

دور شبكات التواصل في تحقيق تكيف أفراد الجمهور المصري مع الحجر الصحي خلال أزمة كوفيد 19

دراسة للاستخدامات والتأثيرات خلال فترة الحظر

د. كاميليا عبد السلام محمد محمود *

الملخص:

تستهدف الدراسة رصد وتحليل دور شبكات التواصل في تحقيق تكيف أفراد الجمهور المصري مع الحجر الصحي خلال أزمة كوفيد 19, من خلال البحث في الاستخدامات والتأثيرات خلال فترة الحظر. واستخدمت الدراسة منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على 400 مبحوث, كما طبقت نظرية الاستخدامات والتأثيرات.

توصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى ما يلي:

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أخبار كورونا ورأيهم في تأثير الفيسبوك على علاقاتهم الأسرية.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتقاد المبحوثين بتأثير استخدامهم للفيس بوك على علاقاتهم الأسرية خلال فترة الحظر وتقييمهم لتواجدهم خلال هذه الفترة على صفحات الفيس بوك.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المبحوثين للفيس بوك للبحث عن الأخبار والمعلومات في أثناء العزل أو الحظر ودرجة تأثرهم بعد قراءتهم للأخبار المتعلقة بالمعلومات المتعلقة بأزمة كورونا على موقع الفيس بوك.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في أثناء جائحة كورونا والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاستخدام.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة تأثر المبحوثين بعد قراءتهم للأخبار المتعلقة بالمعلومات المتعلقة بأزمة كورونا على موقع الفيس بوك والأسباب التي تجعلهم يثقون في محتوى الأخبار للمعلومات الصحية عن أزمة كورونا التي تنشرها مواقع التواصل.

الكلمات المفتاحية:

- الاستخدامات والتأثيرات – كوفيد 19 – شبكات التواصل الاجتماعي

* مدرس العلاقات العامة والإعلان بالمعهد العالي للإعلام – أكاديمية الشروق

The role of social networks in pursuing the adjustment of the Egyptian Public with the quarantine during Covid 19 pandemic: A study of the uses and effects within the embargoed period

Abstract:

The study aims to examine the role of social networks in pursuing the adjustment of the Egyptian Public with the quarantine during Covid 19 pandemic, by determining their uses and effects within the embargoed period. The study used the survey method and the questionnaire tool applying to 400 respondents. It used the theory of uses and effects.

Main results:

- There is a statistically significant correlation between the extent of the respondents' use of social media to find information about Corona and their opinion towards the effect of Facebook on their family relationships.
- There is a statistically significant correlation between the extent of the respondents' belief in the impact of using Facebook on their family relationships within the embargoed period and their evaluation of their presence on Facebook pages.
- There is a statistically significant correlation between the respondents' use of Facebook to search for news and information within the embargoed period and being affected by this information.
- There is a statistically significant correlation between the respondents' use of social media as a source of information during the Corona pandemic and the resulted cognitive, emotional and behavioral effects.
- There is a statistically significant correlation between the degree of the respondents' effect by the news related to the Corona crisis on Facebook and the reasons that make them trust this news.

Key words:

Uses and Effects - COVID-19 - Social Media

مقدمة:

استطاعت التقنيات الجديدة أن تغير من نمطية تدفق المعلومات الإعلامية والاتصالية في المرحلة التقليدية للعمل الإعلامي الجديد، فتحدد الهدف من شبكات التواصل الاجتماعي في التواصل بين الشعوب بعضها بعضًا ونقل الحضارات بين الشعوب والتسلية. وبسبب أزمة جائحة كورونا "كوفيد 19" التي اجتاحت دول العالم، تغير الهدف الرئيسي لشبكات التواصل الاجتماعي من التسلية والترفيه إلى تحقيق التعايش الكامل في بعض الأوقات، خاصة في أوقات الحظر التي استمرت فترة طويلة وفي أثناء العزل الذي مر به عدد كبير من المصريين؛ فقد تم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في أثناء الحظر أو العزل الصحي بعدد من الاستخدامات المختلفة، فكانت شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك هي الوسيلة الأقرب والأسهل للتواصل بين الأهل والأصدقاء بعضهم بعضًا في فترات الحظر أو العزل الصحي بكل أشكاله.

لم ينتج عن استخدام شبكة الإنترنت تسهيل عملية الوصول إلى المعلومات والأخبار والبيانات فقط، بل أتاحت الفرصة للمستخدمين لإنتاج المضامين والرسائل والبيانات من خلال أشكال تعبيرية مختلفة، مثل منتديات الحوار والصفحات الشخصية، وغرف الدردشة، والمدونات، والحسابات الخاصة في مواقع التواصل الاجتماعي، وبذلك أصبحت الفيس بوك مصدرًا لاكتساب المعلومات بمختلف أنواعها، فأصبحت ظاهرة تستحق الدراسة نظراً لانتشارها في الآونة الأخيرة بشكل كبير وملحوظ، وارتفاع عدد مستخدميها، حيث أعلنت شركة "فيسبوك" أن أرباحها قفزت بنسبة 98 في المئة خلال الربع الثاني من العام الحالي "2020"، نظرًا لاستفادة الشركة من الأزمة الصحية التي يمر بها العالم في الوقت الحالي⁽¹⁾.

أشار عديد من المختصين في شبكات التواصل الاجتماعي أن هذه الشبكات شكلت قفزة كبيرة لتحقيق لتواصل الإسري بشكل تفاعلي، من خلال توفيرها عديد من الأدوات الفعالة لمساعدة مستخدميها في كسر الحواجز الاجتماعية التي فرضتها إجراءات حظر التجوال في مواجهة نقشي الجائحة، ورغم التزام نحو أكثر من نصف سكان الكوكب بمنزلهم لتجاوز الأزمة، لم تنقطع بينهم عملية التواصل؛ فقط قامت شبكة الفيس بوك بدعم القدرة على التواصل بين المجتمعات من خلال تقديم خدمات معلومات إضافية منها «مركز معلومات كوفيد - 19» لتوصيل المعلومات الصحيحة لمن يريد من المستخدمين، مع توفير معلومات محلية خاصة بالمنطقة التي يعيش فيها المستخدم وفقًا لرقم الهاتف الخاص به، وذلك عن طريق تقديم أحدث المعلومات المتاحة من الجهات الرسمية، بما في ذلك عدد الإصابات والوفيات محليًا وعالميًا وآخر الأخبار المتاحة⁽²⁾.

أولاً: مشكلة الدراسة

نظرًا لتنوع الأساليب الاتصالية التفاعلية التي تم استحداثها في أثناء أزمة كورونا، وما ترتب على ذلك من تنوع الاستخدامات والتأثيرات وأساليب المشاركات التي تفاعل معها المستخدم خلال فترة العزل أو الحظر، ونظرًا لقيام أفراد الجمهور المصري باستخدام الفيس بوك كوسيلة اتصالية يومية لتلبية احتياجاته المعلوماتية والمعرفية والترفيهية في ذات الوقت، ولجمع شمل الأسرة المتباعدة عن بعضها، يمكن تحديد المشكلة البحثية في رصد وتحليل دور شبكات التواصل في تحقيق تكيف أفراد الجمهور المصري مع الحجر الصحي خلال أزمة كوفيد 19، من خلال البحث في الاستخدامات والتأثيرات خلال فترة الحظر.

ثانيًا: أهمية الدراسة

ترجع أهمية الدراسة إلى ارتفاع استخدام الجمهور المصري للفيس بوك في أثناء جائحة كورونا خلال فترة الحظر والعزل الصحي لقضاء الوقت أو للبحث عن المعلومات الصحية المتعلقة بالأزمة أو لتحقيق التواصل مع أفراد الأسرة. ووفقًا لما سبق تنبع أهمية الدراسة مما يلي:

1. تمثل الدراسة إضافة إلى الجانب العلمي في مجال دراسات استخدامات وتأثيرات الإعلام الجديد وتحديداً شبكة الفيس بوك التي اكتسب شعبية كبيرة جداً خلال فترة العزل والحظر لكثير من المستخدمين.
2. تنشأ الدراسة أن تكون نتائجها منطلقاً لباحثين آخرين للتعلم في دراسة الموضوع ومقارنته بالتجارب العالمية المماثلة، والتي يتوقع أن تشكل قاعدة علمية ومعرفية للباحثين مستقبلاً حول العلاقة بين استخدام الجمهور المصري لموقع الفيس بوك وتأثيره على التواجد الأسري خلال فترة العزل أو الحظر، خاصة في ظل منع جميع الدول للاختلاط أو التجمعات في أي مكان.

ثالثاً: أهداف الدراسة

1. التعرف على كثافة استخدام الجمهور المصري لموقع الفيس بوك خلال فترة العزل أو الحظر.
2. التعرف على صفحات الفيس بوك التي يفضلها الجمهور المصري.
3. رصد دوافع استخدام الجمهور المصري لموقع الفيس بوك خلال فترة العزل أو الحظر.
4. رصد التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية بالنسبة لأفراد الجمهور المصري نتيجة استخدامهم لموقع الفيس بوك خلال فترة العزل أو الحظر.

5. رصد تأثير الفيس بوك في حياة أفراد المجتمع المصري في سير مجريات حياتهم وطبيعة هذا التأثير في أثناء العزل أو الحظر.
6. رصد تأثير استخدام الفيس بوك على إدراك المستخدمين للأزمة خلال فترة العزل أو الحظر.
7. تحديد تأثير استخدام أفراد العينة لموقع الفيس بوك خلال فترة العزل أو الحظر على إدارتهم لأوقاتهم.
8. تحديد تأثير استخدام موقع الفيس بوك خلال فترة العزل أو الحظر على شعور الأفراد بمرور الوقت وأثر ذلك في طبيعة العمل الذي يقومون به في حياتهم الواقعية وطبيعة حياتهم مع الأسرة والمجتمع المحيط بهم.

رابعاً: الدراسات السابقة

استهدفت دراسة فاتن احمد السكافي (2020)⁽³⁾ البحث في إستراتيجيات تكيف الأسرة مع الحجر الصحي المنزلي في زمن فيروس كورونا بالتركيز على خطوات عملية للتعامل مع الذات والآخر نفسياً واجتماعياً وخطوات تكيف عملية للأباء للقيام بها مع أبنائهم كروتين يومي في أثناء التواجد في الحجر الصحي المنزلي، وأكدت في نتائجها ضرورة إعداد مثل هذه الأبحاث التي تتوجه للعامة من الأفراد من خلال تقديم المحتوى العلمي العملي الذي يعمل على مساعدتهم على التغلب على أزماتهم النفسية في الظروف الطارئة من خلال إستراتيجيات تكيف عملية قابلة للفهم والتطبيق من قبل الجميع في الحجر الصحي المنزلي في زمن فيروس كورونا. وكذلك دراسة سوسن عفيفي خالد أبو زيد (2019)⁽⁴⁾ حيث اهتمت بالبحث في فضائيات الطفل العربية المتخصصة لكونها من وسائل الاتصال الجماهيري المهمة في العصر الحاضر، لها دورها المهم والرئيسي في تشكيل الثقافة والوعي لدى الطفل العربي، وقد توصلت الدراسة الى ضرورة تطوير مضامين وأشكال المادة الإعلامية المقدمة للطفل بما يتناسب مع مختلف جوانب وأبعاد احتياجاته للمعارف الصحية، ويجب إن يتولى مسألة تجهيز المعارف الصحية متخصصون لتقديم معلومات دقيقة ومفيدة، مع إعداد برامج كاملة للوعي الصحي يشارك فيها الاطفال وتتناول مشكلاتهم الصحية. وفي نفس الإطار، تأتي دراسة ريم ابراهيم الخوالدة (2019)⁽⁵⁾ التي قامت بتسليط الضوء على الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام المرئية في زيادة المعرفة بالقضايا الصحية لدى المواطنين الإردنيين، بالاعتماد على منهج المسح الاجتماعي بالتطبيق على عينة من المتابعين للبرامج الصحية في التلفزيون الأردني (برنامج الاطباء السبعة)، بلغت (350) شخص من سكان مدينة عمان، وأوضحت الدراسة في نتائجها أن نسبة متابعة البرامج الصحية الى يقدمها التلفزيون الأردني بشكل عام وبرنامج الأطباء السبعة بشكل خاص تعد ضعيفة، كما أوضحت استفادة أفراد العينة من المعلومات الصحية التي يم بثها عبر البرامج الصحية. أما دراسة عمران عبدالقادر

محمد ملحم (2019)⁽⁶⁾، فقد استهدفت معرفة مستوى الوعي الصحي لدى طلبة جامعة مؤتة باستخدام المنهج الوصفي المسحي وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة من طلبة جامعة مؤتة بلغ عددها (297) طالب وطالبة، وأظهرت في نتائجها ارتفاع مستوى الوعي الصحي لدى طلبة جامعة مؤتة في مجال الصحة الشخصية والقوام ومستوى متوسط في مجال التغذية ومجال ممارسة النشاط الرياضي، مع وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متغير الجنس بين الذكور والإناث ولصالح الإناث، وفي متغير المعدل ولصالح المعدل الأعلى، وأوصت بضرورة تطوير الوعي الصحي لدى طلبة الجامعة في مجال التغذية ومجال ممارسة النشاط الرياضي. أما دراسة محمد امين حسن عثمان، أميرة محمد محمود شاهين، نوال أحمد ابراهيم نصر (2019)⁽⁷⁾، فقد هدفت لمعرفة الوضع الحالي للتربية الصحية في المدارس بمرحلة التعليم الأساسي، مع تحديد حلول للمشكلات التي تواجه المدرسة في نشر الثقافة الصحية في مصر بالاستفادة من خبرة الولايات المتحدة الأمريكية، وأثبتت الدراسة فيما توصلت إليه من نتائج أهمية توفير الدعم المادي اللازم، والاهتمام بعمل محاضرات توعية صحية للمعلمين والطلاب لتمكينهم من التعامل مع المشكلات الصحية المختلفة. كما اهتمت دراسة أروى عبدالله أحمد فارح (2019)⁽⁸⁾، فقد هدفت إلى التعرف على مستوى السلوك الصحي لدى أعضاء هيئة التدريس في جامعة العلوم والتكنولوجيا اليمنية، ومدى تأثره بالمتغيرات التي تتحدد في الجنس والعمر والحالة الاجتماعية والمستوى الأكاديمي والكلية وسنوات الخبرة، باستخدام المنهج الوصفي، بالتطبيق على عينة من (94) فرداً، وتحددت نتائج الدراسة في توسط مستوى السلوك الصحي بين أعضاء هيئة التدريس كان، مع عدم وجود فروق في مستوى السلوك الصحي في ضوء متغيرات: (الجنس، العمر والكلية)، عكس متغيرات: (الحالة الاجتماعية، المستوى الأكاديمي، وسنوات الخبرة). واهتماماً بنفس المجال، استهدفت دراسة هاجد بن عبد الهاد العتيبي (2019)⁽⁹⁾ تحديد حجم انتشار ظاهرة المخدرات في مدينة الرياض في المملكة العربية السعودية من وجهة نظر طلاب جامعة الملك سعود بالرياض، وكذلك تحديد الآثار الصحية والنفسية المترتبة على تعاطي وإدمان طلاب الجامعة للمواد المخدرة، وتحديد دور الجامعة في التوعية الوقائية بأخطار المخدرات وأضرارها، باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، وأكدت الدراسة أن 95% من عينة الدراسة يستخدمون عدة وسائل اتصالية في مجال جمع المعلومات الصحية، تتحدد في تويتر ثم موقع الحوار، ومحادثات سكايب والمندديات وغرف الدردشة، ثم المدونات، مما يوضح أن أكبر نسبة من عينة الدراسة يعتمدون في استخدامهم للإنترنت على المواقع الحوارية والتي يمكن أن تسهم في تبادل الحوار والدردشة والتي قد تصل إلى المخدرات الرقمية وآليات استخدامها. وكذلك دراسة تقوى ادم حسن ادم، معاوية مصطفى بابكر (2019)⁽¹⁰⁾، حيث تحددت مشكلتها البحثية في معرفة الدور الاتصالي للعلاقات العامة في تعزيز برامج التوعية الصحية للتعرف على الدور الذي تؤديه إدارة تعزيز الصحة في التوعية الصحية

بولاية القضايف، وطبقت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وأدوات الاستبيان والمقابلة والملاحظة. وتوصلت الدراسة إلى إسهام برامج التوعية الصحية في تغيير نمط سلوك المتلقي إلى سلوك صحي سليم، وأن المحطات الإذاعية من أكثر الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة لتنفيذ البرامج الصحية بنسبة بلغت 96%، كما شددت على ضرورة تأهيل وتدريب القوى البشرية وتأهيل بيئة العمل لرفع الروح المعنوية والابداعية لدى العاملين في مجال تعزيز الصحة.

بالتركيز على أزمة فيروس كورونا، اهتمت دراسة خالد فيصل الفرم (2017)⁽¹¹⁾ بتقييم الدور الاتصالي للمؤسسات الصحية في التوعية حيال مرض كورونا، من خلال تحديد مستوى استخدام وتوظيف المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي في استراتيجيات التوعية الصحية لمرض كورونا، وأوضحت الدراسة في نتائجها أن 73% من المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لا تمتلك منصات على شبكات التواصل الاجتماعي وأن 60% من المدن الطبية بمدينة الرياض لم تقم بتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية حيال مرض كورونا، ما يوضح عدم وجود إستراتيجية صحية وطنية تسهم من خلالها كافة المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية في مشاركة الجهد الوطني الصحي، وبذلك أوصت الدراسة بأهمية قيام المدن الطبية والمستشفيات الكبرى بتأسيس منظومة اتصالية حديثة، واستخدام شبكات الإعلام الجديد في التوعية الصحية. واهتمت دراسة عبدالدائم عمر الحسن (2016)⁽¹²⁾ بالبحث دور وسائل الإعلام في مكافحة المخدرات والإدمان من خلال رصد دور الإعلام في التصدي لمكافحة تلك الظاهرة وأثارها المدمرة على المجتمع، باستخدام المنهج الوصفي، وأكدت في نتائجها دور وسائل الإعلام في مواجهة الظاهرة وفي التوعية بمخاطر المخدرات، كما شددت على ضرورة وضع خطة إعلامية قومية لمكافحة ظاهرة المخدرات.

بالتركيز على التأثيرات الصحية، أشارت دراسة جيهان يحيى (2014م)⁽²¹⁾ التي هدفت إلى معرفة أثر الفيس بوك على مستويات الأداء الدراسي لدى الشباب المصري، وطبقت على عينة قوامها (400) مبحوث من طلاب الجامعات الحكومية والخاصة، أن متابعة الفيس بوك أصبح سلوكاً معتاداً يمارسه الشباب الجامعي المصري يوميا، حيث بلغت نسبة المبحوثين الذين يتابعون دائما (55%) يليها بفارق ملحوظ من يتابعون الفيس بوك أحيانا (30%) ثم من يتابعون الفيس بوك نادرا (15%). وحول تأثير شبكات التواصل على المشاركة المجتمعية اهتمت دراسة أحمد يونس (2013م)⁽¹⁴⁾ برصد دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، بالتطبيق على عينة قوامها (410) مبحوثين من الشباب الفلسطيني في الضفة الغربية وقطاع غزة والقدس الشريف، وأثبتت أن مواقع الفيس بوك من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما وتفاعلا من قبل

المبوهين. كما اهتمت دراسة بيلرمين (2013) Bellarmine . Ezumah⁽¹⁸⁾ بمعرفة استخدام طلاب المرحلة الجامعية بإحدى الجامعات الأمريكية الحكومية لمواقع التواصل الاجتماعي، بالتطبيق على عينة قوامها (278) طالب تتراوح أعمارهم بين (18-28) عاماً، وأكدت أن المبهين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل مع أصدقائهم ويتبادلون الصور فيما بينهم والاتصال بعائلاتهم بالإضافة إلى استخدامها للترفيه. كما أكدت دراسة نشرستي Christy, Chiu and Matthew (2013)⁽¹⁹⁾ في سعيها إلى معرفة الأسباب التي تدفع الطلاب إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وطبقت على عينة قوامها (182) طالباً من مستخدمي الفيس بوك ممن تتراوح أعمارهم بين (19-23) سنة، أن معظم الطلاب يستخدمون الفيس بوك للحصول على الاتصالات الفورية والاتصال مع أصدقائهم فضلاً عن أن الفيس بوك يعد موقعا يمد المستخدمين بالمعلومات عن الأحداث والأحزاب السياسية. وأوضحت نتائج دراسة Nikolina Ljepava and others⁽¹³⁾ (2013) أن مستخدمي الفيس بوك يميلون لفكرة مشاركة بياناتهم الشخصية مع الآخرين والإفصاح عن الذات self - disclose أكثر من هؤلاء غير المستخدمين للفيس بوك، تشاركها في ذلك دراسة (2013) Min-Woo Kwon التي أكدت أن الاستخدام الكثيف للفيس بوك يدعم أواصر العلاقات الاجتماعية social capital⁽¹⁴⁾. وتتضمن الأنشطة على الفيس بوك: تجديد المنشورات الخاصة بالحساب نفسه status updates، التعليقات comments، النشر على صفحات الأصدقاء wall posts، الرسائل الخاصة private messages، المحادثات chat، الانضمام للمجموعات groups⁽¹⁵⁾..

في نفس السياق، اهتمت دراسة ميردث واخرون Meredith Conroy and others⁽¹²⁾ (2012) بدراسة مستخدمي الفيس بوك والمشاركين في مجموعات سياسية عبر الإنترنت ومشاركاتهم السياسية، من خلال عينة قوامها (455) طالبا وتوصلت في نتائجها إلى أن المجموعات السياسية تسهم عبر موقعها في الفيس بوك في نشر المعرفة السياسية عنها. وكذلك استهدفت دراسة لوسيا Lucia Vesnic⁽¹³⁾ – Alujevic (2012) معرفة المشاركة السياسية على موقع الشبكات الاجتماعية في أوروبا وطبقت على عينة مكونة من (361) مبهين من المشاركين من دول الاتحاد الأوروبي الذين تزيد أعمارهم عن 18 عاماً، وجاءت نتائجها لتوضح أن مشاركة المبهين السياسية على الفيس بوك تمثلت في القراءة والمشاركة في النقاش السياسي ونشر البحث عن المعلومات السياسية. وأشارت دراسة A. Moreau et autre⁽¹⁶⁾ (2012) إلى أن مفردات عينة الدراسة، التي بلغ عددها 20 مفردة، يستخدمون الفيسبوك لدعم علاقاتهم بالأفراد الحقيقيين الذين يتعاملون معهم في الحياة الطبيعية، ومع أقرانهم، ولدعم خبراتهم الاجتماعية وتواصلهم مع المحيطين بهم في الحياة الواقعية، وأن 14 مفردة من مفردات الدراسة يرفضون صداقات الفيس ممن لا يعرفونهم في الواقع المعاش.

كما استهدفت دراسة ثوماس (2011) Thomas V . Pollet⁽¹⁰⁾ البحث في تأثير استخدام الجمهور العام لمواقع التواصل الاجتماعي والتراسل الفوري على العلاقات الاجتماعية بالتطبيق على عينة قوامها (117) مبحوث ممن تتراوح أعمارهم بين (18-63), وخلصت إلى أن معظم الوقت المستخدم من قبل المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي كان مرتبطاً بالتواصل مع الأصدقاء الأعضاء لتلك المواقع. أما دراسة براديبتريني (2011) Pradiptarini⁽¹¹⁾ فقد تحددت مشكلتها البحثية في معرفة الأنشطة التسويقية للشركات العالمية على موقع التواصل الاجتماعي تويتر، وللتعرف على أنشطة الطلاب على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، وذلك من خلال دراستين أولهما تحليلية لصفحات 5 شركات من أكثر 500 شركة ثراء في العالم، والثانية ميدانية على عينة عشوائية قوامها 257 طالب بجامعة ويسكنس لأكروسا Wisconsin-La Crosse الأمريكية عام 2011, وأشارت في نتائجها أن الفيس بوك جاء في مقدمة المواقع الأكثر استخداماً، يليه تويتر ولينكدان وماي سبيس. وسعت دراسة بوداك (2010) Budak⁽⁹⁾ للبحث في دور مواقع الشبكات الاجتماعية (فيس بوك وتويتر) في دفع المستخدمين البالغين في التصويت في انتخابات الرئاسة الأمريكية (2008) بالتطبيق على عينة بلغت (2254) مبحوث من الجمهور العام , وأكدت في نتائجها أن دور الفيس بوك وتويتر محدود في نقل المعلومات مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية رغم أهمية الدور الذي أدياه في الانتخابات الرئاسية, كما أكدت اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام التقليدية في الحصول على المعلومات المتعلقة بالانتخابات.

التعليق على الدراسات السابقة:

- يوجد تباين بين نتائج الدراسات السابقة التي تناولت طبيعة استخدامات شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي.
- قامت معظم الدراسات السابقة على استخدام هذه المواقع والآثار المترتبة على هذا الاستخدام ودراسة سلوكهم في استخدام هذه المواقع والفروق الفردية للجمهور.
- استخدمت كثير من تلك الدراسات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية الاستخدامات والإشباعات ومدخل الاستخدامات والتأثيرات.
- أجريت الدراسات السابقة في ثقافات متنوعة على مواقع التواصل الاجتماعي وتحديد مدى استخدامات الجمهور لها والإشباعات والتأثيرات المتحققة من تصفحهم على هذه المواقع.

- اعتمدت معظمها على استخدام منهج المسح الإعلامي، وتعتبر معظمها من الدراسات الوصفية، كما استخدمت استمارات الاستقصاء واستمارات المقابلات الميدانية.
- أكدت النتيجة المشتركة بين الدراسات السابقة أن لمواقع التواصل الاجتماعي تتمتع بتأثير كبير على اتجاهات الجمهور تجاه القضايا المجتمعية المختلفة.
- تنوعت الدراسات التي عنيت بمواقع التواصل الاجتماعي ما بين استخدامات هذه المواقع ودورها في المشاركات المجتمعية والصحية وحرية الرأي والتعبير بالإضافة الي التعرف على سمات جمهور تلك الوسائل.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

- استهدفت الباحثة من مراجعتها للدراسات السابقة رصد الجوانب التي تري الباحثة أنها في حاجة إلى استكمال انطلاقاً من ان البحث العلمي تكاملي مع بعضه بعضاً، وغم اختلاف الدراسات السابقة عن الدراسة الحالية في كثير من النواحي إلا أن الباحثة استفادت من هذه الدراسات فيما يلي:
- الاستفادة من نتائج الدراسات في تحديد مشكلة الدراسة وموضوعها تحديداً دقيقاً وتحديد الإطار النظري المناسب لطبيعة هذه الدراسة وصياغة تساؤلات الدراسة.
- تحديد تساؤلات الدراسة وصياغة فروضها ووضع إطار عام لما يجب أن تكون عليه الدراسة وما يمكن أن تضيفه.
- تحديد الإطار المنهجي واختيار المنهج المناسب لتناول موضوع الدراسة.
- معرفة أهم المراجع العربية والأجنبية التي يمكن الاستعانة بها في الدراسة الحالية.
- تحديد نوع العينة ووضع تصور عام للدراسة من خلال تحديد أهم الأبعاد التي يتم التركيز عليها في تناول المشكلة.
- تصميم صحيفة الاستقصاء، وتحويل المحاور الموضوعية إلى متغيرات قابلة للبحث والقياس عبر توظيف أساليب التحليل الإحصائي المناسب.

خامساً: تساؤلات الدراسة

- ما كثافة استخدام الجمهور المصري لموقع الفيس بوك خلال فترة العزل أو الحظر؟
- ما صفحات الفيس بوك التي يفضلها الجمهور المصري؟
- ما دوافع استخدام الجمهور المصري لموقع الفيس بوك خلال فترة العزل أو الحظر؟

- ما التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن استخدام أفراد العينة لموقع الفيس بوك خلال فترة العزل أو الحظر؟
- كيف يؤثر استخدام الفيس بوك في حياة أفراد الجمهور على سير مجريات حياتهم وطبيعة هذا التأثير في أثناء العزل أو الحظر؟
- كيف يؤثر استخدام الفيس بوك في حياة أفراد الجمهور متابعتهم للأخبار خلال العزل أو الحظر؟
- كيف يؤثر استخدام الفيس بوك في حياة أفراد الجمهور على إدارتهم لأوقاتهم؟
- كيف يؤثر استخدام الجمهور لموقع الفيس بوك خلال فترة العزل أو الحظر على شعورهم بمرور الوقت, وتأثير ذلك على طبيعة العمل الذي يقومون به في حياتهم الواقعية وطبيعة حياتهم مع الاسرة والمجتمع المحيط بهم؟

سادساً: فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أخبار كورونا ورأيهم في تأثير الفيسبوك على علاقاتهم الأسرية.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتقاد الباحثين بتأثير استخدامهم للفيس بوك على علاقاتهم الأسرية خلال فترة الحظر وتقييمهم لتواجدهم خلال هذه الفترة على صفحات الفيس بوك.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الباحثين للفيس بوك للبحث عن الأخبار والمعلومات في أثناء العزل أو الحظر ودرجة تأثرهم بعد قراءتهم للأخبار المتعلقة بالمعلومات المتعلقة بأزمة كورونا على موقع الفيس بوك.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في أثناء جائحة كورونا والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاستخدام.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة تأثر الباحثين بعد قراءتهم للأخبار المتعلقة بالمعلومات المتعلقة بأزمة كورونا على موقع الفيس بوك والأسباب التي تجعلهم يثقون في محتوى الأخبار للمعلومات الصحية عن أزمة كورونا التي تنتشرها مواقع التواصل.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أخبار كورونا والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في النوع - السن - الدخل - المستوى التعليمي.

سابعاً: الإطار النظري (مدخل الاستخدامات والتأثيرات) Uses and Effects

يعد مدخل الاستخدامات والتأثيرات أحد المداخل الأكثر حداثة في دراسة العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام الجديدة، والتأثيرات الناتجة من هذا الاستخدام.

الأصول الفكرية لمدخل الاستخدامات والتأثيرات:

يستمد مدخل الاستخدامات والتأثيرات أصوله الفكرية من نموذج كيم وروبين الذي ظهر عام 1997م، حيث يهتم بقياس تأثير الاختلاف في أنماط نشاط الجمهور باعتبارهم ليسوا متلقين سلبيين. ويهدف هذا النموذج إلى رصد الأبعاد المختلفة لنشاط الجمهور ومدى تأثيراتها في الاتصال. وتتحدد هذه الأبعاد في الأنشطة المدعومة لعملية الاتصال مثل "الانتقائية، والانتباه، والاستغراق"، وكذلك الأنشطة المعوقة لعملية الاتصال مثل "التجنب، وتحويل الانتباه، والشك"⁽¹⁷⁾.

أنماط نشاط الجمهور في مدخل الاستخدامات والتأثيرات:

تنقسم أنماط نشاط الجمهور إلى:

النمط الأول: الأنشطة المدعومة للتأثيرات الاتصالية: ويتضمن الانتقائية Selectivity باعتبارها خطوة أساسية في العملية الاتصالية، حيث يقوم المستخدمون باختيار الوسائل الاتصالية والرسائل والمضامين التي تتفق مع اهتمامتهم⁽¹⁸⁾. وكذلك الانتباه Attention، حيث يعد مؤشراً مهماً على اكتساب الأفراد للمعلومات والمعارف من الرسائل الإعلامية المقدمة بشكل أكبر من مجرد التعرض للوسيلة⁽¹⁹⁾. إلى جانب الاستغراق Involvement، بوصفه عملية تتوسط نشاط البحث عن المعلومات ومشاركتها، ويحدث الاستغراق على عدة مستويات، تتضمن المستوى الإدراكي والتأثيري والسلوكي، ويتطلب قيام الفرد ببذل جهد عقلي يمكنه من تفسير المضمون الاتصالي وفهمه والاستجابة له⁽²⁰⁾.

النمط الثاني: الأنشطة المعوقة للتأثيرات الاتصالية⁽²¹⁾: وتشمل التجنب Avoidance، حيث يكون من الصعب على الأفراد الذين يتجنبون التعرض لمضامين اتصالية بعينها أن يكونوا معرضين لأي تأثير مباشر لهذه المضامين. وكذلك تحويل الانتباه Distraction، حيث يقوم الفرد في بعض الأحيان ببعض الأعمال التي من الممكن أن تؤدي إلى صرف انتباهه عن متابعة المضمون الاتصالي، وهنا تصبح الرسائل الاتصالية غير قادرة على إحداث أي تأثيرات اتصالية. بالإضافة إلى الشك Media Skepticism الذي يعبر عن حالة عدم المصادقية التي ينتج عنها ممارسة الفرد لمزيد من عمليات التفكير والبحث عن المعلومات، بما يقلل من فرص التأثيرات الاتصالية.

ثانياً: الدوافع وعلاقتها بالتأثيرات في إطار مدخل الاستخدامات والتأثيرات

أثبتت الدراسات التي بحث في العلاقة بين الدوافع والتأثيرات الاتصالية وجود متغير وسيط مهم يتوسط العلاقة بين التعرض والتأثير، ويتحدد هذا المتغير في دافع المشاهدة الذي يحدد استعدادات الأفراد للاستجابة للمضمون الاتصالي⁽²²⁾. وتنقسم الدوافع إلى فئتين، يتحددان في الدوافع النفعية Instrumental Motives التي تهتم بالتعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات. والدوافع الطقوسية Ritualized Motives التي تتعلق بقضاء الوقت، والإسترخاء، والصدقة والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات⁽²³⁾.

ثالثاً: التأثيرات الاتصالية في إطار مدخل الاستخدامات والتأثيرات Media

Effects

يمكن تصنيف التأثيرات الاتصالية إلى عدة تصنيفات كما يلي:

من حيث وقت أو زمن التأثير، فهي تنقسم إلى تأثيرات قصيرة المدى تحدث نتيجة التعرض بشكل مباشر لوسائل الإعلام بصفة فورية، ويتحدد تأثيرها في الفهم والاتجاهات والسلوك. وكذلك التأثيرات طويلة المدى التي تنتج عن تكرار التعرض لمضمون معين، مما يتسبب في تغييرات طويلة المدى في الاتجاهات والسلوك⁽²⁴⁾.

من حيث نوع التأثير Kind Of Effects⁽²⁵⁾، تنقسم إلى التأثيرات المعرفية Cognitive Effects التي تتعلق بإحساس الأفراد بالغموض أو الالتباس، وتشكيل الاتجاهات، وترتيب الأولويات، وتوسيع المعتقدات، وتوضيح القيم. إلى جانب التأثيرات الاتجاهية وذلك من خلال قدرة وسائل الإعلام على تقديم معلومات وأفكار يتفق محتواها مع البناء المعرفي للفرد مما يجعله يهتم بها، وتزداد احتمالية تأثيرها على سلوكه⁽²⁶⁾ وكذلك التأثيرات الوجدانية التي تتضمن حدوث تغير في الاتجاهات والمشاعر، وتشمل كل من الفتور العاطفي والخوف والقلق والدعم المعنوي للاعتراب⁽²⁷⁾. إلى جانب التأثيرات السلوكية Behavioral Effects التي تحدث بعد التغييرات المعرفية والوجدانية، وتشمل التنشيط والخمول⁽²⁸⁾.

التأثيرات الاتصالية لروبين وكيم:

قام الباحثان بتحديد ثلاثة تأثيرات اتصالية للمضامين الإعلامية، تشمل كل من تأثيرات الرضا وتأثيرات التفاعل الموازي أو الشبيه للتفاعل الاجتماعي وتأثيرات الغرس الثقافي، حيث رأى كل منهما أن الدوافع النفعية عند استخدام وسائل الإعلام هي التي تعبر عن التأثيرات النفعية، وتتحدد هذه الدوافع في دوافع البحث عن المعلومات، والسعي وراء الإثارة، ودوافع المنفعة الاجتماعية، كما يعبر هذا التوجه النفعي عن استخدام أكثر انتقائية وانتباهاً، واستغراقاً للمضامين الإعلامية، كما تنتج التأثيرات الاتصالية عن الاستخدام النفعي للمضامين الإعلامية⁽²⁹⁾.

مدى استفادة الدراسة الحالية من مدخل الاستخدامات والتأثيرات:

تستند الدراسة إلى مدخل الاستخدامات والتأثيرات باعتباره يفسر طريقه استخدام الافراد لوسائل الاعلام كمصدر مهم وحيوي لإشباع حاجاتهم والتأثير عليها. ووفق هذا المدخل الذي يري أن الجمهور له غاية محددة من تعرضه لوسائل الإعلام الجديد، ويسعى إلى تحقيق هذه الغاية من خلال التعرض الاختياري الذي تمليه عليه حاجاته ورغباته تحاول الدراسة في هذا رصد استخدامات الجمهور المصري لصفحات الفيس بوك على مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات التي تحققت من هذا الاستخدام، وذلك في ظل الاهتمام المتزايد للجمهور المصري خلال فترة الدراسة (وهي فترة الحظر والعزل بسبب جائحة كورونا) بالمضمون والمحتوى المنشور على الفيس بوك وحرصه على التواصل الاجتماعي من خلال وسائل الاعلام الجديدة؛ فقد أحدثت هذه المواقع نقلة نوعية في مفهوم سرعة الخبر والتواصل السريع بين المستخدمين، مما يحقق فرضاً أساسياً من فروض هذا المدخل، وهو افتراض الجمهور النشط، ولذلك يعد مدخل الاستخدامات والتأثيرات أفضل إطار نظري لتطبيقه في الدراسة الحالية لإثراء هذه الدراسة وتحقيق أهدافها.

ثامناً: نوع ومنهج الدراسة

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها⁽³⁰⁾، مع وصف العلاقات السببية لأغراض اكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها⁽³¹⁾، حيث استهدفت الباحثة توصيف ظاهرة استخدام الجمهور المصري للفيس بوك في أثناء جائحة كورونا وتأثير ذلك على العلاقات الأسرية في أثناء الحظر والعزل الصحي.

منهج الدراسة:

اعتمدت الباحثة في دراستها على منهج المسح الإعلامي الذي ينتمي إلى البحوث الوصفية، باعتباره جهداً علمياً منظماً يساعد على وصف الظاهرة من خلال جمع المعلومات والملاحظات عنها.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل المجتمع البشري في هذه الدراسة في أفراد الجمهور المصري، وتم اختيار عينة عشوائية بلغ قوامها 400 مفردة من أفراد الجمهور من الذكور والإناث لتطبيق الدراسة عليهم.

يمكن تحديد خصائص عينة الدراسة على النحو التالي:

جدول (1)

خصائص عينة الدراسة

الإجمالي		الإناث		الذكور		البيانات الشخصية	
%	ك	%	ك	%	ك		
100	400	50	200	50	200	النوع	
27.5	110	30.5	61	24.5	49	من 18 سنة إلى 30 سنة	السن
43.5	174	43.5	87	43.5	87	من 31 سنة إلى 40 سنة	
25.8	103	23.5	47	28	56	من 41 سنة إلى 50 سنة	
3.3	13	2.5	5	4	8	من 51 سنة فأكثر	
100	400	100	200	100	200	الإجمالي	
1.8	7	0.5	1	3	6	حاصل علي مؤهل متوسط أو ثانوي	المستوى التعليمي
64.8	259	66	132	63.5	127	حاصل علي مؤهل جامعي	
33.5	134	33.5	67	33.5	67	حاصل علي دراسات عليا "دبلوم - ماجستير - دكتوراه"	
100	400	100	200	100	200	الإجمالي	
20	80	26	52	14	28	أقل من 3000 جنية	الدخل الشهري لك
41.8	167	45.5	91	38	76	من 3000 الي 7000 جنية	
22	88	19.5	39	24.5	49	من 7000 الي 10000 جنية	
16.3	65	9	18	23.5	47	أكثر من 10000 جنية	
100	400	100	200	100	200	الإجمالي	

تشير بيانات الجدول السابق إلى الخصائص الديموجرافية لأفراد العينة؛ حول النوع، بلغت نسبة الذكور (50%)، ونسبة الإناث (50%). وحول السن، بلغت نسبة من تتراوح أعمارهم بين "31 و 40 عامًا" (43,5%)، منهم (43,5%) للذكور و(43,5%) للإناث. ثم تبلغ نسبة من تتراوح أعمارهم بين "41 و 50 عامًا" (25,8%)، منهم (28%) للذكور و(23,5%) للإناث. وأخيرًا، بلغت نسبة من تزيد أعمارهم عن "51 عامًا" (3,3%)، منهم (4%) للذكور و(2,5%) للإناث. وفيما يتعلق بالمستوى التعليمي، بلغت نسبة الحاصلين على مؤهل جامعي (64,8%)، منهم (63,5%) للذكور و(66%) للإناث. ثم بلغت نسبة الحاصلين على دراسات عليا (33,5%)، منهم (33,5%) للذكور و(33,5%) للإناث. وحول الدخل، بلغت نسبة من يتراوح دخلهم بين "3000 و 7000 ج" (41,8%)، منهم (38%) للذكور و(45,5%) للإناث. ثم جاءت نسبة من يتراوح دخلهم بين "7000 و 10000 ج" (22%)، بنسبة (24,5%) للذكور و(19,5%) للإناث. وأخيرًا، بلغت نسبة من يزيد دخلهم عن "1000 ج" (16,3%)، منهم (23,5%) و(9%) للإناث.

أدوات جمع البيانات:

تحدد أدوات جمع البيانات، التي اعتمدت عليها الدراسة محل البحث، في استمارة الاستبيان، حيث قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان حرصت من خلالها

على تحقيق كافة أهداف الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها، والتحقق من فروضها، وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة والمقاييس المختلفة.

اختبار الصدق والثبات

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات من خلال إجراء اختباري الصدق والثبات لها، وذلك على النحو التالي:

اختبار الصدق (Validity):

ويعنى الصدق الظاهري صدق المقياس المستخدم ودقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث، تم القيام بعرض البيانات (صحيفة الاستبيان) على مجموعة من الخبراء والمتخصصين^١ في مناهج البحث والإعلام والإحصاء.

اختبار الثبات (Reliability):

ويقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين عند استخدامهم لنفس الأسس والأساليب بالتطبيق على نفس المادة الإعلامية، أى محاولة الباحثة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وهو ما تم على النحو التالي:

قامت الباحثة بتطبيق اختبار الثبات على عينة تمثل 10% من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستبيان، ثم أعادت تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة 5% من المبحوثين بعد إسبوعين من الاختبار الأول، والذي وصل إلي 84.8%، مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق وتعميم النتائج.

التحليل الإحصائي للبيانات:

قامت الباحثة بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة التحليلية والميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أى عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

أولاً: المقاييس الوصفية

التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

المتوسط الحسابي.

١. د. محمود يوسف أستاذ العلاقات العامة والإعلان - جامعة القاهرة.

أ.د. محمد عتران أستاذ العلاقات العامة والإعلان - جامعة القاهرة.

أ.د. عايدة السخاوي أستاذة الإعلام - جامعة المنصورة.

أ.د. دعاء فتحي أستاذة الإعلام - جامعة الملك عبد العزيز.

الانحراف المعياري، وهو الذي يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي.

الوزن النسبي الذي يحسب من المعادلة:

(المتوسط الحسابي $\times 100$) \div الدرجة العظمى للعبارة.

ثانياً: الاختبارات الإحصائية

اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) .

كا 2 (Chi square) اختبار استقلالية العبارة ويستخدم لدراسة معنوية الفروق بين مجموعات المتغيرات الأسمية.

تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA.

ثالثاً: معاملات الارتباط Correlation

معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient).

تاسعاً: مفاهيم الدراسة

1- شبكات التواصل الاجتماعي (The Social Network):

هي مواقع إلكترونية اجتماعية على الإنترنت، تمثل الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، وتمكن الأفراد من تحقيق التواصل فيما بينهم⁽³²⁾، لإشباع الاحتياجات الغريزية التواصلية للأفراد⁽³³⁾. وعرف (السون وبويد Ellson, Boyd) الشبكات الاجتماعية علي أنها: "مواقع تتشكل من خلال الإنترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، تختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر⁽³⁴⁾". ويعرفها "بيترز" (Peters) على أنها "شبكات من الصفحات الإلكترونية على الإنترنت، تعتمد على البرمجيات التي تتيح للمستخدم التفاعل مع الآخر، ومشاركة وتبادل البيانات معه، وتتسم برامج هذه الصفحات بأنها برامج مفتوحة تتيح للمستخدمين إمكانية تحميل المعلومات والبيانات والمواد الإعلامية المختلفة⁽³⁵⁾".

التعريف الإجرائي: هي مواقع اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت وفي أي مكان من العالم، ويمكنها تعزيز العلاقات بين البشر، كما تسمح لهم بالاتصال والتعبير عن وجهة نظرهم.

• التفاعلية:

هي الجهد المقصود الذي يبذله المستقبل لتبادل الرسائل الاتصالية مع مصدر الاتصال وأحياناً مايكتفي المستقبل بتلقي الرسالة الاتصالية واختيار التعرض لبعض الرسائل دون غيرها ودون الاتصال بمصدر الرسالة, في حين قد يرغب في التواصل مع القائم بالاتصال.⁽³⁶⁾

الفيس بوك Facebook:

هو موقع "ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول عليه مجاناً وتديره شركة فيس بوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها"⁽³⁷⁾, حيث يكون بإمكان المستخدمين الانضمام إلى الصفحات التي يتم تنظيمها من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم, كما يمكنهم إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم, تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف المستخدمين الآخرين بأنفسهم.

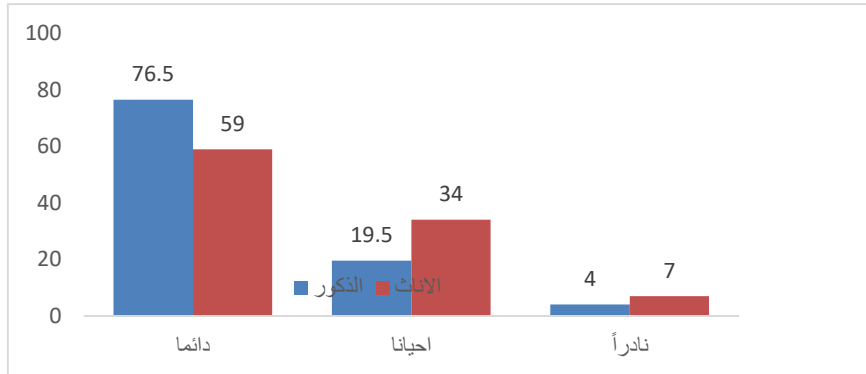
نتائج الدراسة:

أولاً: الإجابة عن تساؤلات الدراسة

- مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أخبار كورونا:

شكل (1)

مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أخبار كورونا



كا: 14.016 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال معامل التوافق: 0.184

يتضح من البيانات السابقة مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أخبار كورونا؛ فذكروا "دائماً" بنسبة (67,8%)، منهم (76,5%) للذكور، و(59%) للإناث، ثم "أحياناً" بنسبة (26,8%)، منهم (19,5%) للذكور، و(34%)

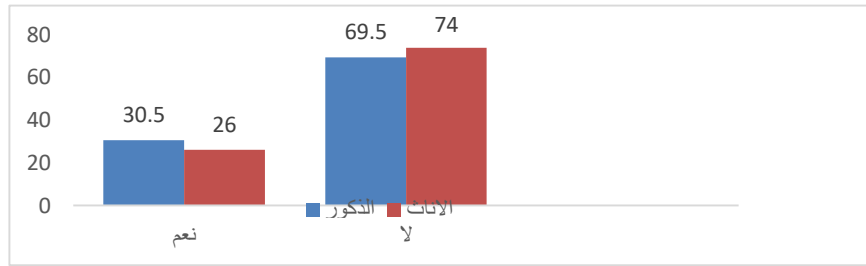
للإناث, وأخيرًا "نادرًا" بنسبة (5,5%), منهم (19,5%) للذكور, و(34%) للإناث. وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول, حيث تبلغ قيمة كا2 (14.016), عند درجة حرية (2), ومستوى معنوية (0.000), ومعامل توافق (0.184); مما يعني وجود فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث في مدى استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أخبار كورونا. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ريم ابراهيم الخوالدة (2019) التي قامت بتسليط الضوء على الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام المرئية في زيادة المعرفة بالقضايا الصحية لدى المواطنين الإردنيين, وأوضحت في نتائجها أن نسبة متابعة البرامج الصحية التي يقدمها التلفزيون الأردني بشكل عام وبرنامج الأطباء السبعة بشكل خاص تعد ضعيفة, كما أوضحت استقادة أفراد العينة من المعلومات الصحية التي يتم بثها عبر البرامج الصحية. وكذلك دراسة هاجد بن عبد الهاد العتيبي (2019)⁽³⁸⁾ التي استهدفت تحديد حجم انتشار ظاهرة المخدرات في مدينة الرياض في المملكة العربية السعودية من وجهة نظر طلاب جامعة الملك سعود بالرياض, وأكدت أن أكبر نسبة من عينة الدراسة يعتمدون في استخدامهم للإنترنت على المواقع الحوارية والتي يمكن أن تسهم في تبادل الحوار والدرشة والتي قد تصل إلى المخدرات الرقمية وآليات استخدامها. بالإضافة إلى دراسة أحمد يونس (2013م)⁽¹⁴⁾ التي اهتمت برصد دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية, وأثبتت أن مواقع الفيس بوك من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخدامًا وتفاعلًا من قبل المبحوثين. وكذلك دراسة (Jad Melki & Claudia Kozman, 2019)⁽³⁹⁾ التي هدفت إلى تحديد مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام خلال فترات الحروب وثقتهم فيها, وأكدت تصدر الهواتف المحمولة الوسائل التي يستخدمها المبحوثون بمختلف الدول للحصول على المعلومات, في حين تراجعت الصحف المطبوعة بين وسائل الاتصال. إلى جانب دراسة (Jad Melki & Claudia Kozman, 2019)⁽⁴⁰⁾ التي هدفت إلى تحديد المصادر التي اعتمد عليها الصينيون في متابعة المستجدات حول انتشار وباء سارس. توصلت في نتائجها إلى أن (60%) من المبحوثين بمدينة قوانغتشو – البؤرة التي ظهر بها المرض- علموا عنه للمرة الأولى من خلال المحادثات التليفونية مع الآخرين. وأوضح (56.7%) من المبحوثين أن مصدر معلوماتهم الرئيسية يتحدد في الاتصال المباشر مع الآخرين, فيما جاء الهاتف في المرتبة الثانية بنسبة (19.6%), تليه شبكة الإنترنت بإجمالي (14.2%). ويتضح مما سبق اعتماد الجمهور في جميع الأحوال على شبكة الإنترنت في كافة مجالات المعرفة والتفسير والترفيه, حيث تتمتع الإنترنت بخصائص مختلفة تميزها عن كافة الوسائل الأخرى سواء المقروءة أو المسموعة أو المرئية, ويؤكد ذلك الشعبية الكبيرة لمواقع التواصل الاجتماعي, حيث ينظر إليها أفراد الجمهور على أنها مصدر للمعلومات وكذلك وسيلة للترفيه أو قضاء وقت الفراغ, مما دفعهم نحو الاعتماد عليها بشكل أساسي في الحصول على المعلومات بشأن الوباء العالمي. ويتمتع موقع

الفيسبوك بشكل خاص شعبية وشهرة كبيرة، كما يتميز بسهولة استخدامه، مما يؤدي إلى إقبال مزيد من المصريين على استخدامه، خاصة مع توافر استخدام الهواتف الذكية.

- مدى قضاء المبحوثين جزء من الوقت في العزل الصحي بسبب فيروس كورونا:

شكل (2)

مدى قضاء المبحوثين جزء من الوقت في العزل الصحي بسبب فيروس كورونا



كا: 0.999 درجة الحرية: 1 مستوى المعنوية: 0.0.318 غير دال

يتضح من البيانات السابق عرضها مدى قضاء المبحوثين جزء من الوقت في العزل الصحي بسبب فيروس كورونا؛ فذكروا "لا" بنسبة (71,8%)، منهم (69,5%) للذكور، و(74%) للإناث، ثم "نعم" بنسبة (28,3%)، منهم (30,5%) للذكور، و(26%) للإناث. وتنسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا (0.999)، عند درجة حرية (1)، ومستوى معنوية (0.318)؛ مما يعني عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدى قضائهم جزء من الوقت في العزل الصحي بسبب فيروس كورونا.

- مدة انعزال المبحوثين:

جدول (2)

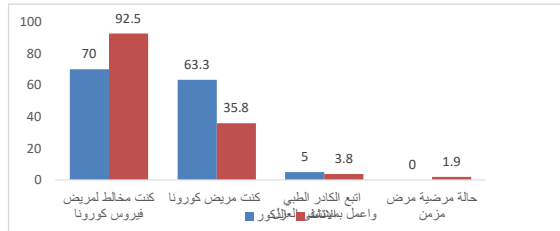
مدة انعزال المبحوثين

الإجمالي		الإناث		الذكور		مدة انعزال المبحوثين
%	ك	%	ك	%	ك	
17.7	20	15.1	8	20.0	12	أقل من أسبوعين
31.9	36	30.2	16	33.3	20	من أسبوع لأسبوعين
27.4	31	26.4	14	28.3	17	من أسبوعين لشهر
23.0	26	28.3	15	18.3	11	أكثر من شهر
100.0	113	100.0	53	100.0	60	الإجمالي
0.863 غير دال		مستوى المعنوية :		درجة الحرية : 3		كا: 2.321

يتضح من الجدول السابق مدة انعزال المبحوثين؛ فذكروا "من أسبوع لأُسبوعين" بنسبة (31,9%)، منهم (33,3%) للذكور، و(30,2%) للإناث، ثم "من أسبوعين لشهر" بنسبة (27,4%)، منهم (28,3%) للذكور، و(26,4%) للإناث، وأخيرًا "أقل من أسبوعين" بنسبة (17,7%)، منهم (20%) للذكور، و(15,1%) للإناث. وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة $t(2,321)$ عند درجة حرية (3)، ومستوى معنوية (0.863)؛ مما يعني عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بمدة انعزالهم. وتتسق هذه النتيجة مع دراسة جيهان يحيى (2014م)⁽²¹⁾ التي هدفت إلى معرفة أثر الفيس بوك على مستويات الأداء الدراسي لدى الشباب المصري، وأكدت أن متابعة الفيس بوك أصبح سلوكًا معتادًا يمارسه الشباب الجامعي المصري يوميًا، حيث بلغت نسبة المبحوثين الذين يتابعون دائمًا (55%) يليها بفارق ملحوظ من يتابعون الفيس بوك أحيانًا (30%) ثم من يتابعون الفيس بوك نادرًا (15%). وكذلك دراسة أحمد يونس (2013م)⁽¹⁴⁾ التي اهتمت برصد دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، وأثبتت أن مواقع الفيس بوك من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخدامًا وتفاعلًا من قبل المبحوثين.

- أسباب عزل المبحوثين:

شكل (3)
أسباب عزل المبحوثين



يتضح من الشكل السابق سبب عزل المبحوثين؛ فذكروا "كنت مخالطاً لمريض فيروس كورونا" بنسبة (80,5%)، منهم (70%) للذكور، و(92,5%) للإناث، ثم "كنت مريض كورونا" بنسبة (50,4%)، منهم (63,3%) للذكور، و(35,8%) للإناث، وأخيرًا "حالة مرضية (مرض مزمن)" بنسبة (0,9%)، منهم (0%) للذكور، و(1,9%) للإناث. مما يعني التزام أفراد العينة بالإجراءات الاحترازية وبقرار الحظر.

التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل خلال فترة الحظر:
أولاً: التأثيرات المعرفية

جدول (3)
التأثيرات المعرفية

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادراً		أحياناً		دائماً		العبارة
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	86.0	.494	2.58	-	-	42.0	168	58.0	232	تكوين رؤية شاملة حول الأحداث الجارية للمعلومات المتعلقة بأزمة كورونا
2	78.7	.664	2.36	10.5	42	43.0	172	46.5	186	تظهر لي أسلوب تفكير الآخرين في المعلومات المتعلقة بأزمة كورونا التي أتابعها
3	72.7	.716	2.18	18.3	73	45.8	183	36.0	144	معرفة الأخبار الجديدة والمعلومات المتعلقة بأزمة كورونا
4	70.3	.739	2.11	22.3	89	44.3	177	33.5	134	التعرف على توجيهات وإرشادات الأطباء
5	66.3	.739	1.99	27.8	111	45.5	182	26.8	107	معرفة أساليب العزل المنزلي

يتضح من البيانات السابقة التأثيرات المعرفية الناتجة عن استخدام موقع الفيسبوك؛ يتصدرها "تكوين رؤية شاملة حول الأحداث الجارية للمعلومات المتعلقة بأزمة كورونا" بوزن نسبي (86%)، ثم "تظهر لي أسلوب تفكير الآخرين في المعلومات المتعلقة بأزمة كورونا التي أتابعها" بوزن نسبي (78,7%)، وأخيراً "معرفة أساليب العزل المنزلي" بوزن نسبي (66,3%). وتتسق هذه النتيجة مع دراسة (نورة حمدي محمد أبو سنة، 2015)⁽⁴¹⁾ التي هدفت إلى التعرف على العلاقة بين مستوى المعرفة بمرض كورونا لدى الجمهور السعودي وتعرضه للصحف الورقية والإلكترونية، ودرجة الاختلافات المعرفية لدى فئات هذا الجمهور طبقاً للمتغيرات الديموجرافية المختلفة، وتوصلت في أهم نتائجها إلى قوة العلاقة بين مستوى المعرفة بمرض كورونا لدى الجمهور السعودي وتعرضه للصحف الورقية والإلكترونية.

ثانياً: التأثيرات الوجدانية

جدول (4)
التأثيرات الوجدانية

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادراً		أحياناً		دائماً		العبارة
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	85.7	.496	2.57	-	-	43.0	172	57.0	228	الشعور بعدم الوحدة في أثناء فترة الحظر أو الانعزال
2	85.3	.497	2.56	-	-	44.3	177	55.8	223	الشعور بالراحة والأطمئنان بسبب التفاعل مع الآخرين بشكل غير مباشر (وجهاً لوجه)
3	71.3	.717	2.14	19.5	78	46.8	187	33.8	135	الشعور باحترام وتقدير بعضنا البعض بمشاركتنا في مناقشة المعلومات المتعلقة بأزمة كورونا

دور شبكات التواصل في تحقيق تكيف أفراد الجمهور المصري مع الحجر الصحي خلال أزمة كوفيد 19

4	68.0	.765	2.04	27.3	109	41.5	166	31.3	125	-الإحساس بالانتماء إلى جماعات اجتماعية تؤيد وتدعم ما أتناه من آراء ومعلومات لأزمة كورونا
5	67.0	.717	2.01	25.0	100	48.8	195	26.3	105	الشعور بأن الوقت الذي استمر فيه على الفيس بوك غير مهدر دون جدوى

يتضح من الجدول السابق التأثيرات الوجدانية الناتجة عن استخدام موقع الفيسبوك؛ يتصدرها "الشعور بعدم الوحدة في أثناء فترة الحظر أو الانعزال" بوزن نسبي (85,7%)، ثم "الشعور بالراحة والاطمئنان بسبب التفاعل مع الآخرين بشكل غير مباشر (وجهًا لوجه)" بوزن نسبي (85,3%)، وأخيرًا "الشعور بأن الوقت الذي استمر فيه على الفيس بوك غير مهدر دون جدوى" بوزن نسبي (67%). وتتسق هذه النتيجة مع دراسة (Thomas V . Pollet (2011)⁽¹⁰⁾ التي استهدفت البحث في تأثير استخدام الجمهور العام لمواقع التواصل الاجتماعي والتراسل الفوري على العلاقات الاجتماعية، وخلصت إلى أن معظم الوقت المستخدم من قبل المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي كان مرتبطًا بالتواصل مع الأصدقاء الأعضاء لتلك المواقع.

ثالثًا: التأثيرات السلوكية

جدول (5)

التأثيرات السلوكية

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادراً		أحياناً		دائماً		العبارة
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	86.7	.491	2.60	-	-	40.0	160	60.0	240	جعلني اهتم دائماً بمتابعة آخر ما يطرأ من تطورات زيادة ممارستي للإقناع ونجاحي في إقناع عديد من المتفاعلين معي بما أقدمه من آراء خلال المشاركة في المناقشات مع الآخرين عن فيروس كورونا
1	86.7	.490	2.60	-	-	39.8	159	60.3	241	أعاد موقع الفيس بوك شمل الأسرة المصرية بالتواصل غير المباشر في أثناء العزل والحظر
2	85.7	.496	2.57	-	-	43.0	172	57.0	228	جعلتني استطيع التحوار مع الاهل والاصدقاء دون تواجدنا سويا في مكان واحد
3	78.3	.677	2.35	11.5	46	42.0	168	46.5	186	تقديم صورة شاملة للاهل والاصدقاء عن المعلومات المتعلقة بأزمة كورونا
4	70.0	.774	2.10	25.3	101	39.3	157	35.5	142	جعلني أعبر عن آرائني وأفكاري حول المعلومات المقدمة عن أزمة كورونا التي أشارك في مناقشتها

يتضح من الجدول السابق التأثيرات السلوكية الناتجة عن استخدام موقع الفيسبوك؛ يتصدرها "جعلني اهتم دائماً بمتابعة آخر ما يطرأ من تطورات" و"زيادة ممارستي للإقناع ونجاحي في إقناع عديد من المتفاعلين معي بما أقدمه من آراء خلال المشاركة في المناقشات مع الآخرين عن فيروس كورونا" بوزن نسبي (86,7%)، ثم "أعاد موقع الفيس بوك شمل الأسرة المصرية بالتواصل غير المباشر في أثناء العزل والحظر" بوزن نسبي (85,7%)، وأخيراً "جعلني أغير عن رأيي وأفكاري حول المعلومات المقدمة عن أزمة كورونا التي أشارك في مناقشتها" بوزن نسبي (66,3%). وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Thomas V . Pollet (2011)⁽¹⁰⁾ التي أكدت أن معظم الوقت المستخدم من قبل المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي كان مرتبطاً بالتواصل مع الأصدقاء الأعضاء لتلك المواقع.

جدول (6)

المقياس العام حول التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية

التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية		الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	
التأثيرات الوجدانية	ضعيفة	21	10.5	41	20.5	62	15.5
	متوسطة	72	36	60	30	132	33
	قوية	107	53.5	99	49.5	206	51.5
التأثيرات المعرفية	الإجمالي	200	100	200	100	400	100
	متوسطة	79	39.5	62	31	141	35.3
	قوية	121	60.5	138	69	259	64.8
التأثيرات السلوكية	الإجمالي	200	100	200	100	400	100
	ضعيف	10	5	34	17	44	11
	متوسطة	56	28	58	28	112	28
	قوية	134	67	110	55	244	61
الإجمالي	200	100	200	100	400	100	

يشير الجدول السابق إلى المقياس العام حول التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن استخدام المبحوثين للفيسبوك خلال فترة الحظر؛ فكانت التأثيرات المعرفية "متوسطة" بنسبة (35,3%)، منها (39,5%) للذكور، و(31%) للإناث، وكانت "قوية" بنسبة (64,8%)، منها (60,5%) للذكور، و(69%) للإناث. وكانت التأثيرات الوجدانية "متوسطة" بنسبة (33%)، منها (36%) للذكور، و(30%) للإناث، وكانت "قوية" بنسبة (51,5%)، منها (53,5%) للذكور، و(49,5%) للإناث، وأخيراً "ضعيفة" بنسبة (15,5%)، منها (10,5%) للذكور، و(20,5%) للإناث. وفيما يتعلق بالتأثيرات السلوكية، فكانت "متوسطة" بنسبة (28%)، منها (28%) للذكور، و(28%) للإناث، وكانت "قوية" بنسبة (61%)، منها (67%) للذكور، و(55%) للإناث، وأخيراً "ضعيفة" بنسبة (11%)، منها (5%) للذكور، و(17%) للإناث. وبذلك توضح الباحثة أن التأثيرات المعرفية جاءت في مقدمة التأثيرات نظراً لاهتمام الأفراد بجمع المعلومات خلال فترة الحظر من خلال موقع الفيسبوك. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (عزام علي عنانزة ومريم عدنان علي، 2018)⁽⁴²⁾ التي استهدفت معرفة دور تليفزيون أبو ظبي في التثقيف الصحي

للمرأة الإماراتية، والكشف عن الأدوار الإيجابية والسلبية لبرامج التنقيف الصحي التي يقدمها تلفزيون أبو ظبي، وتحديد الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المتحققة لدى عينة الدراسة نتيجة متابعة هذه البرامج، وأكدت في نتائجها أن التأثيرات السلوكية جاءت المرتبة الأولى بين التأثيرات المتحققة لدى العينة نتيجة الاعتماد على تلفزيون أبو ظبي في التنقيف الصحي، واعتبرت نسبة (77%) من العينة أن تلفزيون أبو ظبي يتمتع بدور إيجابي في عملية التنقيف الصحي للمرأة الإماراتية.

- مدى اعتقاد المبحوثين بأن استخدامهم للفيديوك أثر على علاقاتهم الأسرية خلال فترة الحظر:

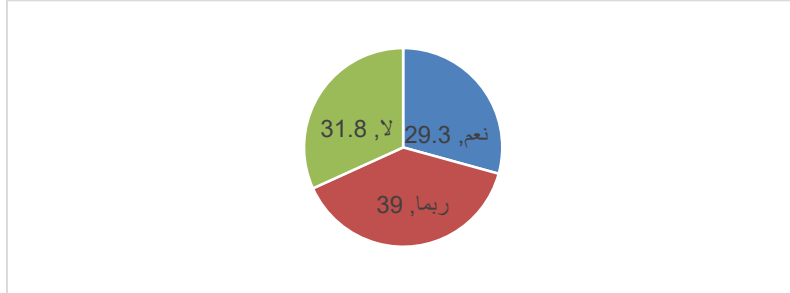
جدول (7)

مدى اعتقاد المبحوثين بأن استخدامهم للفيديوك أثر على علاقاتهم الأسرية خلال فترة الحظر

الإجمالي		الإناث		الذكور		مدى اعتقاد المبحوثين بأن استخدامهم للفيديوك أثر على علاقاتهم الأسرية خلال فترة الحظر
%	ك	%	ك	%	ك	
29.3	117	26	52	32.5	65	نعم
39	156	41	82	37	74	ربما
31.8	127	33	66	30.5	61	لا
100	400	100	200	100	200	الإجمالي
كا: 0.448 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.799 غير دال						

شكل (4)

مدى اعتقاد المبحوثين بأن استخدامهم للفيديوك أثر على علاقاتهم الأسرية خلال فترة الحظر



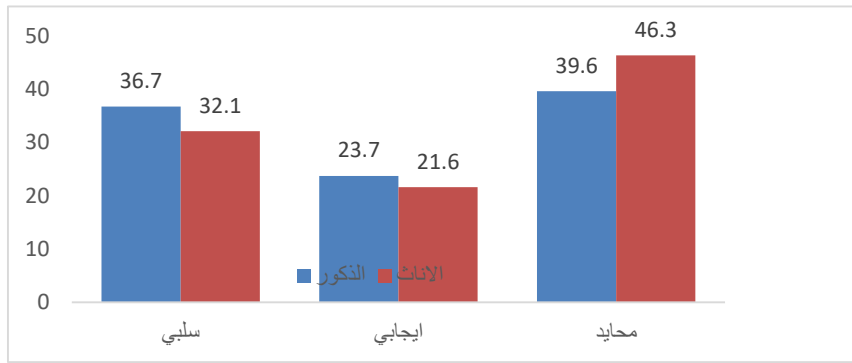
يتضح من الجدول السابق مدى اعتقاد المبحوثين بأن استخدامهم للفيديوك أثر على علاقاتهم الأسرية خلال فترة الحظر؛ فذكروا "ربما" في المقدمة " بنسبة (39%)، منهم (37%) للذكور، و(41%) للإناث، ثم "لا" بنسبة (31,8%)، منهم (30,5%) للذكور، و(33%) للإناث، وأخيراً "نعم" بنسبة (29,3%)، منهم (32,5%) للذكور، و(26%) للإناث. وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ

قيمة كا2 (0.448)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.779)؛ مما يعني عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدى اعتقادهم بأن استخدامهم للفيسبوك أثر على علاقاتهم الأسرية خلال فترة الحظر. تتفق هذه النتيجة مع دراسة ريم ابراهيم الخوالدة (2019) التي قامت بتسليط الضوء على الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام المرئية في زيادة المعرفة بالقضايا الصحية لدى المواطنين الإردنيين، وأوضحت في نتائجها أن نسبة متابعة البرامج الصحية التي يقدمها التلفزيون الأردني بشكل عام وبرنامج الأطباء السبعة بشكل خاص تعد ضعيفة، كما أوضحت استقادة أفراد العينة من المعلومات الصحية التي يم بثها عبر البرامج الصحية. وترى الباحثة أن هذه النتيجة تعبر عن الترابط الكبير بين أفراد العينة خلال فترة الحظر بسبب وجودهم بالمنزل ومتابعتهم للمواقع الصحية التي أدت إلى زيادة وعيهم ومعرفتهم بالإجراءات الصحية السليمة، وهو ما يتسق مع الأهمية الكبيرة التي تتمتع بها تلك المواقع في المجتمع والدرجة المرتفعة التي تستحوذ بها على اهتمام الجمهور.

- طبيعة تأثير الفيسبوك على علاقات المبحوثين الأسرية:

شكل (5)

طبيعة تأثير الفيسبوك على علاقات المبحوثين الأسرية



:21

0.448 درجة الحرية : 2 مستوى المعنوية : 0.799 غير دال

يتضح من الجدول السابق طبيعة تأثير الفيسبوك على علاقات المبحوثين الأسرية؛ فكان التأثير "محايداً" في المقدمة " بنسبة (42,9%)، منهم (39,6%) للذكور، و(46,3%) للإناث، ثم "سلبياً" بنسبة (34,4%)، منهم (36,7%) للذكور، و(32,1%) للإناث، وأخيراً "إيجابياً" بنسبة (22,7%)، منهم (23,7%) للذكور، و(21,6%) للإناث. وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (0.448)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.779)؛ مما يعني عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في طبيعة تأثير الفيسبوك على علاقاتهم الأسرية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (بلبلدية فتيحة نور الهدى، 2018)⁽⁴³⁾ التي استهدفت البحث في دور وسائل الإعلام المحلية في التثقيف والوعي

الصحي نظراً لأهمية وجدوى مشاركة الإعلام المحلي الإذاعي في نشر التنقيف الصحي وإرساء دعائمه للمستمع. وأكدت في نتائجها تزايد دور وسائل الإعلام في العصر الحديث تزايداً كبيراً، حيث تتمتع أنواعها المتعددة بدور واضح وملحوس في حياة الأفراد. وكذلك دراسة تقوى ادم حسن ادم ومعاوية مصطفى بابكر (2019)⁽⁴⁴⁾ التي تحددت مشكلتها البحثية في معرفة الدور الاتصالي للعلاقات العامة في تعزيز برامج التوعية الصحية، وتوصلت إلى إسهام برامج التوعية الصحية في تغيير نمط سلوك المتلقي إلى سلوك صحي سليم.

- ما قام به المبحوثون خلال فترة الحظر:

جدول (8)

ما قام به المبحوثون خلال فترة الحظر

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لاوافق		إلى حد ما		موافق		العبرة
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	83.3	.649	2.50	8.5	34	32.8	131	58.8	235	بحثت عن أخبار فيروس كورونا على الفيس بوك
2	80.3	.680	2.41	11.0	44	37.0	148	52.0	208	كنت أسأل بشكل دائم عن الأهل والأصدقاء على الفيس بوك
3	76.7	.817	2.30	22.8	91	24.3	97	53.0	212	اشتركت في عديد من الصفحات الجماعية
3	76.7	.757	2.30	18.0	72	33.8	135	48.3	193	استطعت استخدم التكنولوجيا الجديدة على موقع الفيس بوك
4	75.7	.845	2.27	25.8	103	21.5	86	52.8	211	بحثت عن دورات وكورسات على الانترنت لأشترك بها
5	74.3	.779	2.23	21.5	86	34.3	137	44.3	177	أبحث عن أبحاث علمية عن فيروس كورونا ومستجداته
6	70.7	.838	2.12	29.8	119	28.5	114	41.8	167	استخدمت الاتصال عبر الماسنجر أكثر من التليفون العادي
7	67.0	.860	2.01	36.5	146	26.3	105	37.3	149	استطعت ان اقوم الاتصال بالكاميرا على الماسنجر بأوقات متقاربة من بعضها مما جعلني معهم دائماً
8	63.3	.862	1.90	42.8	171	24.8	99	32.5	130	تعلمت أساليب ترفيهيه جديدة على الفيس بوك لم اكن اعلم عنها شيء قبل العزل أو الحظر
9	56.3	.838	1.69	55.8	223	20.0	80	24.3	97	قمت بعمل جروبات للبحث عن اصدقاء الدراسة
10	55.3	.842	1.66	57.8	231	18.0	72	24.3	97	قمت بعمل غرف دردشة جماعية
11	49.7	.772	1.49	67.8	271	15.0	60	17.3	69	كنت أقوم بعمل فيديوهات وصور ساخرة كاريكاتيرية عن فيروس كورونا لامتناس القلق عندى وعند الأسرة

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما قام به المبحوثون خلال فترة الحظر؛ فذكروا "بحثت عن أخبار فيروس كورونا على الفيس بوك" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (83,3%)، ثم "كنت أسأل بشكل دائم عن الأهل والأصدقاء على الفيس بوك" بوزن نسبي (80,3%)، وأخيراً "كنت أقوم بعمل فيديوهات وصور ساخرة كاريكاتيرية عن فيروس كورونا لامتناس الفلق عندي وعند الأسرة" بوزن نسبي (49,7%). وترى الباحثة أن أهم ما يميز مواقع التواصل الإجتماعي قدرتها على تخطي حدود الزمان والمكان، وتوفير كافة المعلومات، مع تمتعها بسرعة فائقة، وقدرتها على استقطاب كافة الجماهير، وبذلك فإن هذه المواقع تتمتع بمكانة مميزة بين وسائل الإعلام الحالية، ونجحت في أن تكون المصدر الرئيسي للأخبار بالنسبة لوسائل الإعلام التقليدية، خاصة الصفحات الرسمية لمسئولي الدولة أو الفنانين ونجوم المجتمع.

جدول (9)

المقياس العام حول الأعمال التي قام بها المبحوثون خلال فترة الحظر

المقياس العام حول الأعمال التي قام بها المبحوثون خلال فترة الحظر		الذكور		الإناث		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
24	12	49	24.5	73	18.3		
15	57.5	104	52	219	54.8		
61	30.5	47	23.5	108	27		
200	100	200	100	400	100		

تكشف البيانات السابق عرضها عن المقياس العام حول الأعمال التي قام بها المبحوثون خلال فترة الحظر؛ فكانت هذه الأعمال "متوسطة" بنسبة (54,8%)، منها (57,5%) للذكور، و(52%) للإناث، وكانت "متعددة" بنسبة (27%)، منها (30,5%) للذكور، و(23,5%) للإناث، وأخيراً "محدودة" بنسبة (18,3%)، منها (12%) للذكور، و(24,5%) للإناث.

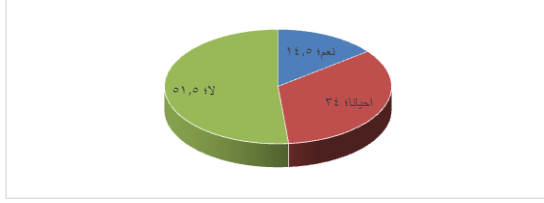
- مدى اختراق المبحوثين لأوقات الحظر:

جدول (10)

مدى اختراق المبحوثين لأوقات الحظر

مدى اختراق المبحوثين لأوقات الحظر		الذكور		الإناث		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
32	16	26	13	58	14.5		
82	41	54	27	136	34		
86	43	120	60	206	51.5		
200	100	200	100	400	100		

كا: 11.997 درجة الحرية : 2 مستوى المعنوية : 0.002 دال معامل التوافق : 0.171



شكل (6)

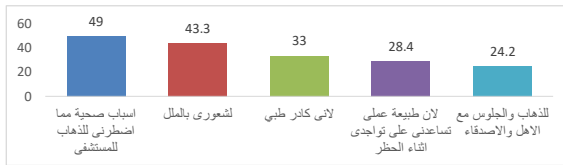
مدى اختراق المبحوثين لأوقات الحظر

يتضح من الجدول السابق مدى اختراق المبحوثين لأوقات الحظر؛ فذكروا "لا" في المقدمة بنسبة (51,5%)، منهم (43%) للذكور، و(60%) للإناث، ثم "أحياناً" بنسبة (34%)، منهم (41%) للذكور، و(27%) للإناث، وأخيراً "نعم" بنسبة (14,5%)، منهم (16%) للذكور، و(13%) للإناث. وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كاي (11.997)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.002)، كما بلغ معامل التوافق (0.171)؛ مما يعني وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدى اختراقهم لأوقات الحظر.

- أسباب اختراق المبحوثين الحظر:

شكل (7)

أسباب اختراق المبحوثين الحظر

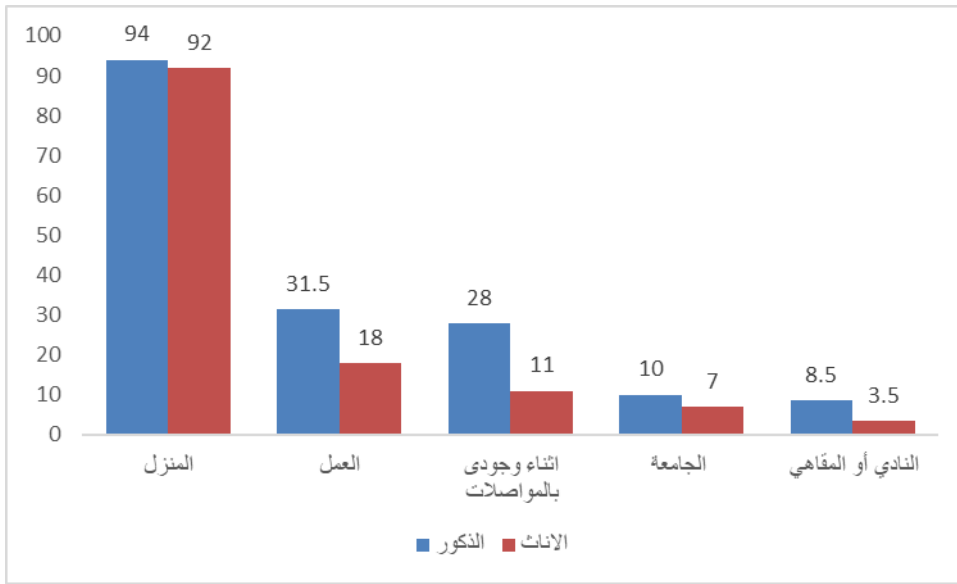


يتضح من الجدول السابق أسباب اختراق المبحوثين للحظر؛ فذكروا "أسباب صحية مما اضطرني للذهاب للمستشفى" في المقدمة بنسبة (49%)، منهم (34,2%) للذكور، و(70%) للإناث، ثم "الشعوري بالملل" بنسبة (43,3%)، منهم (51,8%) للذكور، و(31,3%) للإناث، وأخيرًا "للذهاب والجلوس مع الأهل والأصدقاء" بنسبة (24,2%)، منهم (21,1%) للذكور، و(28,8%) للإناث. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (همت حسن، 2007)⁽⁴⁵⁾ التي هدفت إلى رصد معدل تعرض المراهقين لشبكة الإنترنت، ومستوى معرفتهم بمضمون المخاطر الصحية، وتوصلت في نتائجها إلى تصدر عنصر الحصول على الأخبار والمعرفة بالمخاطر الصحية على الإنترنت المصادر المفضلة لدى المبحوثين.

- الأماكن التي تابع فيها المبحوثون صفحات الفيس بوك في أثناء الأزمة:

شكل (8)

الأماكن التي تابع فيها المبحوثون صفحات الفيس بوك في أثناء الأزمة



يتضح من الشكل السابق الأماكن التي تابع فيها المبحوثون صفحات الفيس بوك في أثناء الأزمة؛ فذكروا "المنزل" في المقدمة بنسبة (93%)، منهم (94%) للذكور، و(92%) للإناث، ثم "العمل" بنسبة (24,8%)، منهم (31,5%) للذكور، و(18%) للإناث، وأخيرًا "النادي أو المقاهي" بنسبة (8,5%)، منهم (10%) للذكور، و(7%) للإناث. وتتفق النتيجة السابقة مع دراسة (ريم ابراهيم الخوالدة، 2019)⁽⁴⁶⁾ التي

هدفت إلى تسليط الضوء على دور وسائل الإعلام المرئية في زيادة المعرفة بالقضايا الصحية لدى المواطنين الأردنيين، وتوصلت في نتائجها إلى ضعف نسبة متابعة البرامج الصحية التي يقدمها التلفزيون الأردني بشكل عام وبرنامج الأطباء السبعة بشكل خاص. كما أظهرت الدراسة أن الجمهور الأردني يتابع البرامج الصحية مع الأسرة وداخل المنزل، وأن الجمهور يستفيد من المعلومات الصحية التي تُبث عبر البرامج الصحي.

- مدى استطاعة الفيس بوك تقديم الأخبار التي كان المبحوثون يبحثون عنها لمتابعة أخبار فيروس كورونا:

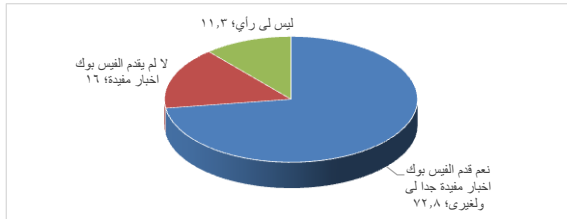
جدول (11)

مدى استطاعة الفيس بوك تقديم الأخبار التي كان المبحوثون يبحثون عنها لمتابعة أخبار فيروس كورونا

الإجمالي		الإناث		الذكور		مدى استطاعة الفيس بوك تقديم الأخبار التي كان المبحوثون يبحثون عنها لمتابعة أخبار فيروس كورونا
%	ك	%	ك	%	ك	
72.8	291	77.5	155	68	136	نعم قدم الفيس بوك أخبارا مفيدة جداً لي ولغيري
16	64	15	30	17	34	لا لم يقدم الفيس بوك أخبارا مفيدة
11.3	45	7.5	15	15	30	ليس لي رأي
100	400	100	200	100	200	الإجمالي
كا: 6.491 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال معامل التوافق : 0.184						

شكل (9)

مدى استطاعة الفيس بوك تقديم الأخبار التي كان المبحوثون يبحثون عنها لمتابعة أخبار فيروس كورونا



يتضح من الجدول السابق مدى استطاعة الفيس بوك تقديم الأخبار التي كان المبحوثون يبحثون عنها لمتابعة أخبار فيروس كورونا؛ فذكروا "نعم قدم الفيس بوك أخبارا مفيدة جداً لي ولغيري" في المقدمة بنسبة (72,8%)، منهم (68%) للذكور، و(77,5%) للإناث، ثم "لا لم يقدم الفيس بوك أخبارا مفيدة" بنسبة (16%)، منهم

(17%) للذكور، و(15%) للإناث، وأخيرًا "ليس لي رأي" بنسبة (11,3%)، منهم (15%) للذكور، و(7,5%) للإناث. وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا2 (6.491)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)، كما بلغ معامل التوافق (0.184)؛ مما يعني وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدى استطاعة الفيس بوك تقديم الأخبار التي كانوا يبحثون عنها لمتابعة أخبار فيروس كورونا. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة عبدالجواد (2012) (47) التي هدفت إلى التعرف على العلاقة التي تربط بين تعرض الطالبات الجامعيات السعوديات للتليفزيون والإنترنت ودرجة الوعي بمرض السمنة في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتوصلت في نتائجها إلى دور تليفزيون الإنترنت في زيادة مستوى الوعي الصحي بين أفراد العينة، وجاءت الآثار الوجدانية أهم الآثار الناتجة عن استخدام الإنترنت في رفع المستوى الصحي بمرض السمنة. وكذلك دراسة ريم ابراهيم الخوالدة (2019) التي قامت بتسليط الضوء على الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام المرئية في زيادة المعرفة بالقضايا الصحية لدى المواطنين الإردنيين، وأوضحت في نتائجها أن نسبة متابعة البرامج الصحية التي يقدمها التليفزيون الأردني بشكل عام وبرنامج الأطباء السبعة بشكل خاص تعد ضعيفة، كما أوضحت استفادة أفراد العينة من المعلومات الصحية التي يم بثها عبر البرامج الصحية. إلى جانب دراسة تقوى ادم حسن ادم ومعاوية مصطفى بباكر (2019) (48) التي أكدت إسهام برامج التوعية الصحية في تغيير نمط سلوك المتلقي إلى سلوك صحي سليم، كما شددت على ضرورة تأهيل وتدريب القوى البشرية وتأهيل بيئة العمل لرفع الروح المعنوية والإبداعية لدى العاملين في مجال تعزيز الصحة. ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء قدرة هذه الوسائل على توفير المعلومات حول مستجدات انتشار الوباء، مع سيادة حالة من القلق والتخوف والقلق والذعر بسبب الفيروس المستجد، مما زاد من رغبة الجمهور في التعرف على المعلومات حول الفيروس وأعراضه وطرق انتقاله وإجراءات الوقاية منه والسلوكيات التي قد تؤدي إلى الإصابة به.

- أسباب قيام المبحوثين باستخدام الفيس بوك للبحث عن الأخبار والمعلومات في أثناء العزل أو الحظر:

جدول (12)

أسباب قيام المبحوثين باستخدام الفيس بوك للبحث عن الأخبار والمعلومات في أثناء العزل أو الحظر

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لاوافق		إلى حد ما		موافق		العبرة
				ك	%	ك	%	ك	%	
1	89.0	.470	2.67	-	-	32.8	131	67.3	269	لأنه نشر أخبارا محلية وعالمية عن أزمة كورونا.

دور شبكات التواصل في تحقيق تكيف أفراد الجمهور المصري مع الحجر الصحي خلال أزمة كوفيد 19

2	88.3	.477	2.65	-	-	34.8	139	65.3	261	لأنني وجدت في العديد من الجروبات التي تم إنشائها خلال العزل الصحي وفترة الحظر ما يتوافق مع توجهاتي
3	88.0	.481	2.64	-	-	36.0	144	64.0	256	لأنه تم نشر رابط لمعرفة تفاصيل الأخبار المتعلقة بأزمة كورونا.
4	86.3	.493	2.59	-	-	41.3	165	58.8	235	لأنه اهتم بميثاق الشرف الاعلامي في بث الأخبار الصادقة فقط
4	86.3	.492	2.59	-	-	40.8	163	59.3	237	لأنه قدم خدمات إلى جانب الأخبار الصحية الخاصة بأزمة كورونا.
5	85.3	.497	2.56	-	-	44.3	177	55.8	223	لأنه قام بالموافقة على نشر مقاطع الفيديو الخاصة بفيروس كورونا بعد التأكد من صحتهم.
6	84.7	.499	2.54	-	-	46.3	185	53.8	215	لأنه قدم خدمات متعددة خلال أزمة فيروس كورونا.
7	84.7	.499	2.54	-	-	46.3	185	53.8	215	لأنه تم نشر أخبارا صادقة ولا تروج للشائعات.
8	83.7	.501	2.51	-	-	49.0	196	51.0	204	لقيامه بنشر الأخبار بشفاافية ومصداقية

تشير بيانات الجدول السابق إلى أسباب قيام المبحوثين باستخدام الفيس بوك للبحث عن الأخبار والمعلومات في أثناء العزل أو الحظر؛ فذكروا "لأنه نشر أخبارا محلية وعالمية عن أزمة كورونا" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (89%)، ثم "لأنني وجدت في العديد من الجروبات التي تم إنشائها خلال العزل الصحي وفترة الحظر ما يتوافق مع توجهاتي" بوزن نسبي (88,3%)، وأخيرا "لقيامه بنشر الأخبار بشفاافية ومصداقية" بوزن نسبي (83,7%).

جدول (13)

المقياس العام حول أسباب قيام المبحوثين باستخدام الفيس بوك للبحث عن الأخبار والمعلومات في أثناء العزل أو الحظر

الإجمالي		الإناث		الذكور		المقياس العام حول أسباب قيام المبحوثين باستخدام الفيس بوك للبحث عن الأخبار والمعلومات في أثناء العزل أو الحظر
%	ك	%	ك	%	ك	
23.8	95	23	46	24.5	49	متوسطة
76.3	305	77	154	75.5	151	متعددة
100	400	100	200	100	200	الإجمالي
كفا: 1.054 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.590 غير دال						

تكشف البيانات السابق عرضها عن المقياس العام حول أسباب قيام المبحوثين باستخدام الفيس بوك للبحث عن الأخبار والمعلومات في أثناء العزل أو الحظر؛ فكانت هذه الأسباب "متعددة" بنسبة (76,3%)، منها (75,5%) للذكور، و(77%) للإناث، ثم "متوسطة" بنسبة (23,8%)، منها (24,5%) للذكور، و(23%) للإناث. وتتسق

هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا (1.054)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.590)؛ مما يعني عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بأسباب قيامهم باستخدام الفيس بوك للبحث عن الأخبار والمعلومات في أثناء العزل أو الحظر.

- مدى تفاعل المبحوثين مع الآخرين حول المعلومات الصحية التابعة لأزمة كورونا "كوفيد 19" التي تشاركونا في مناقشتها على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (14)

مدى تفاعل المبحوثين مع الآخرين حول المعلومات الصحية التابعة لأزمة كورونا "كوفيد 19" التي تشاركونا في مناقشتها على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادراً		أحياناً		دائماً		العبارة
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	73.7	.744	2.21	19.3	77	40.3	161	40.5	162	أترى قليلاً في الرد حتى يتم عرض المزيد من الآراء
2	72.0	.749	2.16	21.3	85	41.5	166	37.3	149	أتحاور في الموضوعات الصحية الجديدة الخاصة بأزمة كورونا القابلة للنقاش والحوار
3	70.0	.747	2.10	23.3	93	43.3	173	33.5	134	أناقش حتى أصل إلى قناعات ذاتية حول المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا.
4	68.3	.737	2.05	24.8	99	45.5	182	29.8	119	أتحاور مع من يتفق معي في آرائي عن أزمة جائحة كورونا.
5	68.0	.724	2.04	24.3	97	47.5	190	28.3	113	لا أتحاور حتى لا أصاب بالملل من مناقشة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا
6	66.0	.772	1.98	30.8	123	40.5	162	28.8	115	أتحاور مع من يختلف معي في آرائي عن أزمة جائحة كورونا.

تشير بيانات الجدول السابق إلى مدى تفاعل المبحوثين مع الآخرين حول المعلومات الصحية التابعة لأزمة كورونا "كوفيد 19" التي تشاركونا في مناقشتها على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي؛ فذكروا "أترى قليلاً في الرد حتى يتم عرض المزيد من الآراء" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (73,7%)، ثم "أتحاور في الموضوعات الصحية الجديدة الخاصة بأزمة كورونا القابلة للنقاش والحوار" بوزن نسبي (72%)، وأخيراً "أتحاور مع من يختلف معي في آرائي عن أزمة جائحة كورونا" بوزن نسبي (66%). وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أحمد يونس (2013م)

(14) التي اهتمت برصد دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، وأثبتت أن مواقع الفيس بوك من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما وتفاعلا من قبل المبحوثين. وبذلك يتضح ارتفاع النسبة الخاصة بجميع العبارات التي تقيس تفاعل الجمهور حول المحتوى الخاص بفيروس كورونا حيث جاء الوزن النسبي لمعظمها أكثر من 50%، مما يؤكد اهتمام الجمهور بمحتوى فيروس كورونا بدرجة كبيرة على مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهاتف الذكي. وكذلك دراسة (Colin McInnes, 2018)⁽⁴⁹⁾ التي استهدفت تحديد دور وسائل الإعلام الجديد في توصيل الأخبار وقت الأزمات، وذلك من خلال تحليل مضمون الصفحات الرسمية لوسائل الإعلام البريطانية متمثلة في البي بي سي BBC News والجارديان Guardian والدايلي ميل Daily Mail على موقع التواصل الاجتماعي تويتر خلال عامي 2014 و2015 حين نقشى وباء إيبولا شرق إفريقيا، وتوصلت في نتائجها إلى استخدام وسائل الإعلام الثلاث لتويتر بطريقة محافظة من خلال نفس النهج الذي تعتمده بوسائل الإعلام التقليدية مع بعض الاختصار، كما اهتمت الصحف بنشر التقارير الإخبارية أكثر من مواد الرأي. أما بالنسبة للتعليقات، فقد ارتكزت غالبيتها على تطورات نقشي المرض.

جدول (15)

المقياس العام حول مدى تفاعل المبحوثين مع الآخرين حول المعلومات الصحية التابعة لأزمة كورونا "كوفيد 19" التي تشاركوا في مناقشتها على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي

الإجمالي		الإناث		الذكور		المقياس العام حول مدى تفاعل المبحوثين مع الآخرين حول المعلومات الصحية التابعة لأزمة كورونا "كوفيد 19" التي تشاركوا في مناقشتها على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
%	ك	%	ك	%	ك	
16.8	67	19.5	39	14	28	ضعيف
52.3	209	58	116	46.5	93	متوسط
31	124	22.5	45	39.5	79	مرتفع
100	400	100	200	100	200	الإجمالي

تكشف البيانات السابق عرضها عن المقياس العام حول مدى تفاعل المبحوثين مع الآخرين حول المعلومات الصحية التابعة لأزمة كورونا "كوفيد 19" التي تشاركوا في مناقشتها على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي؛ فكان التفاعل "متوسطاً" بنسبة (52,3%)، منها (46,5%) للذكور، و(58%) للإناث، ثم "مرتفعاً" بنسبة (31%)، منها (39,5%) للذكور، و(22,5%) للإناث، وأخيراً "ضعيفاً" بنسبة (16,8%)، منها (14%) للذكور، و(19,5%) للإناث.

نوع التعليق الذي يكتبه المبحوثون غالبًا على موقع الفيس بوك:

جدول (16)

نوع التعليق الذي يكتبه المبحوثون غالبًا على موقع الفيس بوك

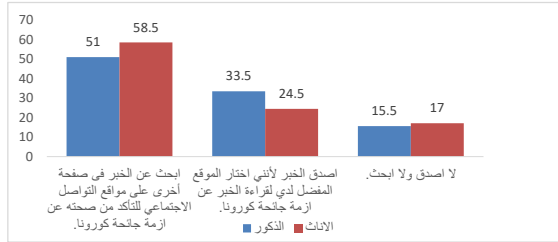
الإجمالي		الإناث		الذكور		نوع التعليق الذي يكتبه المبحوثون غالبًا على موقع الفيس بوك
%	ك	%	ك	%	ك	
41	164	36.5	73	45.5	91	أسأل سؤالاً أو استفساراً عن أزمة جائحة كورونا.
40.8	163	40.5	81	41	82	أكتب رأيي ووجهة نظري الشخصية عن أزمة جائحة كورونا.
37.3	149	34	68	40.5	81	أعبر عن إعجابي بمضمون الخبر عن أزمة جائحة كورونا.
36.5	146	32.5	65	40.5	81	أقدم نصيحة عن أزمة جائحة كورونا.
23.8	95	16	32	31.5	63	أقدم اقتراحاً أو فكرة جديدة عن أزمة جائحة كورونا.
20.3	81	18.5	37	22	44	أكتب عبارة مقتبسة لها علاقة بالمضمون عن أزمة جائحة كورونا.
8	32	5.5	11	10.5	21	أمزح وأسخر من المضمون عن أزمة جائحة كورونا.
6.5	26	4.5	9	8.5	17	أستنكر وانتقد مضمون الخبر عن أزمة جائحة كورونا.
2.3	9	0.5	1	4	8	قد أسب وأستخدم ألفاظاً غير لائقة عن أزمة جائحة كورونا.
400		200		200		الإجمالي

يتضح من الجدول السابق نوع التعليق الذي يكتبه المبحوثون غالبًا على موقع الفيس بوك؛ فذكروا "أسأل سؤالاً أو استفساراً عن أزمة جائحة كورونا" في المقدمة بنسبة (41%)، منهم (45,5%) للذكور، و(36,5%) للإناث، ثم "أكتب رأيي ووجهة نظري الشخصية عن أزمة جائحة كورونا" بنسبة (40,8%)، منهم (41%) للذكور، و(40,5%) للإناث، وأخيراً "قد أسب وأستخدم ألفاظاً غير لائقة عن أزمة جائحة كورونا" بنسبة (2,3%)، منهم (4%) للذكور، و(0,5%) للإناث.

- درجة تأثر المبحوثين بعد قراءتهم للأخبار المتعلقة بالمعلومات المتعلقة بأزمة كورونا على موقع الفيس بوك:

شكل (10)

درجة تأثر المبحوثين بعد قراءتهم للأخبار المتعلقة بالمعلومات المتعلقة بأزمة كورونا على موقع الفيس بوك



كا: 3.959 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.000 دال معامل التوافق : 0.099

يتضح من الجدول السابق درجة تأثر المبحوثين بعد قراءتهم للأخبار المتعلقة بالمعلومات المتعلقة بأزمة كورونا على موقع الفيس بوك؛ فذكروا "أبحث عن الخبر في صفحة أخرى على مواقع التواصل الاجتماعي للتأكد من صحته عن أزمة جائحة كورونا" في المقدمة بنسبة (54,8%)، منهم (51%) للذكور، و(58,5%) للإناث، ثم "أصدق الخبر لأنني اختار الموقع المفضل لدي لقراءة الخبر عن أزمة جائحة كورونا" بنسبة (29%)، منهم (33,5%) للذكور، و(24,5%) للإناث، وأخيرًا "لا أصدق ولا أبحث" بنسبة (16,3%)، منهم (15,5%) للذكور، و(17%) للإناث. وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا (3.959)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.000)، كما بلغ معامل التوافق (0.099)؛ مما يعني وجود فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث في درجة تأثرهم بعد قراءتهم للأخبار المتعلقة بالمعلومات المتعلقة بأزمة كورونا على موقع الفيس بوك. كما تتفق هذه النتيجة مع دراسة (تقوى آدم حسن ادم ومعاوية مصطفى بابكر، 2019)⁽⁵⁰⁾ التي استهدفت معرفة الدور الاتصالي للعلاقات العامة في تعزيز برامج الصحة للتعرف على الدور الذي تؤديه إدارة تعزيز الصحة في التوعية الصحية بولاية القضايف، وتوصلت في نتائجها إلى أن برامج التوعية الصحية أسهمت في تغيير نمط سلوك المتلقي إلى سلوك صحي سليم، وأن المحطات الإذاعية من أكثر الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة لتنفيذ البرامج الصحية بنسبة بلغت 96%. وأن أكثر الوسائل الصحية التي يستقبلها المجتمع هي الرسائل الصحية المتعلقة بصحة البيئة.

- الخطوات التي يتبعها المبحوثون إذا شعروا بصدق خبر يتم نشره على مواقع التواصل الاجتماعي حول أزمة جائحة كورونا:

جدول (17)

الخطوات التي يتبعها المبحوثون إذا شعروا بصدق خبر يتم نشره على مواقع التواصل الاجتماعي حول أزمة جائحة كورونا

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادراً		أحياناً		دائمًا		العبارة
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	81.7	.647	2.45	8.5	34	38.3	153	53.3	213	أنتبادل الرأي مع أسرتي ومعارفي عن أزمة جائحة كورونا.
2	78.7	.672	2.36	11.0	44	41.8	167	47.3	189	أنتبادل الرأي مع زملائي في العمل عن أزمة جائحة كورونا.
3	78.0	.674	2.34	11.5	46	43.3	173	45.3	181	أنتبادل الرأي حول تلك القضية مع أسرتي عن أزمة جائحة كورونا.
4	75.7	.747	2.27	18.0	72	37.3	149	44.8	179	أبحث عن مصادر إعلامية أخرى للمزيد من التفاصيل حول الحدث عن أزمة جائحة كورونا.
5	68.7	.790	2.06	28.5	114	37.5	150	34.0	136	أقوم بمشاركة هذا المحتوى مع أصدقائي على مواقع التواصل الاجتماعي sharing عن أزمة جائحة كورونا.
6	60.3	.760	1.81	40.3	161	38.8	155	21.0	84	لا أقوم بشيء أو فعل محدد.
7	58.3	.758	1.75	44.3	177	36.5	146	19.3	77	لا أقوم بشيء أو فعل محدد عن أزمة جائحة كورونا.
8	53.0	.740	1.59	56.0	224	28.8	115	15.3	61	محاولة الاتصال بالقناة للإشادة بدقة ومصداقية هذا المحتوى عن أزمة جائحة كورونا.

تشير بيانات الجدول السابق إلى الخطوات التي يتبعها المبحوثون إذا شعروا بصدق خبر يتم نشره على مواقع التواصل الاجتماعي حول أزمة جائحة كورونا؛ فذكروا "أنتبادل الرأي مع أسرتي ومعارفي عن أزمة جائحة كورونا" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (81,7%)، ثم "أنتبادل الرأي مع زملائي في العمل عن أزمة جائحة كورونا" بوزن نسبي (78,7%)، وأخيرًا "محاولة الاتصال بالقناة للإشادة بدقة ومصداقية هذا المحتوى عن أزمة جائحة كورونا" بوزن نسبي (53%). وتتسق هذه النتيجة مع دراسة (Baijing Hu & Di Zhang, 2014)⁽⁵¹⁾ التي هدفت إلى تحديد المصادر التي اعتمد عليها المواطنون في الصين لمتابعة انتشار أنفلونزا H1N1، وأكدت اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام لأن الأهل والأصدقاء من غير المحتمل أن يقدموا معلومات موثوقة أو معرفة بمرض غير معروف.

جدول (18)

المقياس العام حول الخطوات التي يتبعها المبحوثون إذا شعروا بصدق خبر يتم نشره على مواقع التواصل الاجتماعي حول أزمة جائحة كورونا

الإجمالي		الإناث		الذكور		المقياس العام حول الخطوات التي يتبعها المبحوثون إذا شعروا بصدق خبر يتم نشره على مواقع التواصل الاجتماعي حول أزمة جائحة كورونا
%	ك	%	ك	%	ك	
20	80	26	52	14	28	محدودة
54.5	218	54.5	109	54.5	109	متوسطة
25.5	102	19.5	39	31.5	63	متعددة
100	400	100	200	100	200	الإجمالي

تكشف البيانات السابق عرضها عن المقياس العام حول الخطوات التي يتبعها المبحوثون إذا شعروا بصدق خبر يتم نشره على مواقع التواصل الاجتماعي حول أزمة جائحة كورونا؛ فكانت الخطوات "متوسطة" بنسبة (54,5%)، منها (54,5%) للذكور، و(54,5%) للإناث، ثم "متعددة" بنسبة (25,5%)، منها (31,5%) للذكور، و(19,5%) للإناث، وأخيراً "محدودة" بنسبة (20%)، منها (14%) للذكور، و(26%) للإناث. ويوضح ذلك أن النسبة الغالبة من أفراد عينة الدراسة يتصرفون بشكل إيجابي عند التعامل مع الأخبار التي يتشككون في مصداقيتها، فيبحثون عن مصادر إعلامية أخرى لجمع المعلومات الصحية الصحيحة حول الأزمة والتحرري منها.

- الخطوات التي يتبعها المبحوثون تجاه مواقع التواصل الاجتماعي التي تنشر أخبارا عن المعلومات الصحية حول أزمة جائحة كورونا:

جدول (19)

الخطوات التي يتبعها المبحوثون تجاه مواقع التواصل الاجتماعي التي تنشر أخبارا عن المعلومات الصحية حول أزمة جائحة كورونا

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	نادراً		أحياناً		دائماً		العبارة
				%	ك	%	ك	%	ك	
1	80.3	.692	2.41	11.8	47	35.3	141	53.0	212	-أبحث عن مصادر إعلامية أخرى عن معلومات صحية صحيحة لأزمة جائحة كورونا.
2	78.7	.776	2.36	18.5	74	26.8	107	54.8	219	-انقطع نهائياً عن تصفح الصفحة إذا اكتشفت عدم مصداقيتها عن أزمة جائحة كورونا.
3	73.7	.740	2.21	19.0	76	41.0	164	40.0	160	-أحذر الآخرين من معارفي وأصدقائي من تصديق هذه الصفحة عن أزمة جائحة كورونا.
4	63.0	.811	1.89	39.3	157	33.0	132	27.8	111	-أشارك بالتعليق على أخبار الصفحة وبرز عدم صحتها عن أزمة جائحة كورونا.
5	60.0	.774	1.80	41.5	166	36.5	146	22.0	88	-لا أقوم بشيء أو فعل محدد عن أزمة جائحة كورونا.

دور شبكات التواصل في تحقيق تكيف أفراد الجمهور المصري مع الحجر الصحي خلال أزمة كوفيد 19

6	59.3	.811	1.78	46.3	185	29.5	118	24.3	97	-إبلاغ إدارة موقع التواصل الاجتماعي بانتهاك هذه الصفحة لسياسات الموقع عبر خاصية report عن أزمة جائحة كورونا.
7	57.0	.829	1.71	52.8	211	23.3	93	24.0	96	-استمر في تصفح الصفحة حتى لو اكتشفت عدم مصداقيتها عن أزمة جائحة كورونا.
8	55.7	.802	1.67	54.3	217	24.8	99	21.0	84	-أرسل استفسارًا للقائمين على إدارة الصفحة حول مشكلات عدم تحري الدقة وغياب المصداقية لديهم عن أزمة جائحة كورونا.

تشير بيانات الجدول السابق إلى الخطوات التي يتبعها المبحوثون تجاه مواقع التواصل الاجتماعي التي تنشر أخبارا عن المعلومات الصحية حول أزمة جائحة كورونا؛ فذكروا "أبحث عن مصادر إعلامية أخرى عن معلومات صحية صحيحة لأزمة جائحة كورونا" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (80,3%)، ثم "أنقطع نهائيًا عن تصفح الصفحة إذا اكتشفت عدم مصداقيتها عن أزمة جائحة كورونا" بوزن نسبي (78,7%)، وأخيرًا "أرسل استفسارًا للقائمين على إدارة الصفحة حول مشكلات عدم تحري الدقة وغياب المصداقية لديهم عن أزمة جائحة كورونا" بوزن نسبي (55,7%). ويتسق ذلك مع ماشهدته الفترة محل الدراسة من تبادل للرسائل الإلكترونية بكافة أشكالها ومشاركتها عبر المجموعات المختلفة، حيث شملت الرسائل المكتوبة والرسائل الصوتية، إلا أن الباحثة تشير هنا إلى مشكلة عدم المصداقية التي ظهرت نتيجة إرسال عديد من البيانات من مصادر مجهلة، الأمر الذي أدى إلى انتشار الشائعات.

جدول (20)

المقياس العام حول الخطوات التي يتبعها المبحوثون تجاه مواقع التواصل الاجتماعي التي تنشر أخبارا عن المعلومات الصحية حول أزمة جائحة كورونا

الإجمالي		الإناث		الذكور		المقياس العام حول الخطوات التي يتبعها المبحوثون تجاه مواقع التواصل الاجتماعي التي تنشر أخبارا عن المعلومات الصحية حول أزمة جائحة كورونا
%	ك	%	ك	%	ك	
27.5	110	34.5	69	20.5	41	محدودة
52.5	210	52	104	53	106	متوسطة
20	80	13.5	27	26.5	53	متعددة
100	400	100	200	100	200	الإجمالي
كفا: 1.225 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.542 غير دال						

تكشف البيانات السابق عرضها عن المقياس العام حول الخطوات التي يتبعها المبحوثون تجاه مواقع التواصل الاجتماعي التي تنشر أخبارا عن المعلومات الصحية حول أزمة جائحة كورونا؛ فكانت الخطوات "متوسطة" بنسبة (52,5%)، منها (53%) للذكور، و(52%) للإناث، ثم "محدودة" بنسبة (27,5%)، منها (20,5%)

للذكور، و(34,5%) للإناث، وأخيرًا "متعددة" بنسبة (20%)، منها (26,5%) للذكور، و(13,5%) للإناث. وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كا (1.225)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.542)؛ مما يعني عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالخطوات التي يتبعونها تجاه مواقع التواصل الاجتماعي التي تنشر أخبارا عن المعلومات الصحية حول أزمة جائحة كورونا.

- الأسباب التي تجعل المبحوثين يثقون في محتوى الأخبار للمعلومات الصحية عن أزمة كورونا التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابعونها:

جدول (21)

الأسباب التي تجعل المبحوثين يثقون في محتوى الأخبار للمعلومات الصحية عن أزمة كورونا التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابعونها

الترتيب	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أوافق		إلى حد ما		موافق		العبارة
				ك	%	ك	%	ك	%	
1	89.3	.468	2.68	-	-	32.3	129	67.8	271	-التزام الصفحة بسياسة واضحة لأخلاقيات النشر والتعليق بها.
2	88.0	.480	2.64	-	-	35.8	143	64.3	257	-الكشف عن هوية الصفحة وأهدافها.
3	87.3	.487	2.62	-	-	38.3	153	61.8	247	-تصفح تعليقات القراء الآخرين حول ما ينشر.
4	86.7	.491	2.60	-	-	40.3	161	59.8	239	-ارتفاع أعداد المعجبين أو المتابعين للصفحة fans
5	86.3	.492	2.59	-	-	40.8	163	59.3	237	-تحديث الصفحة للمعلومات الصحية عن أزمة جائحة كورونا باستمرار.
6	86.0	.495	2.58	-	-	42.5	170	57.5	230	-توظيف الصفحة للوسائط المتعددة مثل الصور والصوت وملفات الفيديو
7	85.7	.496	2.57	-	-	43.5	174	56.5	226	-وجود أصدقاء مشتركين لدي يبدون إعجابهم بالصفحة.

تشير بيانات الجدول السابق إلى الأسباب التي تجعل المبحوثين يثقون في محتوى الأخبار للمعلومات الصحية عن أزمة كورونا التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابعونها؛ فذكروا "التزام الصفحة بسياسة واضحة لأخلاقيات النشر والتعليق بها" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (89,3%)، ثم "الكشف عن هوية الصفحة وأهدافها" بوزن نسبي (88%)، وأخيرًا "وجود أصدقاء مشتركين لدي يبدون إعجابهم بالصفحة" بوزن نسبي (85,7%).

جدول (22)

المقياس العام حول الأسباب التي تجعل المبحوثين يثقون في محتوى الأخبار للمعلومات الصحية عن أزمة كورونا التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابعونها

الإجمالي		الإناث		الذكور		المقياس العام حول الأسباب التي تجعل المبحوثين يثقون في محتوى الأخبار للمعلومات الصحية عن أزمة كورونا التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابعونها
%	ك	%	ك	%	ك	
25.5	102	25	50	26	52	متوسطة
74.5	298	75	150	74	148	متعددة
100	400	100	200	100	200	الإجمالي
كاف: 1.807 درجة الحرية: 2 مستوى المعنوية: 0.405 غير دال						

تكشف البيانات السابق عرضها عن المقياس العام حول الأسباب التي تجعل المبحوثين يثقون في محتوى الأخبار للمعلومات الصحية عن أزمة كورونا التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابعونها؛ فكانت الأسباب "متعددة" بنسبة (74,5%)، منها (74%) للذكور، و(75%) للإناث، ثم "متوسطة" بنسبة (25,5%)، منها (26%) للذكور، و(25%) للإناث. وتتسق هذه البيانات مع المؤشرات الموضحة أسفل الجدول، حيث تبلغ قيمة كاف (1.807)، عند درجة حرية (2)، ومستوى معنوية (0.405)؛ مما يعني عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالأسباب التي تجعلهم يثقون في محتوى الأخبار للمعلومات الصحية عن أزمة كورونا التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابعونها.

- السلبيات التي تقلل من دور مواقع التواصل الاجتماعي لنقل المعلومات الصحية في أثناء الأزمات:

جدول (23)

السلبيات التي تقلل من دور مواقع التواصل الاجتماعي لنقل المعلومات الصحية في أثناء الأزمات

الإجمالي		السلبيات التي تقلل من دور مواقع التواصل الاجتماعي لنقل المعلومات الصحية في أثناء الأزمات
%	ك	
30.0	90	تقوم بنشر الشائعات والمعلومات الكاذبة التي لا تتمتع بالمصداقية
26.7	80	تسمح للجميع بنشر المعلومات والآراء دون وجود أساس طبي أو منطقي
13.3	40	تهتم بالسرعة في نشر الخبر قبل التأكد منه
8.3	25	عدم دعم الأخبار بالأرقام والإحصائيات
6.7	20	تقوم هذه المواقع بخدمة أغراض سياسية
6.7	20	تقوم بنشر المعلومات المتضاربة بما يحدث بليلة في الرأي العام
3.3	10	تهتم بتكرار الأخبار بشكل مبالغ فيه
3.3	10	نشر الطاقة السلبية للجمهور
1.7	5	تعزل الأسرة عن بعضها
100.0	300	الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق السلبيات التي تقلل من دور مواقع التواصل الاجتماعي لنقل المعلومات الصحية في أثناء الأزمات من وجهة نظر أفراد العينة؛ فذكروا في المقدمة "تقوم بنشر الشائعات والمعلومات الكاذبة التي لا تتمتع بالمصداقية"

بنسبة (30%)، ثم "تسمح للجميع بنشر المعلومات والآراء دون وجود أساس طبي أو منطقي" بنسبة (26.7%)، وأخيرًا "تعزل الأسرة عن بعضها" بنسبة (1.7%).

- مقترحات المبحوثين حول تطوير دور شبكات التواصل في أثناء الأزمات:

جدول (24)

مقترحات المبحوثين حول تطوير دور شبكات التواصل في أثناء الأزمات

الإجمالي		المقترحات
%	ك	
47,5	190	الاهتمام بالتوعية الشخصية للمستخدمين من خلال البحث عن دقة أي خبر وعدم القيام بالنشر أو المشاركة قبل التحقق من صحته
22,5	90	إثبات ملكية جميع الصفحات والتأكد من صحة المعلومات المنشورة بها
12,5	50	استخدام الفيديوهات لمصادر موثوقة والالتزام بالمعلومات الموثقة مع الاستشهاد بالإحصاءات
10	40	السرعة في نشر الخبر مع التأكد منه
7,5	30	إنشاء صفحات طبية متخصصة يقوم بالإشراف عليها أطباء ينشرون وجهة النظر الطبية والآراء السليمة
100	400	الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق مقترحات المبحوثين حول تطوير دور شبكات التواصل في أثناء الأزمات؛ فذكروا في المقدمة "الاهتمام بالتوعية الشخصية للمستخدمين من خلال البحث عن دقة أي خبر وعدم القيام بالنشر أو المشاركة قبل التحقق من صحته" بنسبة (47,5%)، ثم "إثبات ملكية جميع الصفحات والتأكد من صحة المعلومات المنشورة بها" بنسبة (22,5%)، وأخيرًا "إنشاء صفحات طبية متخصصة يقوم بالإشراف عليها أطباء ينشرون وجهة النظر الطبية والآراء السليمة" بنسبة (7,5%).

ثانيًا: التحقق من صحة الفروض

خرجت الباحثة بمجموعة كبيرة من النتائج التي أدت إلى التحقق من صحة فروض الدراسة، وذلك على النحو التالي:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أخبار كورونا ورأيهم في تأثير الفيسبوك على علاقاتهم الأسرية

جدول (25)

بين مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أخبار كورونا ورأيهم في تأثير الفيسبوك على علاقاتهم الأسرية

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أخبار كورونا
دال	0.000	**0.565	تأثير الفيسبوك على علاقاتهم الأسرية
	400		إجمالي العينة (ن)

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أخبار كورونا وأربهم في تأثير الفيسبوك على علاقاتهم الأسرية، حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.565^{**})، عند مستوى معنوية (0.000)؛ مما يوضح أنه كلما ارتفع مدى استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أخبار كورونا، كان أربهم إيجابياً في تأثير الفيسبوك على علاقاتهم الأسرية.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتقاد الباحثين بتأثير استخدامهم للفيس بوك على علاقاتهم الأسرية خلال فترة الحظر وتقييمهم لتواجدهم خلال هذه الفترة على صفحات الفيس بوك

جدول (26)

العلاقة بين مدى اعتقاد الباحثين بتأثير استخدامهم للفيس بوك على علاقاتهم الأسرية خلال فترة الحظر وتقييمهم لتواجدهم خلال هذه الفترة على صفحات الفيس بوك

صفحات الفيس بوك

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	اعتقاد الباحثين بتأثير استخدامهم للفيس بوك على علاقاتهم الأسرية خلال فترة الحظر وتقييمهم لتواجدهم خلال هذه الفترة على صفحات الفيس بوك
دال	0.000	0.227^{**}	إجمالي العينة (ن) 400

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتقاد الباحثين بتأثير استخدامهم للفيس بوك على علاقاتهم الأسرية خلال فترة الحظر وتقييمهم لتواجدهم خلال هذه الفترة على صفحات الفيس بوك، حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.227^{**})، عند مستوى معنوية (0.000)؛ مما يوضح أنه كلما ارتفع مدى اعتقاد الباحثين بتأثير استخدامهم للفيس بوك على علاقاتهم الأسرية خلال فترة الحظر، ارتفع تقييمهم الإيجابي لتواجدهم خلال هذه الفترة على صفحات الفيس بوك.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام الباحثين للفيس بوك للبحث عن الأخبار والمعلومات في أثناء العزل أو الحظر ودرجة تأثرهم بعد قراءتهم للأخبار المتعلقة بالمعلومات المتعلقة بأزمة كورونا على موقع الفيس بوك.

جدول (27)

العلاقة بين استخدام الباحثين للفيس بوك للبحث عن الأخبار والمعلومات في أثناء العزل أو الحظر ودرجة تأثرهم بعد قراءتهم للأخبار المتعلقة بالمعلومات المتعلقة بأزمة كورونا على موقع الفيس بوك

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	استخدام الباحثين للفيس بوك للبحث عن الأخبار والمعلومات في أثناء العزل أو الحظر ودرجة تأثرهم بعد قراءتهم للأخبار المتعلقة بالمعلومات المتعلقة بأزمة كورونا على موقع الفيس بوك
دال	0.000	0.294^{**}	إجمالي العينة (ن) 400

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المبحوثين للفيس بوك للبحث عن الأخبار والمعلومات في أثناء العزل أو الحظر ودرجة تأثرهم بعد قراءتهم للأخبار المتعلقة بالمعلومات المتعلقة بأزمة كورونا على موقع الفيس بوك، حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.294^{**})، عند مستوى معنوية (0.000)؛ مما يوضح أنه كلما ارتفع استخدام المبحوثين للفيس بوك للبحث عن الأخبار والمعلومات في أثناء العزل أو الحظر، ارتفعت درجة تأثرهم بعد قراءتهم للأخبار المتعلقة بالمعلومات المتعلقة بأزمة كورونا على موقع الفيس بوك. وتتسق هذه النتيجة مع دراسة (نورة حمدي محمد أبو سنة، 2015) (52) التي هدفت إلى التعرف على العلاقة بين مستوى المعرفة بمرض كورونا لدى الجمهور السعودي وتعرضه للصحف الورقية والإلكترونية، ودرجة الاختلافات المعرفية لدى فئات هذا الجمهور طبقاً للمتغيرات الديموجرافية المختلفة، وتوصلت إلى قوة العلاقة بين مستوى المعرفة بمرض كورونا لدى الجمهور السعودي وتعرضه للصحف الورقية والإلكترونية

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في أثناء جائحة كورونا والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاستخدام.

جدول (28)

بين استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في أثناء جائحة كورونا والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاستخدام

الدلالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء جائحة كورونا
			التأثيرات
دال	0.000	0.431^{**}	التأثيرات المعرفية
دال	0.000	0.179^{**}	التأثيرات الوجدانية
دال	0.000	0.294^{**}	التأثيرات السلوكية
400			إجمالي العينة (ن)

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في أثناء جائحة كورونا والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاستخدام؛ فيما يتعلق بالتأثيرات المعرفية، تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.431^{**})، عند مستوى معنوية (0.000)، وحول التأثيرات الوجدانية، تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.179^{**})، عند مستوى معنوية (0.000)، وحول التأثيرات السلوكية، تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.294^{**})، عند مستوى معنوية (0.000)، مما يوضح أنه كلما ارتفعت درجة استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر

للمعلومات في أثناء جائحة كورونا، تعددت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاستخدام. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (نورة حمدي محمد أبو سنة، 2015) (53) التي أكدت قوة العلاقة بين مستوى المعرفة بمرض كورونا لدى الجمهور السعودي وتعرضه للصحف الورقية والإلكترونية. وبذلك توضح الباحثة حصول التأثيرات المعرفية والسلوكية على قيمة ارتباط أعلى لدى الجمهور، مقارنة بالتأثيرات الوجدانية بما يتوافق مع طبيعة الأزمة وما تمثله من تهديد وخطر يدفع المستخدمين إلى البحث عن المعلومات بشكل أساسي، ثم انتهاج السلوكيات المُرشحة كاتخاذ الإجراءات الاحترازية والوقائية.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة تأثير المبحوثين بعد قراءتهم للأخبار المتعلقة بالمعلومات المتعلقة بأزمة كورونا على موقع الفيس بوك والأسباب التي تجعلهم يثقون في محتوى الأخبار للمعلومات الصحية عن أزمة كورونا التي تنشرها مواقع التواصل.

جدول (29)

العلاقة بين درجة تأثير المبحوثين بعد قراءتهم للأخبار المتعلقة بالمعلومات المتعلقة بأزمة كورونا على موقع الفيس بوك والأسباب التي تجعلهم يثقون في محتوى الأخبار للمعلومات الصحية عن أزمة كورونا التي تنشرها مواقع التواصل

الدالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	تأثير المبحوثين بعد قراءتهم للأخبار المتعلقة بالمعلومات المتعلقة بأزمة كورونا على موقع الفيس بوك
دال	0.000	**0.431	والأسباب التي تجعلهم يثقون في محتوى الأخبار للمعلومات الصحية عن أزمة كورونا التي تنشرها مواقع التواصل
400			إجمالي العينة (ن)

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة تأثير المبحوثين بعد قراءتهم للأخبار المتعلقة بالمعلومات المتعلقة بأزمة كورونا على موقع الفيس بوك والأسباب التي تجعلهم يثقون في محتوى الأخبار للمعلومات الصحية عن أزمة كورونا التي تنشرها مواقع التواصل، حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (**0.431)، عند مستوى معنوية (0.000)؛ مما يوضح أنه كلما ارتفعت درجة تأثير المبحوثين بعد قراءتهم للأخبار المتعلقة بالمعلومات المتعلقة بأزمة كورونا على موقع الفيس بوك، تعددت الأسباب التي تجعلهم يثقون في محتوى الأخبار للمعلومات الصحية عن أزمة كورونا التي تنشرها مواقع التواصل.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أخبار كورونا والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في النوع – السن – الدخل – المستوى التعليمي

جدول (30)

بين استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أخبار كورونا والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في النوع – السن – الدخل – المستوى التعليمي

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أخبار كورونا	
مستوى المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				المتغيرات الديموجرافية	
0.000 دال	398	ت= 3.536	.530	1.27	200	ذكور	النوع
			.626	1.48	200	إناث	
0.186 غير دال	3 396	ف= 1.614	.659	1.46	110	من 18 سنة إلى 30 سنة	السن
			.529	1.33	174	من 31 سنة إلى 40 سنة	
			.589	1.35	103	من 41 سنة إلى 50 سنة	
			.660	1.54	13	من 51 سنة فأكثر	
			.588	1.38	400	الإجمالي	
0.000 دال	2 397	ف= 9.562	.756	2.29	7	حاصل علي مؤهل متوسط أو ثانوي	المستوى التعليمي
			.589	1.39	259	حاصل علي مؤهل جامعي	
			.540	1.31	134	حاصل علي دراسات عليا "دبلوم – ماجستير – دكتوراه"	
			.588	1.38	400	الإجمالي	
0.000 دال	3 396	ف= 10.237	.716	1.64	80	أقل من 3000 جنية	الدخل الشهري لك
			.581	1.40	167	من 3000 الي 7000 جنية	
			.407	1.17	88	من 7000 الي 10000 جنية	
			.516	1.28	65	أكثر من 10000 جنية	
			.588	1.38	400	الإجمالي	

توضح بيانات الجدول السابق مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أخبار كورونا والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في النوع – السن – الدخل – المستوى التعليمي؛ حول النوع، بلغت قيمة ت (3.536)، عند مستوى معنوية (0.000)، وكانت الفروق لصالح الإناث ثم الذكور، وحول العمر، بلغت قيمة ف (1.614)، عند مستوى معنوية (0.186). وفيما يتعلق بالمستوى التعليمي، بلغت قيمة ف (9.562)، عند مستوى معنوية (0.000)، وكانت الفروق لصالح الحاصلين على مؤهل متوسط، ثم الحاصلين على مؤهل داعمي، وأخيرًا الحاصلين على دراسات عليا. وحول الدخل الشهري، بلغت قيمة ف (10.237)، عند مستوى معنوية (0.000)، وكانت الفروق لصالح ذوي الدخل الأقل من 3000 ج، ثم من يتراوح دخلهم بين 3000 و7000 ج، وأخيرًا من يتراوح دخلهم بين 7000 و1000 ج. وبذلك يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أخبار كورونا والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في النوع – الدخل – المستوى التعليمي،

في حين لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أخبار كورونا والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في السن.

خاتمة الدراسة:

استهدفت الدراسة البحث في دور شبكات التواصل في تحقيق تكيف أفراد الجمهور المصري مع الحجر الصحي خلال أزمة كوفيد 19, من خلال دراسة للاستخدامات والتأثيرات خلال فترة الحظر, وتوصلت في أهم نتائجها إلى ما يلي:

يختلف مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة أخبار كورونا؛ فذكروا "دائمًا" بنسبة (67,8%)، منهم (76,5%) للذكور، و(59%) للإناث، ثم "أحيانًا" بنسبة (26,8%)، منهم (19,5%) للذكور، و(34%) للإناث، وأخيرًا "نادرًا" بنسبة (5,5%)، منهم (19,5%) للذكور، و(34%) للإناث. مما يوضح اعتماد الجمهور في جميع الأحوال على شبكة الانترنت في كافة مجالات المعرفة والتفسير والترفيه، حيث تتمتع الإنترنت بخصائص مختلفة تميزها عن كافة الوسائل الأخرى سواء المقروءة أو المسموعة أو المرئية، ويؤكد ذلك الشعبية الكبيرة لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث ينظر إليها أفراد الجمهور على أنها مصدر للمعلومات وكذلك وسيلة للترفيه أو قضاء وقت الفراغ، مما دفعهم نحو الاعتماد عليها بشكل أساسي في الحصول على المعلومات بشأن الوباء العالمي. ويتمتع موقع الفيسبوك بشكل خاص بشعبية وشهرة كبيرة، كما يتميز بسهولة استخدامه، مما يؤدي إلى إقبال مزيد من المصريين على استخدامه، خاصة مع توافر استخدام الهواتف الذكية.

يختلف مدى قضاء المبحوثين جزء من الوقت في العزل الصحي بسبب فيروس كورونا؛ فذكروا "لا" بنسبة (71,8%)، منهم (69,5%) للذكور، و(74%) للإناث، ثم "نعم" بنسبة (28,3%)، منهم (30,5%) للذكور، و(26%) للإناث. كما تختلف مدة انعزال المبحوثين؛ فذكروا "من أسبوع لأسبوعين" بنسبة (31,9%)، منهم (33,3%) للذكور، و(30,2%) للإناث، ثم "من أسبوعين لشهر" بنسبة (27,4%)، منهم (28,3%) للذكور، و(26,4%) للإناث، وأخيرًا "أقل من أسبوعين" بنسبة (17,7%)، منهم (20%) للذكور، و(15,1%) للإناث.

تختلف التأثيرات المعرفية الناتجة عن استخدام موقع الفيسبوك؛ يتصدرها "تكوين رؤية شاملة حول الأحداث الجارية للمعلومات المتعلقة بأزمة كورونا" بوزن نسبي (86%)، ثم "تظهر لي أسلوب تفكير الآخرين في المعلومات المتعلقة بأزمة كورونا التي أتابعها" بوزن نسبي (78,7%)، وأخيرًا "معرفة أساليب العزل المنزلي" بوزن نسبي (66,3%). وكذلك التأثيرات الوجدانية الناتجة عن استخدام موقع الفيسبوك؛ يتصدرها "الشعور بعدم الوحدة في أثناء فترة الحظر أو الانعزال"

بوزن نسبي (85,7%)، ثم "الشعور بالراحة والاطمئنان بسبب التفاعل مع الآخرين بشكل غير مباشر (وجهًا لوجه)" بوزن نسبي (85,3%)، وأخيرًا "الشعور بأن الوقت الذي استمر فيه على الفيس بوك غير مهدر دون جدوى" بوزن نسبي (67%). وتتعدد أيضًا التأثيرات السلوكية الناتجة عن استخدام موقع الفيسبوك؛ يتصدرها "جعلني اهتم دائمًا بمتابعة آخر ما يطرأ من تطورات" و"زيادة ممارستي للإقناع ونجاحي في إقناع عديد من المتفاعلين معي بما أقدمه من آراء خلال المشاركة في المناقشات مع الآخرين عن فيروس كورونا" بوزن نسبي (86,7%)، ثم "أعاد موقع الفيس بوك شمل الأسرة المصرية بالتواصل غير المباشر في أثناء العزل والحظر" بوزن نسبي (85,7%)، وأخيرًا "جعلني أعبر عن آرائي وأفكاري حول المعلومات المقدمة عن أزمة كورونا التي أشرك في مناقشتها" بوزن نسبي (66,3%).

يختلف مدى اعتقاد الباحثين بأن استخدامهم للفيسبوك أثر على علاقاتهم الأسرية خلال فترة الحظر؛ فذكروا "ربما" في المقدمة بنسبة (39%)، منهم (37%) للذكور، و(41%) للإناث، ثم "لا" بنسبة (31,8%)، منهم (30,5%) للذكور، و(33%) للإناث، وأخيرًا "نعم" بنسبة (29,3%)، منهم (32,5%) للذكور، و(26%) للإناث. وترى الباحثة أن هذه النتيجة تعبر عن الترابط الكبير بين أفراد العينة خلال فترة الحظر بسبب وجودهم بالمنزل ومتابعتهم للمواقع الصحية التي أدت إلى زيادة وعيهم ومعرفتهم بالإجراءات الصحية السليمة، وهو ما يتسق مع الأهمية الكبيرة التي تتمتع بها تلك المواقع في المجتمع والدرجة المرتفعة التي تستحوذ بها على اهتمام الجمهور.

تتعدد الأفعال التي قام بها الباحثون خلال فترة الحظر؛ فذكروا "بحثت عن أخبار فيروس كورونا على الفيس بوك" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (83,3%)، ثم "كنت أسأل بشكل دائم عن الأهل والأصدقاء على الفيس بوك" بوزن نسبي (80,3%)، وأخيرًا "كنت أقوم بعمل فيديوهات وصور ساخرة كاريكاتيرية عن فيروس كورونا لامتناس القلق عندي وعند الأسرة" بوزن نسبي (49,7%). وترى الباحثة أن أهم ما يميز مواقع التواصل الاجتماعي قدرتها على تخطي حدود الزمان والمكان، وتوفير كافة المعلومات، مع تمتعها بسرعة فائقة، وقدرتها على استقطاب كافة الجماهير، وبذلك فإن هذه المواقع تتمتع بمكانة مميزة بين وسائل الإعلام الحالية، ونجحت في أن تكون المصدر الرئيسي للأخبار بالنسبة لوسائل الإعلام التقليدية، خاصة الصفحات الرسمية لمسئولي الدولة أو الفنانين ونجوم المجتمع.

تتعدد أسباب اختراق الباحثين للحظر؛ فذكروا "أسباب صحية مما اضطرني للذهاب للمستشفى" في المقدمة بنسبة (49%)، منهم (34,2%) للذكور، و(70%) للإناث، ثم "الشعوري بالملل" بنسبة (43,3%)، منهم (51,8%) للذكور، و(31,3%)

للإناث، وأخيرًا "للذهاب والجلوس مع الأهل والأصدقاء" بنسبة (24,2%)، منهم (21,1%) للذكور، و(28,8%) للإناث.

حول مدى استطاعة الفيس بوك تقديم الأخبار التي كان المبحوثون يبحثون عنها لمتابعة أخبار فيروس كورونا؛ ذكروا "نعم قدم الفيس بوك أخبارا مفيدة جدًا لي ولغيري" في المقدمة بنسبة (72,8%)، منهم (68%) للذكور، و(77,5%) للإناث، ثم "لا لم يقدم الفيس بوك أخبارا مفيدة" بنسبة (16%)، منهم (17%) للذكور، و(15%) للإناث، وأخيرًا "ليس لي رأي" بنسبة (11,3%)، منهم (15%) للذكور، و(7,5%) للإناث. ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء قدرة هذه الوسائل على توفير المعلومات حول مستجدات انتشار الوباء، وسيادة حالة من القلق والتخوف والقلق والذعر بسبب الفيروس المستجد، مما زاد من رغبة الجمهور في التعرف على المعلومات حول الفيروس وأعراضه وطرق انتقاله وإجراءات الوقاية منه والسلوكيات التي قد تؤدي إلى الإصابة به.

تختلف أسباب قيام المبحوثين باستخدام الفيس بوك للبحث عن الأخبار والمعلومات في أثناء العزل أو الحظر؛ فذكروا "لأنه نشر أخبارا محلية وعالمية عن أزمة كورونا" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (89%)، ثم "لأنني وجدت في العديد من الجروبات التي تم إنشائها خلال العزل الصحي وفترة الحظر ما يتوافق مع توجهاتي" بوزن نسبي (88,3%)، وأخيرًا "لقيامه بنشر الأخبار بشفاافية ومصداقية" بوزن نسبي (83,7%).

يختلف مدى تفاعل المبحوثين مع الآخرين حول المعلومات الصحية التابعة لأزمة كورونا "كوفيد 19" التي تشاركونها في مناقشتها على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي؛ فذكروا "أثريث قليلاً في الرد حتى يتم عرض المزيد من الآراء" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (73,7%)، ثم "أتحاور في الموضوعات الصحية الجديدة الخاصة بأزمة كورونا القابلة للنقاش والحوار" بوزن نسبي (72%)، وأخيرًا "أتحاور مع من يختلف معي في آرائه عن أزمة جائحة كورونا" بوزن نسبي (66%). ويتضح ارتفاع النسبة الخاصة بجميع العبارات التي تقيس تفاعل الجمهور حول المحتوى الخاص بفيروس كورونا حيث جاء الوزن النسبي لمعظمها أكثر من 50%، مما يؤكد اهتمام الجمهور بمحتوى فيروس كورونا بدرجة كبيرة على مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهاتف الذكي.

يختلف نوع التعليق الذي يكتبه المبحوثون غالباً على موقع الفيس بوك؛ فذكروا "أسأل سؤالاً أو استفساراً عن أزمة جائحة كورونا" في المقدمة بنسبة (41%)، منهم (45,5%) للذكور، و(36,5%) للإناث، ثم "تكتب رأيك وجهة نظرك الشخصية عن أزمة جائحة كورونا" بنسبة (40,8%)، منهم (41%) للذكور، و(40,5%)

للإناث, وأخيرًا "قد تسب وتستخدم ألفاظًا غير لائقة عن أزمة جائحة كورونا" بنسبة (2,3%)، منهم (4%) للذكور, و(0,5%) للإناث.

تختلف درجة تأثير المبحوثين بعد قراءتهم للأخبار المتعلقة بالمعلومات المتعلقة بأزمة كورونا على موقع الفيس بوك؛ فذكروا "أبحث عن الخبر في صفحة أخرى على مواقع التواصل الاجتماعي للتأكد من صحته عن أزمة جائحة كورونا" في المقدمة بنسبة (54,8%)، منهم (51%) للذكور, و(58,5%) للإناث, ثم "أصدق الخبر لأنني اختار الموقع المفضل لدي لقراءة الخبر عن أزمة جائحة كورونا" بنسبة (29%)، منهم (33,5%) للذكور, و(24,5%) للإناث, وأخيرًا "لا أصدق ولا أبحث" بنسبة (16,3%)، منهم (15,5%) للذكور, و(17%) للإناث.

تتعدد الخطوات التي يتبناها المبحوثون إذا شعروا بصدق خبر يتم نشره على مواقع التواصل الاجتماعي حول أزمة جائحة كورونا؛ فذكروا "أبادل الرأي مع أسرتي ومعارفي عن أزمة جائحة كورونا" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (81,7%)، ثم "أبادل الرأي مع زملائي في العمل عن أزمة جائحة كورونا" بوزن نسبي (78,7%)، وأخيرًا "محاولة الاتصال بالقناة للإشادة بدقة ومصداقية هذا المحتوى عن أزمة جائحة كورونا" بوزن نسبي (53%). ويوضح ذلك أن النسبة الغالبة من أفراد عينة الدراسة يتصوِّفون بشكل إيجابي عند التعامل مع الأخبار التي يشككون في مصداقيتها، فيبحثون عن مصادر إعلامية أخرى لجمع المعلومات الصحية الصحيحة حول الأزمة والتجرب منها.

تتعدد الخطوات التي يتبناها المبحوثون تجاه مواقع التواصل الاجتماعي التي تنشر أخبارًا عن المعلومات الصحية حول أزمة جائحة كورونا؛ فذكروا "أبحث عن مصادر إعلامية أخرى عن معلومات صحية صحيحة لأزمة جائحة كورونا" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (80,3%)، ثم "أنقطع نهائيًا عن تصفح الصفحة إذا اكتشفت عدم مصداقيتها عن أزمة جائحة كورونا" بوزن نسبي (78,7%)، وأخيرًا "أرسل استفسارًا للقائمين على إدارة الصفحة حول مشكلات عدم تحري الدقة وغياب المصداقية لديهم عن أزمة جائحة كورونا" بوزن نسبي (55,7%). ويتسق ذلك مع ماشهدته هذه الفترة محل الدراسة من تبادل الرسائل بكافة أشكالها ومشاركتها عبر المجموعات المختلفة، حيث شملت الرسائل المكتوبة والرسائل الصوتية، إلا أن الباحثة تشير هنا إلى مشكلة عدم المصداقية التي ظهرت نتيجة إرسال عديد من البيانات من مصادر مجهلة، الأمر الذي أدى إلى انتشار الشائعات.

تتنوع الأسباب التي تجعل المبحوثين يثقون في محتوى الأخبار للمعلومات الصحية عن أزمة كورونا التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابعونها؛ فذكروا "التزام الصفحة بسياسة واضحة لأخلاقيات النشر والتعليق بها" في المرتبة الأولى بوزن نسبي (89,3%)، ثم "الكشف عن هوية الصفحة وأهدافها" بوزن نسبي

(88%)، وأخيرًا "وجود أصدقاء مشتركين لدي يبدون إعجابهم بالصفحة" بوزن نسبي (85,7%).

تتعدد السلبيات التي تقلل من دور مواقع التواصل الاجتماعي لنقل المعلومات الصحيحة في أثناء الأزمات من وجهة نظر أفراد العينة؛ فذكروا في المقدمة "تقوم بنشر الشائعات والمعلومات الكاذبة التي لا تتمتع بالمصداقية" بنسبة (47,5%)، ثم "تسمح للجميع بنشر المعلومات والآراء دون وجود أساس طبي أو منطقي" بنسبة (20%)، وأخيرًا "تعزل الأسرة عن بعضها" بنسبة (1,25%).

توصيات الدراسة ومقترحاتها:

1. الاهتمام بالتوعية الشخصية للمستخدمين من خلال البحث عن دقة أي خبر وعدم القيام بالنشر أو المشاركة قبل التحقق من صحته، فلا بد من وجود رقابة مستمرة على جميع الصفحات.
2. يجب إثبات ملكية جميع الصفحات والتأكد من صحة المعلومات المنشورة بها، ومنع وجود الصفحات التي تروج للأكاذيب، واتخاذ إجراءات أكثر صرامة تجاه المخالفين.
3. إنشاء صفحات طبية متخصصة يقوم بالإشراف عليها أطباء ينشرون وجهة النظر الطبية والآراء السليمة ويقدمون النصيحة ويردون على الاستشارات التي يطرحها القراء وأعضاء تلك الصفحات.
4. استخدام الفيديوهات لمصادر موثوقة والالتزام بالمعلومات الموثقة مع الاستشهاد بالإحصاءات.
5. الاعتماد على بيانات ومعلومات صحيحة، مع الالتزام بالسياسة الأخلاقية والأمانة والمصداقية فيما تنشره من أخبار..
6. التوثق من صحة المعلومات عن طريق تدعيمها بالصور ومقاطع الفيديو اللازمة، مع التحديث المستمر للمعلومات حول الأزمات، وعرض مقترحات من أجل تحقيق النقاش الحر حول الموضوعات التي تحيط بالمجتمع.
7. الاهتمام برفع الروح المعنوية لدى المواطنين من خلال تقديم النصائح والفيديوهات وتحقيق التفاعل الصحيح مع المواطنين في الميادين والشوارع والتحدث معهم عن الأمر ومعرفة ما يدور في خاطرهم وأفكارهم وإمكانية طرح الحلول والمقترحات لتخطي الأزمة، مع الاهتمام بالمستشفيات وعمل فيديوهات مع أفراد الجمهور.

8. يجب أن تتدخل الدولة من خلال نشر قنوات رسمية تابعة لها للنشر المعلومات الصحيحة.
9. يجب أن تقوم إدارة الفيسبوك بعمل خاصية ذاتية لمراجعة أي منشور أو محتوى يتم نشره، وحذف إذا تبين وجود أي خطأ فيه.
10. عدم نشر أي معلومه إلا بالإشارة إلى مرجعها الأساسي وتوثيق كل صفحة عامة على الفيس بوك بالرقم القومي للأدمن لتحميله المسؤولية القانونية الكاملة في حالة نشر معلومات مغلوطة.
11. إعداد استبيانات للتعرف على آراء الجمهور والعمل على تقديم حلول لتفادي المرض واستغلال الوقت في أثناء الجائحة وخلال فترة الحظر.
12. إطلاق منصة رسمية تابعة لمواقع التواصل الاجتماعي خاصة بالأزمات تكون مرجعًا موثقًا لا ينشر بها إلا من خلال أهل الاختصاص في كل أزمة تُستجد.
13. تنشيط دور المنظمات الاجتماعية، وتوفير تطبيقات ووسائل للتواصل تكون بسيطة التشغيل في استهلاك الإنترنت كي تناسب جميع الفئات وأفراد الأسرة.
14. نشر الوعي بضرورة تتبع الحالة النفسية لأفراد الأسرة عن طريق الحساب الشخصي لكل منهم وتحليل الحالة النفسية التي يتعرض لها كل منهم وتنبيه باقي أفراد الأسرة لتحقيق حالة من الدعم والمساندة.
15. إعداد فيديوهات تعليمية أسرية وتشجيع التفاعل الأسري مع مراعاة الخصوصية.
16. إعداد مجموعات للأسرة لعرض مشكلاتها ونشر القيم المرغوبة وتنظيم جلسات توعوية أسرية.
17. نشر الفيديوهات التي تشجع الأفراد على الالتزام بالوعي الصحي، ونشر معلومات عن تربية الأبناء واقتراح كتب في هذا المجال.

هوامش الدراسة:

- (1) فيسبوك تنصدر قائمة المستفيدين من جائحة كورونا وتحقق أرباحاً قياسية، اندبندنت عربية، بتاريخ 2020/7/31 متاح على موقع <https://www.independentarabia.com/node/139511>.
- (2) "كيف غير "كورونا" استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي؟"، مجلة أجيال الإلكترونية، بتاريخ 2020/8/19 متاح على موقع <https://www.ajeal.net/media/4116>.
- (3) فانتن أحمد السكافي، "تكيف الأسرة مع الحجر الصحي المنزلي في زمن فيروس كورونا"، مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، مركز جيل البحث العلمي، العدد 63، ابريل 2020، ص 9 - 30
- (4) سوسن عفيفي خالد أبو زيد، "اعتماد الأطفال على قنوات الطفل المتخصصة في تنمية الوعي الصحي لديهم"، 2019، مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج، كلية الآداب، العدد 53، الجزء 2، أكتوبر 2019، ص 299 - 322
- (5) ريم ابراهيم الخوالدة، "دور التلفزيون الأردني في زيادة المعرفة الصحية لدى المشاهدين"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2019، الأردن، ص 1 - 79.
- (6) عمران عبدالقادر محمد ملحم، "مستوى الوعي الصحي لدى طلبة جامعة مؤتة"، 2019، الجامعة الأردنية - عمادة البحث العلمي، دراسات - العلوم التربوية، مج 46، ملحق، الأردن، ص 603 - 609
- (7) محمد امين حسن عثمان، أميرة محمد محمود شاهين، نوال أحمد ابراهيم نصر، "تفعيل التربية الصحية في مدارس التعليم الأساسي بمصر على ضوء خبرة الولايات المتحدة الأمريكية"، مجلة البحث العلمي في التربية، جامعة عين شمس - كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، 20ع، ج 6، مصر، ص 85 - 115.
- (8) أروى عبدالله أحمد فارح، "مستوى السلوك الصحي لدى أعضاء هيئة التدريس بجامعة العلوم والتكنولوجيا اليمنية في ضوء بعض المتغيرات"، 2019، مجلة الدراسات الاجتماعية، جامعة العلوم والتكنولوجيا، مج 25، ع 2، اليمن يونيو 2019، ص 51 - 73
- (9) هاجد بن عبد الهاد العتيبي، "دور جامعة الملك سعود في مواجهة الآثار الصحية والنفسية للادمان لدى طلابها"، 2019، مجلة البحث العلمي في التربية، جامعة عين شمس، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، عدد 20، الجزء 10، ص 43 - 76
- (10) تقوى ادم حسن ادم، معاوية مصطفى بابكر، "توظيف وسائل الاتصال في التوعية الصحية - دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على ادارة تعزيز الصحة ولاية القضايف في الفترة من 2018 - 2019"، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، مجلد 20، العدد 2، ديسمبر 2019، ص 123 - 140.
- (11) خالد فيصل الفرهم، "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، العدد 14، مارس 2017، مصر، ص 205 - 225
- (12) عبدالدائم عمر الحسن، "دور وسائل الإعلام في التوعية بمخاطر تعاطي وإدمان المخدرات: دراسة وصفية مسحية"، 2016، مجلة علوم الاتصال، جامعة أم درمان الإسلامية - كلية الإعلام، العدد 1، يونيو 2016، السودان، ص 5 - 62.

- (13) Nikolina Ljepava and others, "Personality and social characteristics of Facebook non-users and frequent users", **Computers in Human Behavior**, vol.29, p.1606, 2013.
- (14) Min-Woo Kwon and others, "Facebook Use and Social Capital: To Bond, To Bridge, or to Escape", **Bulletin of Science, Technology & Society**, vol.33, p.39, 2013.
- (15) Yi-Cheng Ku and others, "Why do users continue using social networking sites? An exploratory study of members in the United States and Taiwan", **Information & Management**, vol.50, p. 572, 2013.
- (16) A. Moreau et autres, "L'usage de Facebook et les enjeux de l'adolescence: une étude qualitative", **Neuropsychiatrie de l'enfance et de l'adolescence**, vol. 60, pp.429 - 434, 2012
- (17) Kim, Jungee,& Rubin, M.Alan, "The Variable Influence Of Audience Activity On Effect", *Communication Research, Sage Journals*, Vol 24, No2, 1997, PP: 107-135.
- (18) سارة محمود, "العوامل المؤثرة على استجابة الجمهور للإعلانات الدوائية بالفانتيات العربية- دراسة تحليلية وميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوان- كلية الآداب، 2013م، ص63.
- (19) صفا فوزى, "استخدام الأسر المصرية للمسلسلات العربية التي يعرضها التلفزيون المصري وتأثيراتها عليهم"، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2006، ص154.
- (20) Baran, J, Stanley& Davis, K, Dennis, "**Mass Communication Theory: Foundation**", Ferment And Future 3rd Edition, (Canada: Wads Worth), 2003, P:262.
- (21) مى أبو السعود, "تأثير التعرض لدراما السيت كوم في منظومة القيم لدى الجمهور المصري- دراسة تحليلية وميدانية"، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية الآداب، جامعة حلوان، 2014، ص53، 52.
- (22) Kim, Juneekge& Rubin, M, Alan., **Opcit**.
- (23) حسن عماد مكاوى، وليلى حسين السيد, "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، الدار المصرية اللبنانية، ط4، 2003، ص246، 247.
- (24) حسن عماد مكاوى، وليلى حسين السيد, مرجع سابق، ص408- 409.
- (25) محمد عبد الحميد, مرجع سابق، ص303، 302.
- (26) بسنت محمد عطية, "استخدامات الشباب الجامعي للدراما الأجنبية التي يعرضها التلفزيون المصري وعلاقتها بقيمهم المجتمعية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2011، ص69، 68.
- (27) ملفين ديفليير وساندرا بول روكنتش. ترجمة: كمال عبد الرؤوف, "نظريات وسائل الإعلام"، الدار الدولية للإستثمارات الثقافية، ط5، 2004، ص425.
- (28) محمد عبد الحميد, "نظريات الإعلام واتجاهات التأثير"، عالم الكتب، ط3، 2004، ص305.

- (29) (صفا فوزي, مرجع سابق، ص165.
- (30) أحمد عمر, "البحث العلمي: مفهومه وإجراءاته ومناهجه", جامعة قار يونس, بنغازي, 1994, ص94.
- (31) محمد عبد الحميد, "البحث العلمي في الدراسات الإعلامية", عالم الكتب, 2000, ص153.
- (32) عباس مصطفى صادق, "الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات", دار الشروق للنشر والطباعة, 2008, ص 218 .
- (33) Saffko, L., "The social media.(bible Hoboken New Jersey", John Wiley, 2010 Available:
<http://www.worldcat.org/title/social!media!bible!tactics!tools!and!strategies!for!business!success/oclc/696024631/viewport>
- (34) Danah m. Boyd, Nicole B. Ellison, "Social network sites; Definition , history and scholar ship", **Journal of computer mediated communication** , vol(13),issue (1) <http://icmc.indiana.edu/vol13issue1/boyd.ellison.html>
- (2) حنان صلاح عبد العليم, "التفاعلية في برامج الرأي بالقنوات الفضائية المصرية وعلاقتها بأداء القائم بالاتصال من وجهة نظر النخبة: دراسة تطبيقية", رسالة ماجستير غير منشورة, كلية الآداب, جامعة أسيوط 2012, ص42.
- (37) صلاح محمد عبد الحميد, الإعلام الجديد, ط1, مؤسسة طيبة, القاهرة, 2012, ص 206.
- (38) هاجد بن عبد الهاد العتيبي, "دور جامعة الملك سعود في مواجهة الآثار الصحية والنفسية للادمان لدى طلابها", مجلة البحث العلمي في التربية, جامعة عين شمس , كلية البنات للاداب والعلوم والتربية, عدد 20, الجزء 10, 2019, ص ص 43 - 76
- (39) Jad Melki & Claudia Kozman, "Media dependency, selective exposure and trust during war: Media sources and information needs of displaced and non-displaced Syrians", **Media, War & Conflict**, 2019 1-21, available at :
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1750635219861907>
- (40) Zixue Tai, and Tao Sun, "Media Dependencies in a Changing Media Environment: The Case of the 2003 SARS Epidemic in China", **New Media & Society**, 9(6), 2007 987-1009
Available at: <https://doi.org/10.1177/1461444807082691>
- (41) (نورة حمدي محمد أبو سنة, "علاقة التعرض للصحف السعودية الورقية والإلكترونية بمستوى المعرفة بمرض كورونا", مجلة البحوث الإعلامية, جامعة الأزهر, كلية الإعلام بالقاهرة, العدد 43, يناير 2015 , مصر, ص ص 85 – 166.
- (7) عزام علي عنانزة, مريم عدنان علي, "دور تلفزيون أبو ظبي في التنقيف الصحي للمرأة الإماراتية: دراسة ميدانية", حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية, جامعة الكويت, مجلس النشر العلمي, العدد: الحولية 39, الرسالة509, الكويت, ديسمبر 2018, ص ص 9 - 118
- (8) بلبلدية فتحة نور الهدى, "الإعلام المحلي المسموع ودوره في تنقيف وتنمية الوعي الصحي للجمهور المستمع", مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية, مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع, العدد ع13, الجزائر, 2018, ص ص 135 - 149

- (44) تقوى ادم حسن ادم، معاوية مصطفى بابكر، "توظيف وسائل الاتصال في التوعية الصحية – دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على ادارة تعزيز الصحة ولاية القضارف في الفترة من 2018 – 2019"، *مجلة العلوم الانسانية*، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، مجلد 20، العدد2، ديسمبر 2019، ص ص 123 – 140.
- (24) همت حسن عبدالمجيد، "الإنترنت وعلاقته بإدراك المراهقين للمخاطر الصحية في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد 28، أكتوبر- ديسمبر 2007.
- (46) ريم ابراهيم الخوالدة، "دور التلفزيون الاردني في زيادة المعرفة الصحية لدى المشاهدين"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، الاردن، ص ص 1 – 79.
- (16) عبدالجواد محمد، "تأثير التلفزيون والإنترنت على مستوى وعي الطالبات الجامعيات السعوديات حول مرض السمنة"، *المجلة الدولية للتنمية*، العدد 2، المجلد 1، 2012.
- (48) تقوى ادم حسن ادم، معاوية مصطفى بابكر، مرجع سابق.
- (49) Colin McInnes, "Old Wine in New Bottles? Use of Twitter by Established UK News Media during the 2014–15 West African Ebola Outbreak", *Social Media Use in Crisis and Risk Communication*, 2018, 135-154, available at : <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/978-1-78756-269-120181011/full/html>
- (50) تقوى ادم حسن ادم ومعاوية مصطفى بابكر، مرجع سابق.
- (51) Baijing Hu & Di Zhang, "Channel selection and knowledge acquisition during the 2009 Beijing H1N1 flu crisis: a media system dependency theory perspective", *Chinese Journal of Communication*, 7:3, 2014, 299-318, Available at: <http://dx.doi.org/10.1080/17544750.2014.926951>
- (52) نورة حمدي محمد أبو سنة، "علاقة التعرض للصحف السعودية الورقية والإلكترونية بمستوى المعرفة بمرض كورونا"، *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر، كلية الإعلام بالقاهرة، العدد 43، يناير 2015، مصر، ص ص 85 – 166.
- (53) نورة حمدي محمد أبو سنة، مرجع سابق.