

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ. د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ. د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

مساعدو رئيس التحرير:

- أ. د/ محمود عبد العاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية
- أ. د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)
- أ. د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)
- أ. د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ. د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

- د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.
- د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

- أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
- أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مديقة اللغة العربية:

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد الحادي والستون - الجزء الأول - شعبان ١٤٤٣ هـ - أبريل ٢٠٢٢ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.

٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.

٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)

أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.

٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)

أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.

٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)

أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.

٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة
المكرمة.

٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم،
الجزائر.

٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة
الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)

أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات
ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات
وفقاً للقواعد الآتية:

○ يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين
المتخصصين في تحديد صلاحية المادة
للنشر.

○ ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة
علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.

○ لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا
يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة
الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.

○ يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي
والفرعي) عن ٢٠ كلمة.

○ يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية
وأخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠
كلمة.

○ يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث
مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD،
على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه
على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع
والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في
نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.

○ لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها....
وتحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم
الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر
مادة نشرت فيها.

○ تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.

○ ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

محتويات العدد

- المواطنة والمواطنة الرقمية.. حقوق وواجبات
أ.د/ رضا عبد الواحد أمين ٩
-
- أثر برنامج تدريبي قائم على السقالات التعليمية في تنمية مهارات
التربية الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي (دراسة شبه تجريبية)
أ.م.د/ إيمان عز الدين محمد دوابه ٣٥
-
- أطر المعالجة الصحفية لأزمة العمالة المؤقتة في ظل انتشار كوفيد- ١٩
بالصحف الإلكترونية المصرية خلال عامي (٢٠٢٠- ٢٠٢١م)
أ.م.د/ دعاء فكرى عبد الله ١٠١
-
- الاتجاهات الحديثة في بحوث مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في
تحقيق التنمية المستدامة (دراسة تحليلية من المستوى الثاني)
أ.م.د/ عايدة محمد عوض المر ١٧٣
-
- تقييم النخبة الإعلامية لمعالجة البرامج الحوارية بالفضائيات العربية
لقضايا العنف الأسري (دراسة ميدانية) /د/ سعاد محمد بدير محمد ٢٥٩
-
- خيارات المصريين لمقاومة احتكار بث بطولات كرة القدم «جدلية الحقوق
الحصرية والحقوق الجماهيرية»
د/ محمود زكي ٣١٧
-
- العلاقة بين تعرض النخبة للمواقع الإلكترونية الصحفية وإدراكهم
لنشر ثقافة المواطنة في المجتمع المصري-دراسة ميدانية
د/ شيماء أبو مندور عبد الغني ٣٧٣

■ الشائعات بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق النفسي
الاجتماعي للجمهور أثناء الأزمات «جائحة كورونا المستجد نموذجًا»
٤٣٥ د/ نجوى عباس البنداري

■ الاتجاهات الحديثة في دراسات وبحوث تكنولوجيا الصحافة
٤٩١ د/ هند يحيى عبد المهدي عبد المعطي

■ أطر معالجة الفضائيات الإخبارية العربية لقضايا مملكة البحرين
٥٤١ ودورها في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور البحريني نحوها- دراسة
تحليلية وميدانية علي أمين الرئيس

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
«وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ
إِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ»

بقلم: الأستاذ الدكتور

رضا عبدالواجد أمين

رئيس التحرير

الافتتاحية

العدد الحادي والستون من مجلة البحوث الإعلامية الرائدة

الحمد لله والصلاة والسلام على سيدنا رسول الله .
وبعد

نقدم للباحثين خلال عام ٢٠٢٢م والمتخصصين في مجالات الإعلام والاتصال الأعزاء العدد رقم (٦١) من مجلة البحوث الإعلامية التي تصدرها كلية الإعلام بجامعة الأزهر، متضمنة عددا من البحوث والدراسات المهمة حول عدة قضايا وظواهر حديثة في مجال الإعلام بفروعه المتعددة وموضوعاته الحديثة التي تثير لدى المتخصصين الكثير من التساؤلات، وتمدهم بكثير من النتائج.

ونود الإشارة إلى أننا قمنا في موقع مجلة البحوث الإعلامية بكلية الإعلام جامعة الأزهر بإرفاق ونشر غالبية الأعداد القديمة من المجلة على الموقع الإلكتروني ، حيث يوجد في الموقع ٥٦ عددا منذ أن صدرت المجلة في العام ١٩٩٣م ، ويوجد في الموقع حتى يناير ٢٠٢٢م ٨٧ جزءا من المجلة متوفرا بشكل مجاني على موقع المجلة ، تتضمن ٨٠٥ أبحاث في تخصصات المجلة المختلفة (الصحافة والنشر ، الإعلام الجديد ، الراديو والتلفزيون، العلاقات العامة، الإعلان).

وتشير البيانات الخاصة بالموقع أن عدد قراءة المقالات داخل المجلة (بدون تحميل البحث والاحتفاظ به من القراء) يناهز المائة وسبعين ألف مرة قراءة (١٧٠٠٠٠) وأن عمليات تحميل ملفات ال PDF للبحوث بلغ ثلاثمائة وستة آلاف مرة (٣٠٦٠٠٠) تحميل لبحوث المجلة، وهذه الأرقام تشير إلى أن مجلة البحوث الإعلامية أصبحت واحدة من الروافد المهمة للبحوث العلمية الرصينة في تخصص الإعلام والعلاقات العامة في مصر والعالم ، ولا غنى عنها للباحثين الراغبين في الاطلاع على كل ما هو جديد وجيد في حقل الدراسات الإعلامية .

ومن باب إسناد الفضل لأهله ، فإن الشكر لله تعالى أولا وآخرا ، ثم لفريق عمل المجلة

المتميز الذي يواصل العمل ليل نهار لنتلزم بالمعايير الجادة وربما الصعبة أحيانا التي وضعناها باختيارنا للمجلة ، سواء الفريق الحالي أو السابق وكل من كان له دور في أن تصل المجلة لما وصلت إليه اليوم ، والشكر موصول لهيئة التحرير والهيئة الاستشارية من الأساتذة الأفاضل أساتذة الإعلام في مصر والعالم العربي ، وللأساتذة الذين يسهمون في التحكيم المعمر لبحوث المجلة ، من مصر والعالم العربي ، ولكل الباحثين الذين يخبروننا بشكل مستمر عن تفضيلهم للنشر في هذا الوعاء العلمي الجاد .

بقيت معلومة أخيرة أريد أن أقدمها للقراء الأعزاء في هذا السياق ، وهي أننا في المجلة ومنذ أغسطس ٢٠٢٠ حتى ديسمبر ٢٠٢١ (أي عام وأربعة شهور) قمنا برفض عدد ٩٤ بحثا لعدم تطابقها مع معايير المجلة أو بسبب رفض الأساتذة المحكمين لإجازتها وفقا لمعايير النشر في المجلة ، وهو الأمر الموثق والمسجل في النظام الإلكتروني للمجلة ، وفي هذا دلالة على الانتقاء الشديد الذي نقوم به في المجلة عبر مراحل العمل المختلفة حتى لا يجاز للنشر إلا الأبحاث ذات الرصانة والتي تقدم الإضافة العلمية الحقيقية إلى عالم البحوث والدراسات الإعلامية .

ونستلهم من الله تعالى دوام التوفيق، إنه سبحانه الهادي إلى سواء السبيل

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

أ.د/ رضا عبد الواحد أمين

عميد كلية الإعلام جامعة الأزهر

ورئيس التحرير

ISSN-O	ISSN-P	نقاط المجلة (برانس) (2021)	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2682-292X	1110-9297	7	جامعة الأزهر	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2735-4008	2536-9393	7	جامعة الأهرام الكينية، كلية الإعلام	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	2
2682-4663	2356-914X	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الإلاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	3
2735-4326	2536-9237	6.5	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2682-4620	2356-9158	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	5
2682-4671	2356-9131	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	6
2682-4647	1110-5836	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	7
2735-377X	2735-3796	7	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الإتصال الجماهيري	الدراسات الإعلامية	8
2682-4655	1110-5844	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	9
2682-4639	2356-9891	7	جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	10
2735-4016	2357-0407	6.5	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	11
2314-873X	2314-8721	7	Egyptian Public Relations Association	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	12
2786-0167	2682-213X	6	معهد الجزيرة العالي للإعلام و علوم الإتصال	مجلة بحوث الإعلام و علوم الإتصال	الدراسات الإعلامية	13

- يتم إعادة تقييم المجلات المصرية دوريا في شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد ساريا للسنة التالية للنشر في هذه المجلات.

الشائعات بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق
النفسي الاجتماعي للجمهور أثناء الأزمات
« جائحة كورونا المستجد نموذجاً »

- Rumors on social media and their relationship to the public's psychosocial compatibility during crises, the emerging corona pandemic as a model

● د/ نجوى عباس البنداري

مدرس الصحافة بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية- جامعة طنطا.

nagwa.elbandari@sed.tanta.edu

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على علاقة تعرض الجمهور لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي والتوافق النفسي الاجتماعي لديهم أثناء جائحة كورونا المستجد، وانتمت هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة منهج المسح على عينة متاحة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي قوامها 400 مفردة، مستخدمة أداة الاستقصاء الإلكتروني، الذي تضمن مقياسًا للتعرض للشائعات ومقياسًا للتوافق النفسي الاجتماعي تم تطبيقهما من خلال برنامج جوجل فورم في الفترة من نوفمبر 2021 حتى يناير 2022، وقد توصلت إلى عدة نتائج؛ من أهمها:

- ❖ وجود علاقة عكسية بين التعرض لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي والتوافق النفسي الاجتماعي لدى الجمهور عينة الدراسة أثناء جائحة كورونا، فكلما زاد التعرض قلَّ التوافق.
- ❖ وجود تباين دال إحصائيًا في درجة توافق الجمهور تبعًا لدرجة التعرض للشائعات بمواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة ف (14.65) وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0,001) لصالح المستوى الأقل في درجة التعرض للشائعات.
- ❖ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في التعرض للشائعات تبعًا لبعض المتغيرات مثل (النوع، المؤهل، العمل، مكان الإقامة).

الكلمات المفتاحية: الشائعات، مواقع التواصل، فيروس كورونا، التوافق النفسي الاجتماعي، الأزمة.

Abstract

The study is aimed at rumors of social media and their relationship with the social-psychological consequences of the public during the corona pandemic, the presentation of the study to the audience of the social media and social psychological compatibility during its garbage of Corona, and the study of the scientific studies is a user of the scanning of his/her nominal process, which is several users of the social media, the user of the SPI of the social system of social networking, which has been implemented by Google Worm Form in November 2021 January to 20 January 22. The relevant results of the most important of them-

Reverse relationship between the exposure of rustic social media and social psychological consequences on the audience of the pandemic and the extent of the pandemic source-

There is a statistically derived in the public's degree of publication, according to the degree of exposure to rumors of social media where the value of (14.65) was a value-added function at 0.001) for the level of less at the degree of exposure to rumors.

There are no statisticians in the status of rumors according to some variables such as gender, scientific degree, work, place).

Keywords: Rumors, social media, corona virus, social psychological compatibility, and crises.

شهد العالم أجمع في الآونة الأخيرة أزمة صحية غير مسبوقة في العصر الحديث؛ وهي انتشار فيروس كورونا المستجد (كوفيد 19) بموجاته ومتحوراته المختلفة، والتي نعيش حالياً الموجة الرابعة منها والمعروفة بسلالة دلتا، هذا وقد بدأ انتشار الفيروس في أواخر شهر ديسمبر 2019 في مدينة ووهان الصينية، والتي تعد بؤرة انتشار الفيروس، ثم بدأ في الانتشار عالمياً في يناير 2020 وفي 13 مارس 2020 أعلنت منظمة الصحة العالمية أن هذا المرض أصبح وباءً عالمياً ووصفته بالجائحة، التي سرعان ما انتشرت في جميع دول العالم، ومنذ هذا التاريخ وحتى الآن يعيش العالم أجمع حالة من الخوف والفرع والترقب لكل مستجدات هذا الوباء الكارثي الذي أطاح بحياة الملايين على مستوى العالم.

هذا وقد أصبحت الأزمات جزءاً أساسياً من نسيج الحياة اليومية، فسبحانه القائل في كتابه العزيز (ولنبلونكم بشيء من الخوف والجوع ونقص من الأموال والأنفس والثمرات وبشر الصابرين). صدق الله العظيم، سورة البقرة، الآية 155.

وقد صاحب ظهور الفيروس انتشار كبير للشائعات، التي لم تترك ميداناً مجتمعياً إلا واقتحمته، مستغلة العديد من الوسائل والآليات التي فرضها علينا التطور التكنولوجي والتقني الهائل، متسببة في العديد من الآثار النفسية، والاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية، فتراجعت معظم الموضوعات والأخبار وتقدمت أخبار الوباء القاتل كما أسماه البعض.

وقد أدى انتشار وسائل التواصل الاجتماعي واتساع وسهولة استخدامها إلى تسارع تدفق المعلومات، كما أدت طبيعة الاتصال التفاعلي إلى ظهور إمكانات الاستخدام السلبي، خاصة في نشر وتداول الشائعات، والتي أشارت العديد من الدراسات إلى آثارها السلبية على الفرد والمجتمع.

فما تتمتع به الأزمة من خصائص، مثل (التشابك والتداخل في عناصرها، والمفاجئة، ونقص المعلومات وندرتها، والتصاعد المفاجئ لأحداثها، والآثار المترتبة عليها)؛ يجعلها أرضاً خصبة لظهور وانتشار الشائعات، ويصاحب ذلك انتشار العديد من الأعراض السلوكية والمجتمعية الخطيرة مثل القلق، والتوتر، والخوف، والذي يزيد من حدته انتشار وتداول الشائعات.

فالشعور بعدم الأمان والخوف الناتج عن عدم القدرة على التكيف النفسي وقت الأزمة خاصة الأزمات المستمرة او طويلة المدى مثل جائحة كوفيد19، يزيد من حدته كثرة الشائعات.

كما صاحب ظهور فيروس كورونا المستجد ظهور مخاوف عديدة مثل الخوف من الموت، من البطالة، من عدم إكمال الدراسة، من الأزمة المالية، وارتفاع الأسعار، من توقف الحياة العلمية والعملية والأسرية، وقد أسهم طول فترات الحجر المنزلي والإغلاق في تفاقم هذا الشعور وظهور الكثير من الأعراض النفسية والاجتماعية مثل القلق، والتوتر، فوبيا الموت، توهم المرض، تعب الأخبار، إدمان الإنترنت وغيرها.

والفرد بصفة عامة في عملية التكيف النفسي والاجتماعي يستجيب لنوعين من المتطلبات: متطلبات داخلية، وخارجية، فالمتطلبات الخارجية تشير إلى متطلبات البيئة الخارجية ومتطلبات الأشخاص الآخرين في هذه البيئة، أما المتطلبات الداخلية فتشير إلى الحاجات الجسمية، إضافة إلى الحاجات الاجتماعية مثل: الحاجة إلى رفقة الآخرين، والقبول الاجتماعي، والإحساس بتقدير الذات، والتقدير الاجتماعي، والحاجة إلى الحب⁽¹⁾.

والتوافق هو مطلب الإنسان الأساسي ويتحقق له سواء بقدر ما ينجح في تحقيق هذا المطلب، كما تتضرر صحته النفسية بقدر ما يفشل في ذلك، حتى يصل إلى الاضطرابات النفسية في حالات الفشل، وقد يتعرض الفرد في حياته لبعض الأحداث مثل التغير في طبيعة المكان، أو العمل، أو التعرض لحادث، أو مرض، مثل هذه الأحداث تحتاج إلى عملية توافق أو إعادة توافق من جانب الفرد⁽²⁾.

وهي ما تأثرت جميعها في ظل جائحة كورونا وما صاحبها من انتشار للشائعات، ففي أكبر بحث ميداني عالمي من نوعه شمل أكثر من 80 ألف شخص في 40 دولة لاستقراء كيفية استخدام وسائل الإعلام على أعتاب عصر كوفيد 19، أظهرت نتائج تقرير معهد رويتر للأخبار الرقمية 2020 بالتعاون مع جامعة أوكسفورد أن الإقبال على الأخبار

حول العالم تزايد مع الوباء، ولكن الثقة في هذه الأخبار تراجعت بسبب ارتفاع نسبة الشائعات والأخبار الكاذبة⁽³⁾.

وقد أشارت الدراسات إلى أن الأخبار الكاذبة تنتشر 6 مرات أسرع من الأخبار الصحيحة، كما أشارت دراسة أمريكية هائلة أنه من بين 2311 منشوراً نُشر حول فيروس كورونا المستجد في 87 دولة ب 25 لغة، كان (89%) شائعات، (7.8%) اعتبروها نظريات مؤامرة، (3.5%) رفضوا تماماً واقع الأزمة⁽⁴⁾.

وعلى ذلك فقد سعت الدراسة الحالية إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين تعرض الجمهور للشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد على مواقع التواصل الاجتماعي، وتوافقهم النفسي والاجتماعي أثناء فيروس كورونا المستجد.

الدراسات السابقة:

قامت الباحثة بمراجعة التراث العلمي السابق المرتبط بموضوع الدراسة، وذلك من خلال عرض النتائج العلمي من الدراسات السابقة، وتم حصر هذه الدراسات وترتيبها ترتيباً زمنياً من الأحدث إلى الأقدم، وقد تم تقسيم هذه الدراسات على النحو التالي:

- دراسات تناولت مواقع التواصل الاجتماعي وفيروس كورونا المستجد.
- دراسات تناولت شائعات مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها السلبية.

المحور الأول: دراسات تناولت مواقع التواصل الاجتماعي وفيروس كورونا المستجد:

سعت دراسة سماح محمد محمدي (2021م)⁽⁵⁾ إلى رصد دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل ثقة الشباب المصري في الحكومة، وتحليل أثر الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات على طبيعة الاتجاهات المتشكلة لديهم نحو أداء الحكومة المصرية، والعوامل والمتغيرات المؤثرة عليها، واتجاهاتهم نحو أداء الحكومة خلال سنة على عينة بلغت 400 مفردة، تم جمعها من خلال أداة جوجل فورم أثناء أزمة كورونا بالموجة الأولى.

كشفت النتائج عن ارتفاع ثقة الشباب في أداء الحكومة المصرية، وارتفاع تأييدهم ورضاهم عن قرارات الحكومة المصرية للحد من جائحة كورونا، كما أكدت ارتفاع معدل استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، واعتبروها المصدر الأساسي للمعلومات عن الجائحة، وكشفت أيضاً عن تزايد استخدام الشباب للصفحات الحكومية والرسمية.

بينما هدفت دراسة هبة الله صالح السيد صالح (2021م) ⁽⁶⁾ إلى التعرف على الطريقة التي يستقي بها الجمهور معلوماته حول جائحة كورونا من وسائل الإعلام المختلفة كمصدر لتعزيز الوعي الجماعي، بالإضافة إلى تفضيلاتهم لمصادر معلومات محددة دون غيرها، وطبقت الدراسة على عينة مكونة من 200 مبحوث، وتم جمع البيانات منها عن طريق استبانة إلكترونية؛ لضمان التباعد الاجتماعي، وذلك خلال شهر مايو 2020.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، منها: أن ما يقرب من 81.5% من أفراد العينة كانوا يتابعون أخبار الفيروس عبر وسائل الإعلام المختلفة؛ مما يثبت أن الأفراد في أوقات الأزمات يسعون إلى متابعة وسائل الإعلام بشكل مكثف لملء نقص المعرفة وتقليل حالة التوتر التي يعانون منها، كما كشفت أيضاً أنه توجد علاقة ارتباطية مباشرة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الجمهور لمحتوى فيروس كورونا في وسائل الإعلام المختلفة، ومدى مشاركتهم في التعليق على المحتوى الإعلامي، وإدراكهم للدور الإيجابي لوسائل الإعلام في التوعية بفيروس كورونا.

هدفت دراسة وفاء صلاح عبد الرحمن (2021م) ⁽⁷⁾ التعرف على مدى فعالية استراتيجيات الاتصال المعلوماتي الإلكتروني الحكومي لتوعية أفراد المجتمع المصري بجائحة كورونا، دراسة وصفية استخدمت منهج المسح، والاستبانة كأداة لجمع البيانات على عينة بلغت 400 مفردة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها: تنوع المصادر الإعلامية التي اعتمد عليها المبحوثون، وساعدت في رفع الوعي المجتمعي حول الفيروس، تصدر موقع منظمة الصحة العالمية المصادر الإلكترونية التي يتجه إليها الجمهور في الحصول على المعلومات، كما جاءت مواقع التواصل الاجتماعي بمقدمة الوسائل الإعلامية والاتصالية التي يحصل من خلالها أفراد العينة على معلومات حول فيروس كورونا، جاء الفيسبوك أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثون في الحصول على الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا.

وهدفت دراسة F J Damanik1 and D B Setyohadi (2021) ⁽⁸⁾ إلى تحليل المشاعر العامة حول فيروس كورونا المستجد على مواقع تويتر باستخدام تقنية Multinomial Naive Bayes And Support Vector Machine، وهي أحد أهم طرق تحليل المشاعر لتحليل مشاعر الإندونيسيين عن موضوع جائحة كوفيد-19

على وسائل التواصل الاجتماعي على تويتر بأقصى قدر من الدقة؛ لتحديد هل المشاعر إيجابية، أو محايدة، أو سلبية حول الجائحة، وأشارت النتائج التي تم الحصول عليها إلى أن رأي الشعب الإندونيسي فيما يتعلق بـ Covid-19 هو أن الاتجاه الموجب والمحايد أكثر من السلبي بمتوسط 40% إيجابي ومحايد، بينما السلبية 20%. كما أشارت النتائج أن طريقة Support Vector Machine هي أفضل نموذج في هذه الدراسة بقيمة 93%. باختلاف بسيط مع طريقة Naive Bayes Multinomial البالغة 92%.

بينما هدفت دراسة (Walaa m Shate & Doaa Abdeldaim (2021) ⁽⁹⁾ إلى تحديد تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على انتشار الذعر من مرض كوفيد-19 بين البالغين في مصر. من خلال دراسة مقطعية شملت 2032 مشاركاً باستخدام عينات كرة الثلج عبر الإنترنت في مايو 2021، واعتمدت على استبانة تتكون من ثلاثة أقسام: (الخصائص الديموغرافية، منصات التواصل الاجتماعي المستخدمة، تأثير وسائل التواصل على المشاركين في الدراسة).

وتوصلت الدراسة إلى أن ما يقرب من نصف العينة يرى أن نشر الأخبار حول COVID-19 على منصات التواصل الاجتماعي له دور كبير في نشر الخوف بين الناس، وقد أفاد أكثر من نصف المشاركين في الدراسة أن مستوى الصفحات المصرية على وسائل التواصل الاجتماعي التي تغطي COVID-19 لم يكن جيداً، يختلف تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الذعر بين المصريين باختلاف الجنس ومستوى التعليم والمهنة. لذلك، أدت وسائل التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في نشر الذعر أثناء جائحة كوفيد-19.

بينما هدفت دراسة (Chris G. Sibley, et al (2020) ⁽¹⁰⁾ إلى التعرف على مستوى الثقة في الحكومة وطبيعة الاتجاهات نحو المؤسسات الصحية بالدولة خلال فترة الإغلاق للحد من انتشار فيروس كورونا، ولتحقيق هدف الدراسة تم تطبيق أداة الاستبانة على 1000 مفردة قبل تطبيق قرار الإغلاق في نيوزيلاندا، كما تم تطبيق 1000 استبانة أخرى بعد قرار الإغلاق، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع درجة ثقة الباحثين في أداء الحكومة ووزارة الصحة في معالجة فيروس كورونا، ارتفاع درجة القلق والتوتر لدى الباحثين جراء انتشار الفيروس.

وسعت دراسة (Mehrab Nazir & Others (2020)⁽¹¹⁾ إلى بحث طبيعة العلاقة بين التعرض لوسائل الاعلام الاجتماعي خلال جائحة كورونا ودرجة الوعي بالسلوك الوقائي، وكذلك البحث في التأثير المباشر وغير المباشر لمواقع التواصل الاجتماعي، مستخدمة منهج المسح عبر الإنترنت على 500 مفردة في باكستان، وتوصلت إلى عدة نتائج، منها أن التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي ليس له تأثير مباشر على السلوك الوقائي، إنما تأثير غير مباشر من خلال تبني استراتيجيات التوعية المناسبة وتبادل المعلومات، وأن وسائل التواصل الاجتماعي مصدر للمعلومات السريعة التي يمكن تحديثها على الفور لرصد حقائق وأرقام متعلقة بالفيروس في الداخل والخارج، وأن وسائل التواصل الاجتماعي تعزز الاتصال المتعلق بالصحة من خلال رفع حملات التوعية.

هدفت دراسة (Azzam Mourad & others (2020)⁽¹²⁾ إلى التعرف على أثر وباء المعلومات الخاص بجائحة كوفيد-19 على مواقع التواصل الاجتماعي، واستخدمت الدراسة منهج تحليل المحتوى لعينة بلغت مليون تغريدة على تويتر خلال شهرين، بالإضافة إلى تحليل 288000 ملف تعريفى للمستخدمين في سياق التغريدات، وكشفت النتائج عن استغلال أزمة كوفيد-19 لإعادة توجيه القراء إلى مواضيع غير ذات صلة، كما أشارت إلى زيادة انتشار المعلومات الطبية غير الصحيحة عن الجائحة، كما أشارت إلى ضرورة الاعتماد على مستخدمين موثوقين ومطوري محتوى موثوقين في مجالات متعددة لإدارة الشبكات الاجتماعية خلال فترة الأزمات.

بينما هدفت دراسة (Ahmad, Araz Ramaza (2020)⁽¹³⁾ إلى تحديد كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية المبلغ عنها ذاتياً وانتشار الذعر بشأن COVID-19 في إقليم كردستان العراق، من خلال استبانة عبر الإنترنت، وتم أخذ عينة من إجمالي 516 مستخدماً لوسائل التواصل الاجتماعي.

وقد توصلت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير في نشر الخوف والذعر فيما يتعلق بتفشي فيروس كورونا في كردستان العراق، مع تأثير سلبي على الصحة العقلية للناس ورفاهيتهم النفسية، جاء الفيس بوك أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً لنشر الذعر بشأن تفشي COVID-19 في العراق، هناك علاقة إحصائية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي المبلغ عنها ذاتياً وانتشار الذعر المرتبط ب COVID-19.

وهدفت دراسة إيمان حسين (2020م)⁽¹⁴⁾ التعرف على درجة التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بفيروس كورونا المستجد من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وأثره على مناعتهم النفسية، دراسة وصفية، استخدمت منهج المسح وأداة الاستبانة على عينة قوامها 358 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات حول فيروس كورونا ومناعتهم النفسية.

وسعت دراسة ریحاب سامی (2020)⁽¹⁵⁾ إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا، ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديهم، دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح، وتم تطبيق استبانة إلكترونية؛ متضمنة مقياساً للوعي الصحي على عينة قوامها 400 مفردة من مستخدمي وسائل الإعلام الجديد، وارتفاع الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا، وجاءت طرق الوقاية والأعراض وطرق انتقال العدوى والطرق الوقائية والاحترازية، واكتساب المعلومات الصحية الجيدة ومتابعة كل مستجدات الجائحة كأكثر المضامين المفضلة، وزادت الثقة في المواقع الرسمية أكثر من غيرها من وسائل الإعلام الجديد.

هدفت دراسة فوده محمد على (2020)⁽¹⁶⁾ إلى التعرف على مدى قدرة (مواقع التواصل الاجتماعي) بكافة منصاتهما على مد الشباب بالمعلومات أثناء جائحة كورونا، كما هدفت إلى التعرف على تأثير الإعلام الجديد في نشر الثقافة الصحية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت أداة الاستبانة على عينة من الشباب السعودي بلغ قوامها 300 مفردة، وأكدت النتائج أن 82.7% من أفراد العينة يرون أن أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها في الحصول على المعلومات عن كورونا هو موقع "تويتر"، ونسبة 40.3% منهم يرون أنه موقع "الإنستغرام"، ونسبة 36% منهم يرون أنه موقع "سناب شات"، ونسبة 34% منهم يرون أنه موقع "الفيس بوك"، وأن العناصر الديموجرافية لم تؤدي دوراً في دافعية الأفراد نحو متابعة جائحة كورونا.

المحور الثاني: دراسات تناولت شائعات مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها على الجمهور: هدفت دراسة سمر عز الدين جلال (2021م)⁽¹⁷⁾ إلى الكشف عن العلاقة المحتملة بين مستويات القلق (عالٍ، متوسط، منخفض) ومعدل التعرض لشائعات كورونا على

مواقع التواصل الاجتماعي لدى عينة من الشباب المصري، وهي دراسة وصفية ميدانية باستخدام منهج المسح، حيث طبق مقياس القلق على عينة قوامها (238) من الشباب من سن 18 إلى 45 عاماً.

وتوصلت الدراسة إلى: أن (91%) من عينة الدراسة يهتمون إلى حد كبير بمتابعة جائحة كورونا عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، خاصة على الفيس بوك، وأن (62%) من العينة يثقون إلى حد كبير فيما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي، كما أن (74%) من العينة تعرضوا للشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي حول جائحة كورونا، كما ثبتت صحة الفرض الأول، وهو وجود علاقة ارتباطية بين معدل التعرض لشائعات كورونا ومستويات القلق لدى الجمهور عينة الدراسة لصالح من تعرضوا للشائعات بدرجات مرتفعة.

سعت دراسة رشا عادل (2021م)⁽¹⁸⁾ إلى رصد وتحليل البحوث العربية والأجنبية- (بشكل كفي ونقدي)، وقد هدفت الدراسة إلى: إبراز مسار التطور في دراسات نشر الشائعات وتأثيراتها خلال الأزمات في العالم، وقد اعتمدت الباحثة على منهج المسح بالعينة، تمثلت أداة جمع البيانات في استمارة تحليل تضمنت الإشكاليات البحثية المثارة في البحوث موضع التحليل، اعتماداً على تطبيق أسلوب تحليل المستوى الثاني، وتحدد الإطار الموضوعي لمجتمع التحليل في مجموعة الدراسات والبحوث سواء المنشورة أو غير المنشورة باللغتين العربية والإنجليزية، ذات الصلة بموضوع وبمجال نشر الشائعات وتأثيراتها خلال الأزمات خلال الفترة الزمنية من 2016م وحتى 2021م.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها: اتفاق كل من الدراسات العربية والغربية في كون تأثير الشائعات خلال الأزمات السياسية ليس له إلا هدف واحد؛ وهو تهديد السلم المجتمعي أو الأمن الداخلي للمجتمع، وجاءت أهم الأساليب التي تسعى إلى التصدي للشائعات عبر وسائل الإعلام هي التكرار، العقيدة والدين، العاطفة والاستعطف، الشعارات، الاختبار، الاختلاق، الاستنكار والإنكار.

هدفت دراسة خالد إبراهيم إسحاق (2021م)⁽¹⁹⁾ التعرف على اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو انتشار الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي؛ من خلال التعرف على الإشباع المتحققة من انتشار الشائعات، وكشف العوامل المهيئة لانتشار الشائعات لدى الطلبة بكلية الاتصال بجامعة الشارقة، وتم استخدام المنهج الوصفي وأداة الاستبانة.

وتوصل البحث إلى عدة نتائج، منها: أن الشائعات الأكثر انتشاراً في وسائل التواصل الاجتماعي من حيث الإطار الزمني هي: الشائعات التي تنتشر بسرعة بين الناس، والشائعات التي ترتبط بظروف خاصة ثم تختفي، والشائعات التي تنتقل ببطء وبطريقة سرية، وأن الشائعات الأكثر انتشاراً في وسائل التواصل الاجتماعي من حيث الجهة المستهدفة هي: الشائعات الفردية التي تطلق على فرد معين كالفنانين ونجوم المجتمع، والشائعات التي تتعلق بالشخصيات البارزة، والشائعات الجماعية التي تستهدف مجموعة من الناس، والشائعات المجتمعية التي تستهدف المجتمع ككل.

هدفت دراسة سامي محمد الشربيني (2020م)⁽²⁰⁾ إلى تحديد العلاقة بين الشائعات الإلكترونية واستقرار الأمن الفكري لدى الشباب، وذلك من خلال منهج المسح الاجتماعي الشامل للشباب أعضاء الجمعية العمومية بمركز شباب مدينة فاقوس محافظة الشرقية وعددهم ٣٢٠ مفردة، والمسح الشامل للأخصائيين الاجتماعيين العاملين بإدارة الشباب والرياضة، وعددهم ٢٢ أخصائياً اجتماعياً، وأشارت النتائج إلى تأثير الشائعات الإلكترونية على الأمن الفكري لدى الشباب، وذلك من خلال ضعف دافع الانتماء للوطن، وضعف دافع المشاركة المجتمعية، وتدني مستوى الاعتدال والوسطية لدى الشباب.

هدفت دراسة محمد فؤاد الدهراوي (2020م)⁽²¹⁾ الكشف عن مدى إدراك المصريين لتأثيرية الآخرين بالشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي، بالتطبيق على جائحة كورونا، وذلك من خلال اختبار فروض نظرية تأثر الشخص الثالث، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، واستخدمت صحيفة الاستقصاء، وطبقت على عينة حصصية قوامها 600 مفردة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، موزعة بالتساوي على ثلاث محافظات (القاهرة، والغربية، وسوهاج)، بواقع 200 مفردة لكل محافظة، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

ثبتت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى إدراك العينة لتأثرهم بالشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بمستوى إدراكهم لتأثيرها على الآخرين، وهو الفرض الإدراكي لنظرية تأثر الشخص الثالث الذي صاغه (Philips Davison, 1983)

هدفت دراسة أسامة بن غازي المدنى (2019م)⁽²²⁾ إلى التعرف على دور شبكة التواصل الاجتماعي تويتر في نشر الشائعات بين طلاب الجامعات السعوديين، حيث تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية والتي تعتمد على المنهج المسحي، وأجريت الدراسة

على عينة عمدية من مستخدمي «تويتر» من جامعتي (أم القرى- الملك عبد العزيز) قوامها 400 مفردة، واعتمدت الدراسة على استمارة الاستقصاء.

وتوصلت الدراسة إلى أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس اتجاهاتهم نحو الشائعات تبعاً لاختلاف دوافع التعرض لشبكة تويتر.

وسعت دراسة صفاء عباس إبراهيم (2019م) ⁽²³⁾ إلى الوقوف على الشائعة وأثرها السلبي على الفرد والمجتمع، وتوصلت الدراسة إلى أن للشائعة أثراً بالغاً على الفرد والمجتمع، وأنها تعوق عملية فهم المجتمعات لطبيعة الظروف التي تمر بها وتجعلها عاجزة عن استيعاب الضرورات التاريخية التي تؤثر على اتجاه حركتها ونموها على أرض الواقع، وكذلك تعمل الشائعات على إعاقة خروج المجتمعات من أزماتها في الوقت المناسب، فالشائعة تعمق الأزمة وتوسع نطاقها أيضاً.

فيما سعت دراسة عصام رمضان العليمي (2019م) ⁽²⁴⁾ للتعرف على دوافع انتشار الشائعات وأبعادها النفسية وآثارها الاقتصادية والاجتماعية ومدى تأثيرها على الرأي العام؛ سعياً لوضع استراتيجية متكاملة لمعالجة الشائعات الإلكترونية، وتوصلت إلى عدة نتائج، من أهمها: أن الشائعات الإلكترونية تعد من أخطر وسائل الحرب النفسية على المجتمعات، وأن انتشار الشائعات يؤدي إلى انهيار الدولة وتعطيل مسيرة التنمية، وأن وسائل الإعلام الجديدة أكثر نَشراً للشائعات بتأثيراتها المختلفة، وأن التقدم التقني المعلوماتي أوجد فراغاً تشريعياً لمواجهة الجريمة المعلوماتية.

وهدف دراسة محمد بن عائض التوم (2019م) ⁽²⁵⁾ تحديد مضمون الشائعة وأنواعها، وأسلوبها، وأغراضها والمستهدفين منها، من خلال الاعتماد على تويتر كأحد وسائل التواصل الاجتماعي، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، واستخدام المنهج الكيفي والكمي، من خلال تحليل المضمون لمجموع التغريدات المكتملة العناصر التي يتم تحديدها من قبل الباحث وهي (52) تغريدة الخاصة بحساب هيئة مكافحة الشائعات، وقد تم تحويل البيانات إلى بيانات كمية لإظهار النتائج الكمية للبحث، وتوصلت الدراسة إلى أن مضمون الشائعة يأخذ أشكالاً وأنواعاً متعددة، ترتبط غالباً بطبيعة الظروف والمواقف التي تظهر فيها، وتكون موجهة إلى رموز وأفراد مجتمعية، أو جماعات، أو حركات، أو تنظيمات، أو مجتمعات تربطهم عوامل معينة كعامل العرق أو الدين أو قضية تمثل رابطاً بينهم، وتتعدد الأغراض من الشائعة ما بين

تأجيج المجتمع ضد الدولة، وتأجيج العاطفة الدينية، وزعزعة الأمن، كما تتوع أسلوب الشائعة على الترتيب، أسلوب الاستفزاز، يليه أسلوب التخويف، ثم أسلوب الاستغلال، وأخيراً أسلوب السخرية.

وهدف دراسة عبد الرحمن عبد الله بدوي (2019م) ⁽²⁶⁾ إلى التعرف على علاقة التعرض للشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وأثارها السلبية على طلاب جامعة الملك سعود، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة العشوائية البسيطة لعينة بلغت 100 مفردة من طلاب قسم الدراسات الاجتماعية بكلية الآداب، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، منها: أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي عرضاً للشائعات جاء بالترتيب كالتالي: (واتساب، تويتر، يوتيوب، إنستجرام، فيس بوك، مدونات)، كما جاءت أهم العوامل المرتبطة باتجاهات الشباب الجامعي نحو الشائعات في (الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الجديدة، ودرجة الثقة في مروجي الشائعات، وجماعة الرفاق، والمستوى الثقافي للشباب).

وسعت دراسة بلال وكال (2018م) ⁽²⁷⁾ للتعرف على مضامين الشائعات في شبكات التواصل الاجتماعي، والبحث في أسباب انتشارها، وأي مواقع التواصل الاجتماعي أكثر نشرًا للشائعات، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، واستعانَت بأداة الاستبانة، وتكون مجتمع الدراسة من أعضاء مجتمع المسيلة وبلغت عينة الدراسة 60 شخصاً، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها أن درجة نشر الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي جاءت بنسبة متوسطة، كما حاز الفيسبوك المرتبة الأولى من بين أكثر الشبكات التي تستخدمها العينة، وأن أهم أسباب نشر الشائعات على مواقع التواصل هو سهولة إنتاج المعلومات ونشرها، ويرى 60% أن أخبار مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من حصيلتهم الثقافية والعلمية.

وهدف دراسة فهد عبد العزيز العقيلي (2017م) ⁽²⁸⁾ إلى رصد وتحديد الدوافع التي تقود إلى اختلاق الشائعات وترويجها، ولماذا يصدق الكثير من الأشخاص الشائعة ويسهمون في ترويجها؟ وما الأهداف التي يتم من أجلها اختلاق الشائعات؟ وكيف يمكن معالجة هذه الظاهرة والحد من تأثيراتها السلبية؟ وتوصلت الدراسة إلى تحديد مجموعة من الأهداف التي تقف وراء اختلاق الشائعات، وتحديد هدف كل شائعة والغرض من إطلاقها، كما أكدت على أهمية إجراء الدراسات والبحوث العلمية التي تعين على فهم كل

ما يتعلق بالشائعات سواء من حيث الهدف، أو التفسيرات العلمية التي تدفع الجماهير لتصدقها.

فيما تناولت دراسة رائد حزام الكرناف (2014م) (29) خطورة انتشار الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي وتهديد الأمن المجتمعي؛ من خلال التعرف على طبيعة الشائعات الإلكترونية وكيفية مكافحتها، ومعرفة الآثار الاجتماعية والاقتصادية والنفسية لها، وتشكل مجتمع الدراسة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وتمثلت العينة في مجموعة من المختصين في الأجهزة الأمنية والمؤسسات ذات العلاقة بموضوع الدراسة، وتوصلت إلى أنها تساعد الشائعة على نشر الخصومة والبغضاء بين أفراد المجتمع، وأن الآثار الاجتماعية للشائعات إيصال المجتمع إلى ذروة الاهتزاز، وأن المجتمع المتمتع بالشفافية والصراحة يستطيع مواجهة الشائعة دون عناء، لأن الحقائق تقتل الشائعة في مهدها. إن موقع تويتر ذو صلة أساسية بترويج الشائعات، وأن الشائعات على موقع تويتر أكثر سرعة منها على مواقع التواصل الأخرى.

التعليق على الدراسات السابقة:

- تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة العربية والأجنبية في اهتمامها بدراسة موضوع من أهم الموضوعات التي فرضت نفسها ليس فقط الدراسات الإعلامية، ولكن الدراسات العلمية في مختلف المجالات بشكل عام وهو فيروس كورونا المستجد، وكيفية منع انتشاره ومواجهة آثاره.
- اهتمت الدراسات الأجنبية والعربية بدور وسائل الاعلام الجديدة، ومدى اعتماد الجمهور عليها وقت الأزمات، إلا أنها لم تُشر بشكل مفصل إلى طبيعة هذه الأزمات ومراحلها خاصة المتجددة أو المتكررة كأزمة كورونا التي مررنا فيها بأربع موجات متعاقبة، ولا زالت مستمرة.
- جاءت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أكثر النظريات العلمية التي اعتمدت عليها الدراسات خاصة العربية؛ لتحديد مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام وقت الأزمات، في حين ركزت الدراسات الأجنبية على نظريات انتقال الشائعات بالإضافة إلى الاعتماد.
- اتجهت الدراسات الأجنبية لعمل بحوث ودراسات ميدانية مجمعة وزيادة حجم العينة إلى آلاف المبحوثين؛ لبحث الظواهر المرتبطة بالأزمة، في حين اقتصرت الدراسات العربية على البحوث الفردية ذات العينات الصغيرة نسبياً.

- عنيت معظم الدراسات بدور وسائل الإعلام الجديد بنشر الوعي أثناء جائحه كورونا، ودراسة دور الصفحات الرسمية للمنظمات والهيئات الصحية.
- اعتمدت معظم الدراسات العربية على الاستبانة في المرتبة الأولى، يليها تحليل المضمون في المرتبة الثانية لجمع المعلومات عن أزمة كورونا المستجد، وندرة الدراسات التي لجأت لتصميم مقاييس لقياس الآثار المترتبة على الأزمة.
- ركزت الدراسات العربية على التعرف على الآثار السلبية لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي أثناء كورونا بصفة عامة، في حين اتجهت الدراسات الأجنبية إلى التخصص في دراسة الآثار السلبية للشائعات (نفسية، صحية، اجتماعية).
- ندرة الدراسات التي اهتمت ببحث العلاقة بين تعرض الجمهور للشائعات وتوافقهم النفسي الاجتماعي وقت الأزمة، كذلك الآثار النفسية والاجتماعية للأزمة.

مشكلة الدراسة:

صاحب الإعلان عن فيروس كورونا المستجد وانتشاره كوباء عالمي في يناير 2020 انتشار العديد من الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تتعلق بعدد حالات الإصابة والتعافي والوفيات، وبرتوكولات العلاج، وسبل الوقاية، والتطعيمات، وغيرها من الشائعات التي ساعدت على زيادة حالة القلق والتوتر لدى الجماهير. وبما أن توافق واتزان الفرد نفسياً واجتماعياً، وقدرته على التكيف مع الضغوط والمؤثرات والصراعات والأحداث؛ يؤثر في قراراته وكل ما يتعلق بحالته الصحية والنفسية والاجتماعية بصفة عامة؛ يصبح من الأهمية بمكان رصد طبيعة العلاقة بين تعرض الجمهور لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة التوافق النفسي الاجتماعي لديهم أثناء الأزمة.

وعلي ذلك تتحدد مشكلة الدراسة في اختبار العلاقة بين تعرض الجمهور للشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد على مواقع التواصل الاجتماعي، ومستوى التوافق النفسي الاجتماعي للجمهور أثناء جائحة كورونا المستجد.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من عدة اعتبارات، منها:

- تتابع تداعيات وتأثيرات جائحة كورونا على مستوى الفرد والمجتمع، بل والعالم أجمع في موجات متتالية بلغت أربع موجات حتى تاريخ البحث.

- تعد الدراسة واحدة من الدراسات البينية التي تجمع بين علم الإعلام وعلم النفس الاجتماعي في دراسة ظاهرة مجتمعية خطيرة.
 - تدرس ظاهرة اجتماعية خطيرة منتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي وهي الشائعات.
 - تناولها للشائعات الإلكترونية وما لها من آثار سلبية على الفرد والمجتمع وقت الأزمات.
 - تأتي أهميتها من أهمية عملية التكيف بين الفرد وبيئته المادية والاجتماعية؛ مما يؤدي إلى إشباع حاجاته وتحقيق متطلباته.
 - تسليط الضوء على أثر الشائعات على التكيف النفسي والاجتماعي وقت الأزمات.
 - تصحيح الممارسات الاتصالية وقت الأزمات من خلال التعرف على أنواع وطبيعة شائعات مواقع التواصل الاجتماعي وقت الأزمات، وأساليب تعامل الجمهور معها؛ بما يساهم في تطوير الجهات الرسمية لأساليب مواجهة الشائعات بما يتوافق مع رؤية الجمهور.
- أهداف الدراسة:

- تسعى الدراسة الحالية إلى التعرف على علاقة تعرض الجمهور لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي والتوافق النفسي الاجتماعي لديهم أثناء جائحة كورونا المستجد، ويتفرع من هذا الهدف الرئيس عدة أهداف فرعية، هي:
1. التعرف على درجة اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول جائحة كورونا المستجد كوفيد 19 .
 2. تحديد مدى ثقة الجمهور بالمعلومات المقدمة عن فيروس كورونا المستجد بمواقع التواصل الاجتماعي.
 3. رصد أنواع الشائعات التي تعرض لها الجمهور عن فيروس كورونا المستجد من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.
 4. التعرف على مدى تعرض الجمهور لشائعات فيروس كورونا المستجد على مواقع التواصل الاجتماعي.
 5. الكشف عن أساليب مواجهة الجمهور لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا المستجد .

6. التعرف على تقييم الجمهور للأساليب الحكومية المتبعة في مواجهة الشائعات الإلكترونية الخاصة بفيروس كورونا المستجد على مواقع التواصل الاجتماعي.
7. التعرف على علاقة التعرض لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بفيروس كورونا المستجد على التوافق النفسي الاجتماعي للجمهور طبقاً لبعض المتغيرات الوسيطة، مثل (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة، محل الإقامة).

تساؤلات الدراسة:

1. ما درجة اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات عن جائحة كورونا؟
2. ما مدى ثقة الجمهور في المعلومات المقدمة حول فيروس كورونا المستجد بوسائل الإعلام المختلفة؟
3. ما مواقع التواصل الاجتماعي التي اعتمد عليها الجمهور في الحصول على معلومات عن فيروس كورونا المستجد؟
4. ما معدل تعرض الجمهور لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي؟
5. ما درجة تفاعل الجمهور مع مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا المستجد؟
6. ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي نشرًا للشائعات عن فيروس كورونا المستجد؟
7. ما أنواع الشائعات المرتبطة بفيروس كورونا المستجد التي تعرض لها الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي؟
8. ما مدى تأثير الجمهور بشائعات مواقع التواصل الاجتماعي المرتبطة بجائحة كورونا المستجد؟
9. ما أساليب مواجهة الجمهور لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا المستجد؟
10. ما تقييم جمهور الدراسة لدور الحكومة في مواجهة الشائعات أثناء جائحة كورونا المستجد؟
11. ما علاقة التعرض لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي والتوافق النفسي الاجتماعي للجمهور أثناء جائحة كورونا المستجد؟

فروض الدراسة:

1. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الجمهور لشائعات (فيروس كورونا المستجد) المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى توافقهم النفسي الاجتماعي.
2. يوجد تباين دال إحصائياً في درجة التوافق النفسي الاجتماعي للجمهور تبعاً لدرجة التعرض للشائعات بمواقع التواصل الاجتماعي.
3. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل التعرض للشائعات تبعاً لبعض المتغيرات الوسيطة، مثل (النوع، العمل، محل الإقامة).
4. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل التعرض للشائعات تبعاً لبعض المتغيرات الوسيطة، مثل (العمر، المؤهل الدراسي، درجة الاعتماد على مواقع التواصل في الحصول على المعلومات).
5. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التوافق النفسي الاجتماعي للجمهور أثناء جائحة كورونا تبعاً لبعض المتغيرات الوسيطة، مثل (النوع، العمل، محل الإقامة).
6. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التوافق النفسي الاجتماعي للجمهور أثناء جائحة كورونا المستجد تبعاً لبعض المتغيرات الوسيطة، مثل (العمر، المؤهل الدراسي، درجة الاعتماد على مواقع التواصل).

الإطار النظري للدراسة:

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تستند الدراسة الحالية إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، والتي تعد مجالاً تطبيقياً متميزاً لدراسة تأثير الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي وقت الأزمات، حيث تهتم النظرية بدراسة العلاقة بين ثلاثة جوانب تتبادل التأثير والتأثر وهي: وسائل الإعلام، والجمهور، والنظام الاجتماعي⁽³⁰⁾.

وقد قام منظرو نظرية الاعتماد بوضع فرضية أساسية للنظرية، وهي: أنه تزداد قدرة رسائل وسائل الاتصال على تحقيق التأثيرات المعرفية، والعاطفية، والسلوكية عندما توفر معلومات متميزة وأساسية، وتزداد هذه القدرة عندما يكون هناك درجة عالية من عدم الاستقرار في المجتمع⁽³¹⁾.

هذا وتؤكد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على دور المتغيرات الديموجرافية للجمهور مثل: (النوع، السن، المستوى التعليمي، المستوى الثقافي، المستوى الاقتصادي...) على درجة وقوة اعتماده على وسائل الإعلام⁽³²⁾.

كما أكدت النظرية على أن التأثير الخاص بتغير ظروف المتلقين المعرفية والعاطفية والسلوكية يمكن أن يرتد بدوره لإحداث تغيير في كل من المجتمع والوسائل الجماهيرية⁽³³⁾.

وفي مجال نظرية الاعتماد؛ فإن الاتصال الرقمي لا يعتبر نظاماً للمعلومات فقط؛ ولكنه عديد من النظم الخاصة بفئات المستخدمين والزائرين وحزم المواقع وأهدافها التي تتفق مع أهداف المستخدمين والزائرين لتلك المواقع⁽³⁴⁾.

مدى إفادة الدراسة الحالية من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تستفيد الدراسة الحالية من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، التي تؤكد أن حاجة الجمهور إلى المعلومات تزداد في حالات عدم الاستقرار في المجتمع جراء تغيرات معينة، وهو ما حدث جراء جائحة فيروس كورونا المستجد، واعتبار نظام الاتصال الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي أنظمة اتصالية تلبى حاجات الجمهور إلى المعلومات باعتبارها، وكما أشارت الدراسات السابقة أحد أهم مصادر الأفراد في الحصول على المعلومات عن فيروس كورونا المستجد.

فاعتماد الجمهور على وسائل الاتصال بما تمتلك من خصائص معينة تجعل كل وسيلة أقل أو أكثر اعتماداً من الأخرى، كما أشارت إلى امتلاك الشبكة العنكبوتية مجموعة كبيرة من السمات الاتصالية التفاعلية التي تساعد على تحقيق العملية الاتصالية؛ والذي تستفيد منه الدراسة الحالية في التعرف على درجة اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات عن فيروس كورونا المستجد، وحجم تعرضهم للشائعات المتعلقة به على هذه المواقع، وتأثيرات هذا الاعتماد والتعرض على توافقهم النفسي الاجتماعي أثناء جائحة كورونا المستجد.

مفاهيم الدراسة:

الشائعات: تعرف الدراسة الحالية الشائعات بأنها "الترويج لخبر أو معلومة مغلوطة، أو غير متحقق من صحتها، أو تعمد المبالغة، أو التهويل أو التهوين لأي معلومة حول فيروس كورونا المستجد على شبكات مواقع التواصل الاجتماعي؛ بقصد التأثير على الجمهور لتحقيق أهداف معينة (نفسية، اجتماعية، اقتصادية، سياسية...)" .

مواقع التواصل الاجتماعي: ونعني بها "تلك الشبكات الاجتماعية القائمة على الويب التي تتيح للمستخدمين الاتصال بالآخرين وتبادل الأفكار والآراء معهم بشكل عام، ومنها (فيس بوك، وتويتر، واتس اب، انستغرام، يوتيوب)".

التوافق النفسي الاجتماعي: ويقصد به "عملية دينامية مستمرة تظهر في مدى رضا الفرد عن نفسه وإقامته علاقات اجتماعية، والامتثال لقواعد الضبط الاجتماعي، بحيث يحدث فيها تغيير أو تعديل في سلوك الفرد أو أهدافه وحاجاته، أو البيئة المحيطة به؛ بقصد إشباع حاجاته بما يحقق له الشعور بالرضا والامن النفسي⁽³⁵⁾.

ويتضمن التوافق النفسي الاجتماعي التفاعل المتصل بين الشخص وبيئته، كل منهما يؤثر في الآخر ويفرض عليه مطالبه، وفي معظم الحالات يكون التكيف توفيقاً بين هذين الموقفين المتقابلين⁽³⁶⁾.

ويرى سفيان (1997) أن التكيف النفسي الاجتماعي يعني إشباع الفرد لحاجاته النفسية، وتقبله لذاته، واستمتاعه بحياة خالية من التوترات والصراعات والاضطرابات النفسية، واستمتاعه بعلاقات اجتماعية حميمة ومشاركته في الأنشطة الاجتماعية وتقبله لعادات مجتمعه⁽³⁷⁾.

وتعرف الباحثة التوافق النفسي الاجتماعي بأنه "قدرة الفرد على تغيير سلوكه تبعاً للظروف الخارجية التي قد تؤثر عليه؛ ليحدث علاقة أكثر توازناً وتوافقاً مع البيئة المحيطة به اجتماعياً ونفسياً، كما نعني به، بأنه ما يقيسه مقياس التوافق النفسي الاجتماعي للجمهور المتعرض لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي أثناء فيروس كورونا المستجد.

الأزمة: تعرفها الباحثة بأنها "أي خلل في النظام يؤثر تأثيراً مادياً على الفرد والمجتمع ويشكل تهديداً للافتراضات الأساسية، وينجم عنه خسائر في الأرواح أو الممتلكات.

جائحة: طبقاً لتعريف منظمة الصحة العالمية فهي أعلى درجات انتشار المرض جغرافياً، بحيث لا تكاد تخلو منطقة منه؛ مما يتطلب تدخلات مباشرة من قبل المنظمات الدولية، خاصة منظمة الصحة العالمية لمتابعة الإجراءات الوقائية، وتحديد السياسات الصحية⁽³⁸⁾.

فيروس كورونا المستجد كوفيد 19: فيروسات كورونا فصيلة واسعة الانتشار معروفة بأنها تسبب أمراضاً تتراوح من نزلات البرد الشائعة إلى الاعتلالات الأشد وطأة، مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS)، ومتلازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم

(الساسرس)، وكوفيد-19 هو المرض الناجم عن فيروس كورونا المُستجد المُسمى فيروس كورونا- سارس- 2. وقد اكتشفت المنظمة هذا الفيروس المُستجد لأول مرة في 31 كانون الأول/ ديسمبر 2019، بعد الإبلاغ عن مجموعة من حالات الالتهاب الرئوي الفيروسي في يوهان بجمهورية الصين الشعبية⁽³⁹⁾.

نوع الدراسة:

تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية Descriptive Researches التي تهدف إلى وصف طبيعة وخصائص مجتمع ما، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بظاهرة ما، والحصول على بيانات كافية عنها، إضافة إلى تصنيف هذه البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج منها⁽⁴⁰⁾.

حيث تسعى هذه الدراسة إلى رصد ووصف وتحليل طبيعة العلاقة بين تعرض الجمهور لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق النفسي والاجتماعي لديهم أثناء جائحة كورونا.

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح SURVEY والذي يعد من أنسب المناهج العلمية المستخدمة في الدراسات الإعلامية، كما أنه يستهدف رصد وتسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها؛ من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمةة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها⁽⁴¹⁾، وقد تم تطبيقه بشقه الميداني أي في مستواه المتعلق بالجمهور.

مجتمع وعينة الدراسة:

يشتمل مجتمع الدراسة على جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها⁽⁴²⁾. والتي تتمثل في هذه الدراسة في مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من جمهورية مصر العربية، وقد قامت الباحثة بتطبيق الاستبانة إلكترونياً من خلال استمارة جوجل فورم.

عينة الدراسة:

بلغت عينه الدراسة 400 مبحوث وهي عينة متاحة؛ حيث تم إرسال رابط الاستمارة إلكترونياً إلى مجموعة من المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي وطلب منهم إعادة إرسالها لأصدقائهم في الفترة من نوفمبر 2021 حتى يناير 2022، ويمكن توضيح خصائص العينة فيما يلي:

جدول (1) خصائص عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	المتغيرات	
		النوع	
39	165	ذكور	النوع
61	244	إناث	
18	72	أقل من 20 سنة	السن
50.5	202	من 20 إلى أقل من 35	
24.3	97	من 35 إلى أقل من 50	
7.2	29	50 سنة فأكثر	الإقامة
64	256	حضر	
36	144	ريف	التعليم
12.3	49	تعليم أقل من متوسط	
27	108	تعليم متوسط	
43.3	173	تعليم جامعي	
17.5	70	تعليم فوق جامعي	العمل
63.5	254	يعمل	
36.5	146	لا يعمل	

يتضح من بيانات الجدول أن:

- عينة الدراسة لم تتساو من حيث النوع، حيث بلغت نسبة الإناث 61%، وبلغت نسبة الذكور 39%؛ وهو ما يشير إلى ارتفاع معدل استجابة الإناث، وترى الباحثة أن ذلك يعود إلى زيادة اهتمام المرأة بكل ما يتعلق بالأزمة نتيجة لدورها ومسؤوليتها الأسرية، وحرصها على كل ما يتعلق بأفراد أسرتها.
- ومن حيث الفئة العمرية؛ فقد جاءت الفئة العمرية من 20 إلى أقل من 35 في المرتبة الأولى بنسبة 50.5%، تليها الفئة العمرية من 35 إلى أقل من 50 بنسبة 24.3%، ثم الفئة العمرية أقل من 20 سنة بنسبة 18%، وأخيراً الفئة العمرية أكبر من 50 سنة بنسبة 7.2%.
- أما المستوى التعليمي؛ فإن استجابة فئة التعليم الأقل من متوسط تراجعت إلى المرتبة الأخيرة بنسبة 12.3%، فيما جاءت فئة التعليم الجامعي في المرتبة الأولى بنسبة 43.3%، وفي المرتبة الثانية التعليم المتوسط بنسبة 27%.
- ومن حيث العمل؛ جاءت فئة يعمل في المرتبة الأولى بنسبة 63.5%، وفي المرتبة الثانية بنسبة 36.5%.

أدوات جمع البيانات:

في ضوء الأهداف والتساؤلات والفروض التي تسعى الدراسة للإجابة عنها، فقد تم استخدام

1. أداة الاستبانة- تحديداً الاستبانة الإلكترونية- والتي تم تقسيمها إلى ثلاثة محاور:

• محور البيانات الشخصية للمبحوث.

• محور الاستخدام والاعتماد.

• محور التعرض للشائعات وأساليب مواجهتها.

2. مقياس التعرض لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي.

اشتمل المقياس في صورته الأولية على 15 عبارة، قامت الباحثة بإعداده بعد الاطلاع على الكثير من الدراسات السابقة في موضوع البحث؛ لتقيس مدى تعرض الجمهور عينة الدراسة للشائعات الخاصة بفيروس كورونا المستجد على مواقع التواصل الاجتماعي، وبعد التحكيم تم حذف ثلاث عبارات بناء على اقتراحات السادة المحكمين، واحتوى المقياس في صورته النهائية على 12 عبارة.

3. مقياس التوافق النفسي الاجتماعي:

قامت الباحثة بإعداد مقياس للتوافق النفسي الاجتماعي أثناء جائحة كورونا المستجد ليتلاءم مع موضوع الدراسة وأهدافها.

خطوات إعداد المقياس:

1. قامت الباحثة بالاطلاع على عدد من الدراسات التي تناولت الآثار النفسية

والاجتماعية لجائحة كورونا، مثل دراسة (السعيد ددره، 2021) (43)، ودراسة

(نادية غنيم، 2020) (44)، ودراسة (هناء شويخ، 2020) (45)، وكذلك الدراسات

التي تناولت التوافق النفسي والاجتماعي للجمهور، مثل دراسة (الجمعان،

2019) (46)، ودراسة (سفيان، 1997) (47)، (رقية اليعقوبي، 2013) (48).

2. الاطلاع على بعض المقاييس في مجال قياس أساليب مواجهة جائحة كورونا

ومقاييس التوافق النفسي والاجتماعي، مثل مقياس إدراك جائحة كورونا (هناء

شويخ، 2020) (49)، ومقياس أساليب مواجهة جائحة كورونا وعلاقتها بالقلق

(نادية غنيم، 2020) (50)، ومقياس الخوف من كورونا وأعراضه الوجدانية

السلبية (السعيد ددره، 2021) (51)، ومقياس التوافق والتكيف والنضج

الانفعالي والصلابة النفسية في ظل انتشار جائحة كورونا (شيرى حليم، 2021)
(52)

3. ومن ثم استطاعت الباحثة وضع 30 عبارة لتقيس التوافق النفسي والاجتماعي للجمهور أثناء جائحة كورونا؛ غطت ثلاثة أبعاد رئيسة، وهي: (البعد النفسي، والاجتماعي، والصحي)، وبعد التحكيم تم حذف 7 عبارات، وتعديل بعض العبارات بناء على اقتراحات السادة المحكمين، واحتوى المقياس في صورته النهائية على 23 عبارة تغطي أبعاد التوافق على النحو التالي:

- البعد النفسي، واشتمل على 9 عبارات منها ثلاث عبارات إيجابية وست عبارات سلبية.
- البعد الاجتماعي، واشتمل على 7 عبارات منها أربع إيجابية وثلاث سلبية.
- البعد الصحي، واشتمل على 7 عبارات منها أربع عبارات إيجابية وثلاث سلبية.

طريقة تصحيح المقياس:

استخدمت الباحثة مقياس ليكرت الثلاثي (دائمًا - أحيانًا - نادرًا) لكل عبارته في المقياس وتم التصحيح على الميزان الثلاثي (1, 2, 3) للعبارات الإيجابية، حيث تمثل (3) الدرجة المرتفعة، وتمثل (2) الدرجة المتوسطة، وتمثل (1) الدرجة المنخفضة للعبارات الإيجابية، وميزان (2, 3, 1) للعبارات السلبية، وبذلك تكون أقل درجة هي (1)، وأعلى درجة هي (3).

اختبار الصدق والثبات:

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبانة والمقاييس في جمع البيانات، من خلال إجراء اختباري الصدق والثبات على النحو التالي:

أ. اختبار الصدق (Validity): وللتحقق من الصدق الظاهري للمقياس تم عرض استمارة الاستبانة والمقياس على عدد من المحكمين^(*) المتخصصين؛ للتأكد من أن فئات الاستمارة وأبعاد المقياس تحقق أهداف الدراسة، وأنها تقيس ما أعدت لقياسه، وقد تم تعديل الاستمارة والمقياس طبقاً لمقترحات بعض السادة المحكمين من حيث حذف وإضافة بعض الأسئلة والعبارات إلى المقياس.

ب. اختبار الثبات (Reliability): ويقصد به الوصول إلى تكرار التحليل بصرف النظر عن الباحث الذي يقوم بالتحليل، ووقته، وقد قامت الباحثة بتطبيق اختبار الثبات على 5% من العينة، ثم أعادت التطبيق مرة أخرى، وتم حساب حالات الاتفاق والاختلاف، وجاءت نسبة معامل الثبات 90%؛ وهو ما يؤكد صلاحية المقياس للاستخدام.

وقد تم حساب الثبات والاتساق الداخلي لمقاييس التعرض والتوافق كما يلي:
جدول (2) اختبار معامل ألفا كرونباخ ومعامل ارتباط التجزئة النصفية لاستبائي التعرض والتوافق النفسي والاجتماعي

المحور	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ	معامل ارتباط سبيرمان براون	معامل ارتباط جتمان
إجمالي مقياس التعرض	12	0.668	0.293	0.269
إجمالي مقياس التوافق النفسي والاجتماعي	23	0.712	0.758	0.755

قامت الباحثة بحساب ثبات المقاييس واتساقها الداخلي باستخدام معادلة ألفا كرونباخ، وذلك من خلال رصد درجات العينة الاستطلاعية لعبارات المقاييس، ثم حساب قيمة ألفا وكانت مقبولة في كل عبارات المقاييس؛ مقياس التعرض (0.668)، ومقياس التوافق (0.712).

كما يتضح من الجدول السابق نتائج حساب صدق الاتساق الداخلي لعبارات المقاييس، والذي تم حسابه عن طريق إيجاد معامل الارتباط لـ(سبيرمان) بين درجة كل عبارة وإجمالي عبارات المقياس، وقد أوضح الجدول (2) وجود علاقة ارتباطية موجبة عند مستوى معنوية (0.01) بين أبعاد كل مقياس من مقاييس الدراسة؛ مما يدل على صدق الاتساق الداخلي للمقياس.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

بعد جمع البيانات وترميزها، تم تحليلها واستخراج النتائج بواسطة برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS من خلال مجموعة من المعاملات الإحصائية وهي: (التكرارات والنسب المئوية، المتوسط الحسابي، معامل ألفا كرونباخ، معامل ارتباط سبيرمان براون، معامل ارتباط جتمان، اختبار (ت) لدلاله الفروق T. Test، اختبار تحليل التباين (ANOVA)

نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية:

جدول (3) التوزيع النسبي لعدد ساعات التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

متوسط ساعات التعرض	ك	%
أقل من ساعة	15	12
من ساعة إلى أقل من ساعتين	59	15
من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	99	25
ثلاث ساعات فأكثر	72	18
على مدار اليوم	120	30
الإجمالي	400	100

يتضح من نتائج الجدول السابق أن متوسط عدد ساعات تعرض عينة الدراسة جاء في المرتبة الأولى التعرض على مدار اليوم بنسبة 30%، وفي المرتبة الثانية من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات بنسبة 25%، وفي المرتبة الثالثة ثلاث ساعات فأكثر بنسبة 18%، بينما تراجع معدل تعرض أقل من ساعة إلى المرتبة الأخيرة بنسبة 12%، وترى الباحثة أن الزيادة الملحوظة في معدل الاستخدام والتعرض أثناء جائحة كورونا يعود إلى عدة عوامل منها ما فرضته الجائحة- خاصة في مراحلها الأولى- من عزل منزلي وتقليص لعدد ساعات العمل، كذلك لزيادة الرغبة في الحصول على معلومات عن الأزمة وتطوراتها المختلفة خاصة وأنها أزمة غير مسبوقة الحدوث.

جدول (4) التوزيع النسبي للوسائل الإعلامية التي تم الاعتماد عليها في الحصول على معلومات عن

فيروس كورونا المستجد

الوسائل الإعلامية التي تعتمد عليها	ك	%
المواقع والصفحات الرسمية	269	34
التلفزيون المصري	119	15
القنوات الفضائية	57	7
الإذاعة	25	3
الصحف والمجلات	27	3
الصحف الإلكترونية	94	12
مواقع التواصل الاجتماعي	209	26
الإجمالي	800	100

يتضح من نتائج الجدول السابق أن اعتماد عينة الدراسة على المواقع والصفحات الرسمية في الحصول على المعلومات جاء في المرتبة الأولى بنسبة 34%، وفي المرتبة الثانية جاءت مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 26%، وفي المرتبة الثالثة جاء التلفزيون المصري بنسبة 15%، بينما تراجعت الإذاعة المصرية والصحف الورقية إلى المرتبة الأخيرة بنسبة 3%.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (سماح المحمدي، 2021) (53) ودراسة (فاطمة سعود عبدالعزيز، 2020) (54) في صعود الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات عن فيروس كورونا المستجد، فجاءت المواقع والصفحات الرسمية في المرتبة الأولى؛ وتشير هذه النتيجة إلى وعي الجمهور وحرصه على استقاء المعلومات من مصادرها الرسمية، وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي الإخبارية في المرتبة الثانية، وتري الباحثة أن هذا مؤشر واضح علي قوه وتأثير مواقع التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات خاصة مع ما فرضته جائحة كورونا من عزل في موجتها الأولى، وبالتالي زيادة ملحوظة في معدلات الاستخدام والمتابعة، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (إيمان عصام، 2020) (55) والتي جاءت فيها قنوات التلفزيون المصري في مقدمة الوسائل التي اعتمد عليها المبحوثون في متابعة مستجدات فيروس كورونا بنسبة 70%، تليها الصفحات الشخصية بمواقع التواصل، ثم الأهل والأصدقاء.

جدول (5) التوزيع النسبي لمدى ثقة المبحوثين في المعلومات المتعلقة بفيروس كورونا المستجد

بوسائل الإعلام المختلفة

المتوسط	لا أثق		أثق إلى حد ما		أثق		مدى الثقة الوسائل
	%	ك	%	ك	%	ك	
2.18	12	48	30.2	121	57.8	231	المواقع والصفحات الرسمية
2.08	9.8	39	72	288	18.2	73	التلفزيون المصري
2.01	14.8	59	69.8	279	15.5	62	القنوات الفضائية
2.14	12.8	51	60.2	241	27	108	الإذاعة المصرية
2.08	14	56	21.7	87	64.3	257	الصحف الورقية
2.07	13.3	53	66.3	265	20.4	82	الصحف الإلكترونية
2.02	16.5	66	69.3	277	14.2	57	مواقع التواصل الاجتماعي

ن = 400

يتضح من نتائج الجدول السابق ارتفاع معدلات ثقة عينة الدراسة في المعلومات المقدمة عن فيروس كورونا المستجد بالمواقع والصفحات الرسمية، حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة 57.8%، وفي المرتبة الثانية جاءت أثق إلى حد ما بنسبة 30.2%، بينما تراجع نسبة الذين لا يثقون بنسبة 12%؛ وهو ما يشير إلى ارتفاع مكانة وثقة الجمهور في المواقع والصفحات الرسمية الحكومية، والتي ترى الباحثة أنها لم تأت من فراغ؛ فعلى

مدار الموجات الأربع المتلاحقة لفيروس كورونا حرصت على سرعة الإعلان عن المعلومات المتعلقة بالفيروس محلياً وعالمياً.

بينما جاء معدل الثقة أثق إلى حد ما في المرتبة الأولى بالنسبة لمعلومات التلفزيون المصري بنسبة 72%، يليها أثق بنسبة 18.2%، وأخيراً لا أثق بنسبة 9.8%.

أما الصحف الورقية فقد ارتفعت أيضاً معدلات ثقة المبحوثين في المعلومات المقدمة عن فيروس كورونا المستجد بها للمرتبة الأولى بنسبة 64.3%.

في حين تراجع ثقة المبحوثين في معلومات مواقع التواصل الاجتماعي إلى المرتبة الثانية؛ حيث جاءت لا أثق بنسبة 16.5%، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (وكال بلال، 2018)⁽⁵⁶⁾ والتي تراجعت بها ثقة المبحوثين في أخبار مواقع التواصل الاجتماعي إلى المرتبة الأولى بنسبة 56.7%.

جدول (6)

التوزيع النسبي لمواقع التواصل الاجتماعي الأكثر عرضاً للشائعات أثناء جائحة كورونا المستجد

الترتيب	%	ك	مواقع التواصل الاجتماعي
1	42.3	348	فيس بوك
5	8.1	67	تويتر
4	9.9	82	انستغرام
3	18.1	150	واتس اب
2	21.6	178	يوتيوب

ن = 825

يتضح من نتائج الجدول السابق أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة ترى أن الفيس بوك هو أكثر مواقع التواصل الاجتماعي نشرًا للشائعات خلال جائحة كورونا، حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة 42.3%، وفي المرتبة الثانية اليوتيوب بنسبة 21.6%، وفي المرتبة الثالثة جاء الواتساب بنسبة 18.1%، يليها الإنستغرام بنسبة 9.9%، بينما تراجع موقع تويتر إلى المرتبة الأخيرة بنسبة 8.1%.

وترى الباحثة أن هذه النتيجة تعود إلى اتساع قاعدة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وكثرة الصفحات، والوسائل والآليات التي يستخدمها مروجو الشائعات داخل هذه المواقع.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أحمد محمود، والعنزي صالح 2018)⁽⁵⁷⁾ والتي أكدت على تصدر الفيس بوك مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر نشرًا للشائعات فيما اختلفت

في ترتيب باقي المواقع، حيث تراجع اليوتيوب إلى المرتبة الرابعة. فيما اختلفت مع دراسة (سالي سعد جودة، 2021) (58) والتي أوضحت أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي نشراً للشائعات كان الواتس آب في المرتبة الأولى بنسبة 71.3٪، يليها الفيسبوك بنسبة 41.3٪، وفي المرتبة الأخيرة اليوتيوب بنسبة 3٪.

جدول (7)

التوزيع النسبي لدرجة اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات عن فيروس كورونا المستجد

درجة الاعتماد	ك	%
ضعيفة	224	56
متوسطة	65	16.3
عالية	111	27.7
الإجمالي	400	100

يتضح من نتائج الجدول السابق أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة اعتمدت على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن جائحة كورونا بدرجة ضعيفة في المرتبة الأولى بنسبة 56٪، وفي المرتبة الثانية بدرجة عالية بنسبة 27.7٪ وبدرجة متوسطة في المرتبة الأخيرة بنسبة 16.3٪، وترى الباحثة أن ذلك يعود إلى ضعف ثقة الباحثين فيما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات عن جائحة كورونا، وهو ما أشرنا إليه بالتفصيل بجدول (5).

جدول (8)

التوزيع النسبي لأنواع الشائعات المرتبطة بفيروس كورونا المستجد التي تعرضت لها عينة الدراسة

نوع الشائعة	تعرضت		لم تتعرض		المتوسط
	ك	%	ك	%	
شائعات طرق الوقاية	293	73.3	107	26.7	1.73
شائعات بروتوكولات العلاج	255	63.7	145	36.2	1.64
شائعات التطعيمات واللقاحات	312	87	88	22	1.78
شائعات التغذية الوقائية	222	55.5	178	44.5	1.56
شائعات أعداد الإصابات والوفيات	289	72.2	111	27.8	1.72
شائعات الإجراءات الاحترازية	238	59.5	162	40.5	1.59
شائعات الإجراءات الحكومية	245	61.1	155	38.7	1.61
شائعات أعراض الإصابة	284	71	116	29	1.71
شائعات عن الآثار الاقتصادية	248	62	152	38	1.62
شائعات عن تحور الفيروس	294	73.5	106	26.5	1.73

ن = 400

يتضح من نتائج الجدول السابق تعرض إجمالي الجمهور عينة الدراسة لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بفيروس كورونا المستجد في المرتبة الأولى؛ حيث

تعرضت نسبة 73.3٪ لشائعات طرق الوقاية، ولم يتعرض لها نسبة 26.7٪، كما تعرضت نسبة 63.7٪ لشائعات بروتوكولات العلاج ولم يتعرض لها نسبة 36.2٪. وفيما يتعلق بالتوزيع النسبي لأكثر الشائعات التي تعرض لها الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي؛ فجاءت شائعات التطعيمات واللقاحات في المرتبة الأولى، تليها الشائعات المتعلقة بتحور الفيروس في المرتبة الثانية، ثم شائعات طرق الوقاية في المرتبة الثالثة، وفي المرتبة الرابعة شائعات أعداد الإصابات، تليها شائعات أعراض الإصابة، وفي المرتبة السادسة شائعات بروتوكولات العلاج، تليها في المرتبة السابعة شائعات الآثار الاقتصادية المترتبة على الجائحة، تليها شائعات الإجراءات الحكومية في المرتبة الثامنة، تليها في المرتبة التاسعة شائعات الإجراءات الاحترازية، وفي المرتبة الأخيرة شائعات التغذية الوقائية والعلاجية.

وتتفق هذه النتيجة نسبياً مع ما توصلت إليه دراسة (شيماء زيان، 2020)⁽⁵⁹⁾ والتي هدفت إلى تحليل مضمون شائعات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بفيروس كورونا المستجد، ووجدت أن شائعات الأدوية الجديدة واللقاحات جاءت في المرتبة الأولى، تليها في المرتبة الثانية شائعات إجراء التحاليل في المنازل، وفي المرتبة الثالثة شائعات الإجراءات الحكومية، ثم شائعات بروتوكولات العلاج الزائفة.

وبالنظر إلى ما توصلت إليه دراسة (سماح المحمدي، 2021)⁽⁶⁰⁾ فيما يتعلق بالموضوعات التي اهتمت بها عينة الدراسة في متابعة أخبار فيروس كورونا المستجد؛ سنجد أن أهم هذه الموضوعات جاء بالترتيب طرق الوقاية من الفيروس، أعراض المرض، قرارات الحكومة للتصدي للفيروس، معدلات انتشار الفيروس سنجد أنها أيضاً من أكثر الموضوعات التي تعرضت من خلالها عينة الدراسة لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي. وترى الباحثة أن ذلك يعود إلى حداثة الأزمة وارتباطها بصحة الإنسان، واستغلال مروجو الشائعات لذلك، وتعتمد نشر وترويج الشائعات في الجوانب الخاصة بالمعلومات، مثل طرق الوقاية وبروتوكولات العلاج، والتطعيمات واللقاحات وتحور الفيروس وغيرها.

جدول (9)

التوزيع النسبي لدرجة تأثر الجمهور بالشائعات التي تعرضت لها من خلال متابعتك لفيروس كورونا المستجد على مواقع التواصل الاجتماعي

المتوسط	كبيرة		متوسطة		ضعيفة		درجة التأثير الشائعة
	%	ك	%	ك	%	ك	
2.19	34.5	138	50	200	15.5	62	شائعات طرق الوقاية
2.03	24	96	55.5	222	20.5	82	شائعات بروتوكولات العلاج
2.08	31.7	127	45	180	23.3	93	شائعات التطعيمات واللقاحات
2.09	32.7	131	43	172	24.3	97	شائعات التغذية الوقائية
2.03	28.6	115	45.8	183	25.5	102	شائعات أعداد الإصابات والوفيات
2.10	31.7	127	47	188	21.3	85	شائعات الإجراءات الاحترازية
2.00	26	104	48.3	193	25.8	103	شائعات الإجراءات الحكومية
1.96	24.2	97	47.3	189	28	114	شائعات أعراض الإصابة
2.14	34.2	137	45	180	20.8	83	شائعات عن الآثار الاقتصادية
2.17	38	152	40.5	162	21.5	86	شائعات عن تحور الفيروس

يتضح من نتائج الجدول السابق أن درجة تأثر عينة الدراسة بشائعات مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بفيروس كورونا المستجد كانت متوسطة في المرتبة الأولى، تليها كبيرة في المرتبة الثانية، ثم ضعيفة في المرتبة الثالثة، كما يتضح تأثر الجمهور بالشائعات العلمية أكثر مثل طرق الوقاية والتطعيمات والتغذية الوقائية، وهو ما يتفق مع دراسة (شيماء زيان، 202) ⁽⁶¹⁾ والتي جاءت بها الشائعات العلمية في المرتبة الأولى بنسبة 66%، يليها الشائعات الاقتصادية بنسبة 3.3%، ويرجع ذلك إلى حداثة الأزمة وخطورتها، وسعي الجمهور للتعرف على أساليب المواجهة والحماية، وكانت درجات تأثر عينة الدراسة بكل شائعة على النحو التالي:

- شائعات طرق الوقاية درجة متوسطة في المرتبة الأولى بنسبة 50%، يليها التأثير بدرجة كبيرة في المرتبة الثانية بنسبة 34.5%، وأخيرا التأثير بدرجة ضعيفة بنسبة 15.5%.
- شائعات بروتوكولات العلاج في المرتبة الأولى بنسبة 55.5%، يليها التأثير بدرجة كبيرة في المرتبة الثانية بنسبة 24%، وأخيرا التأثير بدرجة ضعيفة بنسبة 20.5%.
- شائعات التطعيمات واللقاحات درجة متوسطة في المرتبة الأولى بنسبة 45%، يليها التأثير بدرجة كبيرة في المرتبة الثانية بنسبة 31.7%، وأخيرا التأثير بدرجة ضعيفة.
- شائعات التغذية الوقائية درجة متوسطة في المرتبة الأولى بنسبة 43%، يليها

التأثر بدرجة كبيرة في المرتبة الثانية بنسبة 32.7٪، وأخيراً التأثر بدرجة ضعيفة بنسبة 24.3٪.

• شائعات أعداد الإصابات والوفيات درجة متوسطة في المرتبة الأولى بنسبة 45.8٪، يليها التأثر بدرجة كبيرة في المرتبة الثانية بنسبة 28.6٪، وأخيراً التأثر بدرجة ضعيفة بنسبة 25.5٪.

• شائعات الإجراءات الاحترازية درجة متوسطة في المرتبة الأولى بنسبة 47٪، يليها التأثر بدرجة كبيرة في المرتبة الثانية بنسبة 31.7٪، وأخيراً التأثر بدرجة ضعيفة.

وترى الباحثة أن ارتفاع معدل تأثر الجمهور عينة الدراسة بالشائعات العلمية يعود إلى حداثة الأزمة، وندرة المعلومات من جهة وارتباطه بصحة وحياة الإنسان من جهة أخرى، وهو ما اعتمد عليه مروجو ومنتجو الشائعات.

جدول (10)

التوزيع النسبي لأساليب مواجهة الجمهور لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بجائحة فيروس كورونا المستجد

الأساليب	ك	%
أهملها وتجاهلها	74	8.1
أفوض أمري لله وأدعوه أن يجنبنا المرض	102	11.2
البحث عن مصدر المعلومة الصحيح	181	20
أقرأ الردود والتعليقات عليها	38	4.2
أتواصل مع الأهل والأصدقاء للتحقق منها	77	8.5
أمتنع عن متابعة الصفحات التي تروج الشائعات	50	5.5
أمتنع عن متابعة الصفحات التي تروج الشائعات	61	6.7
متابعة موقع منظمة الصحة العالمية	109	12
أعيد نشر البوست مع التصحيح	26	2.8
الرجوع إلى بيانات وزارة الصحة	158	17.4
أبلغ عن مروج الشائعة	22	2.4
الاتصال بالطبيب المختص	7	0.8
الإجمالي	905	100

يتضح من نتائج الجدول السابق أن أساليب مواجهة الجمهور لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي عن جائحة كورونا جاءت البحث عن مصدر المعلومة الصحيح في المرتبة الأولى بنسبة 20٪، وفي المرتبة الثانية الرجوع إلى بيانات وزارة الصحة بنسبة 17.4٪، تليها الأساليب الدينية والرجوع إلى الله بنسبة 11.2٪، وفي المرتبة الرابعة التواصل مع الأهل والأصدقاء بنسبة 8.5٪، فيما تراجع الإبلاغ عن مروج الشائعة إلى المرتبة الحادية عشرة بنسبة 2.4٪، وأخيراً فئة أخرى تذكر بنسبه 0.8٪، والتي تمثلت

في الاتصال بالطبيب المختص.

وتشير هذه النتائج إلى وعي الجمهور وإيجابيته في التعامل مع شائعات مواقع التواصل الاجتماعي أثناء الجائحة وحرصهم على البحث عن المعلومات الدقيقة من مصادرها الرسمية الموثوقة، فيما يشير تراجع الإبلاغ عن مروج الشائعات إلى المرتبة قبل الأخيرة نتيجة لصعوبة تحديد مصدر الشائعة الأصلي من قبل الجمهور. واختلفت هذه النتيجة مع دراسة (سالي سعد، 2021) (62) من حيث الترتيب في أساليب التعامل، فقد جاء بها أكثر طرق تفاعل الجمهور مع الشائعات هو إهمالها وعدم نشرها في المرتبة الأولى، يليها التأكد من صحة الشائعة.

جدول (11)

التوزيع النسبي لرأي العينة في دور الحكومة في مواجهة الشائعات الخاصة بفيروس كورونا

كبير		متوسطة		ضعيفة		الدرجة	الدور
%	ك	%	ك	%	ك		
42.2	169	48	192	9.8	39	سرعة الإعلان عن المعلومات على صفحتها الرسمية	
50.7	203	40.3	161	9	36	زيادة حملات نشر الوعي	
23.4	94	36.3	145	40.3	161	معاينة مروج الشائعات	
27.3	109	44	176	28.7	115	إصدار تشريعات وقوانين تجرم الشائعات	
31.4	126	48.8	195	19.8	79	تصحيح أي شائعة في حال نشرها	
32.4	130	47.8	191	19.8	79	التوعية بخطورة الشائعات وآثارها	

يتضح من نتائج الجدول السابق أن رأي العينة في دور الحكومة في مواجهة شائعات مواقع التواصل الاجتماعي عن جائحة كورونا جاءت على النحو التالي: فيما يتعلق بسرعة الإعلان عن المعلومات بدرجة متوسطة في المرتبة الأولى بنسبة 48%، وفي المرتبة الثانية بدرجة كبيرة بنسبة 42.2%، وتراجعت بدرجة ضعيفة للمرتبة الأخيرة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (سالي سعد، 2021) (63) والتي أكدت على أن أهم طرق مكافحة الشائعات هي الرد والنفي السريع ونشر المعلومات في المرتبة الأولى بنسبة 68.75%.

أما دور الحكومة في نشر الوعي؛ فجاء بدرجة كبيرة في المرتبة الأولى بنسبة 50.7%، ودرجة متوسطة في المرتبة الثانية بنسبة 40.3%، وتراجعت بدرجة ضعيفة للمرتبة الأخيرة بنسبة 9%، ويعود ذلك إلى حرص الحكومة على نشر الوعي وتطبيق حملات التوعية منذ بداية الأزمة.

وعن تقييم العينة لدور الحكومة في معاقبة مروج الشائعات فقد رأت عينة الدراسة تراجع دور الحكومة به؛ حيث جاء بدرجة ضعيفة في المرتبة الأولى بنسبة 40.3%، وفي المرتبة الثانية درجة متوسطة بنسبة 36.3%، وتراجعت بدرجة كبيرة للمرتبة الأخيرة بنسبة 23.4%.

فيما يتعلق بقيام الحكومة بإصدار قوانين وتشريعات تجرم الشائعات وقت الأزمات؛ فقد جاءت بدرجة متوسطة في المرتبة الأولى بنسبة 44%، وفي المرتبة الثانية درجة ضعيفة بنسبة 28.7%، وتراجعت بدرجة كبيرة للمرتبة الأخيرة بنسبة 27.3%.

وعن قيام الحكومة بتصحيح الشائعات حال نشرها فقد رأت العينة أنها جاءت بدرجة متوسطة في المرتبة الأولى بنسبة 48.8%، وفي المرتبة الثانية درجة كبيرة بنسبة 31.4%، وتراجعت بدرجة ضعيفة للمرتبة الأخيرة بنسبة 19.8%.

أما بالنسبة لدور الحكومة في التوعية بخطورة الشائعات وآثارها؛ فقد رأت العينة أنها جاءت بدرجة متوسطة في المرتبة الأولى بنسبة 47.8%، وفي المرتبة الثانية درجة كبيرة بنسبة 32.4%، وتراجعت بدرجة ضعيفة للمرتبة الأخيرة بنسبة 19.8%.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (إيمان عصام)⁽⁶⁴⁾ في تراجع الاتجاه السلبي نحو أداء الحكومة المصرية أثناء الأزمة إلى المرتبة الأخيرة، وتقدم الاتجاه الإيجابي والمحايد بالتناوب في اتجاه الجمهور في أداء الحكومة في مواجهة الشائعات.

جدول (12)

التوزيع النسبي لمقترحات عينة الدراسة للحد من شائعات مواقع التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات

المقترحات	ك	%
خضوع مواقع التواصل الاجتماعي للرقابة	222	31
سن تشريعات لتنظيم النشر الإلكتروني	183	25
فرض عقوبات رادعة لمروجي الشائعات	132	18
توثيق أي معلومة يتم نشرها على مواقع التواصل	184	25
توثيق الحسابات الشخصية	3	1
الإجمالي	724	100

يتضح من نتائج الجدول السابق أن أهم مقترحات الجمهور عينة الدراسة للحد من شائعات مواقع التواصل الاجتماعي جاء خضوع مواقع التواصل الاجتماعي للرقابة في المرتبة الأولى بنسبة 31%، وفي المرتبة الثانية بالتساوي بنسبة 25% جاء كل من سن تشريعات لتنظيم النشر الإلكتروني، وتوثيق المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي، تليها في المرتبة الثالثة بنسبة 18% فرض عقوبات رادعة لمروجي الشائعات، وأخيراً فئة أخرى تذكر بنسبة 1%، والتي تمثلت في توثيق الحسابات الشخصية.

وتشير هذه النتيجة إلى وعي الجمهور بخطورة الشائعات وآثارها السلبية على الفرد والمجتمع.

جدول (13)

التوزيع النسبي لأفراد العينة وفقاً لاستجاباتهم لمقياس التعرض لشائعات فيروس كورونا المستجد
ن = 400

المتوسط الحسابي	كبيرة		متوسطة		ضعيفة		الدرجة العبارة
	%	ك	%	ك	%	ك	
2.32	42.2	169	48	192	9.8	39	تعرضت لشائعات صحية عن فيروس كورونا أثناء تصفحي
2.31	40.2	161	50.7	203	9	36	تعرضت لشائعات اقتصادية مرتبطة بفيروس كورونا
1.87	23.4	94	40.3	161	36.3	145	حرصت مواقع التواصل على تصحيح الشائعات
1.98	27.3	109	44	176	28.7	115	أبحث عن معلومات كورونا المستجد على مواقع التواصل
2.12	31.4	126	48.8	195	19.8	79	تعرضت لشائعات عن الإجراءات الحكومية أثناء كورونا
2.13	32.4	130	47.8	191	19.8	79	تعمدت مواقع التواصل الاجتماعي المبالغة والتهويل أثناء تناولها لفيروس كورونا المستجد
2.33	43	172	47	188	10	40	تابعت ردود الفعل الرسمية على شائعات مواقع التواصل الاجتماعي
2.21	35.3	141	50.7	203	14	56	تعرضت لشائعات عن تحور الفيروس
2.27	51	204	25	100	24	96	أناقش مضمون شائعات مواقع التواصل مع الأهل والأصدقاء
2.09	45.7	183	31.5	126	22.8	91	تقوم مواقع التواصل بنشر الأخبار والمعلومات من أجل السابق دون التحقق من صحتها
2.11	27.8	111	56	224	16.3	65	علقت على شائعات فيروس كورونا المستجد على مواقع التواصل الاجتماعي
2.41	46.2	185	48	192	5.8	23	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على نشر وتداول الشائعات أثناء جائحة كورونا المستجد
-	37	1785	45	2150	18	864	الإجمالي

الإجمالي (4799)

يتضح من نتائج الجدول السابق تعرض الجمهور عينة الدراسة لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا بدرجة متوسطة في المرتبة الأولى بنسبة 45%، وفي المرتبة الثانية بدرجة كبيرة بنسبة 37%، وجاءت بدرجة ضعيفة في المرتبة الثالثة بنسبة 18%، ويرجع زيادة معدل تعرض الجمهور لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى الحاجة إلى المعلومات المستمرة عن كل مرحلة من مراحل الأزمة.

كما بلغ متوسط تعرض الجمهور للشائعات الصحية 2.32، يليها الشائعات الاقتصادية بمتوسط 2.31، في حين بلغ متوسط متابعة الجمهور لردود الفعل الرسمية على شائعات مواقع التواصل الاجتماعي 2.33، في حين تراجعت متوسطات تعرضهم لتصحيح مواقع التواصل الاجتماعي للشائعات.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أحمد محمود، والعنزي صالح، 2018) (65) والتي أكدت ارتفاع معدل تعرض الجمهور للشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى بنسبة 48%.

جدول (14)

التوزيع النسبي لأفراد العينة وفقاً لاستجاباتهم لمقياس التوافق النفسي والاجتماعي

المتوسط الحسابي	دائماً		أحياناً		نادراً		الدرجة العبارة
	%	ك	%	ك	%	ك	
2.44	50	200	44.0	176	6.0	24	أتعامل مع الآخرين مع الالتزام بالإجراءات الاحترازية.
1.88	19	76	49.8	199	31.3	125	أقلق من أي معلومة عن فيروس كورونا المستجد
2.04	28.7	115	46.8	187	24.5	98	أمارس أنشطة حياتي بشكل طبيعي
2.19	37	148	44.8	179	18.3	73	أشعر بالوحدة حتى ولو كنت مع الآخرين
1.98	24.5	98	48.8	195	26.8	107	يغلبني التفكير السلبي عند سماع الشائعات
2.06	27.8	111	50	200	22.3	89	أحب مشاركة الآخرين مناسباتهم رغم كثرة الشائعات
2.26	39.5	158	46.8	187	13.8	55	أشعر بالخوف من تطورات وتحورات الفيروس
1.78	16.3	65	45	180	38.8	155	أقلق بشأن إجراءات الحجر الصحي
1.89	17.3	69	54.5	218	28.2	113	أشعر بحيرة حول ما يجب اتباعه من إجراءات
2.40	51	204	37.8	151	11.3	45	أشعر بالرضى عن حياتي
2.06	28.2	113	49	196	22.8	91	أشعر بأعراض مرضية عند متابعتي للشائعات
2.06	32	128	41.8	167	26.3	105	أخشى أن أفقد حياتي بسبب الفيروس
2.09	31.8	127	45.3	181	23	92	أفقد عزيمتي وهمتي إنجاز أي شيء
2.22	44	176	33.5	134	22.5	90	أخشى إصابتي عن الناس خوفاً من الإصابة بالوصم
1.92	28.2	113	35.8	143	36	144	تناولت اللقاح خوفاً من العقوبات
2.03	27.5	110	48	192	24.5	98	انتابني الأرق بسبب شائعات كورونا المستجد
2.35	47.3	189	40.8	163	12	48	أدعم أصدقائي للاستمرار في تطبيق الإجراءات الاحترازية
2.03	30	120	42.8	171	27.3	109	أثرت شائعات فيروس كورونا على عملي
2.27	41.5	166	44	176	14.5	58	أتجاهل الشائعات وألتزم بالإجراءات الاحترازية
2.03	28.5	114	45.8	183	25.8	103	أهملت الاهتمام بالإجراءات الاحترازية في المراحل الأخيرة
1.90	21.5	86	47	188	31.5	126	أجهل التفرقة بين أعراض البرد وفيروس كورونا
2.05	32.3	129	40.3	161	27.5	110	قمت بشراء كميات كبيرة من الأطعمة والمطهرات
2.91	23.3	93	44.3	177	32.5	130	أعزل نفسي وأسرتي عن أي نشاط اجتماعي

ن=400

يتضح من نتائج الجدول السابق أن متوسط استجابات الجمهور عينة الدراسة على مقياس التوافق بين 1.8 و 2.4 لأعلى متوسط للتوافق، كما يشير الجدول إلى ارتفاع معدلات الاستجابة على العبارات الإيجابية، مثل التعامل مع الآخرين مع الالتزام بالإجراءات الاحترازية، أدمع أصدقائي للاستمرار في تطبيق الإجراءات الاحترازية، أحب مشاركة الآخرين مناسباتهم رغم كثرة الشائعات، أتجاهل الشائعات وألتزم بالإجراءات الاحترازية، أمارس أنشطة حياتي بشكل طبيعي، في حين تراجعت متوسطات الاستجابة على معظم العبارات السلبية، مثل أقلق من أى معلومة عن فيروس كورونا المستجد، أجهل التفريقة بين أعراض البرد وفيروس كورونا المستجد، يغلبنى التفكير السلبي عند سماع الشائعات، أقلق بشأن إجراءات الحجر الصحي.

وتتفق هذه النتيجة نسبياً مع ما توصلت إليه دراسة (شيرى مسعد حلیم، 2021) (66) التي أشارت إلى ارتفاع مستوى المناعة النفسية لدى طلاب الجامعة في ظل انتشار جائحة كورونا.

وفيما يتعلق بمستوى الرضا عن الحياة فلم يتأثر بالأزمة؛ فقد جاء "مرتفع" في المرتبة الأولى بنسبة 51%، والذي قد يعود إلى ارتفاع الوازع الديني لدى الجمهور، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة جيندجون 2021 (شيرى مسعد حلیم، 2021) (67) والتي توصلت إلى وجود مستوى متوسط في الدرجة الكلية للرضا عن الحياة في ظل انتشار جائحة كورونا.

ثانياً: نتائج اختبار صحة الفروض:

الفرض الأول: الذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض الجمهور لشائعات (فيروس كورونا المستجد) المنشورة بمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى توافقهم النفسي الاجتماعي.

جدول (15)

معاملات ارتباط بيرسون بين التعرض والتوافق

إجمالي التوافق النفسي والاجتماعي	المتغيرات
-.235**	التعرض للشائعات

(**) دالة عند 0.

ن=400

وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم حساب معاملات ارتباط بيرسون بين التعرض والتوافق

وقد ثبتت صحة الفرض الأول، واتضح أنه (توجد علاقة عكسية) بين التعرض للشائعات بمواقع التواصل الاجتماعي والتوافق النفسي والاجتماعي، فكلما زاد التعرض للشائعات بمواقع التواصل الاجتماعي قل التوافق النفسي الاجتماعي، وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01

الفرض الثاني: الذي ينص على أنه يوجد تباين دال إحصائياً في درجة توافق الجمهور تبعاً لدرجة التعرض للشائعات بمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (16)

تحليل التباين أحادي الاتجاه لاستبانة التوافق النفسي الاجتماعي للجمهور تبعاً لدرجة التعرض للشائعات بمواقع التواصل الاجتماعي ن=400

البيان	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
مجموع التوافق النفسي الاجتماعي	بين المجموعات داخل المجموعات الكلى	1027.913 13926.087 14954.00	2 397 399	513.957 35.078	14.652	.000

ولبيان اتجاه الدلالة قامت الباحثة باستخدام اختبار (Tukey) لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة البحث في التوافق النفسي والاجتماعي تبعاً لدرجة التعرض للشائعات.

جدول (17)

اختبار لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة في التوافق النفسي الاجتماعي لدرجة تعرضهم للشائعات بمواقع التواصل الاجتماعي ن=400

مرتفع	متوسط	منخفض	درجة التعرض للشائعات
		-	ضعيفة
	-	4.648*	متوسطة
-	.724	5.372*	كبيرة

يتضح من الجدولين السابقين: ثبوت صحة الفرض الثاني، واتضح وجود تباين دال إحصائياً في درجة توافق الجمهور تبعاً لدرجة التعرض للشائعات بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف (14.65) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0,001) لصالح المستوى الأقل في درجة التعرض للشائعات.

الفرض الثالث: الذي ينص على أنه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في التعرض للشائعات تبعاً لبعض المتغيرات الوسيطة مثل (النوع، العمل، محل الإقامة، العمر، المؤهل الدراسي).

وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم استخدام اختبار T, test للوقوف على دلالة الفروق بين متوسطات درجات تعرض الجمهور لشائعات فيروس كورونا المستجد طبقاً لبعض المتغيرات الوسيطة مثل (النوع، العمل، محل الإقامة، العمر، المؤهل الدراسي).

جدول (18)

دلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور في التعرض لشائعات فيروس كورونا المستجد تبعاً (للجنس، العمل، محل الإقامة) ن=400

المتغيرات	الفئات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الفرق بين المتوسطات	قيمة ت	مستوى الدلالة
النوع	ذكر ن=156	27.69	4.23	.725	1.73	.079
	أنثى ن=244	26.97	3.87			
العمل	يعمل ن=254	27.09	4.089	.324	-1.056	.292
	لا يعمل ن=146	27.53	3.920			
مكان الإقامة	ريف ن=144	27.58	3.996	.510	1.220	.223
	حضر ن=256	27.07	4.044			

يتضح من نتائج الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في التعرض للشائعات تبعاً لبعض المتغيرات (النوع، المؤهل، العمل، مكان الإقامة)، حيث بلغت قيمة ت (1,73، -1,056، 1,22) على التوالي، وهي قيم غير دالة إحصائياً.

ويرجع ذلك إلى وجود حالة من الإجماع أو الحشد المجتمعي للوقوف على مستجدات ومتابعة الأزمة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي التعرض للشائعات بغض النظر عن النوع، أو العمل، أو مكان الإقامة سواء كان ريفاً أو حضراً، فالشائعات في هذا التوقيت الخطير تستهدف جميع فئات المجتمع وطبقاته، وهو عكس ما افترضته الدراسة من وجود فروق في درجة التعرض تبعاً لهذه المتغيرات.

وفيما يتعلق بمتغير العمر والمؤهل الدراسي فقد تم استخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه.

جدول (19)

لتحليل التباين أحادي الاتجاه لاستبانة التعرض للشائعات بمواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير العمر والمؤهل الدراسي

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
العمر	بين المجموعات	108.112	3	36.037	2.241	.083
	داخل المجموعات	6368.888	396	16.083		
	الكلية	6477.000	399			
المؤهل الدراسي	بين المجموعات	4.870	3	1.623	.099	.960
	داخل المجموعات	6472.130	396	16.344		
	الكلية	6477.000	399			

يتضح من نتائج الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في التعرض للشائعات تبعاً لبعض المتغيرات (العمر، المؤهل الدراسي)، حيث بلغت قيمة ف (2,241)، -0.099) على التوالي، وهي قيم غير دالة إحصائية.

الفرض الرابع: الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة تعرض الجمهور لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لدرجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (20)

لتحليل التباين أحادي الاتجاه لاستبانة التعرض للشائعات بمواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لدرجة الاعتماد على مواقع التواصل

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
درجة الاعتماد على مواقع التواصل	بين المجموعات	681.347	2	340.674	23.336	.000
	داخل المجموعات	5795.653	397	14.599		
	الكلية	6477.000	399			

وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم استخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه لعلاقة التعرض بمتغير الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي، وقد ثبتت صحة الفرض الرابع، واتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة تعرض الجمهور للشائعات تبعاً لدرجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي.

ولبيان اتجاه الدلالة قامت الباحثة باستخدام اختبار تاكي لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة البحث في التعرض تبعاً لدرجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (21)

اختبار Tukey دلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة في التعرض للشائعات لدرجة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي
ن = 400

درجة الاعتماد	درجة ضعيفة	درجة متوسطة	درجة كبيرة
درجة ضعيفة	-		
درجة متوسطة	-1.357*		
درجة كبيرة	-3.761*	-2.404*	-

يتضح من الجدولين السابقين:

- وجود تباين دال إحصائياً في درجة تعرض الجمهور لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لدرجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة ف (23.336)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0,001) لصالح المستوى الأعلى في درجة الاعتماد الكبيرة *.

فكلما زاد اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول فيروس كورونا المستجد كلما زاد تعرضهم للشائعات، وتتفق هذه النتيجة مع ما افترضته الدراسة.

الفرض الخامس: الذي ينص على أنه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في التوافق النفسي والاجتماعي تبعاً لبعض المتغيرات الوسيطة (النوع، العمل، محل الإقامة، العمر، المؤهل الدراسي)".

وللتحقق من صحة الفرض تم استخدام اختبار Test للوقوف على دلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور.

جدول (22)

دلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور في توافقهم النفسي الاجتماعي تبعاً لبعض المتغيرات
ن = 400

المتغيرات	الفئات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الفرق بين المتوسطات	قيمة ت	مستوى الدلالة
النوع	ذكر ن=156	47.78	5.903	-.029	-.047	.962
	أنثى ن=244	47.81	6.270			
العمل	يعمل ن=254	47.89	6.371	.235	.381	.703
	لا يعمل ن=146	47.65	5.681			
مكان الإقامة	ريف ن=144	48.44	6.051	.996	1.572	.117
	حضر ن=256	47.44	6.144			

يتضح من نتائج الجدول السابق أنه لم تثبت صحة الفرض الخامس، وأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في التوافق النفسي الاجتماعي تبعاً لمتغير (النوع، العمل، مكان الإقامة)، حيث بلغت قيمة t (0.047، -0.381، 1.572) على التوالي، وهي قيم غير دالة إحصائياً.

وفيما يتعلق بمتغيري العمر والمؤهل فقد تم استخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه.

جدول (23)

تحليل التباين أحادي الاتجاه لاستبانة التوافق تبعاً لمتغيري العمر والمؤهل

مستوى الدلالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتغيرات
.003	4.614	168.340	3	505.019	بين المجموعات	العمر
		36.487	396	14448.981	داخل المجموعات	
			399	14954.000	الكلية	
.000	17.143	572.962	3	1718.887	بين المجموعات	المؤهل الدراسي
		33.422	396	13235.113	داخل المجموعات	
			399	14954.000	الكلية	

ولبيان اتجاه الدلالة قامت الباحثات باستخدام اختبار (Tukey) لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور.

جدول (24)

اختبار Tukey دلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة في التوافق النفسي الاجتماعي تبعاً للعمر $n = 400$

فئات العمر	أقل من 20	من 20 إلى 35	من 35 إلى 50	50 سنة فأكثر
أقل من 20 سنة	-			
من 20 إلى 35	.796	-		
من 35 إلى 50	3.048*	2.252*	-	
50 سنة فأكثر	.048	-.748	-3.000	-

جدول (25)

اختبار Tukey دلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة في التوافق النفسي الاجتماعي تبعاً للمؤهل الدراسي $n = 400$

المؤهل	أقل من 20 سنة	من 20 إلى 35	من 35 إلى 50	50 سنة فأكثر
تعليم أقل من متوسط	-			
تعليم متوسط	-3.508*	-		
تعليم جامعي	-4.692*	-1.184	-	
تعليم فوق الجامعي	-7.504*	-3.996*	-2.812*	-

يتضح من الجداول الثلاثة السابقة أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في التوافق النفسي الاجتماعي تبعاً لمتغير العمر؛ حيث بلغت قيمة $F(4,614)$ ، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.001)، كما يتضح وجود تباين دال إحصائياً في درجة التوافق النفسي الاجتماعي تبعاً لمتغير المؤهل الدراسي؛ حيث بلغت قيمة $F(17,134)$ ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0,001) لصالح المستوى التعليمي الأعلى*. وقد اتفقت هذه النتيجة جزئياً مع ما افترضته الدراسة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة التوافق النفسي الاجتماعي للجمهور تبعاً لمتغير المؤهل الدراسي لصالح المستويات التعليمية الأعلى، وهي نتيجة منطقية تبعاً لزيادة الوعي وتعدد مصادر المعرفة الناتج من ارتفاع المستوى التعليمي.

الفرض السادس: الذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في التوافق النفسي الاجتماعي تبعاً لدرجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (26)

تحليل التباين أحادي الاتجاه لاستبانة التوافق النفسي الاجتماعي تبعاً لدرجة الاعتماد على مواقع

التواصل الاجتماعي

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
درجة الاعتماد على مواقع التواصل	بين المجموعات	726,428	2	363,214	10,135	.000
	داخل المجموعات	14227,572	397	35,838		
	الكلي	14954,000	399			

وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم استخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه لعلاقة التوافق بمتغير الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي، ولبیان اتجاه الدلالة قامت الباحثة باستخدام لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطات درجات التوافق تبعاً لدرجة الاعتماد (Tukey)

جدول (27)

اختبار Tukey دلالة الفروق بين متوسطات درجات الجمهور عينة الدراسة في التوافق النفسي الاجتماعي لدرجة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي $n=400$

درجة الاعتماد	درجة ضعيفة	درجة متوسطة	درجة كبيرة
درجة ضعيفة	-		
درجة متوسطة	2,585*	-	
درجة كبيرة	4,208*	1,623	

يتضح من الجدولين السابقين:

- وجود تباين دال إحصائياً في درجة توافق الجمهور تبعاً لدرجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة ف (10.135)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0,001) لصالح المستوى الأقل في درجة الاعتماد*.

مناقشة النتائج:

- كشفت النتائج عن زيادة معدل متابعة الجمهور عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا المستجد، وهو ما يتناسب مع ما فرضته جائحة كورونا من عزلة، وتخفيض لساعات العمل الرسمية، ورغبة في الحصول على معلومات.
- صعود الاعتماد على المواقع والصفحات الرسمية في الحصول على معلومات عن فيروس كورونا المستجد؛ فجاءت المواقع الرسمية في المرتبة الأولى، تلاها المواقع الاجتماعية، ثم التليفزيون المصري؛ وهو مؤشر واضح على قوة وتأثير مواقع التواصل الاجتماعي أثناء الأزمات، وهو ما تنبته له الحكومة المصرية، فوظفت صفحاتها الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي أثناء الجائحة.
- ارتفاع معدلات ثقة الجمهور عينة الدراسة في المعلومات المقدمة عن فيروس كورونا المستجد بالمواقع والصفحات الرسمية والصحف الورقية، مقارنة بباقي الوسائل.
- أظهرت النتائج أن الفيس بوك هو أكثر مواقع التواصل الاجتماعي نشرًا للشائعات خلال جائحة كورونا، حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبه 42.3%.
- تبين من النتائج أن نسبة كبيرة من عينة الدراسة اعتمدت على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات عن جائحة كورونا بدرجة ضعيفة في المرتبة الأولى بنسبة 56%، ويعود ذلك إلى ضعف ثقة الباحثين فيما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي عن فيروس كورونا المستجد.
- أظهرت النتائج أن أكثر الشائعات التي تعرض لها الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا المستجد هي شائعات التطعيمات واللقاحات في المرتبة الأولى، تليها الشائعات المتعلقة بتحور الفيروس في المرتبة الثانية، ثم شائعات

طرق الوقاية في المرتبة الثالثة، ويشير ذلك إلى أن مروجي الشائعات يعلمون جيداً احتياجات الناس، خاصة أوقات الأزمات، وتحديدًا الجديدة من نوعها والتي لا يعلم الجمهور عنها الكثير، فنقص المعلومات، وحدثة الأزمة، ومخاطرها الصحية الكبيرة؛ ساعد على انتشار الشائعات وترويجها خلال الأزمة بشكل ملحوظ.

- كشفت النتائج ارتفاع تأثير الجمهور بالشائعات العلمية أكثر، مثل طرق الوقاية والتطعيمات والتغذية الوقائية، عن الشائعات الاجتماعية والاقتصادية؛ ويرجع ذلك إلى حداثة الأزمة وخطورتها، وسعي الجمهور للتعرف على أساليب المواجهة والحماية.

- جاءت أهم أساليب مواجهة الجمهور لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي هي البحث عن مصدر المعلومة الصحيح في المرتبة الأولى بنسبة 20٪، وفي المرتبة الثانية الرجوع إلى بيانات وزارة الصحة بنسبه 17.4٪، وتشير هذه النتائج إلى وعي الجمهور في التعامل مع شائعات مواقع التواصل الاجتماعي أثناء الجائحة.

- كشفت النتائج عن الاتجاه الإيجابي في دور الحكومة في مواجهة الشائعات فيما يتعلق بنشر الوعي وتراجع تقييم العينة لدور الحكومة في معاقبة مروج الشائعات، فقد رأت عينة الدراسة تراجع دور الحكومة به؛ حيث جاء بدرجة ضعيفة في المرتبة الأولى بنسبة 40.3٪، فيما جاءت بدرجة متوسطة سرعة الإعلان عن المعلومات ونفي وتصحيح الشائعات.

- أظهرت النتائج أن أهم مقترحات الجمهور عينة الدراسة للحد من شائعات مواقع التواصل الاجتماعي جاءت خضوع مواقع التواصل الاجتماعي للرقابة في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية بالتساوي بنسبة 25٪ جاء كلٌّ من سن تشريعات لتنظيم النشر الإلكتروني، وتوثيق المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يؤكد وعي الجمهور بخطورة الشائعات وآثارها أثناء الأزمات.

- كشفت النتائج أن متوسط استجابات الجمهور عينة الدراسة على مقياس التوافق جاء بين 1.8 و 2.4 لأعلى متوسط للتوافق، كما أشارت إلى ارتفاع معدلات الاستجابة على العبارات الإيجابية، أكثر من السلبية؛ ويمكن تفسير ارتفاع معدلات

الاستجابة على العبارات الإيجابية إلى الخبرة المكتسبة نتيجة لتعدد موجات فيروس كورونا المستجد، والتي وصلنا إلى الموجة الرابعة لها حتى تاريخ إجراء هذه الدراسة.

التعليق العام على نتائج اختبار صحة الفروض:

- تؤثر كثافة التعرض للشائعات مواقع التواصل الاجتماعي على درجة التوافق النفسي الاجتماعي للجمهور أثناء الأزمة، فكلما زاد تعرض الجمهور للشائعات أثناء الجائحة قل توافقه النفسي والاجتماعي.
- وجود تباين دال إحصائياً في درجة توافق الجمهور تبعاً لدرجة التعرض للشائعات بمواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة $F(14.65)$ ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $(0,001)$ لصالح المستوى الأقل في درجة التعرض للشائعات.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في التعرض للشائعات تبعاً لبعض المتغيرات الوسيطة مثل (النوع، المؤهل، العمل، مكان الإقامة، العمر).
- وجود تباين دال إحصائياً في درجة تعرض الجمهور لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لدرجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة $F(23.336)$ وهي دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $(0,001)$ لصالح المستوى الأعلى في درجة الاعتماد الكبيرة.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في التوافق النفسي الاجتماعي تبعاً لمتغير (العمر، العمل، مكان الإقامة)، حيث بلغت قيمة $T(0.047, -0.381, 1.572)$ على التوالي، وهي قيم غير دالة إحصائياً.
- وجود تباين دال إحصائياً في درجة التوافق النفسي الاجتماعي تبعاً لمتغير المؤهل الدراسي؛ حيث بلغت قيمة $F(17.134)$ ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $(0,001)$ لصالح المستوى التعليمي الأعلى*.
- وجود تباين دال إحصائياً في درجة توافق الجمهور تبعاً لدرجة الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة $F(10.135)$ ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند

مستوى دلالة (0,001) لصالح المستوى الأقل في درجة الاعتماد، فكلما قلت درجة الاعتماد زادت درجة التوافق النفسي الاجتماعي.

توصيات الدراسة:

- حرص مؤسسات الدولة الرسمية على الإفادة من تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الجمهور أثناء الأزمات في نشر الوعي؛ خاصة في الموضوعات الصحية، واستغلال ذلك بشكل إيجابي في مواجهة الشائعات.
- تفعيل دور المراكز الرسمية التي ترصد الشائعات وتحللها وتفندها، وإنشاء مركز إعلامي متخصص ملحق بها؛ للرد عليها ودحضها، أو تصحيحها بالسرعة الكافية قبل أن تحدث تأثيرات سلبية داخل المجتمع، من خلال وجود فرق متخصصة في التعامل مع الشائعات والنشر الإلكتروني الفوري أثناء الأزمات.
- وضع استراتيجية إعلامية وقائية تستخدم كافة وسائل الإعلام؛ من أجل توعية المواطنين بمفهوم الشائعات الإلكترونية ومخاطرها.
- تفعيل قوانين تجريم الشائعات الإلكترونية ومعاينة منتجها ومروجيها؛ خاصة أثناء الأزمات.
- تطوير تشريعات تنظم النشر الإلكتروني وتجرم نشر الشائعات خاصة أثناء الأزمات.
- زيادة حملات التوعية الإعلامية والتعليمية بخطورة الشائعات وآثارها السلبية على الفرد والمجتمع.
- عمل مزيد من الدراسات التتبعية لأنواع المختلفة للشائعات وتأثيراتها السلبية على المجتمع أثناء الأزمات.
- الإفادة من نتائج الأبحاث والدراسات العلمية في مجال الشائعات وطرق مواجهتها لدى الجهات المعنية.

مراجع الدراسة:

1. صفاء عبد الزهرة الجمعان (2019). التكيف النفسي والاجتماعي وعلاقته بالاتجاه نحو الهجرة لدى طلبة جامعة البصرة. مجلة أبحاث البصرة للعلوم الإنسانية، مج 44، ع 1، ص 570.
2. عبد الرحمن بن منيف الخالدي (2021). الوعي الذاتي وعلاقته بالتوافق النفسي لدى طلاب وطالبات المرحلة الثانوية، المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية، مج 5، ع 20، ص 145.
3. فودة محمد علي (2020). اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول أزمة كورونا، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، ع 55، ج 6، ص 3255.
4. جلييلة رحالي (2020). محاضرة بعنوان: المشكلات النفسية بالأخبار الكاذبة أثناء جائحة كوفيد19-منتدى الأصالة والتجديد- الورشة 4 شعبة علم النفس الإعلامي بتاريخ 18-12-2020.
5. سماح محمد محمدي (2021م). دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء ثقة الشباب نحو أداء الحكومة المصرية خلال أزمة جائحة كورونا- دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، مج 56، ع 5.
6. هبة الله صالح السيد صالح (2021م). فاعلية وسائل الإعلام (الحديثة والقديمة) كمصدر للمعلومات الصحية للجمهور المصري خلال أزمة فيروس كورونا، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، مج 56، ع 5.
7. وفاء صلاح عبد الرحمن (2021م). فعالية استراتيجيات الاتصال المعلوماتي الإلكتروني للحكومة المصرية في رفع الوعي المجتمعي لمواجهة أزمة كورونا، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، مج 56، ع 5.
8. F J Damanik1 and D B Setyohadi (2021) Analysis of Public Sentiment About Covid-19 In Indonesia on Twitter Using Multinomial Naive Bayes and Support Vector Machine, IOP Conference Series: Earth and Mental Science, vol.704.
9. Walaa m Shate& Doaa Abdeldaim (2021). Social media and spreading panic among adults during the COVID-19 pandemic, Egypt Environ Mental Science and Pollution Research. <https://doi.org/10.1007/s11356-021-17580-6>.
10. Chris G. Sibley, et al, (2020)” Effects of the COVID-19 Pandemic and Nationwide Lockdown on Trust, Attitudes Toward Government, and Well-Being” American Psychologist ,2020, Vol. 75, No. 5, 618 – 630.
11. Mehrab Nazir&Others(2020) A Multidimensional Model of Public Health Approaches Against COVID-19,International Journal of Environmental Research and Public Health,Vol.17,issue:11,26/5/2020
12. Azzam Mourad &others (2020), Critical Impact of Social Net Works infodemic on Defeating Corona Virus Covid-19 Pandmic: Twitter-Based Study and research Directions, journal: IEEE Transactions on Network and Service Management, vol. 17, no. 4, p. 2145-55.

13. Ahmad, Araz Ramaza, Hersh Rasool (2020). The Impact of social media on Panic During the COVID-19 Pandemic in Iraqi Kurdistan: Online Questionnaire Study, Journal of Medical Internet Research, Published on 19.05.20 in Vol 22, No 5.

14. إيمان عاشور حسين (يوليو 2020). التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بكوفيد-19 عبر المواقع الإلكترونية وعلاقته بمناعتهم النفسية، مجلة البحوث الإعلامية، ع54، ج4.
15. ریحاب سامي (2020) اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديه، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، مج55، ج5، ص3089-3172.
16. فوده محمد علي (2020)، مرجع سابق.
17. سمر عز الدين جلال (2021). تعرض الشباب للشائعات حول فيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى القلق لديهم- دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، مج57، ع4.
18. رشا عادل (2021م). نشر الشائعات وتأثيرها على الأمن الفكري أثناء الأزمات في ضوء الاتجاهات البحثية الحديثة- رؤية علمية واستشرافية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، مج57، ع3.
19. خالد إبراهيم إسحاق (2021م). اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو انتشار الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة مسحية على طلبة كلية الاتصال بجامعة الشارقة، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، مج57، ع4.
20. سامي محمد الشربيني (أبريل 2020م). العلاقة بين الشائعات الإلكترونية واستقرار الأمن الفكري للشباب من منظور العلاج العقلاني الانفعالي السلوكي في خدمة الفرد، كلية الخدمة الاجتماعية جامعة أسوان، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، العدد50، المجلد2، أبريل 2020.
21. محمد فؤاد الدهراوي (2020م). إدراك المصريين لتأثيرية الآخرين بالشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي بالتطبيق على جائحة كورونا: دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، مج56، ج4، ص1573-1630.
22. أسامة بن غازي المدني (2019م). دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات لدى طلاب الجامعة السعودية (تويتر نموذجًا)، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى.
23. صفاء عباس إبراهيم (2019 م). الإشاعة وأثرها على الفرد والمجتمع، مجلة البحث العلمي في الآداب، العدد العشرون، الجزء الثامن، الخرطوم، 2019، ص2.
24. عصام رمضان العليمي (2019م). آثار الشائعات الإلكترونية والجرائم المعلوماتية وآليات مواجهتها، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر السادس لكلية الحقوق، جامعة طنطا "القانون والشائعات"، 22-23 أبريل 2019.

25. محمد بن عائض التوم (2019م). الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي (تويتير نموذجاً). مجلة الشمال للعلوم الإنسانية، المجلد الرابع، العدد 1، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
26. عبد الرحمن عبد الله بدوي (2019م). شائعات مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها السلبية على طلاب جامعة الملك سعود، مجلة العلوم التربوية، جامعة القاهرة، كلية الدراسات العليا للتربية مج 27، ع4، ص97، 136.
27. بلال وكال (2018م). الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على المجتمع الجزائري، مذكرات الماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الاتصال والإعلام، جامعة محمد بوصناف-المسيلة، الجزائر.
28. فهد عبد العزيز العقيلي (2017م). ترويج الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي (الأغراض والأسباب وسبل السطحية)، بحث مقدم في مؤتمر ضوابط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الإسلام، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة.
29. رائد حزام الكرناف (2014م). تصور استراتيجي لمكافحة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بالملكة العربية السعودية، أطروحة (ماجستير)- جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العلوم الاستراتيجية، قسم الدراسات الاستراتيجية.
30. سلوى سليمان الجندي، إيناس عبد الحميد الخريبي (2015). الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في الدعاية الانتخابية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة على الانتخابات المصرية 2014، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج 14، ع1، ص555.
31. Sandar Ball Rokeach & DeFleur (1989), Theories of Mass Communication, 4th ed (Longman: New York London,) P.245.
32. حسن عماد مكاوي وليلى السيد (2000). الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع، ص314.
33. . Sandar Ball Rokeach & DeFleur (1989, Theories of Mass Communication, 4th ed (Longman: New York London,) Pp. 240-245.
34. محمد عبد الحميد (2004). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، القاهرة: عالم الكتاب، ص307.
35. رقية محمد حامد اليعقوبي (يوليو 2013). التوافق النفسي والاجتماعي وعلاقتها بالرضا الوظيفي لدى معلمي المرحلة الثانوية، المجلة العربية، ع4، ج1، ص342.
36. معاش حياة (2013). الاتجاهات نحو المدرسة وعلاقتها بالتوافق النفسي الاجتماعي: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر، جامعة محمد خيضر بسكرة، ص10.
37. الجمعان (2019). مرجع سابق، ص570.
38. www.emro.who.int/ar/cov.org
39. <https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus->
40. سامي طابع (2001). بحوث الإعلام (القاهرة: دار النهضة العربية)، ص34.

41. محمد عبد الحميد (1997م). دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، ط2، القاهرة: عالم الكتاب، ص93.
42. سامي طابع (2001). مرجع سابق، ص240.
43. السعيد عبد الصالحين دردره (2021). الخوف من فيروس كورونا المستجد Covid-19 وعلاقته بالأعراض الوجدانية السلبية لدى مجموعتين من طلاب الجامعة المصريين والسعوديين: دراسة نفسية عبر ثقافية مجلة الخدمة النفسية، ع14، ص52-72.
44. نادية محمود غنيم (2020). أساليب مواجهة جائحة كورونا المستجد وعلاقتها بالقلق لدى شرائح مختلفة من المجتمع، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، ع44، ج3، ص227-290.
45. هناء أحمد محمود شويخ (2020). إدراك جائحة كوفيد-19 كحدث صدمي وأثره في بعض الاختلالات النفسية لدى عينة من المصريين، المجلة المصرية للدراسات النفسية، ع109، مج30، ص42-67.
46. صفاء عبد الزهرة الجمعان (2019). ص585-588.
47. نبيل صالح سفيان (1997). الذكاء الاجتماعي والقيم الاجتماعية وعلاقتها بالتكيف النفسي لدى طلبة جامعه تعز، رسالة دكتوراه، جامعه بغداد.
48. رقية محمد حامد اليعقوبي (يوليو 2013). مرجع سابق، ص339-361.
49. هناء أحمد محمود شويخ (2020). مرجع سابق، ص59.
50. نادية محمود غنيم (2020). مرجع سابق، ص294-297.
51. السعيد عبد الصالحين دردره (2021). مرجع سابق، ص68.
52. شيري مسعد حليم (2021). المناعة النفسية وعلاقتها بالرضا عن الحياة لدى عينة من طلبة الجامعة في ظل انتشار جائحة كورونا المستجد "كوفيد 19" مجلة كلية التربية، ع45، ج2، ص261-325.

(*) السادة المحكمون:

- أ. د/ ثريا سراج الدين، أستاذ ورئيس قسم العلوم التربوية والنفسية كلية التربية النوعية جامعة طنطا.
- أ. د/ سميحة أبو النصر، أستاذ العلوم التربوية والنفسية بكلية التربية النوعية جامعة طنطا.
- أ. د/ صالح العرايفي، أستاذ ورئيس قسم الإعلام التربوي جامعة الزقازيق.
- أ. د/ قطب حنور، أستاذ علم النفس بكلية التربية جامعة كفر الشيخ.
- أ. د/ نديه عبد النبي القاضي، أستاذ الصحافة ووكيل كلية الإعلام جامعة المنوفية.
- أ. م. د/ وليد العشري إبراهيم، أستاذ الصحافة المساعد بكلية التربية النوعية جامعة طنطا.
- د/ طارق الشوربجي. مدرس الإذاعة والتلفزيون بكلية التربية النوعية جامعة طنطا.
53. سماح المحمدي (2021). مرجع سابق، ص2032.
54. فاطمة سعود عبد العزيز (2020). مصداقية الإعلام الكويتي الرسمي أثناء الأزمات: جائحة كورونا نموذجاً، مجلة العلاقات العامة، ع29، ج1، ص247-277.

55. إيمان عصام (2020). اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام أثناء الأزمات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج19، ع4، ص202.
56. وكال بلال (2018). مرجع سابق، ص40.
57. أحمد محمود رمضان، العنزي صالح زيد (2018). التعرض للشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالحالة المزاجية للرأي العام السعودي والمصري- المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع4، مج64، ص121-139.
58. سالي سعد جودة (2021). مواقع التواصل الاجتماعي وشائعات كوفيد 19، المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل، مج22، ع عدد خاص، ص30.
59. شيماء محمد عبد الرحيم زيان. استراتيجيات مواجهة الشائعات حول أزمة كورونا وانعكاساتها على المواقع الإلكترونية الرسمية: دراسة تطبيقية على موقعي وزارة الصحة ومنظمة الصحة العالمية (مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع29، ج2، ص727).
60. سماح المحمدي، (2021). مرجع سابق، ص2036.
61. شيماء محمد عبد الرحيم زيان (2020). مرجع سابق، ص724.
62. سالي سعد (2021). مرجع سابق، ص31.
63. المرجع السابق نفسه، ص32.
64. إيمان عصام، مرجع سابق، ص207.
65. أحمد، محمود رمضان، العنزي، صالح زيد (2018). مرجع سابق، ص24.
66. شيرى مسعد حليم (2021). مرجع سابق، ص302.
67. المرجع السابق نفسه، ص310.

References

- Aljumean, S. (2019). altakayuf alnafsii waliajtimaeiu waealaqatuh bialiaitijah nahw alhijrat ladaa talabat jamieat Albasra. majalat 'abhath albasrat lileulum Al'iinsaniati, 44(1), 570.
- Alkhalidii, A. (2021). alwaey aldhaatiu waealaqatuh bialtawafuq alnafsii ladaa tulaab watalibat almarhalat althaanawiati, almajalat alarabiat lileulum altarbawiat walnafsii, 20(5), 145.
- Ali, F. (2020). aietimad alshabab alsaeudii ealaa mawaqie altawasul alaijtimaeii fi alhusul ealaa almaelumat hawl 'azmat kuruna, majalat albuḥuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar, kuliyaat al'ielam, 55(6), 3255.
- Rahali, J. (2020). muhadarat bieunwani: almushkilat alnafsiiat bial'akhbar alkadhibat 'athna' jayihat kufid19- muntadaa al'asalat waltajdid- alwarshat 4 shuebat eilm alnafs al'ielamii bitarikh 18-12- 2020.
- Muhamadi, S. (2021mi). dawr shabakat altawasul alaijtimaeii fi bina' thiqaat alshabab nahw 'ada' alhukumat almisriat khilal 'azmat jayihat kuruna- dirasat maydaniatin, majalat albuḥuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar, 56(5).
- Salih, H. (2021mi). faeiliat wasayil al'ielam (alhadithat walqadimati) kmasdar lilmaelumat alsihiyat liljumhur almisrii khilal 'azmat fayrus kuruna, majalat albuḥuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar, 56(5).
- Abd Alrahman, W. (2021). faeaaliat astiratijiaat alaitisal almaelumatii al'iiliktrunii lilhukumat almisriat fi rafe alwaey almujtamaeii limuajahat 'azmat kuruna, majalat albuḥuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar, 56(5).
- F J Damanik1 and D B Setyohadi (2021) Analysis of Public Sentiment About Covid-19 In Indonesia on Twitter Using Multinomial Naive Bayes and Support Vector Machine, IOP Conference Series: Earth and Mental Science, vol.704.
- Walaa m Shate& Doaae Abdeldaim (2021). Social media and spreading panic among adults during the COVID-19 pandemic, Egypt Environ Mental Science and Pollution Research. <https://doi.org/10.1007/s11356-021-17580-6>.
- Chris G. Sibley, et al, (2020)" Effects of the COVID-19 Pandemic and Nationwide Lockdown on Trust, Attitudes Toward Government, and Well-Being" American Psychologist ,2020, Vol. 75, No. 5, 618 – 630.
- Mehrab Nazir&Others(2020) A Multidimensional Model of Public Health Approaches Against COVID-19,International Journal of Environmental Research and Public Health,Vol.17,issue:11,26/5/2020
- 68.Azzam Mourad &others (2020), Critical Impact of Social Net Works infodemic on Defeating Corona Virus Covid-19 Pandmic: Twitter-Based Study and research Directions, journal: IEEE Transactions on Network and Service Management, vol. 17, no. 4, p. 2145-55.
- 69.Ahmad,Araz Ramaza, Hersh Rasool (2020). The Impact of social media on Panic During the COVID-19 Pandemic in Iraqi Kurdistan: Online Questionnaire Study, Journal of Medical Internet Research, Published on 19.05.20 in Vol 22, No 5.

- Hussein, E. (yuliu 2020). altimasu aljumphur almisrii lilmaelumat almutaealiqat bikufid- 19" eabr almawaqie al'iiliktruniat waealaqatih bimanaeatihim alnafsiati, majalat albuuhuth Al'ielamia, 54(4).
- Sami, R. (2020)Oaietimid aljumphur almisrii ealaa wasayil al'ielam aljaded kmasdar lilmaelumat wal'akhbar hawl jayihat fayrus kwrna (kwfid-19) wadawrih fi taeziz alwaey alsihyi ladayhi, majalat albuuhuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar, kuliyyat Al'ielam, 55(5), 3089-3172.
- Jalal, S. (2021). taerad alshabab lilshaayieat hawl fayrus kwrna fi mawaqie altawasul alaijtimaeii waealaqatih bimustawaa alqalaq ladayhim- dirasat maydaniatun, majalat albuuhuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar, 57(4).
- Adel, R. (2021). nashr alshaayieat watathiruha ealaa al'amn alfikrii 'athna' al'azamat fi daw' alaitijahat albahthiat alhadithati- ruyat eilmia waistishrafiati, majalat albuuhuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar, 57(3).
- Ishaq, K. (2021mi). aitijahat altalabat aljamieaiyn nahw aintishar alshaayieat fi wasayil altawasul alaijtimaeii: dirasatan mushiitan ealaa talbat kuliyyat alaitisal bijamieat Alshaariqa, majalat albuuhuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar, 57(4).
- Alsharbini, S. ('abril 2020mi). alealaqat bayn alshaayieat al'iiliktruniat waistiqrar al'amn alfikrii lilshabab min manzur aleilaj aleaqlanii alainfiealii alsulukii fi khidmat alfardi, kuliyyat alkhidmat alaijtimaeiat jamieat 'Aswan, majalat dirasat fi alkhidmat alaijtimaeiat waleulum Al'iinsaniati, 50(2).
- Aldahrawi, M. (2020mi). 'iidrak almisriiyn lita'athuriat alakhirin bialshaayieat ealaa mawaqie altawasul alaijtimaeii bialtatbiq ealaa jayihat kwrna: dirasat maydaniatin, majalat albuuhuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar, kuliyyat Al'ielam, , 56(4), 1573-1630.
- Al-Madani, O. (2019). dawr shabakat altawasul alaijtimaeii fi tarwij alshaayieat ladaa tulaab aljamieat Alsaedia (twitar namozagan), kuliyyat Aleulum alaijtimaeiati, jamieat 'Omm Alquraa.
- Ibrahim, S. (2019 mi). al'iishaeat wa'atharuha ealaa alfard walmujtamaei, majalat albahth aleilmii fi aladabi, Alkhartum, 20(8), 2.
- Alealimi, E. (2019). athar alshaayieat al'iiliktruniat waljarayim almaelumatiat waliat muajahataha, waraqat bahthiat muqadimat lilmutamar alsaadis likuliyyat alhuquqi, jamieat tanta "alqanun walshaayieat", 22-23 'Abril 2019.
- Altuwm, M. (2019mi). alshaayieat fi mawaqie altawasul alaijtimaeii (twitr nmwdhjan), majalat alshamal lileulum al'iinsaniati, jamieat Al'iimam Muhammad bin Sueud Al'iislamiati., 1(4).
- Badawi, A. (2019). shayieat mawaqie altawasul alaijtimaeii wathariha alsalbiat ealaa tulaab jamieat almalik saeud, majalat aleulum altarbawiat, jamieat Alqahira, kuliyyat aldirasat aleulya liltarbiat, 27(4), 97, 136.
- Wakal, B. (2018mi). alshaayieat fi mawaqie altawasul alaijtimaeii wamadaa tathiriha ealaa almujtamae aljazayirii, mudhakirat almastar, kuliyyat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiat qism eulum alaitisal wal'ielami, jamieat Muhammad Bousnaf- Almasilati, Aljazayir.
- Aleaqili, F. (2017mi). tarwij alshaayieat eabr shabakat altawasul alaijtimaeii (al'aghrad wal'asbab wasubul alsathiati), bahath muqadam fi mutamar dawabit

- aistikhdam shabakat altawasul alaijtimaeii fi al'iislami, aljamieat al'iislamiat bi Almadina Almunawara.
- Alkarnaf, R. (2014mi). tasawur astiratijiun limukafahat alshaayieat fi mawaqie altawasul alaijtimaeii bialmamlakat alearabiat alsaeudiati, 'utruha (majistir)-jamieat nayif alearabiat lileulum al'amniati, kuliyat aleulum alastiratijiati, qism Aldirasat Alastiratijiati.
 - Al-Jundi, S., Al-Khouribi, E. (2015). alastiratijiiaat alaitisaliat almustakhdimat fi aldieayat alaintikhabiat min khilal shabakat altawasul alaijtimaeii: dirasatan ealaa alaintikhabat Almisria 2014, almajalat almisriat libuhuth alraay aleama, 14(1), 555.
 - Sandar Ball Rokeach& DeFleur(1989 ,Theories of Mass Communication,4th ed(Longman:New York London,)P.245.
 - Mikawi, H., Alsayid, L. (2000). alaitisal wanazariaatuh almueasiratu, aldaar Almisria Allubnaniat lilnashr waltawziei, sa314.
 - Sandar Ball Rokeach& DeFleur (1989, Theories of Mass Communication,4th ed (Longman: New York London,) Pp.240-245.
 - Abd Alhamid, M. (2004). nazariaat al'ielam watijahat altaathiri, ta3, Alqahira: Aalim Alkitabii, 307.
 - Alyaequbi, R. (2013). altawafuq alnafsiu waliajtimaeiu waealaqatuhuma bialrida alwazifii ladaa muealimay almarhalat althaanawiati, almajalat Alearabiai, 4(1), 342.
 - Hayaa, M. (2013). alaitijahat nahw almadrast waealaqatiha bialtawafuq alnafsii alaijtimaeii: dirasat maydaniati, risalat majistir ghayr manshurtin, Aljazayar, jamieat Muhamad Khaydar Biskra, 10.
 - www.emro.who.int/ar/cov.org
 - https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-
 - Tayie, S. (2001). buhuth al'ielam (Alqahira: dar Alnahda Alearabia), 34.
 - Abd Alhamid, M. (1997m). dirasat aljumphur fi buhuth al'ielami, ta2, Alqahiratu: Alam Alkitabii, 93.
 - Dardarah, A. (2021). alkhawf min fayrus kuruna almustajidi Covid-19 waealaqatuh bial'aerad alwijdaniat alsalbiat ladaa majmueatayn min tulaab aljamieat almisriiyn walsaeudiiyna: dirasat nafsiat eabr thaqafiat majalat alkhidmat alnafsiati, 14, 52-72
 - Ghunim, N. (2020). 'asalib muajahat jayihat kuruna almustajidi waealaqatiha bialqalaq ladaa sharayih mukhtalifat min almujtamaei, majalat kuliyat altarbiati, jamieat Eayn Shams, 44(3), sa227-290.
 - Shuikh, H. (2020). 'idrak jayihat kufid-19 kahadath sadmiin wa'atharuh fi baed alakhtilalat alnafsiat ladaa eayinat min almisriiyna, almajalat Almisriat lildirasat alnafsiati, 109, 42-67.
 - Sifyan, N. (1997). aldhaka' alaijtimaeiu walqiam alaijtimaeiat waealaqatuhuma bialtakayuf alnafsii ladaa talbat jamieih Taiz, risalat dukturah, jamieat Baghdad.
 - Halim, S. (2021). almanaeat alnafsiat waealaqatuha bialrida ean alhayaat ladaa eayinat min talabat aljamieat fi zili aintishar jayihat kuruna almustajidi " kufid 19" majalat kuliyat altarbiati, 45(2), 261-325.

- Abd Aleaziz, F. (2020). misdaqiat al'ielam alkuaytii alrasmii 'athna' al'azmati: jayihat kuruna nmwdhjan, majalat alealaqat aleamati, 29(1), 247-277.
- Essam, E (2020). aetimad aljumbhur almisrii ealaa wasayil al'ielam 'athna' al'azmati, almajalat almisriat libuhuth alraay Aleam, 19(4), 202.
- Ramadan, A., Zayd, A. (2018). altaearud lilshaayieat eabr shabakat altawasul alaijtimaeii waealaqatiha bialhalat almizajiat lilraay Aleam Alsaedii walmisrii-almajalat almisriat libuhuth Al'ielam, 64(4), 121-139.
- Juda, S. (2021). mawaqie altawasul aliajtimaeii washayieat kufid 19, almajalat aleilmiaat lijameiat Almalik Fayasal, 22, 30.
- Zayan, S. astratyjyat mwajht alshayeat hwl azmt kwrwna wanekasatha ely almwage alalktrwnyt alrsmyt: drast ttbyqyt ely mwqey wzaat alsht wmnzmt alseha alealmy (majalat buhuth alealaqat aleamat Alsharq Al'awsat, 29(2), 727.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Mohamed Elmahasawy

President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

● Issue 61 April 2022 - part 1

● Deposit - registration number at Darekhotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition» 9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.