

## اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي خلال الأزمات بالجزائر جائحة كورونا أنموذجا □

### *Adopting Social Media to Raise Awareness During Crises in Algeria Corona Pandemic as a Model*

ريم بلحسن<sup>1\*</sup>، مريم زعتر<sup>2</sup>

<sup>1</sup> جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، مخبر البحث: "علم النفس والتربية وقضايا المجتمع"

(الجزائر)، [rym.belahcene@univ-jijel.dz](mailto:rym.belahcene@univ-jijel.dz)

<sup>2</sup> جامعة صالح بونيدر، قسنطينة 03، مخبر البحث: "علم اجتماع الاتصال" (الجزائر)

[meriem.zater@univ-constantine.dz](mailto:meriem.zater@univ-constantine.dz)

تاريخ النشر: 10 / 07 / 2021

تاريخ القبول: 30 / 06 / 2021

تاريخ الاستلام: 04 / 05 / 2021

#### ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي خلال الأزمات بالجزائر، حيث ارتأينا أن ندرس جائحة كورونا. فبالنظر إلى طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي والتي تتميز بخصائص متعددة منها الأنوية والتفاعلية، هذا ما يجعلها تؤثر تأثيرا كبيرا على مستخدميها. وبالنظر من جهة أخرى إلى الوضع الصحي وما يتطلبه من حذر ووعي. فمن المهم الكشف عن العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والفرد الجزائري ومدى مساهمة هذه المواقع في تنمية الوعي لديه. توصلت هذه الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تنمية الوعي لدى الفرد الجزائري من خلال تزويدهم بالمعلومات الصحيحة، التوعية بخطورة الأعراض وضرورة الوقاية منها، ووجوب احترام البروتوكول الصحي والإجراءات الوقائية. الكلمات المفتاحية: الأزمة؛ التنمية؛ الوعي؛ جائحة كورونا؛ مواقع التواصل الاجتماعي.

#### Abstract:

This study aims to know the extent of the contribution of social media to developing awareness during crises in Algeria, as we decided to study the Corona pandemic. Given the nature of social networking sites, which are characterized by multiple characteristics, including real-time and interactive, this is what makes them have a significant impact on their users. On the other hand, looking at the health situation and the caution and awareness it requires. It is important to reveal the relationship between social media and the Algerian individual, and the extent to which these sites contribute to developing his awareness.

This study found that social networking sites contribute to developing awareness of the Algerian individual by providing them with the correct information, awareness of the seriousness of symptoms and the need to prevent them, and the necessity of respecting the health protocol and preventive measures.

**Keywords:** Awareness; Corona Pandemic; Crisis; Development; Social Media

\* المؤلف المرسل: ريم بلحسن

## 1. مقدمة

يمر العالم بالعديد من الأزمات والكوارث والتي لها تأثير مباشر على أنماط الحياة والبيئة المجتمعية. ومن بين الأزمات التي يشهدها العالم الآن هي تفشي فيروس كورونا (كوفيد-19) واجتياحه كل دول العالم دون استثناء، مما خلق أزمة صحية عالمية خلفت أزمات على جميع الأصعدة، كان لها تأثير عميق على الطريقة التي نتصور بها حياتنا اليومية وطريقة معيشتنا. هذا التغيير كان له تداعيات واضحة على المشهد الإعلامي، أين لاحظنا دور الإعلام بمختلف أشكاله سواء التقليدي أو الحديث في نشر الوعي لدى الشعوب والأفراد، وكذا تجنّد وسائل الإعلام وتركيزها على التعريف بالفيروس وطبيعته وطرق الوقاية منه. فمن المتعارف عليه والذي أثبتته العديد من الدراسات والأبحاث في مجال الإعلام أن وسائل الإعلام الحديثة أول من يلجأ إليها الجمهور لمعرفة المزيد من التفاصيل من التفاصيل والمعلومات في حالة وقوع حادث أو أزمة ما، فهي توفر له سيلا من المعلومات متنوعة المصادر والمضامين، ومقدمة بأشكال مختلفة، علاوة على إمكانية التفاعل مع المضمون وتبادل الآراء حوله. وهو الأمر الذي حدث مع واستمر مع جائحة كورونا، مما خلق واقعا جديدا في التعامل مع الأزمات والتصدي لها.

## 1. اشكالية:

مع بداية ظهور فيروس كورونا المستجد، بدأ الأفراد في تحري أخبار هذا الفيروس الغامض، وبدأت مواقع التواصل الاجتماعي في تداول أخباره على مستوى العالم. كما هو شائع فإن الجمهور يصدق ويقنع بكل ما يتلقاه من خلال هذه المواقع بحكم غموض هذا الفيروس وعدم توافر معلومات كافية عنه. هنا تتضح أهمية الدور التي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي، فقد سيطرت هذه الأخيرة على مساحة واسعة من الفضاء المعلوماتي، حيث أصبحت تشكل مصدرا مهما للمعلومات تعتمد عليه فئات كبيرة من المجتمع، خاصة خلال فترة الحجر وضرورة الالتزام بالمنزل. ونظرا لأهمية هذه المنصات لابد من التعرف على مدى إسهاماتها في تنمية الوعي لدى الأفراد لمواجهة خطر هذا الفيروس والوقاية منه.

تصدّرت أخبار فيروس كورونا وغطّت على جميع الأحداث في كافة أنحاء العالم، وذلك بسبب الانتشار السريع والواسع لهذا الفيروس الذي لم يستثنى ولا منطقة في العالم، وهو الأمر الذي جعل وسائل الإعلام بمختلف أنواعها وأشكالها تخوض في هذا الموضوع وتنقل الأخبار بصورة متسارعة نسبة لتسارع انتشار الفيروس. فوجدت وسائل الإعلام في العالم بشكل عام والجزائر بشكل الخاص نفسها أمام تحدٍ كبير حول الدور الذي ستؤدي به في إمداد الجماهير والأفراد بالمعلومات الأساسية والمعرفة الشاملة حول هذه الأزمة العالمية.

يعد الإسهام في زرع الوعي لدى الناس، خاصة الوعي الصحي أحد أهم مهام وسائل الإعلام، فالصحة من أهم أولويات الناس لا سيما مع ارتفاع الأوبئة والأمراض في العالم. وباعتبار مواقع التواصل الاجتماعي أضحت أهم مصدر للأخبار والمعلومات خلال جائحة كورونا، فقد أصبحت تؤدي دورا كبيرا ومهما في بناء الفرد وتكوينه المعرفي والوجداني والسلوكي من خلال عملها على زيادة رصيده من المعلومات والخبرات التي تنسج مواقف وأراء وسلوكياته، من خلال اعتماده عليها.

بناءً على ما تم التطرق إليه، نطرح السؤال المحوري التالي:

كيف ساهم الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي لدى الفرد الجزائري خلال جائحة كورونا؟

ومنه نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- (1) إلى أي مدى اعتمد الفرد الجزائري على مواقع التواصل الاجتماعي في تقصي المعلومات خلال جائحة كورونا؟
- (2) ماهي دوافع اعتماد الفرد الجزائري على مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا؟
- (3) ماهي أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي اعتمد عليها الفرد الجزائري خلال جائحة كورونا؟
- (4) إلى أي مدى ساهم محتوى مواقع التواصل الاجتماعي في كشف الغموض وتنمية الوعي لدى الفرد الجزائري خلال جائحة كورونا؟

## 2. أهداف الدراسة:

- التعرف على مدى اعتماد الفرد الجزائري، ودوافع اعتماده على مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا.
  - معرفة الدور الذي قامت به مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا.
  - التعرف على مدى مساهمة محتوى مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي لدى الفرد الجزائري خلال جائحة كورونا.
  - التعرف على مدى استفادة الفرد الجزائري من محتوى مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا.
- ## 3. أهمية الدراسة:
- تناول ظاهرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في وقت الأزمات.
  - تستمد الدراسة أهميتها من أهمية وخطورة جائحة كورونا.
  - تأتي أهمية الدراسة من أهمية الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي خاصة لما تتميز به من سرعة وأنية في نقل المعلومات بصفة عامة، ووقت الأزمات بصفة خاصة.
  - تأتي أهمية الدراسة من أهمية استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي وتنميته حول جائحة كورونا.

## أولاً: الإطار المنهجي للدراسة:

1. نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، والتي تقوم على وصف ظاهرة معينة من خلال جمع بياناتها، تصنيفها، تحليلها وتفسيرها من أجل استخلاص نتائج يمكن تعميمها. وتستهدف دراستنا هذه وصف وتحليل ظاهرة اعتماد الفرد الجزائري على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وعيه خلال جائحة كورونا.
2. منهج الدراسة: تم الاعتماد على المنهج المسحي، باعتباره المنهج الأنسب والأكثر ملائمة لدراستها، حيث تناولناه بشقيه، الوصفي من خلال جمع البيانات حول الظاهرة محل الدراسة، والتحليلي من خلال معرفة العلاقة بين المتغيرات.
3. الأدوات المنهجية للدراسة: من أجل جمع المعلومات والبيانات، تم الاعتماد على أداة منهجية كمية وهي استمارة الاستبيان، ونظراً للظروف السائدة في ظل انتشار فيروس كورونا من توقف الأنشطة وتطبيق الحجر المنزلي، ارتأينا إلى تصميم استمارة إلكترونية حيث تم توزيعها وتعبئتها رقمياً من أجل تسهيل عملية البحث.

قسمنا الاستمارة إلى ثلاثة محاور: المحور الأول حول البيانات الشخصية ويتكون من 5 أسئلة، المحور الثاني حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا ويتكون من 8 أسئلة، والمحور الثالث حول الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي وتنمية الوعي خلال جائحة كورونا ويتكون من 8 أسئلة.

4. **صدق الاستمارة:** للتأكد من صدق الأداة وصلاحياتها لجمع البيانات، استخدمنا نوعية الصدق الظاهري، وذلك من خلال عرض استمارة الاستبيان على عدد من المحكمين (03) من ذوي الخبرة في مجال التخصص، لتقويمها لتصبح قابلة للتطبيق والقياس بما يخدم أهداف الدراسة، وقد قمنا بتعديل الاستمارة في ضوء ملاحظات ومقترحات السادة المحكمين<sup>1</sup>.
5. **مجتمع وعينة الدراسة:** يمثل مجتمع الدراسة في كل فرد جزائري بمختلف شرائحه والذي يمتلك حساب على مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف أنواعها. أما عينة الدراسة فتمثلت في عينة عشوائية بصفة قصدية عددها 100 مفردة.
6. **الخلفية النظرية للدراسة:** نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

1.6. **الخلفية المعرفية للنظرية:** تعد نظرية الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام إحدى النظريات التي تهتم برصد ودراسة التأثيرات المختلفة للوسائل الإعلامية على كل من الفرد والمجتمع. ويتشكل نموذج الاعتماد على وسائل من ثلاثة عناصر هي المجتمع ووسائل الإعلام والجمهور وهذه العلاقة تختلف من مجتمع لآخر، فبعض المجتمعات تفرض سيطرة على نظامها الإعلامي بينما تمنح مجتمعات أخرى نظامها الإعلامي قدرا أكبر من الحرية يعطي لها القدرة على التأثير في المجتمع، كما أن تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور أيضا تختلف من مجتمع إلى آخر (منال أبو الحسن، 2007).

اهتم بعض الباحثين في العشرينيات من القرن العشرين الماضي بدراسة تأثير وسائل الإعلام على المستوى المعرفي وأكد بعضهم أن اختلاف المستوى المعرفي للأفراد يرجع أساسا إلى التفاعل بين متغيرات مرتبطة بطبيعة وسائل الإعلام، بالإضافة إلى سمات الجمهور وخصائصه المختلفة كما أوضح في الغرب العلاقة بين وسائل الإعلام النظم الاجتماعية ومؤسساتها في المجتمع على أساس من الاعتماد المتبادل.

ونظرا للتطور التكنولوجي المستمر لوسائل الإعلام ازدادت أهمية هذه الوسائل في نقل المعلومات والتي أصبحت المصدر الرئيسي لتزويد الجمهور بكل ما يستجد من أحداث داخلية وخارجية ومن أجل الحصول على المعلومات تتفاعل وسائل الإعلام مع النظم الأخرى كالنظام الاقتصادي، والسياسي، والدين حيث تنشأ علاقة متبادلة بين وسائل الإعلام وهذه الأنظمة.

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

<sup>1</sup> الأستاذ قرناي ياسين، جامعة سطيف/ الأستاذة بوشغالة نبيلة، المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام/ الأستاذة ليليا بوسجرة، المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام.

ومن ثم ظهر مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام من قبل الباحثين "ديفلور وسندرا بول روكيتش" نموذج التوضيح العلاقة بين وسائل الإعلام والقوى الاجتماعية الأخرى، وهو ما يعرف بنظرية الاعتماد (منال هلال المزاهرة، 2012).

مما سبق تتلخص الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على النحو التالي: "أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم الاستقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغير بالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغير سلوك و معارف و وجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتداً التغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع" (محمود حسن إسماعيل، 2003).

كما أن هذه النظرية تشترط شرطين أساسيين لحدوث التفاعل وتكوين علاقة اعتماد متبادل بين الجمهور ووسائل الإعلام هما (فصيل الفرعي، 2013):

- إذا قامت وسائل الإعلام بتحقيق وظائف مهمة في المجتمع وعملت الوظائف المناطة بهما، وأصبح بإمكانها إشباع حاجات الجمهور زاد ذلك من اعتماده عليها.
- إذا ارتفعت حدة الصراع كنتيجة للحروب أو التغييرات السياسية أو الاقتصادية أو ما شابه، فإن ذلك سيؤثر على كثافة اعتماد الجمهور لوسائل الإعلام.

وإجمالاً، يمكن النظر إلى عملية الاعتماد على وسائل الإعلام بأنها علاقة يتوقف فيها تحقيق الأهداف على مصادر وسائل الإعلام، كما تتحقق فيها عملية إشباع الاحتياجات من الحصول على الأهداف الأحدى الأطراف التي تتوافق احتياجاته مع مصادر الطرف الأخر، بحيث تتغير هذه العلاقة تبعاً لتغير الأهداف ومصادر النظام الإعلامي، وتبعاً لتغير إدراك المنفعة من مصادر المعلومات. وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين (ملفين ل ديفلر، ساندرا بول روكيتش، دون سنة):

- الأهداف: لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى، والعكس صحيح.
- المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم.

2.6. فروض النظرية: تجدر الإشارة إلى أنه يجب الوضع بعين الاعتبار عند تحديد هذه الفروض والركائز، ضرورة الربط بين المتغيرات من ناحية وبين النموذج المتكامل لطبيعة العلاقة بين كل من المجتمع ووسائل الإعلام ودورها في التأثير على الجمهور المعتمد عليها من ناحية أخرى، وانطلاقاً من هذه العلاقة الترابطية تتمكن من استخلاص الفروض الرئيسية التي تقوم عليها نظرية الاعتماد المتبادل لوسائل الإعلام والتي نوردتها كالتالي (ملفين ل ديفلر، ساندرا بول روكيتش، المرجع نفسه):

- يعتبر النظام الإعلامي مهماً للمجتمع، بحيث تزداد درجة الاعتماد عليه في حالة إشباعه لحاجات الجمهور، وتقل في حالة وجود قنوات بديلة للمعلومات، كما يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية.
- تؤثر درجة استقرار النظام الاجتماعي على زيادة الاعتماد أو قلته على مصادر معلومات ووسائل الإعلام، وكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع كلما زاد الاعتماد لدى الأفراد على وسائل الإعلام.

- تزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة قلة المصادر البديلة للمعلومات، أما في حالة وجود مصادر بديلة تقدمها شبكات خاصة أو رسمية أو مصادر إعلامية خارج المجتمع سيقول اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.
- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة لوجود اختلاف في الأهداف الشخصية والمصالح والحاجات الفردية.
- كلما كان الاعتماد على وسائل الإعلام كبير، كلما كان مستوى الانتباه أثناء التعرض كبير، كما أن الشخص ينمي اعتماده عندما يدرك إمكانية تحقيق أهدافه الشخصية من خلال المحتوى الإعلامي، والعكس صحيح فهو يقلل من نشاط اعتماده في حالة إدراكه بأن المحتوى لا يتفق مع أهدافه.
- يتأثر مدى اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام بعدة متغيرات، أهمها طبيعة علاقة وسائل الإعلام بالمجتمع ومدى تنوعها وتعددتها والمضمون الذي تقدمه، إلى جوانب العوامل الخاصة بالمجتمع نفسه.
- توجد علاقة اعتماد متبادلة بين وسائل الإعلام القائمة في المجتمع وبين النظم والمؤسسات القائمة، وكذلك بين هذه الوسائل والأفراد.

#### 7. تحديد مفاهيم الدراسة:

##### 1.7.1. جائحة كورونا:

1.1.7. **الجائحة (Pandemic)** : تصنف الجائحة بأنها أعلى درجات الخطوة في قوة انتشار الفيروس وذلك بانتشاره في أكثر من منطقة جغرافية في العالم وليس في قارة أو إقليم، مما يتطلب مزيداً من التنسيق بين السياسات الوطنية والعالمية الإقليمية في تعزيز الوقاية والحماية من انتشار المرض، وتعتبر منظمة الصحة العالمية صاحبة اليد العليا في تحديد السياسات الصحية الملائمة للتعامل مع المرض والحد من انتشاره (محمد عبد ربه المغير، 2020).

2.1.7. **الوباء (Epidemic)** : هو انتشار مرض أو فيروس أو جراثيم في منطقة معينة ومحددة في العالم سواء كانت دولة واحدة أو قارة أو إقليم، وبالتالي هي مشكلة تتعلق بدول متجاورة تتطلب منه رسم السياسات الإقليمية بالتعاون مع منظمة الصحة العالمية في المراقبة والتوجيه للحد من انتشاره وحتى لا يتحول إلى جائحة (محمد عبد ربه المغير، 2020).

3.1.7. **فيروس كورونا (Corona Virus)** : فيروسات كورونا هي فصيلة فيروسات واسعة الانتشار يُعرف أنها تسبب أمراضاً تتراوح من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد حدةً، مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS) ومتلازمة التهاب الرئوي الحاد الوخيم (السارس). وفيروس كورونا المستجد (nCoV) هو سلالة جديدة من الفيروس لم يسبق اكتشافها لدى البشر (منظمة الصحة العالمية، 2020).

4.1.7. **كوفيد-19 (Covid-19)** : كوفيد-19 هو المرض الناجم عن فيروس كورونا المستجد المُسمى فيروس كورونا-سارس-2. وقد اكتشفت المنظمة هذا الفيروس المستجد لأول مرة في 31 كانون الأول/ ديسمبر 2019، بعد الإبلاغ عن مجموعة من حالات التهاب الرئوي الفيروسي في يوهان بجمهورية الصين الشعبية (منظمة الصحة العالمية، 2020).

2.7 **مواقع التواصل الاجتماعي:** التعريف الذي قدمه كل من الباحثان (Ellson) و(Boyd) يعد من التعاريف الرائدة والمرجعية التي يستند عليها الباحثون في العلوم الاجتماعية والإنسانية بشكل عام، حيث يعرفانها بأنها: "خدمات توجد على شبكة الويب، تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية عامة أو شبه عامة، من خلال

نظام محدد، يمكنهم من وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤية قوائمهم، أيضا للذين يتصلون بهم، تلك القوائم التي يصنعها الآخرون بواسطة النظام" (D, Boyd; N, Ellison, 2007).

3.7 الأزمة: تعرف بأنها: "حدث مفاجئ يهدد المصلحة القومية، وتتم مواجهته في ظروف ضيق الوقت وقلة الإمكانيات، ويترتب على تفاقمه نتائج خطيرة". وتعرف كذلك على أنها: "حالة توتر ونقطة تحول تتطلب قرارا ينتج عنه مواقف جديدة سلبية كانت أو إيجابية تؤثر على مختلف الكيانات ذات العلاقة" (ماجد عبد المهدي المساعدة، 2012). والأزمة في الموضوع محل الدراسة هي جائحة كورونا، باعتبارها أزمة مست العالم ككل وأحدثت خللا في النظام العام لحياة الأفراد.

4.7 الوعي: هناك من يرى بأن الوعي هو "الإدراك" أو "صحوة الفكر والعقل"، والوعي في اصطلاح علم الاجتماع هو: "إدراك الفرد لنفسه وللبيئة المحيطة به"، ويستعمل الوعي كذلك بمعنى المسؤولية والالتزام بقيم الجماعة في مقابل التهور والاستهتار. ولا يكتمل الوعي إلا إذا عمل الإنسان على تنميته بشكل مستمر من خلال تطوير قدراته الفكرية ومن خلال ربط تلك القدرات بتجاربه الحسية التي تشكل خبرته في الحياة (سوزان بلاكمور، 2016). وهناك مستويين من الوعي: الوعي الفردي والوعي المجتمعي، حيث يمكن للوعي الفردي تشكيل وعي مجتمعي من خلال تبادل المعرفة وتحويلها إلى سلوكيات وقوانين تنظم كل أشكال الحياة في المجتمع، وبهذا يصبح المجتمع أكثر نضجا وتأثيرا وإنتاجا (محمد نوح الهرموزي، 2017). والوعي في الموضوع محل الدراسة هو الوعي المجتمعي، وتنميته خلال جائحة كورونا.

#### ثانيا: الإطار النظري للدراسة:

##### 1. الإعلام والأزمات:

بات للإعلام دورا متزايدا وأهمية خطيرة كأحد أسلحة الحاضر في تغطيته للأزمات، نظرا لما يتوفر له من قدرات هائلة تمثلت في انتقاله بسرعة كبيرة، واجتيازه للحدود وتخطيه العوائق بما يملكه من وسائل مقروءة ومسموعة ومرئية، ولما له من قدرات هائلة على التأثير النفسي للأفراد والسيطرة الفكرية والإقناع للجمهور في المجتمعات المختلفة. ومن ثم إمكانية التحكم في سلوكياتهم وتوجيههم. وعندما تكون الأزمة عامة وعالمية، يتعاظم دور الإعلام في القيام بمهامه الإخبارية والتعليمية والاقناعية، من خلال التوعية والإرشاد والتوجيه (محمد عبد ربه المغير، 2020).

تكمن أهمية وسائل الإعلام الجديد في التخفيف من حدة الأزمات بتزويد الجمهور بالحقائق للحد من انتشار الشائعات، وتنوير الأفراد بما يساعدهم على تكوين رأي عام صحيح. لكن أحيانا يكون تأثير الإعلام في الأزمات سلبيا، بدل أن يوضح الحقائق وينشر الوعي ويوصل الأخبار، يكون ممرا للشائعات ومصدرا للمغالطات، خاصة في الوقت الذي تصدرت وسائل الإعلام الجديد بمختلف أشكالها والشبكات الاجتماعية المشهد الإعلامي وأصبحت هي الوسائل الأكثر قربا للجمهور، وبات ما هو مقبول في شبكات التواصل الاجتماعي مقبولا في المجتمع الواقعي (محمد عبد ربه المغير، مرجع سابق).

##### 2. تنمية الوعي الصحي عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

باتت المنظمات الصحية المعاصرة تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في استراتيجياتها التوعوية الحديثة حيال قضايا الصحة العامة والتثقيف، فقد أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة قدرات التواصل وتبادل المعلومات بين المؤسسات الصحية والجمهور، مما يعزز الفعل التوعوي من خلال إنشاء

المحتوى ونشر التوعية والتثقيف الصحي عبر دمج عناصر الوسائط المتعددة في شبكات التواصل الاجتماعي في الاستراتيجية العامة للتوعية، وتعزيز دافعية سريان المعلومات في اتجاهين أو الاتصال متعدد الاتجاهات بين المؤسسات الصحية والجمهور، وهذا يتطلب الاعتراف بقوة شبكات التواصل الاجتماعي، ودورها الكبير في برامج التوعية الصحية والوصول إلى شرائح واسعة من جهة، والكلفة للرعاية الصحية التي تستدعي تفعيل الطب الوقائي عبر استخدام الحملات التوعوية لشبكات التواصل الاجتماعي الأقل كلفة وأكثر فاعلية.

لقد أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي طريقة سهلة وفعالة للمؤسسات الصحية من حيث كلفة توصيل المعلومات الصحية مقارنة بفاعليتها وانتشارها، مما يعزز الخدمات الوقائية للمؤسسات الصحية وبناء مجتمعاتها الصحية، كما بدأت شركات التأمين تقديم النصائح الصحية وإرسال رسائل التسويق عبر شبكات التواصل في محاولة للتفاعل مع العملاء وتحسين صورة صناعة التأمين الصحي.

لقد أصبحت السياسات التوعوية الصحية الحديثة تعتمد على دمج المنصات الإلكترونية لشبكات التواصل مع بعضها البعض مثل اليوتيوب، فيسبوك، وتويتر، مما يسهل للمنظمات الصحية إدارة المواد والرسائل والصور والصوت والفيديو الخاصة بها وكذلك التفاعل مع مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، ومساعدتهم في العثور على المعلومات المطلوبة في أشكال مختلفة. كما أن استخدام القنوات الإعلامية والشبكات الاجتماعية يخلق فرصة كبيرة لتسهيل تدفق المعلومات الصحية بحكم البيئة الديناميكية والمتطورة للشبكات على مختلف منصات شبكات التواصل الاجتماعي مما يرفع المساهمة في زيادة وعي الجمهور والخدمات ذات الصلة من خلال تسريع سرعة تبادل المعلومات.

كما أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي أكثر جاذبية وأهمية لقطاعات الصحة في البرامج التوعوية واستراتيجيات محو الأمية الصحية مما يمكن تكنولوجيات الاتصال الجديدة من توسيع نطاق الفرص التوعوية لمساعدة الناس على زيادة المعرفة الصحية وتطوير مهارات البحث عن المعلومات المناسبة وسد الفجوة الصحية وتحقيق الأهداف التوعوية للمنظمات الصحية. مما يستدعي من المؤسسات الصحية توظيف الخصائص التفاعلية للمنصات الإلكترونية الجماهيرية (يوتيوب، تويتر، فيسبوك) وتفعيل برامج التوعية الصحية والوصول إلى عدد أكبر من المستخدمين على شبكة الأنترنت وتعزيز البرامج الصحية الوقائية (خالد بن فيصل الفرم، 2016).

### 3. أهداف نشر الوعي الصحي عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

الهدف من الوعي في أي مجتمع من المجتمعات يتضح من خلال أفراد المجتمع، هل يسلكون سلوكا صحيا أولا؟ والهدف من خلال نشره عبر مواقع التواصل الاجتماعي يتضح من خلال ما يلي (عبد النور هامل، دون سنة):

- التأكد من إلمام أفراد هذا المجتمع بالمعلومات المتصلة بالمستوى الصحي في مجتمعهم، والمشكلات الصحية والأمراض المعدية المنتشرة في مجتمعهم، معدل الإصابة بها، أسبابها، طرق انتقالها، طرق الوقاية ومكافحتها.
- إدراك الأفراد بأن حل مشكلاتهم الصحية، والمحافظة على صحتهم وصحة مجتمعهم هي مسؤوليتهم قبل أن تكون مسؤولية الجهات الحكومية.

- التعرف على الخدمات والمنشآت الصحية الموجودة، وهذا ما تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تقريب المسافات عن طريق الاعلانات، وهو ما يؤدي إلى الانتفاع بها بطريقة منتظمة ومجدية.
- 4. التحديات التي تواجه مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي:

تواجه مواقع التواصل الاجتماعي مجموعة من التحديات تحول بينها وبين نشر الوعي الصحي، نذكر منها (عبد النور هامل، دون سنة):

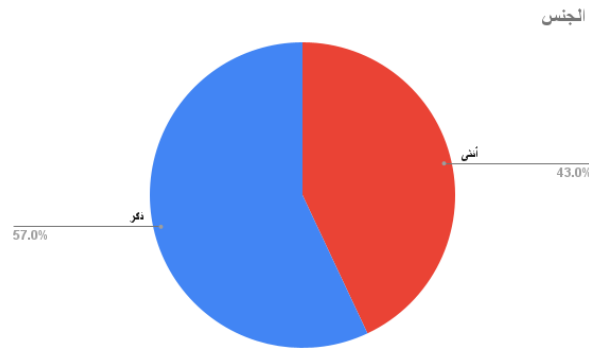
- غياب أو نقص الكوادر الطبية والصحية المتخصصة.
- المصداقية والموضوعية.
- نقص الدعم المالي لبلورة الرسائل الإعلامية.

ثالثاً: الإطار التطبيقي للدراسة:

المحور الأول: البيانات الشخصية

(1) الجنس:

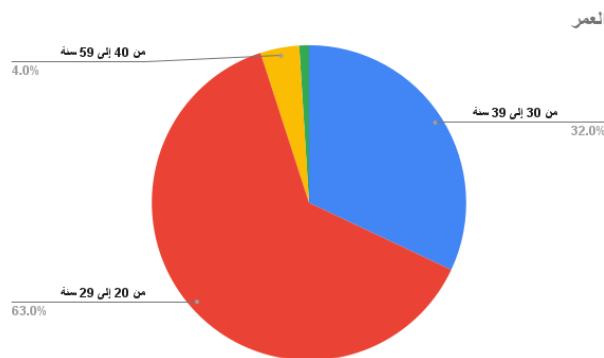
الشكل 1: جنس العينة محل الدراسة



الجنس: تمثل نسبة الذكور 57%، بينما نسبة الإناث 47%.

(2) العمر:

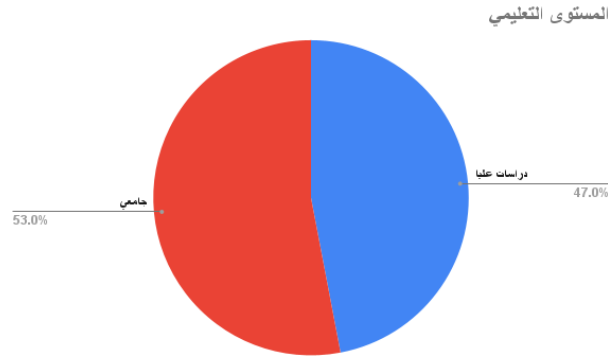
الشكل 2: الفئة العمرية للعينة محل الدراسة



الفئة العمرية: انقسمت إلى 4 فئات، اقل من 19 سنة بنسبة 02%، من 20 إلى 29 سنة بنسبة 63%، من 30 إلى 39 سنة بنسبة 32%، ومن 40 إلى 59 سنة بنسبة 04%. ومنه العينة عبارة عن شباب.

### (3) المستوى التعليمي:

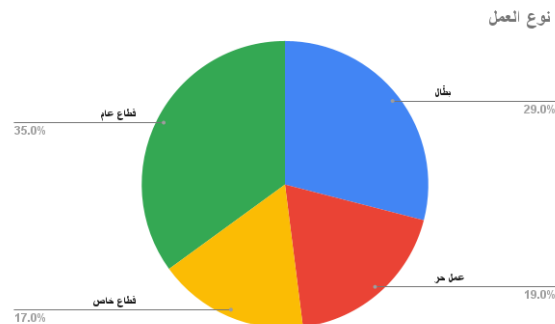
الشكل 3: المستوى التعليمي للعينة محل الدراسة



المستوى التعليمي: انقسمت إلى فئتين، حيث يمثل المستوى الجامعي نسبة 53%، بينما الدراسات العليا 47%.

### (4) نوع العمل:

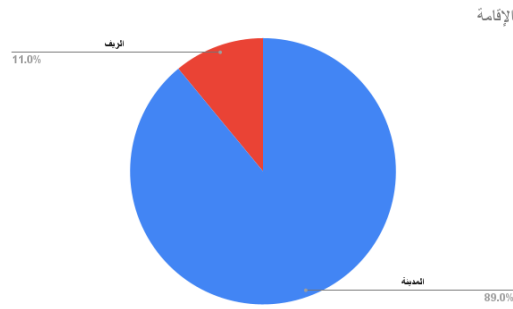
الشكل 4: نوع العمل للعينة محل الدراسة



نوع العمل: تمثل 29% نسبة العينة العاطلة عن العمل، بينما تعمل نسبة 35% في القطاع العام، ونسبة 17% في القطاع الخاص، ونسبة 19% عمل حر.

### (5) الإقامة:

الشكل 5: إقامة العينة محل الدراسة

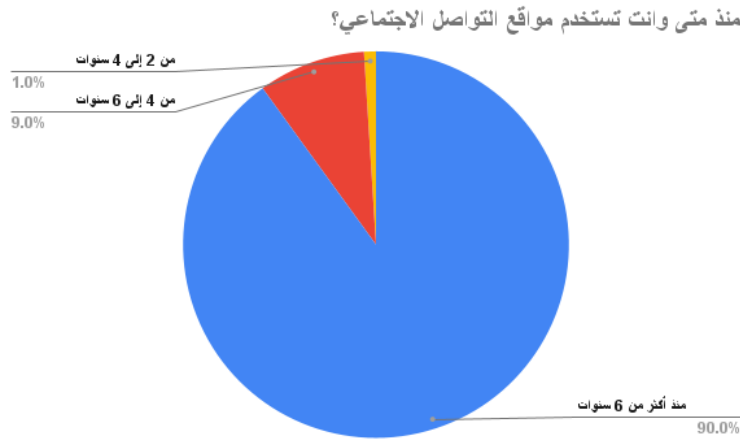


مكان الإقامة: تقيم نسبة 89% من العينة في المدينة، بينما نسبة 11% تقيم في الريف.

المحور الثاني: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا

(6) سنوات استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي:

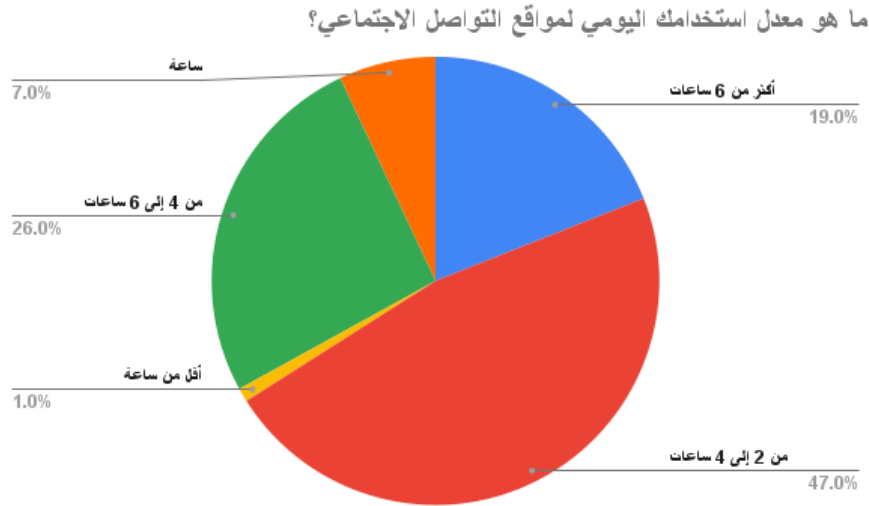
الشكل 6: سنوات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي



يوضح الشكل رقم (06) سنوات استخدام العينة محل الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث تستخدم 90% من أفراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من 06 سنوات، بينما تستعمل نسبة 09% هذه المواقع ما بين 04 إلى 06 سنوات، ثم 01% فقط من يستعملها منذ أقل من 04 سنوات. وهذا راجع إلى قدم ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، على سبيل المثال فالفيسبوك ظهر سنة 2004، بينما اليوتيوب ظهر سنة 2005. وهذا ما يفسر قدم استخدامها من طرف أفراد العينة.

(7) المعدل اليومي لاستخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي:

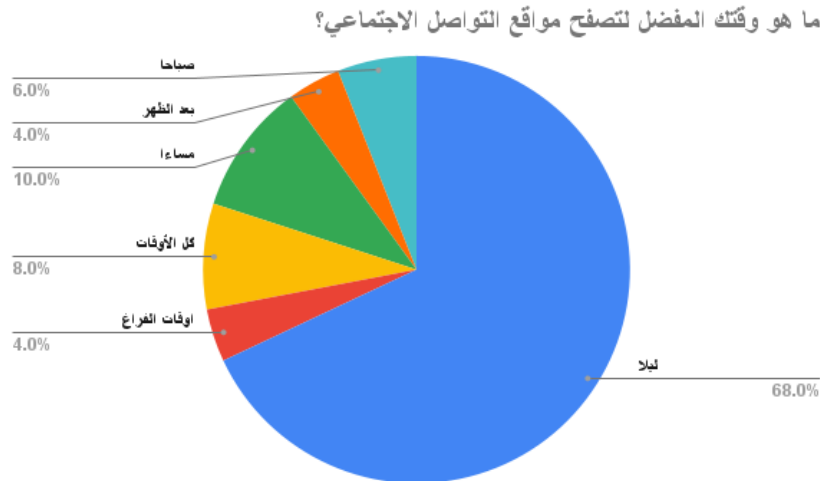
الشكل 7: المعدل اليومي لاستخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي



يوضح الشكل رقم (07) المعدل اليومي لاستخدام العينة محل الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث مثلت من 02 ساعة إلى 04 ساعات أكبر نسبة ب 47%، تليها من 04 إلى 06 ساعات بنسبة 26%، تليها أكثر من 06 ساعات بنسبة 19%، تليها ساعة يوميا بنسبة 07% ثم أقل من ساعة بنسبة 01%. وعليه نلاحظ أن معدل الاستخدام اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي مرتفع من طرف العينة محل الدراسة.

(8) الوقت المفضل للأفراد لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي:

الشكل 8: الوقت المفضل للأفراد لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي



يوضح الشكل رقم (08) الفترات الزمنية التي تتصفح فيها العينة محل الدراسة مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تتصفح صباحا نسبة 06%، بعد الظهر نسبة 04%، مساء نسبة 10%، ليلا نسبة 68%، في كل الأوقات نسبة 08%، وحسب أوقات الفراغ نسبة 04%. يظهر تبين واختلاف في الفترات، لكن الاستخدام ليلا هو الطاغى وهذا راجع للارتباطات اليومية كالدراسة والعمل من جهة وكذلك بسبب الحجر المنزلي الذي عادة ما يكون مساء وليلا من جهة أخرى. من بين الأغراض وراء تطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هي تفسير توقيت تعرض الأفراد لوسائل الإعلام.

(9) الوسيلة المفضلة لدى الأفراد لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي:

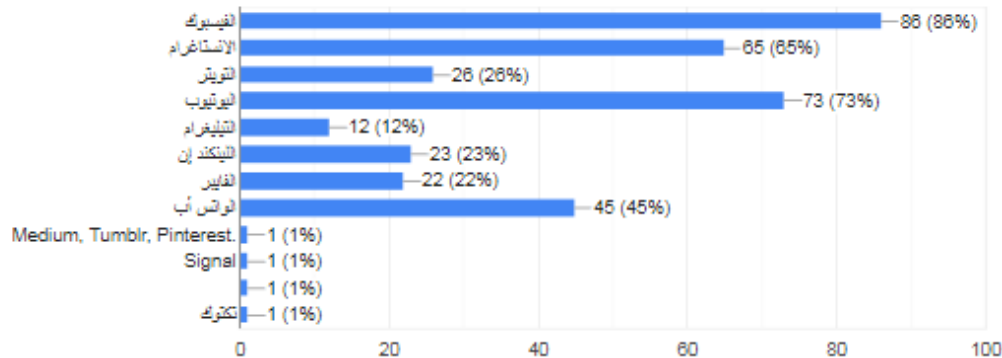
الشكل 9: الوسيلة المفضلة لدى الأفراد لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي



يوضح الشكل رقم (09) الوسيلة التي يستخدمها أفراد العينة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يمثل الهاتف الذكي نسبة 97%، بينما الحاسوب المكتبي 02%، واللوحة الالكترونية 01%. وهنا تبرز أهمية الهاتف الذكي وسهولة استخدامه ومدى فعاليته بسبب التطبيقات تعدد الخدمات التي تميزه عن باقي الأجهزة.

الشكل 10: مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من طرف الأفراد:

الشكل 10: مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة من طرف الأفراد

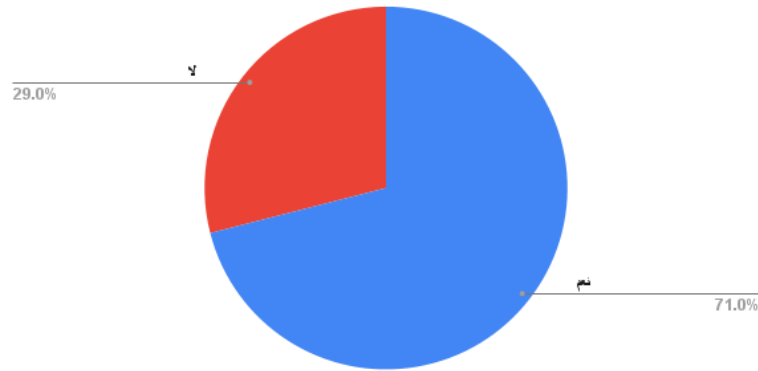


يوضح الشكل رقم (10) أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها أفراد العينة حسب سؤال متعدد الخيارات، حيث يحتل موقع الفيسبوك المرتبة الأولى بنسبة 86%، ثم اليوتيوب بنسبة 73%، ثم الأنستغرام بنسبة 65%، ثم الواتس أب بنسبة 45%، ثم التويتر بنسبة 26%، ثم اللينكد إن بنسبة 23%، ثم الفاير بنسبة 22%، وباقي المواقع مثل بنسبة 01%. تشير هذه النسب إلى أن أهم المواقع وأكثرها إستخداما من طرف عينة المبحوثين هي الفيسبوك يليه اليوتيوب ثم يليه الواتس أب... مما يؤكد على أهمية موقعي الفيسبوك واليوتيوب لدى الجمهور وحرصهم المستمر على متابعته. ومنه يتضح وجود فروق في أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تُستمد منها المعلومات والأخبار.

الشكل 11: معدل استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا مقارنة بالأيام العادية:

الشكل 11: معدل استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا مقارنة بالأيام العادية

هل تغير معدل استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا مقارنة بالأيام العادية؟

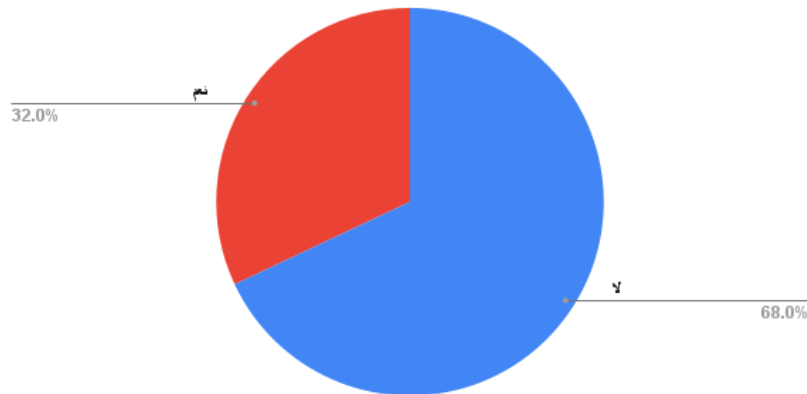


يوضح الشكل رقم (11) مدى تغير معدل استخدام أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا مقارنة بالأيام العادية، حيث أجاب 71% من أفراد العينة بـ "نعم" بينما 29% أجابوا بـ "لا". اختلفت هذه التغيرات من فرد إلى آخر لكن معدل الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي ارتفع عند أغلبهم، وأهم سببين لارتفاعه هما الحجر الصحي أو المنزلي وزيادة وقت الفراغ. وهذا يدل على مدى تأثير جائحة كورونا على سلوكيات الفرد الجزائري بصفة عامة، والمبحوثين بصفة خاصة.

(12) انخراط الأفراد في المجموعات الافتراضية التي تم إنشائها مع ظهور فيروس كورونا، والتي تهتم بنشر مستجدات الجائحة:

الشكل 12: انخراط الأفراد في المجموعات الافتراضية التي تم إنشائها مع ظهور فيروس كورونا، والتي تهتم بنشر مستجدات الجائحة

هل أنت منخرط في المجموعات الافتراضية التي تم إنشائها مع ظهور فيروس كورونا، والتي تهتم بنشر مستجدات الجائحة؟



يوضح الشكل رقم (12) انخراط أفراد العينة في المجموعات الافتراضية التي تم إنشائها مع ظهور فيروس كورونا، والتي تهتم بنشر مستجدات الجائحة، حيث أجاب 68% من أفراد العينة بـ "نعم" بينما 32% أجابوا بـ "لا". تنوعت بين الصفحات الرسمية (الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية، الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والصفحة الرسمية للجنة رصد ومتابعة فيروس كورونا)، والمجموعات غير الرسمية سواء التي يديرها أهل الاختصاص مثل صفحات ومجموعات الأطباء والدكاترة أو تلك التي يديرها أشخاص ليسوا من الاختصاص. تنوعت المجموعات بين إخبارية، تحسيسية، توعوية وإرشادية. وهذا يدعم ويؤكد الإجابة على

السؤال السابق حول تغير معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال متابعة الصفحات والانخراط في هذه المجموعات التي تهتم وتنشر أخبار ومستجدات الجائحة.

13) مساهمة استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي في التقيد بالبروتوكول الصحي وإجراءات الوقاية من فيروس كورونا:

الشكل 13: مساهمة استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي في التقيد بالبروتوكول الصحي وإجراءات الوقاية من فيروس كورونا



يوضح الشكل رقم (13) مدى مساهمة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التقيد بالبروتوكول الصحي وإجراءات الوقاية من فيروس كورونا، حيث أجاب 54% من أفراد العينة بـ "نعم" بينما 46% أجابوا بـ "لا". فمن خلال التعرض لعدد الحالات والوفيات جراء الإصابة بالجائحة والارشادات التي يجب اتباعها للوقاية من الإصابة بالفيروس، واجراءات البروتوكول الصحي المتكررة عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي يجد الفرد نفسه مجبوراً على التقيد بالإجراءات الوقائية والبروتوكول الصحي.

المحور الثالث: الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي وتنمية الوعي خلال جائحة كورونا

14) مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في عرض المعلومات والحقائق حول جائحة كورونا:

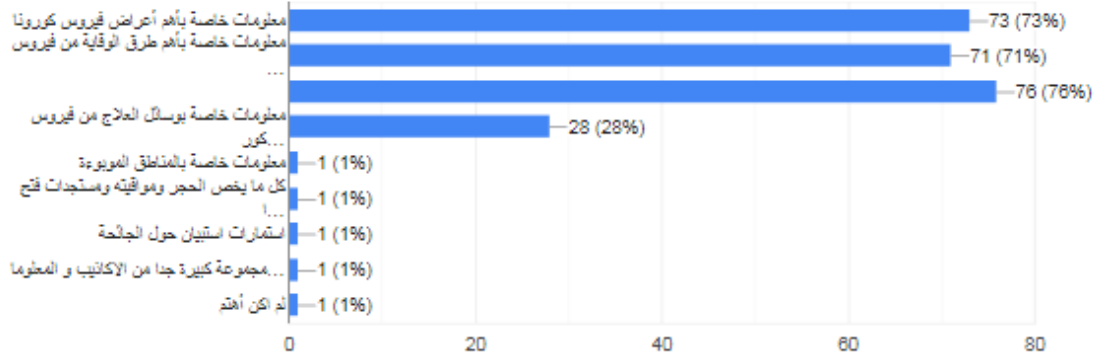
الشكل 14: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في عرض المعلومات والحقائق حول جائحة كورونا



يوضح الشكل رقم (14) درجة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في عرض المعلومات والحقائق حول جائحة كورونا، حيث أجابت نسبة 48% من العينة أن المساهمة كانت متوسطة، تليها نسبة 42% أجابت بأنها كانت كبيرة، بينما 11% أجابت بأنها كانت قليلة. وعليه نجد أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل كبير في عرض المعلومات والحقائق حول جائحة كورونا.

(15) أهم المعلومات والحقائق حول جائحة كورونا:

الشكل 15: أهم المعلومات والحقائق حول جائحة كورونا

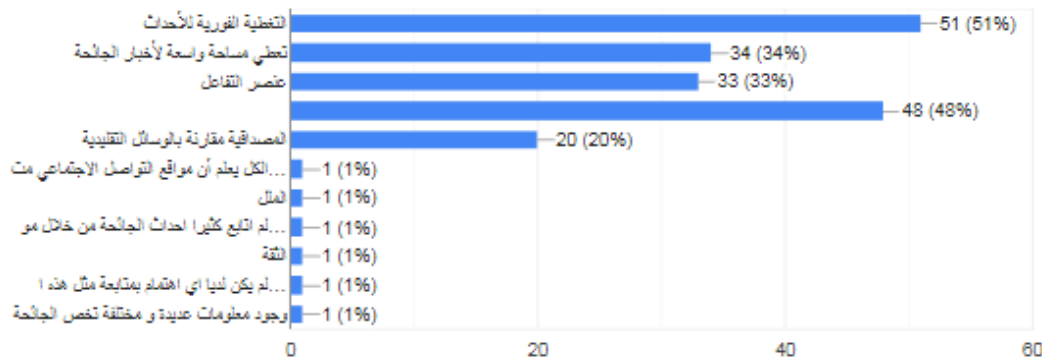


يوضح الشكل رقم (15) أهم المعلومات والحقائق التي ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في عرضها حول جائحة كورونا حسب سؤال متعدد الخيارات، مثلت نسبة 76% معلومات خاصة بعدد الإصابات والوفيات الخاصة بفيروس كورونا، تليها 73% معلومات خاصة بأهم أعراض فيروس كورونا، تليها 71% معلومات خاصة بأهم طرق الوقاية من فيروس كورونا، ثم 28% مثلت معلومات خاصة بوسائل العلاج من فيروس كورونا، تليها نسب 01% لكل من المعلومات الخاصة بالمناطق الموبوءة، ومواقف الحجر المنزلي ومستجداته.

ومنه نصل إلى أن المعلومات التي ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في نشرها خلال جائحة كورونا متنوعة ومفيدة، وتجب على تساؤلات الأفراد. وعليه فلقد لعبت دوراً فعالاً.

(16) دوافع اعتماد الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا:

الشكل 16: دوافع اعتماد الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا



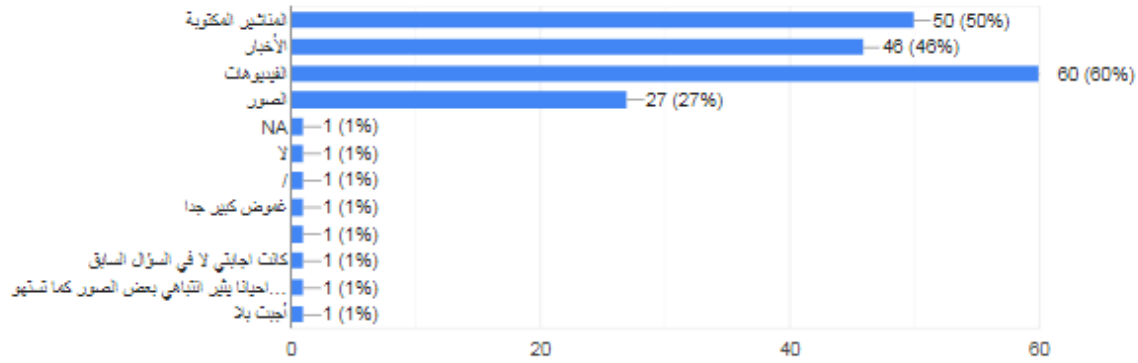
يوضح الشكل رقم (16) دوافع اعتماد العينة محل الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا حسب سؤال متعدد الخيارات، حيث مثلت نسبة 51% دافع التغطية الفورية للأحداث وهو ما يميز مواقع التواصل الاجتماعي عن وسائل الإعلام التقليدية، تليها نسبة 48% مثلت دافع عرض مختلف الآراء حول الجائحة، الإيجابية منها والسلبية، فكما هو معروف نسبة حرية التعبير مرتفعة في وسائل الاعلام الحديثة بصفة عامة ومواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة، تليها نسبة 34% مثلت دافع أن مواقع التواصل الاجتماعي تعطي مساحة واسعة لأخبار الجائحة وهو دافع اخباري مرتبط نوعا ما بالدافع الأول، تليها نسبة 33% بدافع عنصر التفاعل، فالميزة الثانية لمواقع التواصل الاجتماعي بعد الأنية هي التفاعلية، حيث توفر للجماهير القدرة على التفاعل من خلال الإعجابات، التعليقات والمشاركات. ثم مثلت نسبة 20% دافع المصادقية مقارنة بالوسائل التقليدية، باعتبارها لا تخضع لرقابة الدول والحكومات وبالتالي ليست لديها مصلحة في إخفاء الأرقام والإحصائيات. من بين الأغراض وراء تطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هي تفسير سبب تعرض الأفراد لوسائل الإعلام.

(17) مساهمة اعتماد الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا في زيادة وعيهم بهذه الأزمة: الشكل 17: مساهمة اعتماد الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا في زيادة وعيهم بهذه الأزمة



يوضح الشكل رقم (17) مدى مساهمة اعتماد الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا في زيادة وعيهم بهذه الأزمة، حيث أجاب 78% من أفراد العينة بـ "نعم"، بينما أجاب 22% بـ "لا". ومنه نجد أن جزء كبير من العينة محل الدراسة اعتمدت على مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تنمية وعيها بأزمة كورونا. (18) شكل المضامين التي ساهمت أكثر في زيادة وعي الأفراد:

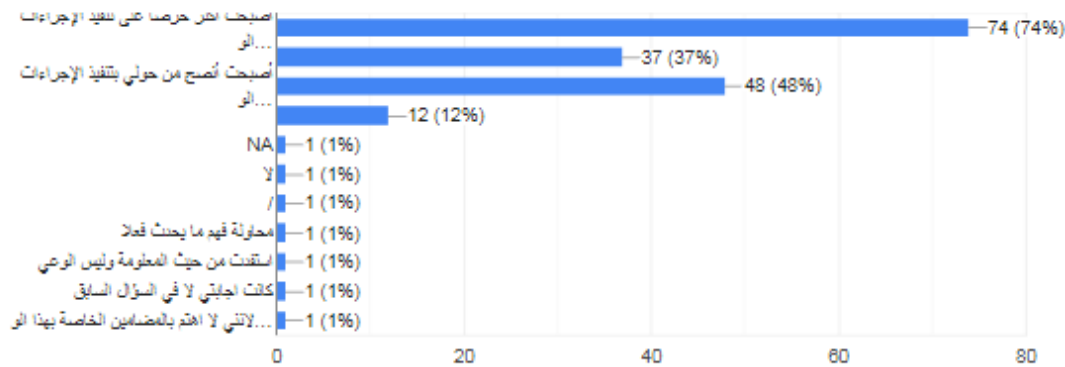
الشكل 18: شكل المضامين التي ساهمت أكثر في زيادة وعي الأفراد



يوضح الشكل رقم (18) شكل المضامين التي ساهمت أكثر في زيادة وعي أفراد العينة محل الدراسة حسب سؤال متعدد الخيارات، حيث مثلت الفيديوهات نسبة 60%، تليها المنشور المكتوب بنسبة 50%، تليها الأخبار بنسبة 46%، ثم الصور بنسبة 27%. وهذا راجع إلى أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها أفراد العينة حسب الشكل رقم (05)، حيث يستخدمون اليوتيوب بنسبة 73% وهذا ما يبرر نسبة الفيديوهات، كما يستخدمون باقي المواقع كالفيسبوك والإنستغرام... الخ وهو ما يبرر نسبة الأخبار والمنشور المكتوب والصور. فهذه الأخيرة نجدها عبر كل مواقع التواصل الاجتماعي.

(19) مظاهر زيادة وعي الأفراد:

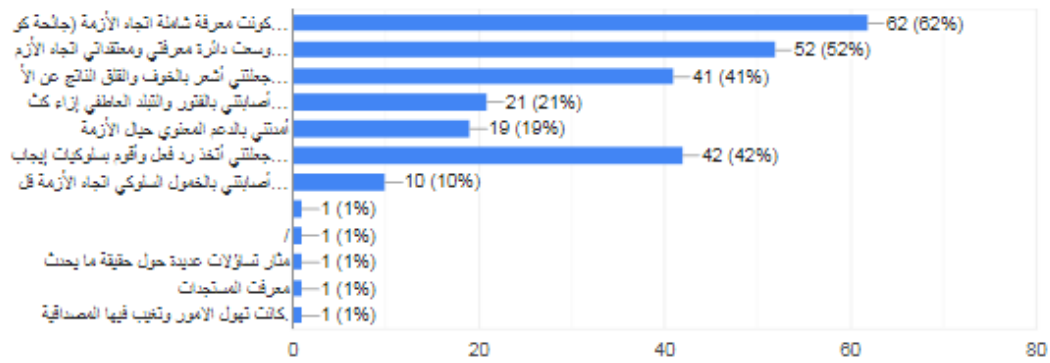
الشكل 19: مظاهر زيادة وعي الأفراد



يوضح الشكل رقم (19) مظاهر زيادة وعي أفراد العينة محل الدراسة حسب سؤال متعدد الخيارات، حيث مثلت نسبة الأفراد الذين أصبحوا أكثر حرصا على تنفيذ الإجراءات الوقائية والتقيد بالبروتوكول الصحي، ومثلت نسبة 48% الأفراد الذين أصبحوا أكثر حرصا على تناول الطعام الصحي والفيتامينات، ومثلت نسبة 37% الأفراد الذين أصبحوا ينصحون من حولهم بتنفيذ الإجراءات الوقائية والتقيد بالبروتوكول الصحي، ثم نسبة 12% الأفراد الذين أصبحوا يشاركون في عمليات التعقيم في أحيائهم السكنية. ومنه نجد أن ردة الفعل تختلف من فرد إلى آخر، وهذا راجع إلى درجة التأثير بمضامين مواقع التواصل الاجتماعي.

(20) التأثيرات المعرفية والسلوكية جراء اعتماد الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي:

الشكل 20: التأثيرات المعرفية والسلوكية جراء اعتماد الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي



يوضح الشكل رقم (20) التأثيرات المعرفية والسلوكية جراء الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي حسب سؤال متعدد الخيارات، حيث مثلت 62% نسبة الأفراد اللذين كونوا معرفة شاملة اتجاه الأزمة ورتبت أولوياتهم وارشدتهم لما يجب فعله وما يجب الابتعاد عنه، كما مثلت 52% نسبة الأفراد اللذين وسعوا دائرة معرفتهم ومعتقداتهم اتجاه الأزمة واكتسبوا عادات جديدة، ومنه نجد أن هاذة التأثيرات تتمثل في التأثيرات المعرفية والتي تظهر من خلال تكوين المعرفة، ترتيب الأولويات واتساع المعتقدات. في حين مثلت 41% نسبة الأفراد اللذين شعروا بالخوف والقلق الناتج عن الأزمة وتداعياتها، ومثلت 21% نسبة الأفراد اللذين أصيبوا بالفتور والتبدل العاطفي إزاء كثرة الأحداث المعروضة حول الأزمة، ومثلت 19% نسبة الأفراد اللذين أمدتهم بالدعم المعنوي حيال الأزمة، ومنه نجد أن هاذة التأثيرات تتمثل في التأثيرات الوجدانية والمتعلقة بالمشاعر والأحاسيس والتي تظهر من خلال الخوف والقلق، الفتور وحتى الدعم. بينما مثلت 42% نسبة الأفراد اللذين اتخذوا رد فعل وقاموا بسلوكيات ايجابية حيال الأزمة، ومثلت 10% نسبة الأفراد اللذين أصيبوا بالخمول اتجاه الأزمة ولم يصدرروا أي رد فعل، ومنه نجد أن هاذة التأثيرات تتمثل في التأثيرات السلوكية المتمثلة في الحركة أو الفعل التي تظهر في السلوك العلني سواء بالنشاط أو الخمول، وهي ناتجة عن حدوث التأثيرات المعرفية والوجدانية. فمن بين الأغراض وراء تطبيق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هي معرفة طبيعة التأثيرات المترتبة عن ذلك التعرض على مستوى معارفهم وسلوكهم.

## 21) تقييم تغطية مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف أنواعها لأزمة جائحة كورونا:

قيّم الأفراد محل الدراسة تغطية مواقع التواصل الاجتماعي لأزمة جائحة كورونا تقييما جيدا وناجحا على العموم، خاصة مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية، حيث ذكروا عناصر الأنية، التفاعلية، المصادقية والشمولية. مشيرين إلى سلبية يمكن اعتبارها الوحيدة وهي انتشار الأخبار الكاذبة والمغلوطة وكذا الإشاعات من طرف بعض الصفحات والجهات.

## II. النتائج العامة للدراسة:

بعد التحليل الكمي والكيفي، توصلنا إلى النتائج التالية:

- ✓ نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مرتفعة بغض النظر عن طبيعة وكيفية استخدام المبحوثين لها، وهذا يتجلى من خلال مدة وتوقيت الاستخدام.
- ✓ استحوذ الهاتف الذكي على ساحة الاستخدام، بسبب خصائصه، وما يتميز بالسهولة والمرونة في الاستعمال.

- ✓ الفيسبوك كان أكثر المواقع استخداما من طرف المبحوثين، باعتباره أكثر وأسهل منصة لما يتوفر عليه من مزايا، يليه اليوتيوب والذي يعد منصة داعمة للفيديوهات والتي من خلالها يمكن الاطلاع على مختلف المضامين الصحية والحصص التلفزيونية والبرامج الخاصة بالتوعية الصحية.
- ✓ زيادة معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا بسبب الحجر المنزلي وساعات الحظر، مما زاد من أوقات الفراغ وجعل المبحوثين يتوجهون نحو العمل عن بعد واستخدام الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بصفة أكبر من ذي قبل.
- ✓ ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي إلى حد كبير في تقيّد المبحوثين بالبروتوكول الصحي وإجراءات الوقاية من فيروس كورونا، ومن أسباب ذلك انخراطهم في المجموعات والصفحات الافتراضية التي تم إنشائها مع ظهور فيروس كورونا، والتي تهتم بنشر مستجدات الجائحة بشكل دائم.
- ✓ ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي إلى حد كبير في عرض المعلومات والحقائق حول جائحة كورونا، وذلك من خلال عرض الأخبار حول الوضع الصحي، كتقديم الإحصائيات عن عدد حالات الإصابات والوفيات، أهم أعراض الفيروس وكيفية التعامل معه من أجل الوقاية من الإصابة به. وهذا ما ساهم في رفع اللبس والغموض عن الفيروس والوضع السائد.
- ✓ من أهم دوافع اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا هي الحصول على أكبر حجم من المعلومات وتقصي الأخبار فور حدوثها والتفاعل معها، وهذا يؤدي بالضرورة إلى تنمية وعيهم بالجائحة وكيفية التعامل معها. وهذا ما أثبتته 78% من أفراد العينة الذين أجابوا بنعم عن مساهمة اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وعيهم بالأزمة الصحية.
- ✓ كما تعددت مواقع التواصل الاجتماعي المعتمدة من طرف المبحوثين، تعددت أيضا أشكال المضامين التي تقدم فيها المعلومات، مثلت الفيديوهات نسبة 60% من الأشكال المعتمدة، تليها المنشائر المكتوبة والأخبار، وعليه نجد أن أكثر ما يزيد وعي الفرد هو الصورة والصوت والكتابة معا، فكلما كانت المعلومة مقدمة له بشكل جيد وكامل كلما زاد اقتناعه بها.
- ✓ تمثلت مظاهر زيادة وعي المبحوثين من خلال حرصهم على تنفيذ الإجراءات الوقائية والتقيّد بالبروتوكول الصحي، حرصهم على تناول الطعام الصحي والفيتامينات، نصحتهم من حولهم بتنفيذ الإجراءات الوقائية والتقيّد بالبروتوكول الصحي، والمشاركة في عمليات تعقيم أحيائهم السكنية.
- ✓ ترتبت تأثيرات متنوعة عن اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا، تمثلت في التأثيرات المعرفية والتي تظهر من خلال تكوين المعرفة، ترتيب الأولويات واتساع المعتقدات، التأثيرات الوجدانية والمتعلقة بالمشاعر والأحاسيس والتي تظهر من خلال الخوف والقلق، الفتور وحتى الدعم، والتأثيرات السلوكية المتمثلة في الحركة أو الفعل التي تظهر في السلوك العلي سواء بالنشاط أو الخمول، وهي ناتجة عن حدوث التأثيرات المعرفية والوجدانية.

### III. خاتمة:

ختاما، وبناءً على ما تم عرضه، تحليله ومناقشته نجد أن اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الفرد الجزائري زاد خلال جائحة كورونا مقارنة بالأيام العادية بسبب الحجر المنزلي وساعات الحظر، ومنه نستنتج أن هذه المواقع ساهمت إلى حد كبير في تنمية وعي هؤلاء الأفراد، وذلك من خلال تقصي الأخبار من أجل جمع أكبر حجم ممكن من المعلومات للتعامل مع الجائحة والوقاية منها.

على غرار الفيسبوك واليوتيوب ومن خلال الفيديوهاات والمنشورات عبر الصفحات والمجموعات الافتراضية ترتبت تأثيرات متنوعة لدى الفرد الجزائري، من أهمها رفع اللبس والغموض عن هذا الفيروس الجديد، التقيد بالبروتوكول الصحي وإجراءات الوقاية من الفيروس، تقديم النصائح لغيرهم وصولاً إلى القيام بردود أفعال كتنظيف وتعقيم الأحياء السكنية.

## قائمة المراجع:

- I. المراجع باللغة العربية:
  - الكتب:
    1. أبو الحسن منال، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي، النظريات والوظائف والتأثيرات، دار النشر للجامعات، (مصر: دار النشر للجامعات، 2007)، ص 127.
    2. بلاكورسوزان، الوعي: مقدمة قصيرة جدا، ترجمة مصطفى محمد فؤاد، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، (مصر: مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، 2016)، ص 11.
    3. حسن إسماعيل محمود، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، (مصر: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003)، ص 279.
    4. ل ديفلر ملفين، بول روكيتشساندرا، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كما عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، (مصر: الدار الدولية للنشر والتوزيع، دون سنة)، ص ص 414، 415، 416.
    5. المساعدة ماجد عبد المهدي، إدارة الأزمات (المداخل المفاهيم العملية)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، (الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2012)، ص 22.
    6. الهرموزي محمد نوح، موسوعة المفاهيم الأساسية في العلوم الإنسانية، منشورات المتوسط، (إيطاليا: منشورات المتوسط، 2017)، ص 555.
    7. هلال المزاهرة منال، نظريات الاتصال، دار الميسرة للنشر والتوزيع، (الأردن: دار الميسرة للنشر والتوزيع، 2012)، ص ص 207-208.
  - المقالات:
    8. بن فيصل الفرمخالد، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا -دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية-، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العددان (14 - 15)، يوليو/ديسمبر 2016، ص ص 170-171.
    9. المغير محمد عبد ربه، السياسات الإعلامية في الحد من مخاطر كورونا، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين-ألمانيا، العدد 11، ماي 2020، ص ص 460-461.
    10. المغير محمد عبد ربه، جائحة فيروس كورونا فرصة لتحقيق العدالة الإنسانية، مجلة الدراسات الاستراتيجية للكوارث وإدارة الفرص، المركز الديمقراطي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين، المجلد 2، العدد 5، أبريل 2020، ص 16.
    11. هامل عبد النور، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي لدى الشباب، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد رقم 03، العدد رقم 04، ص ص 73-74.
  - الرسائل الجامعية:
    12. الفرحي فصيل، الاتصال الجماهيري والنخبة في الجزائر -دراسة في بناء الاتجاهات نحو القدرة على التغيير السياسي- "الاقتدار السياسي" على عينة من الأساتذة الجامعيين-، أطروحة دكتوراه، منشورة، تخصص اعلام واتصال، جامعة الجزائر 3، 2013/2012، ص 91.
  - المواقع الإلكترونية:
    13. منظمة الصحة العالمية، فيروس كورونا أسئلة وأجوبة، الموقع الرسمي، يوم 20 ديسمبر 2020 على الساعة 17. <https://bit.ly/34ucJmP>
    14. منظمة الصحة العالمية، فيروس كورونا أسئلة وأجوبة، الموقع الرسمي، يوم 20 ديسمبر 2020 على الساعة 17. <https://bit.ly/2WKkEbr>
- II. المراجع باللغة الفرنسية:
  15. D, Boyd; N, Ellison, **Social Network Sites: definition, history, and scholarship**, School of information, University of California, Berkeley, 2007, P02.

الملحق 1: استمارة الاستبيان

اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي خلال الأزمات بالجزائر

جائحة كورونا أنموذجا

السلام عليكم، في إطار إنجاز الدراسة الموضحة أعلاه، نطلب منكم المساهمة في إنجاحها من خلال الإجابة بكل موضوعية على أسئلة هذا الاستبيان. علما أن المعلومات ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط. شكرا لكم مقدما على حسن التعاون

المحور الأول: البيانات الشخصية

1. الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐
2. العمر: أقل من 19 سنة ☐ 19 إلى 29 من ☐ 30 إلى 40 ☐ 41 إلى 59 ☐ 60 سنة ☐
3. المستوى التعليمي: ☐ معي دراسات عليا ☐
4. نوع العمل: قطاع عمومي ☐ قطاع خاص ☐ عمل حر ☐
5. الإقامة: ☐ ريفمدينة ☐

المحور الثاني: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا

6. منذ متى وانت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟  
سنة من ☐ 2 سنوات من ☐ 4 إلى 6 سنوات ☐ 6 سنوات أخرى: .....
7. ما هو معدل استخدامك اليومي لمواقع التواصل الاجتماعي؟  
ساعة من ☐ 4 ساعات من ☐ 4 إلى 6 ساعات ☐ أكثر من 6 ساعات أخرى: .....
8. ما هو وقتك المفضل لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟  
صباحا ☐ بعد ☐ مساء ☐ ليل ☐ أخرى: .....
9. ما هي الوسيلة المفضلة لديك لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟  
الحاسوب ☐ المكتب ☐ الشخص ☐ المقيم ☐ الأنترنات ☐ لذكيا للوحة ☐ الألكتر ☐ أخرى: .....
10. ما هي مواقع التواصل ☐ التي تستخدمها؟ (رتبها من الأكثر إلى الأقل استخداما)  
الفيس بوك ☐ الأنس ☐ التويتري ☐ اليوتيوب ☐ تيليغ ☐ دانا ☐ الفيرالو ☐ أ ☐ أخرى: .....
11. هل تغير معدل ☐ استخدامك ☐ لمواقع ☐ التواصل ☐ الاجتماعي ☐ خلال ☐ جائحة ☐ كورونا ☐ مقارنة ☐ بالأيام ☐ العادية؟  
نعملا ☐ نعملا ☐
- إذا كانت إجابتك ب نعم، أذكر كيف؟ .....
12. هل أنت منخرط في المجموعات الافتراضية التي تم إنشائها مع ظهور فيروس كورونا، والتي تهتم بنشر مستجدات الجائحة؟  
نعملا ☐ نعملا ☐
- إذا كانت إجابتك ب نعم، أذكر البعض منها؟ .....
13. هل ساهم استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي في تقييدك بالبروتوكول الصحي وإجراءات الوقاية من فيروس

كورونا؟

☐☐

نعم لا

إذا كانت إجابتك ب نعم، أشرح كيف؟ .....

المحور الثالث: الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي وتنمية الوعي خلال جائحة كورونا

14. ما هي مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في عرض المعلومات والحقائق حول جائحة كورونا؟

☐☐☐

كبيرة متوسطة منعدمة

15. ما هي أهم هذه المعلومات والحقائق؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

☐

- معلومات خاصة بأهم أعراض فيروس كورونا

☐

- معلومات خاصة بأهم طرق الوقاية من فيروس كورونا

☐

- معلومات خاصة بعدد الإصابات والوفيات الخاصة بفيروس كورونا

☐

- معلومات خاصة بوسائل العلاج من فيروس كورونا

- أخرى.....

16. ماهي دوافع اعتمادك على مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

☐

- التغطية الفورية للأحداث

☐

- تعطي مساحة واسعة لأخبار الجائحة

☐

- عنصر التفاعل

☐

- عرض مختلف الآراء حول الجائحة، الإيجابية منها والسلبية

☐

- المصادقية مقارنة بالوسائل التقليدية

- أخرى.....

17. هل ساهم اعتمادك على مواقع التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا في زيادة وعيك بهذه الأزمة؟

☐☐

نعم لا

(إذا كانت إجابتك بنعم أجب عن السؤالين التاليين)

18. ما هو شكل المضامين التي ساهمت أكثر في زيادة وعيك؟

☐

المنشور المكتوبة

☐

الأخبار

☐

الفيديوهات

☐

الصور

أخرى: .....

19. ماهي مظاهر زيادة وعيك؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

☐

- أصبحت أكثر حرصاً على تنفيذ الإجراءات الوقائية والتقييد بالبروتوكول الصحي

☐

- أصبحت أكثر حرصاً على تناول الطعام الصحي والفيتامينات

☐

- أصبحت أنصح من حولي بتنفيذ الإجراءات الوقائية والتقييد بالبروتوكول الصحي

☐

- أصبحت أشارك في عمليات التعقيم في منطقتي

- أخرى.....

20. ماهي التأثيرات المعرفية والسلوكية جراء اعتمادك على مواقع التواصل الاجتماعي؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- كُنت معرفة شاملة اتجاه الأزمة ورتبت أولوياتي وأرشدتني لما يجب فعله وما يجب الابتعاد عنه ☐
- وسعت دائرة معرفتي ومعتقداتي اتجاه الأزمة (جائحة كورونا) وأكسبني عادات جديدة ☐
- جعلتني أشعر بالخوف والقلق الناتج عن الأزمة وتداعياتها ☐
- أصابتني بالفتور والتبليد العاطفي إزاء كثرة الأحداث المعروضة حول الأزمة ☐
- أمدتني بالدعم المعنوي حيال الأزمة ☐
- جعلتني أتخذ رد فعل وأقوم بسلوكيات إيجابية حيال الأزمة ☐
- أصابتني بالخمول السلوكي اتجاه الأزمة فلم يصدر مني أي رد فعل ☐
- أخرى: .....

21. ما هو تقييمك لتغطية مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف أنواعها لأزمة جائحة كورونا؟

.....

.....