من خلال دراسة ميدانية على عينة من الجمهور السعودي قوامها 400 مفردة، واعتمد الباحث على منهجى المسح ودراسة العلاقات المتبادلة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى ارتفاع معدل اعتماد الجمهور السعودي على صحافة الهاتف المحمول في متابعة جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19)، وجاءت تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعى في مقدمة أنواع صحافة الهاتف المحمول التي يحرص الجمهور السعودي عينة الدراسة على متابعتها، يليها التطبيقات الصوتية والمرئية، ثم تطبيقات الأخبار، فمواقع صف وبوابات إلكترونية، يليها التطبيقات الرسمية.

- سعت دراسة (Muzaffar, 2020)¹⁹ إلى الحصول على نظرة ثاقبة حول ما يعتقده مستخدمى شبكات التواصل الاجتماعى حول الإستراتيجية التي تتبناها السويد في حالة فيروس كورونا، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، مستعينا بالمقابلة الشخصية وأداة الاستبيان لجمع المعلومات، وقد أجريت الدراسة على 5 أشخاص تتراوح اعمارهم بين 25 إلى 44 عام وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعى تساعد الأشخاص على فهم الوضع بشكل أفضل والعمل على تثقيفهم حول الاحتياطات والإجراءات الواجب اتخاذها.

- اهتمت دراسة (عبد الله بن عبد العزيز، 2020)²⁰ بالتعرف على أهم الممارسات الإعلامية والاتصالية التي تقوم بها وزارة الصحة السعودية، في توعية أفراد المجتمع السعودي بجائحة كورونا (كوفيد-19)، وطبقت الدراسة الميدانية على عينة بلغ حجمها 3133 مفردة، ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة اعتماد أفراد المجتمع السعودي (عينة الدراسة) على وسائل الإعلام السعودية في معرفة الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا، وجاء الأنترنت في المرتبة الأولى من بين تلك الوسائل التي يعتمد عليها.

- هدفت دراسة (Choubey, 2020)²¹ إلى التعرف على دور صحافة المواطن في إعطاء الأمل ورفع الحالة المعنوية وسط تهديدات فيروس كورونا، وجاءت نتائج الدراسة لتؤكد أهمية صحافة المواطن في صنع الأخبار مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى، بالإضافة إلى مساعدة وسائل التواصل الاجتماعى في محاربة كورونا (كوفيد-19)، والعمل على مواجهة الأخبار الكاذبة وخطاب الكراهية وحجب المعلومات المضللة.

- رصدت دراسة (أميرة أحمد سليمان، 2019)²² حالة فوضى المعلومات على شبكات التواصل الاجتماعى، وتأثيرها على مصداقية تلك الشبكات، وطبقت

الدراسة الميدانية على 387 مفردة من المشتركين في الشبكات الاجتماعية المختلفة " فيسبوك ولينكد ان وتويتر"، ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن أكثر من نصف عينة الدراسة تشعر بوجود فوضى المعلومات على الشبكات الاجتماعية، ويرجع ذلك إلى كثرة الحسابات الموجودة على الشبكات وزيادة المعلومات مجهولة المصدر، وتعددت أشكال فوضى المعلومات على الشبكات الاجتماعية منها المعلومات مجهولة المصدر، وانتهاكات الخصوصية، وانتهاك حقوق الملكية الفكرية وحقوق الناشرين، وإنتشار المعلومات المزيفة والمتناقضة.

- تناولت دراسة (فلاح بن عامر الدمهشي، 2019)²³ مدى إعتدال الشباب السعودي على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول عاصفة الحزم، وإعتمدت الدراسة على منهج المسح، وطبقت على عينة عشوائية قوامها 151 مفردة، ووظفت الإستبيان لجمع المعلومات، وتوصلت نتائج الدراسة إلى تصدر وسائل التواصل الاجتماعي مقدمة المصادر التي يعتمد عليها الشباب السعودي في متابعته لعاصفة الحزم، وأشارت النتائج فيما يتعلق بأسباب متابعة وسائل التواصل الاجتماعي.

- استهدفت دراسة (نها محمد، 2019)²⁴ التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) في الوعي المعلوماتي بإدارة الأزمات والكوارث، وإعتمدت الباحثة في الدراسة على المنهج الإستكشافي الوصفي التحليلي، وتوصلت نتائج الدراسة إلى ان الفييس بوك قدم خدمة تسمى (الإستجابة للأزمات) تحرص على التغطية الشاملة لكل المعلومات عن الأزمات أو الكوارث التي تغطيها، مما يزيد من الوعي المعلوماتي.

- سعت دراسة (Acheampong, 2019)²⁵ إلى الكشف عن المعلومات التي يتم إصدارها حول الموضوعات الصحية على وسائل التواصل الاجتماعي، والتعرف على المعايير التي يتم إستخدامها في التحقق من جودة تلك المعلومات، وإعتمدت الدراسة على منهج المسح مستخدمة في إطاره أداة الإستبيان لجمع المعلومات، وطبقت الدراسة على 106 مفردة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، وتوصلت نتائج الدراسة إلى تفضيل المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي لكونها تتمتع بمعيار الأهمية في المقام الأول، يليها معيار المصداقية، ثم جاء معيار التفاعل، في حين جاء المحتوى المقدم أقل تفضيلاً من المعايير السابقة.

- اهتمت دراسة (حسين فولاذ، عبد الرازق جوهر، 2018)²⁶ بمعرفة مدى تأثير الإشاعة الإلكترونية على الثقافة المعلوماتية في المجتمع الأكاديمي

الكويتي، وإستخدمت الدراسة منهج دراسة الحال، وإعتمدت على أسلوب الملاحظة في جمع البيانات، وأجريت الدراسة على 200 مفردة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن نسبة الوعي المعلوماتي فيما يتعلق بالأشاعة الإلكترونية كانت متفاوتة ما بين سلبية وإيجابية، ولكن كانت السلبية أكثر، وأن المبحوثين في حاجة إلى وعي وتوعية معلوماتية أكثر من أجل الحد من الأشاعة الإلكترونية.

- هدفت دراسة (عبد الرحمن محمد سعيد، 2018)²⁷ إلى تقصى مدى إعتدال الصحفيين اليمنيين على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات والحروب، وإعتمدت الدراسة على منهج المسح، وأجريت الدراسة على 59 صحفياً، وتوصلت نتائج الدراسة إلى تصدر الفيس بوك أشكال شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الصحفيين في الحصول على الأخبار والمعلومات المتصلة بالقضايا شئون الداخلية الخاصة.

- سعت دراسة (رشا فواز، 2017)²⁸ إلى التعرف على مدى إعتدال الجمهور الكويتي على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية، وإعتمدت الباحثة على منهج المسح الإعلامي، وطبقت الدراسة على 400 مفردة من الجمهور الكويتي في الفترة الزمنية من سبتمبر 2016 وحتى ديسمبر 2016، وإستخدمت أداة الاستبيان للحصول على البيانات والمعلومات، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن أهم الأسباب التي تدفع أفراد العينة لإستخدام شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات جاء في مقدمتها أنها (وسائل سريعة للحصول على كافة الأخبار) إلى حد كبير.

- هدفت دراسة (خالد فيصل الفرغ، 2017)²⁹ إلى التعرف على كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا في المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، وتمثلت عينة الدراسة في شبكات التواصل الاجتماعي (يوتيوب، تويتر، فيس بوك) لكافة المدن الطبية المعروفة في ردينة الرياض، واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون لجمع البيانات، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن 73% من المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لا تمتلك منصات على شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر- فيس بوك - يوتيوب)، مما أدى إلى ضعف استخدام الشبكات الاجتماعية في التوعية بمرض كورونا (كوفيد-19).

- اهتمت دراسة (هيام أنور أحمد أبوزيد، 2016)³⁰ بالتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو بعض الأزمات

المصرية، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة في ذلك منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، وطبقت الدراسة الميدانية على عينة عمدية من الشباب المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، قوامها 450 مفردة، في حين طبقت الدراسة التحليلية على ثلاث صفحات على الفيس بوك (صفحة الحرية والعدالة- صفحة اليوم السابع، صفحة تمرد)، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان وتحليل المضمون لجمع البيانات، وتوصلت نتائج الدراسة إلى تصدر الفيس بوك شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل أفراد العينة، ثم اليوتيوب وجوجل بلس، وتويتر والإنستجرام.

- استهدفت دراسة (سمر صبرى صادق، 2014)³¹ رصد وتوصيف كيفية تشارك المعلومات بين مستخدمي موقع الفيس بوك وقت الأزمات، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وقد طبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها 394 مفردة من مستخدمي الفيس بوك، ممن تتراوح أعمارهم بين 18 و30 سنة، وتم تحليل محتوى 650 منشور عن الأزمات محل الدراسة نشرها 40 مستخدم للموقع في السنة أشهر الأولى من عام 2012، واستخدمت الدراسة عدداً من الأدوات البحثية تضمنت أداة الاستبيان، وأداة تحليل المضمون، كما تم إجراء مقابلات غير مقننة مع عدد من خبراء إدارة أزمات، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن سرعة نقل الأخبار من أبرز أسباب متابعة المبحوثين للأزمات عبر موقع الفيس بوك، لأنه يوثق المعلومات بالصور ومقاطع الفيديو، ولأنه يجمع معلومات من مصادر مختلفة للأخبار.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة والتعليق عليها:

- تعددت أهداف الدراسات السابقة حيث اهتمت بعض الدراسات بالكشف عن المعلومات التي يتم إصدارها حول الموضوعات الصحية على وسائل التواصل الاجتماعي، والتعرف على المعايير التي يتم استخدامها في التحقق من جودة تلك المعلومات، ومدى صحتها، وجاءت بعض الدراسات لتتهدم بدور صحافة الهاتف المحمول في توعية الجمهور السعودي بتطورات أزمة جائحة كورونا (كوفيد-19)، كما اهتم بعضها برصد وتوصيف كيفية تشارك المعلومات بين مستخدمي موقع الفيس بوك وقت الأزمات، في حين اهتمت دراسات أخرى التعرف على كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا في المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية.
- اعتمدت معظم الدراسات على منهج المسح الإعلامي، في حين استخدمت بعض الدراسات المنهج الاستكشافي الوصفي التحليلي، كما استخدمت بعض الدراسات منهج دراسة الحالة.

- رغم أن الدراسات السابقة لم تتعرض لموضع الدراسة إلا أنها أفادت الباحثة في بلورة الفكرة البحثية وتحديد منهج الدراسة وأدواتها وصياغة تساؤلات الدراسة وأهدافها.
- وطبقا لمسح الدراسات العلمية السابقة العربية والأجنبية -على حد علم الباحثة- لا توجد دراسة مماثلة أجريت بهدف التعرف على مدركات الجمهور المصري لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية وعيهم المعلوماتي حول جائحة كورونا (كوفيد-19)، وكان ذلك وراء اختيار مشكلة الدراسة وتحديدها، لإثراء التراكم العلمي الإعلامي يبحث يتناول تنمية شبكات التواصل الاجتماعي للوعي المعلوماتي، لاسيما تجاه جائحة متمثلة في كورونا (كوفيد-19) طرحت نفسها على طرح الحياة الاجتماعية.

نوع الدراسة:

تتنمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، حيث تسعى إلى الحصول على المعلومات والبيانات الدقيقة عن مدركات الجمهور المصري لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية وعيهم المعلوماتي حول جائحة كورونا (كوفيد-19)، من خلال الدراسة الميدانية للجمهور عينة الدراسة بهدف الربط بين المتغيرات المختلفة في سياق تفسيري يراعى الخروج برؤية كلية شاملة للظاهرة موضع الدراسة.

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح بالعينة الذي يعد جهداً علمياً منظماً للحصول على المعلومات المفسرة والبيانات الدقيقة عن مدركات الجمهور المصري لشبكات التواصل الاجتماعي، ودورها في تنمية وعيهم المعلوماتي حول جائحة كورونا (كوفيد-19)، وخضوع بيانات الدراسة للتحليل الإحصائي بما يؤدي إلى إمكانية التنبؤ والتعميم وإستخلاص البيانات.

مجتمع الدراسة:

يتألف مجتمع الدراسة من مجموع أفراد الظاهرة المقصود دراستها، حيث تجمعهم صفات مشتركة، ومجتمع الدراسة الحالية تتمثل في الجمهور المصري.

عينة الدراسة:

تمثل العينة مجتمع الدراسة تمثيلاً صادقاً، باعتبارها جزءاً منه؛ ولهذا يمكن تعميم النتائج على مجتمع الدراسة بأكمله، وتمثلت عينة الدراسة الحالية في عينة عمدية من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي ممثلة في 200 مفردة من الإناث

والذكور في الفترة من 2020 /5/1 إلى 2020/5 /15، والجدول التالي يوضح توزيع عينة الدراسة وفق المتغيرات الديموغرافية:

جدول (1)
خصائص عينة الدراسة

%	ك	المتغيرات الديموغرافية	
		النوع	
50	100	ذكور	
50	100	إناث	
13.5	27	25-20	السن
49	98	30-25	
18	36	35-30	
19.5	39	35 فأكثر	
42	84	ريف	محل الإقامة
58	116	حضر	
9.5	19	متوسط	المؤهل العلمي
73.5	147	عالي	
7	20	ماجستير	
10	14	دكتوراه	
57	114	أعزب	الحالة الاجتماعية
41	82	متزوج	
1	2	مطلق	
1	2	أرمل	

حدود الدراسة:

أولاً: الحدود البشرية:

تتمثل الحدود البشرية في الدراسة على عينة من الجمهور المصري من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي.

ثانياً: الحدود الزمنية:

تتمثل الحدود الزمنية في الفترة التي قامت فيها الباحثة بإجراء الدراسة على عينة من الجمهور المصري قوامها 200 مفردة بالتساوي بين الذكور والإناث من متابعي شبكات التواصل الاجتماعي في الفترة من 2020 /5/1 إلى 2020/5 /15.

ثالثاً: الحدود الموضوعية:

تتمثل في مدركات الجمهور المصري لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية وعيهم المعلوماتي حول جائحة كورونا (كوفيد-19).

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان، كأسلوب لجمع البيانات بهدف الحصول على استجابات الباحثين، بطريقة منهجية، وذلك للتعرف على مدركات الجمهور المصري لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية وعيهم المعلوماتي حول جائحة كورونا (كوفيد-19).

المعالجة الإحصائية للنتائج:

1. بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم ترميزها وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام (Statistical Package For Social Science) والمعروف اختصاراً بـ (SPSS) الإصدار (20).
 2. وتم اللجوء إلى الاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:
- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
 - اختبار كاي² (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
 - تحليل التباين ذو الاتجاه الواحد (One way Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية.
- مع ملاحظة أنه أتيح للمبشرين في معظم الأسئلة في استمارة الاستبيان اختيار أكثر من بديل للتعبير عن آرائهم، وفي هذه الحالات كان إجمالي الإجابات يفوق إجمالي عدد مفردات العينة 200 مفردة.
- المحور الثاني نتائج الدراسة:**
1. متابعة المبشرين لشبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (2)

مدى متابعة المبشرين لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبشرين: وفقاً للنوع

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع مدى المتابعة
%	ك	%	ك	%	ك	
73.5	147	76	76	71	71	دائماً
23.5	47	20	20	27	27	أحياناً
3	6	4	4	2	2	نادراً
100	200	100		100		جملة من سُئلوا

قيمة كاي² = 1.879 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.05 الدلالة = 0.390

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن 73.5% من المبشرين يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل دائم، بينما 23.5% يتابعونها أحياناً، وفي المقابل نجد أن 3% نادراً ما يتابعونها.

أما النتائج التفصيلية الخاصة بالذكور والإناث:

- يتضح أن 76% من الإناث يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل دائم، بينما 20% يتابعونها أحياناً، في حين أن 4% نادراً ما يتابعونها.

- يتضح أن 71% من الذكور يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل دائم، بينما 27% يتابعونها أحياناً، في حين أن 2% نادراً ما يتابعونها.
- وبحساب قيمة كا² بلغت (1.879) عند درجة حرية= (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً، و يعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ومدى متابعة المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظرهم.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (إسراء منصور وآخرون، 2015)³²، التي أثبتت تصدر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار بشكل دائم حيث بلغت 57.25%.

2. المعدل الأسبوعي لمتابعة المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (3)

المعدل الأسبوعي لمتابعة المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي: وفقاً للنوع

النوع المعدل	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
يومية	72	72	77	77	149	74.5
يومان في الأسبوع	8	8	5	5	13	6.5
أكثر من ثلاث أيام	20	20	18	18	38	19
جملة من سنلوا	100	100	100	100	200	100

قيمة كا²=0.965 درجة الحرية=2 مستوى المعنوية=0.05
الدلالة=0.617

يتضح من بيانات الجدول السابق: جاءت (يومية) في مقدمة المعدل الأسبوعي لمتابعة المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي، من وجهة نظر المبحوثين بنسبة بلغت 74.5%، ثم جاءت (أكثر من ثلاث أيام في الأسبوع) بنسبة بلغت 19%، وأخيراً جاءت (يومان في الأسبوع) بنسبة بلغت 6.5%.

أما النتائج التفصيلية بين الذكور والإناث:

- يتضح متابعة الإناث لشبكات التواصل الاجتماعي (يومية) بنسبة بلغت 77%، ثم جاءت (أكثر من ثلاث أيام في الأسبوع) بنسبة بلغت 18%، وأخيراً جاءت (يومان في الأسبوع) بنسبة بلغت 5%.
- يتضح متابعة الذكور لشبكات التواصل الاجتماعي (يومية) بنسبة بلغت 72%، ثم جاءت (أكثر من ثلاث أيام في الأسبوع) بنسبة بلغت 20%، وأخيراً جاءت (يومان في الأسبوع) بنسبة بلغت 8%.

- وبحساب قيمة كا² بلغت (0.965) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً، ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) والمعدل الأسبوعي لمتابعة المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين.

3. عدد ساعات متابعة المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (4)

عدد ساعات متابعة المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين: وفقاً للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
عدد الساعات		%	ك	%	ك	%	ك
أقل من ساعة		11	11	8	22	9.5	19
من ساعة إلى ساعتين		29	29	22	22	25.5	51
ثلاث ساعات فأكثر		30	30	22	22	26	52
من ساعتين إلى ثلاث ساعات		30	30	48	48	39	78
جملة من سنلوا		100	100	100	100	100	200

قيمة كا² = 6.819 درجة الحرية = 3 مستوى المعنوية = 0.05 الدلالة = 0.078

يتضح من بيانات الجدول السابق: جاءت (من ساعتين إلى ثلاث ساعات) في مقدمة عدد ساعات متابعة المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 39%، ثم جاءت (ثلاث ساعات فأكثر) بنسبة بلغت 26%، ثم جاءت (من ساعة إلى ساعتين) بنسبة بلغت 25.5%، وأخيراً بلغت نسبة (أقل من ساعة) 9.5%.

أما النتائج التفصيلية بين الذكور والإناث:

- يتضح متابعة الإناث لشبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى (من ساعتين إلى ثلاث ساعات) بنسبة 48%، بينما جاءت في المرتبة الثانية مناصفة (ثلاث ساعات فأكثر)، (من ساعة إلى ساعتين) بنسبة بلغت 22%، وأخيراً بلغت نسبة (أقل من ساعة) 8%.

- يتضح متابعة الذكور لشبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى مناصفة (من ساعتين إلى ثلاث ساعات)، (ثلاث ساعات فأكثر) بنسبة بلغت 30%، بينما جاءت في المرتبة الثانية (من ساعة إلى ساعتين) بنسبة بلغت 29%، وأخيراً بلغت نسبة (أقل من ساعة) 11%.

واختلفت هذه النتيجة نسبياً مع دراسة (سعود عيد، 2016)³³ التي توصلت إلى أن المبحوثين يقضون "أقل من ساعة" في متابعة الأخبار بنسبة بلغت 41.5%. وترجع الباحثة سبب زيادة معدل الساعات الذي يتعرض له أفراد العينة؛ إلى أن

معظم المبحوثين في تلك الظروف ينتابهم حالة من القلق، من أجل الوصول إلى المعلومات المتوفرة عن جائحة كورونا (كوفيد-19) سريعا ومعرفة تفاصيلها، حيث أثبتت وسائل التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة سرعتها في تداول المعلومات بشكل أسرع من الوسائل الإعلامية التقليدية.

4. أسباب استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (5)

أسباب استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين

المتوسط	أعارض بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		الرأي الأسباب
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1.83	1	2	4	8	7	14	52.5	105	35.5	71	البحث العلمي
2.30	3	6	13	26	11	22	57	114	16	32	تتيح فرصة المشاركة وإبداء الرأي في الأحداث
2.45	4.5	9	18	36	10	20	53	106	14.5	29	تكوين صداقات جديدة
1.78	2	4	3	6	3.5	7	53.5	107	38	76	التواصل مع الآخرين
2.48	6.5	13	16.5	33	12.5	25	47.5	95	17	34	للبحث عن الأخبار والمعلومات
2.02	2.5	5	8.5	17	9.5	19	47	94	32.5	65	التسلية والترفيه
2.45	5	10	16	32	12	24	52.5	105	14.5	29	تساعد في تكوين رأى حول القضايا المعروضة
1.83	3.5	7	3	6	5	10	49.5	99	39	78	يتميز المنشور فيها بالثقة
3.46	20	40	33.5	67	22	44	20.5	41	3.5	7	لأنها سريعة في نقل المعلومات
200											جملة من سنلوا

يتضح من بيانات الجدول السابق : جاءت عبارة (لأنها سريعة في نقل المعلومات) في مقدمة أسباب استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين بمتوسط 3.46%، ثم جاءت (للبحث عن الأخبار والمعلومات) في المرتبة الثانية بمتوسط 2.48%، ثم جاءت في المرتبة الثالثة مناصفة (تساعد في تكوين الرأي العام)، (تكوين الصداقات) بمتوسط 2.45%، وجاءت (تتيح فرصة المشاركة وإبداء الرأي في الأحداث) في المرتبة الرابعة بمتوسط 2.30%، وتليها (التسلية والترفيه) في المرتبة الخامسة بمتوسط 20.2%، ثم (يتميز المنشور فيها بالثقة)،

(للبحث العلمي) في المرتبة السادسة بمتوسط 1.83%، ثم (تكوين صداقات جديدة) في المرتبة السابعة بنسبة بلغت 1.78%.

وتتفق هذه النتيجة مع ما جاءت به دراسة (فلاح بن عامر الدمهشي، 2019)³⁴، التي ترجع أسباب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي إلى ما تميزت به؛ من أن (أخبارها سريعة ومتجددة)، وتقدم (معلومات شاملة وكاملة)، كما (تتيح حرية التعبير والرأي وتبادل وجهات النظر)، كما تتفق مع دراسة (رشا فواز، 2017)³⁵، التي تناولت الأسباب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حيث جاءت (للحصول على المعلومات) في مقدمتها لكونها وسيلة سريعة في الحصول على كافة الأخبار، بالإضافة إلى أنها (زادت هامش الحرية المتاح عليها) مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى، وتتفق مع دراسة (سمر صبرى، 2014)³⁶، التي أوضحت أن عامل السرعة في نقل الأخبار احتل المرتبة الأولى في أسباب تفضيل المبحوثين لمواقع الشبكات وقت الأزمات.

5. شبكات التواصل الاجتماعي التي يفضلها المبحوثون:

جدول (6)

شبكات التواصل الاجتماعي التي يفضلها المبحوثون من وجهة نظر المبحوثين

الإجمالي		الإناث		الذكور		شبكات التواصل الاجتماعي
%	ك	%	ك	%	ك	
83.5	167	76	76	89	89	الفيس بوك
60	120	45	45	75	75	اليوتيوب
21.5	43	18	18	25	25	تويتر
80	160	83	83	77	77	واتس اب
1	2	1	1	1	1	ماي سبيس
14.5	29	20	20	9	9	جوجل بلس
200		100		100		إجمالي من سئلوا

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن (الفيس بوك) أكثر أشكال شبكات التواصل الاجتماعي التي يفضلها المبحوثون حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 83.5%، ثم (الواتس اب) الذي جاء في المرتبة الثانية بنسبة 80%، ثم جاء (اليوتيوب) في المرتبة الثالثة بنسبة 60%، وجاء (تويتر) في المرتبة الرابعة بنسبة 21.5%، ثم جاء (جوجل بلس) في المرتبة الخامسة بنسبة 14.5%، وأخيراً (ماي سبيس) بنسبة 1%.

أما النتائج التفصيلية بين الذكور والإناث:

- يتضح أن (الفيس بوك) من أكثر أشكال شبكات التواصل الاجتماعي التي يفضلها الذكور حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 83%، ثم (الواتس اب) الذي جاء في المرتبة الثانية بنسبة 77%، ثم جاء (اليوتيوب) في

المرتبة الثالثة بنسبة 75%، وجاء (توتير) في المرتبة الرابعة بنسبة 25%، ثم جاء (جوجل بلس) في المرتبة الخامسة بنسبة 9%، واخيرا (ماي سبيس) بنسبة 1%.

- يتضح أن (الواتس اب) من أكثر أشكال شبكات التواصل الاجتماعي التي تفضلها الإناث حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 89%، ثم (الفايس بوك) الذي جاء في المرتبة الثانية بنسبة 76%، ثم جاء (اليوتيوب) في المرتبة الثالثة بنسبة 45%، وجاء (جوجل بلس) في المرتبة الرابعة بنسبة 20%، ثم جاء (توتير) في المرتبة الخامسة بنسبة 18%، واخيرا (ماي سبيس) بنسبة 1%.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (عبد الرحمن محمد سعيد، 2018)³⁷ التي جاءت بتصدر الفايس بوك أشكال شبكات التواصل الاجتماعي، التي يعتمد عليها الباحثون في الحصول على الأخبار والمعلومات المتصلة بقضايا الشؤون الداخلية الخاصة، كما تتفق مع دراسة (عبد الله عبد المؤمن التميمي، 2012)³⁸، التي أكدت على أن أكثر مواقع شبكات التواصل شعبية بين الباحثين هي الفايس بوك، حيث نسبتها تصل إلى 59%. كما تتفق معها دراسة (أحمد يونس محمد، 2013)³⁹ التي أشارت إلى أن شبكة الفيسبوك من أكثر الشبكات التواصل الاجتماعي استخداما تفاعليا بالإضافة إلى ثقة الباحثين فيما تقدمه من معلومات، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (سعود عيد محمود، 2016)⁴⁰، التي توصلت إلى تصدر توتير المرتبة الأولى كأكثر شبكات التواصل الاجتماعي تفضيلاً لدى الشباب الجامعي في دولة الكويت بنسبة 23.4%، يليها الإنستجرام في المرتبة الثانية بنسبة 23.1%، ثم سناب شات في المرتبة الثالثة بنسبة 20.7%، أما في الترتيب الرابع جاء اليوتيوب بنسبة 20.6%، ثم في الفايس بوك في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت 7%.

6. متابعة الباحثين للأخبار المتعلقة بجائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (7)

مدى متابعة الباحثين للأخبار المتعلقة بجائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظرهم: وفقاً للنوع

النوع مدى المتابعة	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
إلى حد كبير	54	54	52	52	106	53
إلى حد ما	32	32	34	34	66	33
نادرًا	14	14	14	14	28	14
جملة من سنلوا	100		100		200	100

قيمة كا²=0.098 درجة الحرية=2 مستوى المعنوية=0.05 الدلالة =0.952

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن 53% من المبحوثين يتابعون (إلى حد كبير) الأخبار المتعلقة بجائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي، بينما أكد 33% متابعتهم (إلى حد ما) الأخبار المتعلقة بجائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي، وفي المقابل نجد 14% منهم نادراً ما يتابعوا الأخبار المتعلقة بجائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي.

أما النتائج التفصيلية بين الذكور والإناث:

- يتضح أن 54% من الذكور يتابعون (إلى حد كبير) الأخبار المتعلقة بجائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي، بينما أكد 32% متابعتهم (إلى حد ما) الأخبار المتعلقة بجائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي، وفي المقابل نجد 14% منهم نادراً ما يتابعون الأخبار المتعلقة بجائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي.
- يتضح أن 52% من الإناث يتابعون (إلى حد كبير) الأخبار المتعلقة بجائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي، بينما أكد 34% متابعتهم (إلى حد ما) الأخبار المتعلقة بجائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي، وفي المقابل نجد 14% منهم نادراً ما يتابعوا الأخبار المتعلقة بجائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي.
- وبحساب قيمة χ^2 بلغت (0.98) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً، ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ومدى متابعة المبحوثين للأخبار المتعلقة بجائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي.

7. مدى وجود مضامين للتوعية من جائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (8)

مدى وجود مضامين للتوعية من جائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي: وفقاً للنوع

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع مدى وجود مضامين توعيه
%	ك	%	ك	%	ك	
57.5	115	61	61	54	54	نعم
42.5	85	39	39	46	46	لا
100	200	100		100		جملة من سنلوا

قيمة $\chi^2=1.003$ درجة الحرية = 1 مستوى المعنوية = 0.05 الدلالة = 0.317

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن 57.5% من المبحوثين يؤكدون وجود مضامين للتوعية من جائحة كورونا (كوفيد-19) في شبكات التواصل الاجتماعي، بينما في المقابل يؤكد 42.5% منهم على عدم وجود مضامين للتوعية من جائحة كورونا (كوفيد-19) في شبكات التواصل الاجتماعي.

أما النتائج التفصيلية بين الذكور والإناث:

- يتضح أن 61% من الإناث يؤكدون وجود مضامين للتوعية عن جائحة كورونا (كوفيد-19) في شبكات التواصل الاجتماعي، بينما في المقابل يؤكد 39% منهم على عدم وجود مضامين للتوعية من جائحة كورونا (كوفيد-19) في شبكات التواصل الاجتماعي.
- يتضح أن 54% من المبحوثين يؤكدون وجود مضامين للتوعية من جائحة كورونا (كوفيد-19) في شبكات التواصل الاجتماعي، بينما في المقابل يؤكد 36% منهم على عدم وجود مضامين للتوعية من جائحة كورونا (كوفيد-19) في شبكات التواصل الاجتماعي.
- وبحساب قيمة χ^2 بلغت (1.003) عند درجة حرية = (1)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً، و يعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ومدى وجود مضامين للتوعية من جائحة كورونا (كوفيد-19) يتابعها المبحوثون على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين.

8. المعلومات المقدمة حول جائحة كورونا (كوفيد-19) في شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (9)

أكثر المعلومات المقدمة حول جائحة كورونا (كوفيد-19) في شبكات التواصل الاجتماعي اهتماماً من وجهة نظر المبحوثين

المتوسط	أهتـم بدرجة ضعيفة		أهتـم بدرجة متوسطة		أهتـم بدرجة كبيرة		الرأي المعلومات
	%	ك	%	ك	%	ك	
1.54	9	18	35.5	71	55.5	111	الإجراءات الاحترازية و الوقائية للفيروس
1.61	9.5	19	41.5	83	49	98	أعراض الإصابة بالفيروس
1.80	20	40	39.5	79	40.5	81	الفرق بين فيروس كورونا والانفلونزا العادية
1.61	14	28	32.5	65	53.5	107	احصائيات للمصابين بالمرض
1.71	15.5	31	39.5	79	45	90	احصائيات لعدد الوفيات
1.58	11	22	36	72	53	106	اجمالي المصابين في مصر
2.06	30.5	61	44.5	89	25	50	احصائيات بالمصابين في بلدان العالم
1.79	21	42	37	74	42	84	آخر ما توصل اليه من علاجات للفيروس
	200						جملة من سُئِلوا

يتضح من بيانات الجدول السابق: جاءت (احصائيات بالمصابين في بلدان العالم) في مقدمة أكثر المعلومات المقدمة حول جائحة كورونا (كوفيد-19) في شبكات التواصل الاجتماعي اهتماما بالنسبة للمبجوثين بمتوسط 2.06%، ثم جاء (الفرق بين فيروس كورونا والانفلونزا العادية) في المرتبة الثانية بمتوسط 1.80%، ثم جاء في المرتبة الثالثة (آخر ما توصل اليه من علاجات للفيروس) بمتوسط 1.79%، وجاءت (احصائيات لعدد الوفيات) في المرتبة الرابعة بمتوسط 1.71%، وتليها (أعراض الإصابة بالفيروس)، (احصائيات للمصابين بالمرض) في المرتبة الخامسة بمتوسط 1.61%، وأخيرا في المرتبة السادسة (الإجراءات الاحترازية و الوقائية للفيروس) بمتوسط 1.54%.

9. مدى إتاحة شبكات التواصل الاجتماعي للمعلومات حول جائحة كورونا (كوفيد-19)

جدول رقم (10)

مدى إتاحة شبكات التواصل الاجتماعي ما يحتاجه المبجوثون من معلومات حول جائحة كورونا (كوفيد-19) من وجهة نظر المبجوثين

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
مدى إتاحة المعلومات		%	ك	%	ك	%	ك
إلى حد ما		26	26	29	29	27.5	55
إلى حد كبير		68	68	64	64	66	132
نادرا		6	6	7	7	6.5	13
جملة من سنلوا		100	100	100	100	100	200
قيمة كا ² =0.362		درجة الحرية = 2		مستوى المعنوية=0.05		الدلالة=0.835	

يتضح من الجدول السابق: أن 66% من المبجوثين يؤكدون (إلى حد كبير) إتاحة شبكات التواصل الاجتماعي ما يحتاجونه من معلومات حول جائحة كورونا (كوفيد-19)، في حين أكد 27.5% من المبجوثين (إلى حد ما) إتاحة شبكات التواصل الاجتماعي ما يحتاجونه من معلومات حول جائحة كورونا (كوفيد-19)، وأخيرا أكد 6.5% (نادرا) إتاحة شبكات التواصل الاجتماعي ما يحتاجونه من معلومات حول جائحة كورونا (كوفيد-19).

أما النتائج التفصيلية بين الذكور والإناث:

- يتضح أن 64% من الإناث يؤكدون (إلى حد كبير) إتاحة شبكات التواصل الاجتماعي ما يحتاجونه من معلومات حول جائحة كورونا (كوفيد-19)، في حين 29% يؤكدون (إلى حد ما) إتاحة شبكات التواصل الاجتماعي ما يحتاجونه من معلومات حول جائحة كورونا (كوفيد-19)، وأخيرا أكد 7%

(نادرا) إتاحة شبكات التواصل الاجتماعي ما يحتاجونه من معلومات حول جائحة كورونا (كوفيد-19).

• يتضح أن 68% من الذكور يؤكدون (إلى حد كبير) إتاحة شبكات التواصل الاجتماعي ما يحتاجونه من معلومات حول جائحة كورونا (كوفيد-19)، في حين 26% يؤكدون (إلى حد ما) إتاحة شبكات التواصل الاجتماعي ما يحتاجونه من معلومات حول جائحة كورونا (كوفيد-19)، وأخيرا أكد 6% (نادرا) إتاحة شبكات التواصل الاجتماعي ما يحتاجونه من معلومات حول جائحة كورونا (كوفيد-19).

• وبحساب قيمة χ^2 بلغت (0.362) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً، ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ومدى إتاحة شبكات التواصل الاجتماعي ما يحتاجونه من معلومات حول جائحة كورونا (كوفيد-19) من وجهة نظر المبحوثين.

وتتفق هذه النتيجة مع ما جاءت به دراسة (Muzaffar, 2020)⁴¹ أن وسائل التواصل الاجتماعي تتيح من المعلومات ما يساعد الأشخاص على فهم طبيعة المرض بشكل أفضل والعمل على تنقيفهم حول الاحتياطات والإجراءات الواجب اتخاذها.

10. درجة الاستفادة من المعلومات المقدمة حول جائحة كورونا (كوفيد-19) في شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (11)

درجة استفادة المبحوثين من المعلومات المقدمة حول جائحة كورونا (كوفيد-19) في شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظرهم: وفقا للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
مدى الاستفادة		ك	%	ك	%	ك	%
أستفيد بدرجة كبيرة		64	64%	58	58%	122	61%
أستفيد إلى حد ما		30	30%	35	35%	35	22.5%
نادرا ما أستفيد		6	6%	7	7%	13	6.5%
جملة من سئلوا		100		100		200	100%

قيمة $\chi^2 = 0.757$ درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.05 الدلالة = 0.685

يتضح من الجدول السابق: أن غالبية المبحوثين يستفادوا من المعلومات المقدمة حول جائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي حيث جاءت (أستفيد بدرجة كبيرة) في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 61%، ثم جاءت (أستفيد إلى حد ما) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 22.5% وأخيرا بلغت (نادرا ما أستفيد) نسبة 6.5%.

أما النتائج التفصيلية بين الذكور والإناث:

- يتضح أن غالبية الذكور يستفادوا من المعلومات المقدمة حول جائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي حيث جاءت (أستفيد بدرجة كبيرة) في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 64%، ثم جاءت (أستفيد إلى حد ما) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 30% وأخيرا بلغت (نادرا ما أستفيد) نسبة 6%.
 - يتضح أن غالبية الإناث يستفادوا من المعلومات المقدمة حول جائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي حيث جاءت (أستفيد بدرجة كبيرة) في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 58%، ثم جاءت (أستفيد إلى حد ما) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 35% وأخيرا بلغت (نادرا ما أستفيد) نسبة 7%.
 - وبحساب قيمة كا² بلغت (0.757) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً، ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ودرجة الاستفادة من المعلومات المقدمة حول جائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي.
- وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Bukhari, 2020)⁴² التي جاءت بانه يمكن للأفراد الاستفادة من مرونة وانتشار تقنيات وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة التزام الجمهور بتدابير السلامة التي اقترحتها منظمات الصحة العالمية لمكافحة انتشار (كوفيد-19) لتعزيز المواقف الصحية الإيجابية والالتزام بالتدابير الوقائية.
11. أكثر شبكات التواصل الاجتماعي التي تعد مصدر للمعلومات حول جائحة كورونا (كوفيد-19):

جدول رقم (12)

أكثر شبكات التواصل الاجتماعي التي تعد مصدر للمعلومات حول جائحة كورونا (كوفيد-19) من وجهة نظر المبحوثين: وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		شبكات التواصل الاجتماعي
%	ك	%	ك	%	ك	
77.5	155	74	74	81	81	الفيس بوك
22.5	45	16	16	29	29	البيوتيوب
15.5	31	12	12	19	19	تويتر
16	32	12	12	20	20	واتس اب
-	-	-	-	-	-	ماي سبيس
25.5	51	36	36	15	15	جوجل بلس
200						إجمالي من سئلو

ويتضح من بيانات الجدول السابق: أن (الفييس بوك) تصدر مقدمة أشكال شبكات التواصل الاجتماعي التي تعد مصدر للمعلومات حول جائحة كورونا (كوفيد-19)، حيث جاء بنسبة 77.5%، ثم (جوجل بلس) الذي جاء في المرتبة الثانية بنسبة 25.5%، ثم جاء (اليوتيوب) في المرتبة الثالثة بنسبة 22.5%، وجاء (واتس اب) في المرتبة الرابعة بنسبة 16%، ثم (تويتر) في المرتبة الخامسة بنسبة 15.5%.

و تتفق هذه النتيجة مع دراسة (عبد الله عبد المؤمن التميمي، 2012)⁴³ أكدت أن أكثر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي شعبية بين الباحثين هي الفييس بوك، حيث نسبته تصل إلى 59%، كما تتفق معها دراسة (أحمد يونس محمد، 2013)⁴⁴ التي أشارت إلى أن شبكة الفييس بوك من أكثر الشبكات التواصل الاجتماعي استخداما تفاعليا، بالإضافة إلى ثقة الباحثين فيما تقدمه من معلومات.

12. أسباب تفضيل الباحثين لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن جائحة كورونا (كوفيد-19)

جدول رقم (13)

أسباب تفضيل الباحثين لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن جائحة كورونا (كوفيد-19) من وجهة نظر الباحثين

المتوسط	أعراض بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		الرأي الأسباب
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
2.09	2	4	7	14	9.5	19	61	122	20.5	41	تتميز بسرعة تدفق المعلومات
2.72	4.5	9	23.5	47	16.5	33	50	100	5	10	تغطي جوانب الحدث بصورة متكاملة
2.24	0.5	1	10	20	15	30	62	124	12.5	25	تنسم بالفورية في تناول الأخبار المتعلقة جائحة كورونا (كوفيد-19)
2.12	0.5	1	8.5	17	9	18	66	132	16	32	تعرض الأحداث وتدعمها بالصور ومقاطع الفيديو
200											جملة من سئلوا

يتضح من بيانات الجدول السابق: جاءت (تغطي جوانب الحدث بصورة متكاملة) في مقدمة أسباب تفضيل الباحثين لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن جائحة كورونا (كوفيد-19) من وجهة نظر الباحثين بمتوسط 2.72%، ثم جاءت (تنسم بالفورية في تناول الأخبار المتعلقة بجائحة كورونا (كوفيد-19) في المرتبة الثانية بمتوسط 2.24%، ثم جاءت في المرتبة الثالثة (تعرض الأحداث وتدعمها

بالصور ومقاطع الفيديو) بمتوسط 2.12%، وجاءت (تتميز بسرعة تدفق المعلومات) في المرتبة الرابعة بمتوسط 2.9%.

13. مدى الثقة في المعلومات المقدمة عن جائحة كورونا (كوفيد-19) في شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (14)

الثقة في المعلومات المقدمة عن جائحة كورونا (كوفيد-19) في شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع مدى الثقة
%	ك	%	ك	%	ك	
74	148	74	74	74	74	الى حد ما
9	18	8	8	10	10	نادرا
17	34	18	18	16	16	الى حد كبير
100	200	100		100		جملة من سُئلوا

قيمة كا²=0.340 درجة الحرية=2 مستوى المعنوية=0.05 الدلالة=0.844

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن 74% من المبحوثين يثقون (إلى حد ما) في المعلومات المقدمة عن جائحة كورونا (كوفيد-19) في شبكات التواصل الاجتماعي، بينما 17% منهم (إلى حد كبير) يثقون في المعلومات المقدمة عن جائحة كورونا (كوفيد-19) في شبكات التواصل الاجتماعي، وفي المقابل نجد 9% منهم نادرا ما يثقون فيما يقدم.

أما النتائج التفصيلية بين الذكور والإناث:

- يتضح أن 74% من الذكور يثقون (إلى حد ما) في المعلومات (إلى حد كبير) المقدمة عن جائحة كورونا (كوفيد-19) في شبكات التواصل الاجتماعي، بينما 16% يثقون منهم (إلى حد كبير) في المعلومات المقدمة عن جائحة كورونا (كوفيد-19) في شبكات التواصل الاجتماعي، وفي المقابل نجد 10% منهم نادرا ما يثقون فيما يقدم.
- يتضح أن 74% من الإناث يثقون (إلى حد ما) في المعلومات المقدمة عن جائحة كورونا (كوفيد-19) في شبكات التواصل الاجتماعي، بينما 18% منهم يثقون (إلى حد كبير) في المعلومات المقدمة عن جائحة كورونا (كوفيد-19) في شبكات التواصل الاجتماعي، وفي المقابل نجد 8% منهم نادرا ما يثقون فيما يقدم.

• وبحساب قيمة كا² بلغت (0.340) عند درجة حرية= (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً، ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ومدى ثقة المبحوثين في المعلومات المقدمة عن جائحة كورونا (كوفيد-19) في شبكات التواصل الاجتماعي.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أميرة أحمد، 2019)⁴⁵، التي أكدت أن 89.7% من عينة الدراسة يتفون (إلى حد ما) في المعلومات المقدمة على شبكات التواصل الاجتماعي، في حين جاءت نسبة المبحوثين الذين لم يتفوا في كل ما ينشر على شبكات التواصل الاجتماعي بشكل مطلق بنسبة بلغت 6.4%، و جاءت نسبة المبحوثين الذين يتفون ما ينشر على شبكات التواصل الاجتماعي بشكل مطلق بنسبة 3.9%.

وقد ترجع الباحثة السبب في عدم ثقة المبحوثين المطلقة في المعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي عن جائحة كورونا (كوفيد-19)؛ إلى أنها قد تفتقر بعض المعايير الأخلاقية والكفاءة المهنية، وعدم وجود رقيب على المضامين المنشورة فيها، بالإضافة إلى تنوع الوسائل الإعلامية المختلفة التي قد يتعرض لها المبحوثون؛ من أجل الحصول على المعلومات التي يحتاج إليها.

14. انطباع المبحوثين بعد الإطلاع على الاخبار حول جائحة كورونا (كوفيد-19) في شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين.

جدول رقم (15)

انطباع المبحوثين بعد الإطلاع على الاخبار حول جائحة كورونا (كوفيد-19) في شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين.

المتوسط	أعراض بشدة		لا أوافق		محايد		أوافق		أوافق بشدة		الرأي الأسباب
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1.57	-	-	3.5	7	8.5	17	29.5	59	58.5	117	أشعر بالقلق الشديد من سرعة إنتشار الفيروس
2.08	0.5	1	6.5	13	23	46	40	80	30	60	أقارن نسب الإصابات والشفاء والوفيات في مصر و الدول العربية والأجنبية الأخرى
1.62	-	-	1	2	10.5	21	38	76	50.5	101	أحاول أخذ المزيد من الاحتياطات والحذر والابتعاد عن التجمع
1.96	0.5	1	5	10	13	26	53	106	28.5	57	أحاول التكيف والتعايش مع الوضع
2.23	2	4	10	20	19.5	39	45.5	91	23	46	أطمئن من زيادة نسب الشفاء
200											جملة من سنلوا

يتضح من بيانات الجدول السابق: جاءت (أطمئن من زيادة نسب الشفاء) في مقدمة انطباع المبحوثين بعد الإطلاع على الاخبار حول جائحة كورونا (كوفيد-19) في شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظرهم بمتوسط 2.23%، ثم جاء (أقارن نسب

الإصابات والشفاء والوفيات في مصر والدول العربية والاجنبية الأخرى في المرتبة الثانية بمتوسط 2.08%، ثم جاء في المرتبة الثالثة (أحاول التكيف والتعايش مع الوضع) بمتوسط 1.96%، وجاءت (أحاول أخذ المزيد من الاحتياطات والحذر والابتعاد عن التجمع) في المرتبة الرابعة بمتوسط 1.62%، وأخيرا جاءت في المرتبة الخامسة (أشعر بالقلق الشديد من سرعة انتشار الفيروس) بمتوسط 1.57%.

15. ما يقوم به المبحوثين بعد قراءتهم لأخبار جائحة كورونا (كوفيد-19) في شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (16)

ما يقوم به المبحوثين بعد قراءتهم لأخبار جائحة كورونا (كوفيد-19) في شبكات التواصل الاجتماعي: وفقاً للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
العبارة		%	ك	%	ك	%	ك
اشرك بالتعليق عبر شبكات التواصل الاجتماعي		17	17	14	14	15.5	31
اكتفى بالقراءة فقط		82	82	86	86	84	168
ارسل رسالة عبر البريد الإلكتروني		1	1	-	-	0.5	1
الإجمالي		100	100	100	100	100	200

قيمة كا²=1.386 درجة الحرية=2 مستوى المعنوية=0.05 الدلالة=0.500

يتضح من الجدول السابق: أن معظم المبحوثين يكتفوا بقراءة الأخبار عن جائحة كورونا (كوفيد-19) من وجهة نظر المبحوثين حيث جاءت (اكتفى بالقراءة فقط) في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 84%، ثم جاء (اشرك بالتعليق عبر شبكات التواصل الاجتماعي) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 15.5% وأخيرا (ارسل رسالة عبر البريد الإلكتروني) بنسبة 0.5%.

أما النتائج التفصيلية بين الذكور والإناث:

- يتضح أن 82% من الذكور يكتفوا بقراءة الأخبار عن جائحة كورونا (كوفيد-19)، بينما 17% (اشرك بالتعليق عبر شبكات التواصل الاجتماعي) وأخيرا 1% (ارسل رسالة عبر البريد الإلكتروني).
- يتضح أن 86% من الإناث يكتفوا بقراءة الأخبار عن جائحة كورونا (كوفيد-19)، بينما 14% (اشرك بالتعليق عبر شبكات التواصل الاجتماعي).
- وبحساب قيمة كا² بلغت (1.386) عند درجة حرية= (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ما يقوم به المبحوثين بعد قراءتهم للأخبار عن جائحة كورونا (كوفيد-19).

16. مدى مناقشة الآخرين فيما ينشر من أخبار حول جائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي

جدول (17)

مدى مناقشة الآخرين فيما ينشر من أخبار حول جائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين: وفقاً للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
العبارات		%	ك	%	ك	%	ك
دائماً		21	21	19	19	20	40
أحياناً		52	52	50	50	51	102
نادراً		27	27	31	31	29	58
الإجمالي		100		100		200	

قيمة كا² = 0.415 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.05 الدلالة = 0.813

يتضح من الجدول السابق: أن 51% من المبحوثين يتناقشوا أحياناً مع الآخرين فيما ينشر من أخبار حول جائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي، بينما 29% نادراً ما يتناقشون فيما ينشر من أخبار حول جائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي وأخيراً 20% من المبحوثين يتناقشون (دائماً) فيما ينشر من أخبار حول جائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي.

أما النتائج التفصيلية بين الذكور والإناث:

- يتضح أن 52% من الذكور يتناقشوا أحياناً مع الآخرين فيما ينشر من أخبار حول جائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي، بينما 27% نادراً ما يتناقشون فيما ينشر من أخبار حول جائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي وأخيراً 21% من المبحوثين يتناقشون (دائماً) فيما ينشر من أخبار حول جائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي.
- يتضح أن 50% من الإناث يتناقشوا أحياناً مع الآخرين فيما ينشر من أخبار حول جائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي، بينما 31% نادراً ما يتناقشون فيما ينشر من أخبار حول جائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي وأخيراً 19% من المبحوثين يتناقشوا (دائماً) فيما ينشر من أخبار حول جائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي.
- وبحساب قيمة كا² بلغت (0.415) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ومناقشتهم مع الآخرين فيما ينشر من أخبار حول جائحة كورونا (كوفيد-19) على شبكات التواصل الاجتماعي.

17. الأفراد الذين يتناقش معهم المبحوثين حول جائحة كورونا (كوفيد-19)

جدول (18)

الأفراد الذين يتناقش معهم المبحوثين حول جائحة كورونا (كوفيد-19) من وجهة نظر المبحوثين: وفقاً للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي	
الأفراد		%	ك	%	ك	%	ك
مع أفراد الأسرة		73	73	86	86	79.5	159
مع زملاء الدراسة		46	46	32	32	39	78
مع الاصدقاء على صفحات التواصل الاجتماعي		42	42	46	46	44	88
مع أحد الاقارب		23	23	28	28	25.5	51
إجمالي من سئلوا		200					

يتضح من الجدول السابق: أن 79.5% من المبحوثين يتناقشون مع أفراد الأسرة حول جائحة كورونا (كوفيد-19) من وجهة نظر المبحوثين، ثم يتناقش 44% منهم مع الاصدقاء على صفحات التواصل الاجتماعي، في حين يتناقش 39% منهم مع زملاء الدراسة، وأخيراً يتناقش 25.5% منهم مع أحد الاقارب.

أما النتائج التفصيلية بين الذكور والإناث:

- يتضح أن 73% من الذكور يتناقشون مع أفراد الأسرة حول جائحة كورونا (كوفيد-19) من وجهة نظر المبحوثين، في حين يتناقش 46% منهم مع زملاء الدراسة، ثم يتناقش 42% منهم مع الاصدقاء على صفحات التواصل الاجتماعي، وأخيراً يتناقش 23% منهم مع أحد الاقارب.
- يتضح أن 86% من الإناث يتناقشون مع أفراد الأسرة حول جائحة كورونا (كوفيد-19) من وجهة نظر المبحوثين، في حين يتناقش 46% منهم مع الاصدقاء على صفحات التواصل الاجتماعي، ثم يتناقش 32% منهم مع زملاء الدراسة، وأخيراً يتناقش 28% منهم مع أحد الاقارب.

المراجع:

- 1- على خليل شقرة. **الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)**، ط1 (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014)، ص ص49، 55.
- 2- محى الدين إسماعيل الديهي. **تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين**، ط1 (الإسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية، 2015)، ص 389.
- 3 - على حجازى إبراهيم. **التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد**، ط1 (عمان: دار المعزز للنشر والتوزيع، 2010) ص92.
- 4- **Akram, W. and Kumar, R. (2018). A Study on Positive and Negative Effects of Social Media on Society. International Journal of Computer Sciences and Engineering, Vol. 5, No. 10.**
- 5- إيهاب خليفة. **حروب مواقع التواصل الاجتماعي**، (القاهرة: العربى للنشر والتوزيع، 2016)، ص ص42، 43.
- 6- رضا أمين. **الإعلام الجديد**، ط1 (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2015)، ص108.
- 7- نسرين حسام الدين. دور مواقع التواصل الاجتماعي فى إدراك الشباب المصرى لمخاطر حروب الجيل الرابع- دراسة ميدانية، **مجلة بحوث الرأى العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مج15، ع2، 2016، ص308.
- 8- ويسل كورت، وباء كورونا والنظام الدولى: الحرب الباردة بين الولايات المتحدة الأمريكية والصين، **مركز الدراسات السياسية والإقتصادية والاجتماعية-ستا**، مج9، ع3، صيف 2020، ص88.
- 9- أيمن مصطفى الفخرانى. الوعى المعلوماتى: دراسة تطبيقية على المجتمع الأكاديمى بجامعة الدمام، **المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات، الجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات والأرشيف**، مج2، ع4، 2015، ص132.
- 10- عزة فاروق، دينا أحمد، الوعى المعلوماتى لدى القائمين بالاتصال فى القطاع الإعلامى دراسة تقييمية فى القطاع الصحفى بالمملكة العربية السعودية، **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، ع10، نوفمبر، 2013، ص206.
- 11- حسين محمود. **العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي**، ط1 (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015)، ص82.
- 12 - **Boyd, M. and Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship, Journal of Computer-Mediated Communication. Vol. 13, p: 211.**
- 13- **Reghabi, B. (2016). Exploring the Ethics of Social Media Use in Rehabilitation Counselor Education, PhD, University of Arizona, P: 14.**
- 14- منيرة سعد ثقل. دور المكتبات وأخصائى المعلومات فى تنمية الوعى المعلوماتى لدى المستفيدين، **مجلة كلية الآداب**، جامعة سوهاج، ج2، ع47، 2018، ص424.
- 15- عزة فاروق عبد المعبود، دينا أحمد عرابى. **مرجع سابق**، ص221.
- 16 - **Porta, M. and International Epidemiological Association (2015). A Dictionary of Epidemiology, 6th ed. (Oxford : Oxford University Press).**

- 17-World Health Organization. <https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses>
- 18- أيمن محمد إبراهيم. دور صحافة الهاتف المحمول في توعية الجمهور السعودي بتطورات أزمة جائحة كورونا- دراسة ميدانية، *مجلة البحوث الإعلامية* ، جامعة الأزهر ، ع54 ، يوليو ، 2020، ص ص 3578 ، 3682.
- 19- **Muzaffar, A. (2020).** COVID-19 pandemic and social media: The Swedish Case, *MA*. Halmstad University, p: 1-40.
- 20- عبد الله بن عبد العزيز الشلهوب. ممارسات الاتصال الفعال في إدارة أزمة جائحة كورونا وبناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع السعودي- دراسة مسحية لجهود وزارة الصحة السعودية، *المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال*، ع30، يوليو/سبتمبر 2020.
- 21- **Choubey, M. K. (2020).** Citizen Journalism Raises Hope amid Corona Virus Threats in India. *Jamshedpur Research Review*, Vol. 2, No.39, pp. 43:49.
- 22- أميرة أحمد سليمان. تأثير فوضى المعلومات الإلكترونية على مصداقية شبكات التواصل الاجتماعي- دراسة ميدانية على عينة من جمهور شبكات التواصل الاجتماعي، *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، مج3، ع1، يناير 2019.
- 23- فلاح بن عامر الدهمشي. اعتماد الشباب السعودي على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول عاصفة الحزم، *المجلة لبحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر ، ع52، يوليو 2019.
- 24- نها محمد أحمد. دور شبكات التواصل الاجتماعي " الفيس بوك" في الوعي المعلوماتي بإدارة الأزمات والكوارث: دراسة استكشافية تحليلية، *المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات*، الجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات والأرشيف، مج6، ع3، 2019.
- 25- **Acheampong, Y. S. (2019).** Online Health Information: A Preference Model Analysis among Social Media Users in Ghana, *MA*, University of Ghana Business School.
- 26- حسين فولاذ، عبد الرازق جوهر. مدى تأثير الإشاعة الإلكترونية على الثقافة المعلوماتية في المجتمع الأكاديمي في دولة الكويت، *مجلة كلية التربية* ، جامعة أسيوط، مج34، ع7، 2018.
- 27- عبد الرحمن محمد الشامي. اعتماد الصحفيين اليمنيين على شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا للأخبار أثناء الحروب والأزمات دراسة تطبيقية على عاصفة الحزم. *المجلة العربية للعلوم الإنسانية*، جامعة الكويت، مج36، ع144، 2018.
- 28- رشا فواز الضامن. اعتماد الجمهور الكويتي على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، كلية الإعلام، ع10، الربيع 2017.
- 29- خالد فيصل الفرم. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع14، مارس 2017.
- 30- هيام أنور أحمد أبوزيد. دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو الأزمات السياسية المصرية، *رسالة بكتورا*، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 2016.

- 31- سمر صبرى صادق. تشارك المعلومات عبر الشبكات الإجتماعية وقت الأزمات وانعكاساته على إدراك الشباب المصرى للأزمة، *رسالة ماجستير*، كلية الآداب، جامعة عين شمس، 2014.
- 32- إسراء منصور عبد الشافى، وآخرون. استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية كمصدر للأخبار وعلاقته بمصداقيتها لديهم، *مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية*، جامعة المنيا، 2015، 2ع.
- 33- سعود عيد محمود العجمى. "دور شبكات التواصل الاجتماعي فى بناء النقاش حول القضايا السياسية والاجتماعية بدولة الكويت: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعى الكويتى"، *رسالة دكتوراه*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2016.
- 34- فلاح بن عامر الدمهشى. *مرجع سابق*.
- 35- رشا فواز الضامن. *مرجع سابق*.
- 36- سمر صبرى صادق. *مرجع سابق*.
- 37- عبد الرحمن محمد سعيد. *مرجع سابق*.
- 38- عبد الله عيد المؤمن التميمى. استخدامات الشباب الجامعى لوسائل الإعلام الاجتماعى والإشباع المتحققة: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة عجمان الإمارات العربية المتحدة، *حوليات آداب عين شمس*، كلية الآداب، جامعة عين شمس، مج40، 4ع، 2012.
- 39 - أحمد يونس محمد حمودة. "دور شبكات التواصل الاجتماعي فى تنمية مشاركة الشباب الفلسطينى فى القضايا المجتمعية"، *رسالة ماجستير*، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية ، 2013.
- 40 - سعود عيد محمود العجمى. *مرجع سابق*.
- 41- Muzaffar, A. (2020). *op. cite*.
- 42- Bukhari, W. (2020). Role of Social Media in COVID-19 Pandemic. *Int. J. Front Sci.*, Vol. 4, No. 2, p: 59-60.
- 43- عبد الله عيد المؤمن التميمى. *مرجع سابق*.
- 44- أحمد يونس محمد حمودة. " دور شبكات التواصل الاجتماعي فى تنمية مشاركة الشباب الفلسطينى فى القضايا المجتمعية"، *رسالة ماجستير* ، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية ، 2013.
- 45- أميرة أحمد سليمان. *مرجع سابق*.