

اعتماد الطلبة الجامعيون على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الخاصة بفيروس كورونا المستجد COVID-19 دراسة استطلاعية على عينة من طلاب جامعة تشرين

د. أحمد الشعراوي*

(تاريخ الإيداع 1 / 12 / 2020. قبل للنشر في 24 / 1 / 2021)

□ ملخص □

تعالج الدراسة مدى اعتماد طلبة جامعة تشرين على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الخاصة بفيروس كورونا المستجد COVID-19 من خلال معدل استخدامهم اليومي لتلك الوسائل، والدوافع التي تقف وراء هذا الاستخدام، وطبيعة المعلومات التي يتتبعونها، والفوائد والتأثيرات المحققة من ذلك، ودرجة الثقة بمصادقيتها، وتهدف إلى تحقيق هدف رئيس يتمثل في معرفة درجة اعتماد طلبة جامعة تشرين على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات المتعلقة بفيروس كورونا المستجد، مفترضة وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي، ودرجة الثقة بالمعلومات والأخبار الخاصة بفيروس كورونا المستجد التي تنشرها، وتنتمي الدراسة لمجموعة البحوث الوصفية المعتمدة على منهج المسح، وعينة عشوائية بسيطة بلغت 100 طالباً، وأجريت خلال الفترة الممتدة من 2020/6/1 حتى 2020/6/15، وتوصلت إلى النتائج الآتية: أن كثافة تعرض عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي عموماً كانت متوسطة، ومنخفضة بالنسبة إلى ما يخص استقاء المعلومات، والأخبار حول فيروس كورونا المستجد، وارتفاع مدى اعتماد طلبة جامعة تشرين على وسائل التواصل الاجتماعي للتزود بالمعلومات حول فيروس كورونا، وطبيعة المعلومات، والأخبار المتعلقة بفيروس كورونا المستجد، وأن الفوائد والتأثيرات المحققة من اعتمادهم على وسائل التواصل الاجتماعي حول فيروس كورونا المستجد كانت متوسطة، وأن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الطلبة المبحوثون هي: "الفيسبوك"، ثم واتساب، وينسب أدنى من المتوسط التليغرام، وينسب متدنية انستغرام وتويتر، كما أثبتت الدراسة صحة الفرض القائل بتواجد ارتباط طردي موجب ذو دلالة إحصائية بين كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عند البحث عن معلومات، وأخبار خاصة بفيروس كورونا، والثقة بالمصادر التي تنشر تلك المعلومات، والأخبار؛ حيث كانت شدة الارتباط متوسطة.

الكلمات المفتاحية: كورونا، وسائل التواصل الاجتماعي، جامعة تشرين، COVID-19

* كلية الإعلام - جامعة دمشق - سورية.

University students' reliance on social media as a source of information on the emerging coronavirus, COVID-19

An exploratory study on a sample of Tishreen University students

Dr. Ahmed Al Shaarawy*

(Received 1 / 12 / 2020. Accepted 24 / 1 / 2021)

□ ABSTRACT □

The study deals with the extent to which Tishreen University students rely on social media as a source of information on the emerging corona virus, COVID-19, through the rate of their daily use of those means, the motives behind this use, the nature of the information they track, the benefits and impacts achieved from that, and the degree of confidence in its credibility, It aims to achieve a major goal represented in knowing the degree of reliance of Tishreen University students on social media as a source of information related to the emerging corona virus, assuming that there is a positive statistically significant relationship between their exposure to social media and the degree of confidence in the information and news about the emerging Corona virus that it publishes. The study belongs to a group of descriptive research based on the survey method, and a simple random sample of 100 students was conducted during the period from 1/6/2020 until 6/15/2020.

The results of the following were: that the intensity of the study sample's exposure to social media in general was medium, and low in terms of obtaining information and news about the emerging corona virus, and the high extent of the students of Tishreen University relying the study sample on social media to provide information about Corona virus, the nature of information, and news Related to the emerging corona virus, and that the benefits and effects achieved from their reliance on social media about the emerging corona virus were medium, and that the most common social media methods used by the students are: "Facebook", then WhatsApp, and at lower rates than the average Telegram, and at lower rates for Instagram and Twitter. The study also demonstrated the validity of the hypothesis that there is a positive direct correlation with statistical significance between the intensity of exposure to social media when searching for information and news about Corona virus, and confidence in the sources that publish That information and news; Where the severity of the association was moderate.

Key words: Corona, social media, Tishreen University, COVID-19

*Faculty of Mass Communication - Damascus University - Syria

مقدمة:

وفرت وسائل التواصل الاجتماعي منذ ظهورها الفعّال منتصف تسعينيات القرن الماضي؛ حيث تأسس موقعي كلاس ميت (Classmates.com) عام 1995، وسيكس ديجريز (SixDegrees.com) عام 1997 كأول الشبكات الاجتماعية التي تعتمد على تقنية الويب، وكانا أحد مفرزات الشبكة العنكبوتية لتشكيل بيئة تواصلية خصبة يتفاعل فيها المستخدمون عبر تبادل الرسائل، والأخبار بغض النظر عن العمر أو النوع أو الجنسية أو المهنة أو الجغرافيا، تجمعهم اهتمامات، وميول، ومصالح مشتركة، وبعد أن تطورت، وغدت بالشكل الحالي جذبت ملايين المستخدمين حول العالم بعد أن أصبحت مصدراً مهماً للأخبار، والمعلومات، نظراً لمرونة محتواها، وإمكانية التفاعل التي توفرها، وازدياد حضورها، وتأثيرها خلال الأزمات العالمية الأخيرة، وخصوصاً بعد تفشي وباء كورونا المستجد؛ إذ لم ينشر عبرها المعلومات الصحيحة، والحقائق بل الشائعات والأخبار المضللة حتى أن المدير العام لمنظمة الصحة العالمية تيدروس غيبريسوس قال: "نحن لا نحارب وباء كورونا فقط، نحن نكافح وباءً معلوماتياً أيضاً" في إشارة منه إلى كمية المعلومات والمعلومات المضادة المنتشرة في وسائل التواصل الاجتماعي ما يجعلها جديرة بالاهتمام والبحث في مدى إمكانية الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات.

أولاً: الإطار المنهجي.

مشكلة الدراسة:

فرضت وسائل التواصل الاجتماعي وجودها بين وسائل الإعلام المختلفة وخاصة بين أوساط الشباب لإمكانية قراءة، ومتابعة، ومشاركة الأحداث عبرها والحصول على المعلومات والأخبار في أي وقت، وبأقل جهد وتكلفة، ووفرت للمستخدمين خلال جائحة كورونا المستمرة منافذ يعبرون من خلالها عن استجاباتهم الفردية، والجماعية لتفشي الفيروس، وكيفية التعامل معه مشكّلة تفاعلاً فيما بينهم باتجاهين: إيجابي يحاول التعايش مع الأزمة، وتخطيها، وسلبي يحاول توظيف الأزمة لنشر الشائعات، والخرافات؛ وعليه تتلخص مشكلة الدراسة بالآتي:

مدى اعتماد طلبة جامعة تشرين على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الخاصة بفيروس كورونا المستجد COVID-19 من خلال معدل استخدامهم اليومي لتلك الوسائل، والدوافع التي تقف وراء هذا الاستخدام، وطبيعة المعلومات التي يتتبعونها، والفوائد والتأثيرات المحققة من ذلك، ودرجة الثقة بمصادقيتها.

الدراسات السابقة:

أ- الدراسات العربية:

1) دراسة (حمدي، 2018) حول "اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات".

تمثل الهدف الرئيس للدراسة في معرفة درجة اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي للتزود بالمعلومات والأخبار، ومعرفة طبيعة المعلومات التي يبحث عنها الشباب السعودي، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وأداة الاستبانة، وطبقت على عينة طبقية عشوائية بلغت 401 مفردة من طلبة جامعة تبوك في المملكة العربية السعودية ومن السنوات الدراسية الأربعة حسب السنة، وكان من أهم نتائج الدراسة أن أهم دوافع استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي كان بغرض الترفيه، والتسلية، وقضاء وقت الفراغ، ثم الحصول على الأخبار، والمعلومات، والعلاقات الاجتماعية مع الأصدقاء، والأقارب، وفيما يخص المعلومات والأخبار التي يبحث عنها الشباب

السعودي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أظهرت الدراسة تمحورها شؤون المجتمع السعودي، والأخبار الترفيهية، وأما الفوائد، والتأثيرات التي تتحقق من مواقع التواصل الاجتماعي لأفراد العينة فتتمثلت في زيادة الاطلاع على الأخبار، والمعلومات المختلفة، وزيادة الثقافة العامة، بينما كانت درجة الثقة بمصادقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار متوسطة.

(2) دراسة (جبار، 2017) حول "اعتماد طلبة جامعة جيهان على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار". هدفت الدراسة لمعرفة مستوى اعتماد الطلبة الجامعيين على الإعلام الجديد كبديل عن وسائل الاعلام التقليدية للحصول على المعلومات والأخبار، واستعانت بالمنهج الوصفي، واعتمدت على استمارة استبيان علمية كأداة لجمع المعلومات والبيانات وزعت على عينة عشوائية مؤلفة من 100 طالب وطالبة في جامعة جيهان ومن مختلف الأقسام العلمية، والمراحل الدراسية، وأظهرت النتائج أن نسبة 92% من الطلبة يعتمد بشكل كبير وأساسي على الإعلام الجديد وتطبيقاته المختلفة كالفيسبوك، وتويتر كمصدر هام لمعلوماتهم وأخبارهم في مختلف الشؤون، وأن ميزة السرعة التي يتمتع بها الإعلام الجديد، وعدم وجود رقيب على مضامينها الدافع الأقوى لاعتمادهم عليها، ويقضون أكثر من أربع ساعات يومياً في متابعتها واستقاء الأخبار والمعلومات منها، خاصة موقع الفيسبوك، في حين برر 8% عدم اعتمادهم عليها لعدم شعورهم بمصادقية وصحة المعلومات المنشورة خلالها.

(3) دراسة (أبو سليمان، 2015) حول "اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات".

هدفت الدراسة للتعرف على مدى اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات، عبر استخدام منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي على عينة عشوائية بسيطة بلغت 470 مفردة من طلبة الجامعات في العاصمة الأردنية عمان، وكان من أبرز النتائج التي توصلت إليها أن 98% من المبحوثين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي، وكان الأكثر استخداماً موقع فيسبوك بنسبة 89%، ثم تويتر 4%، ويوتيوب 2%، وأن مساهمتها في تزويد الطلبة بالمعلومات والأخبار بلغت نسبة 48% عن باقي وسائل الإعلام الأخرى، وبالنسبة لكثافة الاستخدام اليومي وجد الباحث أن 74% من المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي طوال فترات اليوم وأن 51% منهم يقضون أقل من 3 ساعات يومياً في الاستخدام، و28% يقضون ما بين 4-6 ساعات يومياً، و21% يقضون أكثر من 6 ساعات يومياً.

(4) دراسة (علي، وحسين، 2015) حول "أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات إزاء قضايا الفساد السياسي".

سعت الدراسة وراء التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تزويد أفراد الجمهور بالمعلومات إزاء قضايا الفساد، ومعدل وحجم التعرض لها، والأسباب والدوافع التي تقف وراء متابعة الجمهور لها، ومدى ثقتهم بالمعلومات المنشورة عبرها، فاخترت فروضاً عدة منها وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وحجم مساهمتها في زيادة معرفة الجمهور بقضايا الفساد، وبين مدى تعرض الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة الثقة بهذه المواقع، واعتمدت على منهج المسح، وصُممت استمارة كأداة للبحث وزعت على عينة عشوائية من سكان مدينة كركوك بلغت 336 مفردة، واتضح من خلال نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي باتت تسهم بشكل كبير في تزويد الجمهور بالمعلومات عموماً، والمعلومات التي تتعلق بقضايا الفساد بشكل خاص،

ويعد الفيسبوك من أكثر مواقع التواصل استقطاباً وجذباً للجمهور لما يقدمه من معلومات، وسهولة استعمال، واحتوائه على عدد كبير من المشتركين.

ب- الدراسات الأجنبية:

(1) دراسة (Joo & Teng, 2017) حول "تأثير وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك) على التواصل البشري والعلاقات: نظرة على التغيير السلوكي والوحدة الاجتماعية".

تعد من الدراسات الاستطلاعية المعتمدة على منهج المسح التي هدفت لمعرفة نطاق التغيير السلوكي، والعاطفي، والتماسك الاجتماعي أثناء الاستخدام المكثف لوسائل التواصل الاجتماعي على المستخدمين في ماليزيا؛ حيث أجريت عبر استبيان الكتروني على الانترنت للحصول على آراء المبحوثين من عينة متاحة بلغت 89 مفردة تتراوح أعمارهم بين 18 و 34 عاماً خلال الفترة الممتدة من 4 إلى 18 تشرين الثاني 2012 وتوصلت إلى نتيجة مفادها أنه ينظر إلى الفيسبوك كأداة اتصال جيدة يمكن اعتمادها كمصدر رئيس موثوق للمعلومات، ويحقق استخدامها التقارب بين أفراد الأسرة.

(2) دراسة (Westerman et al, 2014) حول "وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات: الجودة من التحديثات ومصادقية المعلومات".

سعت الدراسة وراء معرفة فيما إذا كان إتاحة أجزاء من المعلومات في وسائل التواصل الاجتماعي ستؤثر في التصورات المسبقة حول مصداقية المصدر، عبر اتباع المنهج التجريبي؛ حيث طُلب من المشاركين البالغ عددهم 181 طبيبياً كعينة قصدية تصفح ثلاثة أنواع من التغريدات على موقع تويتر (النوع الأول يتم تحديثه باستمرار، والثاني يقدم عرض منطقي للمعلومات، والثالث يحوي معلومات علمية متخصصة بطب القلب) نشرت عبر حساب وهمي لجمعية القلب الأمريكية، وتحديثها باستمرار لمعرفة ما إذا المتصفّحون سيبلغون عنها أم سيتقنون بمصدر المعلومات لمجرد مصداقيته السابقة عندهم، وافترضت أن التحديث المستمر للمعلومات، والتسلسل المنطقي في عرضها، ونشر تفاصيل علمية متخصصة سيزيد من مصداقية المصدر، ودلت النتائج على عدم وجود علاقة ارتباط إيجابية بين التحديث المستمر للمعلومات والثقة بالمصدر، بينما وجد ارتباط بين التسلسل المنطقي في عرض المعلومات، ونشر تفاصيل علمية متخصصة ومصادقية المصدر.

(3) دراسة (Mesole. F, 2014) حول "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر بديل للأخبار بين طلبة الجامعات".

تستند الدراسة إلى نظرية الاستخدامات والإشباع، وهدفت نحو استكشاف مدى استخدام طلاب جامعة شرق البحر الأبيض المتوسط القبرصية لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر أخبار بديل عن الصحف، وخاصة موقعي فيسبوك وتويتر، وأجريت الدراسة على عينة عشوائية طبقية بلغت 200 طالباً من 3 كليات 67 من كلية الاتصال والإعلام، و68 من كلية الهندسة، 65 من كلية إدارة الأعمال والاقتصاد، خلال العام الدراسي 2013-2014، متبعة منهج المسح، والاستمارة كأداة للبحث، وأظهرت النتائج تصدر الفيسبوك أولاً ثم تويتر كمصادر للأخبار المحلية والوطنية والإقليمية والدولية على حساب الصحف اليومية ما يشير إلى تواجد علاقة عكسية بين الاعتماد على الفيسبوك وتويتر من جهة والصحف اليومية من جهة أخرى كمصدر أساسي للتزود بالأخبار بين الشباب الجامعي.

أهمية البحث وأهدافه:

أهمية البحث:

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي مصدراً لا غنى عنه للمعلومات، ويزداد استخدامها يوماً بعد آخر وخاصة بين الشباب، ومع استمرار أزمة كورونا لم تكف منظمة الصحة العالمية وباقي القطاعات الصحية الإقليمية والمحلية بالاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية بل كثفت نشاطها على وسائل التواصل الاجتماعي لإعلام الجمهور بشأن الوباء، والسيطرة عليه، وسبل الوقاية منه، ومكافحته، وبالتالي تتحدد أهمية البحث في النقاط الآتية:

- (1) كونه يتناول موضوع اعتماد الطلبة باعتبارهم الطليعة المثقفة في المجتمع على وسائل التواصل الاجتماعي، ودورها في إمدادهم بالمعلومات المتعلقة بفيروس كورونا المستجد، وخاصة في ظل ندرة الدراسات العربية، وانعدام الدراسات السورية في هذا المجال على حد علم الباحث.
- (2) كثرة المعلومات والأخبار المنشورة في وسائل التواصل الاجتماعي حول فايروس كورونا المستجد.
- (3) الخصائص التي تنفرد بها وسائل التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام التقليدية.
- (4) تزايد استخدام الأجهزة الرسمية وغير الرسمية لوسائل التواصل الاجتماعي خلال الأزمات والكوارث لنشر المعلومات والأخبار والبيانات.
- (5) أظهرت الأزمات العالمية الأخيرة حضوراً بارزاً ومؤثراً لوسائل التواصل الاجتماعي، حيث كانت مفتاح حل أو نزع فتيل واحتواء العديد من الأزمات قبل تفجرها على نطاق واسع.

أهداف البحث:

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس يتمثل في معرفة درجة اعتماد طلبة جامعة تشرين على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات المتعلقة بفيروس كورونا المستجد، ويتفرع عن هذا الهدف مجموعة الأهداف الفرعية التالية:

1. معرفة دوافع استخدام طلبة جامعة تشرين لمواقع التواصل الاجتماعي للتزود بالمعلومات عن فايروس كورونا المستجد.
2. تحديد طبيعة المعلومات والأخبار التي يبحث عنها طلبة جامعة تشرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بفيروس كورونا المستجد.
3. التعرف على الفوائد والتأثيرات التي تتحقق لطلبة جامعة تشرين عند اعتمادهم على وسائل التواصل الاجتماعي لتتبع الأخبار واستقاء المعلومات الخاصة بفيروس كورونا المستجد.
4. تقدير درجة الثقة بمصداقية وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة جامعة تشرين عند نشرها أخبار ومعلومات عن فايروس كورونا المستجد.
5. معرفة وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً بين طلبة جامعة تشرين.

تساؤلات الدراسة وفروضها:

تساؤلات الدراسة:

وتتلخص بالسؤال عن:

- أ- دوافع استخدام طلبة جامعة تشرين لوسائل التواصل الاجتماعي للتزود بالمعلومات عن فايروس كورونا المستجد.
- ب- طبيعة المعلومات والأخبار التي يبحث عنها طلبة جامعة تشرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بفيروس كورونا المستجد.
- ت- الفوائد والتأثيرات التي تتحقق لطلبة جامعة تشرين عند اعتمادهم على وسائل التواصل الاجتماعي لتتبع الأخبار واستقاء المعلومات الخاصة بفيروس كورونا المستجد.
- ث- درجة الثقة بمصداقية وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلبة جامعة تشرين عند نشرها أخبار ومعلومات عن فايروس كورونا المستجد.
- ج- أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً بين طلبة جامعة تشرين.

فرضية الدراسة:

توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين استخدام طلبة جامعة تشرين لوسائل التواصل الاجتماعي، ودرجة الثقة بالمعلومات، والأخبار الخاصة بفيروس كورونا المستجد التي تنشرها.

نوع الدراسة ومنهجها:

تندرج الدراسة ضمن مجموعة البحوث الوصفية المعتمدة على منهج المسح الذي يستهدف تسجيل، وتحليل، وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن، بعد جمع البيانات اللازمة، والكافية عنها من خلال مجموعة إجراءات منظمة تحدد نوع البيانات، ومصدرها، وطرق الحصول عليها، وذلك كله يساعد على الخوض في مشكلة الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يعد جميع طلبة جامعة تشرين مجتمعاً للدراسة، لكن نتيجة صعوبة الحصر الشامل، كون الجامعة تضم عدداً كبيراً من الطلاب (عام، وموازي، ومفتوح)، تم سحب عينة عشوائية بسيطة بلغت 100 طالباً، وأجريت خلال الفترة الممتدة من 2020/6/1 حتى 2020/6/15.

أدوات جمع وتحليل البيانات:

في إطار منهج المسح تم تصميم استمارة لمسح دوافع استخدام طلبة جامعة تشرين لمواقع التواصل الاجتماعي للتزود بالمعلومات عن فايروس كورونا المستجد، وتحديد طبيعة تلك المعلومات والأخبار، والفوائد والتأثيرات المحققة إضافة إلى درجة الثقة بمصداقية مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها استخداماً بين طلبة جامعة تشرين بما ينسجم مع فروض نظرية الاعتماد مع بعض التعديلات التي تراعي طبيعة موضوع الدراسة، علماً أن التعديل شكلي يشمل صياغة العبارات، ولا يمس جوهر مضمونها.

أسلوب تحليل البيانات والمعاملات الإحصائية المستخدمة: بعد مراجعة جميع الاستمارات، وترميز البيانات يعتمد الباحث على الحاسب الآلي لتحليل البيانات، من خلال النظام الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS)، لاستخراج الجداول التكرارية والنسب المئوية، واختبار وجود علاقة من خلال معامل بيرسون.

فئات التحليل:

بعد مراجعة التراث النظري المتمثل بنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، والأبحاث والدراسات السابقة التي تتناول الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للتزود بالمعلومات والأخبار، توصل الباحث إلى اعتماد الفئات الآتية في الاستمارة البحثية:

- (1) كثافة الاستخدام اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي عموماً.
- (2) كثافة الاستخدام اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي للبحث عن معلومات وأخبار خاصة بفيروس كورونا المستجد.
- (3) دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتزود بالمعلومات حول فيروس كورونا المستجد:
- (4) وتضم متابعة الأخبار التي تتحدث عن الفايروس، وعدد الإصابات، وحالات الشفاء، والوفيات.
- (5) طبيعة المعلومات والأخبار التي يعتمد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول عليها حول فايروس كورونا المستجد: وتضم معرفة كيفية الإصابة، وسبل الوقاية، والإجراءات الواجب اتباعها عند مخالطة شخص ثبتت إصابته، وبروتوكول العلاج عند الإصابة، إضافة إلى شروط الحجر عند اشتباه الإصابة، وشروط العزل عند تأكيد الإصابة.
- (6) الفوائد والتأثيرات المحققة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي: وتضم مدى التعرف على الفايروس، وأثرها على معلومات الباحثين، ومعارفهم، وحالتهم النفسية، وسلوكهم، ووقتهم.
- (7) درجة الثقة في مصداقية معلومات مواقع التواصل الاجتماعي: وتضم المصادر التي يثق بها الباحثون عند نشرها أخبار أو معلومات عن فايروس كورونا وهي: مواقع التواصل الاجتماعي نفسها، وسائل إعلام سورية رسمية، وزارة الصحة السورية، منظمة الصحة العالمية، وسائل إعلام سورية غير رسمية، إعلام غير سورية، الأصدقاء والأقارب، الأطباء السوريون، العاملون في المجال الطبي المتخصص بعلاج المصابين، أطباء غير سوريين، إضافة إلى مدى التدقيق في الأخبار والمعلومات المنشورة قبل تصديقها.
- (8) وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة كمصدر للمعلومات الخاصة بفيروس كورونا المستجد: وتضم فيسبوك Facebook، واتساب What's app، تيلغرام telegram، تويتر Twitter، انستغرام Instagram، لينكد إن Linked in، ماي سبيس My space.

ثانياً: الإطار النظري.

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تتلخص الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد بأن الجمهور يعتمد على معلومات وسائل الإعلام ليحقق حاجاته، والحصول على أهداف معينة، والنقطة الهامة في هذه النظرية أن وسائل الإعلام ستؤثر في الناس إلى الدرجة التي يعتمدون فيها على معلومات تلك الوسائل، وتركز النظرية على العلاقات بين نظم المعلومات الصغرى، والمتوسطة، والكبيرة، ومكوناتها (الضالعين وآخرون، 2016)؛ وبالتالي تهدف بشكل رئيس نحو الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام أسباب قوية ومباشرة وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما.

نشأة نظرية الاعتماد:

كانت البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على يد الباحثة "ساندرا بول روكيتش وزملائها" عام 1974 عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان "منظور المعلومات" وطالبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم الإقناع لوسائل الإعلام إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يُستمد من اعتمادات الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الإعلام أي أن هناك علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والأنظمة الإعلامية الأخرى.

ومن ثم ظهر مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام من قبل الباحثين "ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش" مؤلفا كتاب "نظريات وسائل الإعلام" بعد أن قاما بملء الفراغ الذي خلفه نموذج الاستخدامات والإشباع التي أهتم تأثير وسائل الإعلام، فقد اتخذ الباحثان منهج النظام الاجتماعي العريض لتحليل تأثير وسائل الإعلام، حيث اقترحا علاقة اندماج بين الجمهور ووسائل الإعلام والنظام الاجتماعي حيث كانت في البداية الأولى لهذه النظرية ومن هنا وضع "ديفلير وروكيتش" نموذج لتوضيح العلاقة بين وسائل الإعلام والقوى الاجتماعية الأخرى، وهو ما عرف بنظرية الاعتماد (بريخ، 2015).

وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركنين أساسيين هما (خاطر، 2015):

أ- الأهداف : لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية الاجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أفراد أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح.

ب- المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم.

وتعتبر عملية اعتماد الفرد على وسائل الإعلام أعقد من مجرد التعرض للوسيلة، فالتعرض قد يحدث على سبيل الصدفة أو لمجرد وجود عادة اتصالية دون أن تعتبر الوسيلة مصدراً للمعلومات ومرجعاً لاتخاذ القرارات.

وتكمن قوة وسائل الإعلام وفقاً لنظرية الاعتماد على مصادر المعلومات التي يحقق من خلالها الفرد أهدافه الرئيسية، وهذه الأهداف التي يمكن أن تتسع وتزيد كلما زاد المجتمع تعقيداً.

مجالات التأثير الناجمة عن نظرية الاعتماد:

التأثيرات المعرفية: مثل إزالة الغموض الناتج عن افتقاد المعلومات اللازمة لفهم الحدث وذلك بتقديم معلومات كافية وتفسيرات صحيحة للحدث وأيضاً التأثير في إدراك الجمهور للأهمية النسبية التي تمنحها لبعض القضايا أيضاً من التأثيرات المعرفية تلك الخاصة بالقيم والمعتقدات.

التأثيرات الوجدانية: والمتعلقة بالمشاعر والأحاسيس مثل زيادة المخاوف والتوتر والحساسية للعنف وأيضاً التأثيرات المعنوية مثل الاغتراب عن المجتمع.

التأثيرات السلوكية: والمتمثلة في الحركة أو الفعل الذي يظهر في سلوك علني وهذه التأثيرات ناتجة عن التأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية ومرتبطة عليهما.

ويفترض "ديفلير وروكيتش" أن هناك مصدرين أساسيين للتغيير في طبيعة علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام: أحدهما الصراع، والآخر التكيف، فنظام وسائل الاتصال -كغيره من الأنظمة- يبحث عن فرص لزيادة السيطرة على مصادره إلى أقصى حد، وتقليل تبعيته إلى أدنى حد أي خلق علاقات عدم تماثل تكون فيها أكثر قوة، وبطبيعة الحال تحاول النظم الأخرى عمل نفس الشيء بتقليل اعتمادها على مصادر وسائل الاتصال، وزيادة اعتماد وسائل الاتصال

على مصادرها هذا بالنسبة للصراع، أما بالنسبة للتكيف فإن النظم الاجتماعية لا تبقى كما هي بل تتطور دائماً إلى أشكال أكثر تعقيداً، وعلى ذلك فإن علاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الاتصال، وأجزاء أخرى من الكيان الاجتماعي يجب أن تمر بتغيير من أجل أن تبقى المجتمعات في بيئات متغيرة، ويكون هذا التغيير متكيفاً بطبيعتها في العادة، وغالباً ما يكون من الصعب إدراكه في الوقت الذي يقع فيه (اسماعيل، 2003).

وبالتالي يمكن القول أن نظرية الاعتماد "نظرية بيئية" تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، وتبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة بعضها بالآخر، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما بينها، والمفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءاً هاماً من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث، وهذا النظام له علاقة بالأفراد، والجماعات، والمنظمات، والنظم الاجتماعية الأخرى، وتتسم هذه العلاقة بالتعاون، أو بالصراع، أو تكون ديناميكية متغيرة، أو ساكنة ثابتة، وقد تكون مباشرة، وقوية أو غير مباشرة، وضعيفة، وكما يوحي اسم النظرية فإن العلاقة التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها أو مع أحد أجزائها مثل: الصحف، والراديو، والتلفزيون، والانترنت (جبار، 2017).

فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (فرحي، 2013):

انطلاقاً من الترابط بين النموذج المتكامل لطبيعة العلاقة بين كل من المجتمع، ووسائل الإعلام ودورها في التأثير على الجمهور المعتمد عليها من ناحية أخرى يمكن استخلاص الفروض الرئيسة التي تقوم عليها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بالتالي:

- يعتبر النظام الإعلامي مهماً للمجتمع، بحيث تزداد درجة الاعتماد عليه في حالة إشباعه لحاجات الجمهور، وتقل في حالة وجود قنوات بديلة للمعلومات، كما يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافاتهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية.
- يؤدي اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام إلى زيادة احتمالية أو إمكانية أن تحقق الرسائل الإعلامية نطاق واسع من التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية، وعندما توفر النظم الإعلامية خدمات معلوماتية متميزة وأساسية، وتزداد إمكانية التأثير عندما تكون هناك درجة عالية من عدم الاستقرار الهيكلي في المجتمع وانتشار الغموض ووقوع الأحداث والأزمات الطارئة المختلفة، أي أن كثافة علاقات الاعتماد للفرد ترتبط إيجابياً بإدراكات التهديد في البيئة الطبيعية والاجتماعية.
- يزداد الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة ما تكون القدرة على تلقي المعلومات المحتاج إليها من خلال مصادر الاتصال الشخصي مقيدة، وتغيب البدائل الأخرى للحصول على المعلومات، كما تزداد درجة الاعتماد أيضاً كلما كان الفرد أكثر اعتماداً على قناة اتصالية بعينها، وكلما كانت درجة التنبؤ بنتائج الاتصال كبيرة.
- كلما كان الاعتماد على وسائل الإعلام كبيراً، كلما كان مستوى الانتباه أثناء التعرض كبيراً، كما أن الشخص ينمي اعتماده عندما يدرك إمكانية تحقيق أهدافه الشخصية من خلال المحتوى الإعلامي، والعكس صحيح فهو يقلل من نشاط اعتماده في حالة إدراكه أن المحتوى لا يتفق مع أهدافه.
- يتأثر مدى اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام بعدة متغيرات، أهمها طبيعة وسائل الإعلام في المجتمع، ومدى تنوعها، وتعددتها، والمضمون الذي تقدمه، إلى جانب العوامل الخاصة بالمجتمع نفسه.
- توجد علاقات اعتماد متبادلة بين وسائل الإعلام القائمة في المجتمع وبين النظم، والمؤسسات القائمة، وكذلك بين هذه الوسائل والأفراد.

كما تمر نظرية اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام بأربع مراحل (الشبيري، 2011):

- المرحلة الأولى: أن القائمين بالاختيار الذين يتسمون بالنشاط، يعرضون أنفسهم لمحتويات وسائل الإعلام ما يدعو لتوقع أنها سوف تساعدهم على تحقيق هدف أو أكثر من الفهم، أو التوجيه أو التسلية.
- المرحلة الثانية: تصبح جوانب أخرى من عملية الاعتماد ذات أهمية، فليس كل الأشخاص الذين يعرضون أنفسهم بطريقة مختارة لمحتويات وسائل إعلام معينة، سوف يفعلون ذلك بنفس القدر من الاعتماد، كما أنه ليس كل الأشخاص تتحرك بواعث اهتمامهم في خلال فترة تعرض عارضة، وسوف تكون التغيرات في شدة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من إحداث اختلافات في أهدافهم الشخصية وأوساطهم الاجتماعية والتوقعات فيما يتعلق بالفائدة المحتملة من محتويات وسائل الإعلام. وأنه كلما زاد توقع الأشخاص لتلقي معلومات مفيدة، زادت قوة اعتمادهم.
- المرحلة الثالثة: يعد الاشتراك مفهوماً أساسياً، والأشخاص الذين أثيروا إدراكياً، وعاطفياً، سوف يشتركون في نوع التنسيق الدقيق للمعلومات بعد التعرض.

■ المرحلة الرابعة: أن الأشخاص الذين يشتركون بشكل مكثف في تنسيق المعلومات أكثر احتمالاً بالتأثر بتعرضهم لمحتويات وسائل الإعلام.

ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:

- الفهم: مثل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات، الفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها.
 - التوجيه: ويشتمل على توجيه العمل، وتوجيه تفاعلي مثل الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة.
 - التسلية: وتشتمل على التسلية المنعزلة مثل الراحة والاستئارة، أو التسلية الاجتماعية مثل الذهاب إلى السينما أو مشاهدة التلفزيون مع الأسرة.
- وتؤكد الدراسات أن الاعتماد على وسائل الإعلام يؤدي إلى حصول الفرد على المعلومات التي تفسر الوقائع من حوله، وتساعد على تفهم الأزمان، والتفاعل معها، وأساليب مواجهتها، كما يتمكن من اكتساب القيم، والمعايير القائمة في المجتمع، وتغيير أو تعديل أو اكتساب آراء واتجاهات خاصة بالمواقف المحيطة به.

نظرية الاعتماد والتواصل الاجتماعي:

في عام 1989 وجد "ديفلير" أن الفرد سيكون أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام التي تلبي احتياجاته، وأن هناك علاقة بين كل من (الإعلام، والجمهور، والنظام الاجتماعي)، وهذه العلاقة يجب أن يُنظر إليها على أنها علاقات تبعية فيما بينها، وتؤكد النظرية حسب "ديفلير" على كل من الخصائص الفردية، والعلاقات الشخصية، وعلاقات الأفراد فيما بينهم، وتقترح النظرية أنه عندما يصبح الناس أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام، يصبح تأثيرها أقوى على تصورات المستخدمين وسلوكياتهم، وأن الاعتماد على وسائل الإعلام يتغير مع تغير البيئة والأهداف، وضمن هذا المنظور عندما تعمل وسائل الإعلام ضمن الفضاء الإلكتروني في ظل تغير أغراض المشاركة التي تمنحها وسائل التواصل الاجتماعي، فإنه يجب أن يتغير أيضاً شكل ونمط اعتماد المستخدمين على وسائل التواصل الاجتماعي؛ وبالتالي ينسحب تأثير وسائل الإعلام على مواقع التواصل الاجتماعي مع تغير مستوى أو مدى التأثير في تصورات المستخدمين وسلوكياتهم، فعندما يتم وضع جميع المكونات التي تشكل المحتوى المعروض في وسائل التواصل الاجتماعي سينجذب إليها المستخدم كونها تلبي احتياجاته من الفهم، والترفيه، والمعلومات، وهنا تبدأ المرحلة الثانية

التي تسمى مرحلة "القوة" في علاقة التبعية، وتعتمد على مستوى إدراك المستخدمين لأهمية مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة إليهم، ودوافع استخدامهم، ويصبح الناس أكثر اعتماداً على مواقع الشبكات الاجتماعية مثل الفيسبوك، وتويتر بسبب حاجتهم للحصول على أحدث المعلومات، والحفاظ على العلاقة مع الأصدقاء، والأسرة (Tang, 2017).

شبكات التواصل الاجتماعي:

طرحنا مسألة تعريف مفهوم مواقع الشبكات الاجتماعية منذ الأطوار الأولى للبحوث في هذا المجال، عندما اقترحت الباحثتان "دانا بويد، ونيكول آيسون" تعريفاً لهذا الصنف من المواقع في دراسة ذات طابع إبستمولوجي أصبحت تمثل مرجعاً لكل الباحثين في مسألة المواقع الاجتماعية، ونشرت عام 2007 تعريفاً لمواقع الشبكات الاجتماعية سرعان ما تحول بعد نقاش نظري ثري إلى تعريف اعتمده الباحثون والذي بدوره أرسى اتفاقاً ضمناً بين الباحثين عن ماهية مواقع الشبكات الاجتماعية.

وبحسب "بويد، وآيسون" فإن مواقع الشبكات الاجتماعية هي صنف من المواقع يقدم خدمات تقوم على تكنولوجيا الويب تتيح للأفراد بناء ملمح متاح للعموم Public أو شبه متاح للعموم في إطار نظام محدد Bounded System، كما تتيح هذه المواقع بناء شبكة من العلاقات، والاطلاع على شبكة علاقات الآخرين "قائمة الأصدقاء" ورغم شيوع المصطلح فإن الباحثتين قامتا بإعادة صياغته من جديد، وإعادة النظر فيه، إذ أقرتا مثلاً أن هذا التعريف يحتاج إلى تعديل. وفي هذا الإطار اقترحت الباحثتان تعريفاً جديداً يؤكد على أن مواقع الشبكات الاجتماعية هي منصات تواصل شبكي يقوم المشاركون فيها بـ:

- استغلال بروفایل خاص يتكون من المضامين التي يوفرها المستخدم، ومن مضامين أخرى يوفرها "الأصدقاء"، وثالثة يفرزها نظام الموقع.
 - الاستعراض العام لعلاقاتهم التي يمكن للآخرين مشاهداتها، والاطلاع عليها.
 - الوصول إلى سيول من المضامين، يوفرها المستخدم تتكون من: صور، ونصوص، وفيديوهات، أو من مزيج منها، كما تتيح هذه المنصة وصلات يضعها أصدقاء المستخدم.
- أما في فرنسا فإن الباحثين فضلوا استخدام مصطلح المواقع السوسيو رقمية socio-numériques les réseaux ويعكس هذا المصطلح تأكيد الباحثين من جهة أولى على أن هذه المنصات ليست شبكات اجتماعية كالتى نجدها في الحياة الاجتماعية، لأن شبكة علاقات المستخدم في الفيسبوك مثلاً لا تتطابق دائماً مع شبكة علاقاته الاجتماعية في الحياة غير الافتراضية.
- ومن جهة ثانية، فإن هذه المنصات ليست رقمية محضة، ولا اجتماعية محضة، لأن تطبيقاتها تخضع إلى عمليات التملك الفردية، والجماعية (الحمامي، 2015).

وقد عرّف قاموس الانترنت لعلوم المكتبات والمعلومات Online dictionary for library and information science ODLIS الشبكات الاجتماعية بأنها: "خدمة إلكترونية تسمح للمستخدمين بإنشاء وتنظيم ملفات شخصية لهم، كما تسمح لهم بالتواصل مع الآخرين، وهي عبارة عن أنظمة مرتبطة بنواة أو أكثر من الترابط التي تشمل القيم، والرؤية، والأفكار المشتركة، والاتصال الاجتماعي، والتبادلات المالية والتجارية، والعضوية المشتركة في المنظمات، والمجموعات المشاركة في حدث معين، وجوانب أخرى عديدة في علاقات الإنسان (سالم، وجاسم، 2018).

وقد انتشر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على صعيد العالم بشكل كبير خلال العقد الماضي، ويعد الفيسبوك Facebook أكثر المواقع الاجتماعية استخداماً على الإطلاق حيث يضم أكثر من مليار مستخدم باعتباره وسيلة

للتعبير عن الرأي، ومنصة لمشاركة العلوم والمعارف وحتى اللحظات الشخصية، كما قلص المسافات، وجعل الناس يشعرون أنهم أكثر ارتباطاً، وساعدهم على بناء علاقات جديدة، وقد حدد بعض الباحثين الفوائد الرئيسة والمزايا التي تتمتع بها مواقع التواصل الاجتماعي التي تجعل الناس يقبلون على استخدامها بالآتي:

تمنح وسائل التواصل الاجتماعي الأفراد الشعور بالحرية والهوية، وتعزز مستوى الثقة بنفسهم، وتشعرهم بالراحة النفسية والطمأنينة عند استخدامها في الأوقات الحرجة، كما أنها تساعد الأفراد الخجولين والانطوائيين الذين يجدون صعوبة في الاختلاط بمحيطهم والاندماج ببيئتهم بتكوين رأس مال اجتماعي لأنها تقلل مستوى القيود المفروضة على المشاركة في الاتصال، وتقدم منتدى افتراضي يجمع المشاركين ويجعلهم يتحكمون بردود فعلهم والسيطرة عليها خلافاً للاتصال المباشر وجهاً لوجه (Muqaddas et all, 2014).

فوائد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

تعد وسائل التواصل الاجتماعي شكل من أشكال الاتصال من القاعدة إلى القمة، وتفنقر إلى القيادة الرسمية والتحكم، حيث يتحكم المستخدم في المعلومات، وليس المؤسسة، وقد حدد "وايت" فوائد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة أثناء الأزمات لنشر المعلومات الهامة والضرورية بالآتي:

- يستخدم الكثير من الناس وسائل التواصل الاجتماعي، وبالتالي تشكل فرصة لنشر المعلومات الواجب معرفتها والتعليمات التي ينبغي اتباعها.
- شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة رائعة لتوزيع المعلومات.
- انتشار وسائل التواصل الاجتماعي يسهم بوصول المعلومات إلى المزيد من الناس كل لحظة.
- يوفر استجابات فورية لأعداد كبيرة من الناس.
- يمكن توزيع الاستطلاعات في أي وقت بعدة طرق من أجل الحصول على ردود الفعل إزاء أي قضية أو موقف بسرعة.
- استخدام مديرو الطوارئ جميع مواردهم، والاعتماد على الانترنت خصوصاً يمكنهم من إنشاء وسائل اتصال لا حدود لها تقريباً وتشمل الغالبية العظمى من الناس ما يجعل هذا الشكل الجديد من الاتصالات ذو قيمة كأداة للمساعدة في إدارة حالات الطوارئ، والسيطرة عليها (William, 2014).

إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي (الصوافي، 2015):

الإيجابيات:

إن لشبكات التواصل الاجتماعية آثاراً إيجابية على الشباب يمكن تلخيصها بالتالي:

1. تحفز على التفكير الإبداعي وأنماط وطرق مختلفة وقد يكون سبب التواصل مع أشخاص مثقفين.
2. تعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين.
3. تساعد على قبول القضايا الخلافية.
4. تساعد على التعلم وذلك بتبادل المعلومات مع الآخرين.
5. توفر فرصة التعلم بما يسمى "الرميزات"، و"المحسوسات".
6. تساعد على تنشيط المهارات لدى المستخدم.
7. تفتح مواقع التواصل الاجتماعي أبواباً تمكن من إطلاق الإبداعات والمشاريع والأهداف.
8. تعد مواقع التواصل الاجتماعي أداة لتبادل الآراء والأفكار، ومعرفة ثقافات الشعوب وتقريب المسافات بينها.

السلبات:

1. إدمان متابعتها والتفاعل مع ما ينشر فيها، وبالتالي تعطيل الكثير من الأعمال.
2. نشر الأفكار الضالة مثل العنف والمشاركة فيه.
3. التعرض للخداع.
4. ظهور لغة جديدة بين الشباب.
5. غياب الرقابة وعدم شعور بعض المستخدمين بالمسؤولية.
6. كثرة الإشاعات والمبالغة في نقل الأحداث.
7. عزل الشباب والمراهقين عن واقعهم الأسري والمشاركة في الفعاليات المجتمعية.
8. انعدام الخصوصية ما يؤدي لأضرار معنوية ونفسية ومادية.
9. هدر الوقت.

أشهر شبكات التواصل الاجتماعي(كاظم، 2015):

1. فيس بوك: هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام 2004 في جامعة هارفارد في الولايات المتحدة الأمريكية، أسسها الطالب "مارك زوكربيرج" وكانت مدونته "الفيس بوك" محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة ويحدود أصدقائه، ثم طوره ليشمل بقية طلبة الجامعات وبعض المدارس، ولم يخطر بباله هو وصديقين له أن هذه المدونة ستحتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جداً، فتخطت شهرتها حدود الجامعة، وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، إلا أن هذه المدونة لم تحقق تميزاً على المواقع الاجتماعية الأخرى التي سبقتها مثل موقع "ماي سبيس" وغيره، حتى عام 2007 حيث حقق القائمون على الموقع إمكانيات جديدة لهذه الشبكة ومنها، إتاحة فرصة للمطورين ما زادت هذه الخاصية من شهرة موقع الفيس بوك.
2. تويتر: كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة أوائل عام 2006 عندما أقدمت شركة Obvious الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في تشرين الثاني من العام نفسه، ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار، باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لها أسماً خاصاً يطلق عليه (تويتر) وذلك في أبريل عام 2007 ويقدم خدمة مصغرة لمستخدميه من المغردين، تمكنهم من إرسال تحديثاتهم برسالة لا تزيد على 140 حرفاً للرسالة الواحدة إلى صفحاتهم الخاصة، ويمكن للزوار قراءتها وكتابة الردود عليها، ويتميز تويتر بسرعة إيصال المعلومات خصوصاً الإخبارية.
3. واتس اب: يعد تطبيق تراسل فوري، محتكر، ومتعدد المنصات للهواتف الذكية، ويمكن بالإضافة إلى الرسائل الأساسية للمستخدمين، إرسال الصور، الرسائل الصوتية، الفيديو والوسائط، أسسه في عام 2009 الأمريكي "بريان أكتون"، والأوكراني "جين كوم"، وكلاهما من الموظفين السابقين في موقع ياهو، ويقع مقره في سانتا كلارا، كاليفورنيا، وقد قامت شركة الفيس بوك بشراء واتساب في 19 فبراير من العام 2014 بمبلغ 19 مليار دولار أمريكي، وانتشر واتس اب بشكل كبير خلال السنتين الماضيتين، ما جعله يحتل مركز الصدارة، ولا يغيب هذا البرنامج عن أي هاتف محمول أياً كان نوعه، ومواصفاته.

4. تيليجرام: أسسه الأخوان "نيكولا وبافل دبروف" الذي يتميز بجودة التشفير، والخصوصية العالية التي يمنحها لمستخدميه، ويتمتع بخفة وسرعة الأداء، لذلك لن يتمكن أحد من الهاكرز أو أجهزة المباحث والشرطة أو شركات الاتصالات من مراقبة ما تفعل به أو محتوياته، بعكس البرامج غير المشفرة مثل برنامج Line الذي قام بإلغاء التشفير عن نظامه ليصبح مكشوفاً للجميع، أو برنامج واتس اب ذو التشفير الضعيف الذي يتمتع بأقل قدر من الأمان من التيليجرام.

5. انستغرام: برنامج مجاني طرحه في ولاية سان فرانسيسكو الأمريكية عام 2010 المطور التقني الأمريكي "كيفن سيستورم"، وكان في بدايته موجه فقط لأجهزة الأيفون والأيباد وغيرها من منتجات شركة آبل، وفي عام 2012 تم تطويره ليتوافق مع الأجهزة التي تعمل بنظام الأندرويد، ويعمل البرنامج بفكرة التتبع، وهو القيام بتتبع الأشخاص الذين تتناسب صورهم مستخدم البرنامج أو يكونوا على معرفة بهم ويركز على عرض الصور.

6. لينكد إن: هو شبكة تواصل اجتماعي من ضمن عالم التواصل الاجتماعي الضخم والموجه نحو الأعمال والمهنيين، وLinkedIn شائع بين الأفراد الذين يبحثون عن عمل، ويسعون لبناء شبكات التواصل لديهم للوصول إلى أرباب العمل، أسسه "ريد هوفمان" في كانون الأول عام 2002 وبدأ التشغيل الفعلي في 5 أيار 2003، ويستخدم الموقع أساساً كشبكة تواصل مهنية، كما يُستفاد منه في تعزيز العلاقات مع أولئك الموجودين في قائمة الاتصالات، إضافة إلى إمكانية استخدامه للتعرف على أشخاص آخرين، ومعرفة المزيد عنهم من خلال الاتصال المتبادل، وتحميل سيرهم الذاتية، وترتيب ملفهم الشخصي بعرض وإبراز أعمالهم، وخبراتهم، ويمكن استخدامه لإيجاد وظائف، أو أشخاص، أو فرص عمل ينصح بها شخص ما في قائمة التواصل.

7. جوجل بلاس: شبكة اجتماعية تم انشائها بواسطة شركة جوجل وتم إطلاقها رسمياً يوم 28 حزيران 2011، لكن لم يكن التسجيل مسموح إلا بواسطة الدعوات فقط بسبب وجود الخدمة في طور التجريبي، لكن في يوم 20 أيلول 2011 فتح جوجل بلاس لأي شخص من سن 18 فما فوق للتسجيل بدون الحاجة لأي دعوة من أي شخص آخر، ويشتمل جوجل بلاس على المحادثات، والاهتمامات، والمكالمات الفيديوية، والرسائل.

ثالثاً: الدراسة الميدانية:

مفتاح تصحيح المقياس:

- بغرض قياس كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، سواء بشكل عام أو فيما يخص فايروس كورونا، تم منح كل خيار القيم التالية:

بالنسبة لتصفح وسائل التواصل الاجتماعي:

مرة يومياً	مرتين باليوم	3 مرات باليوم	أكثر من 3 مرات باليوم
1	2	3	4

بالنسبة لمدة تصفح وسائل التواصل الاجتماعي:

أقل من ساعة	من 1-2 ساعة	من 2-3 ساعات	أكثر من 3 ساعات
1	2	3	4

وبالتالي تكون أعلى قيمة لكثافة التعرض $8=4+4$ ، وأقل قيمة $2=1+1$ ؛ وناتج طرحهما $6=2-8$ مقسومة على عدد المستويات التي حددها الباحث بثلاثة: مرتفع، متوسط، منخفض $2=3/6$ وهذه القيمة تساوي طول الفئة، ويكون: $4=2+2$ أي كل قيمة من 2 حتى أقل من 4 كثافة تعرض منخفضة، $6=2+4$ وكل قيمة من 4 حتى أقل من 6 كثافة تعرض متوسطة، ومن 6 حتى 8 كثافة تعرض مرتفعة.

• تم مراعاة أن يتدرج مقياس ليكرت الخماسي المستخدم في الدراسة تبعاً لقواعد وخصائص المقاييس كما يلي في كل من المحور الأول، والثاني، والثالث، والرابع.

كثيراً	غالباً	لا أعلم	أحياناً	أبداً
5	4	3	2	1

واعتماداً على ما تقدم فإن قيم المتوسطات الحسابية التي توصلت إليها الدراسة تم التعامل معها على النحو الآتي وفقاً للمعادلة التالية: القيمة العليا - القيمة الدنيا لبدائل الإجابة مقسومة على عدد المستويات التي حددها الباحث بثلاثة هي المرتفع، والمتوسط، والمنخفض، أي:

$$1.33=3/(1-5) \text{ وهذه القيمة تساوي طول الفئة، وبذلك يكون:}$$

$$\text{مستوى الاعتماد المنخفض } 2.33=1.33+1$$

$$\text{مستوى الاعتماد المتوسط } 3.67=1.33+2.34$$

$$\text{مستوى الاعتماد المرتفع } 3.68 \text{ حتى } 5$$

أولاً: النتائج المتعلقة بكثافة التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (1) كثافة التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي

المستوى	كثافة التعرض	
متوسطة	4.58	وسائل التواصل الاجتماعي عموماً
منخفضة	3.85	وسائل التواصل الاجتماعي بخصوص كورونا

يبين الجدول السابق أن كثافة تعرض عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي عموماً كانت متوسطة، ومنخفضة بالنسبة ما يخص استقاء المعلومات والأخبار حول كورونا، ويمكن تفسير النتيجة الأولى (الكثافة المتوسطة) بأن الدراسة أجريت خلال فترة المتبقي من الامتحانات الفصلية الأولى بعد تعليق دوام الطلاب في الجامعات بسبب جائحة كورونا حفاظاً على سلامة الطلاب، والكادرين الإداري، والتدريسي فيها يوم 2020/3/13، وإعلان استئنافها لاحقاً يوم 2020/5/31، وتفسر النتيجة الثانية (الكثافة المنخفضة) بسبب إجراءات حظر التنقل بين المحافظات ومدن المحافظة الواحدة، وحظر التجوال ليلاً بشكل كامل وبقاء الطلبة ضمن أماكن محدودة، وملازمة بيوتهم، ومتابعة أخبار الفايروس أولاً بأول، وتعرضهم لحمات التوعية التي أطلقتها الدولة، وباقي الهيئات، والمنظمات الصحية، والمعنية بالتصدي لفايروس كورونا.

ثانياً: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول حول "دوافع استخدام طلبة جامعة تشرين لوسائل التواصل الاجتماعي للتردد بالمعلومات عن فايروس كورونا المستجد":

وللإجابة عنه تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ويظهر الجدول التالي ذلك:

جدول رقم (2) دوافع استخدام طلبة جامعة تشرين لوسائل التواصل الاجتماعي للتعرف بالمعلومات عن فايروس كورونا المستجد

المستوى	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
مرتفع	1	1.35	3.89	لمعرفة عدد الوفيات جراء الإصابة بفيروس كورونا
مرتفع	2	1.28	3.77	لمعرفة عدد الإصابات بفيروس كورونا
مرتفع	3	1.28	3.77	لمعرفة عدد حالات الشفاء من فايروس كورونا
متوسط	4	0.76	2.34	لمتابعة الأخبار التي تتحدث عن فايروس كورونا
مرتفع	-	1.17	3.44	المجموع

يظهر الجدول السابق أن مدى اعتماد طلبة جامعة تشرين عينة الدراسة على وسائل التواصل الاجتماعي للتعرف بالمعلومات حول فايروس كورونا كان مرتفعاً، إذ بلغ المتوسط الحسابي الإجمالي 3.44 بانحراف معياري 1.17، وخاصة أن الفقرات جميعها كانت بمستوى مرتفع إلا الفقرة الخاصة بمتابعة الأخبار التي تتحدث عن فايروس كورونا كانت بمستوى متوسط؛ حيث بلغ متوسطها الحسابي 2.34 وانحراف معياري 0.76، وربما يعود السبب إلى مرور أكثر من تسعة أشهر على ظهور الوباء، وبات أغلب الناس يعرفون عنه من خلال الحملات الإعلامية التوعوية المختلفة التي رافقت ظهوره، وأعلهاها الفقرة الخاصة بمعرفة عدد الوفيات بمتوسط حسابي 3.89 وانحراف 1.35 ما يدل على حالة الخوف والترقب التي يعيشها المبحوثون، ومدى اهتمامهم بالآثار الناجمة عن الإصابة.

ثالثاً: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني حول "طبيعة المعلومات والأخبار التي أبحث عنها في وسائل التواصل الاجتماعي حول فايروس كورونا المستجد":

جدول رقم (3) طبيعة المعلومات والأخبار التي أبحث عنها في وسائل التواصل الاجتماعي حول فايروس كورونا المستجد

المستوى	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
مرتفع	1	0.38	4.83	لمعرفة سبل الوقاية من الإصابة بفيروس كورونا
مرتفع	2	0.48	4.66	لمعرفة الإجراءات الواجب اتباعها عند مخالطة شخص ثبتت إصابته بفيروس كورونا
مرتفع	3	0.86	4.5	لمعرفة كيفية الإصابة بفيروس كورونا
مرتفع	4	1.07	4.25	لمعرفة شروط الحجر عند اشتباه الإصابة بفيروس كورونا
مرتفع	5	1.07	4.25	لمعرفة شروط العزل عند تأكيد الإصابة بفيروس كورونا
مرتفع	6	1.29	4.03	لمعرفة بروتوكول العلاج عند الإصابة بفيروس كورونا
مرتفع	-	0.86	4.42	المجموع

يدل الجدول السابق أن مدى اعتماد طلبة جامعة تشرين عينة الدراسة على وسائل التواصل الاجتماعي عن طبيعة المعلومات والأخبار المتعلقة بفيروس كورونا المستجد كان مرتفعاً، إذ بلغ المتوسط الحسابي 4.42 بانحراف معياري 0.86، وخاصة أن الفقرات جميعها كانت بمستوى اعتماد مرتفع، وذلك مرده إلى الخوف من الإصابة، وما يستتبعها من إصابة آخرين، وحجر، وعزل، وتلقي علاج غير نوعي حتى الآن، وذلك ما يؤكد المتوسط الحسابي الأكبر لعبارة "معرفة سبل الوقاية من الإصابة بفيروس كورونا" بمتوسط حسابي قدره 4.83، وبأقل انحراف معياري قدره 0.38 ما يدل على شدة تقارب الإجابات، ثم "معرفة الإجراءات الواجب اتباعها عند مخالطة شخص ثبتت إصابته بالفايروس"

بمتوسط حسابي قدره 4.66، ثم فقرة "معرفة كيفية الإصابة بالفايروس" بمتوسط حسابي قدره 4.5، وتساوى المتوسط الحسابي 4.25، والانحراف المعياري 1.07 لفقرتي "معرفة شروط العزل والحجر عند الإصابة"، وأخيراً معرفة بروتوكول العلاج بمتوسط حسابي قدره 4.03، وأعلى انحراف معياري وقدره 1.29، ويرجح سبب انخفاضه، وتشتت قيمة إجابات المبحوثين عن بقية الفقرات بسبب عدم التوصل لعلاج نوعي، وكثرة الأنباء والدراسات المتضاربة حول العلاج الأنجع.

رابعاً: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثالث حول "الفوائد والتأثيرات المحققة من وسائل التواصل الاجتماعي":

جدول رقم (4) الفوائد والتأثيرات المحققة من وسائل التواصل الاجتماعي

المستوى	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
متوسط	1	1.16	3.62	التعرف على فايروس كورونا المستجد
متوسط	2	1.41	3.16	زيادة الاطلاع على الأخبار والمعلومات الخاصة بالفايروس
متوسط	3	1.32	3.09	لم يكن أي أثر على معلوماتي ومعارفي المتعلقة بالفايروس
متوسط	4	1.23	2.97	لم يكن لوسائل التواصل الاجتماعي أي أثر على سلوكي عند متابعة أخبار كورونا
متوسط	5	1.39	2.68	تصفح وسائل التواصل الاجتماعي حول كورونا أثر على سلوكي سلباً تجاه الآخرين
متوسط	6	1.6	2.59	تصفح وسائل التواصل الاجتماعي حول كورونا أضاع الكثير من وقتي في التصفح
متوسط	7	1.18	2.57	متابعة أخبار الفايروس جعلني أشعر بالقلق من كثرة المعلومات والمعلومات المضادة
متوسط	8	0.89	2.54	لم يتأثر تركيزي عند البحث عن فايروس كورونا في وسائل التواصل الاجتماعي
منخفض	9	1	1.96	متابعة أخبار الفايروس جعلني أشعر بالراحة النفسية
متوسط	-	1.24	2.78	المجموع

يشير الجدول السابق إلى أن الفوائد، والتأثيرات المحققة من اعتماد طلبة جامعة تشرين عينة الدراسة على وسائل التواصل الاجتماعي حول فايروس كورونا المستجد كانت متوسطة، إذ بلغ المتوسط الحسابي الإجمالي 2.78 بانحراف معياري 1.24، ما عدا فقرة الشعور بالراحة النفسية عند متابعة أخبار الفايروس حيث بلغ المتوسط الحسابي 1.96 ما يعني أن متابعة أخبار الفايروس خلقت حالة من الاضطراب، والخوف، والقلق من الإصابة، وما يستتبعها من: حجر، وعزل، وعلاج، وذلك ما أثبتته نتائج الجدول رقم (3).

خامساً: النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الرابع حول "الثقة في مصداقية مصادر المعلومات في وسائل التواصل الاجتماعي حول فيروس كورونا المستجد":

جدول رقم (5) الثقة في مصداقية مصادر المعلومات في وسائل التواصل الاجتماعي حول فيروس كورونا المستجد

المستوى	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
مرتفع	1	0.82	4.25	أثق بالأخبار التي ينشرها العاملون في المجال الطبي المتخصص بعلاج المصابين بفيروس كورونا المستجد
مرتفع	2	1.06	4.13	أثق بأخبار وزارة الصحة السورية
مرتفع	3	1.04	4.07	أثق بالأخبار التي ينشرها الأطباء السوريون
مرتفع	4	1.04	4.06	أثق بأخبار منظمة الصحة العالمية
مرتفع	5	0.97	4.04	أثق بالأخبار التي ينشرها أطباء غير سوريين
مرتفع	6	1.17	3.94	أدقق في الأخبار والمعلومات المنشورة قبل تصديقها
مرتفع	7	1.32	3.55	وسائل التواصل الاجتماعي مصدر مهم للحصول على الأخبار والمعلومات
متوسط	8	1.6	3.33	أثق بأخبار الإعلام الرسمي السوري
متوسط	9	1.5	2.84	أثق بأخبار وسائل التواصل الاجتماعي
متوسط	10	1.13	2.51	أثق بأخبار الإعلام غير السوري
منخفض	11	1.32	2.25	أثق بأخبار الإعلام السوري غير الرسمي
منخفض	12	0.67	1.97	أثق بالأخبار التي ينشرها الأصدقاء والأقارب
مرتفع	-	1.14	3.41	المجموع

يبين الجدول السابق أن مدى ثقة عينة الدراسة بمصدر المعلومات المنشورة في وسائل التواصل الاجتماعي كانت مرتفعة استناداً للمتوسط الحسابي الإجمالي الذي بلغ 3.41، وعلى صعيد الفقرات يظهر الجدول انخفاض الثقة بالأخبار والمعلومات التي يتداولها الأصدقاء والأقارب؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي 1.97 وربما يعود السبب لعدم اختصاصهم الطبي، والتعبير عن الوضع الصحي من منظور شخصي، وربما عاطفي غير علمي، بينما حازت المعلومات والأخبار التي ينشرها العاملون في القطاع الطبي المتخصص بعلاج المصابين بالفايروس ثقة المبحوثين الأعلى بمتوسط حسابي قدره 4.25، وانحراف معياري 0.82 يدل على شدة تقارب الإجابات، وذلك مرده لقرب العاملين في المجال الطبي المتخصص من المصابين، والانخراط في علاجهم، ومتابعة وضعهم؛ وبالتالي الأكثر تعبيراً من غيرهم عن الحالة الوبائية، ومكافحتها، وبدرجات متقاربة الأخبار والمعلومات التي تنشرها وزارة الصحة السورية 4.13، والأطباء السوريون 4.07، ومنظمة الصحة العالمية 4.06، والأطباء غير السوريون 4.04 على التوالي كونهم الأكثر دراية ومعرفة بالفايروس، وماهيته، وسبل الوقاية منه، ثم بدرجات متفاوتة الأخبار والمعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام السورية الرسمية 3.33، ووسائل التواصل الاجتماعي 2.84، والإعلام غير السوري 2.51، وأخيراً

الإعلام السوري غير الرسمي 2.25، وأن تدقيق المبحوثين بالمعلومات والأخبار المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي كان مرتفعاً بمتوسط حسابي بلغ 3.94 رغم اعتبارهم إياها مصدراً مهماً بمتوسط حسابي بلغ 3.55، وذلك يتناسب مع مستواهم العلمي، ووعيهم المعرفي الذي يفرض التدقيق بالمعلومات قبل تصديقها وقبولها.

جدول رقم (6) حول وسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة

وسيلة التواصل الاجتماعي	دائماً		أحياناً		لا أستخدمة	
	ك	%	ك	%	ك	%
فيسبوك	100	100%	0	0%	0	0%
واتساب	70	70%	15	15%	15	15%
تيلغرام	15	15%	28	28%	57	57%
تويتر	0	0%	14	14%	86	86%
انستغرام	14	14%	0	0%	86	86%
لينكد ان	0	0%	0	0%	100	100%
ماي سبيس	0	0%	0	0%	100	100%
جوجل بلس	0	0%	0	0%	100	100%

يظهر الجدول السابق زيادة "الفيسبوك" كأكثر وسيلة تواصل اجتماعي يستخدمها المبحوثون دائماً بنسبة 100%، وذلك يتوافق مع الدراسات العالمية التي تؤكد انتشاره الواسع، وخاصة بين الفئات الشابة لما يتميز به من إمكانية النشر المتكامل (نص، وصوت، وفيديو) والتفاعل بين المشتركين، ثم واتساب بنسبة 85% كان 70% بشكل دائم و15% بين الحين والآخر، والتيلغرام بنسبة 43% دائماً 15% وأحياناً 28%، وانستغرام 14% دائماً، وتويتر 14% أحياناً، ويعود السبب في تفضيل وسائل التواصل الاجتماعي السابقة للخصائص التي تتمتع بها مثل السرعة في النشر، والتعبير عن الرأي، والتفاعل مع ما ينشر، إضافة إلى عدم وجود رقيب على مضامينها، الأمر الذي يؤكد فاعلية هذه الوسائل، وإقبال الطلبة عليها.

سادساً: معامل بيرسون لقياس العلاقة بين كثافة التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي والثقة بالمصادر التي تنشر معلومات عن فايروس كورونا فيها:

جدول رقم (7) العلاقة بين كثافة التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي والثقة بالمصادر التي تنشر معلومات عن فايروس كورونا فيها

الفئة	قيمة معامل بيرسون	درجة المعنوية
الثقة بالمصادر التي تنشر المعلومات عن فايروس كورونا	0.37	0.00

يمكن الاستلال من الجدول السابق على صحة فرض الدراسة؛ حيث بلغ معامل بيرسون 0.37 مع درجة معنوية 0؛ وبالتالي وجود ارتباط طردي موجب ذو دلالة إحصائية بين كثافة التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي عند البحث عن معلومات وأخبار خاصة بفايروس كورونا، والثقة بالمصادر التي تنشر تلك المعلومات والأخبار؛ وشدة الارتباط المتوسطة $0.3 < 0.37 < 0.5$ يمكن تفسيرها بالحذر تجاه المعلومات الواردة من وسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة أن لا رقيب عليها، ويمكن لأي كان انتحال شخصية أو تزوير حساب شخص معروف، والنشر باسمه.

الاستنتاجات والتوصيات

الاستنتاجات

- (1) كثافة تعرض عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي عموماً كانت متوسطة، ومنخفضة بالنسبة ما يخص استقاء المعلومات والأخبار حول كورونا.
- (2) مدى اعتماد طلبة جامعة تشرين عينة الدراسة على وسائل التواصل الاجتماعي للتزود بالمعلومات حول فيروس كورونا كان مرتفعاً.
- (3) مدى اعتماد طلبة جامعة تشرين عينة الدراسة على وسائل التواصل الاجتماعي عن طبيعة المعلومات والأخبار المتعلقة بفيروس كورونا المستجد كان مرتفعاً.
- (4) الفوائد والتأثيرات المحققة من اعتماد طلبة جامعة تشرين عينة الدراسة على وسائل التواصل الاجتماعي حول فيروس كورونا المستجد كانت متوسطة.
- (5) زيادة "الفيسبوك" كأكثر وسيلة تواصل اجتماعي يستخدمها المبحوثون دائماً بنسبة 100%، ثم واتساب بنسبة 85%، والتليغرام بنسبة 43%، وانستغرام وتويتر بنسبة 14%.
- (6) تأكيد صحة فرض الدراسة بتواجد ارتباط طردي موجب ذو دلالة إحصائية بين كثافة تعرض طلبة جامعة تشرين عينة الدراسة لوسائل التواصل الاجتماعي عند البحث عن معلومات وأخبار خاصة بفيروس كورونا، والثقة بالمصادر التي تنشر تلك المعلومات والأخبار؛ حيث كانت شدة الارتباط متوسطة.

التوصيات:

بالاستناد إلى نتائج الدراسة، يوصي الباحث الجهات المعنية بالتالي:

1. ضرورة الاعتماد المكثف على وسائل التواصل الاجتماعي لنشر الأخبار الطبية والتوعوية كونها ذات نسب متابعة عالية بين فئات الشباب ولا سيما طلاب الجامعات.
2. متابعة، ورصد ما تنشره وسائل التواصل الاجتماعي بالشأن الطبي عموماً، وفيروس كورونا المستجد خصوصاً، والتنبيه إلى أماكن الخلل فيه، وكشف زيفه إن وجد، والتصدي للمعلومات والأخبار المضللة.
3. تشجيع الأطباء، وكل العاملين في القطاع الصحي المعني بالتصدي لفيروس كورونا المستجد بنشر المعلومات، والأخبار كل حسب اختصاصه، وموقع عمله عبر منصة الكترونية واحدة تحت إشراف وزارة الصحة، ونقابة الأطباء.

المراجع:

أ- المراجع العربية:

- (1) أبو سويلم، شرحبيل. اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات، رسالة ماجستير غير منشورة، عمان، جامعة الشرق الأوسط: كلية الإعلام، 2015.
- (2) اسماعيل، محمود. مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، القاهرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003، ص280-282.
- (3) الشبيري، محمد. اعتماد الجمهور اليمني على تغطية قناة اليمن الفضائية للأزمات، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الشرق الأوسط: كلية الإعلام)، ٢٠١١، ص14-15.
- (4) الصوافي، عبدالحكيم. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نزوى (كلية العلوم والآداب: قسم التربية والدراسات الإنسانية)، 2015، ص30-31.
- (5) الضالعين، نضال وآخرون. نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، ط1، عمان، دار الاعتصام العلمي للنشر والتوزيع، 2016، ص247.
- (6) بريخ، نضال. اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، كلية الآداب، قسم الصحافة والإعلام، 2015، ص46-47.
- (7) تيدروس أدهانوم غيبريسوس: أول إفريقي يشغل منصب المدير العام لمنظمة الصحة العالمية منذ 1 تموز 2017، وهو سياسي، وأكاديمي إثيوبي، وناشط بالصحة العامة، ولد في العاصمة الإريتيرية "أسمره" في 3 آذار 1965، وشغل منصب وزير الصحة من 2005 إلى 2012، ووزير الخارجية من 2012 إلى 2016 في الحكومة الإثيوبية، كذلك تولى منصب رئيس مجلس إدارة الصندوق العالمي لمكافحة الإيدز، والسل، ومنصب رئيس مجلس إدارة شراكة دحر الملاريا.
- (8) جبار، عبير. اعتماد طلبة جامعة جيهان على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار، مجلة جامعة جيهان-أربيل العلمية، المجلد 1، العدد 2، آب 2017.
- (9) جبار، عبير. اعتماد طلبة جامعة جيهان على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار، مجلة جامعة جيهان-أربيل العلمية، المجلد 1، العدد 2، آب 2017، ص54.
- (10) الحمامي، الصادق، مواقع الشبكات الاجتماعية ورهانات دراستها في السياق العربي، أشغال الملتقى الدولي: شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة دروس من العالم العربي، تونس 2015، ص48-49.
- (11) حمدان سالم، جاسم شبيب، طرائق مواجهة الشائعات في موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 41، أيلول 2018، ص160.
- (12) حمدي، ماطر. اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات: دراسة مسحية في جامعة تبوك السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، عمان، جامعة الشرق الأوسط (كلية الإعلام: قسم الصحافة والإعلام)، 2018.

- (13) خاطر، ترنيم. *اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على وسائل التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014*، رسالة ماجستير غير منشورة، غزة، الجامعة الإسلامية (كلية الآداب: قسم الصحافة والإعلام)، 2015، ص 49-50.
- (14) علي. معد، حسين. دحام، أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات إزاء قضايا الفساد السياسي، مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، كركوك، المجلد 4، العدد 15، 2015.
- (15) فرحي، فيصل. *الاتصال الجماهيري والنخبة في الجزائر: دراسة في بناء الاتجاهات نحو القدرة على التغيير السياسي على عينة من الأساتذة الجامعيين*، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر 3 (كلية العلوم السياسية والإعلام: قسم علوم الإعلام والاتصال)، 2013، ص 103-104.
- (16) كاظم، فاضل محسن. دور وسائل التواصل الاجتماعي في التبادل الإخباري بين طلبة الجامعات العمانية، أشغال الملتقى الدولي: شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة دروس من العالم العربي، تونس 2015، ص 237-239 بتصرف.

ب- المراجع الأجنبية:

- 1) Mesole. F, *Use of Social Media as an Alternative News Sources Among University Students*, Master thesis, North Cyprus (Gazimağusa), Eastern Mediterranean University, 2014.
- 2) Muqaddas. J, Sanobia. S, Nawaz. A, *Impact of Social Media on Self-Esteem*, European Scientific Journal, August 2017 edition Vol.13, No.23, p331.
- 3) Tang Joo, Chan Teng, *Impacts of Social Media (Facebook) on Human Communication and Relationships: A View on Behavioral Change and Social Unity*, Vol.7, No.4, 27-50, (December, 2017).
- 4) Tang. J, Teng. C, **Op-Cit**, Pp36-37 .
- 5) Westerman. D et al, *Social Media as Information Source: Recency of Updates and Credibility of Information*, Journal of Computer-Mediated Communication. Vol: 19, (2014), 171-183.
- 6) William. K, *Social Media: An Effective Tool for Risk and Crisis Communication?*, Master's Projects, San Jose State University, Public Administration Section, 2014, Pp 9-10. Available at: https://scholarworks.sjsu.edu/etd_projects.