

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.

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 الستون - الجزء الثالث - جمادى الأولى ١٤٤٣هـ - يناير ٢٠٢٢ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

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 وآخر 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.... وتحفظ 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.

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.

محتويات العدد

- ١١٢٧ ■ إستراتيجيات تقديم مرضى كورونا في تغطية الصحافة الإلكترونية المصرية وعلاقتها بإدراك القائمين بالاتصال لحدود مسؤولياتهم الاجتماعية (دراسة تطبيقية) أ.م.د/ سهير عثمان عبد الحليم
- ١١٩٣ ■ دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز وعي طلاب الجامعات السعودية بمفهوم اقتصاد المعرفة د/ وسيم عبد العالي الصحفي
- ١٢٤٧ ■ توظيف النوستالجيا في الإعلانات التليفزيونية المصرية وتقييم الخبراء لدى فاعليتها د/ ريم الشريف
- ١٢٩٥ ■ تعليقات مستخدمي الصفحات الإخبارية المصرية على موقع «الفيسبوك» خلال جائحة كورونا: دراسة تحليلية من منظور أخلاقي ولغوي د/ شريهان محمد توفيق عبد الحافظ
- ١٣٦١ ■ رؤية الجمهور للمعايير المهنية والأخلاقية الحاكمة لمعالجة صحافة الفيديو لقضايا وأحداث المجتمع المصري وعلاقتها بالمزاج العام د/ هالة بسيوني
- ١٤٤١ ■ مشاركة المرأة في تنظيمات الإرهاب الدولي كما تعكسها الدراما في الفضائيات العربية د/ هبة حنفي معوض حسين
- ١٥٠٩ ■ دور الإذاعات الأردنية في توعية المواطن الأردني بمخاطر الإرهاب - إذاعتي «راديو هلا» وجيش «اف ام» نموذجا عاصم أحمد العمري

١٥٦٣

■ معالجة الصفحات الرسمية الحكومية والإعلامية على الفيسبوك
للأزمات السياسية في مصر بعد ٣٠ يونيو - دراسة تحليلية
إيمان السيد السيد غريب

١٥٩٥

■ تأثيرات برامج التجميل بالفضائيات المصرية على المراهقات المصريات
راجية محمد عبد الله عبد المطلب

م	التصنيف	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	نقاط المجلة (بوليني) (2021)	ISSN-O	ISSN-P
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	7	2682- 292X	1110- 9297
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الاعلام	7	2735- 4008	2536- 9393
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإلإعاع والتلليرون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2682- 4663	2356- 914X
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	6.5	2735- 4326	2536- 9237
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2682- 4620	2356- 9168
6	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2682- 4671	2356- 9131
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2682- 4647	1110- 5836
8	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بنى سويف، كلية الإعلام	7	2735- 377X	2735- 3796
9	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأى العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأى العام	7	2682- 4655	1110- 5844
10	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الاعلام العربية	7	2682- 4639	2356- 9891
11	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد النولى العالى للإعلام بالشروق	6.5	2735- 4016	2357- 0407
12	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	7	2314- 873X	2314- 8721
13	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث الإعلام وعلوم الإتصال	معهد الجزيرة العالى للإعلام وعلوم الاتصال	6	2786- 0167	2682- 213X

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

● تعليقات مستخدمي الصفحات الإخبارية المصرية على موقع «الفيسبوك»

● خلال جائحة كورونا؛ دراسة تحليلية من منظور أخلاقي ولفوي

- **Users Comments in The Egyptian news pages on Facebook during the Corona pandemic: an analytical study from an ethical and linguistic perspective**

● د . شريهان محمد توفيق عبد الحافظ

مدرس الصحافة الإلكترونية بقسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة أسيوط

sherytaw@gmail.com

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل سلوكيات التعليق على الصفحات الإخبارية في الشبكة الاجتماعية خلال جائحة كورونا «كوفيد19-» من منظور أخلاقي ولفوي؛ وذلك من خلال التطبيق على صفحتي (اليوم السابع، ومصراوي) على موقع الفيس بوك، باستخدام تحليل المضمون الكيفي؛ لدراسة تعليقات المتابعين الواردة على المضامين المنشورة خلال الموجة الأولى لجائحة كورونا كوفيد19-، والتعرف على آليات الضبط والتنظيم المستخدمة لمراجعة وفلترة هذه التعليقات- إن وجدت- وذلك في إطار مدخل أخلاقيات النقاش لهابرماس.

وانتهت الدراسة إلى أن ساحات التعليق على الصفحتين محل الدراسة مثلت متنفسًا ومكانًا لبث القلق، والخوف، والتوتر الذي سيطر على المجتمع خلال تلك الفترات، وظهرت من خلال تلك الساحات أنواع مختلفة من المشاعر والأحاسيس التي تباينت واختلفت باختلاف فترات التحليل. وكان الواضح على مدار الدراسة أن الضغوط التي سببتها جائحة كورونا كانت سببًا وراء ظهور نماذج لغوية وسلوكية غير أخلاقية على ساحات التعليق، وأكدت النتائج كذلك أن اللغة المستخدمة في التعليق اتسمت بالضعف؛ إذ اعتمدت النسبة الأكبر من التعليقات على اللهجة العامية، ولم تصل إلى مستوى الرقي الذي يسمح بوصفها باللغة المتحضرة، وتمثلت أبرز أشكال الانحرافات الأخلاقية في «التجاوز اللفظي، الإساءة والتجريح، السخرية والتهمك، وتوجيه الاتهامات، ونشر الشائعات». كما أكدت نتائج الدراسة أن تلك الصفحات ربما تحاول أن يكون لها دور في ضبط وتنظيم الحوار الدائر من خلالها؛ إلا أنه مع الكم الكبير لهذه التعليقات تفقد السيطرة أحيانًا. الكلمات المفتاحية: التعليقات، الصفحات الإخبارية، الأخلاقيات، اللغة، جائحة كورونا.

Abstract

This study aimed to monitor and analyze the behavior of commenting on news pages on the social network during the Corona pandemic "Covid-19" from an ethical and linguistic perspective, through the application of Elyom elsaba and Masrawy pages on Facebook, using qualitative content analysis to study the comments of followers on the contents published during The first wave of the Corona Covid-19 pandemic, and to identify the mechanisms of control and regulation used to review and filter these comments - if any - within the framework of the discussion ethics entry for Habermas.

The study concluded that the comment areas on the two pages under study represented an outlet and a place for spreading anxiety, fear and tension that dominated the society during those periods, and through those arenas different types of feelings differed in different periods of analysis. It was clear throughout the study that the pressures caused by the Corona pandemic were a reason behind the emergence of immoral linguistic and behavioral models in the commentary arenas, and the results also confirmed that the language used in the comment was weak, and the most prominent forms of moral deviations were "verbal abuse, abuse and defamation, ridicule, sarcasm, accusations and spreading rumors." The results of the study also confirmed that these pages may try to have a role in controlling and regulating the dialogue taking place through them, but with a large amount of these comments, they sometimes lose control.

Keywords: comments, news pages, ethics, language, corona pandemic.

أضحى من الواضح الجلي لكل من يستخدم منصات الإعلام الجديد أن الشبكات الاجتماعية بمختلف أنواعها هي الشكل الأكثر شعبية لتلك المنصات، فأصبح من النادر في الوقت الحالي أن تجد من لا يملك حساباً على أي من هذه الشبكات، وإن اختلفت درجة ومستوى التفاعل مع الأنواع المختلفة لتلك الشبكات من شخص إلى آخر أو من منطقة إلى أخرى ربما. وهو ما نتج عنه أن صارت هذه الشبكات من أهم المصادر الإخبارية- إن لم تكن الأهم على الإطلاق- لفئات كثيرة تبحث عن الخبر في صورته السريعة قليلة الكلمات والتي تُلبي حاجاتهم العجولة، ولأنهم لا يملكون الوقت الكافي للبحث عن الأخبار في المصادر الأخرى، من هذا المنطلق أصبحت الوظيفة الإخبارية واحدة من أهم وظائف الشبكات الاجتماعية في الوقت الحالي.

وطبقاً للعديد من التقارير والإحصائيات الصادرة عن أكثر من جهة⁽¹⁾ يحتل موقع Facebook المركز الأول بين كافة أنواع الشبكات الاجتماعية، ويحظى الموقع حتى وقت كتابة هذه السطور بـ (2,8) مليار مستخدم على مستوى العالم بما يعادل (36%) من سكان العالم، و(264) مليون مستخدم في القارة الأفريقية، و51 مليون مستخدم في مصر أي ما يعادل (49,3%) من إجمالي سكان مصر؛ ما يعني تقريباً أن واحداً من كل اثنين في مصر يملك حساباً على موقع فيسبوك؛ ما يجعلها الشبكة الأكثر شعبية.

وحقيقة الأمر أن هذه الشبكات الاجتماعية تتجلى فيها ملامح النماذج الاتصالية الحديثة، والتي حولت القارئ من متابع سلبي التأثير إلى عنصر فاعل ومشارك إيجابي في العملية الاتصالية، وأسهمت في صنع مصدر جديد للمعلومة، قادر على الإرسال والتسجيل والرصد؛ شأنه شأن القائم بالاتصال في وسائل الاتصال التقليدية سابقاً، وهو ما ترتب عليه وقوع تأثيرات لا حصر لها في الخريطة الاتصالية، حيث أصبح المستقبل في النموذج الاتصالي عنصراً فاعلاً قادراً على التواصل، وبأشكال شتى شملت قدرته على

أن يكون في حد ذاته مصدراً للمعلومة، أو أن يكون ربما ناشراً لها- من خلال إعادة بث ما يصله من أخبار عبر صفحته الشخصية- أو أن تصبح لديه المقدرة على التعليق وإبداء الرأي فيما بين يديه من أخبار بشكل يومي، وفي أي وقت وعبر أي وسيط تكنولوجي متاح.

ونعني بالتعليق هنا أن المتلقي من حقه إبداء رأيه بمنتهى الحرية ودون أية رقابة، وهو ما استدعى التساؤل: كيف سيتعامل هذا المتلقي مع تلك الميزة الجديدة؟ كيف سيوظفها؟ هل سيحسن استخدامها؟ وهل هناك قواعد أو معايير؟ هل هذا القارئ مؤهل لاستخدامها؟ وإن لم يكن مؤهلاً فمن المعنى بتأهيله؟ وكيف سيتم ذلك؟ أسئلة كثيرة أثارته تلك المساحة الجديدة التي أتت بها الفضاءات الإلكترونية، والتي رغم كونها نقلة هائلة في محيط العالم الاتصالي؛ إلا أنها قد باتت سلاحاً ذا حدين.

إذ كان من الملاحظ مؤخراً وبعدهما صار بإمكان أي أحد إبداء الرأي والتعليق على الأخبار والمواد الصحفية وغيرها من المواد الإعلامية عموماً، أن هناك تدهوراً وانحداراً أخلاقياً، وحالة من التخبط والارتباك على مستوى الألفاظ والتعبيرات اللغوية المستخدمة من سباب وإيحاءات وألفاظ غير لائقة خادشة للحياء، خارجة عن حدود اللياقة والآداب العامة، وهو ما انعكس معه حالة التردي الأخلاقي واللغوي التي تعاني منها المجتمعات العربية بشكل عام.

وخلال الظروف الطارئة التي قد تؤثر على قدرة الفرد على التعايش في سلام داخل مجتمعه، وتفرض عليه حالة من الترقب والقلق؛ يصبح من الطبيعي أن يسعى هذا الفرد إلى التسلح بالمعلومة والمعرفة لحماية نفسه وأسرته من خطر مرتقب، وتبعاً لذلك يزيد استخدامه لكل المصادر المعلوماتية المتاحة، وعلى رأسها الشبكات الاجتماعية وأبرزها شبكة Facebook، وهو ما حدث خلال أزمة جائحة كورونا كوفيد-19.

وكان من الملاحظ في هذا الصدد ما خلفته جائحة كورونا "كوفيد-19" من تخبط وارتباك وتشتت على المستوى العالمي والمحلي، أظهرت بصورة أو بأخرى ذلك الارتباك الأخلاقي في صورة تعليقات يعترها القلق والفرع حيناً، أو يغلب عليها نغمة اللوم وتوجيه الاتهامات حيناً آخر، أو تملؤها الإسقاطات أحياناً أخرى، بصورة تلفت الانتباه نحو معضلة أخلاقية شديدة الأهمية والخطورة، فكان من الواضح كيف تحولت قائمة التعليق إلى ساحة للصراع، والتناحر، والسب، والتكيل، وتوجيه الإساءات، وترويج الشائعات،

واحتقار الآخر. ما كان سبباً وراء لفت انتباه الباحثة لضرورة دراسة سلوكيات التعليق هذه.

الدراسات السابقة:

قامت الباحثة بتقسيم الدراسات السابقة إلى ثلاثة محاور كالتالي:
المحور الأول: دراسات تناولت تعليقات المستخدمين على المضامين الصحفية.
المحور الثاني: دراسات تناولت تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على اللغة وآداب الحوار.
المحور الثالث: دراسات ركزت على تعامل الصفحات والمواقع الإخبارية مع جائحة كورونا كوفيد-19.

المحور الأول: دراسات تناولت تعليقات المستخدمين على المضامين الصحفية:

تناولت الباحثة من خلال هذا المحور التراث العلمي المتعلق بدراسة تعليقات القراء والمستخدمين على المواد والمضامين الصحفية المنشورة على الصفحات والمواقع الإخبارية الإلكترونية.

كان أحدثها دراسة (هبة مصطفى، 2021)⁽²⁾ والتي هدفت إلى التعرف على سمات خطاب تعليقات مستخدمي صفحات وزارة التربية والتعليم المصرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إزاء نظام التعليم عن بعد، وتحليل هذه السمات في ضوء نظرية المجال العام، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي باستخدام العينة العمدية لتعليقات المستخدمين على منشورات نظام التعليم عن بعد، عبر صفحة وزارة التربية والتعليم في الفترة من 17 أكتوبر 2020 إلى 17 نوفمبر 2020، والتي بلغت (4083) تعليقا، بالاعتماد على أداة تحليل المضمون وتحليل الخطاب. وتوصلت الدراسة إلى أن خطاب التعليقات ينتمي إلى المجال العام المصغر، كما أوضح التحليل الكيفي أن تلك النقاشات لم تؤد إلى تطوير خطاب نقدي قائم على الحجج والبراهين، كما اتسمت بنية خطاب تعليقات المستخدمين إزاء نظام التعليم عن بعد بالتنوع، فجاءت التعليقات التي تحمل استفساراً في المقدمة، كما ظهرت أيضاً التعليقات التي تعرض الرأي المؤيد أو المعارض، بالإضافة إلى عبارات الإشادة والعبارات ذات الطابع الهجومي.

أما عن تعليقات المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترة انتشار فيروس كورونا، جاءت دراسة (Hanjia & Others 2020)⁽³⁾ والتي ارتبطت بسلوك المستخدم وتعليقاته على وسائل التواصل الاجتماعي- بالأخص موقع تويتر- والمرتبطة بفيروس كورونا، والتي يظهر فيها بشدة العنف اللفظي والهجوم والعنصرية في التعامل مع هذا

الفيروس، ومع الصين باعتبارها المكان الذي خرج منه الفيروس. وقد اهتمت هذه الدراسة الضخمة بما هو أعمق، حيث ذهب الباحثون إلى دراسة الخصائص الديموغرافية والميزات على مستوى المستخدم، وحالة المتابعة السياسية والموقع الجغرافي، وسعوا للتمييز والتفرقة بينهم وفقاً لهذه المؤشرات، وقد انتهوا إلى أنه لا يوجد دليل كاف لاستنتاج وجود اختلاف من حيث الحالة التي يعيش فيها المستخدم، ومع ذلك فالملحوظ أن المنطقة الجغرافية أو النطاق السكاني يترتب عليه الكثير من الأشياء؛ حيث إن الأفراد المنتمين للمناطق الريفية أكثر استخداماً للألفاظ المثيرة للجدل، مقارنة بغيرهم ممن ينتمون إلى المناطق الحضرية.

وحول ما سُمي بالـ "العدوى العاطفية" التي تنتج بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تسبب في انتشار التعاطف بين المعلقين سواء بشكل إيجابي أو سلبي على موضوع ما يشغل مساحة من الرأي العام، جاءت دراسة (Chance & Others 2019)⁽⁴⁾ والتي اعتمدت على التجربة الاستقصائية لاختبار العدوى العاطفية التي تسبب في تحريك العدا في التعليق على الأخبار، أو انتقال الحالات العاطفية الفردية من خلال ملاحظة التعبير الخطابي والإشارات غير اللفظية للأفراد. وقد انتهت الدراسة إلى أن العدوى العاطفية هي آلية يتم من خلالها التعليق السلبي والعدواني والعدائي وغير المتحضر، وكذلك الإيجابي والداعم، وقد ينتشر من خلال وسائل التواصل الاجتماعي. وكذلك أكدت الدراسة أن العدوى العاطفية القوية ربما تكون وسيلة شائعة يتم من خلالها تشكيل لهجة وجوهر الخطاب.

وكانت هناك دراسة أخرى لـ (Muhammad A. & Fathi 2017)⁽⁵⁾ هدفت لدراسة الكيفية التي يستطيع من خلالها القارئ تحقيق ذاته والشعور بالرضا عن نفسه، وكذلك تحقيق الاحترام المتبادل مع غيره؛ من خلال التعليق على الأخبار المنشورة على شبكة الإنترنت، وذلك بالتطبيق على (500) تعليق وارد على الأخبار المنشورة في اثنين من المواقع الإخبارية الأردنية خلال عامي 2014 و2015، والمتعلقة بالموضوعات السياسية والاجتماعية والاقتصادية المحلية. وقد انتهت الدراسة إلى أن القراء يسعون إلى تحقيق ذواتهم وذوات الآخرين من خلال ثلاث استراتيجيات رئيسية: "الهجوم المباشر، أو استخدام الهوية القومية، أو استخدام الهوية الدينية". وقد تمثلت استراتيجية الهجوم المباشر في استخدام اللغة للتعرض بوقاحة لأطراف القصة الإخبارية أو القراء الآخرين، أما الاستراتيجية الثانية والثالثة والتي تركز على الهوية القومية والدينية، والتي يتعامل

من خلالهما القراء في سياق معين لتحديد مواقع أنفسهم والآخرين في المحادثات، ولوضع أنفسهم والآخرين في صورة مثالية أو صورة البطولة.

واهتمت دراسة (Ursula & Matt 2018)⁽⁶⁾ بدراسة التعليقات المصاحبة للمواد المنشورة على المدونات باعتبارها أحد الأشكال الصحفية الجديدة، وقد طبقت الدراسة على مدونتين إحداهما تابعة لشبكة الـ BBC، وتم اختيارهما كونهما تتمتعان بالدقة؛ سواء من ناحية الكتاب أو القراء الذين يقومون بالتعليق. وهو ما أسهم في تسهيل الدراسة ومدّها بإطار عام يسمح بالتفاعل البناء بين المؤلف والقارئ، أو بين القراء وبعضهم البعض. ونهايةً توصلت الدراسة إلى أن تعليقات القراء المطروحة داخل موضوعات المدونات- عينة الدراسة- احتوت على لغة ذات طابع خاص، وأن الخطاب الداخلي يكشف عن تغيير يحدث في لغة الخطاب ويأخذه لمنعطف جديد.

أما بخصوص تفاعل الفرد واستجابته على الفظاظة التي يعبر عنها الآخرون من خلال التعليقات، فقد هدفت دراسة (Ji Won 2018)⁽⁷⁾ إلى التحقق من الكيفية التي يتم من خلالها هذا التفاعل، وتم ذلك من خلال دراسة تجريبية اعتمدت على التجربة التي نفذت على مجموعتين، إحداهما تعرضت لتعليقات فضّة من قبل أفراد ينتمون لنفس المجموعة، والأخرى تعرضت لتعليقات من أفراد خارج المجموعة. وقد أشارت النتائج نهايةً إلى أن هناك نوعاً من التساهل مع التعليقات غير المتحضرة التي تخرج من أعضاء المجموعة الواحدة أو أصحاب نفس الانتماء. واختلف التقييم تماماً عندما اختلف رأي الفرد حول قضية ما مع موقف القضية لحزبه، وفي هذه الحالة تم تقييم كل من التعليق غير المهذب للمجموعة والمعلق داخل المجموعة بشكل سلبي للغاية.

وتربط دراسة (Tayyiba 2018)⁽⁸⁾ بين التغيرات السياسية التي طرأت على الأنظمة السياسية في أوروبا وأمريكا، وما صاحبها من تصاعد لقوى يمينية؛ وبين الخطاب الذي تضمنته تعليقات القراء على الأخبار المنشورة في المواقع الإخبارية ذات التوجه اليميني، وقد ركزت الدراسة على العلاقة بين تمثيل الإسلام والكاثوليكية في موقع صحيفة "ديلي ميل" وموقع "تليجراف"، من خلال تحليل المقالات الإخبارية والتعليقات الواردة عليها. وقد كشفت النتائج عن وجود أدلة على التمثيل النمطي لهذه الأديان تنطبق على سياقات وسائط الإعلام الجديد، كما أن هناك تداخلاً قوياً وصلات وثيقة بين الأخبار والتعليقات والأيديولوجيات المشتركة بينهما، كما أن القوالب النمطية القديمة لديانات الأقليات تظهر وتتمثل بوضوح في سياقات وسائط الإعلام الجديد.

دراسة أخرى اهتمت بتحليل تعليقات القراء المُصاحبة لبعض المقالات الصحفية؛ وهي دراسة (Elda & Gonen 2017)⁽⁹⁾ والتي تم تطبيقها على موقعين إلكترونيين لصحيفتين، إحداهما أمريكية وأخرى إسرائيلية. تم في إطارها تحليل التعليقات لثلاثة مقالات رأي لكل صحيفة، والمقارنة بين هذه التعليقات من حيث اللغة ومدى الاتفاق أو الخلاف في هذه التعليقات. وكانت جميع المقالات تتناول موضوعاً واحداً؛ وهو الصفقة التي سيتم التوقيع عليها آنذاك بين الرئيس الأمريكي أوباما وإيران فيما يتعلق ببرنامجه النووي. وكان من أهم نتائج هذه الدراسة أن ساحات الحوار والتعليقات قد تحولت إلى ساحة للصراع والتشاحن، وخرجت عن قواعد الحوار الراقي، وتنافت مع شرط المناقشات العقلانية للمجال العام.

كذلك هدفت دراسة (آمال كمال 2017)⁽¹⁰⁾ إلى تحليل خطاب تعليقات القراء في أحد المواقع الإلكترونية حول قانون الخدمة المدنية لعام 2015، والذي صوت عليه مجلس النواب بالرفض بأغلبية 332 صوتاً في يناير 2016، ومثلت "اليوم السابع" عينة الدراسة التحليلية التي اعتمدت على أداة تحليل الخطاب باستخدام مسارات البرهنة ومسار القوى الفاعلة. وقد انتهت النتائج إلى أن تعليقات قراء اليوم السابع حول قانون الخدمة المدنية مثلت ساحة للنقاش والتداول النقدي، حيث أتاحت فرصاً متساوية للجميع للمشاركة في النقاش، دون استبعاد آراء أو وجهات نظر معينة، حيث ظهرت من خلال التعليقات عدة مواقف تجاه القانون عبرت عن الاتجاهات المعارضة والمؤيدة له؛ مما يسفر عن تنوع في وجهات النظر المقدمة، كذلك أسفرت النتائج عن تحقق شروط المجال العام؛ حيث حرص عدد كبير من التعليقات على طرح خطاب مبرر بأدلة إقناعية مدعمة بحجج وبراهين.

وفي الإطار ذاته وحول الخطاب الحجاجي جاءت دراسة (إيمان محمد، 2017)⁽¹¹⁾ التي هدفت إلى فحص البنى الإقناعية للخطاب الحجاجي في تعليقات القراء حول حادثة تفجير الكنيسة البطرسية في صفحات مواقع الصحف المصرية الإلكترونية على شبكة الفيسبوك؛ بوصفها ساحات تواصلية تفاعلية معاصرة، وذلك من أجل رصد استراتيجيات الإقناع والمناورة في التأثير على الآخرين من خلالها. وقد اعتمدت الدراسة على ثلاث أدوات رئيسية، هي: "تحليل المحاجة، فحص سياق المحاجة، تقييم المحاجة"، وكشفت في النهاية عن غياب واضح لضوابط الحجاج كغياب الأرضية المشتركة، واتساع الهوة بين مرجعيات الخطابين الحجاجيين المثارين حول حادث الكنيسة البطرسية،

واختلاف دلالات الألفاظ، فكلمة الضحية استخدمت في الخطاب الحجاجي للإشارة إلى الشهداء من جهة، وللإشارة إلى الجاني من جهة أخرى.

وبخصوص الانحدار الأخلاقي الذي أصاب اللغة عموماً، ويتجلى بوضوح من خلال تعليقات القراء، هدفت دراسة (Leonie & Stephan 2016)⁽¹²⁾ إلى دراسة آثار التعليقات غير الحضارية على القراء، ودراسة ردود الأفعال المعرفية والعاطفية والسلوكية، بناء على إجراء تجربة عبر الإنترنت؛ للتحقيق في آثار تلك التعليقات. خلال هذه التجربة تم تعريض المشاركين لمقال إخباري مصحوب بمجموعة من التعليقات، منها صفر، أو واحد، أو ثلاثة، أو ستة كانت تعليقات غير حضارية. وفي النهاية أشارت النتائج إلى أن التعرض للتعليقات غير المُتَحضِرة يمكن أن يؤدي إلى زيادة الإدراك العدائي لدى القارئ، في حين أن هذا التأثير كان أقل حدة عندما تعرض القراء لتعليقات تتسم بالفظاظة.

كما انتهت دراسة (سمر خالد، 2016)⁽¹³⁾ إلى التفاوت الكبير بين اتجاهات التعليق المصاحبة للمضامين الصحفية المنشورة في الصحف الأجنبية والمتعلقة بصورة العالم العربي أثناء الثورات، فهناك من اتفق مع طرح الكاتب وأيده وأضاف معلومات تؤكد، وهناك من عارض وجهة نظر المقال أو الافتتاحية ورفضها سواء في جملة قصيرة، أو مستخدماً الأدلة والشواهد، مثل ذكر تجارب شخصية أو حوادث سابقة، وقد هدفت الدراسة رصد وتحليل ملامح صورة العالم العربي أثناء الثورات في الصحف الأجنبية؛ سواء الخطاب الصحفي القائم عنها، أو في تعليقات القراء على هذا الخطاب، وذلك في الفترة من 15 ديسمبر 2010 وحتى 15 فبراير 2011 بالتطبيق على المواقع الإلكترونية لصحف نيويورك تايمز والجارديان وهآرتز.

دراسة أخرى (David & I. Coman, 2015)⁽¹⁴⁾ اهتمت بدراسة الخطاب العام المصاحب لأزمة مقتل 20 طفلاً و6 بالغين بالرصاص في مدرسة ابتدائية في مدينة نيوتاون في ديسمبر 2012، وقد تم ذلك من خلال تحليل ودراسة تعليقات القراء الواردة على النصوص الإخبارية المتعلقة بحادثة القتل سابقة الذكر، والمنشورة في المواقع الإخبارية لصحف الـ "نيويورك تايمز الأمريكية" والـ "لوموند الفرنسية"، والتي أعقبت الحادث ولمدة أسبوع من 14 إلى 20 ديسمبر 2012. وقد انتهت الدراسة إلى أن المعلقين الأمريكيين والفرنسيين قد ذهبوا إلى ما هو أبعد من مناقشتهم للمعلومات التي قدمتها صحف الدراسة في قصصهم الإخبارية، وهو ما جعلهم في النهاية يتمكنون من

تحليل وتقييم مدى حاجتهم لمعلومات أدق أقل أو أكثر. كما أظهرت النتائج أن المُعلقين انتقلوا من موقف المراقب السلبي إلى المطالبة بالحصول على معلومات جديدة أو مختلفة، أو ربما تصحيح معلومات أو مواقف مُعينة. وكانوا حريصين كذلك على توثيق حاجتهم إلى القيم الصحفية كـ "الدقة والمنطقية والعقلانية"، وكذلك القيم الاجتماعية مثل "الاحترام والتسامح" وهو ما أطلقوا عليه "قواعد الانخراط في خطاب صادق وذكي". وانطلاقاً من التصور الذي ظهر مع زيادة تأثير تعليقات القراء على الموضوعات الصحفية، والذي يؤكد أن هذه التعليقات مع تزايدها أصبحت تؤثر على اتجاهات القراء نحو (الجودة الصحفية أو التحيز الإعلامي، وتصورات الرأي العام)، جاءت دراسة (Christian & Nina, 2015)⁽¹⁵⁾ والتي أشارت إلى أنه من ناحية توفر ميزة التعليق للمستخدم قناة للتحدث علناً وبصورة مجهولة عادة، حيث يمكن التعبير عن المشكلات الحساسة دون خوف من الضغط الاجتماعي أو الاضطهاد، ومن ناحية أخرى، فإن الهوية المجهولة هذه تزيد من إمكانية حدوث تجاوزات وفضاظة لفظية ولغوية. وقد طُبقت هذه الدراسة على تعليقات القراء في موقعين إخباريين ألمانيين، واقتصرت على التعليقات الواردة على موضوع مُحدد وهو (الانتحار)، وكان الفرق بين الموقعين أن أحدهما يسمح لأي شخص بالتعليق، في حين يتطلب الآخر ضرورة التسجيل على الموقع باستخدام الأسماء الحقيقية، وهو ما أسهم في معرفة الفرق بين إمكانية التعليق في الحالتين، والذي تجلى بوضوح حيث ظهرت شبكة التعليق في أحد الموقعين أكثر قوة من الأخرى، وهو ما أرجعه فريق البحث إلى سببين: أولهما أن شرط التسجيل باستخدام هوية حقيقية جعل العلاقات بين الأعضاء المُعلقين أكثر قوة بكل تأكيد بالرغم من قلة عددهم، وثانيهما هو أن شرط التسجيل كذلك أسهم في انتقاء مستويات تعليمية وثقافية عالية، وهو ما انعكس بالإيجاب على نوعية التعليقات ومستوى قوتها.

أما دراسة (أحمد كمال 2015)⁽¹⁶⁾ والتي هدفت إلى التعرف على المعايير الأخلاقية التي تضعها المواقع الإخبارية لنشر التعليقات ومدى قيام المواقع بالرقابة أو حذف التعليقات، ومدى توفيرها برتوكولاً للتعليقات، بالإضافة إلى التعرض لمضمون التعليقات لرصد أشكال الانتهاكات الأخلاقية التي تحويها، وبيان مدى التزام القراء بأخلاقيات النشر عندما أتاحت لهم فرصة التعبير عن آرائهم في الموضوعات المنشورة، وذلك بالتطبيق على 8 مواقع إخبارية مصرية لمدة 10 أيام متتالية من 1 إلى 10 يونيو 2015، بالإضافة إلى دراسة القائم بالاتصال على هذه المواقع. وقد انتهت الدراسة إلى

نتيجة مهمة تشير إلى زيادة حجم تجاوزات القراء في تعليقاتهم على الموضوعات المنشورة سواء على الموقع أو على صفحة الفيس بوك، حيث تحولت تعليقات القراء في كثير من الأحيان إلى اتهامات متبادلة، واستخدام ألفاظ ولغة تحض على الكراهية، وإلى ساحات للسباب والشتائم وغيرها. كما انتهت الدراسة إلى أن غالبية المسؤولين لا يوافقون على وضع سياسة للتعليقات أو موثيق لتعليقات القراء؛ لأنها من الممكن أن تؤدي إلى الحد من حرية القراء عند تعليقهم.

وعن العلاقة بين المشاركة الاجتماعية والسياسية وتعليقات القراء هدفت دراسة (Kyung & Others 2011)⁽¹⁷⁾ إلى استكشاف تلك العلاقة في إطار المقالات الإخبارية، حيث اهتمت الدراسة بالسعي إلى معرفة ما إذا كانت تعليقات القراء تسهم في تعزيز مشاركة القراء في النشاط السياسي على شبكة الإنترنت، وقد تم تقسيم سلوك المستخدم على المادة المنشورة إلى سلوك القراءة وسلوك الكتابة. وقد أشارت النتائج إلى أن المواد الترفيهية، يليها المواد الاجتماعية من أكثر المواد التي تثير سلوك الكتابة أو التعليق لدى المستخدم، كما أكدت أن المتغيرات الديموغرافية ليس لها تأثير على المشاركة السياسية.

المحور الثاني: دراسات تناولت تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على اللغة وآداب الحوار:

في إطار هذا المحور تناولت الباحثة الدراسات التي ركزت على واقع اللغة العربية وآداب الحوار عموماً على شبكات التواصل الاجتماعي، والمستجدات التي طرأت على لغة الحوار في ظل وجود هذه الشبكات الاجتماعية.

في هذا الصدد هدفت دراسة (عبد الملك، محمد محمود، 2020)⁽¹⁸⁾ إلى الكشف عن واقع اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي؛ للتعرف على واقع استخدام هذه المواقع للغة العربية ودرجة عنايتهم بها، من خلال متابعة بعض المساحات الإخبارية على موقع الفيس بوك بصورة أسبوعية وعلى مدار شهر. وقد استنتجت الدراسة أن الكتاب والإعلاميين لا يستخدمون اللغة العربية السليمة عند نشر كتاباتهم في مواقع التواصل الاجتماعي، وأن هناك تأثيراً سلبياً لهذه المواقع على لغة جمهورها المستهدف، يمكن حصرها في ثلاثة مجالات أساسية وهي: (نشر العامية في أوساط المستخدمين والمتابعين- نشر أساليب لغوية ضعيفة وشاذة عن العربية- ونشر قوالب لغوية جاهزة تصبح مع الزمان مسلمات لغوية عند عامة الجماهير العربية).

وفي دراسة (سهام جاسم، محمد جبار، 2020) ⁽¹⁹⁾ التي اهتمت بمحاولة الإجابة عن تساؤل رئيس يتمثل في: "لماذا يتم استخدام الألفاظ المُعنفَة في الخطاب الإعلامي؟" وذلك من خلال السعي لمعرفة العلاقة بين العنف واللغة، وأكثر الألفاظ المستخدمة في الخطاب المُعنفَة وأسباب إنتاج الخطاب الإعلامي المُعنف. وقد طُبِقَ البحث على المنصات الإعلامية (شبكة الفيس بوك) خلال الفترة من 12 فبراير 2019 وحتى 11 مارس 2019، وانتهى البحث إلى عدد من النتائج؛ أبرزها أن مسؤولي صفحات التواصل الاجتماعي يعتمدون استعمال الكلمات المُعنفَة من أجل الإثارة والحصول على نسبة متابعة ومشاهدة.

كما أن لشبكات التواصل تأثيرات سلبية أخرى، تمثل أهمها في اقتحام الخصوصية الشخصية للأفراد والأسرة والتشهير، وكذلك ضياع الوقت والسهر لساعات طويلة، وهذا ما انتهت إليه دراسة (عبد العزيز موسى، فخري عبد القادر 2019) ⁽²⁰⁾، حيث هدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على المسؤولية الأخلاقية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، وتأثير هذه الشبكات على قيم المجتمع.

كذلك ومن بين المشكلات التي تواجه اللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي تتجلى مشكلة التلوث اللغوي، والتي اهتمت بها دراسة (محمد أحمد فتحى، 2019) ⁽²¹⁾، حيث هدفت الدراسة إلى تحديد مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على التلوث اللغوي لدى الطلاب الجامعيين، من خلال التطبيق على عينة بلغت 167 طالباً من طلاب جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك تأثيراً لمواقع التواصل الاجتماعي على التلوث اللغوي بشكل جزئي في الجوانب المتعلقة بالتلوث الصوتي، والتلوث الصريفي، والتلوث التركيبي، والتلوث الإملائي.

وعلى جانب آخر هدفت دراسة (عماد محمد، وشايف جمعة، 2019) ⁽²²⁾ إلى التعرف على أهم الإشكاليات التي تواجه اللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي وكيفية الحد منها؛ لأجل الحفاظ على تميزها على اللغات الأخرى، وقد طُبِقَت الدراسة على عينة من مستخدمي الفيس بوك في العراق تتراوح أعمارهم ما بين 15 و50 عام، وقد انتهت الدراسة إلى أن فقط نسبة 13% من مجتمع البحث يكثرثون لمستوى اللغة العربية التي يكتبون بها، وهي نسبة تُعد ضعيفة جداً، كما توصلت الدراسة إلى أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من فئة طلبة الجامعات يعتمدون على استخدام العامية على الفصحى بشكل ملحوظ.

ومن الواضح الآن أن شبكات التواصل الاجتماعي تسببت في خلق سجن افتراضي تبادلي يؤثر على نفسية المستخدمين، وأن وعي المستخدم بكونه مراقباً وخاضعاً لأحكام الغير، من خلال المواد التي ينشرها يقوده إلى محاولة إرضاء الحشد الافتراضي وكسب إعجابه؛ من خلال اختيار مدروس لما يعرضه من منشورات وفقاً لمقتضيات المجتمع الافتراضي الذي ينتمي إليه، وهذا ما انتهت إليه دراسة (ثريا السنوسي، 2019) (23) التي هدفت إلى التعرف على الهوية عبر الفيسبوك، وكيفية إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في بناء هوية جديدة للأفراد.

ومع التحول الذي طرأ على اللغة العربية وظهور نماذج مشوهة هجينة سعت دراسة (مدانى إيمان، 2018) (24) إلى تحديد ماهية العريبيزي، والبحث في أسباب تعاضم استخدام العريبيزي من قبل فئات الشباب، ودواعي توظيفها وتداعياتها وآثارها، وانتهت الدراسة إلى أن للتطور التكنولوجي ولظهور الميديا انعكاسات على الثقافة في كل المجتمعات، في هذا الإطار يبدو أن التفكير والعمل في حقل ما يسمى "ميديا الثقافات" هو فرصة معرفية لمناقشة موضوع الثقافة وتحولات المشهد الإعلامي والاتصالي.

وانطلاقاً من الدور الذي يقع على عاتق النخبة في قيادة المجتمع وتوجيه أفرادها عبر مختلف القنوات والوسائل الرسمية والخاصة؛ اهتمت دراسة (محمد أحمد هاشم، 2017) (25) بتحليل اتجاهات النخبة الإعلامية الأكاديمية نحو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على استخدامات اللغة العربية. وقد انتهت الدراسة إلى نتائج تفيد تنوع اتجاهات النخبة الإعلامية الأكاديمية نحو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية، ما بين الاتجاهات الإيجابية والسلبية، والتي تمثل أهمها في نشر اللغة الهجين، والكتابة بلغة مبتدلة خارجة عن الآداب والذوق العام، ونشر اللغات الأجنبية؛ بما يسهم في طمس ونسيان اللغة العربية.

ومن بين الإشكاليات التي تواجه اللغة عموماً على شبكات التواصل الاجتماعي تتجلى ظاهرة العنف الرمزي أو العنف اللفظي، وهو ما اهتمت به دراسة (لصلح عائشة، 2015) (26)؛ حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على ماهية العنف والعنف الرمزي وتجلياته ومستوياته وعلاقته بوسائل الإعلام، وأهم ملامح ظهوره عبر الشبكات الاجتماعية وبالأخص الفيس بوك. وقد انتهت الدراسة إلى أن العنف الرمزي الذي يظهر من خلال الشبكات الاجتماعية وبالأخص الفيس بوك يختفي وراء الرموز والدلالات والمعاني، وتتجلى في الممارسات الثقافية والتربوية السائدة في حياتنا الاجتماعية، وهو ما

يتميز بالتخفي والانسحاب في العقل دون أن يشعر الفرد الضحية بهذه القوة التي تجعله يخضع لها، حيث تبرمجه بصورة غير واعية وتستقر في عقله الباطن على أنها ممارسات طبيعية ومنطقية.

فالواضح إذن أن اللغة العربية تواجه العديد من الإشكاليات؛ وهو ما أثارتها دراسة (نصر الدين عبد القادر، ومريم محمد 2013) (27) التي هدفت إلى التعرف على إشكاليات اللغة العربية، ومدى إسهام مواقع التواصل الاجتماعي في تدهورها، وكذلك العقبات التي تحول دون انتشار اللغة السليمة على تلك المواقع، وقد طُبِقَ البحث على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك، وانتهى إلى أن (20%) من مجتمع البحث يكثرثون لمستوى اللغة العربية التي يكتبون بها على المواقع الإلكترونية، وفي المقابل بلغت نسبة من لا يهتمون بسلامة اللغة العربية حوالي (55%) من جملة الباحثين، وهو ما ينبئ عن المستوى المتدني الذي قد تصل إليه اللغة العربية في ظل التطورات التكنولوجية.

(رحيمة عيساني، 2013) (28) تناول ظاهرة العرَبِجَلِيَّة التي باتت تهدد اللغة العربية وتؤدي ترسيخها بين جموع الجيل الجديد، وتُشكل خطراً يزيد الهوة بين الأجيال السابقة والأجيال الناشئة. وقد انتهت الدراسة إلى أن وسائط الإعلام الجديدة والإنترنت يمكن أن تثري اللغة، وتزيدها غنى، وتمنحها المزيد من الأبعاد والآفاق، ولكن الأکید في المرحلة الراهنة على الأقل أن هذا الفضاء الجديد قد بدأت معه بوادر هدم واضح للغة العربية من طرف الشباب، تسرعاً أو مسايرة أو تمرداً.

المحور الثالث: دراسات ركزت على تعامل الصفحات والمواقع الإخبارية مع جائحة كورونا كوفيد-19:

من خلال هذا المحور تستعرض الباحثة مجموعة من الدراسات التي تتناول الكيفية التي تعاملت بها الصفحات والمواقع الإخبارية مع جائحة وباء كورونا (كوفيد-19) والتي اجتاحت العالم خلال الأعوام السابقة.

من بين هذه الدراسات كانت دراسة (أمة الخالق محمد 2020) (29) والتي هدفت إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات والأخبار أوقات الأزمات، ومدى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات والأخبار حول الأحداث والقضايا أوقات الأزمات، ومعرفة فيما إذا كانت هناك علاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الجمهور وإدراكهم للأزمات التي يمر بها المجتمع، وقد طُبقت هذه الدراسة على عينة بلغت (400) مفردة من الجمهور المصري المستخدم لمواقع

التواصل الاجتماعي، وبالتحديد موقع "الفيس بوك" بالاعتماد على الاستبانة الإلكترونية. وقد انتهت الدراسة إجمالاً إلى تصدر "الفيس بوك" قائمة شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلاً لدى عينة الدراسة، كما أظهرت النتائج فيما يتعلق بتأثيرات اعتماد المبحوثين على الفيس بوك كمصدر للمعلومات والأخبار المتعلقة بالأزمات وجود ثلاثة تأثيرات مرتبة على التوالي (تأثيرات وجدانية، معرفية، سلوكية).

أما دراسة (ريم نجيب، 2020) ⁽³⁰⁾ فقد تمثل هدفها في التعرف على كيفية توظيف الإنفوجرافيك في معالجة القضايا الصحية؛ بالتطبيق على موضوع فيروس كورونا كوفيد-19 عبر موقع التواصل الاجتماعي (تويتر) في الدول العربية (مصر- السعودية- الكويت)، وقد اعتمدت هذه الدراسة على تحليل مضمون جميع نماذج الإنفوجرافيك المنشور عبر الحسابات الرسمية لوزارات الصحة التابعة للدول العربية عينة الدراسة "مصر، السعودية والكويت"، خلال فترة زمنية مدتها ثلاثة أشهر. وكشفت الدراسة التنوع في وظيفة الإنفوجرافيك في معالجة موضوع فيروس كورونا كوفيد-19 بالمواقع الثلاثة، بينما كانت "التوعية" هي الغالبة في الصفحتين السعودية والمصرية، وتصدرت المقارنة الترتيب الأول في الصفحة الكويتية، وتمثل ذلك في عقد المقارنات بين الأخبار الكاذبة والصحيحة، والتغير عبر الزمن في حجم الإصابات والتعاي في الوفيات.

وفي نفس الاتجاه، جاءت دراسة (سمير محمد، 2020) ⁽³¹⁾ التي هدفت إلى الكشف عن طبيعة توظيف صحافة البيانات في تناول فيروس كورونا المستجد بالمواقع العربية والعالمية، من خلال تحليل شكل ومضمون صحافة البيانات بأشكالها المختلفة وبخاصة القصص المدعومة بالبيانات، وذلك بالتطبيق على مواقع "يو إس إيه توداي" و"الجارديان"، "العين الإخبارية"، "عكاظ"، "مصراوي"، خلال الفترة من يناير وحتى أبريل 2020، بالاعتماد على أداة تحليل، ووظفت أداة تحليل الشكل والمضمون لعينة من (1398) شكلاً من أشكال صحافة البيانات. وقد خلصت الدراسة إلى تفوق المواقع العالمية في حجم اهتمامها بصحافة البيانات من حيث عدد القصص المدفوعة بالبيانات حول فيروس كورونا، في مقابل تفوق المواقع العربية في توظيف الإنفوجرافيك والوسائط المتعددة في تناول الموضوع نفسه، وكشفت الدراسة عن تمتع المواقع العالمية بثراء معلوماتي ملحوظ في محتوى صحافة البيانات بها، يرجع لاعتمادها على مصادر متخصصة من العلماء، والباحثين، والطواقم الطبية، ومراكز ومختبرات علمية متخصصة في الأمراض والأوبئة، مقابل الضعف المعلوماتي في المحتوى بالمواقع العربية لاهتمامها بالمصادر

الرسمية، بغض النظر عن التخصص الذي يفرضه طبيعة الموضوع والقيود المتعلقة بالوصول لمصادر المعلومات عامة.

وفيما يتعلق بالبحث عن المعلومات الصحية أشارت دراسة (نشوة سليمان، 2020)⁽³²⁾ التي تناولت العلاقة بين سلوك التماس المعلومات الصحية لدى المرأة المصرية مع انتشار وباء كورونا، ومستوى إدراكها للمخاطر المحيطة، من خلال التطبيق على عينة قوامها (450) مفردة، وتوصلت النتائج إلى أن النسبة الأكبر من النساء محل الدراسة أبدت سلوكاً متنامياً لالتماس المعلومات، كما أن الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية، و صفحة مجلس الوزراء المصري على الفيس بوك كانتا أكثر المصادر المعلوماتية معاً للمتابعة حول أخبار الفيروس، وكانت الإجراءات الوقائية لمواجهة الفيروس أكثر المعلومات التي تسعى لمعرفةا، كما وجدت الدراسة أن مصداقية المنشورات المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي تراجعت أمام صفحات ومواقع الجهات الرسمية على الإنترنت، كما وجدت الدراسة أن النساء قد أبدین شعوراً مرتفعاً بإدراك المخاطر جراء انتشار الفيروس، ونوايا سلوكية قوية لتجنب الإصابة به.

وفي اتجاه مواز، ذهبت دراسة (إيمان عاشور، 2020)⁽³³⁾ التي هدفت إلى التعرف على العلاقة بين التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بكوفيد 19 عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى المناعة النفسية لديهم، وقد انتهت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين استخدام الجمهور المصري لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي ومستوى المعرفة بأزمة فيروس كورونا؛ مما يعني أنه كلما زاد استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي زاد مستوى المعرفة لديهم، ويفسر ذلك أن في وقت الأزمات تزداد درجة اعتماد الجمهور على وسيلة معينة، وفي هذه الحالة تقوم الوسيلة بمعالجة الأزمة من منظور معرفي معين، كما أكدت الدراسة كذلك وجود علاقة إيجابية بين استخدام الجمهور المصري عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للحصول على المعلومات المتعلقة بأزمة كورونا وخطوات الالتماس التي يتبناها أفراد العينة للحصول على هذه المعلومات.

كذلك اهتمت دراسة (ريحاب سامي، 2020)⁽³⁴⁾ بالتحرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) ودوره في تعزيز الوعي الصحي لديهم، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها (400) مفردة من الجمهور المصري مستخدمين وسائل الإعلام الجديد،

متضمنة مقياساً للوعي الصحي، وكان من أهم النتائج التي انتهت إليها الدراسة: كثافة التعرض لوسائل الإعلام الجديد وارتفاع الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات والأخبار حول جائحة فيروس كورونا، كما ثبتت صحة الفرض البحثي القائل "بوجود علاقة ارتباطية طردية بين دوافع التعرض ومستوى الوعي الصحي، وكذلك وجود علاقة طردية إيجابية بين اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام الجديد ومستوى الوعي الصحي بجائحة كورونا.

كذلك أشارت دراسة (حسام فايز، 2020)⁽³⁵⁾ والتي هدفت إلى قياس العلاقة ما بين اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديد في استقاء المعلومات والأخبار عن جائحة كورونا واندماجهم الأكاديمي، وقد طبقت الدراسة على عينة عشوائية من طلبة الجامعات الحكومية والخاصة والأزهرية قوامها (450) طالباً وطالبة، وتوصلت إلى أن نسبة (99,3%) من عينة البحث تابعوا جائحة كورونا عبر وسائل الإعلام الجديد، وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة الوسائل التي استقوا منها معلوماتهم عنها، كما ثبت وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً بين اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديد في استقاء المعلومات والأخبار عن جائحة كورونا كوفيد-19 والاندماج الأكاديمي لديهم، كما ثبت وجود فروق دالة إحصائية في درجة متابعة جائحة كورونا عبر وسائل الإعلام الجديد لصالح الذكور، ولصالح طلبة الكليات النظرية والجامعات الحكومية، في حين لم يثبت وجود فروق بينهم في الاندماج الأكاديمي، وفي المجمل كان مستوى الاندماج الأكاديمي لطلبة الجامعات في ظل جائحة كورونا منخفضاً وفقاً لنتائج هذه الدراسة.

في حين هدفت دراسة (Karishma & Others 2020)⁽³⁶⁾ الكشف عن مدى انتشار المعلومات الخاطئة والحقائق الزائفة التي رافقت ظهور فيروس كورونا كوفيد-19؛ بعد أن أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات والأخبار يعتمد عليه العديد من الأشخاص للحصول على الخبر والمعلومة، وقد طبقت الدراسة على عدد من الأخبار المنشورة على تويتر بدءاً من 1 مارس 2020 وحتى 5 يونيو 2020. إجمالاً كانت أهم النتائج التي انتهت إليها الدراسة هي: أن انتشار المعلومات المغلوطة والمضللة التي يتم تشاركتها عبر الإنترنت وهو ما يعد تحولاً يحتاج إلى الانتباه والحد.

وحول اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة المواقع الإخبارية والبرامج الحوارية لجائحة فيروس كورونا المستجد وتقييم قرارات مكافحة فيروس كورونا، جاءت دراسة

(نادية محمد، 2020) (37) التي تم تطبيقها على عينة من الجمهور المصري بلغت (400) مفردة، وانتهت الدراسة إلى عدد من النتائج؛ كان أهمها: أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة المتمثلة في الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي كانت العامل الأبرز في نشر الوعي بين الجماهير، وإمدادهم بتطور الوضع فيما يتعلق بانتشار فيروس كورونا المستجد، كما أوضحت الدراسة اتجاه المواقع الإخبارية إلى استخدام استراتيجية تكثيف الأخبار المتعلقة بالفيروس؛ بغرض وضع قضية تفشي الفيروس في مقدمة أجندة أولويات الجمهور.

أما دراسة (Muhammad & Others 2020) (38) فقد هدفت إلى استكشاف ما إذا كان الناس قد أصبحوا مدمنين على وسائل التواصل الاجتماعي خلال فترة انتشار فيروس كورونا، بالإضافة إلى ذلك حاولت هذه الدراسة الربط بين مدى وجود وقت فراغ كبير لدى الناس وتعرضهم للتوتر والضغط ومدى استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي في هذا الوقت.

وقد طُبق البحث على عينة بلغت (1920) مبحوثاً على مستوى العالم من خلال الاستبانة الإلكترونية، وانتهى إلى أن معظم الناس يتفقون على أنهم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أعلى من أي وقت مضى خلال Covid-19 بسبب البقاء في المنزل، وبناء عليه تم التوصل لاستنتاج أن نسبة كبيرة منهم قد أصبحوا مدمنين على وسائل التواصل الاجتماعي؛ بسبب وقت الفراغ الذي حصلوا عليه خلال تعليق جميع الأنشطة الخارجية، بالإضافة إلى شعورهم بالتوتر والقلق الذي جعلهم يقضون وقتاً أطول على وسائل التواصل الاجتماعي.

ما يستفاد من الدراسات السابقة:

- من خلال مراجعة الباحثة للتراث العلمي السابق، لاحظت ما يلي:
- 1- اهتمت الدراسات السابقة التي عُنيت بدراسة تعليقات المستخدمين بدراسة التعليقات في المصادر الصحفية والإعلامية المختلفة؛ بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات والمواقع الإخبارية.. وغيرها .
 - 2- اعتمد عدد كبير من الدراسات السابقة على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، واستخدم القليل من هذه الدراسات المنهج التجريبي
 - 3- استُخدمت نظرية المجال العام في الكثير من الدراسات؛ باعتبارها النظرية الأنسب لدراسة المجال العام الذي تستثيره ساحات التعليق.

4- أكدت نتائج الدراسات السابقة الغياب الواضح للضوابط المعنية بضبط التعليقات في المواقع والصفحات الإخبارية المختلفة، وهو ما ترتب عليه ظهور نماذج مشوهة وغير أخلاقية من التعليقات.

5- أظهرت نتائج هذه الدراسات أن التعليقات قد أدت دوراً كبيراً في تغيير الخريطة الاتصالية، وكان لها دور كبير في تحريك ساحات الحوار حول القضايا والأحداث المختلفة.

6- انتهت الدراسات السابقة إلى نتيجة تؤكد التأثير السلبي لاستخدام اللغة العربية على مواقع التواصل الاجتماعي، وما ترتب على هذا الاستخدام من ضعف ألم بهذه اللغة ويهدد كيانه وبقائها.

7- الاطلاع على هذه الدراسات قد أفاد الباحثة في صياغة وبلورة مشكلة الدراسة وأهدافها، وأسهمت في تحديد أفضل الأدوات المناسبة للإجابة عن تساؤلاتها.

مشكلة الدراسة:

وهو ما كان سبباً وراء تبلور مشكلة الدراسة التي تحددت في دراسة سلوكيات التعليق على الصفحات الإخبارية بالشبكة الاجتماعية (فيس بوك Facebook) خلال جائحة كورونا كوفيد-19 وتحليلها من منظور أخلاقي ولغوي، ومحاولة رصد آليات تنظيم تلك التعليقات على هذه الصفحات - إن وجدت -.

أهمية الدراسة:

تستقي هذه الدراسة أهميتها من عدة نقاط:

1- كونها تعني بدراسة تعليقات المستخدمين على الصفحات الإخبارية، لما لتلك التعليقات والنقاشات من دلالات على توجهات الرأي العام في المجتمع المصري، وما ينعكس معها من مؤشرات يمكن أن تُسهم في وضع تصور عن الإطار العام الذي يتحرك داخله القارئ (سلوكياً، قيمياً، ثقافياً، وفكرياً).

2- لأنها تهتم بدراسة تعليقات المستخدمين من زاوية تُعد جديدة، وهي الزاوية الأخلاقية؛ إذ يتضح للمتابع في الوقت الحالي مدى التخبط الذي يحيط بالنسق القيمي والأخلاقي في مجتمعاتنا العربية- وبالأخص المجتمع المصري- والذي تعكسه بوضوح تام تلك التعليقات.

- 3- التعليقات في حد ذاتها أصبحت حلقة مهمة من حلقات السلسلة الاتصالية، وعلامة من علامات قياس الرأي العام داخل المجتمع، بالإضافة إلى أنها تعد في كثير من الأحيان دليلاً على شعبية الصحيفة أو الصفحة الإخبارية ومؤشراً على فاعليتها.
- 4- ندرة الدراسات الإعلامية في المكتبة الأكاديمية العربية والأجنبية التي تتناول آلية التعليق من منظور أخلاقي أو لغوي، ومدى التزام المستخدم بالأخلاق العامة وآداب الحوار أثناء التعليق على المواد الإخبارية.
- 5- كونها تهتم بدراسة تعليقات المستخدمين خلال فترة حرجة يغلب عليها القلق والتوتر، ويزداد معها متابعة الجمهور للمصادر الإخبارية المختلفة، والمتمثلة في الموجة الأولى من جائحة كورونا كوفيد-19، ما أسهم في إبراز سلوكيات أخلاقية ولغوية تسترعي الانتباه، وتحتاج إلى الدراسة والتحليل، في محاولة لضبط الوضع أو السعي لتقنينه، والإسهام في وضع حلول موضوعية له.
- 6- وأخيراً، كونها تركز على دراسة سلوكيات التعليق خلال الفترة سابقة الذكر وما صاحبها من تداعيات؛ مما قد يسهم في إثراء نتائج الدراسة، من خلال المقارنة بين سلوكيات التعليق على المضامين المتعلقة بوباء كورونا في الصفحات الإخبارية.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في (رصد وتحليل سلوكيات التعليق على الصفحات الإخبارية في الشبكة الاجتماعية خلال جائحة كورونا "كوفيد-19" من منظور أخلاقي ولغوي).

ومن هذا الهدف الرئيس تتفرع مجموعة من الأهداف الفرعية:

- 1- التعرف على أبرز نوعيات المضامين الإخبارية المرتبطة بجائحة كورونا "كوفيد-19" التي تحظى بتفاعل المستخدم خلال فترة الدراسة.
- 2- رصد أشكال التفاعل التي يظهرها المستخدم على المضامين المرتبطة بجائحة كورونا "كوفيد-19" في الصفحات عينة الدراسة.
- 3- التعرف على ملامح اللغة المستخدمة في تعليقات المستخدمين على الصفحات الإخبارية عينة الدراسة.
- 4- محاولة التعرف على أبرز الانحرافات الأخلاقية في سلوكيات التعليق على الصفحات الإخبارية.

- 5- التعرف على مدى وجود آلية لضبط وتنظيم تفاعل المستخدمين على الصفحات الإخبارية عينة الدراسة من عدمه، ورصد مدى فاعليتها في حال وجودها.
- 6- المقارنة بين الصفحات عينة الدراسة من حيث (السمات اللغوية والأخلاقية للتعليقات وآليات التنظيم وتطبيقها عملياً).
- 7- المقارنة بين الصفحات عينة الدراسة من حيث مدى اختلاف سلوكيات التعليق ومستوى التعليقات أخلاقياً ولغوياً من صفحة لأخرى.

تساؤلات الدراسة:

- تسعى الدراسة إلى الإجابة عن تساؤل رئيس وهو: (ما طبيعة سلوكيات تعليق المستخدمين على الصفحات الإخبارية للشبكة الاجتماعية Facebook خلال جائحة كورونا كوفيد-19 من الناحية اللغوية والأخلاقية؟).
- ومن هذا التساؤل تتفرع التساؤلات الفرعية التالية:
- 1- ما أبرز نوعيات المضامين المتعلقة بجائحة كورونا "كوفيد-19" التي يتفاعل معها المستخدم على الصفحات الإخبارية بموقع فيس بوك Facebook؟
- 2- ما أبرز أشكال التفاعل التي يستخدمها المستخدم للتفاعل مع المضامين الإخبارية المتعلقة بجائحة كورونا "كوفيد-19"؟
- 3- ما أهم القضايا والموضوعات التي ترتبط بالانحرافات الأخلاقية واللغوية في سلوكيات التعليق على المضامين المتعلقة بجائحة كورونا "كوفيد-19" على الصفحات الإخبارية عينة الدراسة؟
- 4- ما المستوى اللغوي المسيطر على التعليقات الواردة على المضامين المتعلقة بجائحة كورونا "كوفيد-19" بالصفحات الإخبارية عينة الدراسة؟
- 5- ما مدى تغيير المستوى اللغوي لتعليقات المستخدمين باختلاف نوعية الموضوعات والقضايا المتعلقة بجائحة كورونا "كوفيد-19"؟
- 6- ما أبرز نماذج الانحراف السلوكي والأخلاقي في تعليقات المستخدمين على المضامين المتعلقة بجائحة كورونا "كوفيد-19" على الصفحات عينة الدراسة؟
- 7- ما مدى اختلاف نماذج الانحراف السلوكي والأخلاقي باختلاف الصفحات عينة الدراسة؟
- 8- ما مدى وجود آلية لضبط وتنظيم تعليقات المستخدمين على الصفحات عينة الدراسة؟

9- ما مدى فاعلية آلية الضبط والتنظيم المستخدمة لضبط وتنظيم تعليقات المستخدمين إن وجدت؟

10- ما أوجه الشبه والاختلاف بين الصفحات عينة الدراسة فيما يتعلق بمدى تفاعل المستخدم وآليات ضبط وتنظيم التعليقات وملامح اللغة المستخدمة في التعليق؟
الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة: تنتمي الدراسة الحالية إلى فئة الدراسات الوصفية التي تسعى إلى التشخيص والوصف والتحليل والتفسير لسلوكيات التعليق على الصفحات الإخبارية بالشبكة الاجتماعية "فيس بوك" خلال جائحة كورونا "كوفيد-19"؛ بغرض الوصول إلى نتائج تساعد على فهم العلاقة بين سلوكيات التعليق وحالة التدني الأخلاقي التي باتت تهدد المجتمعات العربية- وبالأخص المجتمع المصري-، وتأثير تلك الفترة الزمنية على إبراز هذه السلوكيات.

منهج الدراسة: تعتمد الدراسة على منهج المسح في شقه التحليلي، في إطار دراسة وتحليل التعليقات الواردة على المنشورات الخاصة بالصفحات الإخبارية على الشبكة الاجتماعية "فيس بوك" خلال جائحة كورونا "كوفيد-19" من منظور أخلاقي ولغوي، تحليلاً كمياً وكيفياً يعتمد على تقييم الباحثة ونظرتها المتفحصة وفقاً لمجموعة من المؤشرات سوف تتم الإشارة إليها فيما بعد.

كما تعتمد الدراسة على أسلوب المقارنة للمقارنة بين الصفحات الإخبارية عينة الدراسة؛ من حيث مدى كثافة التعليق وطبيعة اللغة المستخدمة في تلك التعليقات، والفروق بين التعليقات الواردة على المضامين المرتبطة بالجائحة وغيرها من التعليقات، وآليات ضبط وتنظيم تلك التعليقات على هذه الصفحات إن وجدت.

مجتمع الدراسة التحليلية: تمثل الصفحات الإخبارية المصرية على موقع التواصل الاجتماعي "Facebook" مجتمع الدراسة التحليلية.

عينة الدراسة التحليلية: قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية على الصفحات الإخبارية المصرية على موقع الفيس بوك؛ لتحديد العينة المناسبة للدراسة والأكثر ارتباطاً بأهدافها وتساؤلاتها، وفقاً لمجموعة من المعايير التي كانت كالتالي:

- أن تكون الصفحة معنية بأخبار وقضايا المجتمع المصري.
- أن تكون الصفحة ذات شعبية، وتتمتع بمعدلات إقبال كثيفة.
- أن تكون الصفحة امتداداً لموقع إخباري متكامل، أو لصحيفة ورقية مطبوعة.

* ووفقاً لتلك المعايير وقع اختيار الباحثة على الصفحات التالية:

أولاً: صفحة "اليوم السابع" كنموذج لصفحات إخبارية تمثل صحيفة يومية تمتلك نسخة ورقية مطبوعة.

ثانياً: صفحة "مصرأوي Masrawy" كنموذج لصفحات إخبارية تمثل موقع إخباري مستقل.

الإطار الزمني لتطبيق الدراسة: تم تطبيق الدراسة على العينة المذكورة سابقاً خلال فترة زمنية مدتها 30 يوماً؛ مقسمة كالتالي:

- من يوم 10 إلى 20 مارس 2020 باعتبار شهر مارس يمثل فترة بداية الموجة الأولى لجائحة كورونا.

- من يوم 10 إلى 20 يونيو 2020 باعتبار شهر يونيو يمثل ذروة الموجة الأولى للجائحة.

- من يوم 10 إلى 20 سبتمبر 2020 باعتبار شهر سبتمبر يمثل فترة انحسار الموجة الأولى الجائحة.

أدوات جمع بيانات الدراسة: اعتمدت الباحثة على تحليل المضمون الكمي والكيفي والملاحظة؛ باعتبارهما الأسلوب البحثي الملائم لدراسة سلوكيات التعليق على الصفحات الإخبارية بموقع الفيس بوك من منظور أخلاقي ولغوي. مؤشرات وفئات التحليل الخاصة بالدراسة التحليلية⁽³⁹⁾:

1- أكثر أنواع الموضوعات والقضايا المتعلقة بجائحة كورونا "كوفيد-19" التي تحظى بتفاعل القراء على الصفحات الإخبارية عينة الدراسة "سياسي، اقتصادي، اجتماعي، ثقافي، صحي، فني، ديني، تاريخي، إنساني، علمي".

2- طبيعة النقاش الدائر داخل التعليقات من خلال التفرقة بين التعليقات التي ترد على الخبر مباشرة والتعليقات التي تأتي كرد على تعليق آخر.

3- أبرز أشكال التفاعل التي يبيدها المستخدمون على المنشورات المتعلقة بجائحة كورونا "كوفيد-19".

4- مستوى كثافة التعليق على المضامين المتعلقة بجائحة كورونا "كوفيد-19".

5- نغمة (اتجاه) التعليق السائدة "مؤيد، معارض، محايد، متشائم، متفائل، عنيف، خائف، محرض، مستهزئ، متشكك، متسائل، متعاطف، متحمس، مستنكر".

6- طبيعة المعلومات (مضمون) التي تحويها تلك التعليقات.

- 7- الرموز والإشارات المستخدمة وما تحمله من دلالات.
 - 8- ملامح اللغة المستخدمة في التعليقات الواردة على المنشورات بالصفحات الإخبارية محل الدراسة من حيث:
 - * نوع اللغة (عربية/ أجنبية)
 - * المستوى اللغوي "لغة عامية، فصحي، مزيج بينهما، لغات أخرى".
 - * خصائص اللغة (المعاني التي تحويها، الأسلوب الذي تعتمد عليه لإيصال تلك المعاني "جاد، متجاوز لفظيا، ساخر، متهمك، ملتمس للأعداء").
 - * مستوى لغة التعليق من حيث الرقي والتحضر.
 - * مواطن القوة والضعف في تلك اللغة.
 - 9- أبرز أشكال الانحرافات الأخلاقية الواردة في تعليقات المستخدمين على المضامين المتعلقة بجائحة كورونا "كوفيد-19".
 - 10- آليات تنظيم وضبط التعليقات التي تستخدمها الصفحات الإخبارية عينة الدراسة إن وجدت.
 - 11- مدى الاهتمام بمراجعة وفلترة التعليقات على تلك الصفحات.
- الإطار النظري للدراسة:**

مدخل أخلاقيات النقاش لهابرماس "الفعل التواصلي":

تعني أخلاقيات المخاطبة أو النقاش حسب هابرماس "شرعية معيارية يتم تحقيقها بواسطة أولاً عقلانية خطابية تقتضي نموذجياً البحث عن الحجة الأفضل، ومن ثم الانفتاح على كافة الحجج ذات الصلة، وثانياً الشمولية التي تتضمن مشاركة واعترافاً متبادلاً بين كافة المعنيين، باختصار وبعبارة موجزة، ينبغي أن تُسمع كافة الحجج، وأن يصغى إلى سائر المعنيين أو باختصار (أن الاستبعاد غير المستحق ليضعف الشرعية المعيارية)". وتهدف هذه المعايير إلى تحقيق الإجماع النابع من الحوار النظيف الخالي من السيطرة والهيمنة، والإجماع الذي يقصده هابرماس هو الذي يتحقق فقط عن طريق قوة الحجة الأفضل، ولا يكون نتيجة ضغوط خارجية أو داخلية، واعية أو غير واعية، ظاهرة أو خفية، ومن ثم فإن الحوار والمناقشة يتأسسان على مسلمة مفادها "أن النقاش القائم على الحرية وعلى الاحترام المتبادل وعلى الحجج العقلية يقود بالضرورة إلى نتائج يمكن أن يتوافق عليها الجميع"⁽⁴⁰⁾.

وتؤدي اللغة لدى هابرماس دوراً أساسياً باعتبارها الوسيط الأساسي بين الذوات، ودليله في ذلك هو أن قدرتنا على التواصل ذات بنية وقواعد أساسية لا توجد إلا في اللغة التي تتعلمها وتتحدث بها كل الذوات، فالتجربة التواصلية ليست هي القدرة على إنتاج جمل لها قواعد أو دلالات، كما أن اللغة ليست مجرد نسق من الرموز والإشارات ذات تركيبية نحوية معجمية وصوتية أو لها خصائص دلالية معينة، بل بالنظر إلى اللغة على أنها أفعال وإجراءات أي النظر إلى خصائصها التداولية؛ مما يعني أن اللغة ليست البنية أو المعنى، بل اللغة هي الاستعمال⁽⁴¹⁾.

وقد نظر هابرماس إلى الحياة اليومية على أنها وسيط يقوم بإعادة الوحدة المفقودة للفعل، فيقول "أن التفسيرات المعرفية والتوقعات الأخلاقية وأشكال التعبير والتقييم لا تستغني خلال التواصل اليومي عن أن تتداخل وتتفاعل للوصول إلى فهم العالم المعاش"⁽⁴²⁾.

وعندما يتحدث هابرماس عن التواصل بين الأفراد في المجتمع يؤكد على أن النشاط التواصلية لا يكون مجرد فعل تتوجه به ذات معزولة، ولكن مناقشة وحوار يتم بين ذاتين فاعلين أو ذوات مختلفة، فالنشاط التواصلية هو حوار ومناقشة تدور بين ذوات فاعلة مختلفة، حوار تحكمه عدة شروط، هي⁽⁴³⁾:

- يتم من خلال علاقة تفاعل بين فردين أو أكثر خلال سياق العالم المعاش، فمن حق كل شخص له القدرة على الكلام أن يشارك في النشاط التواصلية.
- تتم عملية التواصل من خلال اللغة.
- الهدف هو الوصول إلى اتفاق.
- ديموقراطية الحوار.
- وجود الظروف التي تضمن الإجماع الذي لن يتم إلا عن طريق قوة الأطروحة الأفضل (قوة الحجج والبراهين التي يقوم عليها التواصل).
- التحرر من أشكال الضغط والتهمير الخارجي.
- أن يكون لكل مشارك فرصة الدفاع عن رأيه دون سيطرة سلطة ما.

ولقد حاول هابرماس رفقة زميل كارل أتوآبل وضع تصور لأخلاق المناقشة التي تتميز بالبرهنة كطريقة لتسوية المسائل الأخلاقية، حيث إن الفهم الأخلاقي والسياسي للكيفية التي نريد أن نعيش بها نحن كأفراد لجماعة معينة يجب أن تتناسب مع المعايير الأخلاقية، ويجب أن تركز المناقشات على تبادل الحجج والأدلة التي يجب أن تؤدي إلى

طرق تراض مستقيمة. فالحوار الذي يؤدي إلى التفاهم يهدف إلى تكوين إجماع مستمر ومصادق عليه عقلاً، بدلاً من إقامة تحالف توافقي يتبدل حسب الظروف والحاجات أو توافق نفعي كما يسميه هابرماس؛ لذا يحدد هابرماس التوافق على قاعدة الحجة الأقوى بصفتها الصفة الصورية للعقلانية؛ وذلك حتى يتمكن من توسيع المجادلة التي تغذي النقاش لما للنقاش من حيوية ودور، حيث يعتبر قاعدة صلبة في مقارنة هابرماس التواصلية⁽⁴⁴⁾.

إجمالاً فقد حاول هابرماس تجسيد خطاب أخلاقي يؤمن بحدوث المناقشة أو الخطاب، فهو يهدف إلى تعريف وتميز جملة من المعايير الأخلاقية، التي ليست خاصة بالشخص الذي يتقبلها، بل إن تقديم الحجج وجلب معايير أخلاقية تجعل من أفكارنا تقبل في مناهذ مهمة، أي تكون هذه المعايير مهمة لكل الناس، فحججنا موجهة نحو قيادة الآخرين عن طريق البراهين للاتفاق معنا على هذه الادعاءات، فالاستعمال الأكيد لهذه المعايير هو ما يؤدي بنا إلى ما يسميه هابرماس بـ"الفعل التواصلية"، هذا الفعل الذي يعرف القدرة على التفكير وتقديم الحجج القائمة على العقل عن طريق الخطاب للوصول إلى معايير كلية⁽⁴⁵⁾. وبناءً عليه، تعتمد هذه الدراسة على مدخل أخلاقيات النقاش؛ باعتباره المدخل الأنسب لدراسة تعليقات المستخدمين على الصفحات الإخبارية بمواقع التواصل الاجتماعي، كون هذه التعليقات تمثل بيئة تفاعلية قائمة على الحوار والمناقشة، وتستخدم اللغة كأداة للتواصل، وهو ما يجسد فكرة هابرماس حول الفعل التواصلية الذي يعتمد على اللغة كوسيلة للتواصل وتحكمه أخلاقيات النقاش المدعومة بحجج منطقية؛ قد تسمح بالوصول إلى إجماع مستمر ومصادق عليه عقلياً.

نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج العامة للدراسة:

تعرض الباحثة في الصفحات التالية أهم النتائج التي انتهت إليها الدراسة التحليلية لتعليقات المستخدمين على الصفحات الإخبارية عينة الدراسة خلال الموجة الأولى جائحة كورونا كوفيد-19، والتي تمثلت في صفحتي (اليوم السابع، مصراوي).

بشكل عام.. رصدت الباحثة خلال فترة تطبيق الدراسة جميع التعليقات الواردة على الأخبار والمنشورات التي قدمتها الصفحات عينة الدراسة، والمتعلقة بجائحة كورونا "كوفيد-19"، وفي هذا الإطار صنفت الباحثة هذه الأخبار والمنشورات إلى التصنيفات

التالية (*): (إخباري، سياسي، اجتماعي، اقتصادي، تعليمي، ديني، رياضي، فني، ثقافي، توعوي، خدمي، صورة وتعليق)، سعياً منها لرصد الموضوعات الأكثر نشراً من قبل صفحات الدراسة والأكثر جذباً لمرور المستخدمين وتعليقاتهم.

وقد سجلت الباحثة نتائج دراستها التحليلية اعتماداً على تقسيمها طبقاً للفترات الزمنية التي وقعت خلالها عملية التحليل- والتي تمت الإشارة إليها فيما سبق- وتمثلت في الأيام العشر الوسطى من أشهر (مارس 2020، ويونيو 2020، وسبتمبر 2020)؛ لتتمكن من ملاحظة الاختلافات ما بين الصفحات الإخبارية المختلفة ومدى تفاوت مؤشرات التحليل مروراً بالفترات الزمنية المحددة للدراسة وباختلاف صحف العينة، إذ اختلفت الأحداث من فترة لأخرى، فكان شهر مارس هو البداية التي شابها الكثير من التوتر والقلق والخوف وعدم وضوح الرؤية، وجاء شهر يونيو ليشهد في بدايته ذروة الأحداث وينتهي بتخفيف إجراءات الحجر الصحي وإعادة فتح المساجد، وأخيراً شهر سبتمبر الذي شهد بداية استقرار الأوضاع بعد انقضاء الموجة الأولى لجائحة كورونا. وفيما يلي عرض لأهم ما انتهت إليه الدراسة التحليلية.

نبذة مختصرة عن صفحات عينة الدراسة:

(1) الصفحة الإخبارية لجريدة اليوم السابع (*):

تعتبر الصفحة الإخبارية لجريدة اليوم السابع هي الصفحة الأكثر مروراً وإقبالاً، إذ يبلغ عدد أعضائها (19,684,995) عضواً، وهو ما ترتب عليه تمتع المضامين والمنشورات الواردة عليها بمعدلات إقبال وتفاعل كثيفة سواء بالإعجاب، أو التعليق، أو المشاركة "إعادة النشر".

وبلغ عدد الموضوعات المتعلقة بجائحة كورونا "كوفيد-19" والواردة على الصفحة خلال فترات التحليل إجمالاً حوالي (345) موضوعاً، متنوعة ما بين الإخباري، والخدمي، والتوعوي، والسياسي، والاجتماعي، والتعليمي، والديني.. وغيرها، صاحبها ما يقرب من (78,352) تعليقا، وحظيت بتفاعل حوالي (1,213,483) مستخدماً، وتمت

(*) صنفت الباحثة الموضوعات المتعلقة بجائحة كورونا وفقاً لارتباطها مع مناحي الحياة العامة بمختلف صورها، حيث لاحظت الباحثة أن هذه الأزمة قد ألقت بظلالها على كافة صور الحياة، وظهرت في التفاصيل المختلفة للموضوعات ذات الطابع الاقتصادي، والاجتماعي، والتعليمي، والديني، والخدمي، والرياضي.. وغيرها. (*) اليوم السابع هي صحيفة إخبارية إلكترونية يومية شاملة تصدر عن الشركة المصرية للصحافة والنشر والإعلان.

إعادة مشاركتها من قبل (115,751) مرة. وهو ما يؤكد تمتع الصفحة بجماهيرية عالية ومعدلات تفاعل كثيفة.

والملاحظ بصورة عامة هو اعتماد الصفحة على التغطية المصورة للأحداث المختلفة، وحرصها على تقديم موجز إخباري مصور على مدار اليوم، وهو ما يميزها عن غيرها من الصفحات الإخبارية، وربما كان سبباً وراء ارتفاع معدلات المرور والتفاعل.

(2) الصفحة الإخبارية لموقع مصرأوي^(*):

تعتبر الصفحة الإخبارية لموقع مصرأوي على موقع الفيس بوك النموذج الذي يمثل المواقع الإخبارية في الدراسة الحالية، ويبلغ عدد أعضاء الصفحة (7,848,221) عضواً، وتحظى الصفحة بإقبال جماهيري كبير، مقارنة مع غيرها من الصفحات الإخبارية التابعة لمواقع صحفية إخبارية، وذلك طبقاً للدراسة الاستطلاعية التي قامت بها الباحثة.

وبشكل عام بلغ عدد الموضوعات التي تناولت جائحة كورونا "كوفيد-19" على الموقع خلال فترة الدراسة التحليلية (142) موضوعاً، صاحبها ما يقرب من (26,062) تعليقا، وتفاعل معها حوالي (211,315) مستخدماً، وتشاركها (3,045) عضواً تقريبا، وهو ما يعكس ارتفاع معدلات المرور والتفاعل على الصفحة خلال الموجة الأولى من جائحة كورونا.

تعليقات المستخدمين خلال الفترة التحليلية لشهر مارس 2020:

مثل شهر مارس 2020 البداية الفعلية لجائحة كورونا في مصر، وباعتبارها مرحلة تخبط غير واضحة الرؤية؛ ترتب عليها وجود حاجة ملحة لتغطية إخبارية أكثر كثافة، وهو ما حرصت عليه صفحة اليوم السابع الإخبارية، إذ قدمت خلال هذا الفترة من شهر مارس وفق ما رصدته الباحثة حوالي (104) موضوعات في إطار هذه الجائحة، تفاعل معها بالإعجاب ما يقرب من (91,587) شخصاً، وشارك في التعليق عليها (25,630)، كما تشاركها حوالي (7,081) شخصاً آخرين، وهو ما يعني أن التفاعل بالإعجاب هو أكثر أشكال التفاعل حضوراً خلال هذا الفترة على صفحة اليوم السابع.

(*) موقع مصرأوي هو أول وأكبر بوابة إخبارية مصرية تأسست عام 1999، يتبع مؤسسة أونا للصحافة والإعلام.

جدول (1)

يوضح أشكال التفاعل على صفحتي العينة خلال الفترة التحليلية لشهر مارس

التفاعل بالمشاركة		التفاعل بالتعليق		التفاعل (react)		عدد الموضوعات		أشكال التفاعل الصفحات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
97.8	7,081	84	25,630	90.4	91,587	70.7	104	اليوم السابع
2.2	96	16	4,879	9.6	9,700	29.3	43	مصرأوي
100	7,177	100	30,509	100	101,287	100	147	الإجمالي

في حين أبدت الصفحة الإخبارية لموقع مصرأوي اهتماماً يمكن اعتباره متوسطاً مقارنة بالفترتين التاليتين- كما سيتضح فيما بعد- فبلغ إجمالي عدد الموضوعات المنشورة عن الجائحة على الصفحة خلال الفترة التحليلية لشهر مارس (43) موضوعاً، حظيت بتفاعل (9,700) عضو، وعلق عليها حوالي (4,879)، كما تم تشاركتها ما يقرب من (96) مرة.

ونلاحظ من الجدول السابق أن مستوى التفاعل عموماً على الصفحة الإخبارية لليوم السابع خلال الفترة التحليلية لشهر مارس هو الأكبر بصورة ملفتة، وهو ما كان نتيجة واضحة لاهتمام الصفحة بنشر عدد أكبر من الأخبار الموضوعات الإخبارية والتغطيات الصحفية المصورة، مقارنة مع الصفحة الإخبارية لموقع مصرأوي؛ مما أظهر تفاوتاً كبيراً بين الصفحتين. ولكن بالرغم من ذلك لم يكن هذا التفاوت في الكم مؤشراً في تراجع مستوى حرفية صفحة مصرأوي في تقديم تغطيات إخبارية وصحفية مواكبة للأحداث، ولم يكن سبباً في تخلفها عن متابعة كل المستجدات، وإنما لاحظت الباحثة أن اليوم السابع تعتمد في تغطيتها للموضوعات المختلفة على البث الحي لمراسليها من أماكن مختلفة على مستوى الجمهورية، وتفريع الموضوع الواحد إلى أكثر من تغطية فرعية تحت نفس العنوان، بالإضافة إلى تقديم نشرة إخبارية مجمعة عدة مرات على مدار اليوم الواحد؛ وهو ما تسبب في زيادة كم الموضوعات المطروحة على الصفحة خلال فترة الدراسة.

أكثر أنواع الموضوعات المتعلقة بالجائحة والتي حظيت بتفاعل الجمهور خلال الفترة التحليلية لشهر مارس: لطبيعة الظرف الطارئ كانت الموضوعات الإخبارية المرتبطة بالجائحة صاحبة النصيب الأكبر خلال هذا الشهر على صفحة اليوم السابع، فبلغت نسبة قدرها (59.6%) من إجمالي الموضوعات، تلتها الموضوعات ذات الطبيعة التوعوية

بنسبة قدرها (19.2%)، ثم الخدمية والاقتصادية بنسبة بلغت (6.7%) لكل منهما، في حين ظهرت الموضوعات ذات الطبيعة السياسية، والاجتماعية، والتعليمية، والرياضية، بنسب ضئيلة جداً. وهو ما يعني أن الصفحة اهتمت بتقديم الخبر بشكل أساسي، يليه التوعوية باعتبارها أزمة يلزمها نشر القدر الأكبر من الوعي، وهو ما كان ضرورياً ومنطقياً خلال تلك الفترة، وتماشياً مع الحالة الراهنة للمتلقي الذي يبحث عن الجديد بخصوص الأزمة المباشرة ويتقصى المعلومة للتوعية في محاولة للنجاة والخروج من هذه الأزمة.

بنفس الكيفية تقريباً جاء أداء صفحة مصراوي خلال الفترة التحليلية لشهر مارس؛ حيث تحركت الموضوعات ما بين المضامين الإخبارية والتوعوية والخدمية، فجاءت المضامين الإخبارية بنسبة قدرها (70%)، تلتها المضامين التوعوية بنسبة بلغت (23%)، وأخيراً المضامين الخدمية بنسبة (7%). واختفت في المقابل النوعيات الأخرى من المضامين.

جدول (2)

يوضح أكثر نوعيات المضامين نشرت خلال الفترة التحليلية لشهر مارس

مصراوي		اليوم السابع		الصفحات نوعية الموضوعات
%	ك	%	ك	
70	30	59.6	62	إخباري
23	10	19.2	20	توعوي
7	3	6.7	7	خدمي
_____	_____	6.7	7	اقتصادي
_____	_____	2.9	3	سياسي
_____	_____	2.9	3	اجتماعي
_____	_____	1	1	تعليمي
_____	_____	1	1	رياضي
_____	_____	_____	_____	ديني
100	43	100	104	الإجمالي

ونتيجة لكون الموضوعات الإخبارية هي الأكثر حضوراً على صفحتي الدراسة خلال هذا الفترة- كما سبقت الإشارة-، نجدها حظيت بطبيعة الحال بأكثر أشكال التفاعل من

قبل المستخدمين، سواء من حيث التعليق، أو التشارك، أو التفاعل بالمرور والإعجاب فقط.

وكانت الصورة الغالبة للتعليقات خلال هذه الفترة على صفحة مصراوي هي الرد على الموضوع الصحفي نفسه، وقلما كانت هناك حوارات ومناقشات جانبية بين المُعلقين بعضهم وبعض، وهو ما أرجعته الباحثة لقلة عدد التعليقات الواردة على كل موضوع على حدة، فكان الموضوع الواحد لا يتجاوز في المتوسط حوالي (100) تعليق، وهو ما تسبب في تحجيم النقاش على ساحات التعليق في الصفحة خلال هذا الشهر، وهو ما يؤكد بدوره أن التفاعل باستخدام ال (react) أو الإعجاب كان هو أبرز أشكال التفاعل خلال شهر مارس.

أما على صفحة اليوم السابع وبالنظر إلى كم التعليقات الواردة على الموضوعات المتعلقة بالجائحة خلال شهر مارس، وجدت الباحثة أن هذا الكم الذي بلغ (25,630) تعليقاً قد عكس حالة القلق التي سيطرت على المجتمع المصري خلال تلك الفترة، وكذلك تماشياً مع الكم الكبير المُقدم من الموضوعات على الصفحة مقارنة بصفحة مصراوي، نجد أن مساحة التعليق قد تحولت إلى متنفس يزخر بالعديد والعديد من حالات القلق والتشوش، والاضطراب، والكثير من الدعوات والتساؤلات والمناشدات، بالإضافة وبكل تأكيد إلى الكثير من النقاشات والتجاوزات في بعض الأحيان.

ومع ذلك بالرغم من حالة النقاش التي دارت على الصفحة والتي ظهرت من خلال مساحة التعليق تلك؛ إلا أن هذه النقاشات في الكثير من الأحيان لم تتسم بالاحترام المتبادل، كما أنها لم تخل من توجيه الإهانات والانتهاكات، وإطلاق الشائعات واحتقار الآخر، ما كان سبباً في جعلها حالة نقاش غير أخلاقية.

اتجاه نغمة التعليق خلال الفترة التحليلية لهذا الشهر: على صفحة اليوم السابع بشكل عام لم تكن هناك نغمة واحدة سائدة بين تلك التعليقات سواء بالتأييد أو المعارضة أو الحياد، كذلك اختلفت التعليقات وتنوعت ما بين التشاؤم، والتفاؤل، والعنف، والخوف، والاستهزاء، والتشكيك، والتساؤل، والتعاطف، والتحمس، والاستكثار، وهو ما عبر عن حالة التخبط التي ميزت تلك الفترة الزمنية من انتشار جائحة كورونا.

في حين سيطرت على نغمة التعليق على مصراوي خلال هذه الفترة حالة من التشاؤم والخوف والقلق؛ باعتبارها كانت البداية المقلقة منعدمة الرؤية لتلك الجائحة، وكانت فترة يحدوها القلق العام وسيطر عليها التخبط والخوف، هذا بالإضافة إلى نغمات الاستهزاء والتشكيك والعنف التي ظهرت على ساحة التعليق بقوة، كرد فعل من البعض على طبيعة التعامل مع هذا الظرف الطارئ المستجد.

المضامين التي تحويها التعليقات خلال شهر مارس: ونعني هنا هل احتوت التعليقات على أي معلومات أو مضامين تمثل إضافة للقارئ؟ من خلال التحليل وبالتدقيق في التعليقات الواردة على صفحتي الدراسة خلال الفترة التحليلية من شهر مارس، يمكننا القول بأن السواد الأعظم من تلك التعليقات لم يحظ بأي مضامين أو معلومات ذات قيمة، فغالبية التعليقات دارت ما بين محاولات التعبير عن الخوف والقلق والتوتر، أو الاستهزاء والاستنكار من أوضاع مقلقة من وجهة نظر المستخدمين للصفحة، وبصورة عامة غلب على التعليقات خلال هذا الشهر الدعاء، والتساؤل، والخوف، والقلق، والتشكيك، والاستهزاء.

استخدام الرموز والإشارات خلال هذا الشهر: لاحظت الباحثة أن الرموز والإشارات لم تكن وسيلة ذات حضور على صفحة اليوم السابع، وإن كان هذا لا ينفي استخدامها في بعض الأحيان، وكانت أكثر أشكال الرموز المستخدمة على صفحة اليوم السابع هو الوجه العابس 😞 أو الوجه الضاحك الساخر 😂 أو الغاضب 😡، تعبيراً عن أكثر أشكال الحالات المزاجية سيطرة على الأجواء العامة خلال تلك الفترة.

أما على الصفحة الإخبارية لموقع مصراوي كان هناك تراجعاً كبيراً في استخدام الرموز والإشارات كوسيلة للتعبير عن بعض المشاعر والحالات النفسية سواء الإيجابية أو السلبية، فلم تظهر هذه الرموز إلا في نطاق محدود، وهو ما أرجعته الباحثة بشكل عام إلى انخفاض كثافة المرور والتعليق عموماً.

فيما يخص الناحية اللغوية للتعليقات خلال هذا الشهر:
انتهت الباحثة إلى النتائج التالية:

- اللغة المستخدمة للتعليق على صفحتي الدراسة: على صفحة اليوم السابع استخدمت التعليقات جميعها اللغة العربية، وبالأخص اللغة العامية أو المزيج بين العامية والفصحى، البعض منها اعتمد على اللغة الفصحى؛ وكانت على الأغلب التعليقات التي حوت أدعية وابتهالات، أو آيات قرآنية، أو أحاديث نبوية، أو نصائح وتوصيات تم تناقلها من باب التوعية.

كذلك على صفحة مصراوي كانت العربية هي اللغة الوحيدة المستخدمة للتعليق في هذا الشهر، وكانت اللهجة العامية تكاد تظهر بمفردها من خلال التعليقات، فلم تُستخدم الفصحى إلا في حدود ضيقة جداً، في صورة آيات قرآنية، أو أحاديث نبوية، أو ابتهالات وأدعية، والتي كانت محدودة الظهور للغاية أثناء هذا الشهر. وهو ما كان سبباً رئيساً وراء ضعف لغة التعليق بشكل عام، فالمعروف أن اللغة العربية لغة قوية، ومظاهر قوتها تتجلى في فصحتها وهو ما كان محدوداً وضعيفاً في تعليقات المستخدمين خلال هذا الشهر، ما جعل لغة التعليق بصورة عامة تتسم بالضعف.

جدول (3)

يوضح المستوى اللغوي المستخدم للتعليق خلال الفترة التحليلية لشهر مارس

الإجمالي		خليط		فصحى		عامية		المستوى اللغوي الصفحات
		%	ك	%	ك	%	ك	
100	25,630	7.7	1,987	4.3	1,103	88	22,540	اليوم السابع
100	4,879	6.4	351	12.3	603	81.3	3,968	مصراوي

- خصائص لغة التعليق:

* المعاني التي احتوتها لغة التعليق خلال الفترة التحليلية لشهر مارس: احتوت تعليقات اليوم السابع خلال هذه الفترة الكثير من المعاني، نظراً لكونه مثل- كما تمت الإشارة سابقاً- فترة من التخبط والقلق غير واضحة الرؤية، فقد حاول المستخدمون عن طريق التفاعل بالتعليق التعبير عما يجول في أذهانهم من حالات "القلق والتساؤل والحيرة

والخوف والرجاء والتفاؤل والتشاؤم والاستهزاء والتتمر وهو ما كان واضحاً تماماً من خلال تعليقاتهم التي ظهرت فيها جميع هذه المعاني بصور متفاوتة خلال هذا الشهر. كما كان الملاحظ على صفحة مصراوي أن أكثر المعاني حضوراً تمثلت في القلق والخوف والتشاؤم؛ ما أمكن إرجاعه لظروف الحدث وما أحاط به من غموض، كما ظهرت وبقوة معاني الاستنكار والاستهزاء والإساءة والتشكيك، إذ كانت بعض التعليقات تسير في اتجاه يسيطر عليه استخدام الأساليب المسيئة كرد فعل لتعامل مع مستجدات المرحلة.

✽ الأساليب المستخدمة للتعبير عن هذه المعاني: أما عن الأساليب المستخدمة للتعبير عن هذه المعاني في تعليقات صفحتي الدراسة خلال الفترة التحليلية لشهر مارس، فقد كانت أبرز الأساليب المستخدمة هي أساليب (التجاوز اللفظي- الإساءة- السخرية والتهكم- احتقار الآخر- توجيه الاتهامات)؛ للتعبير عن معاني الاستنكار والاستهزاء والإساءة والتشكيك وأحياناً القلق والخوف، كذلك استخدم (الأسلوب الجاد) للتعبير عن معاني الرجاء والدعاء والحيرة والتساؤل والتفاؤل في بعض الأحيان.

- مستوى رقي وتحضر لغة التعليق خلال الفترة التحليلية لشهر مارس: لاحظت الباحثة أثناء رصد ومتابعة تعليقات اليوم السابع، أنه وبشكل عام لم يكن هناك مستوى واحداً سائداً بين جميع التعليقات، وإنما اختلف المستوى باختلاف المعاني والأسلوب المستخدم، وإن كان الملاحظ أن المستوى اللغوي الذي يمكن وصفه بالراقي أو المتحضر تراجع في مقابل المستوى اللغوي المتدني، واعتبرت الباحثة حالة القلق والاضطراب السائد آنذاك سبباً في تدني المستوى اللغوي. كذلك كانت لغة التعليق على الصفحة الإخبارية لموقع مصراوي خلال هذه الفترة؛ إذ كانت بعيدة عما يمكن وصفه باللغة الراقية، حيث اعتمدت الكثير من التعليقات على الإساءة، والتجاوز، وتوجيه الإهانات، والاتهامات.

- مواطن القوة والضعف في لغة التعليقات خلال هذا الشهر: تحظى اللغة العربية كلفة بالعديد من مواطن القوة منها: الاشتقاق، والمجاز، والتعريب، والإعراب، وعلى الجانب الآخر تمثل اللهجات المحلية- ما نسميه باللغة العامية- واحدة من نقاط ضعف هذه

اللغة؛ وهو ما يعني أن اللغة المستخدمة في التعليقات ونتيجة لكونها معتمدة في الغالب الأعم على اللهجة العامية؛ فهي بالتالي لغة يعترها الضعف مليئة بالألفاظ المسيئة، والعبارات الجارحة والأساليب الخارجة عن حدود الأدب واللياقة، ومن غير الممكن أن نصفها بالقوة، فيما عدا بالتأكيد التعليقات التي اعتمدت على اقتباس آيات قرآنية أو نصوص الأحاديث النبوية. وهو ما جعلنا نؤكد أن لغة التعليق على صفحتي الدراسة أثناء هذه الفترة لغة ضعيفة، لا تتمتع بكل مظاهر القوة التي تذخر بها اللغة العربية.

أبرز أشكال الانحرافات الأخلاقية واللغوية الظاهرة في تعليقات صفحتي العينة خلال الفترة التحليلية لشهر مارس: عجت ساحات التعليق خلال هذه الفترة بالكثير من أشكال التجاوزات والانحرافات الأخلاقية، وهو ما عكس مستوى متدنياً من الالتزام بالأخلاق والآداب العامة، كما عكس حالة التخبط والعشوائية التي تسيطر على البيئة الإلكترونية للعمل الصحفي، وضعف أو ربما انعدام الضوابط والآليات المنوط بها تنظيم هذه البيئة. وقد بلغ إجمالي عدد التعليقات المتجاوزة أخلاقياً ولغوياً خلال هذا الشهر على صفحة اليوم السابع (8,543) تعليماً بما يمثل (33.3%) من إجمالي التعليقات الواردة على الصفحة خلال الفترة التحليلية لشهر مارس، وهو ما يعني أن واحداً من كل ثلاثة تعليقات يحمل تجاوزاً أخلاقياً أو لغوياً. أما صفحة مصراوي فقد بلغ إجمالي التعليقات المتجاوزة عليها (1,951) تعليماً بنسبة بلغت (40%) من إجمالي التعليقات على الصفحة خلال هذا الشهر.

جدول (4)

يوضح عدد التعليقات المتجاوزة أخلاقياً ولغوياً على صفحتي الدراسة خلال الفترة التحليلية لشهر مارس

الإجمالي		التعليقات غير المتجاوزة		التعليقات المتجاوزة		عدد التعليقات الصفحات
%	ك	%	ك	%	ك	
100	25,630	66.7	17,087	33.3	8,543	اليوم السابع
100	4,879	60	2,928	40	1,951	مصراوي

وتمكنت الباحثة من رصد أبرز أشكال الانحرافات الأخلاقية واللغوية الواردة في التعليقات والتي تمثلت في (التجاوز اللفظي والسباب، السخرية والتهكم، الإساءة

والتجريح، احتقار الآخر وتوجيه الاتهامات، نشر الشائعات). فبالرغم من جدية الموقف واتسامه بالخطورة والأهمية القصوى؛ إلا أن هناك من المستخدمين من لم يعبء بالوضع وسمح لنفسه بالتجاوز والخروج عن حدود اللياقة والأدب.

جدول (5)

يوضح أكثر أشكال التجاوزات الأخلاقية واللغوية في تعليقات صفحة اليوم السابع للفترة التحليلية لشهر مارس

التجاوزات الصفحة	التجاوز اللفظي والسباب		السخرية والتهكم		الإساءة والتجريح		احتقار الآخر وتوجيه الاتهامات		نشر الشائعات	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
اليوم السابع	42	3,589	15	1,289	17.4	1,482	20.4	1,735	5.2	448
الإجمالي	8,543									

ويظهر من الجدول السابق أن استخدام السباب والشائعات مثل أكثر أشكال الانحرافات الأخلاقية ظهوراً (42%) من إجمالي التعليقات المسيئة (*) على صفحة اليوم السابع خلال مارس، إذ لاحظت الباحثة أنه قلما يخل موضوع من تعليق متجاوز، ما اعتبرته الباحثة مؤشراً على مدى خطورة الوضع الأخلاقي في المجتمع المصري خاصة والعربي عامة، يليها احتقار الآخر وتوجيه الاتهامات التي جاءت بنسبة بلغت (20.4%) من إجمالي التعليقات المسيئة، ثم الإساءة والتجريح بنسبة قدرها (17.4%)، والسخرية والتهكم (15%)، وأخيراً نشر الشائعات بنسبة مثلت (5.2%).

كذلك ظهرت الانحرافات الأخلاقية واللغوية على الصفحة الإخبارية لموقع مصرراوي أثناء الفترة التحليلية لهذا الشهر بصورة ملفتة، فبالرغم من قلة كم التعليقات نسبياً مقارنة بصفحة اليوم السابع؛ إلا أن هذا لم يكن سبباً لقلة كم التجاوزات والانحرافات الأخلاقية، وعليه فقد ظهرت أشكال الانحراف الأخلاقي بقوة كما وكيفاً. وكان أبرز أشكال الانحراف الأخلاقي واللغوي ظهوراً هو التجاوز اللفظي بنسبة مثلت (40%) من إجمالي التجاوزات خلال هذا الشهر، تلتها الإساءة والتجريح (23.6%) ثم السخرية

(*) هناك بعض التعليقات التي حوت أكثر من شكل من أشكال التجاوز، فعلى سبيل المثال قد يحمل التعليق إساءة لفظية وتوجيه اتهامات أو نشر شائعات، وقد يكون معتمداً على السخرية والتهكم وفي نفس الوقت يستخدم ألفاظاً مسيئة، وهكذا.

والتهكم (20%)، واحتقار الآخر وتوجيه الاتهامات (11.8%)، وأخيراً نشر الشائعات بنسبة بلغت (5.6%) من إجمالي التجاوزات كما يظهر من خلال الجدول التالي.

جدول (6)

يوضح أكثر أشكال التجاوزات الأخلاقية واللغوية في تعليقات صفحة مصراوي للفترة التحليلية

لشهر مارس

التجاوزات الصفحة	التجاوز اللفظي والسباب		السخرية والتهكم		الإساءة والتجريح		احتقار الآخر وتوجيه الاتهامات		نشر الشائعات	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
مصراوي	40	763	20	385	23.6	462	11.8	230	5.6	111
الإجمالي	1,951									

تعليقات المستخدمين خلال الفترة التحليلية لشهر يونيو 2020:

وفقاً للجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء شهد شهر يونيو 2020 ذروة جائحة كورونا؛ إذ أكدت دراسة صادرة عن الجهاز تحت عنوان "فيروس كورونا في مصر (دراسة استكشافية)"⁽⁴⁶⁾ أن شهر يونيو قد شهد تذبذباً ملحوظاً في عدد الإصابات اليومية حتى سُجل في يوم (19 يونيو) (1773) إصابة؛ وهو أعلى عدد إصابات يومي منذ بداية الجائحة- حتى وقت انتهاء الدراسة- بإجمالي إصابات (43296) إصابة خلال هذا الشهر.

جدول (7)

يوضح أشكال التفاعل على صفحتي العينة خلال الفترة التحليلية لشهر يونيو

أشكال التفاعل الصفحات	عدد الموضوعات		التفاعل (react)		التفاعل بالتعليق		التفاعل بالمشاركة	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
اليوم السابع	66	124	90.4	245,356	76.7	36,288	97.3	101,017
مصراوي	34	64	9.6	25,961	23.3	11,033	2.7	2,770
الإجمالي	100	188	100	271,317	100	47,321	100	103,787

ومع نهاية يونيو بدأت الحكومة تنفيذ القرارات المتعلقة بتخفيف إجراءات حظر التجول وإعادة فتح المساجد والمقاهي، وعودة الحياة تدريجياً، ما كان سبباً في أن يشهد هذا الشهر على منصات التواصل الاجتماعي العديد من الأحداث والنقاشات والآراء.

وعلى صفحة اليوم السابع الإخبارية بلغ عدد الموضوعات المتعلقة بالجائحة خلال الفترة التحليلية لشهر يونيو (124) موضوعاً، تفاعل معها بالإعجاب (245,356) مستخدماً، وعلق عليها (36,288) شخصاً، وتشاركها حوالي (101,017) وفق ما رصدته الباحثة. وهو ما يؤكد أن التفاعل بالإعجاب هو أكثر أشكال التفاعل التي استخدمها المستخدمون خلال تلك الفترة على صفحة اليوم السابع.

أما عن الصفحة الإخبارية لموقع مصراوي فقد لاحظت الباحثة أن الفترة التحليلية خلال شهر يونيو كانت مختلفة إلى حد ما عن مارس؛ حيث ظهر اهتمام الصفحة بالمضامين المتعلقة بالجائحة بشكل أكبر، وبلغ إجمالي عدد الموضوعات المرتبطة بها حوالي (64) موضوعاً، كما بلغ عدد التعليقات خلال هذا الشهر (11,033) تعليقاً، وتفاعل ما يقرب من (25,961) مستخدماً مع الموضوعات المرتبطة بالجائحة، وتم تشاركها حوالي (2,770) مرة. من ذلك يمكننا أن نستنتج أن هذه الفترة الزمنية شهدت تفاعلاً أكبر مقارنة بالفترة السابقة؛ وهو ما يمكن إرجاعه لتفاوت الأحداث واقتراب الموجة الأولى للجائحة من ذروتها، وهو ما يظهر من خلال جدول (7) الذي يؤكد كذلك تفوق اليوم السابع على مصراوي خلال الفترة التحليلية لشهر يونيو، كما كان الحال مع الفترة التحليلية لشهر مارس، فبالرغم من أن الفارق في عدد الموضوعات بين الصفحتين واضح، ولكن الفرق في درجة التفاعل سواء بالإعجاب أو التعليق أو التشارك يعتبر شاسع جداً، ولا يقارن بالفارق في عدد الموضوعات.

أكثر أنواع الموضوعات المتعلقة بالجائحة والتي حظيت بتفاعل الجمهور خلال الفترة التحليلية لشهر يونيو: للمرة الثانية كانت المضامين الإخبارية خلال الفترة التحليلية لهذا الشهر أيضاً هي الأكثر حضوراً بنسبة بلغت (50%) من إجمالي الموضوعات المتعلقة بالجائحة، تلتها المضامين التوعوية بنسبة (17.7%)، والمضامين الدينية والتعليمية بنسبة قدرها (12.1%) لكل منهما بالتساوي، وأخيراً المضامين الخدمية التي بلغت (8.1%)، واختفت في المقابل النوعيات الأخرى من المضامين.

ما يعني أن الموضوعات ذات الطابع الإخباري ظهرت بصورة تؤكد كيف كانت تلك المرحلة من تاريخ الجائحة عامرة بالتطورات والمستجدات المتلاحقة والمستمرة واحتاجت إلى

تغطية ومتابعة إخبارية (*). وهو ما ظهر أيضاً على الصفحة الإخبارية لمصراوي خلال هذه الفترة، حيث كان هناك ما يقرب من (54.7%) موضوعاً إخبارياً، (26.6%) موضوعاً توعوياً، (10.9%) موضوعاً خدمياً، وأخيراً (7.8%) موضوعاً مرتبطاً بالقضايا الدينية وجائحة كورونا .

جدول (8)

يوضح أكثر نوعيات المضامين نشرت خلال الفترة التحليلية لشهر يونيو

مصري		اليوم السابع		الصفحات نوعية الموضوعات
%	ك	%	ك	
54.7	35	50	62	إخباري
26.6	17	17.7	22	توعوي
10.9	7	8.1	10	خدمي
—	—	—	—	اقتصادي
—	—	—	—	سياسي
—	—	—	—	اجتماعي
—	—	12.1	15	تعليمي
—	—	—	—	رياضي
7.8	5	12.1	15	ديني
100	64	100	124	الإجمالي

ومع اختلاف طبيعة الأحداث وتفاوتها اختلفت كذلك طبيعة التفاعل ومستوى حدة التعليقات خلال الفترة التحليلية لشهر يونيو، وكان من الملاحظ على صفحتي الدراسة خلال تلك الفترة أنه بالرغم من تزايد كم التعليقات والتفاعل؛ إلا أن هذه التعليقات كانت

(*) لاحظت الباحثة من خلال متابعتها لصفحتي الدراسة أن عدد التعليقات الواردة على أحد التقارير الإخبارية الحية المنشورة على صفحة اليوم السابع قد بلغ حوالي (11000) تعليقا، وهو تقرير إخباري حي بعنوان "بث مباشر لأول صلاة فجر من داخل مساجد الصعيد بعد إلغاء الحظر" بتاريخ 27 يونيو، كما بلغ عدد التعليقات على تقرير إخباري آخر بعنوان "اللهم بشرنا برفع الوباء.. المساجد تستقبل المصلين بعد غياب 100 يوم" بتاريخ 27 يونيو حوالي (7700) تعليقا.

أقل عنفاً وحدة، وظهرت بصورة محدودة حالة من التفاؤل؛ التي كانت من أهم أسباب تراجع مستوى العنف اللفظي وما صاحبه من تجاوزات لغوية وأخلاقية على مستوى التعليق. وكان من الملاحظ أن القليل من هذه التعليقات جاء كرد على تعليق آخر؛ ما يعني أنه لم تكن هناك مناقشات وحوارات بين المستخدمين وبعضهم البعض.

اتجاه نغمة التعليق خلال الفترة التحليلية لهذا الشهر: كان الملاحظ خلال تلك الفترة تفاوت نغمة التعليق على صفحتي العينة، والتي تنوعت على الأغلب ما بين المؤيد والمعارض والمتفائل والمتشائم والخائف، تراجعت إلى حد ما حدة التشكيك والتساؤل والاستنكار وإن لم تختف بالطبع، فلا يمكن بأي حال من الأحوال القول بأن هناك نغمة واحدة كانت مسيطرة على التعليقات خلال هذه المرحلة، وإنما قد يمكننا القول بأن اختلاف الأحداث وتفاوتها تسبب في اختلاف اتجاه التعليقات وسيطرة نغمة بعينها على كل حدث على حدة، وبالتالي سيطرت نغمة التشكيك والاستهزاء والاستنكار على تعليقات المستخدمين- وبالأخص على المضامين التي تحمل طابعاً سلبياً-، وفي نفس الوقت وإلى جانب هذا ظهرت نغمة التفاؤل، وبخاصة على الموضوعات التي تحمل أخباراً ذات طابع إيجابي.

المضامين التي حوتها التعليقات خلال الفترة التحليلية لشهر يونيو: لم تلحظ الباحثة ضمن التعليقات خلال تلك الفترة على صفحتي العينة ما يمكن اعتباره إضافة معلوماتية ذات قيمة أو مضامين تمثل أهمية، فكانت النسبة الأكبر من التعليقات تسيطر عليها حالات التشكيك، والاستهزاء، والاستنكار، والاحتقار. القليل منها فقط يمكن اعتباره ذا قيمة، وهي تلك التعليقات التي اعتمدت على الآيات القرآنية والابتهالات الدينية، والتي سيطرت إلى حد ما خلال تلك الفترة مقارنة بالفترة السابقة خلال شهر مارس.

استخدام الرموز والإشارات خلال الفترة التحليلية لشهر يونيو: لم يكن الاعتماد على استخدام الرموز والإشارات بالشكل الكبير، فعلى صفحة اليوم السابع كان الملاحظ أن أكثر الرموز التي استخدمت جاءت للتعبير عن أكثر الحالات المزاجية سيطرة خلال هذا الشهر وهي الوجه الضاحك الساخر 😂 أو القلب الأحمر ❤️ أو الأيدي التي تعبر عن الشكر لله 🙏.

أما على الصفحة الإخبارية لمصراوي كان الاستخدام المعتاد للرموز والإشارات ضئيلاً، يكاد يكون أقل من المعتاد، وبدا للباحثة أن المستخدمين يعبرون عن أحاسيسهم من خلال الكلمات في الأغلب، ومن النادر وجود الرموز بشكل عام، وكان رمز الغضب 😡 هو الأكثر حضوراً في حال ما تم استخدام الرموز.

فيما يخص الناحية اللغوية للتعليقات خلال الفترة التحليلية لشهر يونيو: انتهت الباحثة إلى النتائج التالية:

- اللغة المستخدمة للتعليق على صفحات الدراسة: كما كان واضحاً خلال الفترة التحليلية لشهر مارس من كون اللغة العربية هي اللغة الوحيدة المستخدمة للتعليق على الصفحة، كان نفس الأمر خلال شهر يونيو، الفارق فقط أن اللغة العربية الفصحى كانت حاضرة بصورة أقوى خلال هذا الشهر، وبالأخص من خلال التعليقات التي اعتمدت على استخدام الأدعية والابتهالات والأحاديث النبوية والآيات القرآنية، والتي ظهرت بصورة أكبر خلال هذه الفترة، وهو ما يؤكد الجدول التالي.

جدول (9)

يوضح المستوى اللغوي المستخدم للتعليق خلال الفترة التحليلية لشهر يونيو

المستوى اللغوي		عامية		فصحى		خليط		الإجمالي	
الصفحات	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
اليوم السابع	21,590	59.5	5,684	15.7	9,014	24.8	36,288	100	
مصراوي	8,250	74.7	1,403	12.8	1,380	12.5	11,033	100	

يظهر أيضاً من خلال جدول (9) تفوق التعليقات الواردة على صفحة اليوم السابع في استخدام اللغة العربية الفصحى (15.7%) من إجمالي التعليقات، في حين ظهرت اللغة الفصحى على صفحة مصراوي بنسبة بلغت (12.8%) من مجمل التعليقات، وتكرر نفس الأمر مع اللهجة المختلطة بين العامية والفصحى؛ فظهرت في تعليقات اليوم السابع بنسبة قدرها (24.8%)، وبلغت على مصراوي نسبة قدرها (12.5%).

- خصائص لغة التعليق:

* المعاني التي حوتها التعليقات خلال تلك الفترة: تباينت وتعددت المعاني التي حوتها لغة التعليقات خلال الفترة التحليلية لشهر يونيو، فهناك من التعليقات ما احتوى معاني

التشاؤم والقلق، ومنها ما حوى معاني الضيق والغضب أو الاستنكار والتشكيك بصورة أظهرت أشكالا عديدة من الانحرافات الأخلاقية، وفي اتجاه آخر كان هناك من التعليقات ما حوى معاني الرضا والغبطة والتفاؤل.

* الأساليب المستخدمة للتعبير عن تلك المعاني: مع اختلاف المعاني التي احتوتها التعليقات اختلفت كذلك الأساليب المستخدمة لإيصال تلك المعاني، فظهرت أساليب (الإساءة والتنمر- التجاوز اللفظي- السخرية والتهكم- واحتقار الآخر)؛ للتعبير عن حالات الضيق والغضب والاستنكار والتشكيك والاحتقار وتوجيه التهم والإهانات، في المقابل تم استخدام الأسلوب (الجاد) للتعبير عن معاني الرضا والتفاؤل والفرح.

- مستوى رقي وتحضر لغة التعليق: إذا أردنا الخروج بنتيجة واحدة تحسم ما إذا كانت لغة التعليق خلال الفترة التحليلية لشهر يونيو اتسمت بالراقي والتحضر أم لا، فلن يمكننا ذلك، فكما كان ملاحظاً للباحثة أن لغة التعليقات تنوعت بشدة خلال هذا الشهر، منها ما يمكن وصفه بالتحضر، ومنها ما أمكن وصفه بالسوقية واللاأخلاقية. وهو ما كان راجعاً- في رأي الباحثة- لتتابع الأحداث وتنوعها، واختلافها، واختلاف ردود الأفعال كنتيجة لهذا الاختلاف.

- مواطن القوة والضعف في لغة التعليقات خلال الفترة التحليلية لشهر يونيو: تمتعت التعليقات التي استخدمت اللغة الفصحى والآيات القرآنية والأدعية والابتهالات بما يمكن وصفه باللغة العربية القوية، فيما عدا ذلك كانت لغة التعليقات لغة ضعيفة تعتمد على العامية، وفي بعض الأحيان ظهرت الأخطاء اللغوية والإملائية بشكل يبعث على القلق.

وإذا أخذنا في الحسبان الفارق الظاهر بين صفحتي الدراسة في استخدام الفصحى والعامية، يمكننا استخلاص أن لغة التعليق خلال تلك الفترة على صفحة اليوم السابع اتسمت بالقوة إلى حد ما؛ مقارنة بلغة التعليق على صفحة مصراوي، حيث اعتمد (74.7%) من إجمالي التعليقات على اللهجة العامية.

أبرز أشكال الانحرافات الأخلاقية واللغوية الظاهرة في تعليقات صفحتي العينة خلال الفترة التحليلية لشهر يونيو: لم يكن اختلاف وتفاوت الأحداث خلال فترات التحليل سبباً في اختلاف أشكال التجاوزات والانحرافات الأخلاقية واللغوية التي فاضت بها

مساحة التعليق، ربما تسببت هذه الاختلافات في تحديد أشكال التجاوزات الأكثر بروزاً من فترة لأخرى، ولكن مع الأسف لم تخف تلك التجاوزات أو تخفت حتى، إذ لاحظت الباحثة كيف امتلأت ساحات التعليق بالعديد من التجاوزات والانحرافات الأخلاقية واللغوية.

جدول (10)

يوضح عدد التعليقات المتجاوزة أخلاقياً ولغوياً على صفحتي الدراسة في الفترة التحليلية لشهر يونيو

الإجمالي		التعليقات غير المتجاوزة		التعليقات المتجاوزة		عدد التعليقات الصفحات
%	ك	%	ك	%	ك	
100	36,288	63.1	22,900	36.9	13,388	اليوم السابع
100	11,033	67.6	7,460	32.4	3,573	مصراوي

فكما يظهر من خلال الجدول السابق بلغت نسبة التعليقات المتجاوزة على صفحة اليوم السابع (36.9%) من إجمالي التعليقات الواردة على الصفحة خلال تلك الفترة، في حين بلغت نسبة التجاوزات على صفحة مصراوي (32.4%) من إجمالي تعليقات الصفحة.

ورصدت الباحثة العديد من أشكال التجاوزات والانحرافات الأخلاقية واللغوية خلال تلك الفترة، وتركز أغلبها في (التجاوز اللفظي والسباب، السخرية والتهمك، الإساءة والتجريح، احتقار الآخر وتوجيه الاتهامات).

جدول (11)

يوضح أكثر أشكال التجاوزات الأخلاقية واللغوية في تعليقات صفحة اليوم السابع للفترة التحليلية لشهر يونيو

نشر الشائعات		احتقار الآخر وتوجيه الاتهامات		الإساءة والتجريح		السخرية والتهمك		التجاوز اللفظي والسباب		التجاوزات الصفحة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
6.4	856	40.3	5,400	15.2	2,035	16	2,154	54.2	7,269	اليوم السابع
13,388										الإجمالي

وقد انتهت نتائج الدراسة إلى أن "التجاوز اللفظي والسباب" و"احتقار الآخر وتوجيه الاتهامات" كانتا أكثر أشكال الانحرافات حضوراً على ساحة تعليق صفحة اليوم السابع خلال هذه الفترة، حيث بلغت نسبة قدرها (54.2%) و(40.3%) على التوالي، في حين

جاءت التعليقات ذات الأسلوب الساخر المتهمك بنسبة بلغت (16%)، والتي اعتمدت على الإساءة والتجريح بنسبة قدرها (15.2%)، أما أسلوب نشر الشائعات فقد ارتفع عن الفترة السابقة إلى حد ما ليبلغ نسبة قدرها (6.4%).

أما على صفحة مصراوي بلغت نسبة التعليقات التي اتسمت بالإساءة والتجريح (45%) وهي النسبة الأكبر من بين جميع التجاوزات خلال هذه الفترة، تلتها التجاوزات اللفظية (41.4%)، واحتقار الآخر (29%)، ثم السخرية والتهكم (27.4%)، وأخيراً نشر الشائعات بنسبة ضئيلة بلغت (4.4%).

جدول (12)

يوضح أكثر أشكال التجاوزات الأخلاقية واللغوية في تعليقات صفحة مصراوي للفترة التحليلية لشهر

يونيو

التجاوزات الصفحة	التجاوز اللفظي والسباب		السخرية والتهكم		الإساءة والتجريح		احتقار الآخر وتوجيه الاتهامات		نشر الشائعات	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
مصراوي	41.4	1,480	27.4	980	45	1,605	29	1,035	4.4	158
الإجمالي										
										3,573

تعليقات المستخدمين خلال الفترة التحليلية لشهر سبتمبر 2020:

بصفته الشهر الذي بدأت فيه علامات انحصار الموجة الأولى من جائحة كورونا، وهو ما كان منعكساً بوضوح على الأداء الإعلامي لصفحتي العينة، حيث لاحظت الباحثة خلال هذا الفترة التحليلية من هذا الشهر تراجعاً في كمية المضامين والمواد الإخبارية المتعلقة بالجائحة، مقارنةً بالفترة التحليلية لشهري مارس ويونيو، كما أظهر المستخدمون على التوازي كذلك درجة أقل من التفاعل خلال هذا الفترة مقارنة بالفترتين الماضيتين؛ سواء من ناحية التفاعل بالإعجاب أو التعليق بشكل عام.

جدول (13)

يوضح أشكال التفاعل على صفحتي الدراسة خلال الفترة التحليلية لشهر سبتمبر

أشكال التفاعل الصفحات	عدد الموضوعات		التفاعل (react)		التفاعل بالتعليق		التفاعل بالمشاركة	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
اليوم السابع	68.5	74	85.5	876,540	61.8	16,434	97.7	7,653
مصراوي	31.5	34	14.5	175,654	38.2	10,150	2.3	179
الإجمالي	100	108	100	1,052,194	100	26,584	100	7,832

وعلى صفحة اليوم السابع بلغ إجمالي عدد الموضوعات التي نشرت عن جائحة كورونا خلال الفترة التحليلية لهذا الشهر (74) موضوعاً، صاحبها (876,540) تفاعلاً بالإعجاب، و(16,434) تعليلاً، كما تشاركتها (7,653) مستخدماً. أما على صفحة مصراوي فقد بلغ إجمالي الموضوعات المنشورة عن الجائحة خلال فترة التحليل من هذا الشهر (34) موضوعاً، تفاعل معها بالإعجاب (175,654)، وعلق عليها ما يقرب من (10,150) مستخدماً، وقام بمشاركتها حوالي (179) شخصاً.

ومن خلال الجدول السابق يتأكد لنا كما لاحظنا طوال فترتي التحليل السابقتين ارتفاع معدلات التفاعل والتعليق والمشاركة على الصفحة الإخبارية لليوم السابع، مقارنة بمصراوي، وهو أمر متلائم مع الفارق الواضح في أعداد الموضوعات، والذي أرجعته الباحثة سابقاً لاستخدام الصفحة أشكال مختلفة.

جدول (14)

يوضح أكثر نوعيات المضامين نشرت خلال سبتمبر من التغطيات الإخبارية

مصراوي		اليوم السابع		الصفحات نوعية الموضوعات
%	ك	%	ك	
73.6	25	70.2	52	إخباري
5.9	2	10.8	8	توعوي
17.6	6	—	—	خدمي
—	—	—	—	اقتصادي
—	—	—	—	سياسي
—	—	5.5	4	اجتماعي
2.9	1	13.5	10	تعليمي
—	—	—	—	رياضي
—	—	—	—	ديني
100	43	100	104	الإجمالي

أكثر أنواع الموضوعات المتعلقة بالجائحة والتي حظيت بتفاعل الجمهور خلال الفترة التحليلية لشهر سبتمبر: خلال الفترة التحليلية لشهر سبتمبر على الصفحة الإخبارية، وكما كان واضحاً خلال الفترات السابقة انصب الاهتمام الأكبر لصفحتي الدراسة على المضامين الإخبارية، فبلغت نسبة الموضوعات الإخبارية على اليوم السابع منها (70.2%) مضامين ذات طابع إخباري، و(13.5%) موضوعات تعليمية، (10%) موضوعات توعوية، وأخيراً (8%) موضوعات اجتماعية.

أما على مصراوي فقد بلغت نسبة المضامين ذات الطابع الإخباري؛ حيث مثلت نسبة قدرها (73.6%) من إجمالي المنشور أثناء هذه الفترة من الدراسة التحليلية، وتباينت النسب المتبقية ما بين المضامين الخدمية والتعليمية والتوعوية، فجاءت الموضوعات الخدمية بنسبة بلغت (17.6%)، والتوعوية بنسبة قدرها (5.9%)، وأخيراً مثلت الموضوعات التعليمية نسبة بلغت (2.9%).

وبشكل عام نتيجة لقلة الموضوعات كان التفاعل مقارنة بالفترتين السابقتين أقل، وهذا أمر طبيعي، إذا أخذنا في الاعتبار كم الأخبار والموضوعات المنشورة خلال هذه الفترات على تفاوتها، وقد انعكس هذا كذلك على التفاعل والحوار بين المستخدمين وبعضهم البعض، فكان السواد الأعظم من هذه التعليقات يأتي في صورة تعليق مباشر على المادة الصحفية.

اتجاه نغمة التعليق خلال الفترة التحليلية لشهر سبتمبر: كانت العودة إلى الدراسة وتخفيف الإجراءات الاحترازية من أبرز الموضوعات التي طُرحت خلال هذه الفترة، واحتملت الكثير من النقاشات والمشاحنات وتفاوتت حولها وجهات النظر، وهو ما ظهر للباحثة من خلال التعليقات التي تزايدت فيها حدة نغمة التشكيك والاستنكار والإساءة المغلفة بسخرية من جهة، والتشاؤم والتوتر من جهة أخرى، وظهور القلق والخوف كطابع عام بعدما تراجع إلى حد ما خلال الفترة التحليلية لشهر يونيو. وظهرت نغمة التفاؤل كذلك، وإنما بصورة محدودة، وهو ما كان غريباً في نظر الباحثة، إذ كان من المنطقي أن تتعالى نغمة التفاؤل خلال تلك الفترة كون هذا الشهر يمثل انحصار الجائحة وتراجعها، وهو ما اعتبرته الباحثة أمراً يدعو للتفاؤل، ولكن ساحات التعليق خالفت التوقعات.

المضامين التي تحويها التعليقات خلال هذه الفترة التحليلية: كما كان الحال خلال فترات التحليل السابقة، سنجد أن التعليقات عموماً لم تكن تحوي معلومات ذات قيمة، فهي على الأغلب كانت ساحة لبث الأفكار أو الفضفضة عما يجول في النفوس، أو ربما التساؤل والدعاء والتوسل لله في بعض الأحيان، وفي أوقات أخرى كانت وسيلة للتفيس عن الغضب والحيرة والخوف، وهو ما كان واضحاً خلال جميع فترات التحليل.

استخدام الرموز والإشارات خلال الفترة التحليلية لشهر سبتمبر: استخدام الرموز والإشارات كذلك كان ضعيفاً ليس بقوة حضور الكلمات والتعبيرات اللغوية: التي كانت الوسيلة الرئيسة للتعبير عن الحالة النفسية والفكرية للمستخدم، وكانت أكثر الرموز استخداماً على صفحة اليوم السابع الوجه الضاحك الساخر 😄 أو الوجه الغاضب 😡، وفي قليل من الأحيان القلب الأحمر ❤️ هي الرموز والإشارات الأكثر استخداماً خلال هذه الفترة. أما على صفحة مصراوي تراجعت الرموز والإشارات بشكل كبير، فكان أكثر الرموز استخداماً هو الوجه الضاحك 😄 أو الوجه الممتعض. فيما يخص الناحية اللغوية لتعليقات المستخدمين خلال الفترة التحليلية لشهر سبتمبر:

رصدت الباحثة النتائج التالية:

- اللغة المستخدمة للتعليق على صفحتي الدراسة: اللغة العربية هي اللغة الوحيدة المستخدمة للتعليق، واللهجة العامية هي الأكثر ظهوراً إن لم تكن هي الوحيدة، إذ تراجعت اللغة الفصحى خلال الفترة التحليلية لهذا الشهر، فظهرت الفصحى على اليوم السابع في نسبة بلغت (2.4%) من إجمالي تعليقات الصفحة، وعلى مصراوي بنسبة قدرها (7.2%)، وكان ظهورها مقتصرًا على الآيات القرآنية والأدعية، كما كان أيضاً خلال الفترتين السابقتين، في حين اعتمدت غالبية التعليقات على استخدام اللهجة العامية (88.4%) على اليوم السابع، و(81%) على مصراوي.

جدول (15)

يوضح المستوى اللغوي المستخدم للتعليق خلال الفترة التحليلية لشهر سبتمبر

الإجمالي		خليط		فصحى		عامية		المستوى اللغوي الصفحات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	16,434	9.2	1,504	2.4	400	88,4	14,530	اليوم السابع
100	10,150	9.8	998	7.2	740	81	8,212	مصراوي

- خصائص لغة التعليق خلال هذه الفترة الزمنية:

* المعاني التي احتوتها التعليقات: احتوت لغة التعليقات خلال هذا الشهر معاني عديدة، أكثرها حدة وظهوراً معاني الغضب والتشكيك والقلق والخوف، كذلك ظهرت معاني الاستنكار والتهكم والتتمر بصورة أكبر من الفترتين السابقتين، وتراجعت بصورة ملحوظة معاني التفاؤل والفرح، على عكس الفترة التحليلية لشهر يونيو الذي ظهرت خلاله هذه المعاني بصورة كبيرة. ولم تختلف صفحتنا الدراسة كثيراً في هذا الخصوص.

* الأساليب التي استخدمت للتعبير عن هذه المعاني: تماشياً مع هذه المعاني كانت الأساليب التي استخدمت للتعبير عنها محصورة في أساليب: "الإساءة- التجاوز اللفظي- التهكم- السخرية- احتقار الآخر"، وتم استخدام الأسلوب (الجاد) للتعبير عن معاني الرجاء والدعاء والرضا والتفاؤل والفرح التي تراجعت- كما سبقت الإشارة-، وقليلاً ما ظهرت أساليب تعتمد الرقي والتحضر كطريقة للتنفيس عن الغضب أو عرض حالات القلق والخوف التي سيطرت على التعليقات خلال هذه الفترة.

- مستوى رقي وتحضر لغة التعليق خلال هذه الفترة: عن مستوى رقي وتحضر لغة التعليقات خلال الفترة التحليلية لشهر سبتمبر، فبناءً على ما سبق الواضح أن لغة التعليقات خلال هذا الشهر كانت بعيدة تماماً عن المستوى الراقي المتحضر، إذ سيطر على التعليقات مستوى متدنٍ أخلاقياً ولغوياً.

- مواطن القوة والضعف في اللغة المستخدمة للتعليق خلال هذه الفترة: ما يعني كذلك أن لغة التعليق خلال هذه الفترة قد اتسمت بالضعف، وتخلت عن كل مواطن القوة التي تظفر بها اللغة العربية، إذ كان استخدام اللهجة العامية هو المسيطر، بل إنها كانت لهجة عامية مليئة بالألفاظ المسيئة، والكلمات الخارجة، والمعاني المتهكمة والساخرة.

أبرز أشكال الانحرافات الأخلاقية واللغوية الظاهرة في تعليقات صفحتي العينة خلال الفترة التحليلية لشهر سبتمبر: لاحظت الباحثة ظهور الألفاظ المسيئة، والسباب، والإهانات، والإيحاءات الخارجة بشكل متكرر وبصورة ملفتة خلال الفترة التحليلية لهذا الشهر، فكانت هناك نبرة حادة في التعليق ولغة عنيفة ظهرت بقوة في التعليقات، وبالأخص تلك الواردة على الموضوعات التي تناقش عودة الدراسة وتخفيف الإجراءات الاحترازية.

جدول (16)

يوضح عدد التعليقات المتجاوزة أخلاقياً ولغوياً على صفحتي الدراسة خلال الفترة التحليلية لشهر سبتمبر

الإجمالي		التعليقات غير المتجاوزة		التعليقات المتجاوزة		عدد التعليقات الصفحات
%	ك	%	ك	%	ك	
100	16,434	56.2	9,229	43.8	7,205	اليوم السابع
100	10,150	64	6,493	36	3,657	مصرأوي

ونلاحظ من الجدول (16) أن عدد التعليقات المتجاوزة أخلاقياً على صفحة اليوم السابع بلغ نسبة كبيرة، بالمقارنة مع الفترات التحليلية السابقة، فبلغ كم التجاوزات (43.8%) من إجمالي التعليقات على الصفحة، وعلى صفحة مصرأوي بلغت التجاوزات نسبة قدرها (36%) من مجمل تعليقات الصفحة.

خلال هذه الفترة على صفحة اليوم السابع ظهرت التجاوزات اللفظية بشكل كبير، وكان من الملاحظ للباحثة كيف أن الألفاظ المسيئة والسباب والإيحاءات والتجريح والإهانات ملأت ساحات التعليق، وعجت بها النقاشات المثارة عليها، وكانت غالبية التجاوزات والإهانات موجّهة إما لشخصيات عامة أو للجريدة، وقد بلغت نسبة التجاوزات اللفظية (57%) من مجمل التجاوزات على الصفحة خلال هذه الفترة، تلتها بفارق كبير السخرية والتهكم (21.5%)، ثم الإساءة والتجريح (17.4%)، في حين جاءت تجاوزات مثل "احتقار الآخر" و"نشر الشائعات" بنسب ضئيلة (7%) و(2.3%) على التوالي.

جدول (17)

يوضح أكثر أشكال التجاوزات الأخلاقية واللغوية في تعليقات صفحة اليوم السابع للفترة التحليلية

لشهر سبتمبر

التجاوزات		التجاوز اللفظي والسبب		السخرية والتهمك		الإساءة والتجريح		احتقار الآخر وتوجيه الاتهامات		نشر الشائعات	
الصفحة	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
اليوم السابع	4,100	57	1,550	21.5	1,254	17.4	503	7	166	2.3	
الإجمالي										7,205	

أما على صفحة مصراوي كانت أكثر التجاوزات ظهوراً هو تجاوز "السخرية والتهمك" الذي مثل نسبة قدرها (44.6%)، تلاه احتقار الآخر (33%)، ثم استخدام التجاوز اللفظي والسبب (30%)، والإساءة والتجريح (26.3%)، وأخيراً "نشر الشائعات" بنسبة بلغت (10.2%)، وهو ما يظهر من خلال الجدول التالي.

جدول (18)

يوضح أكثر أشكال التجاوزات الأخلاقية واللغوية في تعليقات صفحة مصراوي للفترة التحليلية لشهر

سبتمبر

التجاوزات		التجاوز اللفظي والسبب		السخرية والتهمك		الإساءة والتجريح		احتقار الآخر وتوجيه الاتهامات		نشر الشائعات	
الصفحة	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
مصراوي	1,100	30	1,630	44.6	960	26.3	1,206	33	374	10.2	
الإجمالي										3,657	

ثانياً: مناقشة نتائج الدراسة:

من خلال الدراسة التحليلية السابقة أمكن للباحثة الخروج بمجموعة من المؤشرات، التي تتلخص في النقاط التالية:

* حظيت الصفحة الإخبارية لجريدة اليوم السابع بمعدلات تفاعل وإقبال أكبر من نظيرتها الصفحة الإخبارية لموقع مصراوي، فبلغ إجمالي عدد مرات تفاعل المستخدمين مع منشورات الصفحة المتعلقة بجائحة كورونا خلال فترة التحليل إجمالاً (1,213,483) مرة، أما عدد مرات التفاعل على الصفحة الإخبارية لموقع مصراوي فقد بلغ (211,315) في المجلد. وكذلك فيما يخص التعليقات الواردة خلال فترة التحليل على الصفحتين، فكان الملاحظ أيضاً تفوق الصفحة الإخبارية لليوم السابع على صفحة الإخبارية لموقع مصراوي في إجمالي عدد التعليقات، فبلغ إجمالي التعليقات

الواردة على صفحة اليوم السابع خلال فترة التحليل بأكملها (78,352) تعليقاً، في حين بلغ عدد التعليقات على صفحة مصراوي (26,062) تعليقاً.

* اعتمدت الصفحة الإخبارية لجريدة اليوم السابع على التغطية المصورة "الفيديو"، واستخدمت الصفحة النشرات الإخبارية المصورة كطريقة لعرض الأخبار على مدار اليوم، كما اهتمت الصفحة بتقديم كم كبير وواف من المضامين الإخبارية التي تغطي كل تفاصيل الجائحة؛ مما سمح لها بالتفوق على الصفحة الإخبارية لموقع مصراوي، فبلغ إجمالي عدد الموضوعات المنشورة على الصفحة خلال فترة التحليل (345) موضوعاً، أما إجمالي عدد الموضوعات التي نُشرت على صفحة مصراوي فقد بلغت (142) موضوعاً.

* كان من الملاحظ للباحثة أن الصفحة الإخبارية لليوم السابع اعتمدت بصورة كبيرة على التغطية الحية (Live)، فكان البث المباشر من منطقة الحدث أو اللقاءات الحية مع مسؤولي الدولة حاضرة بقوة يومياً خلال فترات التحليل أكملها، ما كان سبباً في زيادة معدلات المرور والتفاعل من قبل المستخدمين.

* كانت الموضوعات الإخبارية هي الأكثر ظهوراً وحضوراً لتغطية كل جديد يتعلق بجائحة كورونا، وتلتها الموضوعات التوعوية ثم الخدمية، بصورة تكاد تكون ثابتة طوال فترات التحليل المختلفة وعلى الصفحتين محل الدراسة، تفاوتت واختلفت بفروق بسيطة مع اختلاف الأحداث المسيطرة على كل فترة زمنية على حدة.

* اختلاف فترات التحليل أكد على أن مستوى حدة التعليقات وظهور الانحرافات والتجاوزات الأخلاقية يتفاوت باختلاف نوعية الموضوعات، كما أن طبيعة الموضوعات يترتب عليها طبيعة التجاوزات ومستوى حدتها وعنفها، كذلك يؤثر اتجاه النقاش داخل التعليقات في تحديد شكل التجاوز الأخلاقي واللغوي المسيطر، ففي حال كانت هناك بعض التعليقات التي تسيير في اتجاه التجاوز اللفظي نجد أن بقية التعليقات التي تعقبها تسيير في الاتجاه ذاته، وينتشر ما يمكن تسميته بالعدوى.

* المساحة المتاحة للتعليق تحقق معها أهم شروط مدخل التواصل الأخلاقي؛ والذي يقضي بضرورة الإصغاء لكافة الحجج والآراء، ولكن بالطبع ينقصها تحقيق

الإجماع المطلوب والنابع من الحوار النظيف الخالي من السيطرة والهيمنة، والذي يتحقق عن طريق قوة الحجة الأفضل بعيداً عن الضغوط الخارجية والداخلية الظاهرة أو الخفية، وبالتالي يمكن التأكيد على أن النقاش الدائر من خلال مساحات التعليق المتاحة على الصفحات الإخبارية المصرية؛ ولكونه لا يقوم على الاحترام المتبادل فهو حتماً لا يصل إلى نتائج يمكن أن يتوافق عليها الجميع.

* مثَّلت مساحات التعليق على الصفحتين محل الدراسة متنفساً ومكاناً لبث القلق والخوف والتوتر الذي سيطر على المجتمع خلال تلك الفترات، كما ظهرت من خلال تلك المساحات أنواع مختلفة من المشاعر والأحاسيس التي تفاوتت واختلفت باختلاف فترات التحليل، وهو ما أكدته كذلك دراسة (الأشموري 2020) ⁽⁴⁷⁾ والتي انتهت إلى نتيجة تفيد باعتبار شبكات التواصل الاجتماعي وبالتحديد شبكة الفيس بوك هي أكثر الشبكات تفضيلاً في استقاء المعلومات والتعبير عن القلق وقت الأزمات.

* كانت أبرز أنماط الانحرافات الأخلاقية التي ظهرت من خلال التعليقات على الصفحتين محل الدراسة مروراً بفترات التحليل المختلفة هي (التجاوز اللفظي) و(الإساءة والتجريح) و(السخرية والتهكم) و(احتقار الآخر وتوجيه الاتهامات) و(نشر الشائعات). وكان الملاحظ أن هذه النماذج للانحرافات الأخلاقية لم تختلف من صفحة لأخرى أو من فترة لأخرى، وبالتالي انحصرت أنماط الانحراف الأخلاقي خلال فترة التحليل في تلك النماذج، وإن تفاوتت حدة كل شكل منها باختلاف الفترات الزمنية واختلاف طبيعة الموضوعات.

* تحولت مساحات التعليق إلى ساحة للتناحر والتشاحن والتكيل، زادت فيها حجم التجاوزات الأخلاقية عن المعتاد، وخرجت عن حدود الحوار الراقي المتحضر. وتتفق الدراسة في ذلك مع نتائج بعض الدراسات السابقة منها دراسة (Weizman & Dori 2017) ⁽⁴⁸⁾ ودراسة (عبد الحافظ، 2015) ⁽⁴⁹⁾، ودراسة (Lyn & Others 2020) ⁽⁵⁰⁾ التي انتهت جميعها إلى النتيجة ذاتها.

* كانت اللغة العربية هي اللغة الوحيدة المستخدمة في التعليق على الصفحتين محل الدراسة، وكانت اللهجة العامية هي الأكثر استخداماً خلال فترات التحليل المختلفة،

وظهرت الفصحى مترافقة باستمرار مع الآيات القرآنية، والأحاديث النبوية، والابتهالات والأدعية التي كانت تظهر ما بين فترة وأخرى؛ متلازمة مع الحالة المزاجية العامة للمجتمع والتي تتفاوت باختلاف الأحداث من فترة لأخرى خلال فترات التحليل.

* مع تنوع الأحداث واختلافها من فترة إلى أخرى خلال الموجة الأولى من جائحة كورونا اختلفت تبعاً لها خصائص اللغة على الصفحات محل الدراسة، فكان الملاحظ كالتالي:

- خلال فترة التحليل لاحظت الباحثة أن التعليقات على الصفحتين محل الدراسة قد احتوت بصورة واضحة معاني الخوف والقلق والتوتر طوال فترات التحليل وباختلافها، وظهرت كذلك معاني الغضب والتشكيك والاستنكار والاستهزاء والضييق والغضب بصورة مُلفتة ومستمرة، وقد انعكست تلك المعاني على لغة التعليق وسماتها الأخلاقية، لاحظت الباحثة كذلك ظهور معاني الرضا والفرح والتفاؤل في حالات قليلة مترافقة مع بعض الأحداث.

- اعتمدت التعليقات على أساليب (التجاوز اللفظي والسخرية والتهمك والإساءة والاحتقار) للتعبير عن معاني الغضب والتشكيك والاستنكار والاستهزاء والضييق، وفي بعض الأحيان القلق والخوف، في حين استُخدم الأسلوب (الجاد) في التعبير عن معاني الرضا والتفاؤل والفرح وفي بعض الحالات القلق والخوف والتوتر.

* لم تتمكن الباحثة من الحسم بكون اللغة المُستخدمة في التعليقات على صفحتي اليوم السابع ومصراوي اتسمت بالرقى والتحضر أو ما دون ذلك، فالملاحظ أن الحوار اللغوي الراقي المتحضر لم يخنف بصورة كاملة؛ فظهرت درجات مختلفة من اللغة المُتحضرة ترافقت مع بعض الأحداث خصوصاً تلك التي تبث التفاؤل، في حين ظهرت اللغة بمستوى غير متحضر مع نسبة كبيرة من الموضوعات التي تحوي مضامين تبث القلق والتوتر، أو تلك التي على تماس مع المصالح الشخصية لأفراد المجتمع، وهو ما انتهت إليه كذلك دراسة (الشريف، 2017) ⁽⁵¹⁾.

- كنتيجة عامة يمكننا القول بأن اللغة المُستخدمة في التعليق على الصفحتين- محل الدراسة- كانت لغة ضعيفة، إذ اعتمد السواد الأعظم من التعليقات على اللهجة

العامية؛ مما أكسب تلك اللغة الضعف، فكما هو معروف تستمد اللغة العربية قوتها من الفصحى وما تزخر به من مواطن قوة. وهو ما اتفق مع نتائج عدد من الدراسات السابقة، منها دراسة (الدناني والمشايخ، 2020) ⁽⁵²⁾ والتي أشارت نتائجها إلى وجود تأثير سلبي لمواقع التواصل الاجتماعي على جمهورها، ودراسة (زغاوي، 2019) ⁽⁵³⁾، ودراسة (فرحان والحلبوسي، 2019) ⁽⁵⁴⁾، ودراسة (عثمان وصالح، 2013) ⁽⁵⁵⁾ حيث أكدت نتائجهم أن النسبة الأكبر من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يعتمدون على استخدام اللهجة العامية، وقليل منهم فقط يكثر بمستوى اللغة العربية.

* كما كان من الملاحظ لدى الباحثة أن المستوى اللغوي المستخدم في التعليق لم يختلف كثيراً مع اختلاف نوعية الموضوعات خلال فترة التحليل، ما عدا في الموضوعات التي سيطر عليها التفاؤل والفرح، كتلك المتعلقة بتخفيف إجراءات الحظر وإعادة فتح المساجد.

* لم تسر التعليقات خلال فترات التحليل المختلفة على نغمة واحدة، فتتوعد نغمات التعليق وتباينت من فترة لأخرى ومن حدث لآخر، ومع ذلك لاحظت الباحثة سيطرة نغمات التشاؤم والتشكيك والاستهزاء والاستنكار على التعليقات في فترات بعينها (شهر سبتمبر على الصفحة الإخبارية لليوم السابع وشهري مارس ويونيو على الصفحة الإخبارية لموقع مصراوي).

* الملاحظ أن جميع التعليقات الواردة خلال فترة التحليل تقريباً لم تكن تحوي مضامين ذات قيمة، أو ما يمكن وصفه بالمعلومات، فجميعها كانت عبارة عن فضفضات، أو استفسارات، أو مناقشات، أو ابتهالات دينية وأدعية.

* لاحظت الباحثة أن الاستعانة بالرموز والإشارات كطريقة للتعبير عن بعض الحالات المزاجية أو النفسية للمستخدمين خلال التعليق ظهر بصورة متفاوتة ما بين الصفحتين عينة الدراسة، فكان استخدام تلك الرموز في التعليق أكبر على الصفحة الإخبارية لليوم السابع، في حين تراجع هذا الاستخدام بصورة كبيرة على الصفحة الإخبارية لموقع مصراوي؛ وهو ما أرجعته الباحثة لقلّة التعليقات الواردة على صفحة مصراوي مقارنة بصفحة اليوم السابع.

* كان هناك فارق واضح ما بين التغطية التي أولتها صفحة اليوم السابع لجائحة كورونا خلال الفترة التحليلية لشهر مارس 2020- والذي مثل بداية الجائحة- وتلك التي قدمتها صفحة موقع مصراوي خلال نفس الفترة، فبلغ إجمالي الموضوعات المنشورة والمرتبطة بالجائحة على صفحة اليوم السابع خلال هذا الشهر (104) موضوعات، بينما بلغ عدد الموضوعات على صفحة مصراوي (43) موضوعاً، ولم يكن الفارق كمياً فقط، فالملاحظ أن صفحة اليوم السابع حرصت على تقديم نوعيات مختلفة من الموضوعات ما بين الإخباري، والخدمي، والتوعوي، والاقتصادي، والاجتماعي، والسياسي، والتعليمي، والرياضي- وإن ظهر بعضها بنسب ضئيلة- بينما اهتمت صفحة مصراوي بالموضوعات الإخبارية والخدمية والتوعوية فقط.

* خلال شهر مارس تحولت ساحة التعليق على صفحة اليوم السابع لمتنفس زخر بالعديد من النقاشات والتساؤلات والاستفسارات وكذلك الأدعية والابتهالات، وظهر من خلاله كم القلق والتوتر والاضطراب الذي ساد المجتمع بأكمله حينها، وبصورة أقل كان الأمر نفسه على صفحة مصراوي، فكان الملاحظ أن كم التفاعل والتعليق أقل نوعاً.

* تفوقت كذلك اليوم السابع على مصراوي في كم الموضوعات المنشورة خلال شهر يونيو الذي مثل ذروة الجائحة، فقدمت اليوم السابع خلال هذا الشهر (124) موضوعاً، تنوعت ما بين الإخبارية والتوعية والدينية والخدمية، بينما قدمت مصراوي (64) موضوعاً ما بين الإخباري والخدمي والتوعوي والديني، فتقاربت الصفحتين في نوعية الموضوعات واختلفتا في الكم.

* على الرغم من تفوق اليوم السابع مقارنة مع مصراوي في كم الموضوعات المنشورة؛ إلا أن الصفحتين قد اختلفتا فيما يخص التعليقات، فلاحظت الباحثة أن التعليقات على صفحة اليوم السابع خلال شهر يونيو كانت أقل كما من شهر مارس، كما تراجعت الحدة والعنف اللفظي مقارنة بشهر مارس، في حين اختلف الأمر على صفحة مصراوي التي ارتفع فيها معدل تفاعل المستخدمين وزاد مستوى العنف، والحدة اللفظية، وأسلوب التشكيك، والاستهزاء.

✳ أما عن شهر سبتمبر فكان الملاحظ هو تراجع الموضوعات المتعلقة بالجائحة كما في الصفحتين، ونتيجة لذلك تراجع مستوى التفاعل والتعليق كذلك بالمقارنة بالفترتين السابقتين، فعلى الصفحة الإخبارية لليوم السابع بلغ إجمالي الموضوعات المنشورة (74) موضوعاً تنوعت ما بين الإخباري والتعليمي والتوعوي والاجتماعي، وظهر خلال هذا الشهر أقل قدر من التفاعل على اليوم السابع على مستوى فترات التحليل للدراسة بأكملها، أما في الصفحة الإخبارية لمصراوي فقد بلغ إجمالي الموضوعات (34) موضوعاً ما بين الإخباري والخدمي والإنساني والتوعوي، وتراجع كذلك مستوى التفاعل والتعليق مقارنة بفترات التحليل السابقة.

✳ بدى واضحاً للباحثة الغياب الملفت للضوابط المعنية بضبط وتنظيم التعليقات، إذ لاحظت أن هناك كما كبيراً من التعليقات المسيئة والمتجاوزة والتي بقيت على صفحات العينة فترات طويلة من الزمن دون حذف أو حجب أو إخفاء، وفي هذا الشأن التقت الباحثة مع بعض مسؤولي صفحتي العينة، وأكد مسئولو صفحة اليوم السابع (*) أنهم يلتزمون بتطبيق بروتوكول اليوم السابع للنشر والتعليق، وأنه في حال وجود تعليق مسيء يتم حذفه، وهو ما خالف ملاحظات الباحثة.

في حين أكد مسئولو الصفحة الإخبارية لموقع مصراوي (***) أن سياستهم قائمة على فتح النقاش والحوار وحرية التعبير للمتابعين، في حال كانت القضايا المطروحة تشغل الرأي العام، أما في حال كانت التعليقات تسير في اتجاه الإساءة لشخص كاتب الموضوع فيتم حذفها فوراً.

✳ واستنتجت الباحثة أن القائم بالاتصال داخل الصفحات الإخبارية لعينة الدراسة وبالرغم من حرصه على مراجعة وضبط عملية التعليق؛ إلا أنه مع وجود كم هائل من التعليقات يصبح عاجزاً عن المتابعة والسيطرة على سير هذه العملية، ما يتسبب في خروج هذا الكم الهائل من التعليقات الخارجة والمخالفة للأخلاقيات والآداب العامة.

(*) لقاء بتاريخ 2 فبراير عام 2021.

(**) لقاء بتاريخ 4 فبراير 2021.

الخاتمة:

نهايةً خُصَّ البحث إلى أن مجال التعليق متاح على الصفحات الإخبارية في مواقع التواصل الاجتماعي أصبح يمثل ساحة مفتوحة للنقاش، والتواصل، والتعبير عن الرأي في كافة القضايا والموضوعات التي تمس الحياة داخل المجتمع المصري، وهو ما سمح لكل شخص بالتعبير عن رأيه بحرية تامة وبلا قيود، ومع ذلك كان لتلك الحرية مردود سلبي انعكس على طبيعة أخلاقيات هذه النقاشات، والتي ظهر من خلال الدراسة ما أصابها من انحرافات وتشوهات، جعلت اللغة كأداة للحوار أقل ما توصف به أنها لغة غير حضارية أحياناً. وقد انتهت الدراسة إلى أن ساحات التعليق على الصفحتين محل الدراسة قد مثلت متنفساً ومكاناً لبث القلق والخوف والتوتر الذي سيطر على المجتمع خلال تلك الفترات، كما ظهرت من خلال تلك الساحات أنواع مختلفة من المشاعر والأحاسيس التي تفاوتت واختلفت باختلاف فترات التحليل.

وكان الملاحظ على مدار البحث أن الضغوط التي سببتها جائحة كورونا كانت سبباً وراء ظهور نماذج لغوية وسلوكية غير أخلاقية على ساحات التعليق، كما أن اللغة المستخدمة في التعليق تمتعت بالضعف؛ إذ اعتمدت النسبة الأكبر من التعليقات على اللهجة العامية، وظهرت اللغة بمستوى غير متحضر مع نسبة كبيرة من الموضوعات التي تحوي مضامين تبث القلق والتوتر، أو تلك التي على تماس مع المصالح الشخصية لأفراد المجتمع، وتمثلت أبرز أشكال الانحرافات الأخلاقية على الصفحتين محل الدراسة في "التجاوز اللفظي، الإساءة والتجريح، السخرية والتهمك، احتقار الآخر وتوجيه الاتهامات، نشر الشائعات". كما أكدت نتائج الدراسة أن القائم بالاتصال المسؤول عن تلك الصفحات ربما يحاول أن يكون له دور في ضبط وتنظيم الحوار الدائر من خلال مساحة التعليق تلك؛ إلا أنه مع الكم الكبير لهذه التعليقات يفقده السيطرة في كثير من الأحيان.

وهو ما يضع على كاهلنا عبئاً ثقيلاً يتمثل في ضرورة نشر الوعي اللغوي والأخلاقي على مستوى فئات شتى، أولها القائم بالاتصال الذي يجب عليه أن يسعى بكل ما يملك لممارسة دوره كرقيب وحارس للبوابة الإعلامية؛ يقوم بفلترة، ومراجعة، وضبط تلك

التعليقات قدر ما يمكن، وهو دور لا يمكن إغفاله، وكذلك نشر الوعي لدى المستخدم بضرورة الحفاظ على الحد الأدنى لمستوى الحوار الأخلاقي الراقى والمتحضر، والتمسك بالمستوى اللغوي الذي يحفظ للغة العربية هويتها وقوتها، ويحميها من الانحراف والهدم، هذا إلى جانب ضرورة السعي لتقنين وضبط وتنظيم هذا النوع من النقاشات التي يغيب عنها كل أشكال الضبط والتنظيم.

هوامش الدراسة:

(1) انظر: - تقرير مؤسسة we are social متاح على:

<https://wearesocial.com/uk/blog/2021/10/social-media-users-pass-the-4-5-billion-mark/>

- آخر إحصائيات موقع www.internetworldstats.com الخاصة باستخدام موقع الفيس بوك على مستوى العالم متاح على:

<https://www.internetworldstats.com/facebook.htm>

- آخر إحصائيات موقع www.internetworldstats.com الخاصة باستخدام موقع الفيس بوك على مستوى الدول الأفريقية، متاح على:

<https://www.internetworldstats.com/africa.htm#eg>

(2) هبة مصطفى حسن مصطفى، سمات خطاب تعليقات مستخدمي صفحات وزارة التربية والتعليم المصرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إزاء نظام التعليم عن بُعد، *مجلة البحوث الإعلامية*، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام) ع 56، ج 3، يناير 2021، ص 1319: 1360.

(3) Hanjia Lyn, & Others (2020), sense and sensibility: characterizing social media users regarding the use of controversial terms of Covid – 19, **IEEE Transactions Journal**, Apr. 2020, Available at: <https://arxiv.org/pdf/2004.06307.pdf>

(4) Chance York, & Others, (2019), Emotional Contagion on Facebook: An Experiment Examining Facebook News Comments, Affective Response, and Posting Behavior, **Paper presented at the annual meeting of the AEJMC**, Sheraton Centre Toronto, Toronto, Canada, Aug 07, 2019, Available at: http://citation.allacademic.com/meta/p1554534_index.html

(5) Muhammad A. Badarneh & Fathi Migdadi, (2018), Acts of positioning in online reader comments on Jourdanian news websites, **Language & Communication Journal, Elsevier**, Vol. 58, January 2018, pp. 93 – 106, Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0271530917300253>

(6) Ursula Lutzky, & Matt Gee, (2018), “I just found your blog.” The pragmatic of initiating comments on blog posts, **Journal of Pragmatics**, vol 129, 2018, pp. 173-184, Available at: <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2018.03.016>

- (7) Ji Won Kim, (2018), On line incivility in comment Boards: Partisanship Matters- But what I think matters more, **Computers in Human Behavior**, Vol. 85, August 2018, Pages 405-412, Available at: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.04.015>
- (8) Tayyiba Bruce, (2018), New technologies, continuing ideologies: Online reader comments as a support for media perspectives of minority religions, **Discourse, Context & Media Journal**, Volume 24, August 2018, Pages 53-7, Available at: <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.10.001>
- (9) Elda Weizman, & Gonen Dori-Hocohen, (2017), Online Commenting on opinion editorials: A cross-cultural examination of face work in the Washington post (USA) and NRG (Israel), **Discourse, Context & Media Journal**, Volume 19, October 2017, Pages 39-48, Available at: <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.02.001>
- (10) آمال كمال طه (2017)، سمات خطاب تعليقات قراء الصحف الإلكترونية على قانون الخدمة المدنية بالتطبيق على موقع اليوم السابع، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، ع 59، ربيع 2017، ص 55 – 93.
- (11) إيمان محمد حسني (2017)، استراتيجيات الخطاب الحجاجي لتعليقات القراء في صفحات مواقع الصحف الإلكترونية المصرية على شبكة الفيس بوك: حادث تقجير الكنيسة البطرسية أنموذجًا، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام) عدد 16، صيف 2017، ص 389 – 454.
- (12) Leonie Rosner, & Stephan Winter, (2016), Dangerous minds? Effects of uncivil online comments on aggressive cognitions, emotions, and behavior, **Computers in Human Behavior Journal**, Volume 58, May 2016, Pages 461-470, Available at: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.01.022>
- (13) سمر خالد عبد المجيد (2016)، صورة العالم العربي أثناء الثورات في المواقع الإلكترونية لصحف نيويورك تايمز، الجارديان وهآرتس: دراسة مقارنة لـ "الخطاب الصحفي وتعليقات القراء"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2016.
- (14) David Wolfgang, I. Coman, New Media, New Phenomena: An Analysis of Online Commenters' Perceptions of Media and Commenter Performance, **Computer Science Journal**, Available at: <https://www.semanticscholar.org/paper/New-Media%2C-New-Phenomena%3A-An-Analysis-of-Online-of-Wolfgang-Coman/ab49ae570594de1acb660958e7785edbc14b8b06#paper-header>
- (15) Christian Nuernbergk & Nina Springer (2015), Commenting user networks: Two case studies on interactions and behavioral regulation in comments sections, **Communication studies and media research**, 2015.
- (16) أحمد كمال عبد الحافظ (2015)، أخلاقيات نشر تعليقات القراء في المواقع الإخبارية وفي صفحاتها على الفيس بوك: دراسة للمضمون ومعايير القائم بالاتصال في النشر، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام)، مج 14، ع 2، 2015، ص 259 – 303.
- (17) Kyung Han. You & Others (2011), Why Use Online Comments? Examining the Relationship Among Online Comments, Civic Attitudes, and Participation Intention, **Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association**, TBA, Boston, MA, May 25, 2011, Available at: http://citation.allacademic.com/meta/p489682_index.html

- (18) عبد الملك ردمان الدناني، محمد محمود المشايخ (2020)، اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" نموذجًا"، *المجلة العربية لعلوم الإعلام والاتصال*، (جامعة الملك سعود: الجمعية السعودية للإعلام والاتصال)، عدد 23، مايو 2020، ص 103-130.
- (19) سهام عادل جاسم، محمد جبار زغير (2020)، عنف اللغة بالخطاب الإعلامي، *مجلة بحوث العلاقات العامة "الشرق الأوسط"*، (القاهرة: الجمعية المصرية للعلاقات العامة)، ع 27، أبريل- يونيو 2020، ص 63-74.
- (20) عبد العزيز موسى بشارة، فخري عبد القادر على (2019)، المسؤولية الأخلاقية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي رؤية أخلاقية وتساؤلات: دراسة على عينة من طلاب جامعة كردفان، *مجلة الدراسات الإعلامية* (برلين: المركز العربي الديمقراطي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية)، ع 9، نوفمبر 2019، ص 237-289.
- (21) محمد أحمد فتحي زغاوي (2019)، مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على التلوث اللغوي لدى طلاب عمادة البرامج التحضيرية بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية من وجهة نظرهم، *المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية*، (برلين: المركز العربي الديمقراطي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية)، ع 2، نوفمبر 2019، ص 161-177.
- (22) عماد محمد فرحان، شافي جمعة الحلوبسي (2019)، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على سلامة اللغة العربية: دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي موقع (فيسبوك) للفترة من 2018/12/25 ولغاية 2019/1/15، *مجلة مداد الآداب* (الجامعة العراقية: كلية الآداب- قسم اللغة العربية)، عدد خاص بالمؤتمرات 2018-2019، ص 480-506.
- (23) ثريا السنوسي (2019)، مواقع التواصل الاجتماعي وواقع البناء الذاتي للهوية، *مجلة علوم الإعلام والاتصال*، الإصدار الثالث، السنة الثانية، ديسمبر 2019.
- (24) مداني إيمان (2018)، العريزي في مواقع التواصل الاجتماعي بين العدول عن الأعراف اللغوية ومسايرة التحولات اللغوية الراهنة، *مجلة الدراسات الإعلامية* (برلين: المركز العربي الديمقراطي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية)، ع 2، إبريل 2018، ص 283-302.
- (25) محمد أحمد هاشم الشريف (2017)، اتجاهات النخبة الإعلامية الأكاديمية نحو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية، *مجلة البحوث الإعلامية*، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام) ع 48، ج 2، أكتوبر 2017، ص 394-434.
- (26) لصلج عائشة (2015)، العنف الرمزي عبر الشبكات الاجتماعية الافتراضية قراءة في بعض صور العنف عبر الفيسبوك، *مجلة المعيار* (جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة: كلية أصول الدين)، ع 20، ص 517-542.
- (27) نصر الدين عبد القادر عثمان، مريم محمد صالح (2013)، إشكاليات اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي الفيس بوك في الفترة من فبراير 2012- فبراير 2013، *بحث مقدم للمؤتمر الدولي للغة العربية "اللغة العربية في خطر الجميع شركاء في حمايتها"*، دبي من 7-10 مايو 2013.
- (28) رحيمة الطيب عيساني (2013)، اللغة العربية إنجليزية في وسائط الإعلام الجديدة أو تهجين اللغة العربية في وسائط الإعلام الجديد؛ الإنترنت وتطبيقاتها نموذجًا، *بحث مقدم للمؤتمر الدولي للغة العربية "اللغة العربية في خطر الجميع شركاء في حمايتها"*، دبي من 7-10 مايو 2013.
- (29) أمة الخالق محمد حسين الأشموري (2020)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات أوقات الأزمات، *مجلة البحوث الإعلامية*، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام) ع 55، ج 5، أكتوبر 2020، ص 3173-3204.

- (30) ريم نجيب زناتي (2020)، توظيف الإنفوجرافيك في معالجة القضايا الصحية في الدول العربية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (تويتر) - دراسة حالة على موضوع فيروس كورونا (COVID-19) المستجد، *مجلة البحوث الإعلامية*، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام) ع 55، ج 4، أكتوبر 2020، ص 2307 - 2378.
- (31) سمير محمد محمود (2020)، توظيف صحافة البيانات في تناول فيروس كورونا المستجد بالمواقع الإلكترونية العربية والعالمية - دراسة تحليلية، *مجلة البحوث الإعلامية*، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام) ع 54، ج 4، يوليو 2020، ص 2755 - 2834.
- (32) نشوة سليمان عقل (2020)، التماس المعلومات الصحية حول فيروس كورونا المستجد وعلاقته بمستوى إدراك المخاطر لدى المرأة المصرية، *مجلة البحوث الإعلامية*، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام) ع 54، ج 4، يوليو 2020، ص 2037 - 2092.
- (33) إيمان عاشور سيد حسين (2020)، التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بكوفيد 19 عبر المواقع الاجتماعية وعلاقته بالمناعة النفسية لديهم، *مجلة البحوث الإعلامية*، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام) ع 54، ج 4، يوليو 2020، ص 2537 - 2604.
- (34) ريجاب سامي لطيف محمد (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) ع 55، ج 5، أكتوبر 2020، ص 3089 - 3172.
- (35) حسام فايز عبد الحي (2020)، اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديد في استقاء المعلومات والأخبار عن جائحة كورونا كوفيد 19 وعلاقته بالاندماج الأكاديمي لديهم، *مجلة البحوث الإعلامية*، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام) ع 54، ج 4، يوليو 2020، ص 2605 - 2656.
- (36) Karishma Sharma & Others (2020), Covid- 19 on social media: analyzing misinformation in twitter conversations, **Social and Information Networks**, October 2020, Available at: <https://www.semanticscholar.org/paper/COVID-19-on-Social-Media%3A-Analyzing-Misinformation-Sharma-Seq/7834079f41354857484cd73e6f6dd9cb178fe9c4>
- (37) نادية محمد عبدالحافظ (2020)، اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة وسائل الإعلام الجديد لجائحة فيروس كورونا المستجد، *مجلة البحوث الإعلامية*، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام) ع 54، ج 4، يوليو 2020، ص 2093 - 2168.
- (38) Muhammad Kashif & Others (2020), social media addiction due to corona virus, **International Journal of Medical Science in Clinical Research and Review**, Volume 03|Issue 04 (July - August) |2020, pp 331 - 336 Available at: <http://www.ijmscrr>
- (39) راجع هذه المؤشرات كلٌّ من:
- أ. د. وائل إسماعيل عبد الباري أستاذ الصحافة بكلية البنات جامعة عين شمس
 أ. م. د. منى هاشم رئيس قسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة بني سويف.
 د. حنان موسى عبد العال مدرس العلاقات العامة بقسم الإعلام كلية الآداب جامعة أسيوط.
 د. شيرين محمد كدواني محاضر الصحافة الإلكترونية بقسم الإعلام جامعة أسيوط.
- (40) خن جمال (2015)، الخطاب والحجاج في أخلاقيات المناقشة عند يورغن هابرماس، *الجزائر: المركز الجامعي غيليزان*، مايو 2015، ص 48 متاح على <https://www.researchgate.net/publication/337318217>

- (41) أودينة سليم (2009)، فلسفة التداوليات التصويرية وأخلاقيات النقاش عند يورغين هابرماس، رسالة ماجستير غير منشورة، (الجزائر، جامعة منتوري، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم الفلسفة)، 2009، ص 36.
- (42) أبو النور حمدي أبو النور حسن (2012)، يورجين هابرماس الأخلاق والتواصل، (بيروت: التنوير للطباعة والنشر والتوزيع)، 2012، ص 149.
- (43) أودينة سليم، مرجع سابق، ص 37، 38.
- (44) خن جمال، مرجع سابق، ص 49.
- (45) أودينة سليم، مرجع سابق، ص 48.
- (46) فيروس كورونا في مصر: دراسة استكشافية، الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، سبتمبر 2020.
- (47) أمة الخالق محمد حسين الأشموري (2020)، مرجع سابق.
- (48) Elda Weizman, & Gonen Dori-Hocohen, (2017), **Op, Cit**.
- (49) أحمد كمال عبد الحافظ (2015)، مرجع سابق.
- (50) Hanjia Lyn, & Others (2020), **Op, Cit**.
- (51) محمد أحمد هاشم الشريف (2017)، مرجع سابق.
- (52) عبد الملك ردمان الدناني، محمد محمود المشايخ. (2020)، مرجع سابق.
- (53) محمد أحمد فتحي زغاوي (2019)، مرجع سابق.
- (54) عماد محمد فرحان، شافي جمعة لعلوبيسي (2019)، مرجع سابق.
- (55) نصر الدين عبد القادر عثمان، مريم محمد صالح (2013)، مرجع سابق.

References

- <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/10/social-media-users-pass-the-4-5-billion-mark/>
- <https://www.internetworldstats.com/facebook.htm>
- <https://www.internetworldstats.com/africa.htm#eg>
- Mustafa, H. (2021). simat khitaab taeliqat mustakhdimi safahat wizarat altarbiat waltaelim almisriat eabr mawaqie altawasul alaijtimaeii 'iiza' nizam altaelim ean bued, majalat albuqhuth al'ielamiati, (Al'azhar: kuliyyat Al'ielam) 56(3)., 1319: 1360.
- Hanjia Lyn, & Others (2020), sense and sensibility: characterizing social media users regarding the use of controversial terms of Covid – 19, **IEEE Transactions Journal**, Apr. 2020, Available at: <https://arxiv.org/pdf/2004.06307.pdf>
- Chance York, & Others, (2019), Emotional Contagion on Facebook: An Experiment Examining Facebook News Comments, Affective Response, and Posting Behavior, **Paper presented at the annual meeting of the AEJMC**, Sheraton Centre Toronto, Toronto, Canada, Aug 07, 2019, Available at: http://citation.allacademic.com/meta/p1554534_index.html
- Muhammad A. Badarneh & Fathi Migdadi, (2018), Acts of positioning in online reader comments on Jourdanian news websites, **Language & Communication Journal, Elsevier**, Vol. 58, January 2018, pp. 93 – 106, Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0271530917300253>
- Ursula Lutzky, & Matt Gee, (2018), “I just found your blog.” The pragmatic of initiating comments on blog posts, **Journal of Pragmatics**, vol 129, 2018, pp. 173-184, Available at: <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2018.03.016>
- Ji Won Kim, (2018), On line incivility in comment Boards: Partisanship Matters- But what I think matters more, **Computers in Human Behavior**, Vol. 85, August 2018, Pages 405-412, Available at: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.04.015>
- Tayyiba Bruce, (2018), New technologies, continuing ideologies: Online reader comments as a support for media perspectives of minority religions, **Discourse, Context & Media Journal**, Volume 24, August 2018, Pages 53-7, Available at: <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.10.001>
- Elda Weizman, & Gonen Dori-Hocohen, (2017), Online Commenting on opinion editorials: A cross-cultural examination of face work in the Washington post (USA) and NRG (Israel), **Discourse, Context & Media Journal**, Volume 19, October 2017, Pages 39-48, Available at: <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.02.001>
- Taha, A. (2017), simat khitab taeliqat qiraa' alsuhuf al'iiliktruniat ealaa qanun alkhidmat almadaniat bialtatbiq ealaa mawqie alyawm alsaabiei, almajalat almisriat libuqhuth al'ielam (jamieat Alqahira: kuliyyat al'ielami), 59, 55 - 93.
- Husni, E. (2017), astiratijiaat alkhitaab alhujaajii litaeliqat alquraa' fi safahat mawaqie alsuhuf al'iiliktruniat almisriat ealaa shabakat alfis buk: hadith tafjir alkanisat albutrusiat anmwdhjan, almajalat almisriat libuqhuth alraay aleami (jamieat Alqahira: kuliyyat al'ielami) 16, 389 - 454.

- Leonie Rosner, & Stephan Winter, (2016), Dangerous minds? Effects of uncivil online comments on aggressive cognitions, emotions, and behavior, **Computers in Human Behavior Journal**, Volume 58, May 2016, Pages 461-470, Available at: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.01.022>
- Abd Almajid, s. (2016), surat alealam alearabii 'athna' althawrat fi almawaqie al'iiliktruniat lisuhuf niuyuk taymiz, aljardian wahartis: dirasat muqaranat la "alkhitab alsuhufii wataeliqat alqira'a", risalat majistir ghayr manshuratin, jamieat Alqahira: kuliyyat al'ielami, qism alsahafati.
- David Wolfgang, I. Coman, New Media, New Phenomena: An Analysis of Online Commenters' Perceptions of Media and Commenter Performance, **Computer Science Journal**, Available at: <https://www.semanticscholar.org/paper/New-Media%2C-New-Phenomena%3A-An-Analysis-of-Online-of-Wolfgang-Coman/ab49ae570594de1acb660958e7785edbc14b8b06#paper-header>
- Christian Nuernbergk & Nina Springer (2015), Commenting user networks: Two case studies on interactions and behavioral regulation in comments sections, **Communication studies and media research**, 2015.
- Abd Alhafiz, A. (2015), 'akhlaqiat nashr taeliqat alquraa' fi almawaqie al'iikhbariat wafi safahatiha ealaa alfis buk: dirasat lilmadmun wamaeayir alqayim bialaitisal fi alnashri, almajalat almisriat libuhuth alraay aleami (jamieat Alqahira: kuliyyat al'ielami), 14(2), 259 - 303.
- Kyung Han. You & Others (2011), Why Use Online Comments? Examining the Relationship Among Online Comments, Civic Attitudes, and Participation Intention, **Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association**, TBA, Boston, MA, May 25, 2011, Available at: http://citation.allacademic.com/meta/p489682_index.html
- Aldanani, A., Almashayikh, M. (2020), allughat alearabiat fi mawaqie altawasul alaijtimaeii "alfisbuk anmwdhjan", almajalat alearabiat lieulum al'ielam walaitisali, (jamieat Almalik Saeud: aljameiat Alsaudia lil'ielam walaitisali), 23, 103- 130.
- Jasim, S., Zagher, M. (2020), eunf allughat bialkhitab al'ielamii, majalat buhuth alealaqat aleama "alsharq al'awsta", (Alqahira: aljameiat Almisriat lilealaqat aleamati), 27, 63- 74.
- Zaghawi, M. (2019), madaa tathir wasayil altawasul alaijtimaeii ealaa altalawuth allughawii ladaa tulaab eimadat albaramij altahdiriati bijamieat al'iimam muhamad bin sueud al'iislati min wijhat nazarihim, almajalat alduwaliat lildirasat altarbawiat walnafsiati, (Berlin: almarkaz alearabia aldiymuqratiya lildirasat alastiratijiati walsiyasiati walaiqtisadiati), 2, 161- 177.
- Farhan, E., Alhulubsi, S. (2019), tathir mawaqie altawasul aliajtimaeii ealaa salamat allughat alearabiati: dirasat tatbiqiat ealaa eayinat min mustakhdimi mawqie (fisbuk) lilfatrat min 25/12/2018 walighayat 15/1/2019, majalat madad aladab (aljamieat Aleiraqia: kuliyyat aladab- qism allughat alearabiati), eadad khasun bialmutamarat 2018- 2019, 480 - 506.

- Al-Senussi, S. (2019), mawaqie altawasul alaijtimaeii wawaqie albina' aldhaatii lilhuiati, majalat eulum al'ielam walaitisali, 3.
- Eman, M. (2018), alearbizi fi mawaqie altawasul alaijtimaeii bayn aleudul ean al'aeraf allughawiat wamusayarat altahawulat allughawiat alraahinati, majalat aldirasat al'ielamia (Berlin: Almarkaz Alearabi aldiymuqratiya lildirasat alastiratijiat walsiyasiyat walaiqtisadiati), 2, , 283- 302.
- Alsharif, M. (2017), aitijahat alnukhbat al'ielamiyat al'akadimiya nahw tathir mawaqie altawasul alaijtimaeii fi aistikhdamat allughat alearabiati, majalat albuqhuth al'ielamiati, (jamieat Al'azhar: kuliyaat al'ielami) e 48(2), 394- 434.
- Aisha, L. (2015), aleunf alramzii eabr alshabakat alaijtimaeiat alaiftiradiyat qira'atan fi baed suar aleunf eabr alfisbuk, majalat almiyyar (jamieat Al'amir Abd Alqadir lileulum al'iislatmiyat Qasnutina: kuliyaat 'usul Aldiyn), 20, 517- 542.
- Outhman, N., Salih, M. (2013), 'iishkaliyaat allughat alearabiya fi mawaqie altawasul alaijtimaeii: dirasat tatbiqiat ealaa eayinat min mustakhdimi alfis buk fi alfatrat min fibrayir 2012- fibrayir 2013, bahath muqadim lilmutamar alduwalii lilughat Alearabiya "allughat alearabiya fi khatar aljamie shuraka' fi himaytiha", Dubai min 7- 10 mayu.
- Eisani, R. (2013), allughat alearbianjliziat fi wasayit al'ielam aljadedat 'aw tahjin allughat alearabiya fi wasayit al'ielam aljaded; al'iintirnit watatbiqatuha anmwdhjan, bahath muqadim lilmutamar alduwalii lilughat alearabiya "allughat alearabiya fi khatar aljamie shuraka' fi himaytiha", Dubai min 7- 10 mayu 2013.
- Al'ashmuri, A. (2020), dawr shabakat altawasul alaijtimaeii fi 'iimdad aljumhur bialmaelumat 'awqat al'azmati, majalat albuqhuth al'ielamiati, (jamieat Al'azhar: kuliyaat al'ielami) 55(5), 3173- 3204.
- Zanati, R. (2020), tawzif al'iinfujrafik fi muealajat alqadaya alsihiyat fi alduwal alearabiya eabr mawaqie altawasul alaijtimaeii (tuytir)- dirasatan halatan ealaa mawdue fayrus kuruna (COVID -19) almustajda, majalat albuqhuth al'ielamiati, (jamieat Al'azhar: kuliyaat al'ielami) e 55(4), 2307- 2378.
- Mahmud, S. (2020), tawzif sahafat albayanat fi tanawul fayrus kuruna almustajidi bialmawaqie al'iiliktruniya alearabiya walealamiya- dirasat tahliliyatun, majalat albuqhuth al'ielamiati, (jamieat Al'azhar: kuliyaat al'ielami) 54(2), 2755- 2834.
- Aql, N. (2020), ailtimasu almaelumat alsihiyat hawl fayrus kuruna almustajidi waealaqatih bimustawaa 'iidrak almakhathir ladaa almar'at almisriya, majalat albuqhuth al'ielamiati, (jamieat Al'azhar: kuliyaat al'ielami) e 54(7), 2037- 2092.
- Husayn, E. (2020), altimasu aljumhur almisrii lilmaelumat almuta'aliyat bikufid 19 eabr almawaqie alaijtimaeiat waealaqatih bialmana'eat alnafsiyat ladayhim, majalat albuqhuth al'ielamiati, (jamieat Al'azhar: kuliyaat Al'ielam) 54(5), 2537 - 2604.
- Muhamad, R. (2020), aietimad aljumhur almisrii ealaa wasayil al'ielam aljaded kamasdar lilmaelumat wal'akhbar hawl jayihat fayrus kuruna (kufid-19) wadawrih fi taeziz alwa'ey alsihiya ladayhi, majalat albuqhuth al'ielamiati, (jamieat Al'azhar: kuliyaat al'ielami) 55(5), 3089 - 3172.

- Abd Alhayi, H. (2020), aietimad talabat aljamieat ealaa wasayil al'ielam aljadid fi aistiqa' almaelumat wal'akhbar ean jayihat kuruna kufid 19 waealaqatih bialaindimaj al'akadimii ladayhim, majalat albuuhuth al'ielamiati, (jamieat Al'azhar: kuliyyat al'ielami) 54, 2605 - 2656.
- Karishma Sharma & Others (2020), Covid- 19 on social media: analyzing misinformation in twitter conversations, **Social and Information Networks**, October 2020, Available at: <https://www.semanticscholar.org/paper/COVID-19-on-Social-Media%3A-Analyzing-Misinformation-Sharma-Seo/7834079f41354857484cd73e6f6dd9cb178fe9c4>
- Aabd Alhafiz, N. (2020), aitijahat aljumhur almisrii nahw muealajat wasayil al'ielam aljadid lijayihat fayrus kuruna almustajda, majalat albuuhuth al'ielamiati, (jamieat Al'azhar: kuliyyat al'ielami) 54(3), 2093 - 2168.
- Muhammad Kashif & Others (2020), social media addiction due to corona virus, **International Journal of Medical Science in Clinical Research and Review**, Volume 03|Issue 04 (July – August) |2020, pp 331 - 336 Available at: <http://www.ijmscrr>
- Jamal, K. (2015), alkhitaab walhujaaj fi 'akhlaqiaat almunaqashat eind Yurghin Habirmas, Aljazayar: almarkaz aljamieia ghilizan, 48
- Salim, O. (2009), falsafat altadawuliaat alsuwriat wa'akhlaqiaat alniqash eind yurghin habirmas, risalat majistir ghayr manshuratin, (Aljazayar, jamieat Mentouri, kuliyyat aleulum al'iinsaniat waleulum aliajtimaeiati, qism alfalsafati), 36.
- Hasan, A. (2012), yurjin habirmas al'akhlaq waltawasuli, (Beirut: Altanwir liltibaeat walnashr waltawzie), 149.
- Fayrus kuruna fi Masr (2020).: dirasat astikshafiati, aljihaz almarkazii liltaebiat aleamat wal'iihsa', sibtambar2020.

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 the 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

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

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

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

Correspondences

● Issue 60 January 2022 - part 3

● Deposit - registration number at Darelkotob 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.