

بحوث العلاقات العامة

الشرق الأوسط



معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠١٩ م = ١٣٢١ . دورية علمية محكمة يشرف على من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الثامنة - العدد التاسع والعشرون - الجزء الأول - ١٠ أكتوبر ٢٠٢٠ م

(الإعلام وجائحة كورونا .. مصداقية أم أزمات وسائلات؟)

- كوفيد_١٩، الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة: تغيرات عميقة في الممارسة وأساليب الدراسة
أ.د. علي قسايسية (جامعة الجزائر^٣) ... ص ١١
- التعرض لبرامج الرأي بالقنوات الفضائية التلفزيونية، وعلاقتها بمستوى الروح المعنوية لدى الشباب المصري نحو أداء الدولة المصرية في مواجهة الجائحة الوبائية (كورونا)
أ.م.د. مروى ياسين بسيوني (جامعة بنى سويف) ... ص ٢٩
- اعتماد الجمهور على الفضائيات المصرية وموقع التواصل الاجتماعي كمصدر لتعزيز الوعي حول جائحة كورونا
د. سارة سعيد عبد الجود دسوقي (جامعة قناة السويس) ... ص ٩٥
- دور الإعلام في تشكيل اتجاهات راغبي الصورة نحو قرار الملكة بتعليقها مع بداية جائحة كورونا وعلاقتها بالصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية
د. آلاء بنت بكر على الشيخ (جامعة الملك عبد العزيز) ... ص ١٣١
- دور موقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات وعرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد (كوفيد-١٩)
د. إيناس منصور كامل شرف (جامعة كفر الشيخ) ... ص ١٩٣
- مصداقية الإعلام الرسمي الكويتي أثناء الأزمات: جامعة كورونا (كوفيد-١٩) نموذجاً
د. فاطمة سعود عبد العزيز السالم (جامعة الكويت) ... ص ٤٧
- التغطية الإعلامية لجائحة كورونا ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام البحريني نحو أداء المؤسسات الصحية
د. حسين خليفة حسن خليفة (جامعة القاهرة) ... ص ٢٧٩
- توظيف تطبيقات الانترنت في الحد من تفشي وباء كوفيد-١٩: دراسة حالة التجربة اليمنية
حاتم علي حيدر الصالحي (جامعة صنعاء) ... ص ٣١٩
- اتجاهات الثقة نحو معالجة أزمة فيروس كورونا: دراسة تعلقيات الجمهور بمنهجية الإثنوجرافيا الافتراضية على التقرير اليومي لوزارة الصحة والسكان المصرية
أسماء عبد العزيز مصطفى أحمد (جامعة سوهاج) ... ص ٣٥٧

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية

(ENSTINET)

تصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإبداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٦٤٨٢٠

جميع الحقوق محفوظة © ٢٠٢٠ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.epra.org.eg

المهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضرير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. حسن عمام مكاوي (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - العميد السابق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. محمد معرض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس وعميد معهد الجزيرة العالي لعلوم الإعلام

أ.د. سامي السيد عبد العزيز (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية - العميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرووف محمد طابع (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبناني (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. بركات عبد العزيز محمد عبد الله (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث - جامعة القاهرة

أ.د. عابدين الدردير الشريفي (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والاتصال بجامعة العين - أبو ظبي

أ.د. محمد عبد الستار البخاري (سوريا)

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعائية، كلية الصحافة، جامعة ميرزا اولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكرياء (السودان)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الملك فيصل

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)

أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط (JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

العدد التاسع والعشرون /الجزء الأول - السنة الثامنة - ١٠ - أكتوبر ٢٠٢٠

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د. محمد معرض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس

والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

أ.د. محمود يوسف مصطفى

أستاذ العلاقات العامة والوكيل السابق بكلية الإعلام
لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة
جامعة القاهرة

مساعدو التحرير

أ.د. رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والأنسنج
جامعة مصر الدولية

أ.م.د. ثريا مجد السنوسى

أستاذ مشارك بكلية الاتصال

جامعة الشارقة

أ.م.د. مجدى حسن العامرى

أستاذ مساعد ورئيس قسم العلاقات العامة
كلية الإعلام - جامعة بغداد

أ.م.د. فؤاد علي سعدان

أستاذ العلاقات العامة المشارك
كلية الإعلام - جامعة صنعاء

د. نصر الدين عبد القادر عثمان

أستاذ العلاقات العامة المساعد في كلية الإعلام
جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السعيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

علي حسين الميهى

مدقق اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي
بين السرايات - ١ شارع مجد الرغبي

اصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم
رمز بريدي: ٢٢١١١ صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073 Tel : +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency



جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطى من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كليًّا أو جزئيًّا، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوغرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبيق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)
بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٤٣٨٠/٢٠١٩

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications
Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: ceo@apr.agency - jpr@epra.org.eg

موقع ويب: www.apr.agency - www.jpr.epra.org.eg

الهاتف : (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20-818

فاكس : (+2) 048-231-00 -73

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة). والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في التعليم والاستشارات العلمية والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- أول دورية علمية محكمة في التخصص على مستوى الوطن العربي والشرق الأوسط، وأول دورية علمية عربية في تخصص (الإعلام) تحصل على معامل التأثير العربي Arab Impact Factor بمعامل تأثير = ١.٥٠ بنسبة ١٠٠% في تقرير عام ٢٠١٩ م للمؤسسة الأمريكية " NSP نشر العلوم الطبيعية " برعاية اتحاد الجامعات العربية.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن مهرجانات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكademie المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعه، ويراعى الكتابة بينط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحث العربية، ونوع الخط في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢٥٤)، Times New Roman

- و مسافة (١) بين السطور ، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial . يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية .
- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه .
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر . أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت .
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل ، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي ، أما إذا كان التعديل جزرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوماً من إرسال الملاحظات له .
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٢٨٠٠ جنيه مصرى للمصريين من داخل مصر ، وبلغ \$٥٥٠ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب ، مع تخفيض (٢٥٪) لمن يحمل عضوية زمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى . وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه . ولأى عدد من المرات خلال العام . يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قبل اللجنة العلمية .
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة .
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لحكمه ونشره في مجلة أخرى .
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٤٠) صفحة A4 - في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٣٠ جنيهًا مصرىً للمصريين داخل مصر والمقيمين بالخارج والأجانب \$١٠ .
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه ، وعدد (٥) مسئلة من البحث الخاص به .
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيهًا للمصريين ولغير المصريين \$١٥٠ .
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيهًا للمصريين ولغير المصريين \$١٨٠ . على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات .
- ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشتراك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة . ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي .
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين \$٣٠٠ ، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع . ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشتراك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة .
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه ، ومن خارج مصر \$٣٥٠ . بدون حد أقصى لعدد الصفحات .
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيهًا ومن خارج مصر \$٤٥٠ . بدون حد أقصى لعدد الصفحات .
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبّر عن أصحاب البحث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها .
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبرى أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epra.org.eg أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك .

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها ثمانية وعشرون عدداً متتابعين، تضم بحوثاً ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالتهم المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني. فقد تحصلت المجلة على أول معامل تأثير عربي (AIF) للدوريات العلمية العربية المحكمة في تخصص (الإعلام) على مستوى الجامعات والمؤسسات العلمية التي تصدر محتوى باللغة العربية بمعدل = ١.٣٤ في عام ٢٠١٦م، ومعدل ١.٥٠ في عام ٢٠١٩م، والمعامل تابع لمؤسسة النشر الأمريكية العالمية (NSP) دار نشر العلوم الطبيعية Natural Publishing Sciences واتحاد الجامعات العربية. وكذلك نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوقعة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معياراً، وصنفت المجلة في تخصص العلوم الاجتماعية "متداخلة التخصصات" على المستوى العربي ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى.

كما صنفت كذلك في تخصص "الإعلام والاتصال" على المستوى العربي ضمن الفئة "الثانية Q2" وهي الفئة الوسطى المرتفعة، كذلك تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدتها في الدورة الحالية للجنة الترقىات العلمية تخصص "الإعلام" وتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت المجلة ضمن قائمة المجالات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهرسة حالياً ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: EBSCO HOST - دار المنظومة العبيكان - دار نشر العلوم الطبيعية الأمريكية وقاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة").

وفي العدد التاسع والعشرين من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عدداً خاصاً على جزئين حول: "الإعلام وجائحة كورونا .. مصداقية أم أزمات وشائعات؟" يضم بحوثاً ورؤى علمية للأساتذة وللأساتذة المشاركين والمساعدين وكذلك الباحثين، مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية، أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية نجد على صعيد البحوث الواردة في الجزء الأول بالعدد "الناتس والعشرين" من المجلة، ومن جامعة الجزائر^٣، نجد بحثاً تحت عنوان: "كوفيد_١٩، الاتصال الجماهيري والوسائل الجديدة: تغيرات عميقة في الممارسة وأساليب الدراسة"، وهو مقدم من: أ.د. علي قسايسية، من الجزائر.

ومن جامعةبني سويف، قدمت: أ.م.د. مروى ياسين بسيوني، من مصر، بحثاً بعنوان: "التعرض لبرامج الرأي بالقنوات الفضائية التلفزيونية، وعلاقته بمستوى الروح المعنوية لدى الشباب المصري نحو أداء الدولة المصرية في مواجهة الجائحة الوبائية (كورونا)".

ومن جامعة قناة السويس، قدمت: د. سارة سعيد عبد الجود دسوقي، من مصر، بحثاً بعنوان: "اعتماد الجمهور على الفضائيات المصرية وموقع التواصل الاجتماعي كمصدر لتعزيز الوعي حول جائحة كورونا".

وقدمت: د. آلاء بنت علي بكر آل شيخ، من جامعة الملك عبد العزيز، من السعودية، بحثاً بعنوان: "دور الإعلام في تشكيل اتجاهات راغبي العمرة نحو قرار المملكة بتعليقها مع بداية جائحة كورونا وعلاقتها بالصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية".

ومن جامعة كفر الشيخ، قدمت: د. إيناس منصور كامل شرف، من مصر، بحثاً بعنوان: "دور موقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات وعرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد (كوفيد - ١٩)".

ومن الكويت من جامعة الكويت، قدمت: د. فاطمة سعود عبد العزيز السالم، بحثاً تحت عنوان: "صدقانية الإعلام الكويتي الرسمي أثناء الأزمات: جائحة كورونا (كوفيد-١٩) نموذجاً".

ومن جامعة القاهرة، قدم: د. حسين خليفة حسن خليفة، من مصر، بحثاً بعنوان: "التغطية الإعلامية لجائحة كورونا ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام البحريني نحو أداء المؤسسات الصحية".

أما حاتم حيدر علي الصالحي، من جامعة صنعاء، من اليمن، فقد قدم بحثاً تحت عنوان: "توظيف تطبيقات الإنترنت في الحد من تفشي وباء كوفيد-١٩: دراسة حالة التجربة اليمنية".

وأخيراً من جامعة سوهاج، قدمت: أسماء عبد العزيز مصطفى أحمد، من مصر، بحثاً تحت عنوان: "اتجاهات الثقة نحو معالجة أزمة فيروس كورونا: دراسة تعليقات الجمهور بمنهجية الإثنوجرافيا الإفتراضية على التقرير اليومي لوزارة الصحة والسكان المصرية".

أما الجزء الثاني من العدد الناتس والعشرين فضم عدداً من البحوث في ذات الموضوع، ومن جامعة الأزهر، نجد بحثاً تحت عنوان: "توظيف الصحف الإلكترونية العربية للإنفوجرافيك في تغطية تداعيات وباء كورونا (كوفيد - ١٩)"، وهو مقدم من: د. محمد عبد الحميد أحمد، من مصر.

ومن جامعة فاروس بالإسكندرية، قدمت: د. ميرهان محمد السيد طنطاوي، من مصر، دراسة حالة بعنوان: "تقييم الأساليب الإتصالية المستخدمة في التعليم الإلكتروني خلال جائحة كورونا، ومدى فاعليتها لدى الطلاب".

ومن جامعة ٦ أكتوبر، قدمت: د. هاجر محمود مهد عمر، من مصر، بحثاً بعنوان: "استخدام الجمهور المصري للتليفزيون والفيسبوك للحصول على معلومات عن جائحة كورونا واتجاهاتهم نحو الأداء الحكومي في ظل الوباء المعلوماتي".

وقدم: د. محمد عثمان حسن علي، من معهد الإسكندرية العالي للإعلام، من مصر، بحثاً بعنوان: "أطر تقديم جائحة كورونا (كوفيد-١٩) في المواقع الإخبارية الإلكترونية: دراسة تحليلية على عينة من المواقع الإخبارية المصرية".

ومن جامعة طيبة بالسعودية، قدم: د. عبد الحفيظ عبد الجاد درويش مصطفى، من مصر، بحثاً بعنوان: "دور المواقع الإخبارية السعودية في التوعية الصحية أثناء جائحة كورونا" كوفيد-١٩".

ومن مصر من جامعة عين شمس، قدمت: د. إيمان صادق صابر شاهين، دراسة ميدانية بعنوان: "العوامل المؤثرة على السلوك الاتصالى للجمهور المصرى فى أثناء أزمة فيروس كورونا". ومن الجامعة ذاتها، قدم: د. محمود محمد عبد الحليم، من مصر، بحثاً بعنوان: "اعتماد المراهقين المصريين وال سعوديين على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات أثناء الأزمات الصحية : جائحة فيروس كورونا المستجد (كوفيد ١٩) (أنموذجاً)".

وأخيراً من جامعة دمنهور، قدمت: شيماء محمد عبد الرحيم زيان، من مصر، دراسة تطبيقية على ملقي وزارة الصحة ومنظمة الصحة العالمية تحت عنوان: "استراتيجيات مواجهة الشائعات حول أزمة كورونا وانعكاساتها على المواقع الإلكترونية الرسمية".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبّر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدّد المحكمين وتقدّم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخرنا ندعوا الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

**دور موقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات وعرض الحقائق
الخاصة بفيروس كورونا المستجد (كوفيد - ١٩)**

إعداد

د. إيناس منصور كامل شرف (*)

(*) مدرس الإعلام التربوي في كلية التربية النوعية – جامعة كفر الشيخ.

المقدمة:

مع بداية عام ٢٠٢٠ تصدرت أخبار فيروس كورونا المستجد Covid-19 جميع وسائل الإعلام بعد ظهوره في مدينة "وهان" الصينية في ديسمبر ٢٠١٩ م نظراً لأهمية وخطورة هذا الفيروس على الصعيد العالمي، خاصة بعد أن أعلنت منظمة الصحة العالمية (WHO) في ١١ مارس ٢٠٢٠ بأنها صنفت المرض كجائحة. وتكمّن خطورة هذا الفيروس في قدرته الهائلة على الإنتشار السريع ، لذلك إتخذت الحكومات على مستوى العالم سلسلة من الإجراءات الواسعة لمواجهته للحد من إنتشاره وتقليل أضراره التي عجزت النظم الصحية على مواجهتها.

وفي ١٤ فبراير أعلنت وزارة الصحة المصرية عن ظهور أول حالة مصابة بفيروس كورونا في البلاد، وأصبح من الضروري تطبيق حزمة من الإجراءات الإستثنائية الاحترازية الغير مسبوقة ، وبدأت هذه الإجراءات في مصر في يوم ١٦ مارس ٢٠٢٠ بإعلان رئيس الوزراء المصري بتعليق حركة الطيران ووقف الدراسة بالمدارس والجامعات، وليها حزمة إجراءات إحترازية أخرى أكثر صرامةً مثل إغلاق الأماكن العامة والحجر المنزلي ثم حظر التجوال. ولأن هذه الإجراءات إحترازية وضرورية لمواجهة إنتشار الفيروس، فإنه ترتب عليها عدة نتائج أهمها لجوء الأفراد إلى وسائل الإعلام الجديد وموقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والحقائق حول المرض، وأصبحت هذه المواقع أهم متغير للأفراد ، فمنها وسيلة للتواصل ومنها وسيلة للحصول على المعلومات والأخبار حول المرض.

وبما أننا نعيش عصراً أصبح فيه التواصل الاجتماعي الإلكتروني جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية بفضل التطور الهائل في تقنيات التواصل، وسهوله استخدامها للجميع، تتمي دور موقع التواصل الاجتماعي سواء سلباً أو إيجابياً، فأصبح لزاماً على الجميع مع هذا التحول الكبير في استخدام هذه المواقع بحذر ومسؤولية اجتماعية (علي الكلباني، ٢٠١٧، ص ٥-٤). فموقع التواصل الاجتماعي تعد من أهم وسائل الإعلام الجديد الذي يواكب تطور وسرعة هذا العصر .

وعلى الرغم من أنه لا يوجد شك في أهمية موقع التواصل الاجتماعي في تزويد الجمهور بالمعلومات والحقائق حول الموضوعات والقضايا المختلفة، فهي تتيح لهم أيضاً تداول هذه الأخبار والمعلومات والتعليق عليها وإعادة نشرها، إلا أنها على الجانب الآخر تمثل بيئة خصبة لتداول الشائعات والمعلومات الغير صحيحة، وذلك نظراً لسرعة تداول المحتوى المقدم بها دون التأكد من صحته، وأيضاً لعدم وجود رقيب على الكثير من هذه المواقع.

وبعد ظهور مرض فيروس كورونا المستجد (كوفيد-١٩) أصبحت موقع التواصل الاجتماعي تتناول هذا الموضوع وتنقل الأخبار والمعلومات عنه بصورة فورية ومتسرعة تتناسب مع سرعة انتشار الفيروس والتزايد المستمر في عدد المصابين والوفيات. مما ساهم في زيادة استخدام الجمهور لهذه المواقع، ولقد أوضحت دراسة (حسام فايز ، ٢٠٢٠، ص ٢٦٣٣) أن الأحداث الحالية والتطورات المرتبطة بفيروس كورونا المستجد قد ساهمت في زيادة إهتمام الجمهور بوسائل الإعلام الجديد بدرجة كبيرة، مما

زاد من أهمية هذه المواقع خلال هذه الفترة. لذلك جاءت هذه الدراسة للتعرف على الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي كأهم وسيلة في هذه الفترة للتدفق المعلوماتي، ودورها في الترويج للشائعات وعرض الحقائق المتعلقة بفيروس كورونا المستجد Covid-19. وأي دور طغي على الآخر، هل كانت مواقع التواصل الاجتماعي مصدرًا رئيسيًا وصادقًا لنشر الحقائق والمعلومات وتناولها عن فيروس كورونا المستجد Covid-19 أم كانت مصدرًا مروجًا للشائعات حول المرض؟.

مشكلة الدراسة:

لطالما تم الإعتراف بأهمية الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في الكثير من الأصعدة، خاصة فيما يختص بسرعة وفورية نشر وتبادل المعلومات والأخبار المختلفة، حيث خلقت مجتمعات إفتراضية ليس لها حدود جغرافية أو إجتماعية أو فكرية أو ثقافية، والتي يمكن من خلالها تداول المعلومات والأخبار بسرعة وبدون مجهود باستخدام وسائل متعددة، وفي ظل هذه الإمكانيات الهائلة ظهرت إشكالية عدم توثيق هذه الأخبار والمعلومات وعدم القدرة من صحتها.

وقد صاحب ظهور مرض فيروس كورونا المستجد Covid-19 نقص في المعلومات المتعلقة به وبتأثيره وخاصة في بداية ظهوره. فكل ما يعرفه الجمهور عنه هو نتيجة المعلومات والأخبار المنقولة إليهم عبر وسائل الإعلام الجديد (مسعوده فلوس، الخنساء تومي، ٢٠٢٠م، ص ٤٨٣)، وموقع التواصل الاجتماعي وخاصة مع الإجراءات الاحترازية والحجر المنزلي والذي يتطلب التزام الأفراد في بيوتهم، مما ترتب عليه زيادة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأحد أهم مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد Covid-19، ولكن على الجانب الآخر يظهر الدور السلبي لهذه المواقع وخاصة في مثل هذه الأزمات، وهو الترويج للشائعات حول فيروس كورونا المستجد Covid-19، حيث تظهر الشائعات وتنتشر في الأوقات التي يغلب فيها الغموض على الموضوع أو القضية وأيضاً عندما تنقل المعلومات المتوفرة عنها، وهو ما تحقق مع فيروس كورونا المستجد، حيث كان مرضًا حديث الظهور غير متوفراً عنه المعلومات الكافية ولم يتضح له علاج محدد أو لقاح، مما جعل من السهل تصديق المعلومات الواردة عنه دون التأكد من صحة هذه المعلومات، حيث يصعب تحقيق ذلك. وفي ضوء ما تقدم فقد تم تحديد مشكلة الدراسة فيما يلي:

"ما دور موقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات وعرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد Covid-19؟"

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة الحالية فيما يلي:

أولاً: الأهمية النظرية:

١- تأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية الدور الذي تقوم به موقع التواصل الاجتماعي علي كافة المستويات والأصعدة وخاصة لما تميز به من سرعة وآنية في نقل وتداول المعلومات.

٢- تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية وخطورة فيروس كورونا المستجد Covid-19 الذي انتشر في جميع دول العالم بشكل عام، وفي مصر بشكل خاص، حيث تزامن هذه الدراسة مع إنتشار هذا المرض كأحد المستجدات العالمية والتي يجب على وسائل الإعلام رصدها والتعامل معها بما يقلل من حدة الخسائر التي ترتب على هذا المرض.

٣- تكتسب هذه الدراسة أهميتها العلمية من قلة الدراسات السابقة التي تتناول موضوع فيروس كورونا المستجد Covid-19 وعلاقته بموقع التواصل الاجتماعي وخاصة على المستوى العربي نظراً لحداثة هذا المرض، حيث تحاول الدراسة رصد الجانب الإيجابي لموقع التواصل الاجتماعي من ناحية، وأيضاً رصد الجانب السلبي من ناحية أخرى. وما إذا كانت موقع التواصل الاجتماعي قد ساهمت في محاولة تخطي هذه الأزمة.

٤- تأتي أهمية هذه الدراسة كمحاولة للاستفادة من الزيادة المستمرة في استخدام الجمهور لموقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي والمعلومات الصحيحة حول فيروس كورونا المستجد، والحد من الشائعات التي تتعلق به والتي قد تسهم موقع التواصل الاجتماعي في انتشارها وترويجهما.

٥- تستمد هذه الدراسة أهميتها أيضاً من أهمية الفئة العمرية التي تمثل عينة الدراسة وهم الشباب الجامعي، حيث يعتبر الشباب الجامعي من أكثر الفئات إستخداماً لموقع التواصل الاجتماعي وتأثراً بها.

ثانياً: الأهمية التطبيقية:

١- يختبر البحث مفهوماً مهماً وهو "الشائعات" والدور الذي تقوم به موقع التواصل الاجتماعي تجاه هذا المفهوم، وما إذا كانت ساهمت هذه المواقف في انتشار وترويج الشائعات المتعلقة بفيروس كورونا المستجد، وما النتائج المترتبة على ذلك.

٢- أهمية العلاقة بين الاعتماد على موقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات وحقائق حول فيروس كورونا المستجد، وبين دائرة المعلومات والحقائق التي إكتسبها الشباب الجامعي حول المرض وتأثير ذلك على سلوكهم تجاه هذه الأزمة.

٣- إمداد صانعي القرار والقائمين على وسائل الإعلام بنتائج قد تقييد في تعديل الدور الإيجابي لموقع التواصل الاجتماعي، والحد من التأثير السلبي لها في ترويج الشائعات ونشر معلومات مضللة.

٤- المساهمة في توعية الجمهور وتدريبه على تحمل مسؤولية نشر الأخبار والمعلومات عبر موقع التواصل الاجتماعي بعد التأكد من صحتها ومن مصدرها الرئيسي، وتوعيتهم فيما يتعلق بالتمييز بين ما هو حقيقي وصادق وبين ما هو مزيف وكاذب. والتدريب على فرز الأخبار التي تتناولها موقع التواصل الاجتماعي.

الدراسات السابقة :

تم تقسيم الدراسات إلى دراسات عربية ودراسات أجنبية وتم ترتيبها من الأقدم للأحدث كما يلي:

أ- الدراسات العربية:

رغم حداثة أزمة فيروس كورونا المستجد إلا أن هناك بعض الدراسات التي تناولت فيروس كورونا المستجد ووسائل الإعلام بصفة عامة وموقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة، وسوف نعرض بعض هذه الدراسات فيما يلي:

تناولت دراسة (**مرتضى البشير وخالد عبد الحفيظ ، ٢٠٢٠م**) إسهامات شبكات التواصل في تعزيز الوعي الصحي لدى المجتمع السوداني للوقاية من فيروس كورونا، حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الكيفي وتمثلت العينة في حصر شامل لكل الرسائل في صفحة الفيس بوك الخاصة بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية لمدة سبعة أيام ، وقد كشفت الدراسة أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في التواصل الجماهيري السريع والواسع لزيادة الوعي الصحي لمواجهة أزمة فيروس كورونا المستجد ، وكشفت الدراسة أيضاً عن اهتمام صفحة الفيس بوك علي موقع وزارة الصحة السودانية بنشر رسائل التوعية الصحية لأغلب فئات المجتمع.

أما دراسة (**وليد محمد ، ٢٠٢٠م**) فقد هدفت للتعرف على التأثير السلبي / الإيجابي في التوعية الأسرية لمواجهة جائحة فيروس كورونا Covid-19 وتحديد مظاهر هذا التأثير ، وتم تطبيق الدراسة على بعض أرباب الأسر الموجودة بمدينة سوهاج خلال الفترة من ٣/١ إلي ٤/١٥ م. وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة بين تأثير وسائل الإعلام ووعي الأسر بكيفية مواجهة فيروس كورونا وطرق الوقاية منه، وظهر ذلك التأثير في ضوء تقديم معلومات كافية عن الفيروس وإنتاج برامج طبية وثقافية لمواجهته، وتحقق أيضاً في ضوء المصايبين بالفيروس أو أسر المصايبين أو الطاقم المعالج وأهمية التعقيم والنظافة وإتباع السلوكيات المثلث في التعامل مع الفيروس.

كما تناولت دراسة (**عيشة علة ، ٢٠٢٠م**) دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا (كوفيد ١٩) في الجزائر ، وقد أوضحت نتائج الدراسة على أنه يمكن التنبؤ بالدور الإيجابي لوسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي

الصحي في ظل انتشار فيروس (كوفيد - ١٩) في الجزائر، حيث تبين أن هناك فروقاً دالة إحصائياً عند مستوى (٠٠٥) في متوسط درجات دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحة العالمية في ظل إنتشار فيروس كورونا المستجد فيالجزائر لمتغير المجال المهني.

وفي ضوء الدراسات التي تقيم أداء وسائل الإعلام في ظل أزمة فيروس كورونا المستجد، تناولت دراسة (عرين عمر، ٢٠٢٠م) تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية لأزمة كورونا العالمية، وطبقت الدراسة على ٢٢٨ مفردة من النخب العربية (سياسيون، أكاديميون، إعلاميون)، وأظهرت النتائج أن غالبية أفراد العينة يتبعون أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية بدرجة كبيرة، كما دلت النتائج على أن أفراد النخبة العربية يفضلون متابعة أزمة كورونا عبر القنوات الإخبارية المحلية أكثر من غيرها، كما تبين أن التغطية الإخبارية الخاصة بفيروس كورونا المستجد تصدرت قائمة الأشكال الإخبارية المفضلة لأفراد النخبة العربية في متابعة أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية. وفي نفس هذا الإطار هدفت دراسة (نادية محمد، ٢٠٢٠م) إلى رصد وتحليل وتفسير اتجاهات الجمهور المصري نحو المعالجة الإعلامية لجائحة فيروس كورونا المستجد وتقييمه لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وإستخدمت استمار الاستبيان لجمع المعلومات، وتوصلت الدراسة إلى أن موقع "اليوم السابع" كان من أهم الواقع الإخبارية التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها على الفيسبوك، كما تبين اختلاف اتجاهات أفراد العينة بشأن معالجة الواقع الإخبارية لجائحة فيروس كورونا المستجد، كما أوضحت الدراسة أن الواقع الإخبارية حرصت على استخدام استراتيجية تكثيف الأخبار المتعلقة بالفيروس بغرض وضع قضية تفشي الفيروس في مقدمة أجenda أولويات الجمهور.

أما دراسة (طارق الصعيدي ، ٢٠٢٠م) فقد هدفت التعرف على مدى اعتماد الشباب المصري على صحفة الموبايل وتأثيراتها على التوعية الصحية بجائحة كورونا ٢٠٢٠م، ومعرفة العلاقة بين حجم الاعتماد على صحفة الموبايل ومستوى التوعية الصحية بجائحة كورونا، والعلاقة بين حجم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لهذا الاعتماد، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع اعتماد الشباب المصري على صحفة الموبايل كمصدر ثري للمعلومات والاتصالات خاصة أشقاء جائحة كورونا، وارتفاع الاعتماد على شبكة الإنترنت ومتصفحات الموبايل ومواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك وتويتر و واتس آب.

كما تناولت دراسة (مسعودة فلوس والخنساء تومي ، ٢٠٢٠م) الإعلام الجديد وعلاقته بتهديد الصحة النفسية داخل المجتمعات جراء جائحة فيروس كورونا، وأظهرت الدراسة ضرورة الاهتمام بالصحة النفسية للأفراد إضافة إلى الصحة الجسمية، فبرامج الوقاية والتوجيه والإرشاد التي تبثها وسائل الإعلام الجديد حول فيروس كورونا المستجد من شأنها أن تقضي على الصحة النفسية للأفراد بدليل أنها تسبب

لهم القلق النفسي والخوف والتوتر التي من شأنها أن تجعل الفرد أكثر عرضة للإصابة بهذا الفيروس الخطير.

أما دراسة (إيهاب خليفة، ٢٠٢٠م) فقد تناولت تحديد اتجاهات المغردين والمعلقين علي موقع التواصل الاجتماعي حول أزمة انتشار وباء كورونا المستجد، وتحديد حجم المشاركين العالميين والإقليمي عبر موقع التواصل الاجتماعي ، وأبرز الاتجاهات والأفكار السائدة عبر المنصات الاجتماعية المختلفة، وأظهرت الدراسة أنه كان أكثر الأيام تغريداً حول العالم هو يوم ١٣ مارس ٢٠٢٠م. حيث تجاوزت عدد التعليقات في هذا اليوم فقط أكثر من ٢٧٠٣ مليون تعليق ومنشور، ويرجع ذلك إلى أن منظمة الصحة العالمية قد أعلنت في اليوم السابق أن كورونا أصبح جائحة عالمية رسمياً وهو ما أثار الذعر في كثير من ردود الفعل علي موقع التواصل الاجتماعي.

كما تناولت دراسة (حسام فايز، ٢٠٢٠م) أهم استراتيجيات اتصال المخاطر التي استخدمتها وزارة الصحة والسكان المصرية في الاتصال بالجمهور المصري عبر موقع الفيس بوك أثناء جائحة "كورونا" ، واعتمدت الدراسة على مدخل نموذج اتصال المخاطر للطوارئ والأزمات، وتوصلت الدراسة إلى أنه تم استخدام استراتيجية توضيح الإجراءات الحكومية في غالبية المنشورات في مرحلة ما قبل الأزمة؛ بهدف توضيح إجراءات الاستعداد للتعامل مع الأزمة، تلاها استراتيجية الطمأنة للتأكد على عدم رصد أي حالات مصابة بمصر ، ثم استراتيجية التحذيرات من المخاطر.

ب - الدراسات الأجنبية:

تناولت دراسة (Siti Mazidah Mohamad, 2020) دور الشباب في تصور المخاطر الناتجة من الوباء العالمي الحالي Covid-19 ، عبر السرد عن بعد اجتماعي من خلال موقع التواصل الاجتماعي، وكشفت الدراسة على أن الشباب يدعم بشكل إبداعي وفعال المبادرات الخاصة بالمسافات الاجتماعية، وذلك من خلال استخدامهم لمنصات موقع التواصل الاجتماعي مثل: (انستجرام Instagram - تويتر Twitter - تيك توك Tik Tok) وقام الشباب بدور قيادي في تطوير المساهمات الاجتماعية للحد من خطورة هذا الوباء العالمي عبر استخدام موقع التواصل الاجتماعي.

كما تناولت دراسة (Araz Romazan Ahmed . Ma .Rasool Hersh, 2020) أثر وسائل التواصل الاجتماعي علي نشر الذعر خلال جائحة Covid-19 في كردستان العراق، حيث هدفت الدراسة إلى تحديد كيفية تأثير وسائل الإعلام الاجتماعية على الصحة العقلية وانتشار الذعر حول Covid-19 فيإقليم كردستان العراق، وقد استخدمت هذه الدراسة استبياناً عبر الإنترت تم تطبيقه في كردستان العراق، وتمأخذ عينات من إجمالي ٥١٦ من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أنه قد أفادت عينة الدراسة بأن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير على نشر الخوف والذعر حول تفشي Covid-19 في العراق مع تأثير سلبي محتمل على الصحة والسلام

النفسي للأفراد، كما أوضحت الدراسة إلى أن Face book الفيس بوك هو أكثر وسائل التواصل الاجتماعي تأثيراً في انتشار الذعر حول تفشي المرض.

Samia Tasnim & Md Mahbub &Hoimonty Mazumder (2020)

تأثير الشائعات أو المعلومات الخاطئة حول مرض فيروس كورونا Covid-19 في وسائل التواصل الاجتماعي. حيث أوضحت الدراسة أن هناك العديد من الشائعات والخدع والمعلومات المضللة فيما يتعلق بالأسباب والنتائج والوقاية والعلاج من المرض، والتي انتشرت من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وهذا الإنتشار من المعلومات الخاطئة يقلل السلوكيات الصحية ويعزّز الممارسات الخاطئة والتي من شأنها تزيد من انتشار الفيروس، وقد رصدت الدراسة أنه تم الإبلاغ عن عدد لا يحصى من الحوادث المؤسفة الناجمة عن هذه الشائعات على الصعيد العالمي، وأوصت الدراسة على أنه يجب على وسائل الإعلام، ومؤسسات الرعاية الصحية، والمنظمات المجتمعية بناء شراكات استراتيجية وإطلاق منصات مشتركة لنشر رسائل الصحة العامة الحقيقة.

كما تناولت دراسة (Arinze and Onyinye, 2020) استراتيجيات الأزمات للإعلام الجماهيري في ظل فيروس كورونا Covid-19، وطبقت الدراسة في نيجيريا، وناقشت الدراسة أهمية دور وسائل الإعلام في توعية المواطنين بمختلف استراتيجيات الاستجابة للأزمات، ووجدت الدراسة أيضاً أن الدولة في نيجيريا اعتمدت العديد من الاستراتيجيات للتعامل مع الأزمة مستخدمة في ذلك الأفلام الوثائقية بالتعاون مع نقابة الممثلين في نيجيريا، ومقاطع فيديو متحركة، استخدام المشاهير المؤثرين، وأوصت الدراسة أنه لتغيير السلوكيات الصحية للمواطنين يجب الاعتماد بشكل كبير في توعية المواطنين لتقليل الآثار السلبية للأزمة.

أما دراسة (Tahmina and Hafizur, 2020) فقد اهتمت بتحليل استجابات الجمهور حول الأخبار العلمية المتعلقة بفيروس كورونا Covid-19 من خلال ما ينشر على وسائل التواصل الاجتماعي في بنجلادش وقد كشفت الدراسة أن معظم الحالات لم يهتموا بمناقشة الموضوعات العلمية أو شكوا في الإدعاءات التي قدمها الآخرون والتي من شأنها مساعدتهم في تحديد الأسئلة المستندة إلى الأدلة لاتخاذ قرار سليم بشأن صحتهم، وقد ساهم تحليل هذه الاستجابات على اتخاذ الخطوات المناسبة للتغيير الطريقة التي يعمل بها المواطنون لتحسين صحتهم في المستقبل في بنجلادش.

كما تناولت دراسة (Lin, Yuland and others, 2020) تقييم الاستجابات النفسية السلوكية لتفشي Covid-19 وفحص ارتباطها بمدى التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي، وقد طبقت الدراسة على طلاب الطب في الصين في جامعة فوجيان الطبية في الفترة من ٦ إلى ٢٢ إبريل ٢٠٢٠م، وتوصلت الدراسة إلى أن العواقب العاطفية الأقل والواحجز التي تحول دون تنفيذ تدابير الوقاية بشكل كبير بالتعرض لوسائل التواصل الاجتماعي بشكل أكبر، كما ارتبط انخفاض مستوى القلق بشكل كبير

مع ارتفاع التعرض لوسائل الإعلام الاجتماعي ، ومع ذلك لم تكن الارتباطات مهمة في التحليلات متعددة المتغيرات .

أما دراسة (Shalvee and Saurabh Sambhav, 2020) فقد هدفت إلى التعرف على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام والإتصال أثناء وباء فيروس كورونا المستجد، واستخدمت الدراسة استماراة الاستبيان على جمهور وسائل الإعلام الذين يتراوح أعمارهم بين ١٥ - ٢٠ سنة للتعرف على هذا الدور ، وأوضحت نتائج الدراسة أنه هناك ٨٧٪ زيادة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثناء فترة الإغلاق بسبب الفيروس، كما أكدت على أنه أكثر من ٥٥٪ من عينة الدراسة يفضلون معرفة المعلومات عن فيروس كورونا من وسائل التواصل الاجتماعي و ٣٨.٩٪ منهم يستخدم التليفزيون، كما أوضحت الدراسة أن معظم الناس لا يثقون في الأخبار إلا عبر التحقق منها من خلال بعض المصادر الأصلية. كما رأت عينة الدراسة أن الإعلان هو الأداة الأكثر تأثيراً في توصيل الرسالة، وقد ثبت من خلال هذه الدراسة أيضاً أن غالبية الناس راضون عن الإعلان وفهموا الرسالة التي تم تقديمها من خلاله. كما رأى غالبية المبحوثين أن وسائل الإعلام تقوم بعمل رائع أثناء الحجر الصحي، حيث انتصرت وسائل الإعلام في معركة تقديم المعلومات للناس.

أما دراسة (Lisa Singha, 2020) هدفت إلى التعرف على تأثير موقع التواصل الاجتماعي Twitter نشر الوعي بين الجماهير حول فيروس كورونا المستجد، وتأثيره في نشر المعلومات المضللة والشائعات بين الجماهير واستخدمت الدراسة استماراة تحليل المضمون لتحليل عينة قوامها (64487) تغريدة، بالإضافة إلى استماراة الاستبيان للحصول على بيانات من (350) من الجمهور في مدينة نيويورك، وتوصلت الدراسة إلى أنه نتيجة عدم وجود رقابة على المحتوى المنشور على موقع التواصل الاجتماعي، كانت تلك المواقع من بين الوسائل الرئيسية التي كانت سبباً في نشر الشائعات والمعلومات المضللة بين الجماهير، وعلى الجانب الآخر ساهمت هذه المواقع أيضاً في زيادة وعي الجمهور فيما يتعلق بجائحة فيروس كورونا وذلك عن طريق تعريف الجمهور بطرق الوقاية من الفيروس وأعراضه.

التعليق على الدراسات السابقة:-

أولاً : القضايا والإشكاليات البحثية:

- ركزت معظم الدراسات العربية على دراسة تأثير وسائل الإعلام على الوعي الصحي لدى الجمهور خلال أزمة فيروس كورونا المستجد مثل: دراسة (مرتضى البشير، خالد عبد الحفيظ، ٢٠٢٠م) ودراسة (عيسى علّه، ٢٠٢٠م)، ودراسة (طارق الصعيدي، ٢٠٢٠م)، والبعض الآخر تناول تقييم آداء وسائل الإعلام خلال أزمة فيروس كورونا المستجد وذلك من خلال أراء الجمهور أو النخبة مثل دراسة (عمر عرين ، ٢٠٢٠م) ودراسة (نادية محمد ، ٢٠٢٠م).

- كانت الدراسات الأجنبية أكثر تنوعاً من حيث الموضوعات والإشكاليات البحثية، فقد تناولت بعضها التأثير السلبي لوسائل الإعلام بصفة عامة وموقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة، ودورها في نشر الذعر والترويج للشائعات خلال أزمة فيروس كورونا المستجد مثل دراسة (Lisa Singha, Samia Tasnim, Araz Romazan, 2020) ودراسة (Lin, Yuland and others, 2020) وهذه الجزئية قد أغفلتها الدراسات العربية ولم تتطرق لها.

- تناولت بعض الدراسات أيضاً إستراتيجيات الأزمات لوسائل الإعلام خلال أزمة فيروس كورونا المستجد مثل: دراسة (Arinze & Onyinye, 2020) ودراسة (حسام فايز ٢٠٢٠)، كما تناولت بعض الدراسات التأثير النفسي للتعرض لموقع التواصل الاجتماعي أثناء أزمة فيروس كورونا المستجد مثل دراسة (Lin, Yuland and others, 2020).

ثانياً: المناهج البحثية:

- تتنوع المناهج المستخدمة في الدراسات العربية والأجنبية ، حيث تم استخدام المنهج الوصفي ومنهج دراسة الحالة، ومنهج المسح الاعلامي بشقيه الكمي والكيفي، والمنهج الارتباطي، والمنهج المسحي.

- لم تستخدم أي من الدراسات المنهج التجريبي في دراسة أي من المتغيرات البحثية مع الوسائل الإعلامية، على الرغم من أهمية هذا المنهج في معرفة تأثير الوسائل الإعلامية علي الجمهور.

ثالثاً: الأدوات والأساليب البحثية:

- انحصرت الأدوات المستخدمة في معظم الدراسات العربية والأجنبية في استماراة تحليل المضمون كما هو الحال في دراسة (مرتضى البشير، خالد عبد الحفيظ ، ٢٠٢٠) ودراسة (Lisa Singha, 2020) ، واستماراة الاستبيان كما هو الحال في دراسة (عرين عمر ، ٢٠٢٠) ودراسة (نادية عمر ، ٢٠٢٠) ، بالإضافة إلى تطبيق مقاييس مختلفة بهدف قياس اتجاهات الجمهور وتقييمها للمعالجة الإعلامية أثناء أزمة فيروس كورونا وذلك في بعض الدراسات العربية والأجنبية على حد سواء.

رابعاً :مجتمع الدراسة (العينات):

- اعتمدت الدراسات العربية على عينات تحليلية وميدانية، واتسمت العينات التحليلية بالشمولية حيث استخدم بعضها أسلوب الحصر الشامل كما هو الحال في دراسة: (مرتضى البشير ، خالد عبد الحفيظ ، ٢٠٢٠)، والبعض الآخر استخدم نماذج تمثل العينة مستخدماً الأسلوب العمدي في سحب العينات. أما على صعيد العينات الميدانية فكانت معظمها عينات محدودة ولا يمكن تعميم نتائجها وكانت معظمها عينات عمدية. ووقع الاختيار في معظم الدراسات المصرية على فئة الشباب ليتم التطبيق عليها لكونها تمثل الشريحة الأكبر داخل المجتمع المصري.

- اعتمدت الدراسات الأجنبيّة على عينات أكثر تنوّعاً وأكثر عدداً من الدراسات العربيّة، وذلك في العينات التحليليّة والميدانيّة على حد سواء، فعلى سبيل المثال: استخدمت دراسة (Lisa Lin, Yuland and Singha,2020) ٦٤٤٨٧ تغريدة كعينة تحليليّة. كما طبّقت دراسة (thers,2020) على طلاب الطب في جامعة فوجيان الطبيّة، مما يؤكّد على تعدد وتّوّع العينات المستخدمة في الدراسات الأجنبيّة عنها في الدراسات العربيّة. ويرجع ذلك إلى أنّ البحوث الأجنبيّة معظمها لا يعتمد على باحث واحد فقط وإنما مجموعة الباحثين، وأحياناً أخرى تعتمد على جهات بحثيّة لتمويل هذه البحوث، بعكس الحال في الدراسات العربيّة التي تقوم على مجهود فردي للأفراد والباحثين.

أوجه الإفادة من الدراسات السابقة:

- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة البحث وموضوعه، حيث لاحظت الباحثة إنحسار مضمون الدراسات العربيّة في دراسة دور وسائل الإعلام في زيادة الوعي الصحي للجمهور أثناءجائحة كورونا، ودراسة الاستراتيجيات الإعلامية التي استخدمتها وسائل الإعلام في التعامل مع هذه الأزمة وذلك من خلالتناول الدور الإيجابي الذي تقوم به وسائل الإعلام في هذه الفترة. ولم تتطرق أيّ من هذه الدراسات لتناول التأثير السلبي لموقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد. لذلك حرصت الباحثة في تحديد مشكلة الدراسة الحاليّة على رصد الدور الإيجابي لموقع التواصل الاجتماعي المتمثل في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد ، وأيضاً رصد الدور السلبي لهذه المواقع في الترويج للشائعات الخاصه بالفيروس.

- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تحديد وصياغة أهداف الدراسة، وإختيار المنهج والأدلة البحثية المناسبة وكيفية بنائها، وذلك بما يحقق أهداف الدراسة ويجيب عن تساؤلاتها وفرضها.

- كما استفادت الباحثة من نتائج الدراسات السابقة في تفسير نتائج الدراسة الحاليّة من خلال مقارنتها بنتائج الدراسات السابقة للتعرّف على أوجه التشابه والاختلاف بين النتائج مما ساهم في إثراء الدراسة الحاليّة.

الإطار المعرفي للدراسة :-

مفهوم موقع التواصل الاجتماعي :- Social Media

أتاحت شبكة الإنترنّت إنشاء العديد من مواقع التواصل الاجتماعي بين الأفراد والتي تطلق على موقع إلكترونية اجتماعية على شبكة الإنترنّت وتعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، والتي تتيح للأفراد والجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي (عباس مصطفى، ٢٠٠٨، ص ٢١٨).

وسائل التواصل الاجتماعي تعرف على أنها "مجموعة الشبكات الافتراضية الموجودة على شبكة الإنترنت والتيتمكن الجماهير من التواصل مع الآخرين وتبادل النقاشات حول الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والخاصة، وتختلف طبيعتها من شبكة إلى أخرى، فبعض الشبكات تتيح إمكانية التعرف على الأصدقاء وتكوين الصداقات عبر العالم، وبعض الآخر يمكنها إرافق ملفات الفيديوهات المصورة حول الموضوعات المختلفة ليتبادل الأفراد الحديث والتعليق حولها على نطاق واسع" (رضا أمين ، ٢٠١٥م، ص ١٠٨).

كما يعرفها كل من (Ellison & Boyd, 2007,p.210-230) موقع التواصل الاجتماعي على أنها صفحات إنترنت متصلة بعضها البعض في إطار موقع خاص بها، وتهدف هذه الصفحات إلى تقديم الخدمات للمشتريkin، والمتمثلة في إنشاء صفحات عامة أو شبه عامة Profile في إطار نظام له قوانينه الخاصة.

وتفق كل التعريفات السابقة في بعض السمات التي تتسم بها موقع التواصل الاجتماعي أهمها أنها فضاءات مفتوحة تتيح نشر الأخبار والأراء بشكل مكتوب أو مسموع أو مرئي " متعددة الوسائط "، وتتيح المرونة والتفاعلية ولا تعرف بالحدود الجغرافية ، وتنقسم بدرجة كبيرة من اللامركزية. ومن أشهرها وأهمها الفيس بوك Facebook، تويتر Tweeter، انستجرام Instagram ، سناب شات Snap Chat ، واتس آب WhatsApp، لينك إن، وغيرها.

وتتنوع أنواع موقع التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدامات والاهتمامات مثل موقع شخصية، وشبكات مهنية، وشبكات ثقافية، أو من حيث الخدمات وطرق التواصل مثل موقع تتيح التواصل الكتابي وموقع تتيح التواصل الصوتي، وموقع تتيح التواصل المرئي، أو من حيث إمكانية المشاركة في أنشطة الموقع مثل موقع داخلية خاصة، وموقع خارجية عامة (محمد الشريف، ٢٠١٧م، ص ٤١٣)

مفهوم الحقائق والشائعات:-

أولاً: مفهوم الحقائق:-

الحقيقة في اللغة هي ما أقر في الاستعمال على أصل وضعه، وحقيقة شيء خالصة وكنهه ومحضه، وحقيقة الأمر يقين شأنه، أي "ما يصير إليه حق الأمر ووجوبه" (Marefa.org).
والحقيقة العلمية تتسم باليقين الموضوعي الذي يرتكز على أدلة منطقية لأي عقل وقابلة لأن تنقل لكل الناس، وبذلك تختلف عن اليقين الذاتي المبني على رغباتنا (Alrai.com) .

وحين نتحدث عن الحقائق فإننا نعني كل ما ثبت صحته من معلومات بالتجربة والدليل والملاحظة. والحقائق التي نعني بدراستها في هذا البحث هي كل المعلومات التي ثبت صحتها علمياً عن فيروس كورونا المستجد Covid-19.

ثانياً: مفهوم الشائعات:

تعرف الشائعة على أنها أخبار كاذبة مثيرة في كثير من الأحيان، يتم نشرها عند وجود حالة من الغموض أو عند قلة المعلومات حول الموضوع (Gonzalez-Herrero,A. and Smith,S., 2010,p.97) كما تعرف بأنها كل خبر مقدم للتصديق ينتقل من شخص إلى آخر دون أن يكون له معيار للصدق، وهي الأحاديث والأخبار التي يتناقلها الأفراد دون إمكانية التحقق من صحتها أو كذبها، وتتنتقل وتنتشر الإشاعات كلما زاد الغموض ونقصت المعلومات، وهناك مصدر للإشاعة وهو الذي يقوم ببنائها وتشكيلها ويبداً في نشرها، وهناك متلقي للإشاعة، وناشر لها، والشرط الرئيسي لانتشار الإشاعة انعدام معرفة الحقيقة، ورغبة المتلقي في المعرفة، ووجود دافع وفائدة لمطلق الإشاعة وناشرها (سهير صفوتو، ٢٠١٥م، ص ٥٩٠).

كما يعرفها (Knapp) بأنها تصريح يطلق لتصدقه العامة، وينتشر دون التتحقق رسمياً من صحته، ويرى (Peterson & Gimst) أن الشائعة هي القصة أو الشرح غير المثبت صحته من شخص إلى آخر ويتعلق بموضوع أو حدث (رشا حجازي، ٢٠١٨م، ص ٢٩٩)

خصائص الشائعات:

- ١- تنتشر الشائعات عند وجود غموض في بعض الموضوعات التي لا يعرفها الكثير من الجماهير حيث يستغل المروجون للشائعات حالة نقص المعلومات والغموض وعرض الشائعات لتحقيق أغراض معينة (Andreas M.Kaplan, Michael Haenlein, 2010,p.59).
- ٢- تتسنم الشائعة بسهولة النقل والانتشار وقابليتها للتصديق (أنور الرواس، عبد الوهاب جودة، ٢٠١٦م، ص ٣٩٣).
- ٣- لا تحتاج الشائعات إلى وسائل الإعلام التقليدية، بل يمكن تناقلها من شخص إلى آخر وتنتشر بسرعة كبيرة بين الأفراد وخاصة من خلال موقع التواصل الاجتماعي (محمد عبد الحميد ، أحمد سامي، ٢٠١٩م، ص ٧٥٤).
- ٤- تنتشر الشائعات وينشط وجودها خلال أوقات الحروب والكوارث والفوضى، لأنه في هذا الوقت يتوقع الناس الأسوأ، لأن الناس في هذا الوقت حينما يسمعون أي معلومة يتناقلونها فيما بينهم دون التتحقق من مدى صحتها خوفاً على أنفسهم وأبنائهم وممتلكاتهم (رائد الكرناف، ٢٠١٤م، ص ١١١).
- ٥- قد تتضمن الشائعة جزءاً من الحقيقة.
- ٦- لكل شائعة هدف ما يراد تحقيقه، فهي ليست أمراً عبيداً ارتجاليًا، بل هي أمر مدروس، ووراءه مدبر أو مدبرون، وقد يكون على مستوى فردي أو جماعي، عام أو مؤسسي (حفصة الحذيفي، رباب الجمال، ٢٠١٩م، ص ٣٥٠).

الدور المزدوج لموقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والحقائق – وأداة للترويج للشائعات:

أصبحت موقع التواصل الاجتماعي من أكثر الوسائل سهولة في تداول الأخبار والمعلومات والحقائق المختلفة، حيث يحرص الكثيرون على تصفحها بشكل يومي وفترات طويلة على مدار اليوم، مما يجعلها من أهم وسائل التدفق المعلوماتي، وخاصة لدى الشباب لكونهم أكثر شرائح المجتمع استخداماً لها، وعلى الرغم من هذا الدور الإيجابي في سرعة نقل وتداول الأخبار، إلا أنها أصبحت تستخدم بشكل سلبي في نشر الشائعات، ليس فقط بسبب تزايد عدد مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي ولكن أيضاً بسبب السرعة والآلية والغورية التي تتمتع بها هذه المواقع مما يجعلها أرضًا خصبة لمروجي الشائعات.

حيث يلجأ بعض مستخدمي هذه المواقع إلى التخفي من خلال هويات غير حقيقة لنشر الأخبار الكاذبة التي تجد رواجاً لدى كثرين، وخاصة إذا ما تم الأخذ في الاعتبار – هنا – أن سيكولوجية الشائعات تشير إلى انتقاء الفوارق الثقافية بين المتلقين عند تداول الشائعة، والتعاطي معها في أحيان كثيرة (إنصار موسى، ٢٠١٨م، ص ٣٥).

كذلك فإن انخفاض التكاليف بالقياس إلى الوسائل الإعلامية التقليدية الأخرى كالراديو والتلفزيون والتي تحتاج إلى جهود وأموال لإنتاج المحتوى الذي سيتم عرضه (محمد عبد الحميد، أحمد سامي، ٢٠١٩م، ص ٧٥٩) يعتبر أحد أهم الأسباب التي تجعل موقع التواصل الاجتماعي أرضًا خصبة للترويج الشائعات بين الأفراد والمجتمعات.

والشائعات في موقع التواصل الاجتماعي تصنف إلى نوعين وفقاً لهدفها: النوع الأول: الشائعات التي تنشر مع سبق الإصرار والترصد، وهي معلومات ينشرها أصحابها وهم على يقين تام بعدم صحة هذه الأخبار، والغرض من هذا النوع غالباً ما يكون تجاري، أو الغرض التشويش أو الإساءة لشخص أو شركة عن طريق تحريف الحقائق. أما النوع الثاني: فيتم نشرها عن قلة دراية وضعف خبرة وهذا النوع ينتشر بشكل عفوي غير مقصود، سواء بسبب التسرع في نشر الأخبار من دون التحقق من مصادرها الأصلية، أو عن طريق تحريف الكلام الصادر من المصدر الأصلي نتيجة التجزئة أو الاقتباس المخل بالمعنى (إنصار موسى، ٢٠١٨م، ص ٥١).

وفي كل من النوعين فإنها تؤدي إلى نفس النتيجة، وهي نشر أخبار كاذبة أو غير حقيقة بين مستخدمي هذه المواقع، وبالتالي تصبح موقع التواصل الاجتماعي سلاحاً ذا حدين، فهي في الحين الذي تقوم بدور إيجابي في نشر الأخبار وخدمة الجمهور، وعرض الحقائق والمعلومات حول الموضوعات المختلفة، فهي على الجانب الآخر تستخدم كأحد وسائل ترويج الشائعات بين الأفراد والمجتمعات، لذلك يجب توعية مستخدمي هذه المواقع بأهمية الحذر والمسؤولية عند تداول الأخبار والمعلومات عبر هذه المواقع.

فيروس كورونا المستجد :Covid-19

فيروس كورونا المستجد Covid-19 هو فيروس جديد ضمن فصيلة كبيرة تسمى الفيروسات التاجية "كورونا"، والتي تصيب الجهاز التنفسى وتتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد خطورة مثل: (سارس) و(ميرس)، ولم يتم اكتشاف علاج له "كوفيد-١٩" حتى الآن (الموقع الرسمي لوزارة الصحة المصرية، ٢٠٢٠).

وفيروسات كورونا هي مجموعة من الفيروسات التي تسبب أمراض الجهاز التنفسى مثل الزكام والالتهاب التنفسى الحاد. وقد بدأ ظهوره في ٣١ ديسمبر ٢٠١٩، حيث تم تحديد ٢٧ حالة من المسببات الغير معروفة في مدينة ووهان الصينية، وهي المدينة الأكثر اكتظاظاً بالسكان في وسط الصين ويبلغ عدد سكانها ١١ مليون نسمة، وفي ٣٠ يناير ٢٠٢٠ أعلنت منظمة الصحة العالمية (WHO) حالة الطوارئ (Arinze and Onyinye, 2020,p.1103).

وفي مارس ٢٠٢٠ أعلنت منظمة الصحة العالمية بأنها صنفت مرض فيروس كورونا المستجد كجائحة Covid-19 .(<http://www.mayoclinic.org>,2020)

وفيروس كورونا هو فيروس حيواني المصدر ينتقل للإنسان عند المخالطة اللصيقة لحيوانات المزرعة أو الحيوانات البرية المصابة بالفيروس، كما ينتقل عند التعامل مع فضلات هذه الحيوانات (الموقع الرسمي لوزارة الصحة المصرية، ٢٠٢٠).

دور موقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة فيروس كورونا المستجد :Covid-19

مع بداية ظهور فيروس كورونا المستجد بدأ الأفراد في تحرى أخبار هذا الفيروس الغامض، وبدأت مواقع التواصل الاجتماعي في تداول أخباره على مستوى العالم. وكما هو شائع فإن الجمهور يصدق ويقتنع بكل ما يتلقاه من خلال هذه المواقع بحكم غموض هذا الفيروس وعدم توافر معلومات كافية عنه. وهنا يتضح أهمية الدور الذي تقوم به هذه المواقع، فقد أصبحت من أهم مصادر الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا المستجد Covid-19 وخاصة خلال فترة الحظر والإجراءات الاحترازية والتي لابد من الالتزام بالمنزل خلالها، فقد أكدت دراسة (Shalvee and others, 2020) أنه هناك ٨٧٪ زيادة في استخدام موقع التواصل الاجتماعي أثناء فترة الإغلاق بسبب فيروس كورونا المستجد. كما أكدت دراسة (نادية محمد، ٢٠٢٠) أن موقع التواصل الاجتماعي جاءت في مقدمة الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها الجمهور المصري في الحصول على معلومات حول جائحة فيروس كورونا المستجد بمتوسط ٥٩٪، وهو ما أكدته أيضاً دراسة (حسام فايز، ٢٠٢٠) حيث جاءت موقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الأول بين وسائل الإعلام الجديد التي يتبع من خلالها المبحوثون المعلومات والأخبار المتعلقة بجائحة فيروس كرونا المستجد.

ومن المفهوم أن الأشخاص الذين يعيشون في الحجر الصحي أو العزلة أو المعرضين لخطر تفشي الأمراض المعدية من المحتمل أن يواجهوا ضغطاً نفسياً واجتماعياً ونتائج صحية ضارة، والتي قد تشير اهتماماً بمعرفة المزيد عن المرض، ولذلك تتطلب مثل هذه الحالات ضماناً بتدفق المعلومات الصحيحة. وقد تم الاعتراف بهذه الحاجة من قبل منظمة الصحة العالمية (WHO)، والتي دخلت في شراكة مع العديد من وسائل التواصل الاجتماعي وسبع شركات تكنولوجية كبرى وهي Facebook و Google و LinkedIn و Microsoft و Reddit و Twitter و Youtube ، للقضاء على الاحتيال والمعلومات الخاطئة، وتعزيز التحديات المهمة من وكالات الرعاية الصحية، وعلى الرغم من ذلك لا تزال الشائعات منتشرة في جميع أنحاء المنصات، الأمر الذي يتطلب عدة تدخلات متعددة الجوانب لمعالجة هذا الموضوع (Samia Tasnim and others, 2020, p.3).

وفي دراسة حديثة لـ (Basch and others) تم تقييمها لأكثر من ١٠٠ مقطع فيديو مشاهدة على "Youtube" خاص بكلمة (CoronaVirus)، وجد أنه حاز على أكثر من ١٦٥ مليون مشاهدة حتى ٥ مارس ٢٠٢٠م، و٨٥٪ منهم ينتمون لقنوات إخبارية، وتوضح لنا هذه الدراسة أهمية التفكير في الفرص المتاحة لنشر معلومات جيدة عن الوقاية من العدوى والأعراض المتكررة لفيروس كورونا Covid-19 باعتبارها مصدراً للمعلومات، وعلى الجانب الآخر فإنه من مساوى استخدام موقع التواصل الاجتماعي احتمالية نشر معلومات ليست صحيحة وغير مؤكدة من خلالها (Daniel A. González-Padilla, Leonardo Tortolero-Blanco, 2020, p.2) أو الشائعات التي لا يتم فلترتها قبل تداولها بين هذه المواقع. حيث تسبب بعض الأخبار الغير صحيحة والتي تنشر من خلال هذه المواقع في العديد من المشكلات التي لا يمكن تداركها. فعلى سبيل المثال أدت شائعة تم تداولها عبر موقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية خلال فترة إنتشار الفيروس إلى نشر الذعر والفزع لدى الأفراد، كما أدت إلى شرامة في شراء متطلبات البقالة مما ترتب عليه تعطل سلسلة التوريد وتفاقم كبير بين فجوة العرض والطلب وإنعدام الأمن الغذائي بين الأفراد، ونقص حاد في السلع والمستلزمات المنزلية (Samia Tasnim and others, 2020).

وفي ضوء ما سبق يتضح أهمية الدور الذي تقوم به موقع التواصل الاجتماعي سواء على الجانب الإيجابي وهو نقل المعلومات والأخبار حول فيروس كورونا المستجد والمساهمة في مواجهته، أو الجانب السلبي وهو الترويج للشائعات وتداولها حول هذا المرض مما يعيق جهود مواجهة هذا الفيروس ويترتب عليه عواقب وخيمة.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في: "رصد دور موقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات وعرض الحقائق الخاصه بفيروس كورونا المستجد Covid-19"

ويتفرع من هذا الهدف عدة أهداف فرعية وذلك كما يلي:-

- ١- التعرف على مدى إعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن فيروس كورونا المستجد Covid-19.
- ٢- رصد أهم موقع التواصل الاجتماعي التي تستمد منها عينة الدراسة المعلومات عن فيروس كورونا المستجد Covid-19.
- ٣- التعرف على مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات المتعلقة بفيروس كورونا المستجد Covid-19 من وجهة نظر عينة الدراسة وأهم هذه الشائعات.
- ٤- التعرف على مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في زيادة حدة القلق والتوتر لدى عينة الدراسة إزاء أزمة فيروس كورونا المستجد Covid-19.
- ٥- التعرف على مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد Covid-19 لدى عينة الدراسة وأهم هذه الحقائق.
- ٦- التعرف على مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في كشف الغموض عن فيروس كورونا المستجد Covid-19 لدى عينة الدراسة وتغيير سلوكهم تجاه هذه الأزمة.

تساؤلات الدراسة:

- يتمثل التساؤل الرئيسي للدراسة في: "ما دور موقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات وعرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد Covid-19؟"
- ١- ما مدى اعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن فيروس كورونا المستجد Covid-19؟
 - ٢- ما أهم موقع التواصل الاجتماعي التي تستمد منها عينة الدراسة المعلومات عن فيروس كورونا المستجد Covid-19؟
 - ٣- ما مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات المتعلقة بفيروس كورونا المستجد Covid-19 من وجهة نظر عينة الدراسة، وما أهم هذه الشائعات؟
 - ٤- ما مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في زيادة حدة القلق والتوتر لدى عينة الدراسة إزاء أزمة فيروس كورونا المستجد Covid-19؟
 - ٥- ما مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد Covid-19 لدى عينة الدراسة، وما أهم هذه الحقائق؟
 - ٦- ما مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في كشف الغموض عن فيروس كورونا المستجد Covid-19 لدى عينة الدراسة وتغيير سلوكهم تجاه هذه الأزمة؟

فروع الدراسة:

الفرض الأول:- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد باختلاف المتغيرات الديمografية (النوع- الجامعة- الإقامة- نوع الدراسة).

الفرض الثاني:- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد، وبين درجة مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في الترويج لبعض الشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد.

الفرض الثالث:- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في الترويج لبعض الشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد باختلاف المتغيرات الديمografية (النوع- الجامعة- الإقامة- نوع الدراسة).

الفرض الرابع:- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد، ودرجة مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في زيادة حدة القلق والتوتر لديهم إزاء فيروس كورونا المستجد.

الفرض الخامس:- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد، ودرجة مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة عن فيروس كورونا المستجد.

الفرض السادس:- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق بفيروس كورونا المستجد باختلاف المتغيرات الديمografية (النوع- الجامعة- الإقامة- نوع الدراسة).

الفرض السابع:- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد، ودرجة مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في كشف الغموض وتوسيع دائرة المعلومات لدى عينة الدراسة عن فيروس كورونا المستجد.

الفرض الثامن: - توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة إعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد، ودرجة مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في تغيير سلوكهم تجاه أزمة فيروس كورونا المستجد.

منهج الدراسة:

تستخدم الدراسة منهج المسح Survey حيث يعتبر المنهج الرئيسي لدراسة جمهور وسائل الإعلام. حيث يستخدم للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة المدروسة موضوع البحث، من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع المعلومات ومصدرها وطرق الحصول عليها (محمد عبدالحميد، ١٩٩٧م، ص ٩٣). وفي هذه الدراسة يتم التطبيق على عينة من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي.

نوع الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى وصف الظواهر والأحداث والاتجاهات، والتي لا تقتصر عند حد الوصف؛ وإنما تتعذر ذلك لمحاولة التفسير وإيجاد العلاقة بين المتغيرات المختلفة وتفسيرها، وهذه الدراسة من الدراسات الوصفية لأنها تهتم بالتعرف على الدور الذي تقوم به موقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات وعرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد Covid-19.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور المصري من الشباب الجامعي من الإناث والذكور من سن ١٨-٢١ في كل من جامعة الإسكندرية وجامعة كفر الشيخ .

حدود الدراسة:

تتمثل حدود هذه الدراسة فيما يلي:-

١- **الحدود الموضوعية:** وتمثل الحدود الموضوعية لهذه الدراسة في دراسة ومناقشة دور موقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات وعرض الحقائق حول فيروس كورونا المستجد Covid-19.

٢- **الحدود الزمنية:** وتمثل الحدود الزمنية لهذه الدراسة في أنها تطبق خلال الفترة الزمنية ٢٠٢٠/٤/٢٨ حتى ٢٠٢٠/٣/٢٨.

٣- **الحدود الجغرافية والبشرية :** تتمثل الحدود الجغرافية والبشرية لهذه الدراسة في أنها تطبق على الشباب الجامعي في جامعتي الإسكندرية وكفر الشيخ.

عينة الدراسة:

تتمثل عينة الدراسة ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعي من الإناث والذكور في جامعتي الإسكندرية وممثلة للجامعة الحضرية وجامعة كفر الشيخ ممثلة للجامعة الإقليمية، وتم اختيارها بطريقة عشوائية عمدية. وفيما يلي جدول توضيحي لوصف العينة الميدانية للدراسة:-

جدول (١)
يوضح وصف عينة الدراسة

إجمالي		المتغيرات	النوع
%	ك		
٥٠	٢٠٠	ذكور	السن
٥٠	٢٠٠	إناث	
١٠٠	٤٠٠	جملة	
٢٥	١٠٠	سنة ١٨	
٢٥	١٠٠	سنة ١٩	
٢٥	١٠٠	سنة ٢٠	
٢٥	١٠٠	سنة ٢١	
١٠٠	٤٠٠	جملة	
٥٠	٢٠٠	جامعة إقليمية	الجامعة
٥٠	٢٠٠	جامعة حضرية	
١٠٠	٤٠٠	جملة	
٥٠	٢٠٠	نظيرية	
٥٠	٢٠٠	عملية	
١٠٠	٤٠٠	جملة	الكلية
٥٥	٢٢٠	ريف	
٤٥	١٨٠	حضر	
١٠٠	٤٠٠	جملة	الإقامة

من حيث النوع: نسبة ٥٥% من أفراد العينة ذكور ونسبة ٥٥% منهم إناث.

من حيث الجامعة: نسبة ٥٥% من أفراد العينة بجامعة إقليمية، ونسبة ٥٥% منهم بجامعة حضرية.

من حيث السن: نسبة ٢٥% من أفراد العينة عمرهم ١٨ سنة، ونسبة ٢٥% منهم ١٩ سنة ، ونسبة

٢٥% منهم ٢٠ سنة، ونسبة ٢٥% منهم ٢١ سنة.

من حيث الكلية التي ينتمي إليها: نسبة ٥٠% من أفراد العينة بالكليات النظرية، ونسبة ٥٠% منهم بالكليات العلمية.

من حيث الإقامة: نسبة ٥٥% من أفراد العينة مقيمين بالريف، ونسبة ٤٥% منهم مقيمين بالحضر.

أدوات الدراسة:

تستخدم الدراسة استبيان إلكتروني on-line questionnaire والتي تطبق على عينة الدراسة، ويعتبر الاستبيان الإلكتروني هو الأنسب لكي يمكن الوصول إلى عينة الدراسة في ظل انتشار فيروس كورونا المستجد، Covid-19 والذي تطلب توقف لأنشطة المختلفة، وتطبيق الحجر المنزلي.

ويعد الاستبيان الإلكتروني من الأساليب أو الأدوات المستحدثة في البحث الإعلامية الجديدة، والتي ارتبطت بظهور شبكة الإنترنت، حيث أصبحت هذه الأساليب والأدوات البحثية بدليلاً علمياً منهياً للأساليب الورقية التقليدية، فضلاً عما تميز به هذه الأساليب من قلة في الجهد واختصار الوقت (زهير ياسين، ٢٠١٦م، ٤٦٥).

وقد تم تصميم الإستماراة إنطلاقاً من أهدافها وتساؤلاتها وفرضها، وبناء على الإطار المعرفي، مع مراعاة الدراسات السابقة وما توصلت إليه من نتائج. وقد حرصت الباحثة على أن تغطي أسئلة الإستماراة كلاً من أهدافها وتساؤلاتها. وقد شملت الإستماراة على عدة محاور كما يلي:

المحور الأول: استخدام موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن فيروس كورونا المستجد Covid-19: وتضمن هذا المحور مجموعة من الأسئلة التي توضح أهم مصادر معلومات عينة الدراسة عن فيروس كورونا المستجد، وترتيب موقع التواصل الاجتماعي بين هذه المصادر، وأهم هذه الموضع بالنسبة لعينة الدراسة.

المحور الثاني: دور موقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد Covid-19: وشمل هذا المحور مجموعة من الأسئلة التي تبين مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد covid-19، وكيف ساهمت في ذلك، وما أهم الشائعات التي ساهمت في نشرها، وتأثير ذلك على زيادة حدة التوتر والقلق لدى عينة الدراسة.

المحور الثالث: مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد Covid-19. وتضمن هذا المحور مجموعة من الأسئلة التي توضح مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد، وكيف ساهمت في ذلك، وما أهم هذه الحقائق، ومدى مساهمتها في كشف الغموض عن فيروس كورونا المستجد وتأثير ذلك على تغيير سلوك أفراد العينة تجاه أزمة فيروس كورونا المستجد.

وفي نهاية الإستماراة تم تخصيص جزء لأفراد العينة الذين لا يعتمدون على موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن فيروس كورونا المستجد للتعرف على أسباب ذلك.

إجراءات الصدق والثبات:

أولاً: صدق الإستماراة:

تم قياس صدق الاستماراة باستخدام الأساليب التالية:

١- صدق المحتوى: وذلك من خلال مراجعة أسئلة الاستبيان مراجعة دقيقة للتأكد من تغطية الأهداف التي سعت الدراسة لتحقيقها، وللتتأكد بأنه تم صياغتها بشكل واضح ومفهوم.

٢- صدق البناء: حرصت الباحثة في تصميمها للإستماراة على أن يتم ترتيب الأسئلة ترتيباً منطقياً لإستيفاء البيانات المطلوبة بشكل صحيح.

٣- الصدق الظاهري: للتأكد من صدق الأداة وصلاحيتها لجمع البيانات استخدمت الباحثة نوعية الصدق الظاهري، وذلك عن طريق عرض أداة الدراسة (الاستبيان) علي عدد من المحكمين (*) من ذوي الخبرة في مجال التخصص، لتقويمها لتصبح قابلة للتطبيق والقياس بما يخدم أهداف الدراسة، وقد قامت الباحثة بتعديل الإستماراة في ضوء ملاحظات واقتراحات السادة المحكمين.

ثانياً: ثبات الإستماراة:

قامت الباحثة لقياس معامل ثبات الأداة (الاستبيان) بتطبيق الإستماراة على ١٠% من العينة الأصلية أي ما يعادل ٤٠ مفردة، ثم إعادة التطبيق مرة أخرى بعد مرور ٤ أيام، وتم قياس نسبة الثبات وبلغت (٩٥%) وهو ما يشير إلى قيمة مرتفعة لثبات الأداة وقبولها واستخدامها في هذه الدراسة.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for the Social Science" SPSS

وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية، للتعرف على نسب إستجابات عينة الدراسة لأسئلة الاستبيان.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.

- | | |
|--------------------------------|---|
| - أ.د./ محمود سليمان علم الدين | أستاذ الصحافة بكلية الاعلام - جامعة القاهرة. |
| - أ.د./ جمال عبد الحي النجار | أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر. |
| - أ.د./ مجذ عوض ابراهيم | أستاذ الإعلام بمتحف الدراسات العليا للطفلة - جامعة عين شمس. |
| - أ.د./ يوسف عبد الجيد | أستاذ مناهج وطرق التدريس بكلية التربية النوعية - جامعة كفر الشيخ. |
| - أ.د./ محمد المنوفي | أستاذ أصول التربية بكلية التربية - جامعة كفر الشيخ. |
| - أ.م.د/ سعاد محمد المصري | أستاذ الاذاعة والتليفزيون المساعد بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية -جامعة كفر الشيخ. |
| - د./ أشرف محمد البرادعي | مدرس بقسم تكنولوجيا التعليم كلية التربية النوعية- جامعة كفر الشيخ. |

- اختبار كا^٢ (Chi Square Test) لدراسة مستوى الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الإسمية (Nominal)
- اختبار (T- Test) لدراسة مستوى الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio) ، والذي يفيد في التعرف على الفروق بين المتغيرات المختلفة مثل الجنس، ونوع الجامعة ، ومحل الإقامة.
- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصارا باسم ANOVA لدراسة مستوى الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)
- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference) المعروف اختصارا باسم (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات التائمة بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائيا بينها.

عرض نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها:

وتتقسم إلى النتائج الخاصة بتساؤلات الدراسة ونتائج اختبار فرضية الدراسة:

أولاً: نتائج تساؤلات الدراسة:

المحور الأول: استخدام موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن فيروس كورونا المستجد :Covid-19

- ١- مدى اعتماد أفراد العينة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد :

كوفيد-١٩:

جدول (٢)

يوضح مدى اعتماد أفراد العينة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد

مستوى الدلالة د ح ٢	كا ^٢	الإجمالي		مدى الاعتماد على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد
		%	ك	
٠٠٠١	١٥٠٠٢٠	٤٦.٥	١٨٦	دائما
		٤٩	١٩٦	أحيانا
		٤٠.٥	١٨	لا
		١٠٠	٤٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٤٦.٥ % من أفراد العينة يعتمدون على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد دائما، ونسبة ٤٩ % منهم يعتمدون عليها أحيانا، ونسبة ٤٠.٥ % منهم لا يعتمدون على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد. كما يتضح وجود فروق في مدى الاعتماد على موقع التواصل الاجتماعي

كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد، حيث كانت قيمة $Ka^2 = 150.020$ وهي دالة عند مستوى ٠٠٠١، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يعتمدون على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد.

وهذا يمكن إرجاعه إلى عدة أسباب أهمها أن موقع التواصل الاجتماعي باتت هي الوسيلة الأقرب والأسهل لجميع فئات الجمهور وفي مقدمتهم الشباب وطلاب الجامعات، هذا إذا ما وضعنا في الإعتبار طبيعة هذه الفئة الشبابية التي تتميز بالحماس والحيوية وتميل إلى الوسائل الأكثر تفاعلاً والأكثر سهولة في الإستخدام، كما أنه في ظل سلسلة القرارات الاحترازية التي أجبرتهم على الالتزام بالمنازل لفترات طويلة، فأصبح موقع التواصل الاجتماعي متوفساً لهؤلاء الشباب، فضلاً عن ما تتميز به هذه المواقع من سرعة نشر وتداول الأخبار باختيارات مختلفة.

٢- ترتيب أهم مصادر معلومات أفراد العينة عن فيروس كورونا المستجد:

جدول (٣)
يوضح ترتيب أهم مصادر معلومات أفراد العينة عن فيروس كورونا المستجد ن=٣٨٢

المتوسط المرجح	الترتيب الخامس		الترتيب الرابع		الترتيب الثالث		الترتيب الثاني		الترتيب الأول		العبارة
	١٠	٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	
٤.١٧	٢.١	٨	٦.٣	٢٤	١٤.٤	٥٥	٢٦.٧	١٠٢	٥٠.٥	١٩٣	موقع التواصل الاجتماعي
٣.٧٩	٧.٣	٢٨	٤.٢	١٦	١٤.٩	٥٧	٤٩.٧	١٩٠	٢٣.٨	٩١	شبكة الانترنت
٣.٤١	٦	٢٣	٦.٣	٢٤	٥١	١٩٥	١٤.١	٥٤	٢٢.٥	٨٦	التليفزيون
٢.٠٠	٣٠	١١	٤٦.٣	١٧٧	١٧.٥	٦٧	.٢	٨	٣.١	١٢	الصحف والمجلات
١.٦٥	٥٢.	٢٠	٣٦.٩	١٤١	٣.١	١٢	٧.٣	٢٨	.	.	الإذاعة

يتضح من الجدول السابق ترتيب أن أفراد العينة أهم مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد هي على الترتيب:

- موقع التواصل الاجتماعي بمتوسط ٤.١٧ وهي في الترتيب الأول.
- شبكة الانترنت بمتوسط ٣.٧٩ في الترتيب الثاني.
- التليفزيون بمتوسط ٣.٤١ في الترتيب الثالث.
- الصحف والمجلات بمتوسط ٢.٠٠ في الترتيب الرابع.
- الإذاعة بمتوسط ١.٦٥ في الترتيب الخامس.

يظهر العرض السابق تقدم موقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الأول بين أهم مصادر معلومات أفراد العينة عن فيروس كورونا المستجد covid-19 مما يؤكد على أهمية موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن هذا المرض. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (حسام فايز،

(٢٠٢٠م) والتي أوضحت أن موقع التواصل الاجتماعي قد جاءت في الترتيب الأول بين وسائل الإعلام الجديد التي يتابع من خلالها أفراد العينة المعلومات والأخبار المتعلقة بفيروس كورونا المستجد حيث بلغت نسبتها ٨٠.٣%. كما تتفق أيضاً مع دراسة (رشا حجازي، ٢٠١٨م) والتي توصلت إلى نفس النتيجة وهي تصدر موقع التواصل الاجتماعي مصادر معلومات عينة المبحوثين، وتتفق أيضاً مع دراسة (سائد سعيد، ٢٠١٦م) والتي توصلت إلى تصدر موقع التواصل الاجتماعي بين أنواع صحفة الهاتف في درجة إعتماد أفراد العينة في متابعة أحداث الإنقاذه بفلسطين. كما تتفق أيضاً مع نتائج دراسة (سهير صفت، ٢٠١٥م) والتي أوضحت أن موقع التواصل الاجتماعي حازت على نسبة ٥١% كمصدر للمعلومات لأفراد العينة.

٣- أهم موقع التواصل الاجتماعي التي يستمد منها أفراد العينة المعلومات عن فيروس كورونا المستجد:

جدول (٤)

يوضح أهم موقع التواصل الاجتماعي التي يستمد منها أفراد العينة المعلومات عن فيروس كورونا المستجد

مستوى الدلالة د ح ١	ك ^a	الإجمالي ن = ٣٨٢		أهم موقع التواصل الاجتماعي التي تستمد منها المعلومات عن فيروس كورونا المستجد
		%	ك	
٠٠٠١	١٩٠٠.٨٣٨	٨٥.٣	٣٢٦	فيسبوك
٠٠٠١	٦٥.٣٥١	٧٠.٧	٢٧٠	واتس آب
٠٠٠١	١٢٠.١٠٥	٤١.١	١٥٧	تلغرام
٠٠٠١	٢٣٠.١٣١	٣٧.٧	١٤٤	جوجل بلس
٠٠٠١	٢٧٠.٢٣٦	٣٦.٦	١٤٠	تويتر
٠٠٠١	٥٢٠.٧٨٥	٣١.٤	١٢٠	سناب شات
٠٠٠١	١٢٤٠.٤٠٨	٢١.٥	٨٢	فايبر
٠٠٠١	١٢٩٠.٠١٦	٢٠.٩	٨٠	لينكد إن

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٨٥.٣% من أفراد العينة يرون أن أهم موقع التواصل الاجتماعي التي يستمد منها أفراد العينة المعلومات عن فيروس كورونا المستجد هو موقع "فيسبوك"، ونسبة ٧٠.٧% منهم يرون أنه موقع "واتس آب"، ونسبة ٤١.١% منهم يرون أنه موقع "تلغرام"، ونسبة ٣٧.٧% منهم يرون أنه موقع "جوجل بلس". وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (وفاء عبد العزيز، ٢٠٢٠م) حيث أوضحت هذه الدراسة أن (فيسبوك) جاء في مقدمة موقع التواصل الاجتماعي التي يحرص المبحوثون على متابعتها وجاء موقع (واتس آب) في الترتيب الثاني، وقد تم تأكيد هذه النتيجة أيضاً دراسة (طارق الصعيدي، ٢٠٢٠م) والتي أكدت أن من أهم وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر إعتماداً بين الشباب للحصول على الأخبار ومعلومات فيروس كورونا المستجد

Covid-19 جاء الفيس بوك بنسبة ٦٥.٤ %، يليه الواتس آب بنسبة ٧٣.٥ % مما يؤكد على أهمية موقع الفيس بوك لدى الجمهور وحرصهم المستمر على متابعته.

ويتضح وجود فروق في أهم موقع التواصل الاجتماعي التي تستمد منها المعلومات عن فيروس كورونا المستجد، حيث كانت قيمة كا٢ دالة عند مستوى دلالة ٠٠٠٠١.

المحور الثاني : دور موقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد: Covid-19

٤- مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في الترويج لبعض الشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد:

جدول (٥)

يوضح مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في الترويج لبعض الشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد

مستوى الدلالة د ح ٢	كا٢	الإجمالي		مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في الترويج لبعض الشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد
		%	ك	
٠٠٠١	١٦٩.٩٠٦	١٣.٦	٥٢	نعم
		٦٤.٤	٢٤٦	إلى حد ما
		٢٢	٨٤	لا
		١٠٠	٣٨٤	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ١٣.٦ % من أفراد العينة يرون أن موقع التواصل الاجتماعي "تساهم" في الترويج لبعض الشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد ، ونسبة ٦٤.٤ % منهم يرون أنها "تساهم أحياناً" ، ونسبة ٢٢ % منهم يرون أن موقع التواصل الاجتماعي "لا تساهم" في الترويج لبعض الشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد. وتفق هذه النتيجة مع دراسة (Lisa Singha, 2020) والتي أوضحت أن موقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها "Twitter" قد ساهمت في نشر الشائعات والمعلومات المضللة حول فيروس كورونا المستجد Covid-19 خلال رصد ٣٦.٣٥٢ تغريدة غير صحيحة تم نشرها حول المرض بالإضافة إلى ١.١٣٥ تغريدة لا تستند إلى حقائق.

ويتضح وجود فروق في مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في الترويج لبعض الشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد، حيث كانت قيمة كا٢ = ١٦٩.٩٠٦ وهي دالة عند مستوى ٠٠٠٠١، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يرون أن موقع التواصل الاجتماعي تساهم في الترويج لبعض الشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد أحياناً.

٥- كيفية مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في الترويج لبعض الشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد:

جدول (٦)
يوضح كيفية مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في الترويج لبعض الشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد

مستوى الدلالة ١ د ح	كما ٢٩٨	الإجمالي ن = ٢٩٨		كيفية مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في الترويج لبعض الشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد
		%	ك	
.....	٤٥.١٥٤	٦٩.٥	٢٠٧	عن طريق نشرها للأخبار وللمعلومات الخاصة بفيروس كورونا واتضح لي أنها غير صحيحة أو شائعة
.....	١٦.٤٤٣	٦١.٧	١٨٤	عن طريق عرضها للأخبار ببعض المبالغة والتهويل
غير دالة ٠.٩٠٨	٠٠٠١٣	٥٠.٣	١٥٠	عن طريق نشرها للأخبار وللمعلومات خاصة بفيروس كورونا غير معلومة المصدر
...	٩.١٩٧	٤١.٢	١٢١	لأن معظم موقع التواصل الاجتماعي لا تهتم بالمضمون ولا تتحرى الموضوعية في الأخبار
.....	١٥٩.٤٧٧	١٣.٤	٤٠	أخرى تذكر

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٦٩.٥% من أفراد العينة يرون أن موقع التواصل الاجتماعي في الترويج لبعض الشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد "عن طريق نشرها للأخبار وللمعلومات الخاصة بفيروس كورونا واتضح لي أنها غير صحيحة أو شائعة"، ونسبة ٦١.٧% منهم يرون "أنها تروج للشائعات عن طريق عرضها للأخبار ببعض المبالغة والتهويل"، ونسبة ٥٠.٣% منهم يرون أنها "تروج للشائعات عن طريق نشرها للأخبار وللمعلومات خاصة بفيروس كورونا غير معلومة المصدر". ويمكن تفسير ذلك بسبب التخبط في الأخبار المتعلقة بفيروس كورونا المستجد Covid-19 وعدم توافر المعلومات الكافية عنه ونقص الوعي الصحي لدى الجمهور مما يهيئ المجال لإنشار الشائعات حول المرض، فقد أوضحت دراسة (أنور محمد ، عبد الوهاب جودة، ٢٠١٦م،ص ٤٠٧) أن من أهم العوامل المهيأة لانتشار الشائعات عبر موقع التواصل الاجتماعي في المجتمع العماني هو " نقص الوعي " وضعف تقديم الإعلام الرسمي للمعلومات الصحيحة الكافية" ، مما يتربّ عليه إنتشار الشائعات والأخبار الغير صحيحة حول القضايا والمواضيعات.

ويتضح أيضاً من الجدول السابق وجود فروق في كيفية مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في الترويج لبعض الشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد، حيث كانت قيم كا٢ دالة عند مستوى دلالة أقل من ٠٠٠١ ، بينما لم يكن بينهم فروق في "عن طريق نشرها للأخبار وللمعلومات خاصة بفيروس كورونا غير معلومة المصدر" ، حيث كانت قيم كا٢ غير دالة عند مستوى ٠٠٠٥ ، ويمكن تفسير ذلك أن الكثير من الأخبار التي يتم نشرها في موقع التواصل الاجتماعي تنشر دون الإشارة إلى مصدرها.

٦- أهم الشائعات التي ساهمت موقع التواصل الاجتماعي في انتشارها:

جدول (٧)
يوضح أهم الشائعات التي ساهمت موقع التواصل الاجتماعي في انتشارها

مستوى الدلالة	كما	الإجمالي ن=٢٩٨		أهم الشائعات التي ساهمت موقع التواصل الاجتماعي في انتشارها
		%	ك	
١٠٠١	٩.٧٨٥	٥٩.١	١٧٦	القدرة على حبس نفسك ١٠ ثوان أو أكثر دون أن تسعل يعني أنك غير مصاب بفيروس كورونا المستجد
٠٠١٣٢ غير دالة	٢.٢٦٨	٥٤.٤	١٦٢	غسل الأنف بمحلول ملحي بانتظام يقي من الإصابة بفيروس كورونا المستجد
٠٠٠٩٠ غير دالة	٠٠١٣	٤٩.٧	١٤٨	التعرض للشمس أو لدرجات حرارة أعلى من ٢٥ فـأكثر يقي من الإصابة بفيروس كورونا المستجد
٠٠٠١٠ غير دالة	٢.٦٣١	٤٥.٣	١٣٥	أن الأطفال لا يصابون بفيروس كورونا المستجد
٠٠٠١	١٣.٧٤٥	٣٩.٣	١١٧	المشروبات الكحولية تقي من الإصابة بفيروس كورونا المستجد
٠٠٠١	١٨.٣٧٦	٣٧.٦	١١٢	أن التدخين يقي من الإصابة بفيروس كورونا المستجد
٠٠٠١	١٩٠.٠٨١	١٠٠.١	٣٠	أخرى تذكر

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٥٩.١% من أفراد العينة يرون أن أهم الشائعات التي ساهمت موقع التواصل الاجتماعي في انتشارها هي "القدرة على حبس نفسك ١٠ ثوان أو أكثر دون أن تسعل يعني أنك غير مصاب بفيروس كورونا المستجد" ، ونسبة ٥٤.٤% منهم يرون "أن غسل الأنف بمحلول ملحي بانتظام يقي من الإصابة بفيروس كورونا المستجد" ، ونسبة ٤٩.٧% منهم يرون "أنها التعرض للشمس أو لدرجات حرارة أعلى من ٢٥ فـأكثر يقي من الإصابة بفيروس كورونا المستجد" ، ونسبة ٤٥.٣% منهم يرون "أن الأطفال لا يصابون بفيروس كورونا المستجد" ، ونسبة ٣٩.٣% يرون "أن المشروبات الكحولية تقي من الإصابة بفيروس كورونا المستجد". ويتبين مما سبق وجود فروق في أهم الشائعات التي ساهمت موقع التواصل الاجتماعي في انتشارها، حيث كانت قيم كا٢ دالة عند مستوى دلالة أقل من ٠٠٠١، بينما لم يكن بينهم فروق في "التعرض للشمس أو لدرجات حرارة أعلى من ٢٥ فـأكثر يقي من الإصابة يقي من الإصابة بفيروس كورونا المستجد" و "أن الأطفال لا يصابون بفيروس كورونا المستجد" و "غسل الأنف بمحلول ملحي بانتظام يقي من الإصابة بفيروس كورونا المستجد" ، حيث كانت قيم كا٢ غير دالة عند مستوى ٠٠٠٥.

ويتبين من العرض السابق أن موقع التواصل الاجتماعي قد ساهمت في إنتشار أكثر من شائعة عن مرض فيروس كورونا المستجد Covid-19 وهذا يتفق مع أكثر من دراسة منها دراسة

(Samia Tasnim and others 2020) والتي أوضحت أن هناك العديد من الشائعات التي انتشرت عبر موقع التواصل الاجتماعي عن فيروس كورونا المستجد منها فاعلية دواء "الكلوركين" وهو عقار يستخدم لعلاج الملاريا، وتناقلت وسائل الإعلام معلومات عن فاعليته في علاج فيروس كورونا المستجد، مما أدى إلى أضرار كبيرة منها الإبلاغ في نيجيريا عن وجود الكثير من حالات تناولت جرعات زائدة من الدواء إعتقداً منهم بقدرته على القضاء على الفيروس، مما يوضح خطورة مثل هذه الشائعات.

٧- مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في زيادة حدة القلق والتوتر لدى أفراد العينة إزاء فيروس كورونا المستجد:

جدول (٨)

بوضوح مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في زيادة حدة القلق والتوتر لدى أفراد العينة إزاء فيروس كورونا المستجد

مستوى الدلالة د ح ٤	كا ^٢	الإجمالي		مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في زيادة حدة القلق والتوتر لدى أفراد العينة إزاء فيروس كورونا المستجد
		%	ك	
٠٠٠١	٢٣٥٠٣	٣٢.٢	١٢٣	نعم
		٤٤	١٦٨	إلى حد ما
		٢٣.٨	٩١	لا
		١٠٠	٣٨٤	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٣٢.٢% من أفراد العينة يرون أن موقع التواصل الاجتماعي تساهم في زيادة حدة القلق والتوتر لديهم إزاء فيروس كورونا المستجد، ونسبة ٤٤% منهم يرون أنها تساهم "أحياناً"، ونسبة ٢٣.٨% منهم يرون أن موقع التواصل الاجتماعي لا تساهم في زيادة حدة القلق والتوتر لديك إزاء فيروس كورونا المستجد. ويتبين وجود فروق في مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في زيادة حدة القلق والتوتر لدى أفراد العينة إزاء فيروس كورونا المستجد، حيث كانت قيمة $ka^2 = 23.03$ وهي دالة عند مستوى ٠٠٠١، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يرون أن موقع التواصل الاجتماعي تساهم في زيادة حدة القلق والتوتر لديهم إزاء فيروس كورونا المستجد. ويمكن أن يرجع ذلك إلى كثرة الأخبار التي تتناولها موقع التواصل الاجتماعي والتي قد تكون متناقضة أحياناً مما يسبب حالة من القلق والتوتر لدى الجمهور، وهذا ما أكدته دراسة (Samia Tasnim and others 2020) والتي أكدت أنه بسبب الشائعات وعدم توافر معلومات كافية حول مرض فيروس كورونا المستجد تزداد حدة القلق والتوتر لدى الأفراد والتي قد تصل إلى حد الإنتحار كما حدث في الهند، حيث تم الإبلاغ عن إنتحار أب لثلاثة أبناء عندما تم تشخيصه بمرض فيروس كورونا Covid-19.

٨-أسباب مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في زيادة حدة القلق والتوتر لدى أفراد العينة إزاء فيروس كورونا:

جدول (٩)

يوضح أسباب مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في زيادة حدة القلق والتوتر لدى أفراد العينة إزاء فيروس كورونا

مستوى الدلالة	الإجمالي = ٢٩١ كما	أسباب مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في زيادة حدة القلق والتوتر لدى أفراد العينة إزاء فيروس كورونا		
		%	كـ	
٠٠٠١	١٠٠٣٩٥	٥٩.٥	١٧٣	لكرة الأخبار والمعلومات الخاصة بفيروس كورونا المستجد والتي تنشرها هذه المواقع
٠٠٥	٥.٧٧٧	٥٧	١٦٦	بسبب كثرة الأخبار الخاصة بارتفاع عدد الوفيات بسبب فيروس كورونا المستجد والتي تنشرها هذه المواقع
٠٠١	٦.٩٥٩	٤٢.٣	١٢٣	لتضارب الأخبار والمعلومات الخاصة بفيروس كورونا المستجد والتي تنشرها هذه المواقع
٠٠١	٨.٢٥١	٤١.٦	١٢١	بسبب كثرة عرض هذه المواقع الخاصة بعدم الوصول إلى علاج أو لقاح لفيروس كورونا المستجد
٠٠٠١	١٤٤.٤١٦	١٤٠.٨	٤٣	أخرى تذكر

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٥٩.٥% من أفراد العينة يرون أن أسباب مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في زيادة حدة القلق والتوتر لديهم إزاء فيروس كورونا هي " لكرة الأخبار والمعلومات الخاصة بفيروس كورونا المستجد والتي تنشرها هذه المواقع "، ونسبة ٥٧% منهم يرون أنه " بسبب كثرة الأخبار الخاصة بارتفاع عدد الوفيات بسبب فيروس كورونا المستجد والتي تنشرها هذه المواقع "، ونسبة ٤٢.٣% منهم يرون أنه " لتضارب الأخبار والمعلومات الخاصة بفيروس كورونا المستجد والتي تنشرها هذه المواقع ".

ويتضح من الجدول أيضاً وجود فروق في أسباب مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في زيادة حدة القلق والتوتر لدى أفراد العينة إزاء فيروس كورونا، حيث كانت قيم كـ١ دالة عند مستوى دلالة أقل من ٠٠٥ ، ويلاحظ من العرض السابق تقارب نسب أسباب مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في زيادة حدة القلق والتوتر لدى أفراد العينة إزاء فيروس كورونا، وهذا يؤكّد على وجود حالة من عدم الثقة أحياناً لدى أفراد العينة في المعلومات التي يتم نشرها والتي لا يمكن التأكّد من مدى صحتها من عدمه بسبب الغموض الذي يحيط بمرض فيروس كورونا المستجد Covid-19 .

المحور الثالث: مدي مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد Covid-19 .

٩- مدي مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد:

جدول (١٠)

يوضح مدي مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد

مستوى الدلالة د ح ٢	كما ٢١	الإجمالي		مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد
		%	ك	
٠٠٠١	١٦٣.٦٢٣	٥٣.٩	٢٠٦	نعم
		٤٢.٩	١٦٤	إلى حد ما
		٣.١	١٢	لا
		١٠٠	٣٨٤	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٥٣.٩% من أفراد العينة يرون أن موقع التواصل الاجتماعي "تساهم" في عرض الحقائق خاصة بفيروس كورونا المستجد، ونسبة ٤٢.٩% منهم يرون أنها "تساهم أحياناً"، ونسبة ٣.١% منهم يرون أن موقع التواصل الاجتماعي "لا تساهم" في عرض الحقائق خاصة بفيروس كورونا المستجد. ويتبين وجود فروق في مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد، حيث كانت قيمة $K^2 = 163.623$ وهي دالة عند مستوى ٠٠٠١، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يرون أن موقع التواصل الاجتماعي تساهم في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد، مما يدل على أهمية الدور الإيجابي الذي تقوم به موقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة فيروس كورونا المستجد، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Shalvee, 2020) والتي أوضحت أن أكثر من ٥٠% من عينة الدراسة يعتمدون على موقع التواصل الاجتماعي في جمع المعلومات عن فيروس كورونا المستجد Covid-19 مما يؤكّد نتيجة الدراسة الحالية.

١٠ - أسباب مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد:

جدول (١١)

يوضح أسباب مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد

مستوى الدلالة	كماً	الإجمالي		أسباب مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد
		%	كـ	
١٠٠٠١	٢٩٠.٢٣٢	٦٤.١	٢٣٧	لأن بعض الأخبار كانت منقولة من موقع وزارة الصحة المصرية
٠٠٠١	٧٠.٨٨١	٥٧.٣	٢١٢	لأن بعض الأخبار كانت منقولة من موقع منظمة الصحة العالمية
٠٠٠٠١	٠٠٠٤٤	٤٩.٥	١٨١	لأنني تأكدت من صحة هذه المعلومات من أكثر من مصدر آخر
غير دالة	٢٤٠.١١١	٩.٧	٣٦	أسباب أخرى

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٦٤.١% من أفراد العينة يرون أن أسباب مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد هو "لأن بعض الأخبار كانت منقولة من موقع وزارة الصحة المصرية"، ونسبة ٥٧.٣% منهم يرون أنه "لأن بعض الأخبار كانت منقولة من موقع منظمة الصحة العالمية" ، ونسبة ٤٩.٥% منهم يرون أنه "لأنني تأكدت من صحة هذه المعلومات من أكثر من مصدر آخر". ويتبين من الجدول السابق أيضاً وجود فروق في أسباب مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس الكورونا المستجد، حيث كانت قيم كماً دالة عند مستوى دلالة أقل من ٠٠٠١، بينما لم يكن بينهم فروق في "لأنني تأكدت من صحة هذه المعلومات من أكثر من مصدر آخر". حيث كانت قيم كماً غير دالة عند مستوى ٠٠٠٥.

ويلاحظ من العرض السابق أن أهم أسباب مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق عن فيروس كورونا من وجهة نظر أفراد العينة أنه "لأن الأخبار والمعلومات كانت منقولة من موقع وزارة الصحة المصرية أو منقولة عن منظمة الصحة العالمية" ، مما يؤكد على عدم ثقة أفراد العينة في كل الأخبار التي تنشر على موقع التواصل الاجتماعي، وإنما يثقون في الأخبار التي تصدر عن الجهات الرسمية فقط، وهذا نظراً لكثره الأخبار التي تداولها هذه المواقع وإختلاف مصادرها، وهو ما أكدته دراسة (حسام فايز، ٢٠٢٠م، ص ٢٦٣٧) والتي أكدت على أن النسب المئوية لدرجة ثقة طلبة الجامعات في المعلومات والأخبار التي تنشرها موقع التواصل الاجتماعي بشأن جائحة كورونا" كوفيد ١٩ قد جاءت في الترتيب الأخير بين الوسائل المختلفة للإعلام الجديد.

١١- أهم الحقائق التي ساهمت موقع التواصل الاجتماعي عرضها حول فيروس كورونا المستجد:

(١٢) جدول

يوضح أهم الحقائق التي ساهمت موقع التواصل الاجتماعي عرضها حول فيروس كورونا المستجد

مستوى الدلالة د ح ١	كـ٢	الإجمالي ن = ٣٧٠		أهم الحقائق التي ساهمت موقع التواصل الاجتماعي عرضها حول فيروس كورونا المستجد
		%	كـ	
٠٠٠١	٤٨.٥٣٠	٦٨.١	٢٥٢	معلومات خاصة بأهم طرق الوقاية من فيروس كورونا المستجد وطرق العدوى
٠٠٠١	٤٨.٥٣٠	٦٨.١	٢٥٢	معلومات خاصة بأعراض فيروس كورونا المستجد
٠٠٧٥٥ غير دالة	٠٠٩٧	٤٩.٢	١٨٢	معلومات خاصة بعدد الإصابات والوفيات الخاصة بفيروس كورونا المستجد
٠٠٠١	١٤٠١١	٤٠.٣	١٤٩	معلومات خاصة بأهم وسائل العلاج من فيروس كورونا المستجد
٠٠٠١	٢٤٣.٢٤٣	٩.٥	٣٥	آخر تذكر

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٦٨.١% من أفراد العينة يرون أن أهم الحقائق التي ساهمت موقع التواصل الاجتماعي في عرضها حول فيروس كورونا المستجد هي "معلومات خاصة بأهم طرق الوقاية من فيروس كورونا المستجد وطرق العدوى"، ونسبة ٦٨.١% منهم يرون أنها "معلومات خاصة بأهم أعراض فيروس كورونا المستجد"، ونسبة ٤٩.٢% منهم يرون أنها "معلومات خاصة بعدد الإصابات والوفيات الخاصة بفيروس كورونا المستجد". ويتبين وجود فروق في أهم الحقائق التي ساهمت موقع التواصل الاجتماعي عرضها حول فيروس كورونا المستجد، حيث كانت قيم كـ٢ دالة عند مستوى دلالة ٠٠٠١، بينما لم يكن بينهم فروق في "معلومات خاصة بعدد الإصابات والوفيات الخاصة بفيروس كورونا المستجد" حيث كانت قيم كـ١ غير دالة عند مستوى ٠٠٠٥.

وفي ضوء ما سبق يتضح أن أهم ما كان يهتم المبحوثين به وتعرضه موقع التواصل الاجتماعية هي المعلومات الخاصة بأهم طرق الوقاية من فيروس كورونا وذلك حرصاً منهم على تجنب الإصابة بالمرض، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (طارق الصعيدي ، ٢٠٢٠م، ص ٢٢٠) والتي أوضحت أن أهم التأثيرات المعرفية المكتسبة لدى الشباب من خلال صحفة المحمول هي معرفة طرق الوقاية الازمة ضد فيروس كورونا وذلك بنسبة ٩٠.٧%.

١٢- مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في كشف الغموض وتوسيع دائرة معلومات عينة الدراسه عن فيروس كورونا المستجد:

جدول (١٣)

يوضح مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في كشف الغموض وتوسيع دائرة معلومات عينة الدراسة عن فيروس كورونا المستجد

مستوى الدلالة د ح ٢	كا ^٢	الإجمالي		مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في كشف الغموض وتوسيع دائرة معلومات عينة الدراسة عن فيروس كورونا المستجد
		%	ك	
٠٠٠١	١٢٦.٦٣٤	٥١.٦	١٩٧	نعم
		٤١.٦	١٥٩	الى حد ما
		٦.٨	٢٦	لا
		١٠٠	٣٨٤	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٥١.٦% من أفراد العينة يرون أن موقع التواصل الاجتماعي "تساهم" في كشف الغموض وتوسيع دائرة معلوماتهم عن فيروس كورونا المستجد، ونسبة ٤١.٦% منهم يرون أنها "تساهم أحياناً"، ونسبة ٦.٨% منهم يرون أن موقع التواصل الاجتماعي "لا تساهم" في كشف الغموض وتوسيع دائرة معلوماتهم عن فيروس كورونا المستجد. ويتبين وجود فروق في مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في كشف الغموض وتوسيع دائرة معلوماتك عن فيروس كورونا المستجد، حيث كانت قيمة كا^٢ = ١٢٦.٦٣٤ وهي دالة عند مستوى ٠٠٠١، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يرون أن موقع التواصل الاجتماعي تساهم في كشف الغموض وتوسيع دائرة معلوماتهم عن الفيروس، مما يدل على زيادة مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في كشف الغموض عن الفيروس لدى أفراد العينة وزيادة معلوماتهم حول المرض.

١٣- كيفية مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في كشف الغموض وتوسيع دائرة معلومات عينة الدراسة عن فيروس كورونا المستجد:

جدول (١٤)

يوضح كيفية مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في كشف الغموض وتوسيع دائرة معلومات عينة الدراسة عن فيروس كورونا المستجد

مستوى الدلالة د ح ١	كا ^٢	الإجمالي ن = ٣٥٦		كيفية مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في كشف الغموض وتوسيع دائرة معلومات عينة الدراسة عن فيروس كورونا المستجد
		%	أ	
٠٠٠١	٧٠.١٢٤	٧٢.٢	٢٥٧	المتابعة المستمرة في عرض آخر المستجدات الخاصة بفيروس كورونا المستجد
٠٠٥٩٦ غير دالة	٠٠.٢٨١	٥١.٤	١٨٣	لأنها عرضت معلومات متنوعة عن فيروس كورونا المستجد
٠٠٥	٤٠٠٥٦	٤٤.٧	١٥٩	سرعة تداول المعلومات من خلال هذه المواقع
٠٠٥	٤٠٤٩٤	٤٤.٤	١٥٨	لأنها اعتمدت على عرض هذه المعلومات من مصادر متنوعة
٠٠٠١	٢٠٤.٧٧ ٥	١٢.١	٤٣	أخرى تذكر

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٧٢.٢% من أفراد العينة يرون أن موقع التواصل الاجتماعي تساهم في كشف الغموض وتوسيع دائرة معلوماتهم عن فيروس كورونا المستجد من خلال "المتابعة المستمرة في عرض آخر المستجدات الخاصة بفيروس كورونا المستجد"، ونسبة ٥١.٤% منهم يرون "انها تساهم لأنها عرضت معلومات متنوعة عن فيروس كورونا المستجد"، ونسبة ٤٤.٧% منهم يرون انها تساهم من خلال "سرعة تداول المعلومات من خلال هذه المواقع"، ونسبة ٤٤.٤% منهم يرون "لأنها اعتمدت على عرض هذه المعلومات من مصادر متنوعة". ويوضح وجود فروق في كيفية مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في كشف الغموض وتوسيع دائرة معلوماتك عن فيروس كورونا المستجد، حيث كانت قيم كا^٢ دالة عند مستوى دلالة أقل من ٠٠٠٥ ، بينما لم يكن بينهم فروق في لأنها عرضت معلومات متنوعة عن فيروس كورونا المستجد حيث كانت قيم كا^٢ غير دالة عند مستوى ٠٠٠٥ . وتتفق هذه النتيجه مع دراسة (طارق الصعيدي ، ٢٠٢٠م، ص ٢١٩٩) والتي أكدت على أن أهم أسباب إعتماد الشباب المصري على وسائل صحافة المحمول للحصول على معلومات بشأن فيروس كورونا، هو قدرة هذه الوسائل على "سرعة وفورية نقل الأخبار" ، مما يدل على حرص أفراد العينة في التعرف على الأخبار بشكل فوري وسريع.

٤- مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في تغيير سلوك عينة الدراسة تجاه أزمة فيروس كورونا المستجد:

جدول (١٥)

يوضح مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في تغيير سلوك عينة الدراسة تجاه أزمة فيروس كورونا المستجد

مستوى الدالة د ح ٢	ك٢	الإجمالي		مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في تغيير سلوك عينة الدراسة تجاه أزمة فيروس كورونا المستجد
		%	ك	
٠٠٠١	٥٣٠٤٠٨	٤٢.١	١٦١	نعم
		٤٢.١	١٦١	إلى حد ما
		١٥.٧	٦٠	لا
		١٠٠	٣٨٤	جملة

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٤٢.١% من أفراد العينة يرون أن موقع التواصل الاجتماعي "تساهم" في تغيير سلوكهم تجاه أزمة فيروس كورونا المستجد، ونسبة ٤٢.١% منهم يرون أنها تساهم "أحياناً"، ونسبة ١٥.٧% منهم يرون أن موقع التواصل الاجتماعي "لا تساهم" في تغيير سلوكهم تجاه أزمة فيروس كورونا المستجد. ويتبين وجود فروق في مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في تغيير سلوكه تجاه أزمة فيروس كورونا المستجد، حيث كانت قيمة $K^2 = ٥٣.٤٠٨$ وهي دالة عند مستوى ٠٠٠١، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يرون أن موقع التواصل الاجتماعي تساهم في تغيير سلوكهم تجاه أزمة فيروس كورونا المستجد. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (حسام فايز، ٢٠٢٠م، ص ٢٦٣) والتي أكدت على أن التأثيرات السلوكية جاءت في الترتيب الأخير بعد التغيرات المعرفية ثم الوجدانية الناتجة عن متابعة طلبة الجامعات لوسائل الإعلام الجديد لاستقاء المعلومات عن جائحة كورونا.

٥- كيفية مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في تغيير سلوك عينة الدراسة تجاه أزمة فيروس كورونا المستجد:

جدول (١٦)

يوضح كيفية مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في تغيير سلوك عينة الدراسة تجاه أزمة فيروس كورونا المستجد

مستوى الدالة د ح ١	ك١	الإجمالي ن = ٣٢٢		كيفية مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في تغيير سلوك تجاه أزمة فيروس كورونا المستجد
		%	ك	
٠٠٠١	٧٧.٥٢٨	٧٤.٥	٢٤٠	أصبحت أكثر حرصاً وأتحرى تنفيذ الإجراءات الاحترازية اللازمة للوقاية من الفيروس
٠٠٥٨ غير دالة	٣.٥٩٠	٥٥.٣	١٧٨	أصبحت أنسح من حولي بتنفيذ إجراءات الوقاية من الفيروس
٠٠٢٦٥ غير دالة	١.٢٤٢	٥٣.١	١٧١	أصبحت أكثر حرصاً على تناول الطعام الصحي وأصبحت أكثر اهتماماً بصحتي وصحة من حولي
٠٠٠١	٤٧.٧٥٢	٣٠.٧	٩٩	أشارك عمليات في تعقيم منطقتي كلما أمكن لي ذلك
٠٠٠١	١٧٢.٩٦٩	١٣.٤	٤٣	أخرى تذكر

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٧٤.٥% من أفراد العينة يرون أن موقع التواصل الاجتماعي تساهم في تغيير سلوكهم تجاه أزمة فيروس كورونا المستجد، حيث أنهم "أصبحوا أكثر حرضاً وأتحروا تنفيذ الإجراءات الاحترازية الازمة الوقاية من الفيروس"، ونسبة ٥٥.٣% منهم يرون أنها ساهمت في تغيير سلوكهم " فأصبحوا ينصحون من حولهم بتنفيذ إجراءات الوقاية من الفيروس" ، ونسبة ٥٣.١% منهم يرون أنها ساهمت في تغيير سلوكهم " فأصبحوا أكثر حرضاً على تناول الطعام الصحي وأصبحوا أكثر اهتماماً بصحتهم وصحة من حولهم". ويتبين وجود فروق في كيفية مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في تغيير سلوك تجاه أزمة فيروس كورونا المستجد، حيث كانت قيم كاٰ دالة عند مستوى دلالة ٠٠٠٠١، بينما لم يكن بينهم فروق في " أصبحت أنصح من حولي بتنفيذ إجراءات الوقاية من الفيروس" ، " وأصبحت أكثر حرضاً على تناول الطعام الصحي وأصبحت أكثر اهتماماً بصحتي وصحة من حولي" حيث كانت قيم كاٰ غير دالة عند مستوى ٠٠٠٥ مما يدل على أن دور موقع التواصل الاجتماعي لم يقتصر على تقديم المعلومات فقط وإنما إمتد هذا الدور للمساهمة إلى تغيير السلوك بشكل إيجابي. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (حسام فايز، ٢٠٢٠م، ص ٢٦٣٥) والتي أكدت أن من بين أهم التأثيرات السلوكية لمتابعة طلبة الجامعات المعلومات والأخبار المتعلقة بجائحة كورونا في وسائل الإعلام الجديد هي " أصبحت أكثر حرضاً على صحتي وصحة أسرتي ". وهذا ما أكدت عليه الدراسة الحالية.

- (لأفراد العينة الذين لا يعتمدون على موقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن فيروس كورونا المستجد) :

١٦- أسباب عدم الاعتماد على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر معلومات عينة الدراسة عن فيروس كورونا المستجد:

جدول (١٧)

يوضح أسباب عدم الاعتماد على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر معلومات عينة الدراسة عن فيروس كورونا المستجد

مستوى الدلالة	كاٰ	الإجمالي ن = ١٨		أسباب عدم الاعتماد على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر معلومات عينة الدراسة عن فيروس كورونا المستجد	
		%	ك		
غير دالة	٠.٣٤٦	٠٠.٨٨٩	٦١.١	١١	لأنني غير متأكد من هذه المعلومات
غير دالة	٠.٣٤٦	٠٠.٨٨٩	٦١.١	١١	لأنني لا أثق في أخبار تلك المواقع
غير دالة	٠.٣٤٦	٠٠.٨٨٩	٣٨.٩	٧	لأنني أعرف المعلومات من مصادر أخرى
غير دالة	٠.٣٤٦	٠٠.٨٨٩	٣٨.٩	٧	لأنها تعرض أخباراً كثيرة ولا أستطيع متابعتها

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٦١.١% من أفراد العينة لا يعتمدون على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر معلوماتهم عن فيروس كورونا المستجد هو لأنهم "غير متأكدين من هذه المعلومات"، ونسبة ٦١.١% منهم لا يعتمدون عليها لأنهم "لا يثقون في أخبار تلك المواقع"، ونسبة ٣٨.٩% منهم لا يعتمدون عليها لأنهم يعرفون المعلومات من مصادر أخرى، ونسبة ٣٨.٩% منهم لا يعتمدون عليها لأنها تعرض أخباراً كثيرة ولا أستطيع متابعتها". ويتبين عدم وجود فروق في أسباب عدم الاعتماد على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر معلوماتك عن فيروس كورونا المستجد، حيث كانت قيم كاٰ غير دالة عند مستوى دلالة ٠٠٠٥. ويتبين من نتائج الجدول السابق أن معظم من لا يتبعون أخباراً فيروس كورونا Covid-19 عبر موقع التواصل الاجتماعي كان بسبب عدم ثقتهم في الأخبار التي تنشر في هذه المواقع مما يدل على انخفاض نسب الثقة لديهم في موقع التواصل الاجتماعي.

ثانياً: اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول : توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة اعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد باختلاف المتغيرات الديمغرافية (الجنس - الجامعة - الإقامة - نوع الدراسة - فئات السن):

جدول (١٨)

يوضح معنوية الفروق بين مجموعات العينة من حيث الاعتماد على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد

مجموعات العينات						
مستوى الدلالة	قيمة المعامل	ع	م	ن		
٠.٠٠١	٤.٩٨٤=ت	٠.٥٠٣	٢.٣	٢٠٠	ذكور	الجنس
		٠.٦١٥	٢.٦	٢٠٠	إناث	
٠.٠٠١	٤.٢٣٧=ت	٠.٥٣٨	٢.٥	٢٠٠	إقليمية	الجامعة
		٠.٥٩٣	٢.٣	٢٠٠	حضرية	
٠.٠١	٢.٨٧٦=ت	٠.٥٦٤	٢.٣	٢٢٠	ريف	الإقامة
		٠.٥٨٤	٢.٥	١٨٠	حضر	
٠.٠٠١	٤.٢٣٧=ت	٠.٥٣٨	٢.٥	٢٠٠	نظيرية	نوع الدراسة
		٠.٥٩٣	٢.٣	٢٠٠	عملية	
٠.١١٢ غير دالة	٢.٠٠٩=ف	٠.٦٨٨	٢.٥	١٠٠	١٨ سنة	فئات السن
		٠.٥٩٥	٢.٣	١٠٠	١٩ سنة	
		٠.٥٠٢	٢.٥	١٠٠	٢٠ سنة	
		٠.٤٩٩	٢.٤	١٠٠	٢١ سنة	
		٠.٥٧٨	٢.٤	٤٠٠	الجملة	

يتضح من الجدول السابق:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإإناث في درجة الاعتماد على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد لصالح الإناث، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى ٠٠٠٠١ . ويمكن تفسير ذلك بسب زيادة نسبة استخدام الإناث لموقع التواصل عن الذكور مما يؤكد زيادة نسبة اعتمادهم عليها أكثر من الذكور. وتخالف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (طارق الصعيدي ، ٢٠٢٠م، ص ٢١٠) والتي أوضحت وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإإناث من الشباب عينة الدراسة في الاعتماد على صحفة الموبايل ولصالح الذكور.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب الجامعات الإقليمية والجامعات الحضرية في درجة الاعتماد على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد لصالح طلاب الجامعات الإقليمية، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى ٠٠٠٠١ . ويمكن تفسير ذلك في ضوء قلة البديل المتوفرة لدى طلاب الجامعات الإقليمية للحصول على المعلومات بالمقارنة بطلاب الجامعات الحضرية مما يجعل موقع التواصل الاجتماعي هي أكثر البديل المتوفرة لديهم.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في درجة الاعتماد على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد لصالح المقيمين بالحضر، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى ٠٠٠١ . وتخالف هذه النتيجة أيضاً مع دراسة (طارق الصعيدي ، ٢٠٢٠م، ص ٢٢١) حيث أوضحت عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين الشباب المقيمين بالريف والمقيمين في الحضر في الاعتماد على صحفة الموبايل، حيث جاءت قيمة (ت) غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل ٠٠٥ .
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب الكليات النظرية وطلاب الكليات العملية في درجة الاعتماد على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد لصالح طلاب الكليات النظرية، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى ٠٠٠٠١ . ويمكن تفسير ذلك في ضوء طبيعة الدراسة بالكليات العملية والنظرية، حيث تقسم الدراسة في الكليات العملية بكثرة التكليفات والأنشطة العملية والتطبيقية والتي تحتاج إلى وقت طويل بعكس الكليات النظرية مما يتربّ عليه عدم وجود وقت لدى طلاب الكليات العملية لمتابعة موقع التواصل الاجتماعي مقارنة بطلاب الكليات النظرية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (حسام فايز ، ٢٠٢٠م، ص ٢٦٤) والتي أكدت على وجود فروق دالة إحصائياً بين الكليات العملية والنظرية في معدلات اعتمادهم على وسائل الإعلام الجديد في استقاء المعلومات والأخبار عنجائحة كورونا كوفيد ١٩ لصالح الكليات النظرية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة بإختلاف فئات السن في درجة الاعتماد على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد،

حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى .٠٠٥ ، وقد يرجع ذلك إلى أن هذه الفئة من الشباب الجامعي تتشابه في إهتماماتها وطبيعتها، وجميعهم يحرصون على استخدام موقع التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها كمصدر للمعلومات.

ويتضح مما سبق يتضح تحقق الفرض الأول جزئيا.

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد ودرجة مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في الترويج لبعض الشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد.

جدول (١٩)

يوضح العلاقة بين درجة اعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد ودرجة مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في الترويج لبعض الشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد

مساهمتها في الترويج لبعض الشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد				المتغير
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
لا توجد علاقة			.٠٠٦٧	درجة الاعتماد على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد

يتضح من الجدول السابق عدم وجود علاقة بين درجة اعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد ودرجة مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في الترويج لبعض الشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد، حيث كانت (ر) غير دالة عند مستوى .٠٠٥ . وهذا إن دل فإنما يدل على أن ترويج الشائعات لا يتم فقط عن طريق موقع التواصل الاجتماعي وإنما قد يتم عن طريق وسائل أخرى.
مما سبق يتضح عدم تتحقق الفرض الثاني كليا.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في الترويج لبعض الشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد باختلاف المتغيرات الديمografية (الجنس - الجامعة - الإقامة - نوع الدراسة - فئات السن):

جدول (٢٠)

يوضح معنوية الفروق بين مجموعات العينة من حيث مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في الترويج لبعض الشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد

مستوى الدلالة	قيمة المعامل	ع	م	ن	مجموعات العينات		
٠.٦٤٥ غير دالة	٠.٤٦١-- ت	٠.٦٣٩	١.٩	١٩٥	ذكور	الجنس	
		٠.٥٣٩	١.٩	١٨٧	إناث		
٠.٠٠١	٥.٦٨٥-- ت	٠.٦٥٧	١.٨	١٩٦	إقليمية	الجامعة	
		٠.٤٥٧	٢.١	١٨٦	حضرية		
٠.٢٦٦ غير دالة	١.١١٤-- ت	٠.٦٠٨	١.٩	٢١٠	ريف	الإقامة	
		٠.٥٧٠	١.٩	١٧٢	حضر		
٠.٠٠١	٥.٦٨٥-- ت	٠.٦٥٧	١.٨	١٩٦	نظيرية	نوع الدراسة	
		٠.٤٥٧	٢.١	١٨٦	عملية		
٠.٤٤٩ غير دالة	٠.٨٨٦= ف	٠.٧٦٢	٢.١	٨٩	سنة ١٨	فئات السن	
		٠.٧٠٠	٢.٢	٩٣	سنة ١٩		
		٠.٧٧٧	٢.٠	١٠٠	سنة ٢٠		
		٠.٧٢٤	١.٩	١٠٠	سنة ٢١		
		٠.٥٩١	١.٩	٣٨٢	الجملة		

يتضح من الجدول السابق:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في الترويج لبعض الشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥ . وتفق هذه الدراسة مع دراسة (مدموح شتله، ٢٠١٧م، ص ١٧٩) حيث أكدت على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في دور موقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات حيث أن قيمة (ت) غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥ .

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب الجامعات الإقليمية والجامعات الحضرية في مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في الترويج لبعض الشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد لصالح طلاب الجامعات الحضرية، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١ . وتحتار هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (مدموح شتله، ٢٠١٧م، ص ١٨٠) والتي أكدت على وجود فروق بين طلاب الجامعات المختلفة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في الترويج لبعض الشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى ٠٠٠٥.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب الكليات النظرية وطلاب الكليات العملية في مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في الترويج لبعض الشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد لصالح طلاب الكليات العملية، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى ٠٠٠١. ويمكن تفسير ذلك بسبب الفارق في درجة اعتماد طلاب الكليات العملية وطلاب الكليات النظرية لصالح الكليات النظرية كما تم الإشارة من قبل.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف فئات السن في مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في الترويج لبعض الشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد ، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى ٠٠٠٥ . ويمكن تفسير ذلك بسبب تقارب إهتمامات وميول هذه الفئة (فئة الشباب الجامعي) مما يجعل هناك تقارباً في آرائهم واستجاباتهم. مما سبق يتضح تحقق الفرض الثالث جزئيا.

الفرض الرابع: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد ودرجة مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في زيادة حدة القلق والتوتر لديهم إزاء فيروس كورونا المستجد.

جدول (٢١)

يوضح العلاقة بين درجة اعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد ودرجة مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في زيادة حدة القلق والتوتر لديهم إزاء فيروس كورونا المستجد

مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في زيادة حدة القلق والتوتر لدى عينة الدراسة إزاء فيروس كورونا المستجد				المتغير
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
٠٠١	متوسط	طrdi	* * ٠٠٣٥٦	درجة الاعتماد على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد

يتضح من الجدول السابق:

- وجود علاقة طردية متوسطة بين درجة اعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد ودرجة مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في زيادة حدة القلق والتوتر لديهم إزاء فيروس كورونا المستجد، حيث كانت (٠٣ حر > ٠٧) دالة عند مستوى ٠٠٠١

أي أنه كلما زادت درجة اعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد كلما زادت درجة مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في زيادة حدة القلق والتوتر لديهم إزاء فيروس كورونا المستجد. ويمكن تفسير ذلك لكثره الأخبار التي يتم تداولها من خلال موقع التواصل الاجتماعي وتضاربها، وتفق هذه الدراسة مع دراسة (Araz Romazan and other, 2020) والتي أكدت أنه لوسائل التواصل الاجتماعي دوراً كبيراً في نشر الخوف والذعر والقلق لدى الجمهور في العراق وذلك خلال فترة انتشار الفيروس.

مما سبق يتضح تحقق الفرض الرابع كلياً.

الفرض الخامس: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد ودرجة مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد.

جدول (٢٢)

يوضح العلاقة بين درجة اعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد

مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد	المتغير
				دالة الاعتماد على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد	
لا توجد علاقة	٠٠٠٣٣				

يتضح من الجدول السابق:

- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد ودرجة مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد، حيث كانت (ر) غير دالة عند مستوى ٠٠٠٥ . وهذا يدل على أنه على الرغم من أهمية موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن فيروس كورونا المستجد، إلا أنها ليست المصدر الوحيد الذي تستقي منه عينة الدراسة المعلومات.

مما سبق يتضح عدم تتحقق الفرض الخامس كلياً.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد باختلاف المتغيرات الديمغرافية (الجنس - الجامعة - الإقامة- نوع الدراسة- فئات السن):

جدول (٢٣)

يوضح معنوية الفروق بين مجموعات العينة من حيث مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد

مستوى الدلالة	قيمة المعامل	ع	م	ن	مجموعات العينات	
٠.٧١٩ غير دالة	٠.٣٥٩ = ت	٠.٥٧٧	٢.٥	١٩٥	ذكور	الجنس
		٠.٥٢٣	٢.٥	١٨٧	إناث	
٠.٢٣٨ غير دالة	١.١٨٢ = ت	٠.٥٧٦	٢.٥	١٩٦	إقليمية	الجامعة
		٠.٥٤٢	٢.٥	١٨٦	حضرية	
٠.٩٤٩ غير دالة	٠.٠٦٤ = ت	٠.٥٧٢	٢.٥	٢١٠	ريف	الإقامة
		٠.٥٤٦	٠.٢٥	١٧٢	حضر	
٠.٢٣٨ غير دالة	١.١٨٢ = ت	٠.٥٧٦	٢.٥	١٩٦	نظيرية	نوع الدراسة
		٠.٥٤٢	٠.٢٤	١٨٦	عملية	
٠.٠٠١	٨.٣٨١ = ف	٠.٥٠٢	٢.٥	٨٩	سنة ١٨	فئات السن
		٠.٤٧١٢	٢.٤	٩٣	سنة ١٩	
		٠.٤٨٢	٢.٣	١٠٠	سنة ٢٠	
		٠.٤٥١	٢.٧	١٠٠	سنة ٢١	
		٠.٥٩١	١.٩	٣٨٢	الجملة	

يتضح من الجدول السابق:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإإناث في مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥ . وتنتفق هذه النتيجة مع دراسة (نادية محمد ، ٢٠٢٠ ، ص ٢١٥٢) والتي أوضحت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإإناث في تأثير المعالجة الإعلامية لفيروس كورونا المستجد، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى دلالة ٠.٠٥ .
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب الجامعات الإقليمية والجامعات الحضرية في مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥ .
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المقيمين بالريف والمقيمين بالحضر في مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥ .

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب الكليات النظرية وطلاب الكليات العملية في مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى .٠٠٠٥

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف فئات السن في مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى .٠٠٠٠١

جدول (٢٤)

يوضح معامل (LSD) لمعرفة مصدر التباين مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد بين فئات السن

فئة السن	سنة ٢١	سنة ٢٠	سنة ١٩	سنة ١٨	سنة ١٨	سنة ١٩	سنة ٢٠	سنة ٢١
*٠٠١٩١٩-	*٠٠١٦٨١	٠٠١٠٨٧			سنة ١٨			
*٠٠٣٠٠٧-	٠٠٠٥٩٤				سنة ١٩			
*٠٠٣٦٠٠-					سنة ٢٠			
					سنة ٢١			
جملة								

مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بسن ١٨ سنة وأفراد العينة بسن ٢٠ سنة في مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد لصالح أفراد العينة بسن ١٨ سنة عند مستوى .٠٠٠٥

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بسن ١٨ سنة وأفراد العينة بسن ٢١ سنة في مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد لصالح أفراد العينة بسن ١٨ سنة عند مستوى .٠٠٠٥

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بسن ١٩ سنة وأفراد العينة بسن ٢١ سنة في مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد لصالح أفراد العينة بسن ١٩ سنة عند مستوى .٠٠٠٥

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بسن ٢٠ سنة وأفراد العينة بسن ٢١ سنة في مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد لصالح أفراد العينة بسن ١٩ سنة عند مستوى .٠٠٠٥

ما سبق يتضح تحقق الفرض السادس جزئيا.

الفرض السابع: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد ودرجة مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في كشف الغموض وتوسيع دائرة معلوماتهم عن فيروس كورونا المستجد.

(جدول ٢٥)

يوضح العلاقة بين درجة اعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد ودرجة مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في كشف الغموض وتوسيع دائرة معلوماتهم عن فيروس كورونا المستجد

مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في كشف الغموض وتوسيع دائرة معلومات عينة الدراسة عن فيروس كورونا المستجد				المتغير
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
٠٠١	ضعيف	طريدي	* * .٠٦٧	درجة الاعتماد على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة طردية ضعيفة بين درجة اعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد ودرجة مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في كشف الغموض وتوسيع دائرة معلومات عينة الدراسة عن فيروس كورونا المستجد، حيث كانت ($r = -0.37$) دالة عند مستوى ٠٠٠١ أي أنه كلما زادت درجة اعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد كلما زادت درجة مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في كشف الغموض وتوسيع دائرة معلوماتهم عن فيروس كورونا المستجد مما يؤكد على أهمية دور موقع التواصل الاجتماعي في كشف الغموض عن فيروس كورونا المستجد.

مما سبق يتضح تحقق الفرض السابع كلياً.

الفرض الثامن: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد ودرجة مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في تغيير سلوكهم تجاه أزمة فيروس كورونا المستجد.

جدول (٢٦)

يوضح العلاقة بين درجة اعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد ودرجة مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في تغيير سلوكهم تجاه أزمة فيروس كورونا المستجد

مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في تغيير سلوك عينة الدراسة تجاه أزمة فيروس كورونا المستجد				المتغير
مستوى الدلالة	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
لا توجد علاقة			.٠٠٨٩-	درجة الاعتماد على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد

يتضح من الجدول السابق عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد ودرجة مدى مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في تغيير سلوكهم تجاه أزمة فيروس كورونا المستجد، حيث كانت (ر) غير دالة عند مستوى .٠٠٠٥ . وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (طارق الصعيدي، ٢٠٢٠م، ص ٢٢١) والتي أوضحت توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من .٠٠٠١ بين درجات الاعتماد على صحفة الموبايل وتأثيرات الإعتماد السلوكية.

ما سبق يتضح عدم تحقق الفرض الثامن كلياً.

النتائج العامة للدراسة:

يعد دور موقع التواصل الاجتماعي في نقل المعلومات والأخبار وأيضا الترويج للشائعات من أهم الموضوعات التي يجب الاهتمام بها ودراستها، وقد حاولت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به موقع التواصل الاجتماعي في الترويج للشائعات وعرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد Covid-19، وخاصة لأنه من أبرز الموضوعات المطروحة على الساحة الإعلامية في وقتنا الحالي. ولقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

١- جاء ترتيب موقع التواصل الاجتماعي الترتيب الأول لدى معظم أفراد العينة كمصدر للمعلومات بشكل عام.

٢- تبين أن نسبة ٨٥.٣ % من أفراد العينة يرون أن أهم موقع التواصل الاجتماعي التي يستمدون منها المعلومات عن فيروس كورونا المستجد هو موقع فيس بوك يليه موقع واتس آب، مما يؤكّد على الدور الذي تقوم به موقع التواصل في نقل وتبادل المعلومات بين مستخدميها.

- ٣- وجد أن ٦٤.٤% من عينة الدراسة يرون أن موقع التواصل الاجتماعي تساهم في الترويج لبعض الشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد، وهي نسبة مرتفعة نسبياً، مما يؤكّد على إدراك مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي بالدور الذي تقوم به هذه المواقع في نشر بعض الشائعات والمعلومات الغير صحيحة.
- ٤- كانت شائعة "القدرة على حبس نفسك ١٠ ثوان أو أكثر دون تسعيل يعني أنك غير مصاب بفيروس كورونا المستجد" من أهم الشائعات التي ساعدت موقع التواصل الاجتماعي في ترويجها.
- ٥- أن نسبة ٥٣.٩% من أفراد العينة يرون أن موقع التواصل الاجتماعي تساهم دائمًا في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد، بينما يرى ٤٢.٩% منهم أنها تساهم أحياناً، مما يؤكّد على أن عينة الدراسة تحرص على التأكّد من صحة المعلومات التي تداولتها موقع التواصل الاجتماعي حول فيروس كورونا المستجد.
- ٦- كانت المعلومات الخاصة بأهم طرق الوقاية وأهم أعراض فيروس كورونا المستجد هي أهم الحقائق التي ساهمت موقع التواصل الاجتماعي في عرضها من وجهة نظر عينة الدراسة، مما يؤكّد فاعلية موقع التواصل الاجتماعي على توعية الجمهور بطرق الوقاية وأعراض المرض.
- ٧- وجود علاقه ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد ودرجة مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في زيادة حدة القلق والتوتر لديهم إزاء فيروس كورونا المستجد، مما يؤكّد التأثير النفسي السلبي لموقع التواصل الاجتماعي على عينة الدراسة.
- ٨- عدم وجود علاقه ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر معلوماتهم عن فيروس كورونا المستجد ودرجة مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في عرض الحقائق الخاصة بفيروس كورونا المستجد، مما يدل على أن موقع التواصل الاجتماعي ليس المصدر للمعلومات لدى أفراد العينة.
- ٩- وجود علاقه طردية ضعيفة بين درجة اعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد ودرجة مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في كشف الغموض وتوسيع دائرة المعلومات لديهم عن فيروس كورونا المستجد، مما يدل على مساهمة موقع التواصل الاجتماعي في كشف الغموض عن فيروس كورونا المستجد لدى أفراد العينة..
- ١٠- عدم وجود علاقه ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد عينة الدراسة على موقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر المعلومات عن فيروس كورونا المستجد ودرجة مساهمة هذه المواقع في تغيير سلوك عينة الدراسة.

النوصيات:

- الاهتمام بالدور الذي تقوم به موقع التواصل الاجتماعي في نقل وتداول الأخبار والمعلومات في مختلف المجالات واستغلال ذلك بشكل إيجابي.
- ضرورة الاهتمام بتطوير التشريعات التي تعمل على تقنين تبادل المعلومات والأخبار من خلال موقع التواصل الاجتماعي، ورصد مراكز حكومية لرصد الشائعات والتصدي لها وتقديم مروجتها للمحاكمة.
- ترسیخ الوعي بضرورة تحري المعلومات الصحيحة، والتتأكد من صحة المعلومات من مصدرها الأصلي والمصادر الرسمية للأخبار.
- توعية مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي بضرورة الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية تجاه ما ينشر بتلك المواقع، وعدم إعادة نشر الأخبار والمعلومات من خلالها إلا بعد التأكد من صحتها، أو تصحيحها وإعادة نشرها لتوعية غيرهم من مستخدمي هذه المواقع.
- الاهتمام بالأبحاث التي تهتم بخطورة تأثير موقع التواصل الاجتماعي والتي تهتم باقتراح آليات للتعامل مع قوة هذا التأثير سواء على الجانب السلبي أو الجانب الإيجابي.
- التأكيد على أهمية دور المواقع الخاصة بالجهات الرسمية لمواجهة ورصد الأخبار التي تنتشر حول فيروس كورونا المستجد وفلترتها، وتصحيح الخطأ بها - إن وجد - ومحاولة توعية الجمهور بها. لأنه في غياب الخطاب الرسمي تنتشر الأخبار الغير صحيحة والشائعات حول القضية.

المراجع:

أولاً : المراجع العربية:

١. انتصار موسى دعاك، (٢٠١٨م)، "الشائعات الإلكترونية وتاثيرها على الرأي العام: دراسة ميدانية على عينة من الجمهور السعودي بمنطقة جازان"، مجلة البحث العلمي في الأداب، العدد (١٩)، الجزء (٤)، جامعة عين شمس، كلية البنات للأداب وعلوم التربية.
٢. أنور محمد الرواس، عبد الوهاب جودة الحais، (٢٠١٦م). "وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بانتشار الشائعات في المجتمع العماني: دراسة استطلاعية لأنماط وعوامل الانتشار"، حلوليات آداب عين شمس، المجلد ٤،٤، يناير - مارس، جامعة عين شمس، كلية الآداب.
٣. الموقع الرسمي لوزارة الصحة المصرية ، ٢٠٢٠م.
٤. إيهاب خليفة، (٢٠٢٠م). "اتجاهات تفاعل مواقع التواصل الاجتماعي مع كورونا"، الإمارات العربية المتحدة، أبو ظبي، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، ٢٩ مارس.
٥. حسام فايز عبد الحي، (٢٠٢٠م). "اعتماد طلبة الجامعات علي وسائل الإعلام الجديد في استقاء المعلومات وأخبار عن جائحة كورونا كوفيد١٩ وعلاقته بالاندماج الأكاديمي لديهم"، مجلة البحث الإلعلامي، العدد الرابع والخمسون، ج٤، يوليوب، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ص:ص ٢٦٠٥-٢٦٥٧.
٦. حصة هزاع الحذيفي، رباب رافت محمد الجمال، (٢٠١٩م). "اتجاهات الرأي العام نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات"، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، المجلد الخامس، العدد الثاني، يونيو، فلسطين، المركز القومي للبحوث بغزة.
٧. دليل الوقاية من فيروس كورونا المستجد (٢٠٢٠م)، المستقبل الرقمي نسخة مترجمة إلى العربية.
٨. رائد بن حرام الكرناف ، (٢٠١٤م). "تصور استراتيжи لمكافحة الشائعات في موقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية – توبيتر نموذجاً"، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، قسم الدراسات الاستراتيجية.
٩. رشا عبد الرحمن حجازي، (٢٠١٨م). "تعامل الشباب مع الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وتاثيرها على إدراكيهم للأمن الاجتماعي: دراسة ميدانية"، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، العدد الرابع عشر، يونيو، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان.
١٠. رضا أمين، (٢٠١٥م) . "الإعلام الجديد"، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.
١١. زهير ياسين طاهات، حربان هادي صايل، (٢٠١٦م). "استخدام الشباب العراقي والأردني لمواقع التواصل الاجتماعي وتاثيراته على علاقتهم الأسرية"، مجلة بحوث العلاقات العامة والإعلام، العدد الخامس، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان.
١٢. سائد سعيد محمد رضوان، (٢٠١٦م). "اعتماد الشباب الفلسطيني على صحفة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات- دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير ، غزة: الجامعة الإسلامية، ص:ص ١٣٩-١٠٢.
١٣. سهير صفت عبد الجيد، (٢٠١٥م). "دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات وسبل مواجهتها: دراسة ميدانية على عينة من جمهور مواقع التواصل الاجتماعي في مصر"، مجلة كلية التربية، مجلد ٢١، العدد ٣، جامعة عين شمس: كلية التربية.
١٤. طارق محمد محمد الصعيدي، (٢٠٢٠م) . "اعتماد الشباب على صحفة الموبايل ودورها في التوعية الصحية بجائحة كورونا في مصر- دراسة ميدانية"، مجلة البحث الإعلامية، العدد الرابع والخمسين، يوليوب، الجزء الرابع، جامعة الأزهر : كلية الإعلام ، ص:ص ٢٢٦-٢١٦٩.
١٥. عباس مصطفى صادق، (٢٠٠٨م). "الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل التطبيقات"، القاهرة: دار الشرقاوى للنشر والطباعة، ٢٠٠٨م.
١٦. عرين عمر الزغبي، (٢٠٢٠م). "تقييم النخبة لتعطيلية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا العالمية – دراسة ميدانية"، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد الحادي عشر، مايو، ألمانيا، برلين، المركز الديمقراطي العربي،
١٧. علي الكلباني، (٢٠١٧م). "الشائعات وخطورها في ظل وسائل الإعلام الجديد"، ط١، القاهرة: عالم الكتب.
١٨. عيشة عله، (٢٠٢٠م). "دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا (كوفيد - ١٩) – دراسة ميدانية"، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد الحادي عشر، مايو، ألمانيا، برلين، المركز الديمقراطي العربي.

١٩. محمد أحمد هاشم الشريف، (٢٠١٧م). "اتجاهات النخبة الإعلامية الأكademie نحو تأثير موقع التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية"، مجلة البحث الإعلامية، العدد الثامن والأربعون، الجزء الثاني، أكتوبر، جامعة الأزهر، كلية الإعلام.

٢٠. محمد عبد الحميد أحمد عبد الحميد، أحمد سامي عبد الوهاب العابدي، (٢٠١٩م). "أساليب مواجهة الشائعات على موقع التواصل الاجتماعي كما تراها النخبة الإعلامية الأكademie: المصرية - السعودية"، مجلة البحث الإعلامية، العدد الحادي والخمسون، الجزء الثاني، يناير، جامعة الأزهر: كلية الإعلام.

٢١. محمد عبد الحميد، (١٩٩٧م). "نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير"، القاهرة: دار الكتب.

٢٢. مرتضى البشير عثمان الأمين، خالد عبد الحفيظ محمد حمد، (٢٠٢٠م). "وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز الوعي الصحي للوقاية من فيروس كورونا – صفحة الفيس بوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية نموذجاً"، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد الحادي عشر، مايو ألمانيا، برلين، المركز الديمقراطي العربي.

٢٣. مسعودة فلوس، الخنساء تومي، (٢٠٢٠م). "الإعلام الجديد يهدد الصحة النفسية داخل المجتمعات جراء جائحة فيروس كورونا، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد الحادي عشر، مايو، ألمانيا: برلين، المركز الديمقراطي العربي.

٢٤. ممدوح السيد عبد الهادي شتله (٢٠١٧م). "الشائعات في موقع التواصل الاجتماعي دورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي دراسة ميدانية" مجلة بحوث العلاقات العامة والشرق الأوسط، العدد السادس عشر، سبتمبر، القاهرة ، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ص:ص ١٩٢-١١٧.

٢٥. نادية محمد عبد الحافظ، (٢٠٢٠م). "اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة الإعلام الجديد لجائحة فيروس كورونا المستجد" ، مجلة بحوث الإعلامية ، العدد الرابع والخمسون ، الجزء الرابع، يونيو ، جامعة الأزهر، كلية الإعلام ، ص: ٢١٦٨:٢٠٩٣.

٢٦. وفاء عبد العزيز التركي، (٢٠٢٠م). "دور موقع التواصل الاجتماعي في التأثير على العملية التعليمية لطلاب الجامعات المصرية" ، مجلة بحوث الإعلامية، العدد الثالث والخمسون، الجزء الثاني، يناير، جامعة الأزهر، كلية الإعلام.

٢٧. وليد محمد عبد الحليم محمد عاشور، (٢٠٢٠م). "تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا المستجد Covid-19 دراسة ميدانية" ، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد الحادي عشر، مايو، ألمانيا، برلين: المركز الديمقراطي العربي.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

1. Alrai. Com/ Article/ 509595.html 15/7/2020.
2. Andreas M.Kaplan, Michael Haenlein, (2020). "users of the world, unite! The challenges and opportunities of social Media", Business Horizons, vol. (53), No.(1).
3. Araz Romazan Ahmed . Ma .Rasool Hersh, (2020) . The impact of Social Media on panic during the Covid-19 pandemic in Iraqi Kurdistan: on line Questionnaire study, Journal of Medical Internet Research, May ,Vol (22) No.(5).
4. Arinze – Umobi somto and Onyinye Chiweta Oduah, (2020), "Covid-19 crisis response strategies: the place of mass media", International Journal of advanced research, Vol.(8), No. (4), April, 1102 – 1109. Available at: www.journaljar.com
5. Care.gov.eg/ Egypt care/ static content/ About aspx.
6. Daniel A. Gonzalez – Padilla and others.(2020), "social media influence in the Covid-19 pandemic," official journal of the Brazilian of urology, June, vol.(46), No.(1).
7. Ellison N., Boyd d, (2007). "Social Network Sites: Definition, History, and scholarship," Journal of computer Mediated communication, Vol (13), No.(1), 210-230. Available from: www. Danah.org/ papers/ JCMC Intro pdf.
8. Gonzalez – Herrero, A. and Smith, S. (2010), "Crisis communications management 20: Organizational principles to manage crisis in an online world", organization development journal, vol. (28), No,(1).
9. <http://www.mayoclinic.org/ar/diseases-conditions/coronavirus/symptoms-causes/syc-20479963>.
10. Lin, Yulan, Zhijian Hu. , Haridha Alias. Li Ping Wong, (2020). "Influence of mass and shocial media on psychobehavioral responses among medical students during the down word trend of Covid-19 in fujian, China: cross-sectional study", Journal of medical internet research, Vol. (22), No.(7).

11. Lisa Singha, (2020). "Afirst look at covid-19, Information and misinformation sharing on Twitter" ,apaper presented to University of Minnesota.
12. Maref.org, 15/7/2020.
13. Samia Tasnim , Md Mahbub ,Hoomonty Mazumder, (2020). "Impact of rumors or misinformation on coronavirus disease (Covid-19) social media", Journal of preventive medicine and public health, April, Vol. (53), No. (3).
- 13-Shalvee and Saurabh Sambhav, (2020). " Role of mass media and communication during pandemic -Key role at crucial stage: categories and challenges", International journal of creative research thoughts (IJCRT), May, Vol.(8), No.(5). Available at: www.ijcrt.org.
- 14- Siti Mazidah Mohamad, (2020) . "Creative production of 'Covid-19 sosial distancing' Narratives on soial media", an Environmental studies, April, ,university Brunei Darussalam; Bandar seri Begawan.
- 15- Tahmina Hoq and Hafizur Rahman, (2020)." Covid-19 related news in media: Analyzing the response of mass people using scientific literacy framework in Bangladesh", Bangladesh Educational journal, Vol. (18) ,No. (1), 53 – 64.

Role of Social Media Sites in Promoting Rumors and Presenting the Facts about the New Corona Virus (Covid-19)

Dr. Enas Mansour Kamel Sharaf

enasmansour33@gmail.com

Assistant Professor of Educational Media,

Educational Media Department,

Faculty of Specific Education,

Kafer El Sheikh University

Abstract

The study aims at monitoring role of social networking sites in promoting rumors and presenting the facts about the new Corona virus Covid-19. The study used the method of media survey in the sample, as the study is applied to a sample of 400 individual young people of Alexandria university, representing urban universities and Kafr Al-Sheikh University, representing regional universities. The study used the survey tool to collect the questionnaire data, and the study was applied during the period 28/3/2020 until 28/4/2020, and the study reached a set of results, the most important of which was:

- 1- Social media sites came in the first place among the sources of information about the emerging of Corona virus, and Facebook was the most used site, followed by WhatsApp.
2. It was found that 64.4% of the sample of the study believe that the social networking sites sometimes contribute to the promotion of some rumors about the new Corona virus and at the same time it was found that 53.9% of the respondents believe that social networking sites contribute to the presentation of the facts about the new Corona virus.
3. It has been shown that there are statistically significant differences between average female and male grades in the degree of dependence on social media sites as one of their most important sources of information about the emerging Corona virus.
4. There is a statistically significant relationship between the degree of the dependence of the study sample on social media sites as one of the sources of information about the new Corona virus Covid-19 and the degree to which social networking sites contribute to increasing their anxiety and tension with the Corona virus.
- 5- It turns out that 53.9% of the respondents believe that social networking sites contribute to the presentation of the facts about the new Corona virus, and 42.9% believe that they sometimes contribute.

Keywords: Social media, Coronavirus Covid-19 , Rumors , Facts.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit number : 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,
Menofia - Shiben El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal Code: 32111 - P.O Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,
Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby St.

Email: ceo@apr.agency - jprr@epra.org.eg

Web: www.apr.agency, www.jprr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 2800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$.with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1400 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 30 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 25 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,
 Arab Republic of Egypt, Menofia, Shiben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
 Postal Code: 32111 - P.O Box: 66
 And also to the Journal email: jprr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- It is the first arbitratative scientific journal with this field of specialization on the Arab world and the Middle East. Also, the first Arab scientific journal in the specialty of (media) which obtained the Arab Impact Factor with a factor of $1.50 = 100\%$ in the year of 2019G report of the American Foundation NSP "Natural Sciences Publishing" Sponsored by the Arab Universities Union.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh'd Atef

EPRA Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty of Mass Communication - Cairo University
Head of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Managers

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai University
Head of the Consulting Committee of EPRA

Prof. Dr. Mahmoud Youssef

Professor of Public Relations & former Vice Dean Faculty of Mass Communication - Cairo University

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

Associate professor of Mass Communication & Coordinator College of Communication
University of Sharjah (UAE)

Dr. Mohamed Alamry (Iraq)

Associate Professor & Head of Public Relations Dep. Mass Communication Faculty
Baghdad University

Dr. Fouad Ali Saddan (Yemen)

Associate Professor & Head Dep. of Public Relations Faculty of Mass Communication
Yarmouk University (Jordan)

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

Assistant Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences Ajman University (UAE)

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

Arabic Reviewers

Ali Elmehy

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt

Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 1 Mohamed Alzoghpy Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt

Menofia - Shiben El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel : +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board **

IPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai University

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Barakat Abdul Aziz Mohammed (Egypt)

Professor of radio and television & Vice- Dean of the Faculty of Mass Communication for Graduate Studies and Research, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Televesion and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor of Mass Communication at King Faisal University – Former Dean of the Faculty of Community Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani, (Yemen)

Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.



Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Eighth year - Twenty Ninth Issue / Part 1 - 10 October 2020
Arab Impact Factor 2019 = 1.5 Arcif Impact Factor 2019 = 0.1321

Media and the Corona pandemic: credibility or crises and rumors?

Abstracts of Arabic Researches:

- *Prof.Dr. Ali Kessaissia* - *University of Algiers-3*
Covid_19, Mass Communication & New Media: Deep Changes in Practice and Research Methods 7
- *Associate Prof. Dr. Marwa Yassin Bassiouni* - *Bani Sweif University*
Exposure to Opinion Programs on Satellite Television Channels and its Relationship with the Egyptian Youth Moral Level towards the Egyptian state Performance in Facing Corona Pandemic 8
- *Dr. Sarah Said Abd El-Gawad Dousouky* - *Suez Canal University*
Public's Dependence on Egyptian Satellite Channels and Social Media Sites As a Source for Promoting Awareness about the Corona Pandemic 9
- *Dr. Ala'a Bakur Alshaikh* - *King Abdulaziz University*
Role of Media in Shaping Umrah Seekers' Attitudes towards Saudi Arabia Decision of Umrah Suspending in the beginning of Corona Pandemic and its Relationship to the Image of Saudi Arabia 10
- *Dr. Enas Mansour Kamel Sharaf* - *Kafer El Sheikh University*
Role of Social Media Sites in Promoting Rumors and Presenting the Facts about the New Corona Virus (Covid-19) 11
- *Dr. Fatima Alsalem* - *Kuwait University*
Credibility of State Media in Times of Crisis: Case of Corona Pandemic (COVID-19) in Kuwait 12
- *Dr. Hussein Khalifa Hassan Khalifa* - *Cairo University*
Media Coverage of the COVID-19 Pandemic and its Impact on Shaping Bahraini Public Opinion Attitudes about the Performance of Health Institutions 13
- *Hatim Ali Hyder Al-salhi* - *Sana'a University*
Employing Internet Applications to Curb Covid-19 Outbreak: A case Study of Yemen 14
- *Asmaa Abdelaziz Mostafa* - *Sohag University*
Trust attitudes towards Processing of Corona Virus Crisis: Study public comments by ethnography methodology on the daily report of the Egyptian Ministry of Health and Population 15

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network

(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit number : 24380 /2019

Copyright 2020@APRA
www.jprr.epra.org.eg