

Academic Attitudes toward the Role of Social Media in Shaping Electronic Public Opinion about Crises An applied Study on (Corona Virus Crisis)

Mona Ali Mohamed Abdel-Rahman *

Department of Public Relations & Advertising, College of Mass Communication, Ajman University, P.O.Box: 346 Ajman, UAE.

Received: 19 Jan. 2020, Revised: 2 Mar. 2020; Accepted: 1 April. 2020

Published online: 1 May. 2020.

Abstract: Social media represent one of the modern communication technologies that contribute to expressing public opinion trends towards various events and crises, such as the new COVID-19, which is characterized by its ability to influence the community's life. We formulated the questions on the attitudes of the academics towards the role of social media sites in forming electronic public opinion through distributing a questionnaire to (148) faculty members at various colleges. It is shown that Facebook ranked first with a percentage of (43.2%), because the participants find it the easiest way to express and share their opinions with their friends and followers. Instagram, which is used to know the latest news and share photos, ranked second followed by Snapchat, YouTube, and Twitter. Moreover, they used social media sites three hours a day, which is an indication of their importance. Furthermore, expressing their feelings towards the crisis of COVID-19 outbreak ranked first with a percentage of (78 %). The most important communication benefits were achieved when the academics used social networking sites to post information on their profiles with precautionary and preventive measures. This asserts the important role the academics play in raising awareness throughout crises.

Keywords: Electronic public opinion- social media - Corona virus.

* Corresponding author E-mail: m.abdelrahman@ajman.ac.ae

اتجاهات الاكاديميات نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الالكتروني إزاء الازمات دراسة تطبيقية على (ازمة فيروس كورونا)

د. مني على عبد الرحمن

قسم العلاقات العامة والإعلان ، كلية الإعلام ، جامعة عجمان ، صندوق بريد: 346 عجمان ، الإمارات العربية المتحدة.

المخلص: تمثل مواقع التواصل الاجتماعي واحدة من التقنيات الاتصالية الحديثة التي أسهمت في التعبير عن اتجاهات الرأي العام تجاه مختلف الأحداث والأزمات وعلي سبيل المثال (فيروس كورونا الجديد) والتي تتسم بقدرتها علي التأثير في الحياة المجتمعية للجمهور ، ومن أجل التعرف علي دورهن في مجال تشكيل الرأي لدي طبقة مثقفة من الجمهور تتميز بأنها علي مستوى عال من المعرفة والثقافة ولها خبرة في مجال التعامل مع وسائل الاعلام وتمتاز بأنها نشطة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتبدي رايها بشأن الموافق والاخبار والاحداث المنشورة فيه تعبيرا عن اتجاهاتها وتعاطفها مع الحدث او الموقف ،ولذا تمت صياغة عدد من الأسئلة التي تضمنتها استمارة الاستبيان بشأن التعرف علي اتجاهات الاكاديميات بجامعة عجمان نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الالكتروني عن طريق توزيع استمارة الاستبيان علي (148) مفردة من عضوات الهيئة التدريسية بالجامعة بمختلف الكليات والتخصصات. أظهرت نتائج البحث بان الاكاديميات عينة البحث انهن يستخدمن الفيس بوك بنسبة بلغت (43.2 %) وجاء في الترتيب الأول وذلك لان الفيس بوك الوسيلة الأسهل للتعبير عن آرائهم ومشاركة الأصدقاء والمتابعين بالأفكار وجاءت بالمرتبة الثانية الانستجرام لمعرفة اخر الاخبار وكذلك مشاركة الصور الخاصة بهن وجاء بعد ذلك السناپ شات ويوتيوب وتويتر، الاكاديميات عينة البحث تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بواقع ثلاث ساعات يوميا ، وهو مؤشر لأهمية تلك الوسائل ، جاءت عبارة التعبير عن المشاعر الرأي العام تجاه ازمة انتشار فيروس الكورونا في المرتبة الاولى وبنسبة مئوية بلغت (78 %) كأهم المزايا الاتصالية المتحققة عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والاكاديميات يقمن بنشر معلومات علي صفحاتهن الشخصية بإجراءات احترازية ووقائية في المرتبة الاولى حيث يؤكد ذلك أهمية الدور الذي يقمن به الاكاديميات في التوعية اثناء الازمات.

الكلمات المفتاحية: الرأي العام الالكتروني - مواقع التواصل الاجتماعي - فيروس الكورونا.

1 مقدمة

من بين معالم الواقع الجديد، الذي أفرزته أزمة تفشي وباء كورونا في أنحاء العالم، كان ذلك الاختبار القوي لوسائل التواصل الاجتماعي، التي باتت سمة واضحة لا ينكرها أحد في العالم المعاصر.

وبقدر ما أسهمت تلك الوسائل الجديدة، في تخفيف وطأة أزمة التواصل المباشر بين البشر، بفعل المخاوف من تفشي الفيروس، بقدر ما بدا من وجهة نظر كثيرين أنها فشلت في اختبار المصادقية.

ولأن آفة الأخبار هم رواتها، فإن جمهور وسائل التواصل الاجتماعي يتحمل جانبا كبيرا من المسؤولية فيما يجري الحديث عنه من جوانب سلبية، أفرزها استخدام تلك الوسائل خلال الأزمة، من نشر أخبار مغفركة، إلى نشر شائعات، إلى سعي لبث الخوف والذعر في نفوس الناس، الذين وضعتهم الأزمة في حالة من القلق، يدفعهم للتشبث بأية معلومة ربما تكون في أساسها غير صحيحة.

ومنذ بدأت الأزمة بانتشار الفيروس في الصين أواخر العام الماضي، ثم انتقاله لدول أخرى، بدا واضحا على العديد من منصات التواصل الاجتماعي، أن هناك ما يشبه حالة من الذعر والهلع الجماعي، التي يروج لها قطاع كبير من رواد تلك المنصات. وكان لافتا كيف تحرك موقع تويتر، الأكثر تداولاً في العديد من الدول العربية، ليعلن حظر "المحتوى المضلل" حول الوباء وليقول إنه سيزيل أي محتوى، يروج لمزاعم غير محددة ومضللة بشأن فيروس كورونا.

وقال موقع التواصل الاجتماعي إن التغريدات، التي يمكن أن تعرض الناس لخطر الإصابة بكوفيد ١٩، سيتم حظرها وفقا لقواعد الأمان المراجعة. ووفقا لتويتر، فإن ذلك يتضمن أية مزاعم غير موثوقة، بأن جماعات بعينها هي الأكثر عرضة للإصابة بالفيروس.

ولهذا انطلقت الباحثة من فكرة أساسية تمثلت في تعاطف أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى شريحة من الجمهور تتسم بانها مثقفة وعلى درجة من الوعي بالممارسات الوقائية تجاه الازمات العالمية (فيروس كورونا) والقضايا ذات المساس باحتياجات المواطن وتشكل جزءاً دائماً من حياته اليومية، وبشكل خاص الوضع الأمني وسلامة المواطن، لذا فقد جاء هذا البحث ليرز اتجاهات الاكاديميات نحو مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الالكتروني الذي يمثل احد المصطلحات الحديثة التي ظهرت ابان التطورات التكنولوجية الحديثة في مجال تطبيقات الانترنت ومفاهيمها، من خلال صياغة عدد من الاسئلة تضمنتها استمارة الاستبيان التي طبقت على عينة من اساتذة الجامعات (الاكاديميات) العاملين في الوسط الجامعي بجامعة عجمان، كونهم على صلة يومية بأحداث اليومية وما تثيره من نقاش لدى الجمهور تكون مواقع التواصل الاجتماعي ساحات للتعبير عنه، والتعليق عليه وابداء الرأي تجاه الإجراءات الحكومية المتخذة الاحترازية للوقاية من انتشار ذلك الفيروس اذ تم تطبيقها على (148) مفردة منهم بمختلف القابهم العلمية وتخصصاتهم الاكاديمية، وتم التوصل الى عدد من النتائج تمت الاشارة اليها في متن البحث.

ومن هنا جاءت أهمية البحث حول "اتجاهات الاكاديميات نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الالكتروني إزاء الازمات (فيروس كورونا)" وما هو الدور المنوط به لتلك الفئة المؤثرة في المجتمع لتشكيل رأي عام مستنير يعتمد علي المصادقية والوضوح والبيانات والمعلومات الموثقة وكانت العينة التي تم اختيارها هي الاكاديميات بجامعة عجمان.

2 الاطار العام للبحث

2.1 مشكلة البحث

يتطلب تحديد المشكلة تحديد النقاط الأساسية والفرعية للمشكلة فضلا عن تحديد العوامل الرئيسية التي دفعت الباحثة الي اختيار المشكلة¹ وبذلك فان مشكلة البحث تحدد ب (ماهي طبيعة الاتجاهات التي يحملها الاكاديميات نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الالكتروني تجاه ازمة فيروس كورونا) بمجتمع دولة الامارات العربية المتحدة عامة وجمهور التدريسين خاصة بوصفه جمهورا مثقفاً وواعياً وعلى قدر عال من التعليم.

2.2 تساؤلات البحث

لقد أجاب البحث. عن الأسئلة التالية:

- ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام إزاء الازمات ؟
- إلي أي مدى يؤثر مقياس اتجاه النخبة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الالكتروني ؟
- ما المزايا التي يحصل عليها الاكاديميات عند استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

2.3 أهمية البحث

- إضافة للدراسات الإعلامية عامة ولدراسات الرأي العام خاصة ومحاولة الإشارة الي مواقع التواصل الاجتماعي خصوصا انها أصبحت المتنفس الوحيد للشباب.
- يعد البحث من الدراسات التي تهتم ببيان الاكاديميات بشأن مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل الرأي العام وبوصفهم جمهورا واعيا ومثقفاً وعلى مستوى عال من التعليم في مجال التخصص الأكاديمي ويمتلكن خبرة ودراية واسعة.

2.4 أهداف البحث

يهدف البحث الى:

1. بيان الاكاديميات نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام .
2. التعرف علي اهم الأنشطة التي يقومون بها الاكاديميات من خلال استخدامهن لمواقع التواصل الاجتماعي.
3. معرفة أولويات المزايا الاتصالية التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الاكاديميات (عينة البحث).

2.5 منهج البحث

استعانت الباحثة بالمنهج المسحي بوصفه احد المناهج الأساسية في البحوث الوصفية (اذ يهتم بجمع المعلومات عن حالة الافراد وسلوكهم وادراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم) ونقصد بهذا المنهج التعرف علي الظاهرة التي ندرسها وتحديد الوضع الحالي من جوانب القوة والضعف ولأجل تحقيق اهداف البحث علي وفق هذا المنهج ،تمت الاستعانة باستمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات في اطار البحوث الاستكشافية الوصفية التي تهدف الي اكتشاف ظاهرة معينة والقاء المزيد من الضوء عليها.

2.6 عينة البحث

تعد العينة العمدية من أنواع العينات غير الاحتمالية وتختار عن عمد بما يتناسب مع تحقيق هدف بحث معين ، وتقوم الباحثة باختيار مفردات العينة في ضوء انطباق سمات او خصائص معينة عليهم ، وتستبعد في ذلك الذين لا تتوفر فيهم هذه السمات، في هذا البحث تم اختيار (148) مفردة من الاكاديميات الاتي يعملن بكليات الطب البشري وطب الاسنان والصيدلة والهندسة وإدارة اعمال وقانون والتربية و الإنسانيات والاعلام ، كونهن يمتلكون قدرة التأثير في المجال الاكاديمي الذي ينتمون اليها.

2.7 أداة جمع البيانات

قام الباحث بتصميم استمارة استبيان تضمنت نوعين من الاسئلة، الاسئلة الديموغرافية المتعلقة بأفراد عينة البحث من الأكاديميات، والاسئلة المتعلقة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، واتجاهاتهم، نحو دورها في تشكيل الرأي العام الالكتروني. وتم عرضها على مجموعة من الأساتذة ومن ثم تعديلها على وفق الملاحظات المؤشرة من قبلهم. يقصد بالصدق أن الأداة المستخدمة في البحث صالحة لتحقيق الهدف الذي أعدت من اجله². وللتأكد من صدق الاستمارة التحليل فقد قام الباحث بعرضها على مجموعة من المحكمين من أساتذة الإعلام والأخذ بالتعديلات التي تم تأشيرها من قبل الخبراء والابقاء على الأسئلة التي حصلت على نسبة اتفاق (80%) وفيما يتعلق بالثبات تمت إعادة تطبيق صحيفة الاستقصاء على نسبة (10%) من مفردات البحث بفاصل زمني مدته أسبوع بين التطبيقين لاختبار مدى اتساق البيانات في التطبيقين الأول والثاني وبلغ معامل الثبات 0,83 مما يدل على ثبات أداة الاستبيان في هذا البحث.

2.8 مجالات البحث

المجال الزمني: تم انجاز البحث خلال المدة الزمنية الممتدة من 15 / 1 / 2020 إلى 1/3 / 2020.

المجال المكاني: تم تحديده بإمارة عجمان بوصفها الامارة التي بها الجامعة، وتمثل مجتمع البحث للأكاديميات بالجامعة التي يعملون فيها.

المجال البشري: تم تحديده من الاكاديميات الاتي يعملن بكليات الطب البشري وطب الاسنان والصيدلة والهندسة وإدارة اعمال وقانون والتربية والإنسانيات والاعلام.

2.9 عرض الدراسات السابقة ونقدها

تتبع أهمية الدراسات التي تسبق البحث في أنها تعمل على تحديد وبلورة مشكلة البحث، والابتعاد عن التكرار وإثراء مشكلة البحث مما يجعل الباحث أكثر جرأة وطمأنينة وتزويد البحث بالكثير من الأفكار والأدوات التي تساعده على اختيار الأداة المناسبة والتزويد بالكثير من المصادر والمراجع والتراث العلمي وقد تم الاطلاع على الدراسات ذات العلاقة : -

1- دراسة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى طالبات جامعة الأمير نورة بنت عبد الرحمن في ضوء الوحدة النفسية والتسامح، لطيفة عثمان الشعلان، منيرة عبد الرحمن المقرن كلية التربية - جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن.

هدفت الدراسة الحالية إلى الكشف عن مستوى الشعور بالوحدة النفسية، وكذلك مستوى التسامح الديني والمذهبي والاجتماعي والثقافي لدى طالبات جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن. كما هدفت إلى الكشف عن الاختلاف في مدى استخدام الطالبات لمواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاختلاف تخصصاتهن ما بين علمية وصحية أو تربوية وإنسانية ومستوياتهن الدراسية، وتحصيلهن الأكاديمي بلغ حجم عينة الدراسة النهائية (373) طالبة، بحيث شكلت طالبات الكليات العلمية والصحية ما نسبته (31.6 %) من حجم عينة الدراسة، أما طالبات الكليات التربوية والإنسانية فقد شكلن (68.4 %) من حجم العينة أظهرت نتائج الدراسة أن متوسط الشعور بالوحدة النفسية هو 1.80 وبمقارنته مع المتوسط العام يتبين بأن مستوى الشعور بالوحدة لدى طالبات الجامعة ضعيف. كما أظهرت النتائج أن متوسط التسامح هو (3.09) وبمقارنته مع المتوسط العام يتضح أن مستوى التسامح لدى طالبات الجامعة كان بدرجة متوسطة.

2- دراسة دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها

على طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا

وسام طایل البشاشة-رسالة ماجستير غير منشورة

استخدم الباحث المنهج الوصفي وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك وتويتر) واشباعاتها بالتطبيق على عينة من طلبة الجامعة الأردنية وجامعة البترا ومن أجل تحقيق هذا الهدف استخدم الباحث المنهج الوصفي و حيث صمم استبانة لقياس دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعها وتكونت عينة الدراسة من (214) مفردة من الطلبة وتوصلت إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

كان دافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي بغرض التواصل مع الأقارب والأهل هو الأكبر بنسبة (89.174 %) و دافع الترفيه والتسلية بنسبة (87.038 %). ومن بعد ذلك دافع الاستخدام لأغراض دراسية بنسبة وصلت إلى (79.80 %) ومن ثم دافع البحث عن أصدقاء الطفولة بنسبة بلغت (78.59 %).

أما أهم الإشباعات التي يسعى طلبة الجامعات الأردنية إلى تلبيتها من خلال استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي (81.61 %) من الطلبة أن مواقع التواصل الاجتماعي تحقق إشباعاً اجتماعياً ويرى (61.18 %) منهم أنها تحقق إشباعاً معرفياً من خلال طرح

80.18% منهم أنها تشبع رغبة حب الاستطلاع لديهم و بينما يرى (77.81 %) أنها تشبع حاجتهم المعرفية في المواضيع خارج تخصصهم.

3- دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني أشرف عصام فريد صالح³-رسالة ماجستير غير منشورة.

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة استخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي، ودوافع استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف إلى الدوافع السياسية لاستخدام الشباب الجامعي لها، وكذلك إلى أسباب اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والأحداث الجارية، وتندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تعتمد على منهج المسح بالاستبانة، تم استخدام عينة قصديه عشوائية طبقية، وتكون مجتمع الدراسة من طلبة جامعتي اليرموك والشرق الأوسط في مرحلة البكالوريوس ، وتكونت العينة من (435) مفردة تم استرجاع (422) مفردة من عينة الدراسة صالحة للتحليل الإحصائي وخلصت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها ما يلي:

أظهرت النتائج أن أكثر المواقع التي يفضل الطلبة استخدامها Facebook بنسبة (100%)

أظهرت النتائج وجود آثار معرفية ووجدانية وسلوكية متوسطة تحققت لدى الشباب الجامعي الأردني نتيجة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

تم الاستفادة من هذه الدراسات في معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي ومدى تأثيرها بها وتأثير تلك المواقع على تشكيل آرائهم ولكن أغلب الدراسات ركزت على دور مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب ولم تلتفت الدراسات لدور أساتذة الجامعات في تشكيل الرأي العام بالأزمات ومن هنا جاءت أهمية الدراسة الحالية وانفتحت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في استخدام منهج المسح في الاستبانة لتطبيق على الأكاديميات بجامعة عجمان وكذلك أظهرت النتائج أن أغلبية العينة تستخدم الفيس بوك بنسبة أكبر في التواصل.

التعريفات الإجرائية

تعريف الرأي العام: يتمتع الرأي العام بأهمية كبيرة في المجتمعات الديمقراطية المعاصرة حيث يعد المعيار الذي يقاس على أساسه الرضا العام، وما يتضمنه ذلك الرضا من اضفاء الشرعية على صانعي القرار وعلى عمليات وضع وتنفيذ السياسات العامة فقد اسهمت في الابعاد السياسية والاجتماعية من خلال المميزات التي اتصفت بها مواقع التواصل الاجتماعي وما وفرت من مساحات واسعة للنقاش وحرية التعبير عن مجمل القضايا المجتمعية التي تشكل جزءاً من اهتمامات الرأي العام، ويمكن أن تؤثر في تشكيل اتجاهاته مثل انتشار فيروس كورونا الذي اثر سلباً على امنه في حياته اليومية وحياة الوسط المجتمعي الذي يحيا فيه. فالرأي العام تيار يسري عبر الجماهير .، يعكس آفاق تطورها ويعكس رضاها او سخطها ويظهر ذلك غالباً في صورة مجموعة من الضغوط والاحكام التي تصدرها هذه الجماهير تجاه عمل من الاعمال او حادثة من الاحداث فهو يمثل قوة جارفة ،من الصعب التصدي لها ،او التأثير فيها، الا بعد معرفة هذا الرأي.

ولذلك فان الرأي العام يوصف بأنه الرأي السائد بين اغلبية الشعب الواعية في مدة معينة بالنسبة لقضية او اكثر يحتدم فيها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الاغلبية او قيمها الإنسانية الأساسية مسا مباشراً ويمثل الرأي العام اتجاهات الناس بصفتهم اعضاء في جماعة واحدة نحو مشكلة او حادث ما أي ان الرأي العام ينشأ من اتجاهات اغلبية الافراد، ويسمى الاتجاه رأياً عاماً اذا تعلق بمشكلة ما تدور حولها المناقشة والجدل والذي من شأنه اثارة الآراء والخلافات بين الناس.

الرأي العام الإلكتروني: تعد ظاهرة الرأي العام الإلكتروني من الظواهر الحديثة التي فرضت نفسها على الساحة الحياتية خال السنوات الأولى من القرن الحادي والعشرين في العالم العربي والإسلامي، وان كانت هذه الظاهرة موجودة منذ عقود في العالم الغربي، ولا سيما

في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا، نتيجة الارتفاع في مستويات التعليم والثقافة والاتصالات والبحث العلمي والاقتصاد هناك، عن بلاد العالم الثالث.

ويمكن الإشارة الى ان الانتشار الحر للمعلومات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية اسهم في تكوين امكانية كبيرة للحراك الشعبي والوعي على اساس معرفة واسعة ودقيقة بالإحداث الجارية وبالتالي التأثير في تصور المواطن لها وما تفرضه من تداعيات وتتخذ هذه الشبكات موقفاً فريداً في هذه العملية اذ تمارس تأثيرات قوية على صانعي القرار وفي تشكيل الرأي العام.

فوسائل الاتصال تمثل حلقة وصل بين الرأي العام وصانعي القرار ومن الجدير بالذكر ان شبكات التواصل الاجتماعي تقوم بدور فعال في امداد الانسان بكثير من المعلومات والمواقف والاتجاهات، مساهمة في تشكيل وعيه وإعدادة ليكون اكثر قدرة على التأثير في الآخرين واستمالتهم، فهي تسهم في ترجمة المعلومات من وإلى اللغة العربية لأجل تسهيل عملية التواصل بين الشباب وإزالة الفوارق الحضارية فضلاً عن تميز هذه الشبكات بعدة مميزات منها التشاركية والتفاعلية والحضور الدائم غير المادي.

ويمكن تعريف الرأي العام الإلكتروني بأنه ذلك الرأي الذي يعبر عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير في هذا الفضاء الواسع على شبكة الإنترنت والتأثير في أكبر شريحة يمكن الوصول لها والرأي العام الإلكتروني في هذا العالم المتخيل هو كل فكرة - اقتراح - مشاركة أو حتى لفظ اعتراض غاضب أو نكتة تعبر عن توجه معين أو تدافع عن أيديولوجية بعينها أو تتبع من تجربة شخصية سواء فردية أو جماعية لتصل إلى نتيجة سياسية عامة يتم توصيلها كرسالة اتصالية من خلال تلك الشبكة الإنترنت؛ لتأخذ دورها في المشاهدة والاطلاع من قبل كل من يملك أو يستطيع استخدام تلك الخدمة، والإطالة في الوقت نفسه على تلك القنوات التي يستخدمها الآخرون ليتكون ما نعرفه بالرأي العام الإلكتروني ويذهب تعريف آخر الى ان الرأي العام الإلكتروني بانه (كل رأي او فكرة ،يشارك فيها عدد كبير من مئات الاف لا يقل العدد عن نصف مليون عبر العالم الافتراضي يؤمنون بها ويسعون الى تحقيقها على ارض الواقع ،لتصل الى نتيجة سياسية عامة يتم توصيلها كرسالة اتصالية، من خلال شبكة الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي لتأخذ دورها في المشاهدة والاطلاع من قبل كل من يملك او يستطيع استخدام تلك الخدمة والاطلاع في الوقت نفسه على تلك القنوات التي يستخدمها الآخرون اتفقت الباحثة مع هذا التعريف كونه الاقرب الى اتجاه الدراسة.

مميزات الرأي العام الإلكتروني

يتسم الرأي العام الإلكتروني بعدد من المميزات تتمثل بـ:

1. يساهم الرأي العام الإلكتروني في دعم القرارات مما يساهم في نجاحها او معارضتها فتفشل في تحقيق الهدف الذي اتخذت من اجله
2. اختصار المسافات الاتصالية مع مختلف انحاء العالم
3. تحقيق التقارب الثقافي مع المجتمعات الاخرى في العالم
4. تحسين مستوى الخطاب والحوار بين افراد المجتمع وابداء الآراء من دون خوف .
5. معرفة الآراء واتجاهات وطريقة تفكير الآخرين تجاه عدد من القضايا المهمة ذات المساس المباشر بأفراد المجتمع خاصة القضايا الأمنية والصحية والاقتصادية
6. يساهم في تحقيق التواصل مع افراد المجتمعات الاخرى من النخبة والمتقنين وصناع القرار ، من خلال شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي.

مواقع التواصل الاجتماعي: بعد ازدياد شعبية الانترنت في أنحاء العالم فان مواقع التواصل الاجتماعي وخصوصا الفيس بوك والانستجرام وواتس اب أصبحت تستخدم في كل أنحاء العالم ، اذ تعرف بأنها مجتمعات افتراضية تسمح للجمهور بالتواصل والتفاعل مع بعضهم أو لمجرد الإبحار في شبكة الانترنت. وتزود مواقع التواصل الاجتماعي مستخدميها بكتابة لمحات شخصية عن أنفسهم وتمكنهم من تحميل ذلك فأنها تزودهم بسند عاطفي واجتماعي ومصادر للمعلومات وروابط للآخرين تصنف هذه المواقع ضمن مواقع الجيل الثاني wep2 للويب وسميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم بناء مجتمعات بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف على أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة ومشاركة صوره ومذكراته وملفاته مع العائلة والأصدقاء وزملاء العمل.

ومن الأهمية بمكان الإشارة الى إن مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات عديدة لمستخدميها ، فهي تتيح لكل مستخدم أن يقوم بإنشاء صفحة خاصة به عليها ويضع ما يرغب من بيانات شخصية وتكون متاحة لغيره من المستخدمين للاطلاع عليها وتبادل الاتصال مع من يتفقون معهم في اهتمامات مشتركة ، مع إمكانية تبادل نقاش جماهيري من خال الموقع وفي بعض الأحيان يطلقون مواقعهم الإخبارية خاصة.

ومن اهم هذه المواقع هي:

الفيس بوك: يعد الفيس بوك جزءاً من شبكات التواصل الاجتماعي ويوصف بأنه موقع الكتروني لشبكة التواصل الاجتماعي يساعد الأفراد على الاتصال بأصدقائهم وعائلاتهم وأصدقاء العمل بفاعلية عبر الانترنت ويشير اسم الموقع إلى ورقة face book التي تمنح للطلاب الوافدين الى الحرم الجامعي في دول العالم والمدارس والكليات ليتعارف كل منهم على الآخر. ويعد من اكبر مواقع الشبكات الاجتماعية من ناحية سرعة الانتشار والتوسع ، قيمته السوقية عالية وتتنافس على ضمه الشركات ، نقطة القوة الأساسية التي أتاحت الشبكة فيها للمبرمجين من مختلف أنحاء العالم برمجة تطبيقاتهم المختلفة وضافتها للموقع الأساسي.

انستجرام / بالإنجليزية Instagram : هو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضاً، وأطلق في أكتوبر عام 2010 ومستحوذ حالياً من فيسبوك، ويتيح للمستخدمين التقاط صورة وإضافة فلتر رقمي إليها ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية وشبكة إنستغرام نفسها.

تويتر: وتقوم فكرة تويتر على السماح للمستخدمين بإرسال وقراءة رسائل قصيرة تسمى تغريدة وتتكون من 140 كحد أقصى . وقد اطلق هذا الموقع في جامعة هارفارد في العام 2006 (كمشروع تخرج لكل من جاك درزي jackdorsey (وبيزستونوفيان) وويليامز EvanWilliams وبعد ان لاقى نجاحا ، بدأ بالتطور والنمو فاصبح يتيح لمستخدميه ارسال رسائل عبر الهاتف النقال ، ورسائل فورية او رسائل على الموقع وتأتي هذه الرسائل ردا على سؤال مباشر هو ،،ماذا تفعل ،،؟

يوتيوب: هو احد اشهر المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت وعنوانه www.youtube.com وتقوم فكرة الموقع على امكانية ارفاق اي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون اي تكلفة مالية .

فبمجرد ان يقوم بالتسجيل في الموقع يتمكن من ارفاق اي عدد من هذه الملفات لي ارضا الملايين من الاشخاص حول العالم ، كما يتمكن المشاهدون من ادارة حوار جماعي عن مقطع الفيديو من خلال اعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات لتعبر عن مدى اهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدم الموقع . وطبقا لتصنيف اليكسا العالمي فان موقع اليوتيوب يأتي في المركز الثالث من حيث اكثر المواقع العالمية مشاهدة بعد كل من ياهو ، وجوجل .

أهمية وسائل التواصل الاجتماعي

1. الفاعلية : حيث تتيح تلك الخاصية للمتلقي التفاعل والمشاركة برأيه عن طريق الدردشة و التعليقات او المشاركة في المنتديات.
2. الحرية الواسعة: أصبحت منصات مفتوحة للجميع لتعبير عن آرائهم دون سيطرة او رقابة علي عكس وسائل الاعلام التقليدية.
3. الشمول والتنوع: اصبح بإمكان المتواصل بالوسائل الحديثة الشبكية حرية نقل آرائه ومشاركتها ونشرها علي كل المواقع والروابط.
4. المرونة والسرعة: يمكن للمستخدم الوصول الي المعلومات بأسرع الطرق واسهلها.
5. التحديث المستمر: حيث تعطى المستخدم ميزة الوصول لأحدث الاخبار وكل ما يدور بالعالم وقت حدوثها.

فيروس الكورونا

فيروسات كورونا هي فصيلة فيروسات واسعة الانتشار يُعرف أنها تسبب أمراضاً تتراوح من نزلات البرد الشائعة إلى الأمراض الأشد حدةً، مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS ومتلازمة التهاب الرئوي الحاد الوخيم (السارس). وفيروس كورونا المستجد nCoV هو سلالة جديدة من الفيروس لم يسبق اكتشافها لدى البشر. وفيروسات كورونا حيوانية المنشأ، أي أنها تنتقل بين الحيوانات والبشر. وقد خلصت التحريات المفصلة إلى أن فيروس كورونا المسبب لمرض سارس (SARS-CoV) قد انتقل من قطط الزباد إلى البشر وأن فيروس كورونا المسبب لمتلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS-CoV) قد انتقل من الإبل إلى البشر. وهناك عدة أنواع معروفة من فيروسات كورونا تسري بين الحيوانات دون أن تصيب عداها البشر حتى الآن.

3 الإطار النظري للبحث

أولا نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:-

ويعد هذا النموذج من أبرز التحولات في مجال بحوث التأثير وضع ملامح محدده لبناء نظريات الإعلام التي تقدم نظرة شاملة لدور وسائل الإعلام في إطار ما يسمى بالنظريات المتكاملة Integrated Theories وذلك للأسباب التالية:

- تتضمن نظرية “الاعتماد على وسائل الإعلام” بعض العناصر من علم الاجتماع Sociology وبعض المفاهيم من علم النفس.

- تفسر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام العلاقات السببية بين الأنظمة المختلفة في المجتمع مما يؤدي لتكامل هذه الأنظمة مع بعضها البعض.

- تجمع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بين العناصر الرئيسية لنموذج “الاستخدامات والإشباع” من جانب ونظريات التأثير التقليدية من جانب آخر.. وذلك على الرغم من أن محور اهتمامها لا ينصب على معرفة تأثيرات وسائل الإعلام في حد ذاتها بقدر ما يهدف لتفسير لماذا تتراوح تأثيرات هذه الوسائل بين القوة والمباشرة أحيانا والضعف وغير المباشرة أحيانا أخرى.

- تقدم هذه النظرية نظرة فلسفية تجمع بين الاهتمامات التقليدية بمضمون الرسائل الإعلامية والتأثيرات التي تصيب الجمهور نتيجة التعرض لهذا المضمون.

وتعتبر نظرية “الاعتماد على وسائل الإعلام” في مجملها نظرية بيئية حيث تركز على العلاقات القائمة بين الأنظمة المختلفة بالمجتمع الواحد انطلاقاً من قاعدة أن المجتمع عبارة عن تركيب عضوي متعدد الأنظمة ما بين “أنظمة صغيرة وأخرى كبيرة” تترابط وتتفاعل سويًا في علاقات متبادلة ومن بينها علاقة وسائل الإعلام بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية. وهكذا يشكل منظور اعتماد الفرد على وسائل الإعلام جزءاً من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية

والذي يشكل بدور علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام داخل المجتمع.

ثانياً: النظرية وأهداف وسائل الإعلام

ويقوم نموذج أو نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما الأهداف والمصادر حيث أنه لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية فإن عليهم الاعتماد على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح ويرى كل من "ديفلير وروكيتش" أن الأهداف التي يسعى الأفراد إلى تحقيقها هي

- الفهم Understand social world ، ويقصد به معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات وذلك بالاحتكاك المباشر بالنظام الاجتماعي وكذلك الفهم الاجتماعي للبيئة المحيطة ومحاولة تفسيرها.

- التوجيه والإرشاد Act Meaning Fully & Effectively ، وتعنى التفاعل بين الأفراد في المجتمع بما يضمنه من توجيه ذاتي باتجاه القرارات المناسبة مثلاً أو المشاركة السياسية، وكذلك التوجيه الجماعي التفاعلي كما في كيفية التعامل مع المواقف الجديدة أو الطارئة

- التسلية والهروب Fantasy & Escape ، ويعنى هنا بالتسلية المعنى السلبي أو ما يطلق عليه التسلية المنعزلة مثل التماس الراحة والاسترخاء، بينما يقصد بالهروب التسلية الاجتماعية وذلك بالتعامل المكثف مع وسائل الإعلام بالذهاب للسينما برفقة الأصدقاء أو مشاهدة التلفزيون برفقة الأسرة.

- توفير المعلومات: فوسائل الإعلام عبارة عن نظام معلومات يسعى إليه الأفراد من أجل بلوغ أهدافهم، وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات هي: تجميع المعلومات عن طريق المندوبين والمراسلين المكلفين بذلك. وتنسيق المعلومات؛ أي تنقيح ما تم تجميعه من معلومات لكي تخرج بالصورة المناسبة، ونشر المعلومات عن طريق توزيع ما سبق تجميعه وتنسيقه من معلومات إلى عدد غير محدود من الجمهور .

ثالثاً: فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تقوم هذه النظرية على عدد من الافتراضات هي:

- تختلف المجتمعات وفقاً لدرجة استقرارها وكلما زادت حالات الاضطراب وعدم الاستقرار في مجتمع ما كلما زاد اعتماد أفراد المجتمع على وسائل الإعلام.
- كلما كان النظام الإعلامي القائم في مجتمع ما قادراً على تحقيق أهداف الجمهور في هذا المجتمع وإشباع احتياجاته كلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.
- تختلف درجة الاعتماد على وسائل الإعلام بين الجمهور وفقاً لظروفهم وخصائصهم وأهدافهم.

رابعاً: تأثيرات وسائل الإعلام:

(1) التأثيرات المعرفية: Cognitive Effects

وتشتمل الآثار المعرفية لوسائل الإعلام وفقاً لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ما يلي:

- الغموض Ambiguity، حيث يصادف الشخص مشكلة الغموض هذه في حال نقص المعلومات المتاحة لدى الجمهور مما يدفعه للجوء إلى وسائل الإعلام المختلفة لإزالة هذا الغموض ولاسيما في أوقات الأزمات أو الكوارث والحروب والثورات.

- تكوين الاتجاهات Attitude Formation ، حيث تقوم وسائل الإعلام بدورها في عملية تشكيل اتجاهات الأفراد تجاه الموضوعات والقضايا المختلفة وذلك من خلال دفعها بالعديد من الآراء والأفكار والشخصيات التي تثير اهتمام المتلقي وخاصة في الأحوال الاستثنائية أوقات الحروب والاضطرابات
- ترتيب الأولويات Agenda Setting ، وذلك من خلال دور وسائل الإعلام في ترتيب اهتمامات جمهور المتلقين من بين ما تثيره من موضوعات وأفكار بحسب ترتيب الوسائل ذاتها لهذه الموضوعات.
- اتساع المعتقدات (Enlargement Ideas) ، وذلك بالتأثير على نظم معتقدات الأفراد بزيادتها إما من خلال زيادة الفئات التي تتضمن لهذه المعتقدات وتقوم بتنظيمها في إطار محدد أو من خلال زيادة المعتقدات في كل فئة.
- القيم Values ، وهي مجموعة القيم والمبادئ التي يشترك فيها أفراد جماعه ما يرغبون في ترويجها والحفاظ عليها كقيم التسامح والمساواة وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية هذه القيم.

(2) التأثيرات الوجدانية Affective Effects :

- وهي التأثيرات المتعلقة بالمشاعر والأحاسيس من الحب والكراهية وغيرها، حيث تلعب وسائل الإعلام دورا كبيرا في التأثير الوجداني والعاطفي من خلال هذه التأثيرات
- الفتور العاطفي Desensitization، ويشير هذا النوع من التأثير إلى احتمالية حدوث نوع من الفتور العاطفي نتيجة التعرض المفرط لموضوعات ومشاهد العنف في المحتوى الإعلامي مما قد ينتج عنه نوع من الفتور وعدم الرغبة في مساعدة الآخرين، وإن كان علماء الاجتماع لم يبدوا اهتمام بتأثيرات العنف على مشاعر المتلقين للوسائل الإعلامية حيث يرى بعض هؤلاء العلماء أن تأثير التعرض لمشاهد العنف يتناقص بمرور الوقت.
 - الخوف والقلق Fear and Anxiety ، حيث أن تعرض الأفراد لما تقدمه وسائل الإعلام من مواد تثير الخوف والرعب ومشاعر القلق تنعكس على المتلقين نتيجة الخوف من الوقوع كضحايا لأعمال مماثلة لما يشاهدونه من أحداث.
 - الدعم المعنوي والاعتزاب Morale and Alienation ، ويحدث هذا التأثير نتيجة الرسائل الإعلامية والمعلومات ذات التأثير المباشر على معنويات الأفراد ومستوى الأخلاق لديهم، فالمجتمعات التي تقوم فيها وسائل الإعلام بأدوار اتصاليه لرفع الحالة المعنوية لدى الشعور الجمعي والتوحيد والاندماج ولاسيما إذا ما كانت هذه الوسائل تعكس الفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها المتلقي، ويزداد اعتزاب الفرد حينما لا يجد معلومات معبره عن نفسه وثقافته وانتماؤه العرقية والدينية والسياسية من خلال وسائل الإعلام.

(3) التأثيرات السلوكية Behavioral Effects:

- من أهم التأثيرات السلوكية لوسائل الإعلام الفعل أو فقدان الرغبة في هذا الفعل وهذان التأثيران هما نتيجة مباشرة للتأثيرات المعرفية والوجدانية، وتنقسم التأثيرات السلوكية بحسب نموذج الاعتماد إلى) :التنشيط Activation ، وهو يعنى قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية وهو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية وقد يكون التنشيط عمل مفيد اجتماعيا كما في الإقلاع عن التدخين، المشاركة السياسية، أو ضار اجتماعيًا كما في محاكاة السلوكيات السيئة كالعنف والجريمة(12) (الخممول Deactivation) ، والخمول هو تجنب القيام بالفعل وقد يحدث هذا التأثير نتيجة تغطية إعلامية مبالغ فيها بما ينعكس على السلوك الشخصي للمتلقي مثل العزوف عن المشاركة السياسية، أو الابتعاد عن الأنشطة المجتمعية.

خامساً: تقييم النظرية:

(1) مميزات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كمدخل نظري:

- تقدم نظرية الاعتماد نموذجاً مفتوحاً يشمل العديد من التأثيرات المحتملة مع تجنب النماذج الداعمة لعدم وجود تأثيرات لوسائل الإعلام، مما دعا البعض إلى تسميتها بالنموذج العارض في بعض الأحيان Contingency Model
- يهتم النموذج بالحالات البنائية والظروف التاريخية أكثر من المتغيرات الفردية ولذلك تعد نظرية الاعتماد من أفضل النماذج الاتصالية والأكثر ملائمة للتعامل مع النظام الاجتماعي والأسئلة النفسية
- يؤكد نموذج نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على حقيقة هامة مفادها: أن التأثير الواقع على الجمهور المتلقي من قبل وسائل الإعلام من شأنه أن يؤثر على النظام الاجتماعي بأكمله وكذلك على النظام الإعلامي ذاته في مرحلة تالية.

اعتمدت الباحثة على نظرية (الاعتماد على وسائل الإعلام) فالنظرية تقدم تفسيراً لذلك، حيث أن هناك زيادة في الاعتماد على وسائل الإعلام إبان الأزمات والكوارث وظروف القلق وعدم الاستقرار، وقد أثبتت البحوث والدراسات ذات الصلة تحقق هذه الفرضية، كما يحسب لأصحاب النظرية الوعي بأهمية التفرقة بين استخدامات وسائل الإعلام وبين الاعتماد عليها كمصادر للمعلومات

الجانب الميداني للبحث:-

أولاً النوع الاجتماعي للمبحوثين: توزع المبحوثات ضمن العينة المختارة من اساتذة الجامعات (الاناث) الذين بلغ أجمالي عددهم 148 مبحوثة.

ثانياً العمر: جاءت نسبة اعمار المبحوثات ضمن الفئة من (25) الى (35) بنسبة مئوية بلغت 15 % تلتها الفئة من 36 _ 46 بنسبة مئوية بلغت 27 % وحل ثالثا الذين أعمارهم من 47 - 57 سنة بنسبة مئوية بلغت 37% وحل أخيراً الذين نسبة اعمارهم أكثر من 55 سنة بنسبة بلغت 29 % ينظر جدول رقم 1 التحصيل العلمي للمبحوثات.

ثالثاً: الدرجة العلمية للمبحوثات

بلغت نسبة الحاصلين على شهادة الدكتوراه ضمن عينة البحث (94) مفردة وبنسبة مئوية مقدارها (64%)، أما نسبة الحاصلين على الماجستير فكانت (33) مفردة وبنسبة مئوية بلغت (22%) تنوعت النسب ولكن النسبة العظمى من الاكاديميات الحاصلات على الدرجة العلمية الدكتوراه .

رابعاً :الألقاب العلمية للمبحوثات

توزعت الألقاب العلمية لأساتذة جامعة عجمان على وفق الاتي:

أستاذ بواقع (47) تكرارات ونسبة 31%

أستاذ مشارك بواقع (17) تكرارات ونسبة 11%

أستاذ مساعد بواقع (30) تكرارات ونسبة 20%

محاضر بواقع (33) تكرارات ونسبة 22%

مساعد تدريس (21)نسبة (14%)

جدول (1) يوضح تكرارات ونسب عينة البحث.

المتغيرات الديموغرافية	ك	%
النوع	إناث	100
	ذكور	0
السن	من 25-35	15.5
	من 36-45	27
	من 46-55	37
	من 55 فأكثر	29
الدرجة العلمية	دكتوراه	63
	ماجستير	22
اللقب العلمي	أستاذ	31
	أستاذ مشارك	11
	أستاذ مساعد	20
	محاضر	22
	مساعد تدريس	14

يلاحظ من الجدول السابق ان النسبة الأعلى من الاكاديميات بنسبة (31%) درجة أستاذ وان دل ذلك فهو يدل علي تحفيز جامعة عجمان للأساتذة علي الترقى العلمي وتقديم أبحاث علمية متطورة وتوفر لهم كل السبل للإنجاز ابحاثهم العلمية وتأتي بعد ذلك باقي الألقاب العلمية

1- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (2) يوضح تفضيل استخدام الاكاديميات لمواقع التواصل الاجتماعي.

مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%	الترتيب
الفيس بوك	64	43.2	الاول
انستجرام	38	25.6	الثاني
سناب شات	23	15.5	الثالث
تويتر	8	0.5	الخامس
يوتيوب	15	10.1	الرابع
المجموع	148	100	

اشارت الغالبية من الاكاديميات (عينة البحث) انهن يستخدمن الفيس بوك بنسبة بلغت (43.2 %) وجاء في الترتيب الأول وذلك لان الفيس بوك الوسيلة الاسهل للتعبير عن آرائهم ومشاركة الأصدقاء والمتابعين بالأفكار وجاءت بالمرتبة الثانية الانستجرام لمعرفة اخر الاخبار وكذلك مشاركة الصور الخاصة بهن وجاء بعد ذلك السناپ شات ويوتيوب وتويتر.

1- عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (3) يوضح عدد ساعات استخدام الاكاديميات (عينة البحث) لمواقع التواصل الاجتماعي يوميا.

عدد ساعات الاستخدام	ك	%	الترتيب
ساعة واحدة	18	12.1	الثالث
ساعة الي ساعتين	51	34.4	الثاني
ثلاث ساعات فاكثر	79	53.3	الاول
المجموع	148	100	

جاء في المرتبة الاولى الأكثر استخداما من حيث عدد ساعات يوميا فان وسائل التواصل الاجتماعي تستهلك من اوقاتنا ثلاث ساعات واكثر وهو مؤشر لأهمية تلك الوسائل بالنسبة للاكاديميات وعدم القدرة علي الاستغناء عنها وكذلك يلفت انظارنا علي أهمية ما يتم نشره علي وسائل التواصل لأنها أصبحت الوسيلة الأكثر تأثيرا علي المتلقي وهذا مؤشر يتفق مع ان جمهور الاساتذة يصنف ضمن الجمهور النشط

في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تلبية الاحتياجات المعرفية.

4- الأنشطة التي يمارسها الاكاديميات عند استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي

جدول (4) يوضح الأنشطة التي يمارسها الاكاديميات لمواقع التواصل الاجتماعي.

الأنشطة	ك	%	الترتيب
أشارك المنشور مع أصدقائي بشأن اخر اخبار الفيروس	33	22.2	الثاني
انتقد الاخبار السلبية والشائعات التي ينقلها الاعلام عن الفيروس	24	16.2	الرابع
انشر معلومات علي صفحتي الشخصية ب إجراءات احترازية وقائية	61	41.2	الاول
أشارك الآخرين في ابداء الراي تجاه ازمة انتشار الفيروس	30	20.2	الثالث
المجموع	148	100	

يشير الجدول السابق عن أهمية الأنشطة التي يمارسها الاكاديميات لمواقع التواصل الاجتماعي حيث أوضحت النتائج ان جاء الترتيب ان الاكاديميات يقمن بنشر معلومات علي صفحاتهن الشخصية بإجراءات احترازية وقائية في المرتبة الاولى حيث يؤكد ذلك أهمية الدور الذي يقمن به الاكاديميات في التوعية اثناء الازمات وجاء في المرتبة الثانية مشاركة منشورات الأصدقاء بشأن اخر الاخبار حول انتشار الفيروس وكيفية الوقاية منه ثم المرتبة الثالثة مشاركة الراي مع الآخرين تجاه الازمة ثم المرتبة الأخيرة انتقاد الاخبار السلبية والشائعات التي ينقلها الاعلام.

5- المزايا التي يحصل عليها الاكاديميات عند استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (5) ترتيب المزايا التي يحصل عليها الاكاديميات عند استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

الترتيب	المزايا	الاول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	السادس	الوزن المرجح		الترتيب
								النقاط	الوزن المئوي	
	التعبير عن مشاعر الرأي العام تجاه ازمة انتشار فيروس كورونا	78	32	12	11	8	7	602	90	الأول
	اتاحة حرية التعبير بشان الازمة									
	كسب اراء الجمهور وثقته من خلال مصادقية المضامين	28	67	18	15	11	9	512	76.3	الثاني
	المطالبة بتحقيق الشفافية في عرض المعلومات	19	23	65	21	11	9	399	60	الثالث
	التعبير عن مطالبتهم بمحاسبة مروجي الشائعات	28	19	33	61	9	4	255	38.3	الرابع
	الإشادة بجهود الدولة لحماية المواطن والحفاظ علي صحته	27	9	19	21	58	14	253	37.5	الخامس
	توضيح دور كل فرد في التوعية	9	13	23	39	8	55	235	29.6	السادس
	مجموع الاوزان المرجحة									
	2403									

الجدول السابق يوضح ان الترتيب الأول جاء لعبارة التعبير عن مشاعر الرأي العام تجاه ازمة انتشار فيروس كورونا بنسبة 78% حيث ان الأغلبية العظمي تري ان تلك المنصات نوافذ مفتوحة للتعبير عن الرأي تجاه الازمات وجاء في الترتيب الثاني عبارة كسب اراء الجمهور وثقته من خلال مصداقية المضامين بشأن الازمة بنسبة 67% والترتيب الثالث المطالبة بتحقيق الشفافية في عرض المعلومات حيث كان الاعتراض علي إخفاء الحقائق والنسب وعدم الإعلان عن حالات الإصابة بالفيروس وحالات الوفاة مما اثار غضب الجمهور وجاء في المرتبة الرابعة عبارة التعبير عن مطالبتهم بمحاسبة مروجي الشائعات حيث تلك الشائعات تؤثر بشكل سلبي علي ردود أفعال والترتيب الخامس لعبارة الإشادة بجهود الدولة لحماية المواطن والحفاظ علي صحته حيث ان دولة الامارات العربية المتحدة قامت بدور كبير للحفاظ علي المواطنين

والمقيمين علي ارضها وقامت أيضا بدور كبير في التوعية جاء في الترتيب السادس والأخير عبارة توضيح دور كل فرد في التوعية

سادسا: مقياس اتجاهات الاكاديميات (عينة البحث) نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الالكتروني جدول(6) نتائج مقياس اتجاه النخبة نحو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام الالكتروني.

النسبة	التكرار	الاتجاه
39.1	58	سلبي
0.2	3	محايد
58.7	87	ايجابي
100	148	المجموع

أوضحت النتائج بالجدول السابق أهمية دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام حيث انها تقوم بدور إيجابي في تشكيل اراء الجمهور وذلك بنسبة 58.7% وان نسبة 39% يرون ان دور وسائل التواصل الاجتماعي دور سلبي .

4 النتائج والتوصيات

4.1 النتائج

- أوضحت نتائج البحث ان 100% من الاكاديميات المنشورات الخاصة بهم عن ازمة انتشار فيروس الكورونا والتوعية علي وسائل التواصل الاجتماعي
- اشارت النتائج ان الاكاديميات (عينة البحث) انهن يستخدمن الفيس بوك بنسبة بلغت (43.2 %) وجاء في الترتيب الأول وذلك لان الفيس بوك الوسيلة الاسهل للتعبير عن آرائهم
- جاء في المرتبة الاولى الأكثر استخداما من حيث عدد ساعات يوميا فان وسائل التواصل الاجتماعي تستهلك من اوقاتنا ثلاث ساعات وأكثر وهو مؤشر لأهمية تلك الوسائل بالنسبة للأكاديميات وعدم القدرة علي الاستغناء عنها وكذلك يلفت انظارنا علي أهمية ما يتم نشره علي وسائل التواصل لأنها أصبحت الوسيلة الأكثر تأثيرا علي المتلقي.
- أوضحت النتائج ان جاء الترتيب ان الاكاديميات يقمن بنشر معلومات علي صفحاتهن الشخصية بإجراءات احترازية ووقائية في المرتبة الاولى حيث يؤكد ذلك أهمية الدور الذي يقمن به الاكاديميات في التوعية اثناء الازمات.
- يوضح ان الترتيب الأول جاء لعبارة التعبير عن مشاعر الرأي العام تجاه ازمة انتشار فيروس الكورونا بنسبة 78% حيث ان الأغلبية العظمي تري ان تلك المنصات نوافذ مفتوحة للتعبير عن الرأي تجاه الازمات وجاء في الترتيب الثاني عبارة كسب اراء الجمهور وثقته من خلال مصداقية المضامين بشأن الازمة بنسبة 67% والترتيب الثالث المطالبة بتحقيق الشفافية في عرض المعلومات حيث كان الاعتراض علي إخفاء الحقائق والنسب وعدم الإعلان عن حالات الإصابة بالفيروس وحالات الوفاة مما اثار غضب الجمهور.
- أوضحت النتائج أهمية دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام حيث انها تقوم بدور إيجابي في تشكيل اراء الجمهور وذلك بنسبة 58.7% وان نسبة 39% يرون ان دور وسائل التواصل الاجتماعي دور سلبي .
- وفرت وسائل التواصل الاجتماعي مساحات كبيرة للطلاب والأساتذة للتعبير عن آرائهم ومشاركة أفكارهم تجاه الازمات
- استطاعت وسائل التواصل تحويل المتلقي للمعلومات الي منتج ومشارك مما ادي الي ارتفاع نسبة الوعي.

4.1 التوصيات

- دور الاكاديميات في تصحيح المعلومات الخاطئة والتنبه علي مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من نشر اخبار غير

- معروفة المصدر حيث حذرت صحيفة جارديان البريطانية من موجة التضليل والشائعات والنصائح الخاطئة المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات التراسل مثل واتس آب، بشأن الوقاية والعلاج من فيروس كورونا القاتل.
- بالرغم من الدور الإيجابي الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي حول انتشار العدوى، ولكن في الوقت نفسه، هناك معلومات غير دقيقة ونصائح ربما تأتي بنتائج عكسية حول أفضل طريقة لعلاج المرض تنتشر بالفعل على WhatsApp وخدمات المراسلة الأخرى.
 - لابد ان يقوم كل من Facebook و Twitter بنشر لإرشادات الهيئة الرسمية للصحة الوطنية NHS حيث توفر روابط مباشرة لموقع الهيئة الرسمي عندما يبحث المستخدمون عن مصطلحات متعلقة بفيروس كورونا، بينما توفر جوجل في أول خيارات النتائج المواقع الرسمية التابعة للجهات الحكومية.
 - الصفحات الشخصية للأكاديميات علي مواقع التواصل الاجتماعي لابد ان تكون منصات لتشكيل رأي عام واعي ومدرك وقت الازمات وتبعث من خلالها طاقة إيجابية تطمئن الجمهور وليست طاقة سلبية تثير الفتن فهو دور قومي لكل أستاذ جامعة يقدمه لطلابه ولوطنه.

References

- [1] Pentina, I., Prybutok, V.R. and Zhang, X).(2012) "The role of virtual community as shopping reference group", Journal of Electronic Commerce Research., **9(2)**, 114-136(2012).
- [2] Pai, Pei-Yu (Patty) and Tsai, Hsien-Tung (2011) ("How virtual community participation influences consumer loyalty intentions in online shopping contexts: an investigation of mediating factors", Behaviour & Information Technology.,**30(5)**, 615(2011).
- [3] Muhammad Obaidat and others,(2013). Scientific research, its concept, tools and methods (Amman: Dar Al-Fikr)., **3**, 123(2013).
- [4] Mohamed Rasem El-Gammal,(2004) Introduction to Research Methods in Media Studies (Cairo: World of Books.,**4**, 231(2004).
- [5] Mohamed Abdel Hamid (2000), Scientific Research in Media Studies, Cairo: The World of Books., **1**, 89(2000).
- [6] Kamel Khorshid, (2013) Introduction to Public Opinion (Amman: Dar Al Masirah)., **2**, 125(2013).
- [7] Munira Abdul-Rahman Al-Muqrin, Latifa Othman Al-Shaalan, (2014) a study on the use of social media for students of Prince Nora Bint Abdul Rahman University in the light of psychological unity and tolerance, Princess Nora Bint Abdul Rahman University, University of Sharjah Journal for Humanities and Social Sciences., **11**, 2207(2014).
- [8] Wissam Tayel Al-Bashabsha, (2016) A study of the motives for using Jordanian universities for their social networking sites and their saturation, Students of the University of Jordan and Petra University must have an unpublished Master Thesis., 98(2016).
- [9] Ashraf Essam Farid, (2016) the role of social media in increasing knowledge of political issues among Jordanian university youth, Middle East University., 145(2016).
- [10] Fathi Hussein Amer, (2013) public opinion online Cairo: the publishing house for universities., **1**, 231(2013).
- [11] Atef Al-Abd Mokhtar El-Tohamy (2005), The Public Opinion, Cairo: Cairo University Center for Open Education., **3**, 78(2005).
- [12] Mubarak, Wael (2010), The Impact of Facebook on Society Khartoum: Shams Al-Nahda Blog., **1**,65(2010).
- [13] Nermin Zakaria Khedr (, 2009), The psychological and social effects of Egyptian youth on using social networking sites, the family and the challenges of the time, Cairo University, Faculty of Mass communication., **1**, 99(2009).
- [14] Muhammad Obaidat and others. (2013) Scientific Research, Its Concept, Tools and Methods Oman: Dar Al-Fikr., **2**, 145(2013).

- [15] Hosni Abdel Hafez, Education via social networks, advantages and disadvantages, Knowledge Magazine, 2012-09-02, available online <http://www.almarefh.net> Date of visit 13/2/2020, 16:00.
- [16] Samia Awaj, Samia Tabri (2106), the role of social networking sites in supporting distance education for undergraduates, a research paper presented to the eleventh international conference of the Center for Scientific Research Generation on Learning in the Era of Digital Technology, Tripoli, Lebanon, World Federation of Scientific Institutions in cooperation with the University of Tipaza , 22, 23 and 24 April 2016, 129-130(2016).
- [17] Pentina, I., Prybutok, V.R. and Zhang, X).(2012 "The role of virtual community as shopping reference group", Journal of Electronic Commerce Research., **9(2)**, 114-136(2012).
- [18] Pai, Pei-Yu (Patty) and Tsai, Hsien-Tung(2011) ("How virtual community participation influences consumer loyalty intentions in online shopping contexts: an investigation of mediating factors", Behaviour & Information Technology., **30(5)**, 615(2011).
- [19] Pollet, T, Roberts, S & Dunbar, R. (2011). Use of social network sites and instant messaging does not lead to increased offline social network size or to emotionally closer relationships with offline network members. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking.*, **(4)**, 253-258(2011).
- [20] Putnam, R. (2010). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York, Simon & Schuster., **2**, 65(2010).
- [21] Smoloon, Daved , (2019) , *The impact of the use of Facebook on the building society in the context of globalization*, N,Y Spectrum Publication., **1**, 17(2019).
- [22] Shaw, LH & Gant, LM.(2012).In defense of the internet: The relationship between internet communication and depression, loneliness, self-esteem and perceived social support. *CyberPsychology and Behavior.*, **5** ,157-171(2012).
- [23] Sheldon, P & Honeycutt, J. (2019, May 21). Unwillingness to communicate impact on motives for facebook. Paper presented at the Annual meeting., (2019).
- [24] Lamia Samir Sayed "(2007) *The Impact of Exposure to News and News Programs on Satellite Channels on the Knowledge Level of the Egyptian Public: A Christian Study*" Unpublished Master Thesis, (Cairo: Faculty of Information, Radio and Television Department, Cairo University., 35(2007).
- [25] Hassan Emad Makkawi and Layla Hussein, (2008) "*Communication and Contemporary Theories*" (Cairo: The Egyptian Lebanese Library)., **4**, 329(2008).
- [26] Heba Rabee Ragab, "(2009) *Egyptian Youth Uses of Arab News Sites on the Internet: A Survey Study*," unpublished Master Thesis, (Cairo: College of Arts, Ain Shams University., 128(2009).
- [27] Baran ,Stanley J. & Daves ,Dennis. K (2015)." *Mass Communication Theory: foundations ,ferment ,& future*" , (Canada: Thomson width worth. **2**, 75(2015).
- [28] Melvin ,l. Defleur ,sandarac ,J. Ball Rokeach(2018) ,(" *Theories of Mass communication* " ,(U. S. A: N. y ,long man., **1**, 96 (2018).
- [29] Abeer Hamdi, "(2001) *The Role of the Internet, Radio and Television in Supplying the Egyptian Public with Information*", Unpublished Master Thesis, (Cairo: Faculty of Information, Cairo University., 53(2001).