



مجلة بحوث الشرق الأوسط

مجلة علمية مُدكَّمة
(مُعتمدة) شهرياً

العدد التاسع والثمانون
(يوليو 2023)

السنة التاسعة والأربعون
تأسست عام 1974

الترقيم الدولي: (2536-9504)
الترقيم على الإنترنت: (2735-5233)



يصدرها
مركز بحوث
الشرق الأوسط



الأراء الواردة داخل المجلة تعبر عن وجهة نظر أصحابها وليست مسئولية مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية

رقم الإيداع بدار الكتب والوثائق القومية : ٢٤٣٣٠ / ٢٠١٦

الترقيم الدولي: (Issn :2536 - 9504)

الترقيم على الإنترنت: (Online Issn :2735 - 5233)

شروط النشر بالمجلة

- تُعنى المجلة بنشر البحوث المهمة بمجالات العلوم الإنسانية والأدبية ؛
- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين ويتم التحكيم إلكترونياً ؛
- تقبل البحوث باللغة العربية أو بإحدى اللغات الأجنبية، وترسل إلى موقع المجلة على بنك المعرفة المصري ويرفق مع البحث ملف بيانات الباحث يحتوي على عنوان البحث باللغتين العربية والإنجليزية واسم الباحث والتايتل والانتماء المؤسسي باللغتين العربية والإنجليزية، ورقم واتساب، وإيميل الباحث الذي تم التسجيل به على موقع المجلة ؛
- يشار إلى أن الهوامش والمراجع في نهاية البحث وليست أسفل الصفحة ؛
- يكتب الباحث ملخص باللغة العربية واللغة الإنجليزية للبحث صفحة واحدة فقط لكل ملخص ؛
- بالنسبة للبحث باللغة العربية يكتب على برنامج "word" ونمط الخط باللغة العربية "Simplified Arabic" وحجم الخط 14 ولا يزيد عدد الأسطر في الصفحة الواحدة عن 25 سطر والهوامش والمراجع خط Simplified Arabic حجم الخط 12 ؛
- بالنسبة للبحث باللغة الإنجليزية يكتب على برنامج word ونمط الخط Times New Roman وحجم الخط 13 ولا يزيد عدد الأسطر عن 25 سطر في الصفحة الواحدة والهوامش والمراجع خط Times New Roman حجم الخط 11 ؛
- (Paper) مقياس الورق (B5) 17.6 × 25 سم، (Margins) الهوامش 2.3 سم يمينًا ويسارًا، 2 سم أعلى وأسفل الصفحة، ليصبح مقياس البحث فعلي (الكلام) 13×21 سم. (Layout) والنسق: (Header) الرأس 1.25 سم، (Footer) تذييل 2.5 سم ؛
- مواصفات الفقرة للبحث: بداية الفقرة First Line = 1.27 سم، قبل النص = 0.00، بعد النص = 0.00، تباعد قبل الفقرة = 6pt (تباعد بعد الفقرة = 0pt)، تباعد الفقرات (مفرد single) ؛
- مواصفات الفقرة للهوامش والمراجع: يوضع الرقم بين قوسين هلاكي مثل: (1)، بداية الفقرة Hanging = 0.6 سم، قبل النص = 0.00، بعد النص = 0.00، تباعد قبل الفقرة = 0.00 تباعد بعد الفقرة = 0.00، تباعد الفقرات (مفرد single) ؛
- الجداول والأشكال: يتم وضع الجداول والأشكال إما في صفحات منفصلة أو وسط النص وفقًا لرؤية الباحث، على أن يكون عرض الجدول أو الشكل لا يزيد عن 13.5 سم بأي حال من الأحوال ؛
- يتم التحقق من صحة الإملاء على مسئولية الباحث لتفادي الأخطاء في المصطلحات الفنية ؛
- مدة التحكيم 15 يوم على الأكثر، مدة تعديل البحث بعد التحكيم 15 يوم على الأكثر ؛
- يخضع تسلسل نشر البحوث في أعداد المجلة حسب ما تراه هيئة التحرير من ضرورات علمية وفنية ؛
- المجلة غير ملزمة بإعادة البحوث إلى أصحابها سواء نشرت أم لم تنشر ؛
- تعتبر البحوث عن آراء أصحابها وليس عن رأي رئيس التحرير وهيئة التحرير ؛
- رسوم التحكيم للمصريين 650 جنيه، ولغير المصريين 155 دولار ؛
- رسوم النشر للصفحة الواحدة للمصريين 25 جنيه، وغير المصريين 12 دولار ؛
- الباحث المصري يسدد الرسوم بالجنيه المصري (بالفيزا) بمقر المركز (المقيم بالقاهرة)، أو على حساب حكومي رقم : (9/450/80772/8) بنك مصر (المقيم خارج القاهرة) ؛
- الباحث غير المصري يسدد الرسوم بالدولار على حساب حكومي رقم : (EG71000100010000004082175917) (البنك العربي الأفريقي) ؛
- استلام إفادة قبول نشر البحث في خلال 15 يوم من تاريخ سداد رسوم النشر مع ضرورة رفع إيصالات السداد على موقع المجلة ؛
- تحصيل قيمة العدد من الباحث (نقدًا)، ويستلم الباحث عدد 6 مستلآت من بحثه 5 منها (مجانيًا) و (15) جنيه للمستلة السادسة الإضافية ؛
- المراسلات : توجه المراسلات الخاصة بالمجلة إلى: merc.director@asu.edu.eg
- السيد الدكتور/ مدير مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية، ورئيس تحرير المجلة جامعة عين شمس-العباسية- القاهرة - ج.م.ع (ص.ب 11566)
- للتواصل والاستفسار عن كل ما يخص الموقع : محمول / واتساب: (+2) 01555343797
- (وحدة النشر merc.pub@asu.edu.eg) (وحدة الدعم الفني technical.support@asu.edu.eg)
- ترسل الأبحاث من خلال موقع المجلة على بنك المعرفة المصري: www.mercj.journals.ekb.eg
- ولن يلتفت إلى الأبحاث المرسله عن طريق آخر .



مجلة بحوث الشرق الأوسط

مجلة علمية مُدكَّمة متخصصة في شؤون الشرق الأوسط

مجلة مُعتمَدة من بنك المعرفة المصري



موقع المجلة على بنك المعرفة المصري

www.mercj.journals.ekb.eg

- معتمدة من الكشاف العربي للاستشهادات المرجعية (ARCI). المتوافقة مع قاعدة بيانات كلاريفيت Clarivate الفرنسية.
- معتمدة من مؤسسة أرسيف (ARCif) للاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية ومعامل التأثير المتوافقة مع المعايير العالمية.
- تنشر الأعداد تبعاً على موقع دار المنظومة.



العدد التاسع والثمانون - يوليو ٢٠٢٣

تصدر شهرياً

السنة التاسعة والأربعون - تأسست عام 1974



مجلة بحوث الشرق الأوسط
(مجلة مُعتمدة) دورية علمية مُكَّمة
(اثنا عشر عددًا سنويًا)
يصدرها مركز بحوث الشرق الأوسط
والدراسات المستقبلية - جامعة عين شمس

رئيس مجلس الإدارة

أ.د. غادة فاروق

نائب رئيس الجامعة لشؤون خدمة المجتمع وتنمية البيئة

ورئيس مجلس إدارة المركز

رئيس التحرير د. حاتم العبد

مدير مركز بحوث الشرق الأوسط والدراسات المستقبلية

هيئة التحرير

أ.د. السيد عبدالخالق، وزير التعليم العالي الأسبق، مصر

أ.د. أحمد بهاء الدين خيرى، نائب وزير التعليم العالي الأسبق، مصر؛

أ.د. محمد حسام لطفي، جامعة بني سويف، مصر؛

أ.د. سعيد المصري، جامعة القاهرة، مصر؛

أ.د. سوزان القبيني، جامعة عين شمس، مصر؛

أ.د. ماهر جميل أبوخوات، عميد كلية الحقوق، جامعة كفر الشيخ، مصر؛

أ.د. أشرف مؤنس، جامعة عين شمس، مصر؛

أ.د. حسام طنطاوي، عميد كلية الآثار، جامعة عين شمس، مصر؛

أ.د. محمد إبراهيم الشافعي، وكيل كلية الحقوق، جامعة عين شمس، مصر؛

أ.د. تامر عبدالمنعم راضي، جامعة عين شمس، مصر؛

أ.د. هاجر قلديش، جامعة قرطاج، تونس؛

Prof. Petr MUZNY، جامعة جنيف، سويسرا؛

Prof. Gabrielle KAUFMANN-KOHLER، جامعة جنيف، سويسرا؛

Prof. Farah SAFI، جامعة كليرمون أوفيرني، فرنسا؛

إشراف إداري

أ/ سونيا عبد الحكيم

أمين المركز

سكرتارية التحرير

أ/ ناهد مبارز رئيس وحدة النشر

أ/ راندانوار وحدة النشر

أ/ زينب أحمد وحدة النشر

أ/ شيماء بكر وحدة النشر

د/ امل حسن رئيس وحدة التخطيط والمتابعة

المحرر الفني

أ/ رشا عاطف وحدة الدعم الفني

تنفيذ الغلاف والتجهيز والإخراج الفني للمجلة

وحدة الدعم الفني

تدقيق ومراجعة لغوية

د. هند رافت عبد الفتاح

تصميم الغلاف أ/ أحمد محسن - مطبعة الجامعة

ترجمة المراسلات الخاصة بالمجلة (إلى: و. حاتم العبد، رئيس التحرير) merc.director@asu.edu.eg

• وسائل التواصل: البريد الإلكتروني للمجلة: technical.support.mercj2022@gmail.com

البريد الإلكتروني لوحدة النشر: merc.pub@asu.edu.eg

جامعة عين شمس - شارع الخليفة المأمون - العباسية - القاهرة، جمهورية مصر العربية، ص.ب: 11566

(وحدة النشر - وحدة الدعم الفني) موبايل / واتساب: 01555343797 (+2)

ترسل الأبحاث من خلال موقع المجلة على بنك المعرفة المصري: www.mercj.journals.ekb.eg

ولن يلتفت إلى الأبحاث المرسله عن طريق آخر

الرؤية

السعي لتحقيق الريادة في النشر العلمي المتميز في المحتوى والمضمون والتأثير والمرجعية في مجالات منطقة الشرق الأوسط وأقطاره .

الرسالة

نشر البحوث العلمية الأصيلة والرصينة والمبتكرة في مجالات الشرق الأوسط وأقطاره في مجالات اختصاص المجلة وفق المعايير والقواعد المهنية العالمية المعمول بها في المجالات المُحكَّمة دولياً.

الأهداف

- نشر البحوث العلمية الأصيلة والرصينة والمبتكرة .
- إتاحة المجال أمام العلماء والباحثين في مجالات اختصاص المجلة في التاريخ والجغرافيا والسياسة والاقتصاد والاجتماع والقانون وعلم النفس واللغة العربية وآدابها واللغة الانجليزية وآدابها ، على المستوى المحلى والإقليمي والعالمي لنشر بحوثهم وإنتاجهم العلمي .
- نشر أبحاث كبار الأساتذة وأبحاث الترقية للسادة الأساتذة المساعدين والسادة المدرسين بمختلف الجامعات المصرية والعربية والأجنبية .
- تشجيع ونشر مختلف البحوث المتعلقة بالدراسات المستقبلية والشرق الأوسط وأقطاره .
- الإسهام في تنمية مجتمع المعرفة في مجالات اختصاص المجلة من خلال نشر البحوث العلمية الرصينة والتميزة .



مجلة بحوث الشرق الأوسط

- رئيس التحرير د. حاتم العبد

- الهيئة الاستشارية المصرية وفقاً لترتيب الهجائي:

- أ.د. إبراهيم عبد المنعم سلامة أبو العلا
- أ.د. أحمد الشربيني
- أ.د. أحمد رجب محمد علي رزق
- أ.د. السيد فليفل
- أ.د. إيمان محمد عبد المنعم عامر
- أ.د. أيمن فؤاد سيد
- أ.د. جمال شفيق أحمد عامر
- أ.د. حمدي عبد الرحمن
- أ.د. حنان كامل متولي
- أ.د. صالح حسن السلوت
- أ.د. عادل عبد الحافظ عثمان حمزة
- أ.د. عاصم الدسوقي
- أ.د. عبد الحميد شلبي
- أ.د. عفاف سيد صبره
- أ.د. عفيفي محمود إبراهيم
- أ.د. فتحي الشرقاوي
- أ.د. محمد الخزامي محمد عزيز
- أ.د. محمد السعيد أحمد
- ثواء / محمد عبد المقصود
- أ.د. محمد مؤنس عوض
- أ.د. مدحت محمد محمود أبو النصر
- أ.د. مصطفى محمد البغدادى
- أ.د. نبيل السيد الطوخي
- أ.د. نهى عثمان عبد اللطيف عزمي
- رئيس قسم التاريخ - كلية الآداب - جامعة الإسكندرية - مصر
- عميد كلية الآداب السابق - جامعة القاهرة - مصر
- عميد كلية الآثار - جامعة القاهرة - مصر
- عميد كلية الدراسات الأفريقية العليا الأسبق - جامعة القاهرة - مصر
- أستاذ التاريخ الحديث والمعاصر - كلية الآداب - جامعة القاهرة - مصر
- رئيس الجمعية المصرية للدراسات التاريخية - مصر
- كلية الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس - مصر
- عميد كلية الحقوق الأسبق - جامعة عين شمس - مصر
- (قائم بعمل) عميد كلية الآداب - جامعة عين شمس - مصر
- أستاذ التاريخ والحضارة - كلية اللغة العربية - فرع الزقازيق
- جامعة الأزهر - مصر
- عضو اللجنة العلمية الدائمة لترقية الأساتذة
- كلية الآداب - جامعة المنيا،
- ومقرر لجنة الترقيات بالمجلس الأعلى للجامعات - مصر
- عميد كلية الآداب الأسبق - جامعة حلوان - مصر
- كلية اللغة العربية بالمنصورة - جامعة الأزهر - مصر
- كلية الدراسات الإنسانية بنات بالقاهرة - جامعة الأزهر - مصر
- كلية الآداب - جامعة بنها - مصر
- نائب رئيس جامعة عين شمس الأسبق - مصر
- عميد كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية - جامعة الجلالة - مصر
- كلية التربية - جامعة عين شمس - مصر
- رئيس مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء - مصر
- كلية الآداب - جامعة عين شمس - مصر
- كلية الخدمة الاجتماعية - جامعة حلوان
- قطاع الخدمة الاجتماعية بالمجلس الأعلى للجامعات ورئيس لجنة ترقية الأساتذة
- كلية التربية - جامعة عين شمس - مصر
- رئيس قسم التاريخ - كلية الآداب - جامعة المنيا - مصر
- كلية السياحة والفنادق - جامعة مدينة السادات - مصر

- الهيئة الاستشارية العربية والدولية وفقاً للترتيب الهجائي:

- أ.د. إبراهيم خليل العلاف جامعة الموصل- العراق
- أ.د. إبراهيم محمد بن حمد المزيني كلية العلوم الاجتماعية - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية- السعودية
- أ.د. أحمد الحسو جامعة مؤتة- الأردن
- أ.د. أحمد عمر الزيبي مركز الحسو للدراسات الكمية والتراثية - إنجلترا
- أ.د. عبد الله حميد العتابي جامعة الملك سعود- السعودية
- أ.د. عبد الله سعيد الغامدي الأمين العام لجمعية التاريخ والآثار التاريخية
- أ.د. فيصل عبد الله الكندري كلية التربية للبنات - جامعة بغداد - العراق
- أ.د. مجدي فارج جامعة أم القرى - السعودية
- أ.د. محمد بهجت قبيسي عضو مجلس كلية التاريخ، ومركز تحقيق التراث بمعهد المخطوطات
- أ.د. محمود صالح الكروي جامعة الكويت- الكويت
- أ.د. محمد بهجت قبيسي رئيس قسم الماجستير والدراسات العليا - جامعة تونس ١ - تونس
- أ.د. محمود صالح الكروي جامعة حلب- سوريا
- أ.د. محمود صالح الكروي كلية العلوم السياسية - جامعة بغداد- العراق

- *Prof. Dr. Albrecht Fuess* Center for near and Middle Eastem Studies, University of Marburg, Germany
- *Prof. Dr. Andrew J. Smyth* Southern Connecticut State University, USA
- *Prof. Dr. Graham Loud* University Of Leeds, UK
- *Prof. Dr. Jeanne Dubino* Appalachian State University, North Carolina, USA
- *Prof. Dr. Thomas Asbridge* Queen Mary University of London, UK
- *Prof. Ulrike Freitag* Institute of Islamic Studies, Belil Frie University, Germany

محتويات العدد 89

الصفحة

عنوان البحث

ARABIC LANGUAGE STUDIES

دراسات اللغة العربية

1. الألفاظ الدالة على ما يتعلق بالإنسان وتستوي تذكيراً وتأييماً في معجمي 3-50
تهذيب اللغة واللغة العربية المعاصرة
الباحثة/ منال طه محمود عبدالله
2. التمثيل الجمالي للعجائبي في خطاب "القصر المسحور" 51-102
الباحثة/ أميرة مروان عفيفي مصلحي

PSYCHOLOGY STUDIES

دراسات علم النفس

3. الإبداع الإرشادي للمرشد النفسي وعلاقته بنظامه التمثيلي 105-140
أ.م.د. أفراح أحمد نجف

MEDIA STUDIES

الدراسات الإعلامية

4. دور البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الخاصة في ترتيب أجندة 143-196
الجمهور نحو قضايا المرأة (دراسة تحليلية - ميدانية)
الباحثة/ سمر حسن عبد العزيز عمار
5. تناول المنصات الإخبارية على تويتر لأخبار جائحة كوفيد 19 واعتماد 197-248
الجمهور عليها بمملكة البحرين
الباحثة/ مروة محمد مبارك الأحمد

ECONOMY STUDIES

الدراسات الاقتصادية

6. سبل زيادة فعالية القطاع الخاص في تطوير خدمات التعليم الجامعي 251-292

تجارب دولية ومقترح التطبيق في مصر

د. هالة إبراهيم محمد رجب - د. محمد عبد رب النبي أحمد

LINGUISTIC STUDIES

الدراسات اللغوية

- 26-1 **Storytelling in selected Women's Memoirs of Conflict**7
الباحثة/ نيرة سعد أبو الرضا محمد
- 86-27 **Impact of New Media Literacy on Youth's Usage Skills**..... .8
الباحثة/ مريم محمد عامر
- 148-87 **The Role of Smart Phones Television Applications on Binge Watching among Egyptian Youth**..... .9
الباحثة/ دينا محمد يونس

تناول المنصات الإخبارية على تويتر لأخبار
جائحة كوفيد 19 واعتماد الجمهور عليها
بمملكة البحرين

الباحثة/ مروة محمد مبارك الأحمد
باحثة ماجستير بقسم علوم الاتصال والإعلام
كلية الآداب - جامعة عين شمس
mohamed_elraei_gis@yahoo.com



www.mercj.journals.ekb.eg



الملخص:

تُمثّل المنصات الإخبارية الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي عمومًا والموجودة على تويتر - بشكلٍ خاص - أحد أبرز قنوات التأثير على الجمهور البحريني، وهو ما تستهدف الورقة البحثية دراسته. وذلك من خلال تحقيق مجموعة من الأهداف والتي من أهمها معرفة الفنون والأساليب والمصادر والاتجاهات التي تستخدمها هذه المنصات لعرض أخبار جائحة كوفيد 19، بالإضافة إلى معرفة مدى متابعة الجمهور لهذه المنصات، وآثار اعتماده عليها.

واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، واستخدام أدوات تحليل المضمون واستمارة الاستبيان لجمع البيانات.

وتكمن أهمية الدراسة في تقييم طريقة تناول أخبار جائحة كوفيد 19 إعلاميًا، ومعرفة مدى تأثير هذه المنصات في المعارف الصحية لدى المواطنين بالإضافة لمحاولة تقييم استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تقديم مجموعة من المقترحات خصوصًا في ظل قلة الدراسات العربية التي تناولت هذا الموضوع.



Abstract:

News platforms on Twitter and the Covid-19 pandemic in the Kingdom of Bahrain.

The news platforms on social media in general and on Twitter represent one of the most prominent channels of influence on the Bahraini public, which is what the research paper aims to study. This is by achieving a set of goals, the most important of which is to know the arts, methods, sources, and trends that these platforms use to present the news of the Covid 19 pandemic, in addition to knowing the extent of the public's follow-up to these platforms, and the sources they rely on to obtain their information about the pandemic.

The study relied on the media survey method, using content analysis tools and a questionnaire form to collect data.

الكلمات المفتاحية: تويتر- الجائحة – كورونا - كوفيد19- المنصات الإخبارية.



المقدمة:

تلعب وسائل الإعلام دوراً مهماً ومؤثراً في حياة المجتمعات والشعوب، لا سيما في ظل تعدد أشكالها وأنماطها، وما تشهده من تطور بفضل التقدم الهائل في مجال الاتصال وتكنولوجيا المعلومات.

ومع تزايد التأثيرات الاقتصادية والصحية لاجتياح فيروس كوفيد 19 لشتى دول العالم، وقع على عاتق وسائل الإعلام نشر الأخبار الخاصة به والإصابات والوفيات وطرق الوقاية بل وحتى البروتوكولات العلاجية؛ الأمر الذي يؤثر حتماً في تشكيل معارف البشر وتوجهاتهم وسلوكياتهم.

وقد أثرت طبيعة الفيروس في تطبيق حظر التجوال في الكثير من البلدان والتي كانت مملكة البحرين من بينها؛ الأمر الذي دفع مواطني المملكة للاعتماد على وسائل الإعلام الالكترونية بشكل كبير، لاسيما المنصات الإخبارية في مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصاً موقع تويتر.

وتتحدد مشكلة الدراسة في معرفة طبيعة اعتماد مواطني مملكة البحرين على المنصات الإخبارية في تشكيل وعيهم الصحي نحو كوفيد 19، إضافة إلى دراسة التأثيرات (المعرفية والسلوكية والوجدانية) لتغطية المنصات الإخبارية -الموجودة على تويتر- لكوفيد 19. وذلك في إطار التباين الديموغرافي لعينة الدراسة.

أهداف الدراسة:

ترمي الدراسة لتحقيق مجموعة من الأهداف وهي:

- رصد المنصات الإخبارية الأكثر انتشاراً وتأثيراً في المجتمع البحريني.
- معرفة درجة اعتماد المواطنين على موقع تويتر ومنصاته الإخبارية.



- التعرف على التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية للمنصات على المواطنين أثناء أزمة كوفيد 19.
- المساهمة في تقييم فعالية استخدام المنصات الإخبارية بوسائل التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي ضد كوفيد 19.

الدراسات السابقة:

لم تتطرق الكثير من الدراسات إلى العلاقة المتبادلة بين كوفيد 19 ووسائل الإعلام المختلفة وذلك لحدثة ظاهرة كوفيد 19 من ناحية وعدم وضوح ورسوخ المعارف الصحية لدى الجمهور تجاه الجائحة من ناحية أخرى وبالرغم من ذلك سعت الباحثة إلى سرد مجموعة من الدراسات التي تناولت الجائحة من أكثر من وجهة نظر من خلال محورين:

المحور الأول: دراسات تناولت الاعتماد على المنصات الإخبارية ومواقع التواصل.

المحور الثاني: دراسات تناولت تناول مواقع التواصل لجائحة كوفيد 19.

أولاً: دراسات تناولت الاعتماد على المنصات الإخبارية ومواقع التواصل الاجتماعي:

- دراسة (James M, Edward H, 2021) بعنوان:

platform dependency: The Facebook, news media and social platforms news distribution on institutional impacts of

توجد الكثير من المشكلات التي تترتب على اعتماد المؤسسات الإخبارية على أخبار المنصات الإخبارية الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر،

1 James M, Edward H, 2021, Facebook, news media and platform dependency: The institutional impacts of news distribution on social platforms, new media & society, sagepub.com/journals-permissions DOI: 10.1177/1461444820926472.



لما في ذلك من تأثير على حركة الجمهور. ولذا لا تزال الكثير من الدراسات تهتم بمعرفة مدى هذه المشكلات وكيفية معالجتها وتفاديها ومنها هذه الدراسة.

وتعتمد الدراسة على مقابلات شخصية مع مسؤولي ومتخصصي الأخبار في المؤسسات الإخبارية الأسترالية ، كما اعتمدت على مجموعة من استمارات الاستبيان التي وصل عددها إلى 670 استمارة موزعة على رواد مواقع التواصل الاجتماعي، إضافة إلى متابعي المؤسسات الإخبارية.

وتوصلت الدراسة إلى أن المنظمات الإعلامية بدأت مؤخرًا في تنويع استراتيجيات الاعتماد على مصادر الأخبار؛ حيث يظل Twitter على سبيل المثال مصدرًا مهمًا من مصادر الأخبار بهذه المؤسسات وذلك بنسبة 31% من الأخبار، وتقترح الدراسة أنه يجب الانتباه إلى العلاقات المعقدة بين المؤسسات الإخبارية ومواقع التواصل خصوصًا في ظل عدم وجود ضوابط و قيود للنشر على مواقع التواصل . وتنتهي هذه المقالة بالنظر في الآثار الايجابية والسلبية المترتبة على هذه العلاقة على المستويين ؛ الدولي والمحلي الاسترالي.

- دراسة (Anterpreet Kaur, 2020)¹ بعنوان:

Increasing Information Dependency of Farmers on Social Media; A Study on the Amritsar District of Punjab.

تناولت الدراسة ظاهرة اعتماد المزارعين على وسائل التواصل الاجتماعي في تطوير زراعتهم وخبراتهم للحصول على أفضل مخرجات المحاصيل.

تم جمع البيانات الأولية لهذه الدراسة من خلال مسح للمزارعين في منطقة أمريتسار في البنجاب. واستعانت الدراسة بمدخل الاعتماد على وسائل الإعلام.

¹ Anterpreet Kaur,2020, Increasing Information Dependency of Farmers on Social Media; A Study On the Amritsar District of Punjab, UGC Care Group I Listed Journal, Vol-10 Issue-6 No. 9 .



وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها أن هناك علاقة ارتباطية قوية بين المستوى التعليمي للمزارعين وجودة محاصيلهم وكمياتها؛ إذ بدأ المزارعون المثقفون والمستنبرون في فهم قيمة وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيس للمعلومات وأقر 76% من المزارعين عينة الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي توفر لهم معلومات فعالة وفي الوقت المناسب وساعدتهم في جني أرباح جيدة من الزراعة. كما أوضحت الدراسة أن تحديثات الطقس و أسعار المحاصيل هي المعلومات الأكثر رواجًا وتسويقًا على وسائل التواصل الاجتماعي. كما يعتمد 36% من المزارعين على وسائل التواصل الاجتماعي لإيجاد حل لمشكلاتهم الزراعية.

ثانيًا: دراسات تناولت مواقع التواصل وعلاقتها بجائحة كوفيد 19:

- دراسة (Fatima H & Others, 2021)¹ بعنوان:

with ArCOV-19: The First Arabic COVID-19 Twitter Dataset Propagation Networks.

قدمت هذه الورقة البحثية ملخصًا حول التغريدات التي أنتجها العرب في الفترة من 27 يناير حتى 31 مارس 2020 حول فيروس كوفيد 19، وتعد الدراسة الحالية هي أول دراسة عربية لتحليل تغريدات العرب حول كوفيد 19 وتضمنت عينة الدراسة 748 ألف تغريدة (وفقًا لمعايير بحث تويتر). وتهدف الدراسة للإجابة على ثلاث أسئلة هي:

ما مدى تفاعل المواطنين العرب مع تطورات الفيروس وانعكاسات هذا التفاعل على عدد التغريدات؟

ما هي أكثر الكلمات تداولًا على المستوى العربي في تناول الأزمة؟

¹ Fatima H, Maram H, Reem S, Tamer E, 2021, ArCOV-19: The First Arabic COVID-19 Twitter Dataset with Propagation Networks, Computer Science and Engineering Department, Qatar University.



ما هي أكثر المنصات الإخبارية حظوة بالتفاعل الجماهيري؟

ومن خلال استخدام نماذج حاسوبية لتحليل التغريدات أظهرت التحليلات الأولية حدوث ارتفاع كبير في عدد المناقشات المرتبطة بالفيروس بمجرد تسجيل أول الحالات المبلغ عنها في العالم العربي. كما توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها:

كانت المملكة العربية السعودية هي الأكبر في عدد التغريدات بنسبة 35%. وبالرغم من أن مملكة البحرين لم تحظ سوى بنسبة 1.8% من عدد التغريدات على مستوى الوطن العربي إلا أن هذا الرقم كبير جداً بالنسبة لعدد سكان المملكة والذين تصل نسبتهم إلى 0.35% من إجمالي السكان في الدول العربية.

كانت كلمات (الله - سبحانه وتعالى - و حالة و بفيروس و الصحة) هي الأكثر تداولاً في هذه الفترة في الوطن العربي.

- دراسة (إيهاب خليفة، 2020)¹ بعنوان:

اتجاهات تفاعل مواقع التواصل الاجتماعي مع كورونا تويتر نموذجاً

تحاول هذه الدراسة تحديد أبرز اتجاهات المغردين والمعلقين على مواقع التواصل الاجتماعي حول أزمة انتشار وباء كورونا المستجد، وتحديد حجم المشاركات عالمياً وإقليمياً عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأبرز الاتجاهات والأفكار السائدة عبر المنصات الاجتماعية المختلفة.

واعتمد التقرير على عدة كلمات مفتاحية للبحث عن التفاعل حول فيروس كورونا، كانت باللغة الإنجليزية:

(coronavirus، covid 19) وباللغة العربية (كورونا، كوفيد، كوفيد 19).

¹ إيهاب خليفة، 2020، اتجاهات تفاعل مواقع التواصل الاجتماعي مع كورونا تويتر نموذجاً، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة.



وبلغ عدد التغريدات الواردة خلال فترة الدراسة حوالي 25.1 مليون منشور، وشهدت تفاعلاً من إعجابات وردود ومشاركات بلغ 159.9 مليون مرة تمتد خلال الفترة من 1 يناير حتى 25 مارس 2020

وقد توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج كان أهمها:

أسهمت بعض إجراءات احتواء الجائحة في ارتفاع معدلات التغريد إلى أقصى حد يوم 15 مارس 2020؛ هذه الإجراءات التي اتخذتها معظم الدول العربية وخصوصاً قرارات إغلاق دور العبادة لأغراض وقائية؛ حيث بلغ عدد التغريدات الواردة خلال هذا اليوم أكثر من 1.2 مليون منشور.

كانت أكثر الدول التي جاءت منها تعليقات بمواقع التواصل الاجتماعي هي المملكة العربية السعودية بنسبة 24.5%، تليها مصر بنسبة 12.5% وعلى الرغم من أن عدد الإصابات في مصر أقل من دول عربية أخرى، إلا أنها صاحبة أكبر تعداد سكاني في المنطقة وأكبر عدد من المغردين على مواقع التواصل، ثم جاءت الكويت بنسبة 11.3%، ثم الإمارات بنسبة 7.3%، ثم العراق بنسبة 4.6%، ثم لبنان بنسبة 4.5%.

- دراسة (Kouzy R & Others, 2020)¹ بعنوان:

Coronavirus Goes Viral: Quantifying the COVID-19 Misinformation Epidemic on Twitter

سعت الدراسة إلى تحليل كمية كبيرة من التغريدات للوصول إلى أنماط المعلومات الخاطئة التي يتم نشرها على تويتر Twitter.

¹ Kouzy R, Abi Jaoude J, Kraitem A, et al. (March 13, 2020) Coronavirus Goes Viral: Quantifying the COVID-19 Misinformation Epidemic on Twitter. Cureus 12(3): e7255. DOI 10.7759/cureus.7255



وقد أُجريت عملية جمع التغريدات التي طُبِّقَ عليها البحث على Twitter باستخدام 14 علامة تصنيف وكلمة رئيسية رائجة ذات صلة بكوفيد 19، ثم قام الباحثون بمقارنة هذه التغريدات التي وصل عددها إلى 673 تغريدة بتغريدات أخرى؛ تم التحقق منها ومراجعتها.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التي تتمثل في النقاط التالية:

- احتوت عينة الدراسة على 548 تغريدة بنسبة (81%) تضمنت معلومات تتعلق بالوباء.
- تتناول حوالي 70% من التغريدات المدروسة جوانب تتعلق بالطب والصحة العامة، بينما تعلقت النسبة المتبقية بموضوعات اجتماعية وسياسية ومالية.
- تضمنت عينة الدراسة 153 تغريدة (24.8%) تحتوي على معلومات خاطئة، و107 تغريدة بنسبة (17.4%) تضمنت معلومات غير مؤكدة بشأن كوفيد 19.
- كان معدل المعلومات الخاطئة أعلى بين الحسابات غير الرسمية بنسبة (33.8%).
- ارتبطت المعلومات الخاطئة ارتباطاً وثيقاً بالمعلومات المقترنة بروابط خارجية.

- دراسة (Lisa S, Shweta B, 2020)¹ بعنوان:

A first look at COVID-19 information and misinformation sharing on Twitter

¹ Lisa S, Shweta B, Leticia B, Ceren B, Guangqing C, Kornraphop K, Colton P, Rebecca V, Emily V, Yanchen W, 2020, A first look at COVID-19 information and misinformation sharing on Twitter, arXiv:2003.13907v1 [cs.SI] 31 Mar 2020.



تشبه هذه الدراسة بشكل كبير دراسة (Fatima H, & Others, 2021) 1 سابقة الذكر، إذ تهدف لمعرفة أكثر الأيام تفاعلاً على موقع تويتر منذ انتشار جائحة كوفيد 19، إضافة إلى معرفة أكثر 10 كلمات تردداً على تويتر خلال هذه الأزمة على مستوى العالم. وقد حلت الدراسة من خلال نموذج الكتروني عدد كل التغريدات المرتبطة بمصطلحات تخص الجائحة منذ ديسمبر 2019.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتي جاء أبرزها:

كانت كلمة 'China' هي الأكثر تداولاً خلال فترة الدراسة على تويتر تلتها كلمتا 'Cases, Wuhan'.

أما عن التعقيب على الدراسات السابقة فيمكننا القول إن موضوع دور مواقع التواصل في تشكيل الوعي الصحي لم يحظ بالاهتمام الكافي في المكتبة العربية.

وتناولت الدراسات السابقة ظاهرة كوفيد 19 عن طريق مجموعة من المحاور هي:

• دراسة العلاقة بين تطور أحداث كوفيد 19 أعداد التغريدات.

• أكثر المنصات الإخبارية تداولاً لأخبار كوفيد 19.

• المقارنة بين الثقة فيما تنشره الحسابات الرسمية وغير الرسمية عن الجائحة.

• أهم الكلمات المتداولة عن الأزمة.

• تناول الشائعات ومصادرها.

وقد ساد المنهج المسحي الدراسات السابقة سواء أكان المسح مطبقاً على تغريدات عينة الدراسة التحليلية أو أفراد عينة الدراسة الميدانية.

¹ Fatima H, Maram H, Reem S, Tamer E, 2021, ArCOV-19: The First Arabic COVID-19 Twitter Dataset with Propagation Networks, Computer Science and Engineering Department, Qatar University.



واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي حيث يساعد هذا المنهج على وصف مضمون المادة الإعلامية حول الجائحة وتحليلها في المنصات الإخبارية على تويتر بالإضافة لدراسة آراء الجمهور بحسب استمارات الاستبيان.

كما اعتمدت الباحثة على نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام والتسويق الاجتماعي وذلك للوصول إلى الإجابات والتفسيرات الخاصة بمشكلة الدراسة وتساؤلاتها.

تساؤلات الدراسة:

يمكن تحقيق الأهداف السابق ذكرها عن طريق الإجابة على مجموعتين من الأسئلة هي:

أولاً: تساؤلات الدراسة التحليلية:

- ما هي الأفكار التي تعتمد عليها المنصات في معالجتها لأخبار الجائحة؟
- ما هي أهم الفنون الصحفية ووسائل الإبراز ومسارات البرهنة المستخدمة في عرض أخبار الجائحة؟
- ما مدى ربط المنصات لأخبار الجائحة مع مصالح الجمهور؟

ثانياً: تساؤلات الدراسة الميدانية:

- ما هي المصادر التي يعتمد عليها المبحوثين في مطالعة أخبار جائحة كوفيد 19؟
- ما مدى خبرة المبحوثين في التعامل مع مواقع التواصل؟
- ما هي المشكلات التي تعاني منها مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما درجة ثقة المبحوثين في المنصات الإخبارية على تويتر واعتمادهم عليها؟



- ما هي الآثار المترتبة على اعتماد مواطني البحرين على المنصات الإخبارية على تويتر لمتابعة أخبار جائحة كوفيد 19؟

الإجراءات المنهجية للدراسة:

أ. نوع الدراسة:

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية المقارنة التي تستهدف رصد الظواهر الجديدة في مجال الإعلام وتحليلها واكتشاف تأثيراتها والحقائق المرتبطة بها. وكذلك وصف العلاقات السببية واكتشاف الحقائق المرتبطة بها وعقد المقارنات بين عناصرها.

ب. منهج الدراسة:

استعانت الباحثة في هذه الدراسة بمنهج المسح لتحقيق أهدافها والإجابة على تساؤلاتها واستخلاص نتائج تفسيرية، حيث تضمنت مسح وتحليل مضمون للمنصات الإخبارية الخمس قيد الدراسة، وكذلك المسح الميداني على عينة من الجمهور.

ج. أدوات الدراسة:

إذا كان الهدف الرئيس للبحث العلمي هو الإجابة على مجموعة من التساؤلات المطروحة عن المشكلة، فإن نجاح هذا البحث مشروط بمدى فعالية الأدوات المستخدمة.

واعتمدت الباحثة في دراستها على أداتين لجمع البيانات هما:



● **استمارة تحليل المضمون:** قامت الباحثة بتحليل مضمون المنصات الإخبارية المذكورة في جدول(1)، في الفترة من 11 مارس 2020 وحتى 12 يوليو 2021، وذلك لأنها أكثر فترة انتشرت بها الجائحة بالمملكة.

● **استمارة الاستبيان:** يعد الاستبيان من أهم وسائل جمع المعلومات، خاصة فيما يتعلق بالبحث الوصفي ؛ حيث يستخدم في الحصول على معلومة دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في الظاهرة قيد الدراسة، وتم تطبيق استمارة الاستبيان على عينة قوامها 500 مبحوث من مواطني مملكة البحرين ومن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي تحديداً.

ويهدف الاستبيان إلى الإجابة على تساؤلات الدراسة، ومعرفة مدى اعتماد مواطني دولة البحرين على المنصات الإخبارية بموقع تويتر، وتحديد دور مواقع التواصل الاجتماعي عموماً والمنصات الإخبارية على وجه الخصوص في المجابهة الإعلامية لانتشار فيروس كوفيد 19، والتأثير على المواطنين.

د. مجتمع الدراسة:

تحدد مجتمع الدراسة التحليلية في المنصات الإخبارية الموجودة على موقع تويتر إذ استعانت الباحثة في جمع البيانات وتحليلها في الدراسة التحليلية بأداة تحليل المضمون، وذلك لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها، وقد اختارت الباحثة خمس منصات هي الأكثر زيارة من قِبَل رواد تويتر.

أما مجتمع الدراسة الميدانية فيشتمل على متابعي المنصات الإخبارية بمملكة البَحْرَيْن، وبالتالي سيتم توزيع استمارات الاستبيان في جميع محافظات المملكة.

هـ. عينة الدراسة:



تعرف عينة الدراسة على أنها مجموعة من العناصر يتم اختيارها بأسلوب معين من جميع عناصر مجتمع الدراسة ؛ فالعينة هي الجزء الذي يمثل المجتمع لأن الباحث لا يستطيع أن يأخذ كافة أفراده لدراسته ؛ ولذا تم اختيار جزء من مجتمع الدراسة يلبي حاجات الدراسة ويحقق أهدافها على النحو الآتي:

عينة الدراسة التحليلية: تمثلت في المنصات الإخبارية بتويتر والأكثر متابعة وثقة لدى مواطني مملكة البحرين، وذلك بحسب تقرير صناعة النشر الرقمي، والتي يوضحها جدول (1).

جدول (1) المنصات الإخبارية الأكثر متابعة على موقع تويتر في البحرين¹.

م	اسم المنصة الإخبارية	عدد المتابعين بالآلاف	جنسية المنصة
1	الشرق الأوسط	247	سعودية
2	BBC News عربي	228	إنجليزية
3	أخبار الخليج	227	محلية
4	منظمة الصحة العالمية	196	عالمية
5	Gulf Daily News	142	محلية

عينة الدراسة الميدانية: اعتمدت الدراسة على عينة عمدية من مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي "تويتر"، قوامها 500 مفردة، وقد روعي أن يكون المبحوثون من المواطنين البحرينيين الذين تتراوح أعمارهم من 18 إلى 60 سنة، وذلك بطريقة تسمح بتمثيل جميع الفئات التعليمية والمهنية والاجتماعية لمرتادي المنصات.

وبالنظر لعينة الدراسة الحالية نجد أن غالبيتهم من الذكور بنسبة مئوية 55.4%، كما يحتل الشباب النسبة الأكبر من عينة الدراسة؛ إذ تصل نسبة من تتراوح أعمارهم بين 18 إلى 40 سنة حوالي 70% من حجم العينة.

وبلغ عدد الجامعيين في العينة 427 مفردة بنسبة مئوية 85.4%، أما عن الحالة الاجتماعية للعينة فقد كان للمتزوجين النسبة الكبرى يليها العزاب بنسب مئوية 46.8 و39% على الترتيب.

وتم إجراء اختبار الثبات لاستمارة الاستبيان عن طريق إعادة تطبيق الاستمارة عبر فترة زمنية من إجابتهم عليها، وذلك على عينة قوامها خمسون مفردة، وذلك بعد مرور خمسة عشر يوماً من التطبيق الأول للاستمارة، وقد اعتمدت الباحثة

¹ تم الاطلاع على المنصات وأعداد المتابعين لها من موقع Twitter يوم 15 أغسطس للعام 2020، في تمام الساعة الحادية عشر صباحاً.



في حساب ثبات نتائج استمارة الاستبيان على حساب نسبة الاتفاق بين إجابات المبحوثين في التطبيق الأول والثاني وكانت قيمة معامل الثبات 95%، وهو معامل ثبات مرتفع يدل على عدم وجود اختلاف كبير في إجابات المبحوثين، كما يدل على صلاحية الاستبيان للتطبيق.

المعالجة الإحصائية لاستمارات الاستبيان:

تم تفريغ بيانات الاستبيانات ومعالجتها باستخدام حزمة البرامج SPSS واستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معاملات الارتباط بيرسون.

التعريفات الإجرائية:

استخدمت الدراسة مجموعة من **المصطلحات** التي يجب تعريفها قبل الشروع في تناول النتائج وتضم المصطلحات التالية:

وسائل التواصل الاجتماعي: تعرف وسائل التواصل الاجتماعي أنها مواقع إلكترونية تسمح للأفراد بالتعريف بأنفسهم والمشاركة في شبكات اجتماعية، يقومون من خلالها بإنشاء علاقات اجتماعية¹.

وهي أيضًا عبارة عن مواقع تستعمل من طرف الأفراد من أجل التواصل الاجتماعي وإقامة العلاقات والتعارف وبناء جماعات افتراضية ذات اهتمامات مختلفة، ويمكن لمرتاها أن ينشئ صفحته الخاصة، وينشر فيها سيرته وصوره ومعلوماته الخاصة،

¹ Lxue Bai and Oliver Yao.,2010, Facebook on campus: the use and friend formation in online social networks, College of Business, Lehigh University.



ويكتب مقالات ونصوص، وينشر تسجيلات فيديو، ومن أشهر هذه المواقع Twitter, Google plus, Face book¹.

المعارف الصحية: يُقصد بالمعرفة الصحية إلمام أفراد المجتمع بالمعلومات، والحقائق الصحية، وإحساسهم بالمسؤولية نحو صحتهم وصحة غيرهم من خلال ممارسات سليمة.²

والمعرفة عموماً هي مجموعة مُعالجة من المعلومات القائمة على البيانات الأولية بالضرورة، وهكذا تكون المعلومة الصحيّة هي المكوّن الأساس في تكوين المعرفة الصحيّة اللازمة لممارسة سلوكٍ صحيّ معيّن، ويتوقّف اكتساب هذه المعرفة على مصدر تلك المعلومات، والكم والكيف الذي تقدّم به.³

كوفيد 19: هو مرض تتسبب به سلالة جديدة من الفيروسات التاجية (كورونا)، والاسم الإنجليزي للمرض مشتق كالتالي CO هما أول حرفين من Corona ، و VI وهما أول حرفين من كلمة Virus ، و d هو أول حرف من كلمة Disease، وقد أُطلق على هذا المرض سابقاً اسم 2019 Novel Coronavirus، أو nCoV2019.

جائحة: الجائحة في اللغة تعني المصيبة، وقيل إنها البليّة، والتهلكة، ووصف العرب السنوات بالجائحة حين تكون جدبة غبراء قاحلة، وتعرف الجائحة كذلك أنها الآفة التي تهلك الثمار والأموال وتستأصلها، وقد ذُكر أن الجراد إذا أصاب المحصول يسمى ذلك بالجائحة، وكذلك إذا انتشرت النار بلا سيطرة، وأصل الكلمة مأخوذ من جاح، ومنها اجتاح، أي دخل عنوةً وغصبًا، والجائحة في كل معانيها تعني الانتشار غير المسيطر عليه، وحين تقترن كلمة جائحة بالوباء فذلك يعني مرحلة متقدمة جدًّا

¹ إبراهيم بعزیز، دور وسائل الإعلام الجديدة في تحول المتلقي إلى مرسل وظهور صحافة المواطن، 2011، مجلة الإذاعات العربية، العدد 3، ص 56.

² نانیه، أحمد، (2015)، دور وسائل الإعلام الرقمية في تعزيز التنقيف الصحي للمجتمع الأردني. دراسة مقدمة الى مؤتمر الإعلام الصحي الأول، نظمتها جامعة الشرق الأوسط ومستشفى الإسراء، عمان.

³ قوت عبد التواب بشير، لیلی لیبیب محمود، ثناء عبد الحمید عمارة، 1984، مصادر المعرفة الرياضية لتلميذات المرحلة الإعدادية، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، الجزء الأول.



من انتشار الوباء وعدم القدرة على التحكم فيه والسيطرة عليه، وبهذا تصف منظمة الصحة العالمية أي وباء أنه جائحة حين يصل إلى المرحلة السادسة من مراحل انتقال الفيروسات المسببة له.¹

النتائج:

تنقسم نتائج الدراسة إلى جزئين ؛ الأول : هو نتائج الدراسة التحليلية التي تمت على خمس من المنصات الإخبارية الموجودة على تويتر، و الثاني : هو نتائج الدراسة الميدانية واستمارات الاستبيان الخاصة بدراسة رأي الجمهور.

(أ) نتائج الدراسة التحليلية:

1. الأفكار التي تعتمد عليها المنصات الإخبارية في معالجتها لأخبار كوفيد19:

اعتمدت المنصات الإخبارية على مجموعة من الأفكار التي عالجتها من خلالها أخبار جائحة كوفيد 19 وتمثل فكرة التحذير من خطورة الجائحة أكبرها وأكثرها تكرارًا، إذ استُخدمت في أكثر من 27% من التغريدات التي تناولت الحديث عن كوفيد 19 سواءً من وجهة نظر اقتصادية أو سياسية أو حتى صحية، ولعل هذا الأمر منطقيًا إلى حدٍ كبير، إذ اجتاحت العالم التخوفات من الجائحة منذ بداية الجائحة ولم تهدأ وتيرة تلك التخوفات إلا مع اكتشاف اللقاحات المتنوعة.

وتمثلت ثاني أكثر الأفكار ترددًا في التغريدات عن سبل تقديم الوقاية والدعم بنسبة مئوية تربو عن 22%، وترددت هذه الفكرة كثيرًا كسابقته في بداية الجائحة قبل اكتشاف اللقاحات، ورغم أن الفكرتين استمرت بعد اكتشاف اللقاحات إلا أن

¹ - الوباء والجائحة. 2020. متاح على الرابط التالي:

<https://www.sfda.gov.sa/sites/default/files/inline-files/EpidemicPandemic.pdf>



تكرارهما في التغريدات لم يكن بنفس الوتيرة. وقد جاءت هذه الفكرة بالمركز الأول في دراسة (Daniel A, Bobby D, Nayana D, 2020)¹.

ويأتي التسويق الإيجابي لتعامل الحكومات مع الجائحة في المرتبة الثالثة من الأفكار التي تم استخدامها في تقديم أخبار وتطورات كوفيد 19 وذلك بنسبة 21%، إلا أن هذه الفكرة تحديداً لم تظهر بشكل كبير في منصتي BBC News عربي أو حتى منصة منظمة الصحة العالمية، ولكنها ظهرت بشده في تغريدات أخبار الخليج و Gulf Daily News.

أما فكرة وجود أمل في السيطرة على الجائحة فجاءت في المركز الرابع وازدادت وتيرتها بشكل كبير جداً بعد اكتشاف أنواع متعددة من اللقاحات.

وعن فكرة التسويق لأنواع محددة من العقاقير فقد ظهرت أثناء ارهاصات اكتشاف اللقاحات واستأثرت بها منصات دون غيرها، ولعل أبرز المنصات التي روجت لعقار بعينة هي منصة BBC News عربي؛ إذ إنه في يوم واحد وهو يوم 14 يناير 2021 تم توجيه عدد 11 تغريدة تسويقية للقاح استرازينيكا، ناهيك عن التسويق السلبي للقاحات الأخرى مثل ما تم يوم 13 يوليو، إذ أوضح تقرير منشور في تغريدة سلبية وعدم فاعلية اللقاحات الأخرى بالمقارنة بلقاح استرازينيكا كما يوضح شكل (1)

¹ Daniel A, Bobby D, Simon W, Nayana D and James R, (2021). Health-protective behavior, social media usage and conspiracy belief during the COVID-19 public health emergency. Psychological Medicine
<https://doi.org/10.1017/S003329172000224X>



شكل (1) التسويق للقاحات دون غيرها على منصة BBC News عربي

تأتي بعد ذلك فكرة المقارنة الحيادية بين أنواع اللقاحات وقد استحوذت على عدد أقل من التكرارات لم يتعد 8%. وتلي هذه الفكرة في المركز قبل الأخير الدعاية السلبية للسياسات الحكومية بنسبة 3%، وفي المركز الأخير استخدمت بعض المنصات مجموعة من الأفكار الأخرى مثل التسويق لتطبيقات برمجية وبرامج صحية تساعد الأفراد على الوقاية من الأمراض عمومًا وكوفيد 19 خاصة.

2. الفنون الصحفية المستخدمة في التغريدات الخاصة بجائحة كوفيد 19:



تنوعت الفنون الصحفية المستخدمة في أخبار جائحة كوفيد 19 بين مواد الرأي والمواد الإخبارية والمواد التفسيرية والاستقصائية.

وجاء الخبر البسيط في المركز الأول بين هذه الفنون بنسبة 34.1%، تلاه الصور والرسوم التوضيحية بنسبة 23.4%، وفي المركز الثالث جاءت التقارير الإخبارية بنسبة 13.2%. وفي المركز الأخير جاءت التحقيقات المصورة والحوارات بنسبة 4.4 و 3.9 على التوالي. ومن الجدول (3) يتضح أن منصة الشرق الأوسط كانت قد استخدمت المواد الإخبارية في 69% من تغريداتها إلا أن الخبر البسيط كان الأكثر تكرارًا بنسبة 30% من إجمالي تغريدات المنصة التي تهتم بالجائحة. بينما تقارب استخدام التقارير الإخبارية والصور والرسوم بنسب 18 و 17% على الترتيب.



جدول (3) الفنون الصحفية المستخدمة في التغريدات الخاصة بكوفيد 19

مواد تفسيرية واستقصائية		مواد إخبارية					مواد رأي		الفنون الصحفية
مقال	تحقيق مصور	تفسيرية	تقرير إخباري	قصة خبرية	خبر بسيط	كاريكاتير	مقال		
154	248	1211	1098	243	1992	388	234	ت	الشرق
2	4	18	17	4	30	6	4	%	الأوسط
126	223	1802	988	352	2052	402	395	ت	BBC
2	4	32	18	6	37	7	7	%	News عربي
322	392	1875	621	384	1756	315	644	ت	أخبار
5	6	27	9	6	26	5	9	%	الخليج
98	35	245	344	388	1520	62	95	ت	منظمة
4	2	11	15	17	67	3	4	%	الصحة العالمية
286	214	781	285	933	1098	122	325	ت	Gulf
7	5	19	7	23	27	3	8	%	Daily News
986	1112	5914	3336	2300	8618	1289	1693	ت	الإجمالي
4	4	23	13	9	34	5	7	%	

وجاء الكاريكاتير والمقال والقصة الخبرية والتحقيق المصور والمقالات في المقام الأخير. ولا تختلف هذه النتائج كثيرًا عن نتائج دراسة (Lisa S, Shweta)



1(B, 2020) والتي هدفت لمعرفة أكثر الكلمات تكرارًا على تويتر خلال بدايات الجائحة، وبالتالي تطرقت للفنون الصحفية المستخدمة والتي جاء الخبر البسيط أكثرها تكرارًا ثم الصور والرسوم التوضيحية في المركز الثاني.

ولم تختلف منصة BBC News كثيرًا عن منصة الشرق الأوسط ؛ إذ استخدمت بشكل أساسي الخبر البسيط والصور والرسوم التوضيحية وفي المركز الثالث التقارير الإخبارية وجاءت المقالات في المركز الأخير.

وبالرغم من أن بقية المنصات قد حذت حذو المنصتين السابقتين إلا أن استخدام فن المقال والحوار قد ارتفعت نسب استخدامهم.

وبالطبع يرجع ذلك إلى طبيعة موقع التواصل الاجتماعي تويتر والذي يتيح عدد حروف محدد لكل تغريدة إضافة إلى تحديد مساحات محددة للكتابة، وبالرغم من ذلك كانت المقالات عبارة عن روابط خارجية تكتب عناوينها على تويتر وبمجرد النقر عليها تحول المستخدم إلى مواقع أخرى تضم المقالات، وغالبًا ما تكون هذه الروابط هي المواقع الإلكترونية لهذه المنصات.

3. وسائل الإبراز المستخدمة في التغريدات الخاصة بجائحة كوفيد 19:

¹ Lisa S, Shweta B, Leticia B, Ceren B, Guangqing C, Kornraphop K, Colton P, Rebecca V, Emily V, Yanchen W, 2020, A first look at COVID-19 information and misinformation sharing on Twitter, arXiv:2003.13907v1 [cs.SI] 31 Mar 2020.



قامت المنصات الإخبارية قيد الدراسة باستخدام مجموعة من وسائل الإبراز، وتعددت هذه الوسائل بين الصور الشخصية، وصور ورسوم إيضاحية، إلى جانب مقاطع الفيديو سواء أكانت هذه المقاطع حقيقية أو فيديو جرافيك.

ذلك كله في سبيل إيصال الخبر بشكل أفضل يتناسب مع متطلبات وحاجات الفئات المختلفة من الجمهور، خاصة وأن الكثير من المعلومات حول جائحة كوفيد 19 تكون طبية تخصصية إلى حد كبير ؛ الأمر الذي قد يؤدي إلى صعوبة في توصيل قدر صغير من الأخبار والمعلومات.

ومن الجدول (4) يتضح سيادة الصور الموضوعية والرسوم التعبيرية على التغريدات التي عالجت موضوع جائحة كوفيد 19، وذلك بنسب مئوية 36% و27% على الترتيب.

أما الصور الشخصية فقد جاءت في المركز الثالث بنسبة مئوية 14%، وتلتها الرسوم البيانية بنسبة 9%

بينما جاءت وسيلنا الفيديو جرافيك والخرائط والفيديو بوصفهم أقل الوسائل استخدامًا، بنسب مئوية 6% و5% و3% على الترتيب. وتطابق ذلك مع نتائج دراسة (إيهاب خليفة، 2020)¹، إذ كانت مقاطع الفيديو هي أقل الوسائل ، الأبرز استخدامًا في عينة دراسته.

وقد ترجع النتائج إلى عدة أسباب ؛ السبب الأول : هو طبيعة التغريد على موقع التواصل الاجتماعي تويتر والذي يفضل أن يكون خبرًا صغيرًا لا يتجاوز عدة أسطر، ومرفق به صورة توضحه.

¹ إيهاب خليفة، 2020، اتجاهات تفاعل مواقع التواصل الاجتماعي مع كورونا تويتر نموذجًا، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة.



و السبب الثاني : هو عدم ميل الجمهور حديثاً إلى مشاهدة فيديو تفصيلي للمعلومة لعدة أسباب ؛ كأن يكون الفرد غير مؤهل نفسياً لاستقبال هذه الصورة من الوسائل في المواصلات مثلاً أو خلال التسوق، أو حفاظاً على باقات الانترنت، أو حفاظاً على الوقت.

وأما السبب الثالث فقد جاء العزوف النسبي عن استخدام الخرائط لعدم سهولة فهمها بالنسبة لجميع فئات الجمهور ، ولمحدودية أنواع البيانات التي يمكن أن تُمثَّل على الخرائط.



جدول (4) وسائل الإبراز المستخدمة في التغريدات الخاصة بكوفيد 19

فيديو	فيديو	صور ورسوم إيضاحية				صورة شخصية	الوسائل	
		موضوعي صورة	تعبيرية رسوم	فرائط	بيانية رسوم			
148	96	1198	942	112	301	754	ت	الشرق
3	2	27	21	3	7	17	%	الأوسط
376	153	1217	975	271	423	543	ت	BBC
9	3	28	22	6	10	12	%	News عربي
119	95	2712	1089	87	276	716	ت	أخبار الخليج
2	2	56	23	2	6	15	%	
395	143	642	905	396	472	95	ت	منظمة
19	7	30	43	19	22	4	%	الصحة العالمية
115	89	1148	1277	95	257	582	ت	Gulf
3	3	33	37	3	7	17	%	Daily News
1153	576	6917	5188	961	1729	2690	ت	الإجمالي
6	3	36	27	5	9	14	%	

جدير بالذكر أنه على الرغم من أن إجمالي التغريدات التي عالجت موضوع جائحة كوفيد 19 في المنصات الإخبارية الخمس قيد الدراسة يزيد عن 25 ألف تغريدة؛ إلا أن نحو ربع هذا العدد لم يستخدم وسائل للإبراز من الأساس، ليصل عدد التغريدات



التي استخدمت وسائل الإبراز نحو 19 ألف تغريده فقط. وهذا أيضاً ما توصلت إليه دراسة (EMILIO FERRARA, 2020)¹ إذ لم تتجاوز نسبة التغريدات التي استعانت بوسائل الإبراز في دراسته 35%.

ومن الجدول (4) يتضح أن المنصات جميعها تأخذ نفس النمط في التقسيمات المثوية لوسائل الإبراز المختلفة، فقد استحوذت الصور الموضوعية على المركز الأول في كل المنصات عدا منصة منظمة الصحة العالمية ومنصة Gulf Daily News إذ حلت الرسوم التعبيرية محلها.

وهنا تجدر الإشارة إلى أنه ثمة تميز في سلوك منصتي منظمة الصحة العالمية وBBC News عربي إذ احتلتا المركزين ؛ الأول والثاني في استخدام الرسوم البيانية، مما يؤثر بالطبع في بناء الآراء المنطقية لدى الجمهور.

أيضاً احتلت المنصتان المركزين ؛ الأول والثاني في استخدام وسيلة الفيديو جرافيك ؛ هذه الوسيلة التي بدأت في الانتشار، وتكون الفيديوهات بها مصممة لإيصال وجهة نظر أو معلومة محددة في صورة واجهة مرسومة تلائم الهدف منها؛ الأمر الذي ينعكس على تقبل الجمهور لها بحسب محتواها.

كما احتلت المنصتان أيضاً المركزين ؛ الأول والثاني على الترتيب في استخدام الخرائط لا سيما الرقمية منها، والتي توضح التطورات العددية بشكل مستمر لانتشار الجائحة على المستويين ؛ العالمي والإقليمي بل والمحلي أيضاً، ولعل هذا منطقياً في حالة منظمة الصحة العالمية؛ إذ تساعد الخرائط على تمثيل بيانات دول العالم أجمع بشكل أكثر ديناميكية وواقعية، كما يُقبل الأمر ذاته مع منصة BBC News عربي؛ وذلك لكونها شبكة أخبار عالمية يتابعها الملايين حول العالم. أما

¹ EMILIO FERRARA, 2020, WHAT TYPES OF COVID-19 CONSPIRACIES ARE Social and Information Networks ; Physics POPULATED BY TWITTER BOTS?, and Society,DOI10.5210/fm.v25i6.10633.



المنصات الثلاث الأخرى سواءً أكانت إقليمية أو محلية فكانت في وضع عدم اضطراري لاستخدام هذه الوسائل والأدوات.

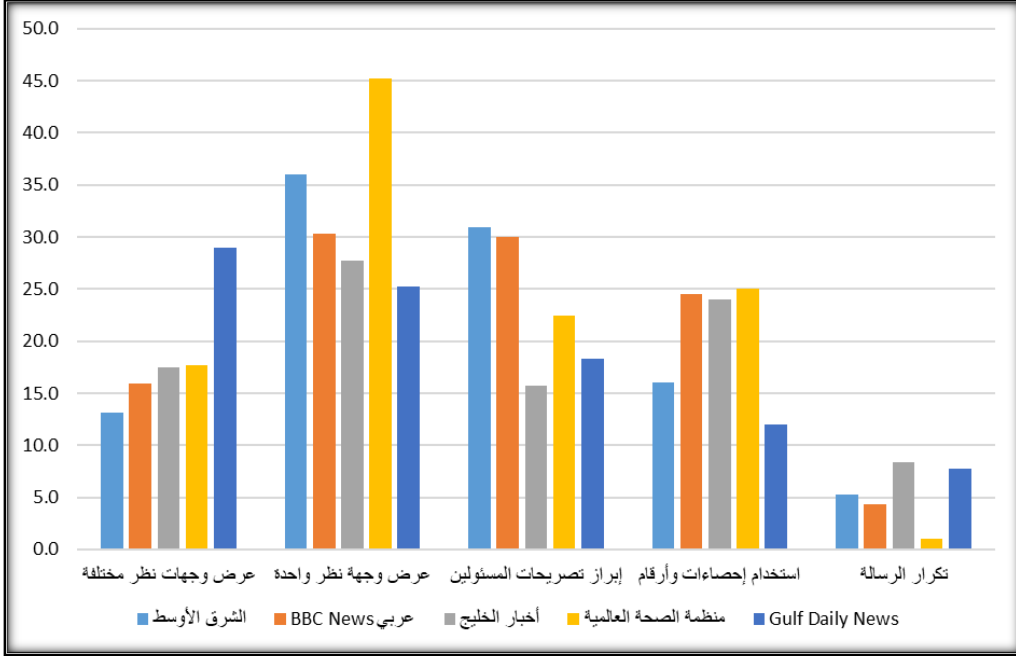
4. مسارات البرهنة للأخبار الخاصة بجائحة كوفيد 19 في التغريدات على المنصات الإخبارية بموقع تويتر:

استخدمت المنصات الإخبارية على تويتر مجموعة من مسارات البرهنة في تناولها لأخبار جائحة كوفيد 19. وجاء أبرز هذه المسارات وأكثرها تكرارًا " عرض وجهة نظر واحدة" بنسبة مئوية قاربت 32%، يلي هذا المسار في المركز الثاني مسار إبراز تصريحات المسؤولين بنسبة مئوية وصلت 23.7%، أما في المركز الثالث فقد برز استخدام الإحصاءات والأرقام بنسبة 20.4%. وجاء تكرار الرسالة في المركز الأخير بنسبة 5.8% كما يوضح شكل (2).

وترجع هذه الأرقام وتلك النسب إلى مجموعة من العوامل، فمثلًا من الصعب جدًا أن تتسع التغريدات لأكثر من وجهة نظر وأكثر من رأي؛ وذلك لعدد كلماتها المحدد، لذا جاء مسار عرض وجهة نظر واحدة في المركز الأول، أيضًا فرض وضع الجائحة أهمية قرارات المسؤولين التنفيذيين بل والتشريعيين، وأبرز أهمية الالتزام بالتعليمات والقرارات والتشريعات، ومع تسارع أحداث الجائحة وتطورها تطورت وتسارعت تصريحات المسؤولين التي تنوعت بين نفي أوامر وقرارات ، وإثباتها ؛ الأمر الذي انعكس بالضرورة على تكرار إبراز تصريحات المسؤولين، كما فرضت طبيعة الجائحة استخدام الأرقام والإحصاءات لاسيما في العالم الرقمي الذي يحيط بنا في كل شيء؛ فمن المنطقي أنه لن يستطيع إنسان يعيش في بلد تعداده السكاني خمس ملايين نسمة تصور الوضع المأساوي لجائحة يصل عدد الوفيات جرائها إلى 50 ألف نسمة يوميًا إلا بالأرقام.



شكل (2) التوزيع النسبي لمسارات البرهنة المستخدمة بالتغريدات الخاصة بأخبار جائحة كوفيد 19.



أما عن مسار تكرار الرسالة الإعلامية ووجوده في المركز الأخير؛ فقد جاءت هذه النتيجة منطقية إلى حدٍ كبير نظرًا لتسارع الأحداث والتعليمات وردود الأفعال؛ الأمر الذي أدى إلى عدم وجود مساحة أو جدوى من تكرار موقف أو رسالة محددة سوى في بعض الأحداث والتغريدات، والتي كانت المنصات تثبتها في بداية الجائحة مثل سبل الوقاية والحفاظ على المنزل والأهل والعزل المنزلي.

ولم تختلف المنصات في استخدامها لمسارات البرهنة عند تناولها لأخبار جائحة كوفيد 19 كثيرًا؛ إذ اتخذت جميعها نفس الاتجاهات. إلا أن منصة منظمة الصحة العالمية قد تفوقت على مثيلاتها في استخدام مسار عرض وجهة نظر واحدة،



وذلك وفقاً لنوع المعلومات ومحتوى التغريدات التي تنشرها؛ إذ إن المعلومات الطبية لا تحتمل وجهات النظر في الكثير من الأحيان.

أما منصة Gulf Daily News فقد سبقت في استخدام مسار عرض وجهات نظر مختلفة، ويمكننا الربط بين هذه النتيجة ونتيجة سابقة تنص على أن المنصة ذاتها احتلت المركز الأول في إجراء الحوارات، والمركز الثاني في إجراء التحقيقات المصورة.

كما تكاد تتساوى كل من منصات منظمة الصحة العالمية ومنصة BBC news عربي في استخدام الإحصاءات والأرقام وتليهم مباشرة منصة أخبار الخليج. وكانت منصة الشرق الأوسط وBBC News عربي الأكثر اهتماماً بتصريحات المسؤولين، وقبع استخدام مسار تكرار الرسالة في المركز الأخير، وذلك كما سبق الذكر بسبب تسارع الأحداث وعدم جدوى التكرار سوى في بعض حملات التوعية التي قامت بها بعض المنصات. وقد تكرر استخدام مسار "الاستشهاد بالأدلة الدينية" في منصة Gulf Daily News خمس مرات بنسبة مئوية لا تتجاوز 0.1%، وقد كان استخدام هذا المسار من قبيل حث رواد المنصة على الالتزام بسبل الوقاية وتدعيم ذلك بالأحاديث النبوية الشريفة الدالة على ضرورة إجراء عمليات الحجر الصحي والتطهر المستمر بالماء.

5. اهتمام المنصات الإخبارية بربط جائحة كوفيد-19 بمصالح الجمهور

تعددت الآثار التي تناولتها المنصات الإخبارية لجائحة كوفيد 19 على المواطنين، وبطبيعة الحال كانت الآثار الصحية هي السائدة وفقاً لطبيعة الأزمة، وذلك بنسبة 48% وتمثلت هذه الآثار الصحية المذكورة في تناول أعداد الإصابات والوفيات وتطورها، إضافة إلى محاولات اكتشاف اللقاحات وإنتاجها من الناحية الطبية، وفي المرتبة الثانية جاءت الآثار الاقتصادية بنسبة 22.8%، وتمثلت هذه الآثار المذكورة في التغريدات في تأثر حركة التجارة والصناعة وقطاع الخدمات في



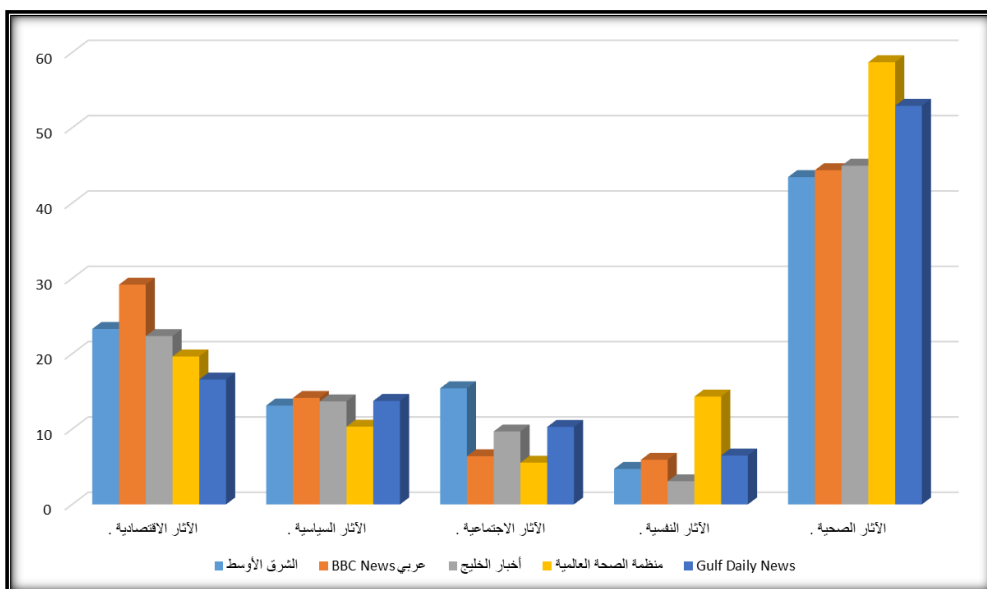
ظل الجائحة. وفي المركز الثالث كانت الآثار السياسية والتي لم يتجاوز تكرارها 13.3%، وذكرت المنصات الآثار السياسية مثل العلاقات الدولية والمساعدات الصحية بين الدول، ليس هذا فقط بل تناولت المنصات أيضاً تعامل بعض الدول مع الجائحة مثل التكتّم الإعلامي واعتقال الأطباء الذين صرحوا بوجود وباء في الصين، كما تناولت تأثيرات كوفيد 19 على الانتخابات الأمريكية وفقاً لتعامل الحكومات مع الأزمة. وفي المركز الرابع كانت الآثار الاجتماعية بنسبة 9.9% حيث تناولت المنصات تفاقم مشكلات البطالة وآثارها الاجتماعية، ودور منظمات المجتمع المدني في مجابهة الآثار الاقتصادية والأسرية بل والتعليمية.

وفي المركز الخامس والأخير تناولت المنصات الآثار النفسية للجائحة، بنسبة مئوية 6%. وشملت هذه الآثار تعرض المصابين ومرافقيهم لحالات الاكتئاب، إضافة إلى حالات الذعر والهلع وحالات القلق المرضية التي اجتاحت العالم بشكل عام وجنوب أوروبا خصيصاً في بدايات الجائحة. وبطبيعة الحال يمكن إدخال الآثار النفسية للجائحة تحت مظلة الآثار الصحية لتتعدى نسبة الآثار الصحية 54% من الآثار المتناولة كما يوضح شكل (3).

ومن الشكل (3) يتضح تفوق منصة منظمة الصحة العالمية الإخبارية في تناول كل من الآثار الصحية والنفسية لجائحة كوفيد 19، بينما احتلت المنصة ذاتها المركز الأخير في تناول الآثار الاجتماعية والسياسية.

أما منصة BBC News عربي فكانت الأكثر اهتماماً بالآثار السياسية والاقتصادية للجائحة، واتخذت موقفاً متوسطاً بين المنصات في تناول الآثار الاجتماعية والنفسية.

وبينما كانت منصة الشرق الأوسط هي الأكثر اهتماماً بالآثار الاجتماعية، اهتمت منصة Gulf Daily News بالآثار السياسية للجائحة.



شكل (3) التوزيع النسبي لتناول الأثار المترتبة على جائحة كوفيد 19 في المنصات الإخبارية قيد الدراسة

(ب) نتائج الدراسة الميدانية:

1. خبرة المبحوثين في التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي:

يوضح جدول (5) أن الفترات الزمنية لتعامل المبحوثين مع مواقع التواصل الاجتماعي قد تراوحت بين أقل من عام بنسبة 13.6% من إجمالي المبحوثين وأكثر من عامين بنسبة 67.8%، وفي مركز وسط تعامل 18.6% من أفراد العينة مع مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من عام وأقل من عامين.

ويمكن أن يرجع العدد الكبير لذوي الخبرة الكبيرة في التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي إلى عدة أسباب؛ منها ارتياد معظم الفئات السنية لهذه المواقع



إبان فترات الربيع العربي منذ ما يقرب من عشرة سنوات. وتشابه هذا التفسير كثيرًا مع تفسير دراستي (أسامة المدني، 2017)¹، و(عادل المكينزي، 2015)². وتتزايد أعداد مرتادي مواقع التواصل الاجتماعي يوميًا بعد يوم؛ الأمر الذي يتضح بجلاء عند مقارنة هذه الأعداد خلال السنوات القليلة الماضية؛ ففي العام 2017، وصل عدد مرتادي مواقع التواصل الاجتماعي إلى أقل من 2.5 مليار شخص في جميع أنحاء العالم، بينما وصل هذا العدد في عام 2019 إلى 3.5 مليار مستخدم في جميع أنحاء العالم، بما يعادل حوالي 45% من إجمالي عدد سكان العالم³.

جدول (5) خبرة المبحوثين في التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي

م	الفترة الزمنية التي تعامل المبحوثين فيها مع مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
1	أقل من عام	68	13.6
2	من عام إلى عامين	93	18.6
3	أكثر من عامين	339	67.8
	المجموع	500	100%

¹ أسامة المدني، 2017، دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات لدى طلاب الجامعات السعودية «تويتر نموذجًا»، مجلة كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى.

² عادل المكينزي، 2015، القضايا السعودية على شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر نموذجًا)، مجلة الآداب، ع 1، جامعة الملك سعود، الرياض.

³ Maryam Mohsin, 2019, Social Media Statistics You Need to Know in 2020, oberlo, 7 Nov 2019, <https://bit.ly/3d5W2AI>



كما يمكن أن ترجع الزيادة النسبية لمرتادي مواقع التواصل منذ أكثر من عام وأقل من عامين؛ إلى بحث الكثير من أفراد العينة عن مصادر معلوماتية لتلبية حاجاتهم للمعلومات الخاصة بجائحة كوفيد19.

2. المعدل اليومي لمتابعة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي:

بحسب التقرير الصادر عن مؤسسة هوتسويت الكندية عن العالم الرقمي للعام 2019¹، فقد وصل عدد مستخدمي مواقع التواصل 136.1 مليون شخص في الوطن العربي أي نحو 53% من عدد سكان الدول العربية؛ الأمر الآخر الذي لفت إليه التقرير أن الدول العربية تتفوق على الدول المتقدمة في مدة استخدام الإنترنت بأكثر من ساعة ونصف يومياً على الأقل، وذلك بالنسبة للفئة العمرية من (16-64) عاماً، إذ إن متوسط مدة تصفح المستخدم في السعودية على سبيل المثال بلغ أربع ساعات و14 دقيقة، وفي البحرين بلغ ثلاث ساعات و55 دقيقة، وفي الإمارات وصل إلى ثلاث ساعات و53 دقيقة، أما في المغرب فتبلغ المدة ثلاث ساعات و31 دقيقة.

وهذه الأرقام كلها تفوق المتوسط العالمي المحدد بثلاث ساعات و22 دقيقة، ويشير هذا إلى تعاضم أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في الدول العربية، وأنها باتت أحد أنماط الحياة العامة في الحياة المعاصرة، وباتت ضمن آليات التسويق الاجتماعي والسياسي التي يتم توظيفها في العديد من المجالات².

ولم تمثل معرفة عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي مفاجأة كبيرة؛ لا سيما في ظل الحجر المنزلي الذي فُرض على معظم البشر في بيوتهم في هذه الفترات العصيبة من انتشار الجائحة عالمياً؛

¹ Digital 2020, A comprehensive look at the state of the internet, mobile devices, social media, and ecommerce, Hootsuite, <https://bit.ly/33EOGjs>

² كيف تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي في الاستحقاقات الانتخابية؟، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة (أبوظبي)، 18 مايو، 2017، من خلال الرابط التالي: <https://bit.ly/2QxmI3s>



الأمر الذي أدى بالمبجوثين وغيرهم من ارتياد مواقع التواصل الاجتماعي ومنصاتها الإخبارية لفترات تفوق الثلاث ساعات يومياً في المُعظَم.



جدول (6) المعدل اليومي لمتابعة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

م	عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
1	أقل من ساعة في اليوم	104	20.8
2	من ساعة إلى أقل من 3 ساعات	154	30.8
3	من 3 ساعات إلى أقل من 5 ساعات	175	35
4	خمس ساعات فأكثر	67	13.4
	المجموع	500	%100

ومن الجدول (6) يتضح أن نحو 51% من عينة الدراسة لا يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاث ساعات يوميًا بواقع 20.8% يتابعون هذه المواقع أقل من ساعة يوميًا، و30.8 من ساعة إلى ثلاث ساعات.

وتتابع النسبة الكبرى من عينة الدراسة مواقع التواصل الاجتماعي من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات يوميًا وذلك بواقع 35% من حجم العينة، ويمكن تفسير ذلك في ضوء الحجر المنزلي والعمل من المنازل وأوقات الفراغ التي أدت بالبعض إلى إدمان وسائل التواصل إما بهدف ملء أوقات الفراغ أو التغلب على حالات الاكتئاب أو متابعة الأخبار والتطورات لسريعة بشكل لحظي.

3. المشكلات التي تعاني منها مواقع التواصل الاجتماعي:



تعد وسائل التواصل الاجتماعي بيئة خصبة لانتشار الشائعات وتداولها بشكل فائق السرعة بفعل خصائص البث الفوري والتداول الجماعي التي تتمتع بها، فضلاً عن توافر أدوات تزييف الصور وفبركة الفيديوهات، والتي تضفي بدورها حبكة محكمة على محتوى الشائعات تساعد في انتشارها¹، ويكفي الإشارة هنا إلى أن جمهورية مصر العربية قد تعرضت إلى أكثر من 21 ألف إشاعة خلال العام 2019 تستهدف نشر البلبلة والإحباط، وتدمير المجتمع من الداخل².

وفي أزمة جائحة كوفيد-19 انتشرت على مواقع التواصل الاجتماعي معلومات مغلوطة حول أعداد المصابين بالفيروس في بعض الدول العربية ليس فقط للتشكيك في منظومتها الصحية والوقائية، وإنما أيضاً لإظهار عجزها وإضعافها أمام شعبها، واتهامها بغياب الشفافية وعدم المصادقية أمام المجتمع الدولي.

ويوضح جدول (7) أهم المشكلات التي تعاني منها مواقع التواصل الاجتماعي؛ إذ جاء في المركز الأول: تداول المعلومات مجهولة المصدر وهي من أكبر المشكلات من وجهة نظر المبحوثين بنسبة 74%، بينما جاء في المركز الثاني: تداول المعلومات من مصادر غير موثوقة مثل قولهم "وقال مصدر مطلع" أو الاستعانة بوكالات أنباء مشبوهة بعدد تكرارات 345 وبنسبة مئوية وصلت إلى 69%.

وفي المركز الأخير: جاءت مشكلة صعوبة الحصول على المعلومات المهمة بنسبة 25%، وتمثل هذه المشكلة جانباً مهماً وإشكالية خطيرة في التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي، إذ يتطلب البحث عن المعلومة السليمة المنقحة من مصدر موثوق الكثير من المجهود والوقت، وذلك لتعدد المنصات واستيقاظها نحو

¹ د. فاطمة الزهراء عبد الفتاح، 2017، "التشارك الإلكتروني: آليات مكافحة الشائعات في الفضاء السيبراني"، مركز المستقبل للدراسات المتقدمة، ابوظبي، من خلال الرابط التالي <https://bit.ly/2o5KiJg>
² فتحي حسين، 2019، مواجهة الشائعات المغرضة في "التواصل الاجتماعي"، البوابة نيوز، (القاهرة)، 20 سبتمبر 2019 من خلال الرابط التالي: <https://bit.ly/2QxK5tK>



حصد الملايين من المشاهدات وجذب مئات الآلاف من الحسابات ؛ الأمر الذي يدفعها إلى إطلاق المزيد من الشائعات وتغيير الصياغات لتطويع المعاني والأخبار لأغراض محددة سلفاً.

جدول (7) أهم المشكلات التي تعاني منها مواقع التواصل الاجتماعي.

م	المشكلات	التكرار	النسبة المئوية
1	المعلومات مجهولة المصدر	372	74.4
2	محدودية المواد العلمية المتخصصة	282	56.4
3	عدم الموضوعية في معالجة اسباب الأزمات .	296	59.2
4	اعتمادها على معلومات أو مصادر غير موثوقة	345	69
5	صعوبة الحصول على المعلومات المهمة .	125	25
6	أخرى تذكر	2	0.4

4. المصادر التي اعتمدَ عليها في متابعة أخبار وباء كوفيد 19:

تمتاز كل فترة تاريخية عن سابقتها بتطور أدوات المعرفة فيها، إلا أن بعض البشر لا يواكبون هذا التطور كما ينبغي؛ وذلك إما خوفاً من التكنولوجيا الجديدة، أو اتقاءً لسلبياتها. فخلال عقد الستينات كانت أجهزة الراديو هي المصدر الأكثر استخداماً في معرفة الأخبار، أما الآن فنتسم الشوارع بمختلف مواقعها الجغرافية بالبشر حاملي الهواتف المحمولة إن جاز التعبير، وبالطبع أثر ذلك في سرعة انتشار الأخبار ودقتها .

وتحتوي الهواتف المحمولة والأجهزة اللوحية بل والحواسب الآلية على صور كثيرة للتطبيقات الإخبارية، إضافة إلى تطبيقات التواصل الاجتماعي والتي تضم في طياتها مئات من المنصات الإخبارية.



ورغم التأثير الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي على الواقع العربي والعالمية
كما دُكر؛ إلا أن هناك مصادرأ أخرى للمعلومات قد اعتمد عليها أفراد عينة الدراسة،
ويوضح جدول (8) هذه المصادر.



جدول (8) أهم المصادر التي اعتمدَ عليها في متابعة أخبار

وباء كوفيد 19

م	المصادر	التكرار	النسبة المئوية
1	التلفزيون الحكومي	189	37.8
2	الصحف المطبوعة	142	28.4
3	الصحف الالكترونية	279	55.8
4	مواقع التواصل الاجتماعي	412	82.4

ومن الجدول (8) يتضح أن 82.4% من أفراد عينة الدراسة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي لاستقاء معلوماتهم عن مختلف القضايا والموضوعات، بينما في المركز الثاني تأتي الصحف الالكترونية بنسبة 55.8، وفي المركز الأخير جاءت الصحف المطبوعة بنسبة 28.4%. ويرجع هذا بالطبع كما ذُكر إلى تطور وسائل المعرفة واعتمادها على الهواتف المحمولة والأجهزة اللوحية والحواسب الآلية من جهة ، وسرعة ودقة هذه الوسائل من جهة أخرى.

5. الثقة في المنصات الإخبارية على تويتر في معرفة أخبار كوفيد 19.

إنه من غير السليم تكوين صورة ذهنية عن الأخبار الموثوقة النابعة من منصة إخبارية ما عن طريق عدد المشتركين والمتابعين لها. فمثلاً المنصة الإخبارية التي يتابعها 1000 حساب لا تزيد درجة موثوقية أخبارها بالضرورة عن منصة أخرى يتابعها 10 حسابات، وإن كان عدد المتابعين مهمًا في الحكم على المنصات الإخبارية. إلا أن ما يحدث غالبًا هو قيام هذه المنصات بنشر أخبار مفبركة أو بصيغة معينة - كأن تكون مثيرة للرأي العام- لتضمن دخول عدد كبير من الحسابات وتسجيل المتابعة أو الإعجاب.



ويدخل في عملية تقييم درجة ثقة الجمهور في أخبار المنصات مجموعة من العوامل مثل: الانتماءات الأيديولوجية للجمهور والمنصات وتوجهاتها السياسية، وكيوننة هيئة التحرير الخاصة بالمنصة، ومدى تابعة المنصة لهيئات أو منظمات محلية أو عالمية، واعتماد هذه المنصات على مصادر في تناول وسرد أخبارها ؛ كل هذه العناصر وغيرها ترسخ لدى الجمهور درجة من الثقة يمكن لكل متابع تحديدها. جدول (9) درجة الثقة في أخبار كوفيد 19 المنشورة على المنصات الإخبارية على تويتر.

م	المنصة الإخبارية	متوسط درجة الثقة
1	الشرق الأوسط	8.5
2	BBC News عربي	8.9
3	أخبار الخليج	8.1
4	منظمة الصحة العالمية	9.2
5	Gulf Daily News	7.8
6	TRT	5.8
7	Sky News Arabia	6.5
8	الجزيرة	4.2
9	العربية	7.1
10	العالم	4.0

• حيث 1 لا أثق فيها مطلقاً و10 أثق فيها بشكل كامل



وبسؤال أفراد عينة الدراسة عن مدى الثقة في أخبار كوفيد 19 المنشورة على المنصات الإخبارية على تويتر اتضح التباين في درجة ثقة المبحوثين في هذه الأخبار بحسب المنصة ؛ فمثلاً يتجاوز متوسط درجة الثقة في أخبار منصة منظمة الصحة العالمية 9.2 درجة، يليه متوسط درجة الثقة في أخبار منصة BBC News عربي بعدد درجات 8.9. بينما كان متوسط درجة الثقة بمنصة العالم الإخبارية الإيرانية 4 درجات.

6. اعتماد الجمهور على منصات تويتر الإخبارية في معرفة أخبار كوفيد 19:

يعتمد الجمهور في استقاء معلوماته على ما يثق فيه ويقدم له معرفة دورية مجردة من التوجيهات التي يمكن أن تكون إيجابية أحياناً وسلبية أحياناً أخرى.

وقد وصلت العلاقة الارتباطية بين درجة الثقة ودرجة الاعتماد بحسب معامل الارتباط بيرسون إلى 0.9، مما يدل على أن العلاقة قوية طردية موجبة ، وهكذا رأى الجمهور أن أولى المنصات التي يمكن أن يعتمد عليها لمعرفة أخبار جائحة كوفيد 19 هي منصة منظمة الصحة العالمية بتسع درجات اعتماد ، تليها منصة أخبار الشرق الأوسط وجاءت منصة أخبار BBC News عربي في المركز الثالث ب 8.6 درجة. واحتلت منصتا أخبار الخليج و Gulf Daily News المركز الرابع والخامس على الترتيب كما يبين جدول (10).

وفي المراكز الثلاث الأخيرة جاءت منصات العالم والجزيرة وTRT، ويرجع تدني مستويات الاعتماد على هذه المنصات إلى الصراعات السياسية بين الدول المطلقة لهذه المنصات من جهة ودول مجلس التعاون الخليجي من جهة أخرى.



جدول (10) درجة الاعتماد على المنصات الإخبارية في معرفة أخبار كوفيد19.

م	المنصة الإخبارية	درجة الاعتماد
1	الشرق الأوسط	8.7
2	BBC News عربي	8.6
3	أخبار الخليج	8.1
4	منظمة الصحة العالمية	9
5	Gulf Daily News	7.6
6	TRT	4.6
7	Sky News Arabia	7.5
8	الجزيرة	4.6
9	العربية	6.7
10	العالم	3.1

• حيث 1 لا أعتمد عليها مطلقاً و10 أعتمد عليها بشكل كامل

7. التأثيرات التي تترتب على استخدام المنصات الإخبارية الموجودة على موقع التواصل الاجتماعي تويتر:

تشير العديد من الدراسات إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي باتت تسهم بدور كبير في التنقيف الصحي، من خلال ما تتيحه من محتوى رقمي متنوع يتناول



مختلف الأطر والطرق بل والسياسات الصحية¹. وتعد فئة الشباب الأكثر تأثراً بهذا المحتوى، بحكم ما يتمتعون به من سمات تجعلهم أكثر انفتاحاً على الثقافات العالمية والتجارب الصحية لمختلف دول العالم. ويكشف هذا بوضوح أن وسائل التواصل الاجتماعي بأشكالها المختلفة تمثل نافذة مهمة للتثقيف الصحي، إذ إن المشاركات المتعددة للمحتوى الذي تنشره صفحات مواقع التواصل الاجتماعي من شأنه أن ينمي المعرفة الصحية للنشء والشباب. ولا يتوقف الأمر عند هذا الحد بل يدفعهم إلى المشاركة في الفاعليات المجتمعية والتوعوية، لا سيما في ظل تنامي دور الشباب في كافة المجتمعات، إذ إن الكثير من القيادات والمسؤولين في العالم ينتمون إلى جيل الشباب.

ويُبدل على ذلك من أن وسائل التواصل الاجتماعي أفرزت نخبة جديدة من الشباب العربي الذين يتابعهم الملايين، ويمتلكون القدرة على التأثير والإقناع.

وبسؤال أفراد عينة الدراسة الميدانية عن التأثيرات التي مستهم جراء ارتياد المنصات الإخبارية على موقع التواصل الاجتماعي تويتر تبينت مجموعة من النقاط وهي:

- أقر 88% من أفراد عينة الدراسة بزيادة ثقافتهم العامة واطلاعهم على المزيد من الأخبار والمعلومات من خلال متابعتهم للمنصات الإخبارية.

- يرى 59% من أفراد عينة الدراسة أن متابعتهم للمنصات الإخبارية على تويتر قد زادت من ثقافتهم، ويرجع ذلك بالطبع لكونهم متابعين للأحداث أولاً بأول؛ إذ ترتبط الثقة بالنفس حتماً بالمعرفة. كما رأي 47% من العينة أنهم أصيبوا بالتشتت العاطفي لا سيما في ظل تضارب الأخبار وتعدد الآراء تجاه الجائحة، بينما عارض 34% من العينة هذا الرأي. وأقر 36.4% من أفراد عينة الدراسة بزيادة الشعور بالمسؤولية المجتمعية وذلك من خلال حث المنصات على نشر

¹ Anthony Downey (editor), 2019, Uncommon Grounds: New Media and Critical Practices in North Africa and the Middle East (London, I.B. Tauris, December 2014) pp 256.



الحس الوطني والحث على التضافر المجتمعي. ولم ينكر دور المنصات في التأثيرات النفسية على الأفراد سوى 11% من عينة الدراسة بينما عارض هذا الرأي 265 مفردة بما نسبته 53%.

– أضعفت متابعة المنصات الإخبارية على تويتر أوقات 43.6% من مرتاديها، بينما تساوت نسب الأفراد المحايدين والمعارضين لهذا الرأي ب 28%. كما أثرت متابعة هذه المنصات إيجابياً في سلوك 37% من العينة وتساوت أيضاً نسب المحايدين والمعارضين لهذا الرأي بنسبة 31%. ويرى 19.6% بأن متابعة المنصات لم يكن لها أية تأثيرات على سلوكهم إلا أن 65.2% عارضوا هذا الرأي.



جدول (11) التأثيرات التي تترتب على المنصات الإخبارية لموقع التواصل الاجتماعي تويتر.

معارض		محايد		موافق		التأثيرات	
%	ت	%	ت	%	ت		
1	5	9	45	88	440	زاد من ثقافتي العامة	التأثيرات المعرفية
0	0	11.6	58	88.4	442	زاد من اطلاعي على الأخبار والمعلومات	
88	440	12	60	0	0	لم يكن للمنصات أي أثر على معلوماتي	
26.2	131	14.8	74	59	295	زادت من ثقتي بنفسي	التأثيرات النفسية
34	170	19	95	47	235	اشعر بالثقت	
12.8	64	50.8	254	36.4	182	زادت من الشعور بالمسؤولية المجتمعية	
53	265	35.8	179	11.2	56	لم يكن للمنصات أي أثر على عواظي	
31.2	156	31.8	159	37	185	أثر على سلوكي إيجابيًا تجاه الآخرين	التأثيرات السلوكية
28	140	28.4	142	43.6	218	أضاعت الكثير من وقتي في التصفح	
65.2	326	15.2	76	19.6	98	لم يكن للمنصات أي أثر على سلوكي	



الخاتمة والتوصيات:

تُجمع نظريات الاتصال والإعلام الحديثة على تنامي دور وسائل التواصل الاجتماعي، خاصة مع الثورة الرقمية التي يعيشها عالم اليوم، فإن من المهم والضروري العمل على تعظيم الاستفادة من الفرص التي تتيحها وسائل التواصل الاجتماعي، باعتبارها أهم أدوات التنشئة وتشكيل الوعي لدى النشء والشباب، وفي الوقت ذاته ضرورة ضبطها وتنظيمها بحيث لا تتحول إلى منصات لنشر الفكر المتطرف والعنيف أو نشر الشائعات التي تهدد أمن المجتمعات واستقرارها، وهناك العديد من المقترحات التي يمكن أن تسهم في ذلك، لعل أبرزها:

1. تدريب النشء والشباب في الدول العربية على كيفية الاستخدام الآمن لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال دورات متخصصة يشرف عليها الخبراء والمتخصصون، وتنمية الوعي لديهم بخطورة الفكر الذي تبثه بعض الجهات غير المنضبطة على هذه المواقع.

2. التصدي للشائعات التي مصدرها وسائل التواصل الاجتماعي، من خلال تطبيق العقوبات على مروجيها، خاصة أن هذه الوسائل تعد النافذة المثالية لإطلاق الشائعات التي تستهدف الأفراد والدول على حد سواء. وإذا كانت وسائل التواصل الاجتماعي عاملاً فاعلاً في هذا الانتشار الكبير للشائعات والأكاذيب، فإنها أيضاً وفرت الحلول لمكافحة تلك الأكاذيب ومحاصرتها، فقد نشر موقع "فيسبوك" ورقة باسم عمليات المعلومات في أبريل 2017 تضمنت تطوير خوارزميات قادرة على رصد الحملات المنظمة الهادفة لنشر الشائعات عبر رصد هذا النوع من السلوك الممنهج لنشر أخبار بعينها، وهي خوارزميات قادرة على منع الحسابات الوهمية، ورصد نشر الحساب للخبر ذاته بشكل متكرر، أو قيامه بإرسال مراسلات بشكل مشبوه. وهناك أيضاً آلية التعقب الرقمي، والتي لا تكفي برصد الشائعات فقط، ولكنها تعمل على تتبع انتشارها، وتعقب مصادرها، والتحقق من عناصرها بشكل



فوري ومنظم، ومن أبرز أمثلتها موقع “Emergent”، وهو جزء من مشروع بحثي تابع لمركز “تو للصحافة الرقمية” بجامعة كولومبيا، ويقوم الموقع بوضع لافتات على الشائعة، بحيث يوضح كونها شائعة أو معلومة صحيحة أو غير مؤكدة بعد، وبالضغط عليها يوضح مصدرها وحجم انتشارها وغيرها من المعلومات¹.

3. توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في التصدي للأيديولوجيات المتطرفة والأفكار الهدامة التي تستهدف النشء والشباب، وهناك العديد من التجارب المهمة التي يمكن الاستفادة منها في هذا الشأن، كتجربة “مركز صواب”، الذي تم تأسيسه بالتعاون بين دولة الإمارات العربية المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية في عام 2015، بهدف التصدي للأفكار المغلوطة وتصويبها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

¹ Karyne Levy, 2014, Emergent debunks internet rumors in real time, October 14, 2014, <https://bit.ly/2o5Ym5w>



المصادر والمراجع

- إبراهيم بعزيز، 2011، دور وسائل الإعلام الجديدة في تحول المتلقي إلى مرسل وظهور صحافة المواطن، مجلة الإذاعات العربية، العدد 56.
- أسامة المدني، 2017، دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات لدى طلاب الجامعات السعودية «تويتر نموذجًا»، مجلة كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى.
- إيهاب خليفة، 2020، اتجاهات تفاعل مواقع التواصل الاجتماعي مع كورونا تويتر نموذجًا، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة.
- تم الاطلاع على المنصات وأعداد المتابعين لها من موقع Twitter يوم 15 أغسطس للعام 2020، في تمام الساعة الحادية عشر صباحًا.
- فاطمة الزهراء عبد الفتاح، 2017، «التشارك الإلكتروني: آليات مكافحة الشائعات في الفضاء السببراني»، مركز المستقبل للدراسات المتقدمة، ابوظبي، من خلال الرابط التالي <https://bit.ly/2o5KiJg>
- عادل المكينزي، 2015، القضايا السعودية على شبكات التواصل الاجتماعي (تويتر نموذجًا)، مجلة الآداب، ع 1، جامعة الملك سعود، الرياض.
- فتحي حسين، 2019، مواجهة الشائعات المغرضة في «التواصل الاجتماعي»، البوابة نيوز، (القاهرة)، 20 سبتمبر 2019 من خلال الرابط التالي: <https://bit.ly/2QxK5tK>
- قوت عبد التواب بشير، ليلي لبيب محمود، ثناء عبد الحميد عمارة، 1984، مصادر المعرفة الرياضية لتلميذات المرحلة الإعدادية، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، الجزء الأول.
- كيف تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي في الاستحقاقات الانتخابية؟، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة (أبو ظبي)، 18 مايو، 2017، من خلال الرابط التالي: <https://bit.ly/2Qxml3s>
- منظمة الصحة العالمية. 2020. اعتبارات الصحة النفسية والدعم النفسي والاجتماعي أثناء فاشية كوفيد 19. المكتب الإقليمي لشرق المتوسط.
- نائبه، أحمد، (2015)، دور وسائل الإعلام الرقمية في تعزيز التنقيف الصحي للمجتمع الأردني. دراسة مقدمة الى مؤتمر الإعلام الصحي الأول، نظمه جامعة الشرق الأوسط ومستشفى الإسرائ، عمان.



- Anterpreet Kaur,2020, Increasing Information Dependency of Farmers on Social Media; A Study On the Amritsar District of Punjab, UGC Care Group I Listed Journal, Vol-10 Issue-6 No. 9.
- Anthony Downey (editor),2019, Uncommon Grounds: New Media and Critical Practices in North Africa and the Middle East (London, I.B. Tauris, December 2014) pp 256.
- Daniel A, Bobby D, Simon W, Nayana D and James R, (2021). Health-protective behavior, social media usage and conspiracy belief during the COVID-19 public health emergency. Psychological Medicine.
- Digital 2020, A comprehensive look at the state of the internet, mobile devices, social media, and ecommerce, Hootsuite, <https://bit.ly/33EOGjs>.
- EMILIO FERRARA, 2020, WHAT TYPES OF COVID-19 CONSPIRACIES ARE POPULATED BY TWITTER BOTS, Social and Information Networks, Physics and Society.
- Fatima H, Maram H, Reem S, Tamer E, 2021, ArCOV-19: The First Arabic COVID-19 Twitter Dataset with Propagation Networks, Computer Science and Engineering Department, Qatar University.
- James M, Edward H, 2021, Facebook, news media and platform dependency: The institutional impacts of news distribution on social platforms, new media & society, sagepub.com/journals-permissions DOI: 10.1177/1461444820926472.
- Karyne Levy, 2014, Emergent debunks internet rumors in real time, October 14, <https://bit.ly/2o5Ym5w>.
- Kouzy R, Abi Jaoude J, Kraitem A, et al. (March 13, 2020) Coronavirus Goes Viral: Quantifying the COVID-19 Misinformation Epidemic on Twitter. Cureus 12(3): e7255. DOI 10.7759/cureus.7255.
- Lisa S, Shweta B, Leticia B, Ceren B, Guangqing C, Kornraphop K, Colton P, Rebecca V, Emily V, Yanchen W, 2020, A first look at COVID-19 information and misinformation sharing on Twitter, arXiv:2003.13907v1 [cs.SI] 31 Mar 2020.
- Lxue Bai and Oliver Yao.,2010, Facebook on campus: the use and friend formation in online social networks, College of Business, Lehigh University.
- Maryam Mohsin, 2019, Social Media Statistics You Need to Know in 2020, oberlo, 7 Nov 2019, <https://bit.ly/3d5W2AI>.



Middle East Research Journal

Refereed Scientific Journal
(Accredited) Monthly



Issued by
Middle East
Research Center

Vol. 89
July 2023

Forty-ninth Year
Founded in 1974



Issn: 2536 - 9504
Online Issn: 2735 - 5233