العدد الواحد والثلاثون
تاريخ الإصدار: 2 – آيار – 2021 م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

"تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على طلبة الجامعة الأردنية خلال أزمة كورونا"

إعداد الباحثتان:

– أسماء داود مطر حداد

– الدكتورة منال فتحي عنبتاوي

الجامعة الاردنية – عمان

العدد الواحد والثلاثون
تاريخ الإصدار: 2 – آيار – 2021 م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

ملخص البحث:

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة كورونا على طلبة الجامعة الأردنية تحديداً، و استخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي عن طريق الحصر الشامل لمجتمع الدراسة، وتكونت مجتمع الدراسة من جميع طلبة الجامعة الاردنية في الفصل الدراسي الثاني(2019–2020)، والبالغ عددهم (851)طالباً وطالبة، وتم اعداد استبانة من أربعة أبعاد، وأظهرت النتائج أن الفيس بوك احتلت المركز الأول بنسبة بلغت (62%)، وفي المركز الثاني جاءت انستغرام بنسبة بلغت (37%)، تلاها بالمركز الثالث تويتر بنسبة بلغت(27%)، وأن أسباب اعتماد أفراد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي بنشرها جهود الحكومة والأجهزة الأمنية في أزمة كورونا.

الكلمات المفتاحية: تأثير، مواقع التواصل الاجتماعي، أزمة، كورونا، الجامعة الأردنية

المقدمة:

أصبحت توصف مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك والتويتر واليوتيوب بالإعلام الجديد، من خلال ما أحدثته من تغيير في العلاقات بين الناس وأنماط تواصلهم، والتأثير عليهم من خلال أشكال التفاعل وأساليب التواصل والنقاش فيما بينهم (ساري، 2008).

كما أن شبكات التواصل الاجتماعي أضحت اليوم من المؤسسات الهامة والتي تقوم بدور كبير في تربية النشء والتأثير عليهم واكسابهم عادات وسلوكيات إيجابية كانت أم سلبية، وأداة مهمة في إحداث التغيير الاجتماعي لدى أفراد المجتمع (الضباع، 2010).

في القديم، عندما كانت تنتشر الأمراض والأوبئة كالكوليرا والإيدز، لم يكن ليحدث الانتشار بالسرعة والسهولة التي أحدثها انتشار فيروس كورونا (كوفيد –19)، فعلى مدار الثلاثين سنة الماضية، زادت حالات تفشي الفيروسات القاتلة وأصبح انتشارها سريعاً بشكل غير مسبوق، بسبب عدة عوامل قد يكون أبرزها؛ سهولة النقل والتنقل بين الدول، وسلاسل التوريد الاقتصادية، والكثافة السكانية المتزايدة التي تتركز في مساحات محدودة، حيث يمكن أن يجوب المرض أرجاء الكرة الأرضية خلال يوم واحد فقط. وقد برز دور مواقع االتواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا كمصادر للحصول على المعلومات، وكانت من أكثر المصادر متابعة في الأردن بشكل خاص، في حين أن تلك المعلومات اتخذت اتجاهين متباينين وكان لأثرها جانبين، جانب إيجابي كان له الأثر الكبير والواضح بتداول المعلومات والأخبار والتثقيف حول كيفية التعامل مع هذا المرض وطرق انتقاله، كما أظهرت التكاثف بين أفراد الشعب والتعاون وبينت الجهود التي يقوم بها كافة الكوادر المهمة في المجتمع، وأظهر أبهى صور التكافل الاجتماعي بين الأسر كافة، ومن الإيجابيات أيضاً أنها أظهرت مدى نجاح النموذج الأردني وأوصلت هذا إلى كافة البلدان عن طريق نشر الإحصائيات والصور الناجحة على عدة مواقع.

أما الجانب السلبي فتمثل في ظهور الكثير من الإشاعات التي أثرت سلبياً على الجماهير، وأحبطت كافة المعنويات والجهود والتي عملت على إفساد الكثير من الخطط والأنظمة، كما أن البعض سعوا للاستفادة من الأزمة عبر الترويج لأدوية زائفة عبر هذه المواقع، زعموا أنها تعالج وباء الكورونا، و تعمد بعض آخر اقتصار مشاركاته على منصات التواصل الاجتماعي في إبراز الجانب المظلم والقاتم، وتفاصيل حالات الموتى، بما يعمق حالة الخوف الحاصلة بالفعل، مما أثّر على المجتمع الأردني نظراً لتخبط المعلومات (بي بي سي عربي، 2020).

ونظراً إلى الأوضاع السائدة فقد اتخذت معظم شركات ومواقع التواصل الاجتماعي خطوات للعمل على مواجهة انتشار الشائعات والمعلومات الخاطئة عن الفيروس والحد منها، وقد تلجأ في بعض الأحيان إلى حذف حسابات أشخاص ينشرون معلومات غير صحيحة أو حذف ما ينشرونه (الخليج أونلاين،2020).

إلا أن الحجم الهائل من الأخبار والمعلومات المزيفة، التي وصفتها منظمة الصحة العالمية بـ"المعلومات الإخبارية" تختبر ما إذا كانت تلك الشركات قادرة بالفعل على الحد بشكل فعال من انتشار المعلومات الخاطئة، أم أنها خطوات محدودة لن تسهم في تحجيم كل تلك الشائعات.

وعليه فإن هذه الدراسة تسعى للتعرف على تأثيرمواقع التواصل الاجتماعي على طلبة الجامعة الأردنية تحديداً خلال ازمة كورونا في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

مشكلة الدراسة

ظهر فيروس كورونا في منتصف شهر ديسمبر عام 2019 في مدينة ووهان في الصين، و تفشى الفيروس في نحو 90 دولة حول العالم. وفي تاريخ 2020/3/2 سجلت المملكة الاردنية الهاشمية أول حالة مصابة بفيروس كورونا، ومع ازدياد عدد الحالات أعلن الأردن حالة الطوارئ، وصدرت تعليمات ملكية لتفعيل قانون الدفاع في الثامن عشر من الشهر ذاته مُحدثاً بذلك سيلاً من التفاعلات المختلفة على مواقع التواصل الاجتماعي كافة؛ نتيجة للاضطرابات والهلع التي سببها الوباء الجديد، وتم تداول كافة المستجدات حوله على هذه المنصات التي تُعنى بأعراض الفيروس وأعداد المصابين وقوانين وتعليمات الحكومة الاردنية للتعامل مع الفيروس، وإجراءات الصحة والسلامة العامة وغيرها من المعلومات ذات الصلة.

ولمّا كان طلبة الجامعات يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصورة لافتة فإن مشكلة الدراسة تتحدد في التساؤل الرئيسي: ما تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على طلبة الجامعة الاردنية خلال أزمة فيروس كورونا؟.

أهمية الدراسة

أهمية نظرية: تكمن أهمية الدراسة النظرية في أنها ستزود المكتبة العربية بمرجع مهم يختص بموضوع تأثير مواقع التواصل الاجتماعية خلال أزمة جائحة كورونا، وبيان أهمية الدور الملقى على عائق وسائل التواصل الاجتماعي.

أهمية عملية: قد يستفيد المسؤولون في الجامعات والمؤسسات الأمنية من نتائج الدراسة، كما قد تقدم الدراسة توصيات مفيدة لتحسين بعض الجوانب السلبية التي تؤثر على مصداقية الأخبار المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي .

مبررات الدراسة

الاهتمام شخصي في التعرف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على فئات الشباب الجامعيين في ظل أزمة كورونا وما يسببه من خسائر بشرية ومادية.

قدرة وسائل التواصل الاجتماعي من تخفيف آثاره السلبية على أفراد المجتمع في الأزمة وباء الكورونا .

تسليط بعض مواقع التواصل الاجتماعي على نشر الإشاعات والأخبار السلبية مما قد تؤثر على الصحة النفسية للأفراد المجتمع.

أهداف الدراسة وتساؤلاتها

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على التأثيرات التواصل الاجتماعي على طلبة الجامعة الأردنية خلال أزمة كورونا من خلال الإجابة على التساؤلات التالية:

ما المواقع التي يعتمد عليها طلبة الجامعة الأردنية للحصول على المعلومات المتعلقة بفيروس كورونا؟

ما أسباب اعتماد طلبة الجامعة الأردنية على مواقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة كورونا؟

ما التأثيرات المعرفية الناجمة عن تعرض طلبة الجامعة الاردنية لمواقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة كورونا؟

ما التأثيرات الوجدانية الناجمة عن تعرض طلبة الجامعة الاردنية لمواقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة كورونا؟

ما التأثيرات السلوكية الناجمة عن تعرض طلبة الجامعة الاردنية لمواقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة كورونا؟

مفاهيم الدراسة

التأثير: هو عنصر أساسي من عناصر الاتصال، وهو المحصلة النهائية لعملية الاتصال، ويتم تغيير السلوك الإنساني أو تعديله نحو الأفضل أو نحو الأسوأ (أبو عرقوب، 1993، ص263).

شبكات التواصل الاجتماعي :"مجموعة من صفحات الويب التي تسهّل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في مواقع التواصل الاجتماعي، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام التي تساعد الأعضاء على التفاعل بين بعضهم البعض" (فهمي، 2018).

الأزمة: عبارة عن حالة توتر ونقطة تحول تتطلب قرار ينتج عنه مواقف جديدة سلبية كانت أو إيجابية تؤثر على مختلف الكيانات ذات العلاقة (الجندي، 2003).

السلوك المجتمعي: هو السلوك الذي يتحدد نتيجة التفاعل بين الفرد وبين البيئة التي يعيش فيها وبصفة خاصة البيئة الاجتماعية (السيد، 1976).

فيروس كورونا: هو الفيروس التاجي (كوفيد12-)، ينتمي إلى فصيلة الفيروسات التاجية التي قد تسبب المرض للحيوان والإنسان، ويسبب للإنسان مجموعة من الاعتلالات، تتراوح ما بين نزلة البرد العادية وبين المتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (منظمة الصحة العالمية، 2020).

العدد الواحد والثلاثون
تاريخ الإصدار: 2 – آيار – 2021 م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

حدود الدراسة

تقتصر هذه الدراسة على المحددات التالية:

حدود مكانية: أجريت الدراسة في الجامعة الأردنية.

حدود زمانية: الفصل الدراسي الثاني، من العام الجامعي 2019– 2020.

حدود بشرية: على طلبة الجامعة الأردنية.

الدراسات السابقة

يتناول هذا الجزء الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، وسيتم استعراضها من الأقدم إلى الأحدث.

دراسة الطرابيشي (2001) بعنوان: "انعكاسات التعرض للصحف الإلكترونية و الورقية على الثقافة الصحية للشباب الجامعي"

حيث هدفت إلى قياس انعكاسات التعرض للصحف الإلكترونية و الورقية على الثقافة الصحية للشباب من خلال استخدام المنهج التجريبي؛ ومنهج دراسة العلاقات الارتباطية؛ ومنهج المسح، وتم تطبيق الدراسة على (60 مفردة)، وخلصت الدراسة أن مصادر المعلومات الصحية لدى الشباب الجامعي تمثلت في الأطباء والصيادلة في الترتيب الأول، ثم الترتيب الثاني الإنترنت، ثم الصحف الورقية، ثم الأصدقاء والمعارف، ثم التلفزيون المصري، فالإذاعات الأجنبية، ثم الفضائيات والمجلات والدوريات الطبية، ثم الصحف الإلكترونية المصرية فالصحف الأجنبية، وأخيرا الصحف العربية الورقية.

دراسة عتران (2004) بعنوان: "استخدامات وإشباعات برامج التّوعية الصحية في التلفزيون العماني دراسة تحليلية وميدانية"

أشار الباحث إلى أن التلفزيون العماني يفتقر إلى حدّ كبير لبرامج التوعية الصحية، بالإضافة إلى محدودية بث الرسائل التثقيفية التوعوية التي تخاطب الجماهير، وأظهرت الدراسة أنّ البرامج التوعوية الصحية كانت قد احتلّت المرتبة السابعة من بين البرامج الاخرى التي عرضها التلفزيون العماني في سنة 2004، وأظهرت نتائج الدراسة أنّ التوعية الصحية كانت منخفضة رغم إقرار الجمهور أنّ مشاهدة البرامج التوعوية الصحية في التلفزيون العماني أثرت بصورة إيجابية على معتقداتهم وسلوكياتهم الغير صحية، حيث قاموا بتغييرها إلى سلوكيات سليمة.

تناولت دراسة الضبع (2007) بعنوان: "اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام لاكتساب المعلومات عن أزمة انفلونزا الطيور"

تقييم الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام المصرية لإمداد الجمهور بالمعلومات الصادقة وقت الأزمات، وتحديد الأبعاد الصحية والاقتصادية والاجتماعية لأزمة انفلونزا الطيور كما أبرزتها وسائل الإعلام، وقد استخدمت الدراسة المنهج المسحي باستخدام أداة الاستبيان على (700) مفردة في بعض المحافظات المصرية، كما قام الباحث باستخدام أداة تحليل المضمون لتحليل الكتابات الصحفية في الصحف القومية والحزبية والمستقلة عن انفلونزا الطيور، وأظهرت نتائج الدراسة أنّ التلفزيون والصحف جاءا في المرتبة

الأولى في مقدمة وسائل الإعلام التي يعتمدها أفراد العينة وقت الأزمات؛ وأن أغلب أفراد العينة اعتمدوا على الصحف القومية في الحصول على معلومات عن أنفلونزا الطيور، كما أظهرت الدراسة نجاح وسائل الإعلام المصري في تغطية أزمة أنفلونزا الطيور.

سعت دراسة العوام (2010) بعنوان: "مدى اعتماد الشباب السعودي على وسائل الإعلام في تحقيق المعرفة الصحية– دراسة ميدانية"

التعرف إلى مدى اعتماد الشاب السعودي على وسائل الإعلام في تحقيق المعرفة الصحية، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي باستخدام أداة الاستبيان، وقد تكونت عينة الدراسة من (450) مفردة من طلاب وطالبات جامعتي الملك سعود والإمام محمد بن سعود الإسلامية، وأظهرت نتائج الدراسة أنّ الإنترنت كان أكثر الوسائل الإعلامية اعتمادا من قبل الشباب في الحصول على المعلومات الصحية، وأن المنتديات كانت المصدر الصحي الذي يستقي منه أفراد العينة معلوماتهم، وجاءت الصحف اليومية السعودية في المرتبة الثانية من بين المصادر التي يعتمد عليها الشباب في الحصول على المعلومات الصحية، وأن البرامج الصحية المقدَّمة عبر التلفزيون كانت أكثر البرامج متابعة للحصول على المعلومات الصحية، وأظهرت نتائج الدراسة اعتماد أفراد عينة الدراسة على وسائل الإعلام في متابعة بعض الموضوعات الصحية مثل السمنة والنحافة والسكري والإيدز.

هدفت دراسة رضوان (2012) بعنوان: "استخدام الموقع الإلكتروني للمنظمة في إدارة الاتصالات أثناء الأزمة"

التعرف على الكيفية التي يتم من خلالها توظيف الموقع الإلكتروني للمنظمة والوسائل الاتصالية المتاحة على شبكة الإنترنت في إدارة المنظمة للاتصال أثناء الأزمات التي تواجهها. وقد اعتمدت الدراسة على أسلوب دراسة الحالة بالتطبيق على الأزمة التي واجهت شركة "تويوتا" اليابانية لصناعة السيارات، والخاصة بظهور عيوب فنية في بعض أنواع السيارات التي أنتجتها في عام (2010)، وخلصت الدراسة أن الشركة استفادت من الإمكانيات التفاعلية للإنترنت، حيث أتاحت الفرصة للعملاء التعليق على بعض المواد المنشورة على الموقع، واعتمدت على الوسائط المتعددة لنشر الملفات النصية والمصورة، كما وظفت الشركة مواقع التواصل الاجتماعية مثل (فيسبوك وتويتر) للتواصل مع العملاء إلى جانب نشرها لإعلاناتها وبرامجها التلفزيونية على موقع يوتيوب.

دراسة أبو طالب (2013) بعنوان: "شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية لدى الجمهور السعودي"

أجريت الدراسة للتعرف إلى المكانة التي تحتلها شبكات التواصل الاجتماعي بوصفها مصادر للمعلومات الصحية لدى الجمهور السعودي، ومعرفة تأثيرها العاطفي والمعرفي والسلوكي في حال الاعتماد عليها ومستوى موثوقيتها، واستخدمت الدراسة منهج المسح من خلال أداة الاستبيان مكونة من عينة (299 مفردة) من سكان مدينة الرياض، حيث اشارت الدراسة إلى تقدم شبكات التواصل الاجتماعي على وسائل الإعلام التقليدية في هذا المجال، بسبب اعتماد الجمهور عليها كمصادر للمعلومات الصحية لمساعدتهم في إتخاذ قرارات معينة في الشأن الصحي، إذ توضح الدراسة أن موقع يوتيوب مصدر مهم للمعلومات الصحية لدى السعوديين، ولفتت الدراسة أن الأطباء والصيادلة يحتلون المركز الأول في الحصول على المعلومات الصحية لديهم، فيما جاءت شبكة الإنترنت وتطبيقاتها في المركز الثاني، يليه الأهل والأصدقاء، ثم القنوات التلفزيونية.

هدفت دراسة سليمان (2014) بعنوان: "دور صفحات الجيش والشرطة على الفيس بوك في إدارة أزمة ما بعد 30 يونيو 2013"

التعرف على دور صفحات الجيش والشرطة على الفيسبوك في إدارة الأزمة التي تلت الثورة المصرية في (30 يونيو 2013)، وذلك للتعرف على المضامين والاستراتيجيات التي تضمنها هذه الصفحات ومدى مصداقيتها لدى الجمهور المستهدف، وأسباب استخدامهم

واعتمادهم عليها وقت الأزمات، وخلصت الدراسة إلى ارتفاع معدلات الاعتماد على هذه الصفحات كمصدر للمعلومات وقت الأزمة، وعدم اعتمادها بهدف التسلية والترفيه، وكانت أهم استراتيجيات الاتصال المستخدمة على الصفحتين محل الدراسة التحليلية، مكافحة الشائعات، استراتيجية المعلومات ونقل الأخبار والأحداث وتوضيح الحقائق، وبيان جهود الجيش والشرطة لعودة الأمن والأمان ومكافحة الشغب، وإبراز دور الشهيد من الجيش والشرطة، واستراتيجية دعم الصورة الذهنية.

ارتكزت دراسة المطيري (2015) بعنوان: "دراسة المفاهيم النظرية لدور الإعلام في إدارة الأزمات"

على محاولة فهم أداء الإعلامي بين تغطية الأزمات والكوارث ومعرفة الإشكاليات التي يواجهها، والكيفية التي يتعامل بها مع الإشكاليات، وتتمثل العوامل التي تؤثر في الكيفية التي يدرك بها الإعلامي دوره باحتياجات الجمهور، وعوامل شخصية، وعوامل أخرى ترتبط بالممارسات الإعلامية التي تشكل بدورها العمل اليومي للصحفي، فالإعلام نشاط إنساني يعتمد على الفكرة والمشاركة والإقناع عن طريق بث المعلومات والأخبار، كما أنه يحظى بأهمية بالغة التأثير لكونه يعتبر سُلطة رابعة مرتبطة بالتطورات العلمية والتكنولوجية التي تسهم في توسيع آفاق الجمهور، حيث تشير الأدبيات في مجال إدارة الأزمات إلى وسائل الإعلام بوصفها من أبرز آليات التعامل مع الأزمات في المجتمعات الحديثة.

هدفت دراسة أبو سنية (2015) بعنوان: "علاقة التعرض للصحف السعودية الورقية والإلكترونية بمستوى المعرفة بمرض كورونا"

التعرف على العلاقة بين مستوى المعرفة بمرض كورونا لدى الجمهور السعودي وبين تعرضه للصحف الورقية والإلكترونية، ودرجة الاختلافات المعرفية لدى فئات هذا الجمهور طبقا للمتغيرات الديموغرافية المختلفة، وقد جرت الدراسة الميدانية على عينة عشوائية غير منتظمة بواقع (200) مفردة، (100 من الذكور و100 من الإناث) من الجمهور السعودي المراجعين للمراكز الصحية بمدينتي الطائف والباحة بالسعودية، تم استخدام المنهج المسحي وتطبيق الاستبيان في مجتمع الميدان.

دراسة الفرم (2017) بعنوان: "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا– دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية"

هدفت الدراسة إلى الكشف عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا من خلال دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض في السعودية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتكونت عينة الدراسة من (5) مدن طبية ومستشفياتها الكبرى المعروفة في مدينة الرياض، والتي تتمثل في قطاعات كبرى في منظومة الإدارية /الصحية، والتي تناولت الرسائل التوعوية حول فيروس كورونا، وتمثلت أداة الدراسة في تحليل مضمون الرسائل التوعوية المنشورة عبر الحسابات الرسمية للمدن الطبية الخمس ومستشفياتها محل الدراسة، في الشبكات الاجتماعية الثلاث (يوتيوب، فيسبوك، توتير). وتوصلت نتائج الدراسة إلى أنه برغم انتشار شبكات التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية، فإن (73%)من المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لا تمتلك منصات على شبكات التواصل الاجتماعي (يوتيوب، فيسبوك، تويتر) لاستخدامها في برامج التوعية الصحية، كما أوضحت النتائج أن (60%) من المدن الطبية بمدينة الرياض لم تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي المتاحة في التوعية حيال مرض كورونا، ما يعني عدم وجود استراتيجية صحية وطنية متماسكة، تسهم من خلالها كافة المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية في الانخراط في الجهد الوطني الصحي.

الدراسات الأجنبية:

– هدفت دراسة Fiona chew, al &et (2002) فيوناشيو وآخرون، التعرف على تأثير التعرض لعدد من البرامج التليفزيونية على مستوى معرفة الأفراد، حيث أجريت دراسة تجريبية على عينة قوامها 151 مبحوث ممن يشاهدوا البرامج الصحية، والأخرى لا تشاهد البرامج الصحية وقوامها 146 مبحوثا، وأظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية بين مشاهدة البرامج الصحية بالتليفزيون ومستوى المعرفة الصحية للمبحوثين.

– هدفت دراسة David, .al Nicholas, et (2003) ديفيد نيكولاس وآخرون، التعرف على مستوى المعلومات الصحية التي يكتسبها الأفراد من التليفزيون، وأهمية هذه المعلومات بالنسبة لهم، وبلغت عينة الدراسة 760 مبحوثاً، وأظهرت النتائج أن المبحوثين أعربوا عن استفادتهم الكبيرة من المعلومات الصحية التي تعرضوا لها، وأشارت النتائج أيضا أنّ أهم أوجه الاستفادة التي أشار إليها المبحوثين هي تحسين حالات المبحوثين الصحية.

– هدفت دراسة2003) Barry ,.al waston & et) باري وستون وآخرون، الكشف عن العلاقة بين إعلانات الصحة العامة ووعي الجمهور، من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة قوامها 152 مفردة من طلاب جامعة كوين لاند، وأظهرت النتائج أن عينة الدراسة أشارت إلى أن هناك تأثير مكتسب على أنفسهم من تلك الإعلانات أكثر من التأثير المكتسب من الآخرين.

– هدفت دراسة Chew, F., Palmer, S., Slonska, Z., & Subbiah, K (2003) التعرف على تأثير حملات التوعية الصحية في التليفزيون على تعزيز المعلومات والمعتقدات والسلوكيات الصحية في بولندا، حيث أجريت الدراسة على 297 مفردة، وتوصلت النتائج إلى أن هناك زيادة فعلية في المعلومات الصحية وتأثير قوي على المعتقدات الصحية لمن يشاهد تلك البرامج.

– هدفت دراسة D. Lawrence Kincaid (2000) لورانس كنسيد، قياس تأثير حملة التوعية التي قامت بها وسائل الإعلام على التغيير في السلوك نحو استخدام وسائل تنظيم الأسرة، وأظهرت النتائج أن نسبة التذكر لتوجيهات التليفزيون بلغت 82.3٪ من إجمالي التنويهات، وأن حملة التوعية في التليفزيون كان لها تأثيرها المباشر وغير المباشر على اهتمام وسلوك أفراد العينة.

– هدفت دراسة A– Merton, and duck (2010) توماس مارتون وجولي ديك، التعرف على تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري مثل التليفزيون على إدراك المخاطر الصحية على النفس والآخرين، حيث أجريت الدراسة على عينة قوامها 171 مفردة من طلاب الفرقة الأولى بالجامعة في ولاية كوينز الاسترالية، وأظهرت النتائج أن تأثير التليفزيون كان واضحا جداً في إدراك الفرد للمخاطر الصحية على الآخرين.

– هدفت دراسة Melissa) 2014) التعرف إلى استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي في المؤسسات الصحية لنشر الرعاية الصحية. استخدمت هذه الدراسة الأسلوب المسحي لغرض جمع البيانات وذلك عن طريق تعبئة استبانات الدراسة بواسطة المقابلات الشخصية في المؤسسات الصحية وعددها 12 مؤسسة (المستشفيات، مراكز الرعاية الصحية الأولية، مراكز رعاية الطفل، مراكز التأهيل الطبي، مراكز ذوي الاحتياجات الخاصة، التمريض المنزلي، الجراحة التجميلية) في هولندا، وبواقع 12 استبيان لكل صنف من أصناف هذه المؤسسات، أخذت المعلومات لمعرفة حجم استخدام هذه المؤسسات لوسائل التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، تويتر، لينكدإن، يوتيوب، بلوكس، جوجل، بنتريست)، وأظهرت النتائج أن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً في المؤسسات الصحية

هي الفيسبوك ثم التويتر بدرجة متقاربة ويليه اليوتيوب وبعدها جاءت (بلوكس، جوجل، بنتريست)، ثم جاء لنكدن بدرجة ضعيفة. لاحظ الباحث أن أكثر المواضيع المتداولة هي معلومات وأخبار عن المؤسسات الصحية، وطرق العلاج، والتعريف بالأمراض.

– دراسة Herre (2012) استخدام وتأثير وسائل التواصل الاجتماعي في التواصل الصحي حول قمل الرأس، إلى تقييم فوائد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وكذلك تقييم دور وسائل التواصل الاجتماعي في الوقاية من قمل الرأس، بالإضافة إلى معرفة فيما إذا كان هناك حاجة للحصول على معلومات من خلال الإنترنت، استخدم الباحث المنهج المسحي لجمع البيانات حيث تم توزيع أداة البحث الاستبانة، من خلال الإنترنت على العوائل المبحوثة في هولندا وكان عددهم (213) عائلة، اشتملت الاستبانة على عدة محاور ديموغرافية مثل الجنس والمستوى العائلي و الدخل. خلصت النتائج إلى أن العوائل المبحوثة لا يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي دائماً، وإنما يفضلون استشارة الصيدلي أو صديق، وأن وسائل التواصل الاجتماعي لها دور مهم في التواصل والتفاعل بين العوائل والمصدر الطبي، وأن أهم موقعين هما الفيسبوك والتويتر، استنتجت هذه الدراسة إلى أنه يجب تحديث المعلومات الموجودة على الفيسبوك والتويتر، والذي يؤدي بدوره إلى زيادة ثقة العوائل بوسائل التواصل الاجتماعي

الإطار النظري للدراسة

تختلف الأزمة عن الكارثة، فمفهوم الأزمة بشكل عام: "هي موقف معقد ومتشابك يواجه متخذ القرار في أحد كياناته كدولة، أو منظمة، أو مؤسسة وغيرها فيفقد القدرة على السيطرة"، وهي مرحلة من مراحل الصراع أو درجاته أو حالة يحتمل أن تؤدي إلى تغير في الأسباب والمقدمات والعوامل، وبالتالي تغييرات في التطورات والنتائج (مكاوي، 2005).

أما الكارثة فهي "حادثة مفجعة مأساوية تربك الحياة اليومية بشكل بالغ، وتوقع العديد من الخسائر المادية والبشرية، وتحطم الموارد المحلية، وينجم عنها أزمات ومشكلات تستمر لفترات طويلة، وتستلزم تدخل الحكومات والهيئات الرسمية والشعبية، ويصعب التنبؤ بها إلى حد بعيد (Houston, 2014).

ويرى(Sandman, 2006) أن الكارثة تتسم بثلاثة سمات منها:

الشدة والقساوة، وتقاس هذه الشدة من خلال حجم الدمار والخسائر المادية والبشرية.

اتساع النطاق وتتمدد آثارها إلى مناطق جغرافية واسعة.

الشيوع، بحيث تكون واضحة وعلنية وغير قابلة للتجاهل من جانب الحكومة والجماهير ووسائل الإعلام.

أصبحت الأزمات بمختلف أنواعها وأشكالها سمة من سمات الحياة المعاصرة، أي أننا نعيش في عالم مليء بالأزمات على كافة المستويات، إما على مستوى الدول أو المؤسسات أو الأفراد في مختلف المجالات (مكاوي، 2005).

وتعد اتصالات الأزمة هي التي ترتبط غالبا بجهود العلاقات العامة داخل المنظمات قبل وأثناء حدوث الأزمة أو بعدها، بهدف تحسين صورة وسمعة المنظمة (Coombs & Holladay, 2007)

وتختلف اتصالات الأزمة (Crisis Communication) عن اتصالات المخاطر (Risk Communication)، فاتصالات المخاطر تكون عادة متعلقة بالجهود المبذولة لتحذير الجمهور من المخاطر المرتبطة بالبيئة أو الصحة كانتشار عدوى أو مرض معين أو سلوكيات تتسبب بمشكلات أو تؤثر بالسلبية على الجمهور العام أو فئة معينة من الجمهور، أما اتصالات الكوارث فتشير لكافة الجهود الاتصالية الهادفة إلى احتواء الأضرار الناجمة عن الكارثة لمنع حدوث خسائر في الأرواح أو الممتلكات، واستعادة النظام وإعادة الحياة الطبيعية بعد انحسار آثارها المدمرة بوقت قصير(White,&Hiltz, 2009).

أهمية وسائل التواصل الاجتماعي

تكمن أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في قدرتها على أن تكون منصة للمعرفة، وإيصال المعلومات والأحداث التي تجري محليا وإقليما وعالميا، والتواصل الأفراد مع بعضهم البعض، تكوين الصدقات والتسلية.

أنواع وسائل التواصل الاجتماعي:

الفيس بوك: هو"موقع من مواقع التواصل الاجتماعي يسمح للمشتركين به التواصل مع بعضهم البعض عن طريق استخدام أدوات الموقع، وتكوين روابط وصدقات من خلاله، كما يسمح للأشخاص بصفتهم الحقيقية أو الشركات والهيئات والمنظمات بالمرور من خلاله وفتح آفاق جديدة لتعريف المجتمع بهويتهم " (خليفة، 2016، ص114).

تويتر: هو "إحدى مواقع التواصل الاجتماعي المخصصة لإرسال تغريدات صغيرة كان لها شديد الأثر في الأحداث التي جرت على الساحة في الآونة الاخيرة، ويصل حجم الرسالة النصية الصغيرة التي يرسلها برنامج تويتر إلى 140 حرفا للرسالة الواحدة" (خليفة، 2016، ص118).

اليوتيوب: هو "أكبر مصاف الشركات التقنية ذات الوجود المؤثر في عالم الإنترنت على المستوى العالمي، بدأ اليوتيوب كمقدم لخدمة مشاركة ملفات الفيديو الشخصية وامتدت اليوم لتصبح من كبريات خدمات الفيديو الترفيهية في العالم"(الدليمي، 2010، ص193).

وتتسم وسائل الإعلام الاجتماعي بخصائص منها: المشاركة والحوار، الانفتاح، والفورية، التنوع، الإرشاد، والتعليم، والتعاون (Jin ,& Austin, 2014)

كما غيرت وسائل لإعلام الاجتماعي من شكل وأسلوب استجابة المنظمات والأجهزة المعنية للأزمات والمخاطر والكوارث عبر مراحلها المختلفة (قبل الأزمة، وأثناء الأزمة، وبعد الأزمة)، فأصبحت هناك معالجة مختلفة للمعلومات نصية أو سمعية أو بصرية، أو باستخدام الوسائل المتعددة (Austin ,& Jin, 2014)

وتستخدم وسائل الإعلام الاجتماعي قبل الأزمة من خلال تطوير العلاقات مع الجماهير وتوعيتهم بكيفية التأهب والاستعداد للتعامل مع المواقف الحرجة والطارئة، وتستخدم ذلك لإقامة خط دفاع وترسيخ علاقات وطيدة مع أصحاب المصالح والجماهير المستهدفة (Austin ,& Jin, 2014).

وفي مرحلة الاستجابة أثناء الأزمة وهي أهم المراحل وأكثرها حساسية وخطورة والتي تمثل تحدياً أمام المنظمات، وأصبحت وسائل الإعلام الاجتماعي ودمجها ضمن خطة اتصالات الأزمات والمخاطر والكوارث ضرورة حتمية، لإدارة الأزمة بكل كفاءة وفاعلية

وبالتالي احتواء هذه الأزمة سريعاً والحد من تأثيراتها السلبية، أو الإخفاق في إدارة الأزمة وعدم استخدام الاستراتيجيات الاتصالية المناسبة ومن ثم تزايد حدتها وتأثيرها وتفاقمها (Grahama,& Park, 2015).

أما بعد الانتهاء من الأزمة فهي تعتبر مرحلة لتقييم الاستجابات الاتصالية للمنظمة للخروج من الدروس المستفادة منها في الأزمات الاخرى وتقييم الخبرات المكتسبة، وفي هذه المرحلة يجب على المنظمات الاستمرار في عملية التواصل مع الجمهور عبر وسائل الإعلام الاجتماعي لتصحيح صورتها الذهنية (Romenti,& Valentini, 2014).

تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة التفاعل والتقارب بين الجماهير، وتعطي قيمة مضافة للعلاقات الإنسانية خاصة أوقات المخاطر والكوارث من خلال تعبئة رأس المال الاجتماعي مثل التبرعات المالية والعينية، والتطوع بالمهارات والخبرات المتخصصة، وأنظمة الدعم المختلفة التي يمكن أن يساهم بها الأفراد العاديين من الجمهور، يكون هناك الكثير من الممارسات الإيجابية التي تعزز روح العمل الجماعي، مثل المبادرات التي يطلقها مجموعات من الجماهير لحشد الناس وتشجيعهم على التعاون وتقديم العون مثل التبرعات بالدم أو الأموال أو مساعدة أهالي الضحايا والمنكوبين، وغير ذلك من أوجه التكاتف المختلفة (Dufty, 2012)

وتساعد وسائل التواصل الاجتماعي في خلق التماسك الاجتماعي بجعل الناس يشعرون بأنهم جزء من الأحداث والمواقف التي تمر بمجتمعاتهم، مما يعزز شعورهم بالأنتماء لمجتمعاتهم المحلية وأوطانهم(Alexander, 2014).

سلبيات استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي أوقات الأزمات والكوارث

لكل شيء إيجابياته وسلبياته، ومن سلبيات وسائل الإعلام الاجتماعي في ظل ظروف الأزمة: نشر المعلومات الكاذبة والمضللة بقصد أو سوء نية أو بدون قصد وفهم، صعوبة الوصول لأصل المعلومات وتوثيقها، تزييف الصور والمقاطع الفيديو والأخبار من خلال برامج معالجة الصور والمونتاج ونشرها دون فرصة للتحقق من مصداقيتها، وغيرها من الأمور التي قد تتسبب في تأزم الموقف وتفاقم حدته وخطورته (Park & Jeong, 2012).

ويرى (Coombs, 2015) الذي حدد ثلاث مراحل لاستجابة المنظمات للأزمات عبر شبكات التواصل الاجتماعي وهي:

تقديم المعلومات: حيث تقدم المعلومات عن الوضع الحالي للأزمة، والتعليمات والإجراءات التي يمكن اتباعها من قبل الأشخاص المتضررين منها، وكيفية التصرف لحماية أنفسهم من المخاطر والآثار المترتبة عليها.

تعديل وتحديث المعلومات: بحيث يتم إطلاع الجمهور على مستجدات الوضع والأحداث، ومساعدة أصحاب المصالح على تحسين فاعلية تعاملهم مع الأزمة وتداعياتها.

تحسين سمعة المنظمة: من خلال الاستجابة الفعلية والواقعية باتخاذ الإجراءات التصحيحية والتعويضية التي تساهم في تخفيف حدة الضرر الذي لحق بسمعة المنظمة.

العدد الواحد والثلاثون
تاريخ الإصدار: 2 – آيار – 2021 م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

نموذج إدارة اتصالات عبر وسائل الإعلام الاجتماعي:

وضع كل من (Stewart& Wilson 2015) نموذجاً يوضح مراحل إدارة اتصالات الأزمة عبر وسائل الإعلام الاجتماعي، والذي يتكون من ست مراحل وهي:

الرصد والاستماع.

استهداف الجمهور المناسب.

الاستجابة والحوار.

المراقبة والتقييم.

التفاعل مع الجمهور وإجراء التعديلات الضرورية في خطة الاتصال.

الجائحات العالمية السابقة:

في كل الأوبئة والجوائح التي اجتاحت العالم، هناك عاملان مشتركان في التعامل هما عزل المصابين وعزل المناطق التي يتفشى بها المرض أو قطع التواصل معها. تعرّف على أخطر الأوبئة التي عرفها العالم عبر التاريخ، وطرق مواجهتها.

شهد العالم على مر التاريخ العديد من الأمراض والأوبئة الفتاكة كانت بعضها أوبئة محصورة بدول أو نطاق جغرافي معين وكان بعضها أوبئة عالمية أو ما يطلق عليه "جائحة" Pandemic. وحصدت تلك الأوبئة أرواح عشرات بل مئات الملايين وتسببت في تغيرات ديموغرافية واجتماعية واقتصادية في العالم بأسره، بل ومنها جوائح غيرت مجرى التاريخ.

كان أشهر هذه الأوبئة وأشدها فتكاً في العصور القديمة والوسطى الطاعون الأسود (الموت الأسود) وطاعون جستنيان وطاعون عمواس بمنطقة الشام. وفي العصر الحديث نجد الكوليرا والجدري والإنفلونزا الإسبانية وغيرها من الأوبئة.

وقد اختلفت طرق الناس في التعامل مع تلك الأوبئة والتصدي لها باختلاف الحقبة الزمنية والإمكانيات المتاحة. كما تباينت الآثار التي خلفتها هذه الأوبئة على المجتمعات التي اجتاحتها. (TRTعربي، 2020).

فيروس كورونا (كوفيد19-)

تعد فيروسات كورونا فصيلة كبيرة من الفيروسات التي تُسبب اعتلالات، تتنوع بين الزكام وأمراض أكثر وخامة، مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS-Cov)، ومتلازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم (سارس)، ويمثل فيروس كورونا المستجد (nCov) سلالة جديدة لم يسبق تحديدها لدى البشر من قَبل (منظمة الصحة العالمية، 2020).

وفيروسات كورونا حيوانية المصدر، ويعني ذلك أنها تنتقل بين الحيوانات والبشر، وتوصّلت الاستقصاءات المستفيضة إلى أن فيروس كورونا المسبب لمتلازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم (سارس)، قد انتقل من (سنانير الزباد) إلى البشر، بينما انتقل فيروس كورونا

المسبب لمتلازمة الشرق الأوسط التنفسية من الجمال الوحيدة السنام إلى البشر، وينتشر العديد من فيروسات كورونا المعروفة بين الحيوانات التي لم تصب البشر بعد (منظمة الصحة العالمية، 2020).

أعراض فيروس كورونا (كوفيد- 19):

- الحمى والإرهاق والسعال الجاف.
- احتقان الأنف أو الرشح أو ألم الحلق.
- الإسهال.
- ضيق التنفس (منظمة الصحة العالمية، 2020).

وترى منظمة الصحة العالمية بأن التدابير الوقائية الأساسية من فيروس كورونا (كوفيد-19) تتكون من ما يلي:

- غسل اليدين بانتظام.
- الحرص على ممارسات النظافة التنفسية، من خلال تغطية الأنف والفم بثني المرفق أو عن طريق منديل ورقي عند السعال أو العطس، ثم التخلص منه في سلة المهملات، وتنظيف اليدين بمطهر كحولي أو الماء والصابون.
- تجنب الاقتراب كثيرا من الناس مع الاحتفاظ بمسافة لا تقل عن متر واحد (3 أقدام) عن أي شخص يسعل أو يعطس.
- تجنب لمس العينين والأنف والفم
- **السلوك المجتمعي**

إن الفرد منذ ولادته تنشأ بينه وبين البيئة التي يعيش فيها علاقة ديناميكية، فيؤثر كل منها في الآخر ويتأثر، وهذه العلاقة التي تقوم بين الفرد وبيئته الخارجية تجعله في حالة مستمرة من النشاط ومجموع هذا النشاط الذي يصدر من الفرد في أثناء عملية التفاعل هو ما نسميه بالسلوك (منصور، 1978).

فالسلوك المجتمعي هو نتائج العلاقات الدينامية التي تصدر من تفاعل الفرد وميوله وحاجاته ورغباته ونزعاته وحوافزه وقدراته واتجاهاته وآراءه مع إمكانيات البيئة بما فيها من عوامل مادية واجتماعية ومعنوية وثقافية (كامل، 1993) والسلوك يتضمن كما يرى كامل (1993):

- السلوك الظاهري: نستطيع ملاحظته موضوعياً ويظهر على شكل تعبيرات لفظية أو غير لفظية.
- السلوك الداخلي: هي أي عملية عقلية يتبعها الفرد كالتفكير والتذكر والإدراك والتخيل وغيرها ولا نستطيع ملاحظتها مباشرة.

ويتضمن السلوك ثلاثة أنواع كما يرى زهران (1981) وهي:

1- التركيب أو البناء: أي العناصر التي يتكون منها الموقف.
2- عملية التفاعل: العلاقات بين عناصر التركيب والبناء.
3- المضمون أو المحتوى: الموضوع الذي يدور حولها التفاعل بين العناصر المختلفة.

العدد الواحد والثلاثون
تاريخ الإصدار: 2 – آيار – 2021 م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

ويتكون السلوك المجتمعي من عدة عناصر يحددها زهران (1981) كما يلي:

1- الشخصية.

2- الدوافع والحاجات.

3- السلوك التفاعلي الإيجابي.

اعتمدت هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام للتعرف على تأثير هذه الدراسة على طلاب الجامعة الأردنية ظهرَ مفهومُ الاعتمادِ على وسائلِ الإعلام في سبعينيات القرن الماضي، على يد كل من دي فلور (M.Defleur) وساندرا بول روكيتش (S.Ball.Rokeach)، اللذيْن قاما عبر هذه النظرية بملء الفراغِ الذي خلَّفه نموذج الاستخدامات والإشباعات الذي ركَّز على أسبابِ استخدام المتلقي لوسائل الإعلام ،ولم يعطِ اهتماماً كبيراً بتأثيراتِ وسائل الإعلام على الجمهور، ورأى المؤلفان أنَّ هناك اندماجاً بين الجمهور ووسائل الإعلام والنظام الاجتماعي (عبد الحميد، 2015).

وتفترضُ نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ازدياد اعتمادِ الجمهور على المصادرِ الاتصالية في أوقات الصِّراع والتغيُّر الاجتماعيّ وعدم الاستقرار، بمعنى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين كثافة الاعتماد وإدراكات التهديد في البيئة الطبيعية والاجتماعية، وإذا كان للأفراد حاجات وأهداف يسعون لتحقيقِها بالاعتماد على وسائل الإعلام في حالات الاستقرار والتوازن، فإنَّ احتمال اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام يكونُ كبيراً في ظروف هذا التوازن الناجم عن صراع أو تغيير، كما تفترض النظرية إمكانية تحقيق الوسائل الإعلامية لقدر أكبر من التأثيرات العاطفيَّة والمعرفيَّة والسلوكيَّة كلما ازدادت قدرتها على توفير خدماتٍ معلوماتية متميزة وكلما ازداد كمُّ المعلومات الهامة التي توفرها، وتفترض النظرية كذلك ازدياد اعتماد الجمهور على الوسائل الإعلامية في حال ضعف القدرة على تلقي المعلومات من مصادر الاتصال الشخصيّ، بينما يقلُّ هذا الاعتماد في حالة وجودِ قنوات بديلة للحصول على المعلومات (الطرابيشي والسيد، 2006، ص 142).

كما تفترضُ النظريَّة عدمَ قدرة وسائل الإعلام على إحداث تأثير يُذكر، سوى تدعيم المُعتقدات والقيّم وأنماط السلوك في حال وجود واقع اجتماعيّ محدد ومفهوم للأفراد وقادر على تلبية حاجاتهم قبل وأثناء استقبال الرسائل الإعلامية، وعلى العكس؛ فحين لا يكون لدى الأفراد واقع اجتماعيّ يسمح بالفهم والتوجيه والسلوك، فإنّهم سيعتمدون على وسائل الإعلام بقدر أكبر لفهم الواقع الاجتماعيّ، وبالتالي ستمارس وسائل الإعلام قدراً أكبر من التأثير على المعرفة والاتجاهات والسلوك (عبد الحميد، 2015).

ويشير (Defleur و Rokeach) إلى وجود عدة آثار محتملة لاعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، والتي تم تقسيمها إلى فئات ثلاث (مكاوي والسيد، 1998، ص 316):

أولاً: الآثار المعرفيّة: وتتمثل وفقاً لنظريّة الاعتماد بـ:

- كشف الغموض: وهو مشكلة ناتجة عن نقص معلومات، أو معلومات بها صراع وتناقض، أو تفتقر إلى المعلومات التي تُحدد الّتفسير الصحيح بين التّفسيرات العديدة التي تقدمها وسائل الإعلام.
- تكوين الاتجاه: أي أنّ الأفراد يستخدمون معلومات وسائل الإعلام لتكوين اتجاهات نحو القضايا الجدليّة المثارة في المجتمع.
- ترتيب الأولويات: حيث تلعب وسائل الإعلام دورها في ترتيب أولويات الجُمهور الذي يعتمد عليها في معرفة القضايا البارزة، والمشكلات المُلحة من بين العديد من القضايا والموضوعات المطروحة في المجتمع.
- اتساع المعتقدات: حيث تساهم وسائل الإعلام في توسيع المعتقدات التي يدركها الأفراد لأنهم يتعلمون منها عن أناس، وأماكن، وأشياء عديدة، ويتم تنظيم هذه المعتقدات إلى فئات تنتمي إليها كالأسرة أو الدّين أو السّياسة بما يعكس الاهتمامات الرئيسية للأنشطة الاجتماعيّة.

- القيم: هي مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها أفراد أو جماعة ما يرغبون في ترويجها والحفاظ عليها كالأمانة، والتسامح، والمساواة، والحرية، وتقوم وسائل الإعلام بتوضيح هذه القيم.

ثانياً: الآثار الوجدانيّة: وهي التي ترتبط ببعض المصطلحات مثل: المشاعر أو العواطف، ويحدد ديفلير وروكيتش هذه الآثار في الآتي:

- الفُتور العاطفي : حيث يفترض أنّ كثرة التعرّض للعنف في وسائل الإعلام يؤدي إلى الشعور بالتّبلد أو اللامبالاة، وعدم الرّغبة في تقديم يد العون للآخرين حين تقع أحداث عنف في الواقع الحقيقي.
- الخوف والقلق: عندما تعرّض وسائل الإعلام أحداث العنف، والرعب، والكوارث، والاغتيالات فإنّها تثير مشاعر الخوف لدى المتلقين، والقلق من وقوع ضحايا لأعمال العنف في الواقع.
- الدّعم المعنوي والاغتراب: إنّ من بين التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام رفع الروح المعنوية لدى المواطنين، وزيادة شعورهم بالاغتراب، حيث أنّ الروح المعنويّة ترتفع نتيجة زيادة الشعور الجمعي، والتوحد، والاندماج خاصّة إذا عكست وسائل الإعلام الفئات التي ينتمي إليها الفرد. بينما يلاحظ أنّ الإغتراب يزداد حين لا يجد الفرد معلومات في وسائل الإعلام مُعبرة عن ثقافته وانتماءاته العرقيّة، والدينيّة، والسياسيّة.

ثالثاً: الآثار السلوكيّة: وتنحصر الآثار السلوكيّة في سلوكين أساسيين هما:

- التّنشيط: ويعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرّض للوسيلة الإعلامية، وهو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفيّة والوجدانيّة، وقد يكون مفيداً اجتماعياً كالإقلاع عن التّدخين، أو ضرراً اجتماعياً كالتورط بأعمال ضدّ المجتمع، ومحاكاة العنف والجرائم.
- الخمول: يعني عدم النّشاط وتجنب القيام بالفعل، وقد يتمثل في العزوف عن المشاركة السياسية أو القيام بأنشطة تفيد المجتمع، وقد يحدث نتيجة تغطيّة إعلامية مبالغ فيها تدفع الفرد للشعور بالملل والخمول.

منهجية الدراسة

تصنّف هذه الدّراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تسعى إلى جمع البيانات الضرورية، وتحليلها بأكبر درجة من الدقّة، وتفادي حدوث أي تحيز في جمع البيانات،

واعتمدت الدّراسة على منهج المسْح الاجتماعي، إذ يُعد من أنسب المناهج التي تُمكننا من الحصول على البيانات والمعلومات وأوصاف ظاهرة و يسْمح منهج المسْح الاجتماعي بدراسة عدد كبير من المتغيرات في وقت واحد، مثل السّمات العامة والاجتماعيّة والنفسية، وكذلك أنماط السلوك الاتّصالي، وتقديم قاعدة معرفية واحدة للبيانات الخاصة بهذا الجُمهور، يمكن استخدامها في وصف تركيبته وبنائه، واختيار العديد من الفروض العلمية الخاصة بالعلاقة بين هذه المتغيرات،(عبد الحميد ،2000).

مجتمع الدراسة

يتشكل مجتمع الدراسة من طلاب وطالبات الجامعة الأردنية في العام الدراسي الثاني (2019–2020)، والبالغ عددهم (50 ألف) طالب في الجامعة الأردنية.

العدد الواحد والثلاثون
تاريخ الإصدار: 2 – آيار – 2021 م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

عينة الدراسة

تم اختيار عينة ميسرة وهي عينة غير احتمالية من طلاب وطالبات الجامعة الأردنية، يقوم بها الباحث بجمع البيانات من مفردات مجتمع البحث مِن مَن يسهل الوصول إليهم بحكم قرب الموقع أو إمكانية التجاوب، نظراً لمحدودية الوقت والإمكانيات، إلى أن يصل إلى العدد المطلوب، وتستخدم هذه العينة الميسرة في حالة تماثل مفردات مجتمع الدراسة وعدم وجود إطار لهذا المجتمع (المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2018)، وبلغ عددهم (851) طالباً وطالبة. إذ تم نشر الرابط الاستبانة على الصفحة الرسمية للتسجيل / الجامعة الأردنية (https://www.facebook.com/regju/)

أداة الدراسة

استخدمت الباحثتين (الاستبانة) أداة الرئيسية للحصول على معلومات دقيقة وصحيحة من أفراد العينة، ويعتبر "الهدف النهائي من المسح تكوين قاعدة أساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة، وقد أفادت الباحثتين من الدراسات السابقة الآتية لإعداد الأداة الدراسة: (عنوان،٢٠٠٤)، (سليمان،٢٠١٤)، الفرن،٢٠١٧). وتكونت أداة الدراسة من جزأين، تناول الجزء الأول توزيع أفراد العينة وفق للمستوى الدراسي، و المواقع التي يعتمد عليها أفراد العينة، أما الجزء الثاني، فقد تكون من(25) فقرة موزعة على أربعة محاور، لكل محور الست أو السبع فقرات، واستخدمت الأداة مقياس ليكرت الثلاثي (موافق، محايد، غير موافق) وأعطيت أوزان للفقرات (موافق=3 ، محايد=2، غير موافق=1) ولتقسيم مدى القياس إلى ثلاثة مستويات، تمت عملية الحساب على النحو الآتي: مدى القياس=3 (موافق) −1 (غير موافق) طول الفئة 2%3 =0.66 وعليه يصلح تأثير التواصل الاجتماعي وفق المتوسطات الحسابية كما يأتي:(1−1.66 مستوى منخفض، 1.67−2.33 مستوى متوسط،، 2.34−3.0 مستوى مرتفع).

قياس الصدق

للتحقق من صدق المقياس، تم عرضها على (5) محكمين من ذوي الاختصاص في الجامعة الأردنية، وتم الأخذ بملاحظاتهم.

قياس الثبات

"وهو أن تكون الأداة قادرة على إعطاء نفس النّتيجة حين استخدامها لأكثر من مرة" (الحيزان، 2010، ص65). وللتحقق من ثبات الأداة تم احتساب معامل الثّبات ألفا كرونباخ، باعتباره مؤشراً على الاتّساق الداخلي، ويدل ارتفاع معامل الإرتباط في المقياس على ارتفاع درجة الثبات، (صالح، 2016). وقد تم قياس معامل كرونباخ ألفا على أسئلة الاستبانة ومحاورها، وجاءت قيمة معامل كرونباخ ألفا (.81)، وهي نسبة مرتفعة تشير إلى ثبات الأداة. والجدول رقم (1) يوضح معاملات الثّبات لكلِ مِحور من محاور الدّراسة.

جدول (1) : معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة

المحاور	عدد العبارات	قيمة الثبات
أسباب الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي	6	.75
التاثيرات المعرفية للوسائل التواصل الاجتماعي	6	.85
التأثيرات الوجدانية للوسائل التواصل الاجتماعي	6	.73
التاثيرات السلوكية للوسائل التواصل الاجتماعي	7	.72
الثبات العام	–	.81

الأساليب الإحصائية

اعتمدت الباحثتين على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) لتفريغ البيانات ومُعالجتها وتحليلها، وذلك باللجوء إلى المُعاملات والاختبارات والمُعالجات الإحصائية الآتية:

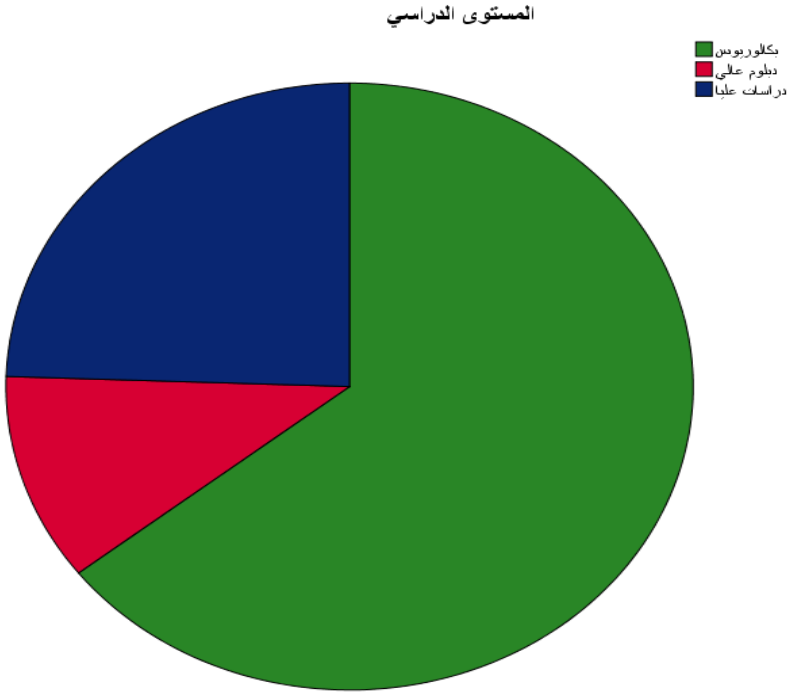
1. التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
2. المُتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
3. معامل الثّبات كرونباخ ألفا، لحساب قيمة الثّبات.

نتائج الدراسة ومناقشتها :

توزيع أفراد العينة وفق المستوى الدراسي

العدد الواحد والثلاثون
تاريخ الإصدار: 2 – آيار – 2021 م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

يُظهر الرسم البياني أنّ الحاصلين على درجة البكالوريوس جاءوا في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (64.5%)، وجاء في المرتبة الثانية



الحاصلون على الدراسات العليا بنسبة بلغت (24.5%)، تليها الحاصلين على (دبلوم عالي) بنسبة بلغت (11%).

أولاً: النتائج المتعلقة بالسؤال الأول :والذي ينص على ما المواقع التي يعتمد عليها طلبة الجامعة الأردنية للحصول على المعلومات المتعلقة بفيروس كورونا؟

الجدول رقم (2) مصادر المعلومات من مواقع التواصل الاجتماعي

المصادر	التكرار	النسبة	الرتبة
الفيس بوك	528	62.	1
تويتر	189	27.	3
انستغرام	278	37.	2
الواتس اب	162	19.	4
اليوتيوب	90	09.	5
مصادر أخرى	17	02.	6

العدد الواحد والثلاثون
تاريخ الإصدار: 2 – آيار – 2021 م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

وحول المصادر التي يعتمد عليها طلبة الجامعة الأردنية للحصول على المعلومات المتعلقة بفيروس كورونا، تشير بيانات الجدول رقم (2) إلى أن "الفيس بوك" جاء بالمرتبة الاولى بنسبة بلغت (62.%)، وفي المرتبة الثانية جاء موقع التواصل الاجتماعي "انستغرام" بنسبة بلغت (37%)، تلاه "تويتر" بنسبة بلغت (27%). وتتفق هذه النتيجة مع كلاً من دراسة العوام (2010)، وأبو طالب (2013) والتي أظهرت أنّ الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي أكثر الوسائل الإعلامية اعتمادا من للحصول على المعلومات الصحية. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة الضبع (2007) والتي أظهرت أنّ التلفزيون والصحف جاءا في المرتبة الأولى في مقدمة وسائل الإعلام التي يعتمدها أفراد العينة وقت الأزمات.

وتعكس هذه النتيجة أن المبحوثين يعتمدون على الوسائل الإلكترونية كونها قادرة على إشباع حاجاتهم ومدهم بالمعلومات المتعلقة بأزمة كورونا، حيث تعتبر الأسرع في الحصول على المعلومات لما توفره من من تفاعلية وديناميكية ومرونة ولما تتميز به من وسائط متعددة، بالإضافة الى أنها تعتبر الأكثر جماهيرية وخاصة بين الشباب.

ثانياً : النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني :والذي ينص على أسباب اعتماد طلبة الجامعة الأردنية على مواقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة كورونا؟

جدول رقم (3) أسباب الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي

العبارة	موافق		محايد		غير موافق		المتوسط	الانحراف المعياري	المرتبة
	ن	%	ن	%	ن	%			
تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بنشر الجوانب الإيجابية والسلبية لأزمة كورونا	180	21.1	341	40.1	330	38.8	1.82	754.	6
تركيز مواقع التواصل الاجتماعية على الصورة النمطية للأزمات	322	37.8	369	43.4	160	18.8	2.19	729.	2
تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في التغطية من موقع الحدث لنشر المعلومات الصحية عن أزمة كورونا	235	35.6	326	38.3	222	26.1	2.10	780.	3

تسعى مواقع التواصل الاجتماعي في التعامل مع الشائعات والتصدي لها في أزمة كورونا	235	27.6	326	38.3	290	34.1	1.94	783.	5
تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الأخبار من مصادر موثوقة ورسمية في تغطية أزمة كورونا	279	32.8	359	42.2	213	25	2.08	757.	4
تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر جهود الحكومة والأجهزة الأمنية في أزمة كورونا	486	57.1	277	32.5	88	10.3	2.47	676.	1

وفيما يتعلق بأسباب اعتماد طلبة الجامعة الأردنية على مواقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة كورونا تشير بيانات الجدول رقم (3) إلى أن فئة "تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر جهود الحكومة والأجهزة الأمنية في أزمة كورونا" جاءت بالمرتبة الاولى بمتوسط حسابي بلغ (2.47)، تلاها فئة "تركيز مواقع التواصل الاجتماعي على الصورة النمطية للأزمات" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (2.19)، وفي المرتبة الثالثة جاءت فئة "تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في التغطية من موقع الحدث لنشر المعلومات الصحية عن أزمة كورونا" بمتوسط حسابي بلغ (2.10). وترى الباحثتين أن مواقع التواصل الاجتماعي تنقل المعلومات المتعلقة بأزمة كورونا وفقاً لما يرد من الحكومة وانها لم تخرج عن المألوف في بث المعلومات المتعلقة بالأزمات والأوبئة، اتفقت هذه النتيجة مع دراسة الضبع(٢٠٠٧) وقد يعزو ذلك قدرت وسائل التواصل الاجتماعي على توفير خدمات معلوماتية تعكس الواقع الحقيقي للأزمة من مصادرها الرئيسية التابعة للحكومة.

العدد الواحد والثلاثون
تاريخ الإصدار: 2 – آيار – 2021 م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

ثالثاً : النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث :والذي ينص على ما التاثيرات المعرفية الناجمة عن تعرض طلبة الجامعة الاردنية لمواقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة كورونا؟.

جدول رقم (4) التاثيرات المعرفية لمواقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة كورونا على طلبة الجامعة الأردنية

العبارة	موافق		محايد		غير موافق		المتوسط	الانحراف المعياري	المرتبة
	ن	%	ن	%	ن	%			
ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي لدي عن أزمة كورونا	439	51.6	292	34.3	120	14.1	2.37	719.	4
زودتني مواقع التواصل الاجتماعي بمعلومات صحيحة وأخرى مغلوطة عن أزمة كورونا	290	34.1	374	43.9	187	22	2.12	739.	6
زادت مواقع التواصل الاجتماعي من معرفتي بطرق الوقاية من مرض كورونا	340	40	357	42	154	18	2.22	730.	5
ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في معرفتي بالقوانين الصادرة عن الحكومة أثناء أزمة كورونا	438	51.5	321	37.7	92	10.8	2.41	677.	1
عززت مواقع التواصل الاجتماعي من معرفتي بالسلوكيات الصحيحة وكيفية التعامل مع أزمة	423	49.7	334	39.2	94	11.1	2.39	677.	2.5

العدد الواحد والثلاثون
تاريخ الإصدار: 2 – آيار – 2021 م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

كورونا									
تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في معرفتي بالأخطاء التي ارتكبها بعض الأفراد خلال أزمة كورونا	430	50.5	323	38	98	11.5	2.39	685.	2.5

وفيما يتعلق بالتأثيرات المعرفية تشير بيانات الجدول رقم (4) إلى أن عبارة "ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي من معرفتي بالقوانين الصادرة عن الحكومة أثناء أزمة كورونا" جاءت في المرتبة الاولى بمتوسط حسابي بلغ (2.41)، فيما جاءت بالمرتبة الثانية كلاً من "عززت مواقع التواصل الاجتماعي من معرفتي بالسلوكيات الصحيحة وكيفية التعامل مع أزمة كورونا"، " تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في معرفتي بالأخطاء التي ارتكبها بعض الأفراد خلال أزمة كورونا" بمتوسط حسابي بلغ (2.39)، تلاهما عبارة "زادت مواقع التواصل الاجتماعي من معرفتي بطرق الوقاية من مرض كورونا" بمتوسط حسابي بلغ (2.22). وبالنّظر إلى هذه النتائج يتضح أنّ هناك آثار معرفية ناجمة عن متابعة أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة كورونا، تمثلت في معرفة أفراد العينة بالتعليمات والقرارت الحكومية مما ساهم بنفاذها بسلاسة إلى التنفيذ، كما أن وصول المعلومات بسهولة وسرعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى العينة ساعدهم بمعرفة الإجراءات الوقائية والحد من انتشار الوباء، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة كلا من David,al (Nicholes,2003) ودراسة (Merton,and duck,2010)، واختلفت مع دراسة (عتران،٢٠٠٤) وتعزز الباحثتين بأن وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة لتوعية والنشر المعلومات عن الجائحة كورونا التي ساهمت في توعية أفراد عينة الدراسة بتزويدهم بالمعارف والمعلومات الصحيحة لمواجهة الفيروس، على عكس الجائحات السابقة التي لم تتوفر فيها مصادر الانترنت لنشر المعلومات والبيانات عن الجائحات.

رابعاً : النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث :والذي ينص على ما التاثيرات الوجدانية الناجمة عن تعرض طلبة الجامعة الاردنية لمواقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة كورونا؟.

الجدول رقم (5) التاثيرات الوجدانية لمواقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة كورونا على طلبة الجامعة الاردنية

العبارة	موافق		محايد		غير موافق		المتوسط	الانحراف المعياري	المرتبة
	ن	%	ن	%	ن	%			
زادت مواقع التواصل الاجتماعي من شعوري بالخوف والقلق أثناء أزمة كورونا	163	19.2	342	40.2	346	40.6	1.78	743.	6

زادت مواقع التواصل الاجتماعي من تشتتي العاطفي في أزمة كورونا	183	21.5	306	36.0	362	42.5	1.79	773.	5
زادت مواقع التواصل الاجتماعي من الضغط النفسي لدي أثناء أزمة كورونا	169	19.8	273	32.1	409	48.1	1.72	775.	7
عززت مواقع التواصل الاجتماعي من شعوري بالطمأنينة أثناء أزمة كورونا	229	26.9	420	49.4	202	23.7	2.03	711.	4
زادت مواقع التواصل الاجتماعي الحس الأمني لدي أثناء أزمة كورونا	380	44.6	346	40.7	125	14.7	2.30	710.	3
عززت مواقع التواصل الاجتماعي من ولائي وانتمائي للهوية الأردنية أثناء أزمة كورونا	470	55.2	284	33.4	97	11.4	2.44	689.	1
زادت مواقع التواصل الاجتماعي من ثقتي بالجهود المبذولة من قبل المسؤولين أثناء أزمة كورونا	437	51.3	323	38.0	91	10.7	2.41	675.	2

وفيما يتعلق بالتأثيرات الوجدانية تشير بيانات الجدول رقم (5) إلى أن عبارة "عززت مواقع التواصل الاجتماعي من ولائي وانتمائي للهوية الأردنية أثناء أزمة كورونا" في المرتبة الأولى بمتوسط بلغ (2.44)، فيما جاء بالمرتبة الثانية " زادت مواقع التواصل الاجتماعي من ثقتي بالجهود المبذولة من قبل المسؤولين أثناء أزمة كورونا " بمتوسط حسابي بلغ (2.41)، تلاها في المرتبة الثالثة "زادت مواقع التواصل الاجتماعي الحس الأمني لدي أثناء أزمة كورونا" بمتوسط بلغ (2.33). واتفقت مع نتيجة دراسة (Barry,al waston,&et2003) وترى الباحثتين أن تاثير المكتسب من وسائل التواصل الاجتماعي برفع الروح المعنوية لدى أفراد عينة الدراسة

العدد الواحد والثلاثون
تاريخ الإصدار: 2 – آيار – 2021 م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

والإندماج المجتمعي في ظل الظروف الوبائية الراهنة، و أنّ تمثل الآثار الوجدانية بالولاء والانتماء والثقة، يعكس قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على مساعدة أفراد العينة في تكوين اتجاهات ووجهات نظر معينة عن أزمة كورونا

خامساً: النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس: والذي ينص على : ما تاثيرات السلوكية الناجمة عن تعرض الطلبة الجامعة الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة كورونا؟

الجدول رقم (6) التاثيرات السلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة كورونا على طلبة الجامعة الاردنية

العبارة	موافق		محايد		غير موافق		المتوسط	الانحراف المعياري	المرتبة
	ن	%	ن	%	ن	%			
ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في قيامي بأعمال تخريبية خلال أزمة كورونا	171	20.1	351	41.2	329	38.7	1.81	744.	6
أقوم بالتعاون مع الأجهزة الأمنية أثناء أزمة كورونا	450	52.9	298	35	103	12.1	2.41	696.	1.5
أقوم بالتشجيع على المسؤولية والواجبات الاجتماعية الفردية والجماعية أثناء أزمة كورونا	441	51.9	316	37.1	94	11	2.41	680.	1.5
أقوم بالتأثير على الأفراد ايجابيا للتعامل مع أزمة كورونا	368	43.3	372	43.7	111	13	2.30	687.	5
أحث الأفراد على تنظيم حملات توعوية عن أزمة كورونا	407	47.8	342	40.2	102	12	2.36	686.	4
أشجع الأفراد على القيام بالأنشطة متعلقة بحماية الأفراد المجتمع الأردني في أزمة كورونا	416	48.9	335	39.4	100	11.8	2.37	685.	3

وفيما يتعلق بالتأثيرات السلوكية تشير بيانات الجدول رقم (6) إلى أن كلاً من " أقوم بالتعاون مع الأجهزة الأمنية أثناء أزمة كورونا"، " أقوم بالتشجع على المسؤولية والواجبات الاجتماعية الفردية والجماعية أثناء أزمة كورونا" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (2.41)، فيما جاءت عبارة " أشجع الأفراد على القيام بالأنشطة متعلقة بحماية الأفراد المجتمع الأردني في أزمة كورونا" بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ (2.37)، وفي المرتبة الرابعة جاءت عبارة "أحث الأفراد على تنظيم حملات توعوية عن أزمة كورونا" بمتوسط حسابي بلغ (2.36). تظهر النتائج أنّ ردة الطلاب حيال أزمة كورونا إيجابية وملموسة و ترتقي للمستوى الملحوظ كالتشجيع والتعاون، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (Chew, &et,2003، ودراسة D. Lawrence Kincaid, 2000) وترى الباحثتين أنّ ذلك يعود الى الآثار الوجدانية والتي تمثلت بمشاعر الانتماء والولاء ، مما انعكس على سلوك الطلاب تجاه هذه الازمة، وأنّ وسائل التواصل الاجتماعي هي الموجه لسلوك المجتمعي لافراد العينة الدراسة في تعزيز السلوكيات الصحيحة لمواجهة أزمة كورونا.

التوصيات:

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة قدمت الباحثتين بعض التوصيات ومنها:

- عتماد صفحات على الفيس بوك وانستغرام وتويتر بالنشر الأخبار ومتابعتها للأحداث أزمة كورونا من مصادرالحكومية موثوقة.
- متابعة الأجهزة الأمنية المعلومات المضللة والخاطئة التي تنتشر على مواقع التواصل الاجتماعي خلال أزمة .
- تعزيز السلوك المجتمعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي من خلال إعداد برامج إرشادية وتدريبة لتنمية المسؤولية المجتمعية لدى طلبة الجامعة الأردنية.
- أهمية نشر ثقافة الوعي التكنولوجي التي تزيد من الوعي الطلابي لما يحفزهم على ممارسة حقوقهم في المشاركة المجتمعية الفاعلة خلال أزمة كورونا.

قائمة المصادر والمراجع

المصادر والمراجع العربية

أبو طالب، ز. (2013) شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية لدى الجمهور السعودي، العربية للإعلام والاتصال،العدد 9،الجمعية السعودية للإعلام والاتصال

أبو عرقوب، ا. (١٩٩٣) الاتصال الانساني في التفاعل الاجتماعي،عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع

الجندي، س. (٢٠١٣) دور صفحات الجيش والشرطة على فيس بوك في إدارة ازمة ما بعد ٣٠يونيو ٢٠١٣، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال.

الحيزان، م. (2010) البحوث الإعلامية (أسسها، أساليبها، مجالاتها)، ط1 ، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.

خليفة، إ. (2016) حروب مواقع التواصل الاجتماعي، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

دليمي،ع. (2010) الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، عمان: دار وائل للنشر.

رحومة، ع. (٢٠٠٧) الإنترنت والمنظومة التكنو –اجتماعية، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.

رضوان،أ. (2012) استخدام الموقع الالكتروني للمنظمة في ادارة اتصالات الأزمة، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال ،ع8.

رضوان، أ. (٢٠١٣) معايير وأساليب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الاتصالات المؤسسية الحكومية: دولة الإمارات العربية نموذجاً نحو التحول إلى الحكومة الذكية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 3 كلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية.

زهران،ح. (1981) علم النفس الاجتماعي، القاهرة: عالم الكتب.

السيد ،ص (١٩٧٦) الإنسان وسلوكه الاجتماعي، جامعة عين شمس، القاهرة .

ساري، خ. (2008) تأثير الإتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية، دراسة ميدانية في مجتمع القطري .مجلة جامعة دمشق،المجلد24، ع1.

صالح، أ. (2016) دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط.

الضباع، ع. (2010) وسائل الاتصال والتكنولوجيا الحديثة. مجلة العلوم التكنولوجية، عدد8 جامعة البتراء، الأردن.

الطرابيشي، م. و السيد، ع. (2006) نظريات الاتصال. ط 1، القاهرة: دار النهضة العربية.

عبد الحميد، م. (2015) نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط 4، القاهرة: عالم الكتب.

عبد الحميد، م.(2000) البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1،القاهرة: عالم الكتب.

العتران، م. (٢٠٠٤) استخدامات و اشباعات برامج التوعية الصحية في التلفزيون العماني: دراسة تحليلية وميدانية ،المجلة المصرية لبحوث الإعلام ،ع ٢٣

العوام، و. (2009) مدى اعتماد الشباب السعودي على وسائل في تحقيق المعرفة الصحية: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير،كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.

عوض،ح. (2010) أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية، تجربة مجلس سباي علار انموذجا.دراسة غير منشورة.

الفرم، خ. (2016) استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا،ع14،15، كلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية .

فهمي، د. (2018) الحماية الجنائية من اساءة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، مصر: دار النهضة العربية.

كامل، س. (١٩٩٣) السلوك الانساني بين الحب والعدوان ،مجلة علم النفس ،ع ٢٧

مرسي، م. (2003) إدارة الأزمات ، مجلة الجنيدي المسلم ،القاهرة، ع ١١٣

مطيري، م. (2015) دراسة المفاهيم النظرية لدور الاعلام في ادارة الازمات ،المجلة العربية للإعلام والاتصال،الجمعية العربية للإعلام والاتصال،ع13.

مكاوي، ح. والسيد، ل. (1998) الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

مكاوي، ح. (2005) الاعلام ومعالجة الازمات، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

منصور، ط. وآخرون (١٩٧٨) أسس علم النفس العام، القاهرة: مكتب النشر للطباعة.

منظمة الصحة العالمية(12أكتوبر /2020)فيروس كورونا(كوفيد-19)، تم الاطلاع عليه 25/7/2020، رابط الموقع https://www.who.int/ar.

TRTعربي،(بدون تاريخ نشر) أشد الأوبئة فتكاً بالتاريخ ، تم الاطلاع عليه 20/8/2020، رابط الموقع https://www.trtarabi.com/explainers.

https://alkhaleejonline.net/علوم-وتكنولوجيا/كيف-ساهمت-مواقع-التواصل-الاجتماعي-في-تنظيم-أزمة-فيروس-كورونا ، تم الاطلاع عليه 1/5/2020.

مواقع التواصل الاجتماعي في أزمة كورونا www.bbc.com/Arabic، تم الاطلاع عليه 20/5/2020.

المراجع باللغة الانجليزية:

A- Merton, Tomas, and duck, Julie M. (2001). Communication and Health Beliefs, Mass and Interpersonal influences on Perceptions of risk to self and others, communication research, 28(5), October, 602-626.

Alexander, D. E. (2014). Social media in disaster risk reduction and crisis management. Science and engineering ethics, 20(3), 717-733.

Chew, F. Plamer, S. & Zafialslonika, S.K. (2002). Enhancing health knowledge health-promoting television program series, In: Journal of health communication,7(3), May, 179-196

Chew, F., Palmer, S., Slonska, Z., & Subbiah, K (2003). Enhancing Health Knowledge, Health Beliefs, and Health Behavior in Poland through health communication. 7 (3), May- June. Bell De.

Coombs, W. T. (2014). Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding. Sage Publications.

Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2007). The negative communication is dynamic. Journal of Communication management.Vol.11, No.4, p.300-312. 17

Goodman, M., Romenti, S., Murtarelli, G., & Valentini, C. (2014). Organizations' conversations in social media: applying dialogue strategies in times of crisis. Corporate Communications: An International Journal.

Graham, M. W., Avery, E. J., & Park, S. (2015). The role of social media in local government crisis communications. Public Relations Review, 41(3), 386-394.

Houston, J. B., Hawthorne, J., Perreault, M. F., Park, E. H., Goldstein Hode, M., Halliwell, M. R., ... & Griffith, S. A. (2015). Social media and disasters: a functional framework for social media use in disaster planning, response, and research. Disasters, 39(1), 1-22.

Herre, U. (2012). the use and effect of social media in health communication about common head lice at the University of Twente. school of management and governance the department of psychology. health and technology

Jin, Y., Liu, B. F., & Austin, L. L. (2014). Examining the role of social media in effective crisis management: The effects of crisis origin, information form, and source on publics' crisis responses. Communication Research, 41(1), 74-94.

Kincaid, Lawrence D., (2000). Mass Media, Ideation, and Behavior: A longitudinal analysis of contractive change in the Philippines. Communication Research, 27 (6). December.

Lenis, Loni; Tay, Richard & Watson, Barry (2003). The Relationship between the third person Effect and the Acceptance of Fear. Based and Safety Advertise, Paper Presented at the ANZMACA Conference (1-3 December).

Melissa L (2014).social media & health care - hype or the future university of Twente - master thesis communication studies. Reagans Collin (1987): Sources for health.

Nicholas, D. Hunting, P. Williams, P. & Gunter, B. (2003). Health information and Health benefits: A case of digital interactive television information users. In: Journal of health.

Park, J., Cha, M., Kim, H. & Jeong, J. (2012), Managing Bad News in Social Media: A Case Study on Domino's Pizza Crisis. Proceedings of the Sixth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, pp.282-289

Sandman, P.M. (2006). Crisis Communication Best Practices: Some Quibbles and Additions. Journal of Applied Communication Research, Vol.34, No.3, pp.257-262.

Stewart, M. C., & Wilson, B. G. (2016). The dynamic role of social media during Hurricane# Sandy: An introduction of the STREMII model to weather the storm of the crisis lifecycle. Computers in Human Behavior, 54, 639-646.

White, C., Plotnick, L., Kushma, J., Hiltz, S. R., & Turoff, M. (2009). An online social network for emergency management. International Journal of Emergency Management, 6(3-4), 369-382.

العدد الواحد والثلاثون
تاريخ الإصدار: 2 – آيار – 2021 م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

"The Impact of Social Media on the University of Jordan Students During the Corona Crisis"

Abstract:

The study aimed to identify the impact of social networking sites during the Corona crisis on students of the University of Jordan in particular, and the study used the method of social survey through a comprehensive inventory of the study community, and the study population consisted of all the students of the University of Jordan in the second semester (2019-2020), and the adult They numbered (851) students, and a questionnaire was prepared of four dimensions, and the results showed that Facebook ranked first with a rate of (62%), and in second place came Instagram with a rate of (37%), followed by Twitter at a rate of (27%).), And that the reasons for the study sample's dependence on social media by publishing the efforts of the government and security agencies in the Corona crisis.

Key words: Impact, Social Media, Crisis, Corona, The University of Jordan