

## دور الهاشتاقات المتداولة بمنصة تويتر في التأثير على الرأي العام خلال الأزمات الصحية: "هاشتاق #كوفيد\_19 نموذجًا"

د. إسراء عبد العزيز الزايد\*

### ملخص الدراسة:

يهدف هذا البحث في مشكلته الرئيسية إلى التعرف على دور هاشتاق # COVID-19 على قرار تلقي اللقاح، وتأثيره على الرأي العام خلال أزمة كوفيد 19، عن طريق رصد تفاعل الجماهير مع المعلومات المتداولة من خلاله، والكشف عن أبرز العوامل المؤثرة في دفع الرأي العام نحو التفاعل مع الهاشتاق، وحجم الثقة وتداول الأخبار المنقولة فيه، وكذلك تأثيرها في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحو تلقي اللقاح، وتأثير ذلك على الأزمة بشكل عام، معتمدة على منهج المسح باستخدام أداة الاستمارة والتي وزعت على عينة قوامها (292) مفردة، وقد أظهرت نتائج الدراسة: أن أهم أسباب تعرض أفراد العينة لهاشتاق #كوفيد\_19 المتعلق بتلقي اللقاح هو للتعرف على الأحداث الجارية والمستجدات حوله، مما يعني أن هناك اعتماد على البيانات المتداولة في الهاشتاقات لدى الجماهير، مع وجود نسبة ثقة عالية بالحسابات التي تدير الهاشتاق، وأظهرت النتائج أيضا الطبيعة التفاعلية لأفراد العينة مع الهاشتاق حيث غلب على أفراد العينة حالة التعاطي مع المعلومات بالقراءة فقط من دون المشاركة، واقتناع بما يطرح شكلت ما نسبته ثلث العينة تقريبا.

الكلمات المفتاحية: تويتر ، الرأي العام ، #كوفيد-19 ، الأزمات الصحية

\* الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة بكلية الإعلام والاتصال- جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية- المملكة العربية السعودية

## The role of hashtags circulating on the Twitter platform in influencing public opinion during health crises: "Hashtag # COVID-19 Model"

### Abstract:

The research aims mainly, according to its main problem, to identify the role of the hashtag #COVID-19 on the decision to receive the vaccine or not, and its impact on public opinion during the Covid 19 crisis, by monitoring the interaction of the masses with the information circulated through it, and revealing the most important factors influencing opinion. The general approach towards interaction with the hashtag, and what is the volume of trust and circulation of the news transmitted in it, as well as the extent of its impact on shaping the knowledge and attitudes of the public towards receiving the vaccine, and its impact on the crisis in general, based on the survey methodology using the questionnaire tool, which was distributed to a sample of (292) individuals, The study concluded: The most important reason for the respondents to be exposed to the #Covid\_19 hashtag related to receiving the vaccine is to get acquainted with the current events and developments around it, which means that there is reliance on the data circulating in the hashtags among the masses, with a high percentage of trust in the accounts that manage the hashtag, and the results also showed The interactive nature of the respondents with the hashtag, as the respondents dominated the approach of dealing with information by reading only without participation, and being convinced of what is proposed constituted approximately a third of the sample

**Keywords:** Twitter , Public opinion, # COVID-19 , Health crises

## مقدمة:

واجهت دول العالم أحد أبرز وأكثر الأزمات الصحية في الألفية الثانية عام 2020م ، حيث شكلت أزمة كوفيد- 19 منعطفاً تاريخياً بارزاً، اختلف عن أي مرض أو وباء في هذه الحقبة الزمنية، اتسمت به حركة العالم بالتوقف والاضطراب، وكان لها تأثيرها الواضح والملموس على العديد من القرارات السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، وصدر على إثرها العديد من الإجراءات التي فرضت قيودها للحد من تفاقم الأزمة، وقد كانت سمة الغموض هي عنوان تلك المرحلة، حيث لم يعرف لتلك الأزمة نهاية، وكان منشأ انتشار الفيروس أيضاً محل تساؤل كبير من قبل الباحثين بصفة خاصة والجمهور بصفة عامة، وكان لهذا الغموض في إيجاد إجابة محددة بفترة زمنية قصيرة انعكاساته على الجمهور – بطبيعة الحال- وحسب ما تقتضيه طبيعة تلك المرحلة أيضاً.

وقد ظهر فيروس كورونا الجديد (COVID-19) في (وهان – الصين) في ديسمبر 2019، وسرعان ما انتشر إلى دول أخرى في جميع أنحاء العالم ليصبح وباءً على الصعيد العالمي، وحينما فرضت الحكومات تدابير الحجر الصحي والتباعد الاجتماعي لمنع انتشار العدوى، لعبت وسائل الإعلام الجماهيري ووسائل التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في توفير المعلومات المتعلقة بفيروس كورونا، ومع ذلك انتشرت العديد من الأخبار المزيفة والمعلومات المضللة والشائعات عبر وسائل الإعلام الرقمية التي أصابت الناس بالذعر، وأصبح الانتشار السريع للمعلومات الخاطئة والقصص عبر منصات التواصل الاجتماعي مثل Twitter و Facebook و YouTube مصدر قلق حيوي للحكومات وسلطات الصحة العامة<sup>1</sup>.

وهذا هو حال كل أزمة تعيشها أجهزة الدولة إذ لا بد أن تتسم في بداياتها بالارتباك، حيث أن للأزمة سيكولوجيتها المتمسمة بالتعقيد والقلق، والذي تضعف معه مقاومة الناس أمام التأثير بأي رسائل خارجية وتكون أكثر عرضة للاختراق<sup>2</sup>، ويصبح الواقع بيئة خصبة لبث الإشاعات، مستغلة حاجة الجماهير لمعرفة الحدث، وللشعور بالطمأنينة والأمان، بعيد تماماً عن الدقة العلمية والمصدر الموثوق<sup>3</sup>.

ويعد تداول البيانات أثناء الأزمة أمر طبيعي كمارسة فردية، لكن المحك الأساسي للحكم على تلك الممارسة هو مصدر تلك المعلومة؛ لذا فإن الثقة بمصدر المعلومة يعده الباحثين ركيزة أساسية في الأزمة<sup>4</sup>، وقد كانت هناك مخاوف مع انتشار فيروس كورونا من نشر معلومات مضللة عنها، ومخاوف من الأدوار التي تقوم بها بعض الحسابات الوهمية بتداول بيانات مضخمة على منصة تويتر حول الجائحة<sup>5</sup>، وقد تحقق ذلك حيث أعلنت الأمم المتحدة بعد فترة وجيزة من تفشي (كوفيد 19) عن انتشار سيل من المعلومات خاطئ وغير مسبوق،

وتوظيف المنصات الرقمية لنشر الروايات المشكوك فيها، وإشاعة نظرية المؤامرة حول الفايروس والإجراءات المرتبطة به<sup>6</sup>.

وأكدت ذلك منظمة الصحة العالمية وفقا للتقارير التي أعلنت عنها إزاء الرسائل والبيانات التي تم تداولها حول كوفيد 19 في وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تم استخدام معظم المنصات لنقل الأخبار والمبادئ التوجيهية للناس انتشرت معها نظريات المؤامرة، مما أدى إلى ما وصفته بـ "وباء المعلومات" متضمنة أخبار تنشر الذعر النفسي لدى الناس، وإعلانات طبية مضللة، والتخويف من حدوث اضطراب اقتصادي<sup>7</sup>.

ولهذه المنصات تأثير كبير بلا شك على الجماهير في التردد بقرار تلقي اللقاح، عن طريق بث الرعب والمعلومات الخاطئة، والتحريض على تجنب توصيات ورسائل وسائل الإعلام الرسمية<sup>8</sup>، خاصة وأن اللقاح كان هو الاستراتيجية الوقائية العالمية الأكثر فعالية لإنهاء الوباء وذلك بعد الوفيات التي نتجت عن كوفيد-19، حيث أكدت الدراسات أن التعرض للمعلومات السلبية المتعلقة بالتطعيم على وسائل التواصل الاجتماعي يزيد من تردد تلقي اللقاح ورفضه، وعلى الرغم من تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك التطعيم، إلا أن هناك نقصاً في الدراسات التي تستكشف تعرض الجمهور للمعلومات المضللة ونظريات المؤامرة والمخاوف على تويتر بشأن التطعيم المحتمل لـ COVID-19<sup>9</sup>.

ورغم فعالية وتوافر اللقاحات إلا أن الجهود المبذولة واجهت نطاق واسع من التردد والرفض، وقد خرجت العديد من التوصيات باستخدام تويتر كأداة لفهم الآراء السلبية للتطعيم وبذل الجهود نحو تصحيحها<sup>10</sup>، حيث أن الكثير مما يتم تداوله عبرها تقوده حسابات وهمية ومعلومات مغلوطة ومجتزأة ومفبركة، ويمكن لهذه المعلومات أن تعيق الجهود التي تبذلها المنظمات الصحية، وتعيق إدارتها لمخاطر الكوفيد، ويجب بالمقابل أن تكون هناك رسائل للجماهير موجهة كاستراتيجية فعالة لمواجهة مخاطر تلك المعلومات المفبركة<sup>11</sup>، وأن يكون هناك سعي لفهم خصائص انتباه الجمهور ومشاعره وطريقة تعاطيه مع المعلومة أثناء الأزمة، إذ يعد شرط أساسي للإدارة المناسبة للأزمات أثناء الأحداث الصحية السلبية<sup>12</sup>، وأهمية توظيف الشبكات الاجتماعية في الأزمات العالمية من خلال الاعتماد على الحسابات الموثوقة والرسمية، واستخدام استراتيجيات فعالة في إدارة الشبكات الاجتماعية خلال فترات الأزمات<sup>13</sup>.

وقد شهدت بعض الدول موجة رفض وممانعة إزاء قبول القرارات المرتبطة بحل الأزمة مثل الحجر الصحي واللقاح...، وظفت جماهيرها شبكات التواصل الاجتماعي للتعبير عن هذا الرفض، والتأثير على الرأي العام نحو قبول تلك الإجراءات كحل للأزمة، الأمر الذي يخلق

تحدياً لا نستطيع أن نخفل عنه، وهو أن توظيف منصات التواصل بإمكانياتها المتاحة، يؤدي دوراً قد يكون رديفاً أو مضاداً للأزمة، وقد يشكل تحدياً أمام صناع القرار والمسؤولين في متابعة ما ينشر فيه.

وبناء عليه؛ تتحدد اشكالية هذه الدراسة في رصد تفاعل الجماهير مع المعلومات المتداولة عن اللقاح في هاشقات #COVID-19، من حيث التعرف على أبرز العوامل المؤثرة في دفع الرأي العام نحو التفاعل مع الهاشقات، وحجم الثقة وتداول الأخبار المنقولة فيه، وكذلك تأثيرها في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحو تلقي اللقاح، وتأثيرها على مسار الأزمة.

#### أهمية الدراسة:

1- تنبثق أهمية الدراسة من أهمية جائحة كورونا التي أخذت تداعياتها والفترة الزمنية التي استغرقتها أبعاداً كثيرة كان لها انعكاساتها على العديد من القرارات التي اتخذتها الدول بناء على توصيات منظمات الصحة الدولية، مما يعكس أهمية دراسة كل ما كان عائقاً أمام علاج الأزمة وتوجيه مسارها نحو الاتجاه الصحيح، وكيفية تعاطي الجماهير مع تصاعدها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

2- أهمية التطرق للتداول الرقمي للبيانات على الهاشقات وتأثيره على مسار الأزمة، كونها أول أزمة صحية بهذه الفترة التاريخية التي تحظى بهذا النوع من التداول المعلوماتي والتفاعل الجماهيري عبر منصات التواصل الاجتماعي، بهذا الحجم وبهذه الأبعاد كون تلك المنصات وسيلة ضخمة من ناحية التداول والتأثير على مسار الأزمة وقرارات الدول.

3- أهميته لصانعي القرار في المنظمات الصحية لمعرفة كيفية مواجهة تلك الهاشقات، ودراسة التحديات وأسباب ممانعة الجماهير عبر التعرض للطريقة التي يفكر بها الجمهور، وطريقة تداوله للبيانات من خلال المنصات الرقمية، وعلى ماذا يعتمد وكيف يفكر، وذلك لوضع الحلول أمام المعوقات التي تواجه المنظمات الصحية في إقناع الجماهير عبر الحملات الإعلامية المتعددة.

4- أهمية ذلك الموضوع على الأمن الوطني حيث أن انعكاس تداول البيانات المغلوطة بهذا الشكل له أثر بالغ في إشاعة الفوضى وإعاقة الجهود المحلية والدولية نحو حل الأزمة بطريقة استراتيجية ناجحة.

#### أهداف الدراسة:

1- الكشف عن دور منصات التواصل الاجتماعي في التعاطي مع الأزمات الصحية وتأثيرها على مسار الأزمة.

- 2- رصد مشاركة ودوافع الجماهير للتفاعل مع هاشقات #كوفيد\_19 المتعلق بتلقي اللقاح.
  - 3- الكشف عن مستوى ثقة الجماهير في الأخبار والبيانات والمعلومات المتداولة عن اللقاح عبر هاشقات #كوفيد\_19
  - 4- تحديد العوامل المؤثرة في دفع الجماهير نحو التفاعل مع الهاشقات.
  - 5- تحليل اتجاهات الرأي العام نحو تأثير الهاشقات على الجهود المبذولة من المنظمات الصحية.
- تساؤلات الدراسة:**

- 1- ما دور منصات التواصل الاجتماعي في التفاعل مع هاشقات #كوفيد\_19 المتعلق بتلقي اللقاح، وتأثيرها على الأزمة؟
- 2- ما دوافع الجماهير للتفاعل مع هاشقات #كوفيد\_19 المتعلق بتلقي اللقاح؟
- 3- ما حجم ثقة الجماهير بالمعلومات والبيانات المطروحة في الهاشقات؟
- 4- ما العوامل المؤثرة لتفاعل الجماهير مع هاشقات كوفيد 19 خلال الأزمة؟
- 5- ما تأثير الهاشقات على اتجاهات الرأي العام، وانعكاس ذلك على الجهود المبذولة من المنظمات الصحية؟

#### **فروض لدراسة:**

- **الفرض الأول-** "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ثقة الجمهور بمنصة تويتر كمصدر للحقائق وثقتهم حول ما يتداول بها من معلومات في الهاشقات".
- **الفرض الثاني-** "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ثقة الجمهور بالحسابات التي تدير الهاشقات بمنصة تويتر وثقتهم حول ما يتداول بها من معلومات في الهاشقات".
- **الفرض الثالث-** "يوجد فرق دال إحصائيًا بين تفاعل عينة الدراسة مع الهاشقات المتعلق بتلقي لقاح Covid-19 # تُعزى لمتغير السن.

#### **نوع الدراسة:**

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف للكشف عن الدور الذي يقوم به هاشقات #كوفيد\_19 المتعلق بتلقي اللقاح في منصة تويتر، والكشف عن دور البيانات والأخبار والمعلومات المتداولة به على اتجاهات الرأي العام نحو اللقاح، ووصف دوافع الجماهير وخصائصهم التفاعلية للتفاعل مع الهاشقات.

### منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح، حيث يعد هذا المنهج هو الأقدر على تفسير وتحليل الظواهر قيد الدراسة، والوصول للبيانات وتصنيفها وتفسيرها، والتعرف على الاتجاهات والآراء موضع الدراسة، والخروج بنتائج لتقييم الظاهرة ومعرفة أبرز دوافعها والعوامل المؤثرة فيها.

### عينة الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة في عينتها على (292) مفردة، لأفراد تعرضوا لهاشاق #كوفيد\_19 المتعلق بتلقي اللقاح على منصة تويتر، وذلك لتقديم وصف شامل لتأثير التعرض للهاشاق على وعي الجماهير أثناء الأزمة.

### أداة الدراسة:

تستخدم الدراسة أداة "استمارة استبيان" وذلك للتعرف على دوافع الجماهير تجاه التفاعل مع الهاشاق.

### المصطلحات الإجرائية للدراسة:

1- **هاشاق:** وسم في تويتر يتم إعداده من قبل مجموعة من الأفراد بغرض استخدامه ليث المعلومات من خلاله أثناء صناعة المحتوى في منصة تويتر حول الموضوع المراد نشره، مما يساهم في مشاركة البيانات من خلاله، وتسهيل عملية البحث عن المعلومة من خلال الدخول لهذا الوسم، بالإضافة لتحقيق عنصر الانتشار محليا وعالميا والوصول لأعلى عدد مشاهدة ممكنة.

2- **الأزمات الصحية:** هي الأزمة التي يمر بها النظام الصحي بالدولة والتي ترتبط بشكل مباشر بانتشار الأمراض أو الأوبئة التي تشكل خطرا على مواطنيها، وتؤثر بشكل مباشر على المنظومة الصحية وتصيبها بالارتباك والخطر.

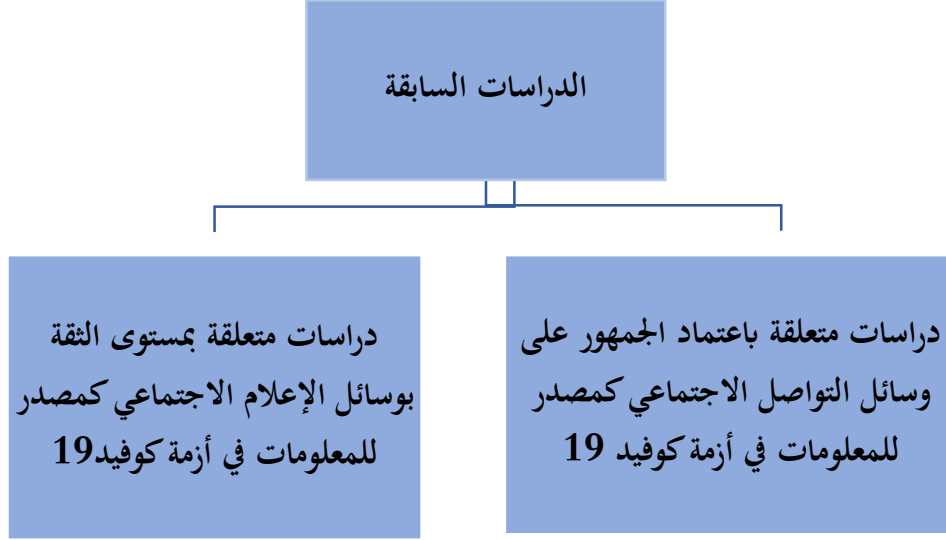
### الدراسات السابقة:

سعت الباحثة لعمل مسح على الدراسات المرتبطة بموضوع الدراسة، من حيث رصد التراكم العلمي المرتبط بمحورين أساسيين في مشكلة البحث وهما:

1- الدراسات المتعلقة باعتماد الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء جائحة كوفيد-19.

2- الدراسات المتعلقة بثقة الجمهور بتلك الوسائل أثناء الجائحة.

وقد خرجت الباحثة بالعديد من الدراسة العربية والأجنبية التي تعكس نتائج تلك المحاور.



**المحور الأول: اعتماد الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في أزمة كوفيد- 19:**

تطرق الكثير من الدراسات لمدى اعتماد الجماهير على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الحياة المجتمعية بكافة أشكالها، حسب الجانب الذي يعكس تلك الحاجة، حيث تناولت دراسة (العواد/2021م)<sup>14</sup>، تأثير استخدام وسائل التواصل على الحياة المجتمعية لطلاب الجامعة مستخدمة المنهج الوصفي التحليلي، وقد خلصت الدراسة في نتائجها إلى أن الوصول للمعلومة عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي هو أفضل طريق للحصول على المعلومة وأفضل وسيلة للمشاركة في جميع الأنشطة.

تلك النتيجة تدفعنا بالضرورة لمعرفة حجم الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي ومعرفة أثر ذلك الاعتماد أثناء جائحة كورونا، خاصة وأن الجائحة تخللتها ظروف أشد بحركة سير العالم، بالإضافة للمرور بظروف متفرقة من الحجر الكلي والجزئي، مما يعكس انعكاس الجماهير على وسائل التواصل الاجتماعي وحجم تأثرهم بها.

فعلى المستوى المحلي جاءت دراسة (علي/2020م)<sup>15</sup>، لتعكس مستوى اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول أزمة كورونا، واستهدفت كشف تأثير الإعلام الجديد في نشر الثقافة الصحية والتعرف على أضرار الإعلام



الجديد على المجتمع وكيفية تلافي مثل تلك الإشكاليات من وجهة نظر الشباب، بالإضافة لرصد أهم المصادر التي يعتمد عليها الشباب في متابعة جائحة كورونا وخلصت النتائج إلى أن منصة تويتر هي أهم موقع تواصل يعتمد عليه الشباب في الحصول على المعلومة أثناء فترة الجائحة. وأيضا دراسة (حسن/2021م)<sup>16</sup> والتي رصدت تأثير الاعتماد على منصات الإعلام الرسمية السعودية بموقع تويتر على معارف الجمهور وسلوكياتهم نحو جائحة كورونا بالتطبيق على عينة عمدية متاحة من مستخدمي تويتر في المملكة العربية السعودية، اعتمدت فيها الدراسة على المنهج المسحي وانتهت إلى أن المنصة الإعلامية لوزارة الصحة على تويتر احتلت المركز الأول بوصفها أهم منصة إعلامية يتابعها الباحثون.

وجاءت دراسة (عبد الظاهر/2021م)<sup>17</sup> على نحو أكثر دقة لتعكس حجم اعتماد الجماهير على مواقع التواصل الاجتماعي للتعرف على المخاطر الصحية لفايروس كورونا - باعتباره الهاجس الأكبر أثناء الجائحة- من خلال دراسة مسحية للجماهير السعودية وغير السعودية المقيمة بالمملكة على عينة قوامها (400) مفردة، ومدى تأثيرها على سلوكهم الشخصي، وتوصلت نتائج الدراسة إلى تصدر تويتر كمصدر إعلامي يهتم الجمهور بمتابعته من بين المصادر الإعلامية الأخرى وجاء الواتس أب في المركز الثاني، وموقع الوزارة في المركز الثالث.

وهدفت دراسة (عمر/2021م)<sup>18</sup> للتعرف على تصور الطلاب السعوديين بجامعة الملك عبدالعزيز عن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي تجاه تشكيل ثقافة الطلاب الجامعيين الاتصالية والتوعية الإعلامية للتصدي لجائحة كورونا بعينة قوامها 1264 طالب وانتهت الدراسة إلى تأثير تويتر ويوتيوب كأكثر المنصات تأثيرا في تشكيل ثقافة الطلاب.

وعلى المستوى العربي تناولت العديد من الدراسات أيضا اعتماد جماهيرها على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت دراسة (كمال/2021م)<sup>19</sup> للتعرف على مدى استخدام واعتماد الشباب المصري على شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في توعيتهم بمخاطر فايروس كورونا المستجد، ولأي مدى كان لذلك تأثير على وعي ومعرفة واتجاهات الشباب المصري نحو فايروس كورونا المستجد والتعرف على اتجاهات الشباب نحو الأطراف الفاعلة، وكشفت نتائج الدراسة عن ارتفاع تأثير عينة الدراسة بالمعلومات المقدمة عن الجائحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وارتفاع معدل استخدام الشباب لشبكات التواصل، بل واعتبروها المصدر الأساسي للمعلومات عن الجائحة.

واهتمت دراسة (بدر ومحمد/2021م)<sup>20</sup> بالتعرف على مقدار اعتماد المستخدمين من أساتذة الجامعات اليمنية على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والأخبار عن وباء

كورونا، ودوافع هذا الاعتماد، بالاعتماد على منهج المسح بعينة قوامها 150 مبحوث، وخلصت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعية في قائمة المصادر المهمة التي يعتمد عليها المبحوثين في متابعة الأخبار عن وباء كورونا، ومن أهم الأسباب التي دفعت المبحوثين للاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات عن وباء كورونا هي تعزيز المعرفة بأسباب المرض.

وأكدت دراسة **2020م (Ibrahim Arpaci)**<sup>21</sup>، أن هناك اعتماد كبير على منصة تويتر أثناء أزمة كوفيد 19، حيث أظهرت نتائج تحليل التغريدات التي أجرتها الدراسة تكرار البحث عن كلمات مثل "الموت"، و"الاختبار"، و"الانتشار" و"الإغلاق" بالإضافة إلى خوف الناس من الإصابة والعدوى والمرض، وأوصت الدراسة الحكومات والمنظمات الصحية إلى إجراء تحليلات أوسع على منصة تويتر لفهم سيكولوجية الجماهير أثناء الأزمات الصحية واستثماره في توجيه مشاعرهم في الأزمات.

وأيضاً دراسة **2020م Mahsa Dalili Shoaie , Meisam Dastani**<sup>22</sup> التي أكدت أن محتوى تويتر تأثر بالجائحة بتداول كم هائل من البيانات التي اعتمد عليها جميع أطراف المجتمع من عامة الناس والمهنيين الصحيين والسياسيين تبادلوا من خلالها مشاعرهم، وخبراتهم الشخصية تجاه المرض، والمحتوى التعليمي حول كوفيد 19، وكانت هذه إحدى المزايا الرئيسية لتويتر أثناء الأزمة، لكن المخاوف من هذا الاعتماد تركزت حول استخدام معلومات مضللة دون مرجع علمي، وهو ما يضع المسؤولية على المؤسسات الصحية والحكومية بتقييم دقة المعلومات بعناية أكبر والانتباه لجودة المعلومات التي يتم تداولها ومشاركتها، وبالمقابل هو يصنع فرصة لاستثمار منصة تويتر في أزمات مستقبلية بشكل صحيح في فترة الأزمة والاستفادة من الخبرة المفيدة المكتسبة من تطبيق الشبكات الاجتماعية في كوفيد-19.

أما دراسة **2021م Naw Safrin Sattar and Shaikh Arifuzzaman**<sup>23</sup> فهي تناولت كيف أصبح تويتر مصدر لتبادل المعلومات والآراء على الصعيد العالمي في أزمة كوفيد 19، حيث هدفت هذه الدراسة لتحليل مجموعة من التغريدات لسكان الولايات المتحدة لاستخلاص آراء الناس هناك حول اللقاحات والتي أظهرت تداولاً جيداً حول اللقاح وتوقعات إيجابية نشرها على موقع تويتر، وأيضاً توقعات إيجابية حول تدابير السلامة التي تم اتخاذها بعد تلقي اللقاح، أن هذه الدراسة ستساعد صانعي القرار لفهم رد فعل الجمهور تجاه حملات التطعيم وإجراءات الصحة والسلامة في الأزمة الصحية العالمية المستمرة.

## المحور الثاني: الثقة بوسائل الإعلام الاجتماعي كمصدر للمعلومات في أزمة كوفيد19:

جاء هذا المحور ليعكس جانباً مهماً في الدراسة، وعلى نحو أكثر دقة يحدد ماهية هذا الاعتماد من خلال تناول الدراسات التي تعكس جانب الثقة فيه، وحجم تصديق الجماهير للمحتوى الإعلامي المقدم بتلك المنصات حول الجائحة، والمحتوى الموثوق والمزيف المنشور على المنصات، حيث أن تناول هذا الجانب مهم جداً، ويعكس طبيعة هذا الاعتماد وشكله على نحو أكثر دقة وتحديداً، ويعكس مدى وعي الجماهير بالشائعات المرتبطة بجائحة كورونا والمنسوجة في وسائلها من عدمه.

وقد عمدت بعض الحسابات لنشر الكثير من الشائعات المرتبطة ببعض القضايا، ويؤكد ذلك ما ذهب إليه الباحثين (بوشريفة- الفيفي/2020م)، في دراستهما التي تناولت مساهمة قناة الجزيرة من خلال موقعها الإخباري وحسابها الرسمي على تويتر لنشر الأخبار الكاذبة، وبحثت الدراسة في مدى تأثير تلك الأخبار على تفاعل الجمهور، وهدفت للتعرف على مدى اعتماد قناة الجزيرة على تويتر للترويج للأخبار المزيفة، حيث حلل الباحثان مجموعة من التغريدات والأخبار المنشورة، وخلصت الدراسة إلى أن الأخبار السياسية كانت أكثر الأخبار انتشاراً وأن الجزيرة اعتمدت بشكل كبير على حسابات غير موثوقة بمعدل 58%

وأيضاً دراسة (الرويس 2020م)<sup>24</sup> التي تناولت طبيعة تلك الشائعات المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث هدفت الدراسة للتعرف على أنماط الشائعات الالكترونية في وسائل التواصل الاجتماعي "تويتر نموذجاً"، والتعرف على التأثيرات المجتمعية لانتشار الشائعات لدى أفراد المجتمع من وجهة نظر المبحوثين باستخدام تحليل المضمون، وكشفت النتائج أن أكثر الشائعات انتشاراً في تويتر هي الشائعات ذات الطابع الصحي والغرض منها بث الخوف والرعب ببين أفراد المجتمع.

مما يعكس أهمية دراسة حجم الثقة بتلك الوسائل خاصة وأنها تتعرض لمحتوى إعلامي مزيف قد يعيق الجهود المبذولة لإدارة اتصال الأزمة كما يجب.

ومما يؤكد ذلك دراسة (سلامة/2020م)<sup>25</sup>، والتي هدفت للتعرف على دوافع اعتماد الجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي والتأثيرات الناتجة عن هذه الدوافع، وكيف يؤثر نشر الأخبار المزيفة في منصات على فعالية هذه الوسائل وكفاءتها من حيث درجة اعتماد الجمهور عليها كمصدر للمعلومات والأخبار المتعلقة بجائحة كورونا، وذلك بالاعتماد على نظرية الثراء الإعلامي ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتوصلت الدراسة أن النسبة الغالبة لعينة الدراسة قد تعرضت لأخبار مزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي تأتي تنفيذاً لأجندة معينة،

كما أن غالبية أفراد عينة الدراسة يرون مسؤولية وسائل التواصل الاجتماعي عن انتشار الأخبار المزيفة على منصاتهما.

وقد تطرقت بعض الدراسات لتناول حجم مصداقية تلك الوسائل والجهود المبذولة لتحقيق تلك المصداقية ونفي الشائعات منها دراسة (السالم 2020م)<sup>26</sup>، والتي ناقشت مصداقية وسائل الإعلام في الكويت من خلال تطبيق نموذج مصداقية وسائل الإعلام، شملت الدراسة عينة 676 واشتملت على خمسة محاور تتعلق باستخدام مواقع التواصل وتقييم أداء وسائل الإعلام وأظهرت النتائج أن معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي قد ارتفع خلال أزمة كورونا وأن الإعلام الرسمي حصل على أعلى معدل رضا، عن الأداء العام خلال الأزمة من بين وسائل الإعلام الأخرى.

وأيضاً دراسة (بن علي/2021م)<sup>27</sup>، والتي هدفت لمعرفة تفاعل الجهات الحكومية والهيئات الحكومية المستقلة مع الشائعات الإلكترونية المصاحبة لفايروس كورونا من وجهة نظر المتحدثين الرسميين لتلك الجهات، وتم اختيار عينة عمدية من المتحدثين الرسميين لهذا الغرض قوامها (35) بالاعتماد على المنهج الوصفي المسحي، وأظهرت النتائج أن هناك جهود مبذولة من قبل الجهات المختصة لنفي شائعات كورونا، وأن الجهات المختصة تفاعلت مع شائعات كورونا بأسلوب علمي ساعد على عدم انتشارها وخفف من تأثيرها على المجتمع.

كما جاءت دراسة **Kathleen M. Carley Shahan Ali Memon**<sup>28</sup> 2020م، لتؤكد كيف أصبحت منصة تويتر أثناء جائحة كوفيد 19 مكان مثير لانتشار المعلومات المضللة، حيث هدفت هذه الورقة لتحديد أساليب تصحيح المعلومات الخاطئة على الإنترنت، ونظريات المؤامرة المرتبطة باللقاحات، وأظهرت النتائج أن المعلومات المضللة أكثر كثافة من المعلومات الصحيحة، وأن الغالبية العظمى من المستخدمين لديهم معلومات مغلوبة ومناهضة للتطعيم، وأظهرت الدراسة أن هناك ميل لدى المستخدمين الذين يطلعون على المعلومات المتعلقة بكوفيد 19 إلى الاعتماد على الروايات المضللة والمغلوبة ومتابعة الحسابات المضللة.

وأيضاً دراسة **Ivan Herrera-Peco**<sup>29</sup> (1- 2021م)، والتي هدفت لتحليل التغريدات المنشورة على منصة تويتر والتي تناهض تطعيم كوفيد 19، حيث ظهرت خلال الجائحة مؤامرات كثيرة تتعلق بالجائحة وتتركز في مناهضة اللقاح، وتوجد حركة في وسائل التواصل الاجتماعي تركز على تدمير مصداقية اللقاحات، ومحاولة إقناع الناس بتجاهل نصيحة الحكومات والمنظمات الصحية، وذلك بالتركيز على حسابات المؤثرين والتغريدات الأكثر تأثيراً، حيث أظهر تحليل المحتوى أن التغريدات التي تهاجم سلامة اللقاحات كانت

الأكثر بنسبة (79.87%)، وظهرت الشكوك حول اللقاح وتأثيره على تغيير الشفرة الوراثية البشرية بنسبة (8.1%)، وانتهت الدراسة بأن الحركة المضادة لللقاح على منصة تويتر كان لها تأثير في مسار أزمة كوفيد 19، مع التوصية على ضرورة التنبيه لحرب المعلومات المضللة التي يجب أخذها بعين الاعتبار.

وتؤكد تلك النتيجة أيضا دراسة **Thelwall, Mike; Kousha, Kayvan; Thelwall, Saheeda (2021)**<sup>30</sup>، والتي هدفت لتحليل محتوى التغريدات على منصة تويتر لعينة عشوائية مكونة من 446 تغريدة بشأن لقاح كوفيد 19 باللغة الإنجليزية تم نشرها من مارس إلى ديسمبر 2020، وشملت العناوين المرتبطة بنظرية المؤامرة حول اللقاح، سرعة تطوير اللقاح، سلامة اللقاحات، وقد أظهرت النتائج أن معظم التغريدات بنسبة 79% أظهرت رفض اللقاح وحالة خوف عميقة وشكوك حول وجود مؤامرة.

وقد قام كل من **A. Mourad\* , A. Srou , H. Harmanani , C. Jenainati , M. Arafeh 2020**<sup>31</sup>، بتقديم تحليل واسع النطاق للبيانات المتداولة في منصة تويتر لما يقارب مليون تغريدة ذات صلة بكوفيد 19 على مدار عامين، وأشارت الدراسة إلى العديد من الاستنتاجات المثيرة للاهتمام بما في ذلك حول استغلال أزمة كوفيد 19، وانتشار المعلومات الطبية المغلوطة، وكشفت الدراسة عن أهمية استخدام الشبكات الاجتماعية في الأزمات العالمية من خلال الاعتماد على الحسابات الموثوقة، ومطوري المحتوى المؤثرين، واستراتيجيات إدارة الشبكات الاجتماعية خلال فترات الأزمات.

وقد أشارت نتائج دراسة **( Tasmiah Nuzhath ) 2020**، بعد تحليل مجموعة من التغريدات والتعرف على محتوى طبيعة البيانات المتداولة على منصة تويتر حول التطعيم الخاص بكوفيد 19 إلى الحاجة إلى صياغة خطة اتصال واسعة النطاق تعالج المخاوف المرتبطة بشأن اللقاحات، وفضح المعلومات المضللة حولها، ونظريات المؤامرة المنتشرة عبر منصات وسائل التواصل الاجتماعي<sup>32</sup>.

### الإطار النظري للدراسة:

تنطلق الدراسة الحالية من أساس نظري يشكل التفسير العلمي لموضوع الدراسة في إطار عمليات التفاعل على منصات التواصل الاجتماعي، ودورها في أزمة كوفيد 19، كعملية حية يتم فيها تبادل المعلومات وفق أبعاد محددة، تسهم في عملية تفسير ذلك التفاعل وكيف تم نقل البيانات عبر الهاشقات اعتماداً على تلك الخاصية التي تسهل عملية التبادل المعرفي، وفيما يلي شرحاً لنموذج الدراسة:

## أولاً- نموذج التفاعلية:

ظهرت التفاعلية كسمة بارزة امتازت بها منصات التواصل الاجتماعي، وهذه السمة هي من أضافت قيمة لتلك المنصات، وأكسبتها صفة الأهمية والاستمرارية والضرورة، حيث باتت جزء لا يتجزأ من منظومة حياتية يومية، يتم التعاطي الافتراضي من خلالها بشكل شبه دائم، سواء كان لإشباع حاجات محددة كالحاجات المعرفية خاصة تلك المرتبطة بالحاجة لمعرفة الجديد، وفك رموز المشاكل والتعقيدات في القضايا الراهنة، أو الحاجة لمعلومات تدفعنا للتفاعل اليومي والسير في الحياة بشكل أفضل، أو للتعاطي البشري الوجداني المرتبط بالحاجة للتفاعل مع الأقران أو المجموعات خاصة تلك التي تجمعنا معهم أرضية أيديولوجية أو وجدانية محددة.

وقد كانت التفاعلية نتاج طبيعي لاندماج التكنولوجيا مع وسائل الإعلام الذي أحدث ثورة هائلة في بنية العملية الاتصالية، وأكسب عملياتها الحرية اللامحدودة في اختيار نوع التفاعل، وماهيته، ومن هم المشاركون فيه، وكان لها فضل كبير في تقديم وسائل مهمة في وسائل الاتصال الحديثة، التي استفادت من هذا الاندماج وفتحت بابا واسعا للتواصل وتبادل البيانات والتفاعل مع الآخرين<sup>33</sup>.

ومع أن مصطلح التفاعلية قد حظي باهتمام قديم إلا أن استعماله وتجلياته ظهرت مؤخراً مع الوسائط الإلكترونية، حيث يؤكد "wiener" من الخمسينات والستينيات الميلادية على أهمية التغذية الراجعة من العملية الاتصالية عام 1948م، ثم صدور كتاب "ولبور شرام" عام 1954، ورغم قدم هذا الاهتمام إلا أنه قد تلاشى مع وسائل الإعلام الجماهيرية التي كانت تتسم بالاتصال أحادي الاتجاه الذي فرضته وسائل الإعلام التقليدية بكافة أشكالها الإذاعية والصحفية والمرئية أيضاً<sup>34</sup>.

وعادت للظهور بعد ظهور مواقع التواصل، ويقصد بمواقع التواصل هي تلك المواقع التي أخذت حيزاً على الشبكة العنكبوتية تحمل العديد من الميزات التي تحقق التفاعلية في عملية تبادل المعلومات والرسائل لمشاركة الاهتمامات بين الأقران، مثل... face book, twitter الخ.<sup>35</sup>

بل وأصبحت تعرف بها إذ عرفها أحد الباحثين بأنها: إحدى آليات الإعلام الإلكتروني المؤثرة في العلاقة بين المرسل والمتلقي، والتي أوجدت مكانة للمتلقي في العملية الاتصالية، حيث أصبح بموجبها المرسل متلقياً والمتلقي مرسلًا في عملية اتصال ثنائية الاتجاه.<sup>36</sup>

وهو ما يعد أبرز مقوماتها إذ أنه اتصال ذو اتجاهين، واستجابة المتلقي هي جوهر الاتصال التفاعلي حيث أنه حينما تزداد درجة الاستجابة وتبادل المحتوى بين طرفي الاتصال تزداد درجة التفاعلية في العملية الاتصالية ذاتها، كما أن المتلقي يمتلك نفس هيمنة المرسل في العملية

الاتصالية من خلال التحكم بما ينشر بما يدعم أو ينفي الفكرة المتداولة في العملية الاتصالية، ومن خلال هذه العملية يستطيع اشباع حاجاته -كما ذكرنا آنفا- ويتيح له هذا التعرض خاصية الانتقائية بين الرسائل التي يريد أن يتعرض لها، والمضامين التي يريد أن يتبناها، وأيضا مصادر تلك المضامين المختلفة والمتاحة على الشبكة، والتعرض لأكثر من رأي واتجاه للقضية المطروحة، وكل ذلك يتم بعملية سريعة لا تتطلب استجابة وقتية طويلة وهي متاحة حسب قرار المستقبل بالخوض بالعملية الاتصالية، واختيار الوقت الأنسب لذلك.<sup>37</sup>

وترى هيتز وهي أحد أبرز الباحثين الذين بحثوا في التفاعلية وقدموا مقياسا لها، بأن التقنيات الحديثة أنتجت لنا نمودجا مغايرا للعملية الاتصالية يحتم على الباحثين إعادة النظر إليها، وأن التقنيات الحديثة قد أحدثت فارقا بعملية الاتصال جعلت نطاق المشاركة بين المستخدمين أكبر وأوسع، والتقليدية التي كانت تتميز بها وسائل الإعلام الجماهيري أصبح الآن مختلفا فأصبح الآن للأفراد القدرة على الانخراط والمشاركة والتواصل مع الآخرين، وكشفت القصور التي تعاني منه وسائل الإعلام التقليدية<sup>38</sup>.

وقد قدمت هيتز مقياسا استخدم في العديد من الدراسات التي تناولت التفاعلية، تكون من ستة أبعاد وهي<sup>39</sup>:

- 1- تعدد الخيارات المتاحة أمام المستخدمين.
- 2- سهولة حصول المستخدم على المعلومات.
- 3- الاستجابة للمستخدم.
- 4- سهولة الاتصال الشخصي.
- 5- سهولة إضافة المعلومات من قبل المستخدم.

وقد تناول العديد من الباحثين أبعاد التفاعلية والتي تمثلت بـ"البعد الاجتماعي، والبعد النفسي، والبعد التكنولوجي، والبعد الإدراكي، ولعل هذا البعد هو أكثر الأبعاد تفسيراً لمشكلة الدراسة، والتي تتناول كيفية إدراك الأفراد للمضامين داخل العملية الاتصالية وتفاعلهم معها.

وقد انصب اهتمام الباحثين في هذا الجانب على قدرات الفرد الإدراكية وسماته الشخصية التي تؤدي دوراً في عملية التفاعل، واعتبروا الإدراك هو المؤشر لشرح عملية التفاعل وفهم مسبباتها، وهم يرون أن الخصائص الشخصية هي التي تؤثر في قبول المضمون، أو الاستجابة لقائم بالاتصال بعينه لكي نعرف تأثير تلك الوسائط ومضامينها، سواء كان يتفاعل الفرد مع المضمون والمحتوى، أو تفاعله مع أقرانه لذات المضمون الذي تعرض له.<sup>40</sup>

## ثانياً- نظرية الحداثة السائلة والمجتمع الافتراضي:

تأتي قضية تصديق المعلومات المتداولة أمر شائك إدراكيا، حيث أن هذا الأمر أخذ تاريخيا اهتماما بالغاً أمام دراسة المعلومات التي تعرض للجموع والجمهير وإمكانية التأثير فيها، وما هي أدوات التأثير فيه، وكيف يمكن أن تفكر الجماهير وبمن وماذا تتأثر، وبعد ظهور الشبكات الاجتماعية والتداول الحر الذي تتمتع به بالسرعة التي تتميز بها وكثافة البيانات أصبح الأمر أكثر صعوبة.

وبلا شك أنه في الأزمات يأخذ الأمر بعداً أكثر تعقيداً، لطالما انطوت الأزمة على عنصري التهديد والغموض اللذان يرافقانها، فإن عملية امتثال الجمهور للتعليمات التي تحكم تلك المرحلة الحرجة أمر يتطلب جهود ليست بسيطة، وقد أصبحت منصات التواصل الاجتماعي مساحة رحبة للتفاعل والمشاركة الحرة في القضايا التي تمس مجموعة من الأفراد تطالهم تلك الأزمة. وشبكات التواصل الاجتماعي لا تعمل بشكل منفرد، فهي تتفاعل ضمن سياق مجتمعي محدد، قائم على فكرة تعاطي ومشاركة الاهتمامات المتبادلة بين الأفراد والجماعات التي تجمعهم أرضية ايديولوجية مشتركة، هذه الأرضية تحكم تلك الاهتمامات، تكون فيها الأطر الفكرية مرجعا يحكم اختياراتهم، وبالرغم من أن الدخول للشبكات يوفر قدرا من الحرية التي ترتبط بالانفكاك من حاجز المكان والزمان، إلا أن الفرد في تفاعله عبر الشبكة لا زال يستمد أفكاره من تلك المشاركة المحكومة، والتي تعطيه الفرصة أمام المشاركة أو عدمها<sup>41</sup>.

وبالتالي فإن انسياق الجماهير وراء معلومات مؤطرة بايديولوجيا محددة في شبكات التواصل الاجتماعي أصبح أحد الظواهر المرتبطة بالتواجد على منصات التواصل الاجتماعي، بكل ما تحمله من أدوات، مثل التعرض للهاشقات المرتبطة بالقضية المشتركة، وقد تعده أحد الأدوات الأساسية للحصول على المعلومة، وعلى الرغم من أن تلك المحاولات هي لفك عنصر الغموض في الموضوع المعني والذي يتم البحث فيه إلا أن المعلومات المتداولة عبر الهاشقات قد تثير الكثير من الغموض والتساؤل حول ماهية مصداقيتها وحقيقة مصدرها.

الأمر الذي قد يكون مصدر قلق أمام أصحاب القرار ويقودنا أيضا لتساؤل معرفي مهم حول احتمالية تبدل السلطة المعرفية من المصادر الموثوقة إلى معلومات متداولة عبر شبكات محددة.

وقد تناول باومان هذه الفكرة تحديدا في نظريته الحداثة السائلة واعتبر أن الإنسان المعاصر يمر بمرحلة تسمى مرحلة السيولة كأحد مراحل تطور الإنسان الحديث، وهي مرحلة تتسم بعدم القدرة على توجيه أفكار الفرد، وتعطل الممارسات القديمة مع الوضع الإنساني الراهن، ويرى أن هذا التغيير طال كل من في الكرة الأرضية، وقد تكون هناك تباينات طفيفة لكنها لا



تصمد أمام فكرة أن التغيير المستمر هو السمة البارزة، والذي يحاول الفرد من خلالها درء أي تهديد يمثله أي استغلال مبكر للفرص حول القضايا المجهولة في المستقبل<sup>42</sup>.

حيث أصبح الفرد المعاصر في تعاطيه للمعلومات لا يقبل المسلمات والنماذج العامة، ويرى أن كل ما يطرح هو قابل للنقض، ويجردها من سلطة الإلزام، وقد وصف باومان هذه النماذج العامة بأنها بدلا من أن تقوم بدورها في تحديد مسار المستقبل للفرد، إلا أنها عادت تشكلت وفق منعطفات وتقلبات معينة، وانتقلت فيها مراكز القوى والقرار من المنظومة للمجتمع، وأصبح يطغى عليها الطابع الفردي، وحلت محلها نماذج قائمة على التفاعل والاعتماد المتبادل بين الأفراد بشكل لم تعهده الأجيال الماضية، في التفاعل مع سياسة الحياة التي باتت تفتقد لبنية نظامية محددة<sup>43</sup>.

ويؤكد ذلك ما ذهب إليه لوبون من أن الجموع لها دور كبير في تكوين الكثير من الآراء، وهي الناطمة لها، وليس عند أكثر البشرية الساحقة سوى آراء الجموع، يتأثرون بزمهم الاجتماعية التي ينتمون لها عرقيا أو بيئيا، حتى أكثر الناس استقلالا لا تكاد تنفك من التأثير بتلك الجماعات التي تنتمي لها، فالبيئة التي يولد فيها المرء تولد فيه أدلة غير شعورية تقوده من حيث لا يدري، وكل ما يعتدل المرء ويتبناه من آراء شخصية ومعتقدات مصدرها تلك المجتمعات والزم التي ينتمي لها، والقليل منهم فقط من يسير في هذه الحياة وفق تأملاته، ويكون منبع معتقداته هي اختباراته التي اختبرها بنفسه، وإلا فإن الغالبية الساحقة عند أكثر البشرية لهم رأي طائفتهم أو طبقتهم أو أهل مذهبهم أو حزبهم أو أرباب مهنتهم<sup>44</sup>.

وعليه؛ فإن الإنسان المعاصر لم يعد مراقب يوجه أفعاله ففي عالم الأفراد اتخذ الفرد، أفرادا آخرين اعتبرهم قدوة في التعامل مع تقلبات الحياة، ويهو بذلك تحمل عواقب استثمار ثقته بتلك النماذج التي اختارها دون غيرها<sup>45</sup>.

خاصة وأن منطق الجموع قائم في إحدى دعائمه على المنطق العاطفي، وروح الجموع تتألف من مركب خاص يفتقد للتبصر في كثير من الأحيان وتكون المشاعر فيه مفرطة ويبطل فيه عمل المنطق العقلي<sup>46</sup>.

وبناء على ما سبق نستطيع القول أن نظرية باومان تؤكد على تبدل السلطة المعرفية للفرد، وأن السيوالة التي يعينها في نظريته تتركز حول تماهي الفرد مع أفكار تنماشى مع مرجعيته بغض النظر عن سلطتها المعرفية، وهو ما تود هذه الدراسة أن تتناوله، من خلال معرفة هل تمر الجماهير الحالية بمرحلة السيوالة في تأثرها بالهاشتاقات بعيدا عن تداول المعلومة من مصدرها الرسمي حول المعلومات المرتبطة بالجائحة، وهل طغت سلطة تلك الهاشتاقات

والجماعات التي أنشأتها على وعي الفرد المتمثل بضرورة الامتثال للمصادر الرسمية حول الأزمة، وأخذ المعلومات من مصادرها أم لا.

### نتائج الدراسة الميدانية:

#### ضبط أداة الدراسة:

مر حساب صدق وثبات أداة الدراسة بمرحلتين، وهما:

#### إجراءات الصدق:

اعتمدت الباحثة على صدق المحكمين، حيث قامت بعرض أداة الدراسة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين شملت مجموعة من أعضاء هيئة التدريس المتخصصين في مجال الإعلام والاتصال عددهم (7)، وقد طلبت الباحثة من المحكمين إبداء آرائهم في مدى ملاءمة الأسئلة والبدائل لقياس ما وضعت لأجله، ومدى وضوح صياغة الأسئلة والبدائل، إضافة إلى اقتراح ما يروونه ضروريا من تعديل صياغة للأسئلة والبدائل أو حذفها، أو إضافة أسئلة أو بدائل جديدة لأداة الدراسة، واستنادا إلى الملاحظات والتوجيهات التي أبداها المحكمون قامت الباحثة بإجراء التعديلات التي اتفق عليها معظم المحكمين، حيث تم تعديل صياغة العبارات وحذف وإضافة البعض الآخر منها، وفي ضوء تلك الآراء تم استبعاد بعض البدائل وتعديل بعضها الآخر.

#### إجراءات الثبات:

تم إجراء اختبار الثبات للاستبانة إحصائيا باستخدام معادلة "CronbaCh's Alpha" حيث بلغت قيمته (0.601) وهي قيمة تدل على وجود ثبات مرتفع، الأمر الذي أنعكس أثره على الصدق الذاتي (الذي يمثل الجذر التربيعي لمعامل الثبات) حيث بلغ (0.775).

#### المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من عملية جمع البيانات الدراسة، قامت الباحثة بترميز البيانات؛ لمعالجتها وتحليلها إحصائيا باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية "SPSS v.0.26"، وتم استخدام المعاملات الإحصائية التي تلائم متغيرات هذه الدراسة، وهي:

– التكرارات البسيطة، والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي؛ لترتيب استجابات أفراد عينة الدراسة، والانحراف المعياري؛ لتحديد مدى تجانس الاستجابات، واختبار كا<sup>2</sup>؛ لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين، ومعامل الارتباط؛ لدراسة شدة واتجاه العلاقة بين متغيرين، ومعامل التباين والتحديد، ومعادلة "CronbaCh's Alpha"؛ لحساب ثبات

دور الهاشقات المتداولة بمنصة تويتر في التأثير على الرأي العام خلال الأزمات الصحية: "هاشقات #كوفيد\_19 نموذجا"

الأداة، واختبار "ت" لتحديد دلالة الفروق بين متغيرين، واختبار "ANOVA" لتحديد دلالة الفروق بين أكثر متغيرين.

توصيف عينة الدراسة:

جدول (1) الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة (ن = 292)

المتغيرات	المستوى	التكرار	النسبة %
النوع	ذكر	31	10.6
	أنثى	261	89.4
الإجمالي			
المستوى الاقتصادي	من 18 إلى أقل من 30 عام	221	75.7
	من 30 إلى أقل من 45 عام	48	16.4
	من 45 إلى أقل من 60 عام	20	6.9
	60 عام فما فوق	3	1
الإجمالي			
المستوى الدراسي/ المؤهل التعليمي	الثانوي	36	12.3
	الدبلوم	61	20.9
	تعليم جامعي	189	64.7
	ماجستير	4	1.4
	دكتوراه	2	0.7
الإجمالي			
		292	%100

نتائج الدراسة الميدانية:

• تعرض عينة الدراسة للهاشقات المتعلقة بتلقي لقاح Covid\_19 على موقع التواصل الاجتماعي تويتر.

جدول (2) تعرض عينة الدراسة للهاشقات المتعلقة بتلقي لقاح Covid\_19 بتويتر (ن=292)

م	بدائل التعرض	ك	%	الترتيب
1	نعم	172	58.9	1
2	لا	120	41.1	2
إجمالي		292	%100	

يبين جدول (2) السابق تقارب استجابات عينة الدراسة إلى حدًا ما حول تعرضهم للهاشقات المتعلقة بتلقي لقاح Covid\_19 على موقع التواصل الاجتماعي تويتر، حيث بلغت نسبة من يتعرضون للهاشقات (58.9%) من إجمالي عينة الدراسة، في حين بلغت نسبة غير

المتعرضين للهاشتاق (41.1%)، مما يعني أن ما يقارب من نصف أفراد العينة لم تتعرض للهاشتاق وتطلع عليه.

• أسباب عدم تعرض عينة الدراسة للهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid\_19 # على موقع التواصل الاجتماعي تويتر.

جدول (3) أسباب عدم تعرض عينة الدراسة للهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid\_19 # بتويتر (ن=120) (47)

م	أسباب عدم التعرض للهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid_19 # بتويتر	ك	%	الترتيب
1	بعض التغريدات تستخدم الهاشتاق لنشر محتوى غير لائق	81	67.5	2
2	بعض التغريدات تستخدم الهاشتاق لنشر محتوى يحث على العنف	54	45	4
3	بسبب بعض المشكلات المتعلقة بالخصوصية والأمان	53	44.2	5
4	ليس لدي وقت لمُتابعة الهاشتاق	91	75.8	1
5	لدي اعتقاد أن الهاشتاق يهدف لتزييف الحقائق	73	60.8	3
	إجمالي من سنلوا	120	100%	

وقد تم سؤال أفراد العينة ممن لم يتعرضوا للهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid\_19 # بتويتر، حول أسباب عدم التعرض، وجاءت إجابات الباحثين كما هو موضح في الجدول (3)، حيث جاء سبب "ليس لدي وقت لمُتابعة الهاشتاق" في مقدمة أسباب عدم التعرض بنسبة مئوية بلغت (75.8%)، وفي الترتيب الثاني جاء سبب "بعض التغريدات تستخدم الهاشتاق لنشر محتوى غير لائق" بنسبة مئوية بلغت (67.5%)، تلاه سبب "لدي اعتقاد أن الهاشتاق يهدف لتزييف الحقائق" بنسبة مئوية بلغت (60.8%)، وتلك نتيجة تعكس وعي المجيبين حول احتمالية وجود معلومات مغلوطة ومفبركة في تلك الهاشتاقات، وهذه النتيجة تتفق مع ما ذهبت إليه دراسة **Kathleen M. Carley Shahan Ali Memon 2020م**، والتي أكدت على أن منصة تويتر أثناء جائحة كوفيد 19 أصبحت مكان مثير لانتشار المعلومات المضللة، وأن المعلومات المضللة أكثر كثافة من المعلومات الصحيحة، وأن الغالبية العظمى من المستخدمين لديهم معلومات مغلوطة ومناهضة للتطعيم، وأيضاً دراسة **Ivan Herrera- (Peco.....7) 2021م**، والتي أظهرت من خلال نتائجها وجود حركة في وسائل التواصل الاجتماعي تركز على تدمير مصداقية اللقاحات، ومحاولة إقناع الناس بتجاهل نصيحة الحكومات والمنظمات الصحية.

وينسب مُتقاربة جاء سببي: "بعض التغريدات تستخدم الهاشتاق لنشر محتوى يحث على العنف، بسبب بعض المشكلات المتعلقة بالخصوصية والأمان" في الترتيب الرابع والخامس بنسبة مئوية بلغت (45%)، و(44.2%) على التوالي.

- أسباب تعرض عينة الدراسة للهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid\_19 # على موقع التواصل الاجتماعي تويتر.

جدول (4) أسباب تعرض عينة الدراسة للهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid\_19 # بتويتر (ن=172)

م	أسباب التعرض للهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid_19 # بتويتر	ك	%	الترتيب
1	فضول معرفي	26	15.1	3
2	التعرف على المستجدات والأحداث الجارية	97	56.4	1
3	الخوف من اللقاح يدفعني للتعرض للهاشتاق	16	9.3	4
4	لأتعرف على وجهات النظر المختلفة حول اللقاح	31	18	2
5	المشاركة في الهاشتاق	2	1.2	5
	إجمالي	172	100%	

يتضح من جدول (4) السابق تعدد أسباب التعرض للهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid\_19 # بتويتر، حيث جاء سبب "التعرف على المستجدات والأحداث الجارية" في مقدمة أسباب التعرض بنسبة مئوية مرتفعة بلغت (56,4%)، تلاه سبب "لأتعرف على وجهات النظر المختلفة حول اللقاح" بنسبة مئوية بلغت (18%)، وفي الترتيب الثالث جاء سبب "فضول معرفي" بنسبة مئوية بلغت (15.1%)، وهو ما يعكس اعتماد أفراد العينة على تويتر بصفة عامة والهاشتاق بصفة خاصة للحصول على معلومات تفيد حول موضوع اللقاح، وتصادق على تلك النتيجة ما ذهبت إليه دراسة كل من (علي/2020م)، و(حسن/2021م)، ودراسة 2021م Naw Safrin Sattar \* and Shaikh Arifuzzaman ، وغيرها كثير، حول اعتماد الجماهير على منصة تويتر للحصول على المعلومات المتعددة حول أزمة كورونا واللقاحات المرتبطة بها،

وفي الترتيب الرابع جاء سبب "الخوف من اللقاح يدفعني للتعرض للهاشتاق" بنسبة مئوية بلغت (9.3%)، وهي تتفق مع ما أكدت عليه دراسة 2020م (1-Ibrahim Arpacı....9) <sup>48</sup>، والتي أظهرت في نتائج تحليل التغريدات التي أجرتها الدراسة تكرار البحث عن كلمات مثل "الموت" و "الاختبار" و "الانتشار" و "الإغلاق" وأن اعتماد الجماهير على تويتر قد يكون دافعه الخوف، وهي بطبيعة الحال نتيجة منطقية نظرا لمعطيات تلك المرحلة التي اتسمت بالغموض والربكة والانتشار السريع للحالات الذي لم تكن نهايته معلومة ومحددة، وفي الترتيب الأخير جاء سبب "المشاركة في الهاشتاق" بنسبة مئوية بلغت (1.2%).

- نسبة تعرض عينة الدراسة للهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid\_19 # على موقع التواصل الاجتماعي تويتر.

جدول (5) نسبة تعرض عينة الدراسة للهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid\_19 # بتويتر (ن=172)

م	نسبة التعرض للهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid_19 # بتويتر	ك	%	الترتيب
1	تعرضت للهاشتاق باستمرار	47	27.3	2
2	غالبًا أهتم بالدخول على الهاشتاق	41	23.8	3
3	نادرا ما أهتم بالدخول على الهاشتاق	52	30.3	1
4	بعد التعرف عليه للمرة الأولى توقفت عن التعرض له	32	18.6	4
الإجمالي		172	100%	

يتضح من جدول (5) السابق أن من يتعرضون بدرجة "نادراً" للهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid\_19 # بتويتر جاءو في مقدمة الترتيب بنسبة (30.3%)، تلاهم من يتعرضون بدرجة "مستمرة" بنسبة (27.3%)، وفي الترتيب الثالث جاء من يهتمون بالدخول غالباً للهاشتاق بنسبة (23.8%)، وفي الترتيب الرابع والأخير جاءو من يتعرفون عليه للمرة الأولى ويوقفون عن التعرض له بعد ذلك بنسبة (18.6%)، وبالنظر للنتيجة العامة نجد أن أفراد العينة انقسموا لفئتين فئة تهتم بمتابعة الهاشتاق بغض النظر عن عدد مرات تلك المحاولة، وفئة لا تهتم بذلك.

- الموضوعات الأكثر اهتماماً بالنسبة لعينة الدراسة خلال متابعتها للهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid\_19 # على موقع التواصل الاجتماعي تويتر.

جدول (6) الموضوعات الأكثر اهتماماً بالنسبة لعينة الدراسة خلال متابعتها للهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid\_19 # بتويتر (ن=172)

م	الموضوعات	ك	%	الترتيب
1	التقارير الطبية التي تثبت صحة أي ادعاء حول اللقاح	81	47.1	1
2	تغطيات إعلامية مرتبطة باللقاح	29	16.8	3
3	التعرف على مشاركات شخصيات اعتبارية تثق بها في الهاشتاق	18	10.5	4
4	آراء الجماهير المختلفة حول اللقاح	44	25.6	2
الإجمالي		172	100%	

يتضح من جدول (6) السابق تعدد الموضوعات التي اهتمت بها عينة الدراسة خلال متابعتها للهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid\_19 # بتويتر، حيث جاء في مقدمة تلك الموضوعات "التقارير الطبية التي تثبت صحة أي ادعاء حول اللقاح" بنسبة (47.1%)، مما يعكس وعي أفراد العينة على نوعية البيانات التي يتم الاعتماد عليها في ذلك الموضوع، وهو أخذ المعلومات من مصادرها الرسمية والصحيحة، تلاها "آراء الجماهير المختلفة حول اللقاح"

بنسبة (25.6%)، وهو ما يعكس نتيجة أشار إليها "باومان" في نظرية الحداثة السائلة، من أن الإنسان المعاصر لم يعد مراقب يوجه أفعاله بل قد يتخذ أفرادا آخرين يعتبرهم قدوة في التعامل مع تقلبات الحياة، وأيضا ما ذهب إليه لوبون من أن الجموع لها دور كبير في تكوين الكثير من الآراء، وهي الناظمة لها، وليس عند أكثر البشرية الساحقة سوى آراء الجموع، يتأثرون بزمرهم الاجتماعية التي ينتمون لها عرقيا أو بيئيا، حتى أكثر الناس استقلالا لا تكاد تنفك من التأثير بتلك الجماعات التي تنتمي لها.

وفي الترتيب الثالث جاءت موضوع "تغطيات إعلامية مرتبطة بالفاح" بنسبة (16.8%)، وفي الأخير جاء "التعرف على مشاركات شخصيات اعتبارية تنق بها في الهاشقات" بنسبة (10.5%).

• مستوى ثقة عينة الدراسة بمنصة تويتر كمصدر للحقائق.

جدول (7) مستوى ثقة عينة الدراسة بمنصة تويتر كمصدر للحقائق (ن=172)

م	مستوى الثقة	ك	%	الترتيب
1	أثق بمنصة تويتر بدرجة كبيرة	39	22.7	2
2	أثق بمنصة تويتر بدرجة متوسطة	96	55.8	1
3	أثق بمنصة تويتر بدرجة منخفضة	29	16.9	3
4	لا أثق بمنصة تويتر على الإطلاق	8	4.7	4
الإجمالي		172	100%	

يتضح من جدول (7) السابق أن ثقة عينة الدراسة بمنصة تويتر كمصدر للحقائق مرتفعة، حيث بلغ نسبة ثقة عينة الدراسة (95.3%)، في مقابل (4.7%) لا يتقون في منصة تويتر كمصدر للحقائق، كما تشير النتائج الأكثر تفصيلا إلى أن من يتقون في منصة تويتر بدرجة "متوسطة" كمصدر للحقائق من إجمالي عينة الدراسة بلغت نسبتهم (55.8%)، تلاها من يتقون بدرجة "كبيرة" بنسبة (22.7%)، بينما من يتقون بدرجة "منخفضة" بلغت نسبتهم (16.9%)

• مستوى ثقة عينة الدراسة نحو المعلومات المتداولة في الهاشقات بعد الإطلاع عليها.

جدول (8) مستوى ثقة عينة الدراسة نحو المعلومات المتداولة في الهاشقات بعد الإطلاع عليها (ن=172)

م	مستوى الثقة	ك	%	الترتيب
1	أثق بالمعلومات المتداولة بدرجة كبيرة	24	14	3
2	أثق بالمعلومات المتداولة بدرجة متوسطة	91	52.9	1
3	أثق بالمعلومات المتداولة بدرجة منخفضة	42	24.4	2
4	لا أثق بما يطرح في الهاشقات على الإطلاق	15	8.7	4
الإجمالي		172	100%	

يتضح من جدول (8) السابق تجانس استجابات عينة الدراسة في مستويات الثقة حول منصة تويتر كمصدر للحقائق، والمعلومات المتداولة في الهاشتاق بعد الإطلاع عليها، حيث بلغ نسبة ثقة عينة الدراسة نحو المعلومات المتداولة في الهاشتاق بعد الإطلاع عليها (91.3%)، في مقابل (8.7%) لا يتقنون فيما يطرح في الهاشتاق على الإطلاق، كما تشير النتائج الأكثر تفصيلا إلى أن نسبة من يتقنون في المعلومات المتداولة في الهاشتاق بعد الإطلاع عليها بدرجة "متوسطة" بلغت (52.9%)، تلاها من يتقنون بدرجة "منخفضة" بنسبة (24.4%)، بينما من يتقنون بدرجة "كبيرة" بلغت نسبتهم (14%).

ومن خلال نتائج الجدول رقم (7) و الجدول رقم (8)، يتضح أن ثقة الجماهير بمنصة تويتر بشكل عام وما يعرض في الهاشتاق بشكل خاص، هو محل ثقة لدى أفراد العينة، مما يعكس المسؤولية حول ما يتم تداوله بها.

• موافقة عينة الدراسة على معايير الحكم على المعلومات المتداولة في الهاشتاق وطرق التحقق منها.

جدول (9) مدى موافقة عينة الدراسة حول معايير الحكم على المعلومات المتداولة

#### في الهاشتاق وطرق التحقق منها (ن=172)

م	معايير الحكم على المعلومات المتداولة في الهاشتاق وطرق التحقق منها	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة كا <sup>2</sup>	مدى الموافقة	الترتيب
1	أحكم على المعلومات المتداولة إذا وجدت تقارير طبية تثبت صحتها	2.81	0.450	1.9582	موافق	1
2	أحكم على المعلومات المتداولة إذا وجدت تغطية إعلامية جيدة عن اللقاح في البلدان الأخرى	2.26	0.663	37.686	محايد	3
3	أحكم على المعلومات المتداولة إذا وجدت شخصيات اعتبارية أثق بها مشاركة في الهاشتاق	2.41	0.665	45.709	موافق	2
4	أحكم على المعلومات المتداولة إذا رأيت مشاركة جماهيرية ضخمة تعبر عن ممانعتها لأخذ اللقاح	1.94	0.785	2.837	محايد	5
5	أحكم على المعلومات المتداولة من خلال سؤال الأصدقاء	2.02	0.776	3.640	محايد	4
6	لم أسعى للتحقق من المعلومات المتداولة في الهاشتاق	1.90	0.777	4.965	محايد	6
	المجموع	2.22	0.686		محايد	

قيمة (كا<sup>2</sup>) عند درجة حرية (2) ومستوى دلالة (0.05) = 5.991

الدرجة العظمى للمتوسط الحسابي (3)



كشفت استجابات الأفراد عينة الدراسة كما يُبينه جدول (9) التالي عن درجات مُتابينة حول معايير الحكم على المعلومات المتداولة في الهاشاق وطرق التحقق منها، حيثُ امتدت المُتوسطات الحسابية لجميع المعايير وطرق التحقق منها ما بين (1.90 : 2.81)، كما بلغ مُجمل الموافقة نحو جميع المعايير وطرق التحقق منها بمتوسط مُرجح قدره (2.22) أي في درجة محايدة نحو هذه المعايير، ويوافق الأفراد عينة الدراسة على معيار "الحكم على المعلومات المتداولة إذا وجدت تقارير طبية تثبت صحتها" بمتوسط مُرجح قدره (2.81)، ثم يوافقون على معيار "الحكم على المعلومات المتداولة إذا وجدت شخصيات اعتبارية أثق بها مشاركة في الهاشاق" بمتوسط مُرجح قدره (2.41)، وهذه النتيجة تعكس تنقل المبحوثين بين مصدرين من مصادر الحكم على المعلومة وهما التقارير الطبية، وشخصيات اعتبارية تثق بها أيا كانت وظيفتها.

بينما جاءت درجة الحياد على معيار "أحكم على المعلومات المتداولة إذا وجدت تغطية إعلامية جيدة عن اللقاح في البلدان الأخرى" بمتوسط مُرجح قدره (2.26)، تلاها معيار "أحكم على المعلومات المتداولة من خلال سؤال الأصدقاء" بمتوسط مُرجح قدره (2.02)، وفي الترتيب الخامس جاء معيار "أحكم على المعلومات المتداولة إذا رأيت مشاركة جماهيرية ضخمة تعبر عن ممانعتها لأخذ اللقاح" بمتوسط مُرجح قدره (1.94)، وفي الأخير جاء معيار "لم أسعى للتحقق من المعلومات المتداولة في الهاشاق" بمتوسط مُرجح قدره (1.90).

وتأكيدًا على ما سبق فقد امتدت قيمة "كا2" لمدى موافقة عينة الدراسة على معايير الحكم على المعلومات المتداولة في الهاشاق وطرق التحقق منها ما بين (195.848 : 2.837) عند درجة حرية (2) ومستوى دلالة (0.05)؛ مما يدل على وجود فرق دال إحصائيًا بين آراء عينة الدراسة في مدى الموافقة على أول ثلاث معايير بالجدول التالي عند تعرضهم للهاشاق المتعلق بتلقي لقاح Covid\_19 # على موقع التواصل الاجتماعي تويتر، بينما لا توجد فروق دالة إحصائيًا بين آراء عينة الدراسة في مدى الموافقة على آخر ثلاث معايير بالجدول التالي عند تعرضهم للهاشاق المتعلق بتلقي لقاح Covid\_19 # على موقع التواصل الاجتماعي تويتر.

#### • مستوى ثقة عينة الدراسة نحو الحسابات التي تدير الهاشاق بعد الإطلاع عليها.

جدول (10) مستوى ثقة عينة الدراسة نحو الحسابات التي تدير الهاشاق بعد الإطلاع عليها (ن=172)

م	مستوى الثقة	ك	%	الترتيب
1	أثق بتلك الحسابات بدرجة كبيرة	26	15.1	3
2	أثق بتلك الحسابات بدرجة متوسطة	88	51.2	1
3	أثق بتلك الحسابات بدرجة منخفضة	34	19.7	2
4	لا أثق بأي حساب على الإطلاق	24	14	4
الإجمالي		172	%100	

يتضح من جدول (10) السابق أن أكثر من نصف عينة الدراسة المتابعين للهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid\_19# على موقع التواصل الاجتماعي تويتر يتقون بدرجة "متوسطة" في الحسابات التي تدير الهاشتاق بعد الإطلاع عليها وذلك بنسبة (51.2%)، و(15.1%) يتقون بدرجة "كبيرة"، مما يعني أن الفئة الأكبر من المبحوثين تثق بالحسابات التي تدير تلك الهاشتاقات، وهي نتيجة تتفق مع النتائج السابقة حول ثقة الجماهير بمنصة تويتر أو لا كمنصة تواصل اجتماعي، ومن ثم ثقة أفراد العينة بالمعلومات المتداولة بالهاشتاق، وتلتها نتيجة هذا المحور التي تؤكد على ثقة المبحوثين بالحسابات التي تدير ذلك الهاشتاق.

بينما كانت النسبة الأقل لعدم الثقة والتي تمثلت ب (19.7%) يتقون بدرجة "منخفضة" و (14%) في هذه الحسابات على الإطلاق.

• مستوى ثقة عينة الدراسة نحو جهود منظمة الصحة العالمية وتصريحاتها الإعلامية إزاء ما يطرح في الهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid-19# وقيادتها للأزمة الصحية إعلامياً.

جدول (11) مستوى ثقة عينة الدراسة نحو جهود منظمة الصحة العالمية وتصريحاتها الإعلامية إزاء ما يطرح في الهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid-19# وقيادتها للأزمة الصحية إعلامياً (ن=172)

م	مستوى الثقة	ك	%	الترتيب
1	أتق بجهود منظمة الصحة العالمية بدرجة كبيرة	93	54.1	1
2	أتق بجهود منظمات الصحة العالمية بدرجة متوسطة	44	25.6	2
3	أتق بجهود منظمات الصحة العالمية بدرجة منخفضة	20	11.6	3
4	لا أتق بتلك الجهود على الإطلاق	15	8.7	4
الإجمالي		172	100%	

يتضح من جدول (11) السابق تجانس استجابات عينة الدراسة في مستويات الثقة نحو جهود منظمة الصحة العالمية وتصريحاتها الإعلامية إزاء ما يطرح في الهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid-19# وقيادتها للأزمة الصحية إعلامياً، حيث بلغ نسبة ثقة عينة الدراسة نحو تلك الجهود (91.3%)، في مقابل (8.7%) لا يتقون في تلك الجهود على الإطلاق، وتشير النتائج التفصيلية إلى أن نسبة من يتقون في جهود منظمة الصحة العالمية وتصريحاتها الإعلامية إزاء ما يطرح في الهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid-19# وقيادتها للأزمة الصحية إعلامياً بدرجة "كبيرة" بلغت (54.1%)، تلاها من يتقون بدرجة "متوسطة" بنسبة (25.6%)، بينما من يتقون بدرجة "منخفضة" بلغت نسبتهم (11.6%)، وهي نتيجة تتفق مع ما ذهبت إليه دراسة 2021م Naw Safrin Sattar \* and Shaikh Arifuzzaman ، والتي أظهرت من خلال تحليل مجموعة من التغريدات لسكان الولايات المتحدة لاستخلاص آراء

الناس هناك حول اللقاحات والتي أظهرت توقعات إيجابية حول تدابير السلامة التي اتخذتها المنظمات الصحية تجاه اللقاحات.

• الطبيعة التفاعلية لأفراد عينة الدراسة المتابعين للهاشتاق.

جدول (12) الطبيعة التفاعلية لأفراد المتابعين للهاشتاق (ن=172)

م	الطبيعة التفاعلية للأفراد المتابعين للهاشتاق	ك	%	الترتيب
1	مشارك في تبادل المعلومات المتداولة في الهاشتاق من خلال إعادة التغريد	12	7	3
2	قارئ فقط لما يطرح في الهاشتاق	125	72.7	1
3	مشارك في تقديم رأي حول اللقاح	7	4	4
4	لا أقوم بأي تفاعل	28	16.3	2
الإجمالي		172	100%	

يتضح من جدول (12) السابق أن معظم أفراد عينة الدراسة يفضلون قراءة ما يطرح الهاشتاق فقط وذلك بنسبة (72.7%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة، تلاها بنسبة (16.3%) من لا يتفاعلون مع الهاشتاق، أي المتابعين غير النشطين، وفي الترتيب الثالث جاء من يتبادلون المعلومات المتداولة في الهاشتاق من خلال إعادة التغريد بنسبة (7%)، وفي الأخير جاء المشاركون في تقديم رأي حول اللقاح بنسبة (4%).

• دوافع عينة الدراسة للتفاعل مع الهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid\_19 # على موقع التواصل الاجتماعي تويتر.

جدول (13) دوافع عينة الدراسة للتفاعل مع الهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid\_19 # بتويتر (ن=120) (49)

م	دوافع عينة الدراسة للتفاعل مع الهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid_19 # بتويتر	ك	%	الترتيب
1	لاقتناعي التام بما يطرح	87	60.4	2
2	الخوف من أضرار اللقاح	82	56.9	3
3	للتساؤل عن مصداقية ما يطرح في الهاشتاق	132	91.7	1
إجمالي من سنلوا		144	100%	

يتضح من جدول (13) السابق تنوع دوافع عينة الدراسة للتفاعل مع الهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid\_19 # على موقع التواصل الاجتماعي تويتر، حيث جاء دافع "للتساؤل عن مصداقية ما يطرح في الهاشتاق" في مقدمة دوافع التفاعل مع الهاشتاق بنسبة مئوية بلغت (91.7%)، وفي الترتيب الثاني جاء دافع "لاقتناعي التام بما يطرح" بنسبة مئوية بلغت (60.4%)، وفي الأخير جاء دافع "الخوف من أضرار اللقاح" بنسبة مئوية بلغت (56.9%).

- أهم الدوافع التي تمنع الأفراد من التفاعل مع الهاشتاق من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة. جدول (14) أهم الدوافع التي تمنع الأفراد من التفاعل مع الهاشتاق من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة (ن=172)

م	الدوافع التي تمنع الأفراد من التفاعل مع الهاشتاق	ك	%	الترتيب
1	اقتناعهم بخطورة نقل أي أخبار مغلوبة حول اللقاح والمرض لما ينطوي عليه من مسؤولية	53	30.8	2
2	لعدم أهليتهم العلمية في الحديث عن مواضيع طبية خارج نطاق تخصصهم	59	34.3	1
3	المعلومات المنشورة لا تتوافق مع رؤيتهم حول اللقاح	16	9.3	4
4	لا يجدون الوقت للتفاعل	44	25.6	3
الإجمالي		172	100%	

ينتضح من جدول (14) السابق أن أفراد عينة الدراسة قد اجتمعوا على مجموعة من الدوافع التي تمنع الأفراد من التفاعل مع الهاشتاق في مقدمتها "لعدم أهليتهم العلمية في الحديث عن مواضيع طبية خارج نطاق تخصصهم" بنسبة مئوية بلغت (34.3%)، تلاها دافع "اقتناعهم بخطورة نقل أي أخبار مغلوبة حول اللقاح والمرض لما ينطوي عليه من مسؤولية" بنسبة مئوية بلغت (30.8%)، وفي الترتيب الثالث جاء دافع "لا يجدون الوقت للتفاعل" بنسبة مئوية بلغت (25.6%)، وفي الأخير جاء دافع "المعلومات المنشورة لا تتوافق مع رؤيتهم حول اللقاح" بنسبة مئوية بلغت (9.3%).

- دور الهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid-19 # في مسار الأزمة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

جدول (15) دور الهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid-19 # في مسار الأزمة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة (ن=172)

م	دور الهاشتاق في مسار الأزمة	ك	%	الترتيب
1	كان للهاشتاق دور مؤثر وواضح	118	68.6	1
2	كان للهاشتاق تأثير بسيط	43	25	2
3	لم يكن للهاشتاق أي تأثير	11	6.4	3
الإجمالي		172	100%	

ينتضح من جدول (15) السابق أن معظم أفراد عينة الدراسة قد اجتمعوا على أن الهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid-19 # كان له دور مؤثر وواضح في مسار الأزمة بنسبة (68.6%)، بينما بينت نسبة (25%) من عينة الدراسة أن للهاشتاق تأثير بسيط، في حين لم يكن للهاشتاق أي تأثير من وجهة نظر (6.4%) من أفراد عينة الدراسة، وهو يتفق نسبياً مع أظهرته نتائج دراسة (Ivan Herrera-Peco.....7) (1- 2021م)، والتي هدفت لتحليل

التغريدات المنشورة على منصة تويتر والتي تناهض تطعيم كوفيد 19، من أن هناك حركة في وسائل التواصل الاجتماعي تركز على تدمير مصداقية اللقاحات، ومحاولة إقناع الناس بتجاهل نصيحة الحكومات والمنظمات الصحية، وذلك بالتركيز على حسابات المؤثرين والتغريدات الأكثر تأثيراً.

• دور وزارة الصحة تجاه ما يتداول من معلومات على الهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid-19 # من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

جدول (16) دور وزارة الصحة تجاه ما يتداول من معلومات على الهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid-19 # من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة (ن=172)

م	دور وزارة الصحة تجاه ما يتداول من معلومات	ك	%	الترتيب
1	على وزارة الصحة أن تصدر بيان تفند فيه المعلومات المتداولة	74	43	1
2	على وزارة الصحة القيام بحملة إعلامية ونشر رسائل توعوية	83	48.3	2
3	على وزارة الصحة تجاهل الهاشتاق وعدم تضخيم تأثيره	13	7.5	3
4	أخرى تذكر	2	1.2	4
الإجمالي		172	100%	

يتضح من جدول (16) السابق أن القيام بحملة إعلامية ونشر رسائل توعوية أهم أدوار وزارة الصحة تجاه ما يتداول من معلومات على الهاشتاق المتعلق بتلقي لقاح Covid-19 # من وجهة نظر (48.3%) من أفراد عينة الدراسة، تلاها قيامها بإصدار بيانات تفند فيه المعلومات المتداولة بنسبة (43%)، وعبرت نسبة (7.5%) على أن دور وزارة الصحة يتمثل في تصدر بيان تفند فيه المعلومات المتداولة، وتتفق نتائج هذا الجدول مع ما خرجت به العديد من الدراسات مثل دراسة 2020م 2 Meisam Dastani , 1 Mahsa Dalili Shoaie والتي أكدت من خلال نتائجها على ضرورة بذل جهود خاصة فيما يتعلق بالمعلومات المضللة حول الجائحة وتقييم دقة المعلومات بعناية أكبر والانتباه لجودة المعلومات التي يتم تداولها ومشاركتها، وأيضا دراسة (9- Tasmiah Nuzhath.....-1) 2020، والتي أكدت إلى الحاجة لصياغة خطة اتصال واسعة النطاق تعالج المخاوف المرتبطة بشأن اللقاحات، وفضح المعلومات المضللة حولها.

بينما ذكر (1.2%) على أن وزارة الصحة أدت دورها بكل تفاني في التفاعل مع المجتمع بخصوص تجاه ما يتداول من معلومات وأنها لا تحتاج إلى تدخل إضافي، وهي تتفق مع ما ذهبت إليه دراسة وأيضا دراسة (بن علي/2021م) ، والتي هدفت لمعرفة تفاعل الجهات الحكومية والهيئات الحكومية المستقلة مع الشائعات الإلكترونية المصاحبة لفايروس كورونا في المملكة العربية السعودية، وأظهرت النتائج أن هناك جهود مبذولة من قبل الجهات

المختصة لنفي شائعات كورونا، وأن الجهات المختصة تفاعلت مع شائعات كورونا بأسلوب علمي ساعد على عدم انتشارها وخفف من تأثيرها على المجتمع.

فروض الدراسة:

– الفرض الأول "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ثقة الجمهور بمنصة تويتر كمصدر للحقائق وثقتهم حول ما يتداول بها من معلومات في الهاشقات". ويمكن التحقق من صحة هذا الفرض على النحو الآتي:

جدول (16) معاملات الارتباط بين ثقة الجمهور بمنصة تويتر كمصدر للحقائق

وثقتهم حول ما يتداول بها من معلومات في الهاشقات (ن=172)

ثقة الجمهور حول ما يتداول بها من معلومات في الهاشقات					المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى معنوية	اختبار "ف"	R2	قيمة ر	
دال إحصائيًا	0.000	66.879	0.282	0.531**	ثقة الجمهور بمنصة تويتر كمصدر للحقائق

(\*\*) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01).

بالنظر في جدول (16) السابق يتضح الآتي:

وجود ارتباط طردي ذو دلالة معنوية بين ثقة الجمهور بمنصة تويتر كمصدر للحقائق وثقتهم حول ما يتداول بها من معلومات في الهاشقات، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط "بيرسون" (\*\*0.531)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.001)، وتدل على صحة العلاقة الانحدارية وجوهرية العلاقة بين المتغيرين، وأن هذه العلاقة الانحدارية لا تعود إلى الصدفة بينهما حيث بلغت قيمة اختبار "ف" (66.879)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.001)، كما بلغ قيمة معامل التحديد  $R^2 = 0.282$ ، وهو يعنى أن ثقة الجمهور بمنصة تويتر كمصدر للحقائق يُفسر ثقتهم حول ما يتداول بها من معلومات في الهاشقات بنسبة (28.2%)، أما النسبة الباقية فتفسرها متغيرات أخرى لم تدخل في العلاقة الانحدارية، إضافةً إلى الأخطاء العشوائية الناتجة عن أسلوب سحب العينة ودقة القياس وغيرها. بذلك ثبت صحة الفرض الأول.

– الفرض الثاني "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ثقة الجمهور بالحسابات التي تدير الهاشتاق بمنصة تويتر وثقتهم حول ما يتداول بها من معلومات في الهاشتاق". ويمكن التحقق من صحة هذا الفرض على النحو الآتي:

جدول (17) معاملات الارتباط بين ثقة الجمهور بالحسابات التي تدير الهاشتاق بمنصة تويتر

وثقتهم حول ما يتداول بها من معلومات في الهاشتاق (ن=172)

ثقة الجمهور حول ما يتداول بها من معلومات في الهاشتاق					المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى معنوية	اختبار "ف"	R2	قيمة ر	
دال إحصائياً	0.000	121.294	0.416	0.645**	ثقة الجمهور بالحسابات التي تدير الهاشتاق بمنصة تويتر

(\*\*) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01).

بالنظر في جدول (17) السابق يتضح الآتي:

وجود ارتباط طردي ذو دلالة معنوية بين ثقة الجمهور بالحسابات التي تدير الهاشتاق بمنصة تويتر وثقتهم حول ما يتداول بها من معلومات في الهاشتاق، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط "بيرسون" (\*\*0.645)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.001)، وتدل على صحة العلاقة الانحدارية وجوهرية العلاقة بين المتغيرين، وأن هذه العلاقة الانحدارية لا تعود إلى الصدفة بينهما حيث بلغت قيمة اختبار "ف" (121.294)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.001)، كما بلغ قيمة معامل التحديد  $R^2 = 0.416$ ، وهو يعنى أن ثقة الجمهور بالحسابات التي تدير الهاشتاق بمنصة تويتر يُفسر ثقتهم حول ما يتداول بها من معلومات في الهاشتاق بنسبة (41.6%)، أما النسبة الباقية فتفسرها متغيرات أخرى لم تدخل في العلاقة الانحدارية، إضافةً إلى الأخطاء العشوائية الناتجة عن أسلوب سحب العينة ودقة القياس وغيرها. بذلك ثبت صحة الفرض الثاني.

– **الفرض الثالث التي تُنص على أنه:** "يوجد فرق دال إحصائيًا بين تفاعل عينة الدراسة مع الهاشاق المتعلق بتلقي لقاح Covid-19 # تُعزى لمتغير السن". ويمكن التحقق من صحة هذا الفرض على النحو الآتي:

**جدول (18) دلالة الفروق (ANOVA) بين مُتوسطات تفاعل عينة الدراسة مع الهاشاق**

**المتعلق بتلقي لقاح Covid-19 # وفقًا لمتغير السن (ن = 172)**

الاتجاهات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف
الدرجة الكلية لتفاعل عينة الدراسة مع الهاشاق	بين المجموعات	3.137	3	1.046	1.558
	داخل المجموعات	112.741	168	0.67	
	الإجمالي	115.878	171		

**قيمة (ف) الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) عند درجة حُرية (3، 168) = (2.68)**

يتضح من نتائج الجدول السابق أن قيمة (F) المحسوبة بلغت (1.558) وهي أقل من قيمة (F) الجدولية ومستوى معنوية (0.201) وهي أكبر من مُستوى معنوية (0.05)؛ بالتالي لا توجد فروق دالة إحصائيًا بين مُتوسطات تفاعل عينة الدراسة مع الهاشاق المتعلق بتلقي لقاح Covid-19 # وفقًا لمتغير السن. بذلك لم تثبت صحة الفرض الخامس.

#### **الخلاصة ومناقشة النتائج:**

1- أظهرت النتائج أن أهم أسباب تعرض أفراد العينة لهاشاق #كوفيد\_19 المتعلق بتلقي اللقاح هو للتعرف على الأحداث الجارية والمستجدات حوله، مما يعني أن هناك اعتماد على البيانات المتداولة في الهاشقات لدى الجماهير، وأن هناك متابعة له شبه مستمرة من خلال التعرف على آخر المعلومات المستحدثة فيه، وهو ما يعكس أهمية وجود رقابة مستمرة من قبل الجهات المختصة على المحتوى المتداول، حيث عكست النتائج أيضًا حجم ثقة عالي بمنصة تويتر كمنصة تواصل اجتماعي، وثقة بالمعلومات المتداولة به أيضًا.

2- وجود ميل لدى أفراد العينة للحكم على المعلومات المتداولة من خلال شخصيات اعتبارية تؤمن بها، وأيضًا من خلال آراء الجماهير، وهو يؤكد ما ذهب إليه باومان من خلال نظريته "الحدائثة السائلة" أن الجماهير بدت تتحرر في الاعتماد على معارفها الذي ينعكس على قرارها من سلطة المصادر الرسمية لاتخاذ أفراد آخرين مصادر للمعلومة.

3- كشفت النتائج أيضًا وجود نسبة ثقة عالية بالحسابات التي تدير الهاشاق، مما يضعنا أمام احتمالين لا ثالث لهما:



الأول: وجود مخاوف أن تقوم أي أجهزة معادية لتدابير السلامة بتجنيد تلك الحسابات أثناء الأزمات لأهداف متعددة وغايات مختلفة، ويؤكد ذلك الاحتمال ما ذهبت إليه دراسة 1- (Ivan Herrera-Peco.....7) 2021م، والتي أكدت على ظهور مؤامرات كثيرة خلال الجائحة تتركز في مناهضة اللقاح، وتوجد حركة في وسائل التواصل الاجتماعي تركز على تدمير مصداقية اللقاحات، ومحاولة إقناع الناس بتجاهل نصيحة الحكومات والمنظمات الصحية، وذلك بالتركيز على حسابات المؤثرين والتغريدات الأكثر تأثيراً، مع التوصية على ضرورة التنبيه لحرب المعلومات المضللة التي يجب أخذها بعين الاعتبار.

وتحمل أزمة كورونا تلك الخصوصية حيث كانت فترة حرجة أثناء فرض الحجر الكلي والجزئي، انعكف الناس على مواقع التواصل وتداول المعلومات الخاصة بكوفيد 19 أثناءها، وامتاز الاتصال عبر وسائل التواصل الاجتماعي بالديناميكية أيضاً، وتحرك المعلومات بشكل سلس بين المستخدمين، مما يضع المسؤولية تجاه مراقبة المحتوى المتداول به.

الثاني: استثمار تلك المنصة لنشر المعلومات الصحيحة، وتنفيذ الشائعات والمعلومات المغلوطة والمفبركة، من خلال محتوى يواكب تطورات الأزمات الصحية وما تمر به من تداعيات يكتنفها تحديد لحالتها كما حصل مع أزمة كوفيد 19 / وذلك كموجة معاكسة توقف أي طوفان لمعلومات قد تريك الجماهير، وتعيق المساعي الحثيثة لمنظمات الصحية الدولية، والجهود الدولية لتطبيق إجراءات السلامة حيال التصدي لتلك الأزمات بكل الوسائل الممكنة، من خلال تصميم حملات تعني بدحض كل الادعاءات المغلوطة وكشف زيفها بالتقارير الطبية المحكمة، و آراء العلماء واستثمار تلك الثقة بالمنصات بإتاحة أكبر قدر من المعلومات التي تصد تلك الموجة التي تقاد للنيل من الجهود المعنية، حيث يعد وجود منصة تحظى بثقة من الجماهير وباعتمادية عالية فرصة ذهبية أمام الجهات الرسمية لاستثمارها خير استثمار

حيث تؤكد دراسة Kathleen M. Carley Shahan Ali Memon 2020م ، أن منصة تويتر أثناء جائحة كوفيد 19 أصبحت مكان مثير لانتشار المعلومات المضللة، وأن الأخيرة أكثر كثافة من المعلومات الصحيحة، وأن الغالبية العظمى من المستخدمين لديهم معلومات مغلوطة ومناهضة للتطعيم، وأن هناك توجه إلى الاعتماد على الروايات المضللة والمغلوطة ومتابعة الحسابات المضللة.

مما يعني ضرورة استثمار تلك المنصة لوقف تلك المحاولات التي تعيق إدارة الأزمة على أصعدة كثيرة.

4- أظهرت النتائج أيضا الطبيعة التفاعلية لأفراد العينة مع الهاشقات حيث غلب على أفراد العينة حالة التعاطي مع المعلومات بالقراءة فقط من دون المشاركة، واقتناع بما يطرح شكلت ما نسبته ثلث العينة تقريبا، وهي نتيجة توجب ضرورة توجيه انتباه الجماهير لخطورة ذلك التعرض التلقائي الذي قد يكون في بدايته عفويا، لكنه مع الاستمرار وفي ظل نقص محتوى مناهض قد يتجول لقناعة راسخة تبنى عليها قرارات خاطئة، خاصة أن أهم سبب لدوافع التعرض لأفراد العينة كان من أجل التساؤل حول مصداقية المحتوى المطروح شكلت نسبته 91%، وهي نسبة عالية وخطيرة تتيح إمكانية اختطاف وعي الأفراد نحو تلك المعلومات المضللة وتصديقها، خاصة وأن الفروض الأول والثاني للدراسة عكست وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ثقة الجمهور بمنصة تويتر كمصدر للحقائق وثقتهم حول ما يتداول بها من معلومات في الهاشقات"، وأيضا وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ثقة الجمهور بالحسابات التي تدير الهاشقات بمنصة تويتر وثقتهم حول ما يتداول بها من معلومات في الهاشقات".

5- وقد أظهرت نتائج الفروض أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير السن والتفاعل مع الهاشقات، مما يؤكد نتيجة أن الجماهير باختلاف أطيافها العمرية تعتمد على تويتر وتتفاعل مع الهاشقات باختلاف مرحلتها العمرية، حيث أن منصة تويتر لم تعد مختصة بجيل بعينه بل هي حالة من الاعتماد على وسائل إعلامية جديدة رقمية أصبحت ضرورة في هذا العصر، بديلة عن الإعلام التقليدي

## المراجع:

- 1 : Srivastava, Kumar Chandan; Shrivastava, Deepti; Chhabra, Kumar Gaurav; Naqvi, Waqar; Sahu, Arti, Facade of media and social media during covid-19: A review, Int. J. Res. Pharm. Sci. ; Special Issue 1(11): 142-149, 20200311, Article Dans Anglais | WHO COVID, ELSEVIER | ID: covidwho-714781,
- 2 : الدليمي، عبد الرزاق (2015)، العلاقات العامة وإدارة الأزمات، دار البيزوردي، عمان، ص212
- 3 : المساعدة، ماجد (2012)، إدارة الأزمات المداخل – المفاهيم – العمليات، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ص 171
- 4 : أحمد، أشرف السعيد.(2013)، تكنولوجيا المعلومات وإدارة الأزمات، الناشر: المؤلف، ص52
- 5 : Kai-Cheng Yang, Christopher Torres-Lugo, Filippo Menczer, Prevalence of Low-Credibility Information on Twitter During the COVID-19 Outbreak, arXiv:2004.14484v2 [cs.CY] 8 Jun 2020
- 6 : Gianluca Nogara, Padinjaredath Suresh, Felipe Cardoso, Omran Ayoub, Silvia Giordano, Luca Luceri, he Disinformation Dozen: An Exploratory Analysis of Covid-19, Disinformation Proliferation on Twitter, WebSci '22, June 26–29, 2022, Barcelona, Spain
- 7 : A. Mourad\* , A. Srour\* , H. Harmanani \* , C. Jenainati† , M. Arafeh, Critical Impact of Social Networks Infodemic on Defeating Coronavirus COVID-19 Pandemic: Twitter-Based Study and Research Directions, arXiv:2005.08820v1 [cs.SI] 18 May 2020
- 8 : Mike Thelwall; Kayvan Kousha; Saheeda Thelwall, Covid-19 vaccine hesitancy on Englishlanguage Twitte, Profesional de la información, 2021, v. 30, n. 2. e-ISSN: 1699-2407
- 9 : Tasmiah Nuzhath1-4, Samia Tasnim2,4,8, Rahul Kumar Sanjowal1, Nusrat Fahmida Trisha2,4, Mariya Rahman2,4, Farabi Mahmud2,5, Arif Arman2,5, Susmita Chakraborty2,6, Md Mahbub Hossain2,7,8, COVID-19 vaccination hesitancy, misinformation and conspiracy theories on social media: A content analysis of Twitter data, SocArXiv, 11 Dec. 2020. Web.
- 10 : Qin Xiang Ng 1 , Shu Rong Lim 1 , Chun En Yau 2 and Tau Ming Liew 3, Examining the Prevailing Negative Sentiments Related to COVID-19 Vaccination: Unsupervised Deep Learning of Twitter Posts over a 16 Month Period, Vaccines 2022, 10, 1457. <https://doi.org/10.3390/vaccines10091457>
- 11 : Paola Pascual-Ferrá, Neil Alperstein, Daniel J. Barnett, Social Network Analysis of COVID-19 Public Discourse on Twitter: Implications for Risk Communication, Copyright © 2020 Society for Disaster Medicine and Public Health, Inc., DOI: 10.1017/dmp.2020.347, p: 561
- 12 : Oguzhan Gencoglu 1,\* and Mathias Gruber 2, Causal Modeling of Twitter Activity during COVID-19, Computation 2020, 8, 85; doi:10.3390/computation8040085, p;2

- 13 : A. Mourad\* , A. Srour\* , H. Harmanani \* , C. Jenainati† , M. Arafeh\* , Critical Impact of Social Networks Infodemic on Defeating Coronavirus COVID-19 Pandemic: Twitter-Based Study and Research Directions, arXiv:2005.08820v1 [cs.SI] 18 May 2020, p;1
- 14 : العواد: هيثم عبد الرحمن.(2021)، "أثر استخدامات وسائل التواصل على حياة الفرد المجتمعية/ دراسة ميدانية على عينة من جامعة أم القوين بالإمارات"، بحث منشور في المجلات الأكاديمية العلمية العراقية، مجلد 13 - عدد 45، ص232
- 15 : علي، فودة محمد.(2020م)، " اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول أزمة كورونا"، بحث منشور في مجلة البحوث الإعلامية، ع:55
- 16 : حسن، زينب محمد.(2021م)، "تأثير الاعتماد على منصات الإعلام الرسمية السعودية في تويتر على معارف وسلوكيات الجمهور لجائحة كورونا"، بحث منشور في مجلة البحوث الإعلامية، العدد: 57
- 17 : عبد الظاهر، وجدي حلمي.(2021م)، "إدراك الجمهور للمخاطر الصحية لفيروس كورونا المقدمة في الإعلام السعودي، دراسة في تأثير نظرية الشخص الثالث"، بحث منشور بمجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية مجلد 13، عدد خاص 1-95
- 18 - عمر، حسان (2021م)، " تصورات طلاب جامعة الملك عبد العزيز عن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل وعيهم عن جائحة كورونا، دراسة مسحية"، بحث منشور بمجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية مجلد:13
- 19- كمال، مها محمد (2021م)، " استخدام الشباب المصري لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمعارفهم واتجاهاتهم على فيروس كورونا"، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا العدد 34/ ج / مجلة بحوث العلاقات العامة للشرق الأوسط.
- 20 - بدر. فاروق محمد، محمد. جمال (2021م)، " اعتماد أساتذة الجامعات اليمنية على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن وباء كورونا "دراسة مسحية"، بحث منشور Alahmdalus – journal -social sciences -vol8- 2021 -Issue 74 -for humanities 8
- 21 - Ibrahim Arpacı 1 , Shadi Alshehabi2 , Mostafa Al-Emran3 , Mahmoud Khasawneh4 , Ibrahim Mahariq4 , Thabet Abdeljawad5, 6, 7 and Aboul Ella Hassanien8, 9- Analysis of Twitter Data Using Evolutionary Clustering during the COVID-19 Pandemic- CMC, vol.65, no.1, pp.193-204, 2020
- 22 - Mahsa Dalili Shoaie 1 , Meisam Dastani 2 ،The Role of Twitter During the COVID-19 Crisis: A Systematic Literature Review ،Acta Informatica Pragensia, 2020, 9(2), 154–169 DOI: 10.18267/j.aip.138 Original Article
- 23 - Naw Safrin Sattar \* and Shaikh Arifuzzaman ،COVID-19 Vaccination Awareness and Aftermath: Public Sentiment Analysis on Twitter Data and Vaccinated Population Prediction in the USA ،Appl. Sci. 2021, 11, 6128.
- 24 : الرويس، فيصل.(2020م)، " الشائعات الالكترونية وتأثيراتها المجتمعية في ظل تداعيات انتشار فايروس كورونا المستجد "كوفيد19" دراسة سوسولوجية" درا المنظومة، مجلد:37، عدد: 148-156/2020م.
- 25 : سلامة، حسان علي. (2020م)، " الأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي وكفاءتها كمصادر للمعلومات عن جائحة كورونا -دراسة ميدانية" بحث منشور بالمجلة المصرية لبحوث الرأي العام مجلد: 19، ع:161، 2-235، 2020م
- 26 : السالم، فاطمة.(2020م)، " مصداقية الإعلام الرسمي الكويتي أثناء الأزمات "جائحة كورونا" نموذجا"، بحث منشور بمجلة بحوث العلاقات العامة للشرق الأوسط عدد 29 ج 1 ص249

- 27 : بن علي، شاكرا. (2021م)، "الشائعات عن فايروس كورونا وتفاعل الجهات الحكومية السعودية من وجهة نظر المتحدثين الرسميين"، Arabian Journal for media communication، مارس 2021 / Iuss 25 ، ص63
- 28 -Shahan Ali Memon ،Kathleen M. Carley ،Characterizing COVID-19 Misinformation Communities Using a Novel Twitter Dataset ،arXiv:2008.00791v4 [cs.SI] 19 Sep 2020.
- 29-Ivan Herrera-Peco 1,\* ، Beatriz Jiménez-Gómez 1 ، Carlos Santiago Romero Magdalena 2 ، Juan José Deudero 2 ، María García-Puente 3 ، Elvira Benítez De Gracia 2 and Carlos Ruiz Núñez 4 ،Antivaccine Movement and COVID-19 Negationism: A Content Analysis of Spanish-Written Messages on Twitter ، Vaccines 2021، 9، 656.
- 30: Thelwall, Mike; Kousha, Kayvan; Thelwall, Saheeda Covid-19 vaccine hesitancy on Englishlanguage Twitt، Profesional de la información، 2021، v. 30، n. 2. e-ISSN: 1699-2407.
- 31 : A. Mourad ، A. Srour ، H. Harmanani ، C. Jenainati ، M. Arafeh ، Critical Impact of Social Networks Infodemic on Defeating Coronavirus COVID-19 Pandemic: Twitter-Based Study and Research Directions، arXiv:2005.08820v1 [cs.SI] 18 May 2020
- 32 : Tasmiah Nuzhath1-4، Samia Tasnim2،4،8، Rahul Kumar Sanjowal1، Nusrat Fahmida Trisha2،4، Mariya Rahman2،4، Farabi Mahmud2،5، Arif Arman2،5، Susmita Chakraborty2،6، Md Mahbub Hossain2،7،8، COVID-19 vaccination hesitancy، misinformation and conspiracy theories on social media: A content analysis of Twitter data، SocArXiv، 11 Dec. 2020. Web.
- 33 : تومي، فضيلة، (2011م)، تكنولوجيا الاتصال-التفاعلية وعلاقتها بالبحث العلمي بالجامعة الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد خاص: الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات في التعليم العالي، ص486
- 34 : اللبان: شريف (2005)، الصحافة الإلكترونية، دراسة في التفاعلية وتصميم المواقع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ص65
- 35 : اللبان، شريف. (2011)، مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الإنترنت، القاهرة، دار العالم العربي، ص83
- 36 : زيدان، سليمة، عبد الوهاب، عبد الله (2019) أبعاد التفاعلية في الصحافة الإلكترونية في ليبيا دراسة تحليلية، بحث منشور بمجلة كلية الفنون -السنة الثالثة، العدد الخامس، ص190
- 37 شاهين، عبد الباسط أحمد. (2014)، التفاعلية في مواقع الصحف الإلكترونية، الطبعة الأولى، القاهرة، دار العلوم للنشر والتوزيع، ص137
- 38 - Carrie Heeter،1989، Implications of new interactive technologies for conceptualizing communication ،Media use in the information age: Emerging patterns of adoption and consumer use،217-235
- 39 : خفاجة، آلاء ماهر. (2020)، أدوات الاتصال والتفاعل بالشبكات الاجتماعية كمنتج وعملية دراسة تحليلية على الصفحات الاخبارية أثناء الأحداث الهامة، بحث منشور بمجلة جامعة الملك عبد العزيز الآداب والعلوم الإنسانية، مجلد28، عدد:9، ص196
- 40 : زعموم، خالد، بوهيرة السعيد، (2007م)، التفاعلية في الإذاعة إشكاليها ووسائلها: اتحاد الإذاعات، الدول العربية تونس، ص35

- 41 : السنوسي، ثريا. (2021)، نظريات في الإعلام الجديد، الوكالة العربية للعلاقات العامة، القاهرة، ص228
- 42 : باومان، زيجمونت (2016) الحداثة السائلة، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، ص 25-28
- 43 : مرجع سابق، ص49
- 44 : لويون، غوستاف(2016)، الآراء والمعتقدات، دار العالم العربي، القاهرة، ص139-142
- 45 : باومان، زيجمونت (2016) الحداثة السائلة، مرجع سابق، ص76
- 46 : لويون، غوستاف، الآراء والمعتقدات، مرجع سابق ص 76
- (47) بإمكان المبحوث اختيار أكثر من بديل.
- Ibrahim Arpacı1 , Shadi Alshehabi2 , Mostafa Al-Emran3, \* , Mahmoud Khasawneh4 , Ibrahim Mahariq4 , Thabet Abdeljawad5, 6, 7 and Aboul Ella Analysis of Twitter Data Using Evolutionary Clustering during the - Hassani8, 9 CMC, vol.65, no.1, pp.193-204, 2020- COVID-19 Pandemic
- (49) بإمكان المبحوث اختيار أكثر من بديل.