

Jordanian Dependence on Social Media Platforms as a Source of Information about the Emerging Coronavirus (COVID-19) Pandemic

Amer Khaled Ahmed

Abstract

Objective: The aim of this study was to explore the degree of dependence of the Jordanian public on social media platforms as a source of information about the emerging Corona virus (COVID-19) pandemic, and to study the cognitive, emotional and behavioral effects of this dependence. **Methodology:** The media audience survey method was used by applying it to an equal quota sample of (N= 450) individuals distributed evenly over the three regions of Jordan. The survey included two parts; the first part comprised the demographic data of the respondents, while the second part covered the following measures: The respondents' use of social media platforms to follow the developments of the emerging coronavirus (COVID-19) pandemic, the degree of their dependence on them, the reasons for this dependence, and the implications of their reliance on them as a source of information about the epidemic. The data was analyzed by using SPSS 25 (IBM), and the study relied on descriptive statistics, (T) test, One-Way ANOVA, LSD, and Spearman's correlation coefficient. **Results:** The study found that most of the respondents rely on social media platforms as a source of information about the emerging corona pandemic (COVID-19); The cognitive, emotional and behavioral effects resulting from this dependence have increased, and that there is a positive relationship between cognitive and emotional influences, and between the cognitive and behavioral effects of the respondents' reliance on these platforms as a source of information about the pandemic.

Keywords: Novel Coronavirus (nCov19), COVID-19, Social Media Platforms, New Media, Jordanian Audience, Effects of Media Dependency.

اعتماد الجمهور الأردني على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد (كوفيد - 19)

عامر خالد أحمد^(*)

ملخص:

هدف الدراسة: تسعى الدراسة إلى معرفة درجة اعتماد الجمهور الأردني على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد (كوفيد - 19)، والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد. **المنهجية:** تم توظيف منهج مسح جمهور وسائل الإعلام عبر التطبيق على عينة حصصية متساوية، قوامها (450) مفردة، موزعة بالتساوي على أقاليم الأردن الثلاثة، باستخدام الاستبانة أداة رئيسة للدراسة، وقد اشتملت على جزأين، تناول الجزء الأول منهما البيانات الشخصية للمبحوثين، فيما احتوى الجزء الثاني على المقاييس الآتية: أنماط استخدام المبحوثين لمنصات التواصل الاجتماعي لمتابعة تطورات وباء فيروس كورونا المُستجد، ودرجة اعتمادهم عليها، وأسباب هذا الاعتماد، والموضوعات التي يتابعونها عبر تلك المنصات، ومعايير اختيارهم لها، والتأثيرات المترتبة على اعتمادهم عليها مصدراً للمعلومات حول الوباء. وقد تم تحليل البيانات بواسطة برنامج التحليل الإحصائي (SPSS/Version 25)، واعتمدت الدراسة على الإحصاء الوصفي، واختبار (ت)، واختبار تحليل التباين الأحادي، وتحليل التباين البعدي، ومعامل الارتباط سبيرمان. **النتائج:** توصلت الدراسة إلى أنه كلما ازداد اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد؛ ازدادت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد، وأن هناك علاقة إيجابية بين التأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية، وبين التأثيرات المعرفية والتأثيرات السلوكية المترتبة على اعتماد المبحوثين على تلك المنصات مصدراً للمعلومات حول الوباء.

المصطلحات الأساسية: فيروس كورونا المُستجد، منصات التواصل الاجتماعي، الإعلام الجديد، الجمهور الأردني، تأثيرات الاعتماد على وسائل الإعلام.

(*) قسم الصحافة والإعلام الرقمي، كلية الإعلام، جامعة الزرقاء، Gadarian@hotmail.com

مقدمة:

أعلنت منظمة الصحة العالمية (WHO) بتاريخ (11 آذار 2020) أن فيروس كورونا المُستجد (nCoV-19) المسبب لمرض (كوفيد-19) - يعتبر وباءً عالمياً، ويعتبر كورونا -بحسب المنظمة- فصيلة فيروسات واسعة الانتشار تسبب العديد من الأمراض للإنسان، تراوح بين نزلات البرد الشائعة والأمراض الأكثر حدة وخطورة؛ مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS)، ومتلازمة الالتهاب الرئوي الخيم (SARS)، ومرض (كوفيد-19) الذي تسببه سلالة خاصة من فيروس كورونا لم يسبق اكتشافها لدى البشر فيما قبل. لذا فالمعلومات المتداولة عالمياً حول الفيروس وكيفية انتقاله وأثره السريري محدودة جداً؛ ومن ثم تحاول منظمة الصحة العالمية العمل مع الشركاء والدول الأخرى بهدف جمع المزيد من المعلومات عنه، وتحديد آثاره على الصحة العامة (WHO, 2020).

ويتطلب التعامل مع وباء فيروس كورونا المُستجد الحاجة إلى ضمانات لتدفق المعلومات الصحيحة ذات المصدقية العالية، وقد تم الاعتراف بهذه الحاجة من قبل منظمة الصحة العالمية (WHO) التي دخلت في شراكة مع العديد من شبكات التواصل الاجتماعي وسبع شركات تكنولوجيا كبرى، تمثلت في (Facebook, Google, LinkedIn, Microsoft, Reddit, Twitter, YouTube)؛ بهدف وقف عمليات الاحتيال المعلوماتي ونشر الشائعات والأخبار المضللة، وتعزيز التحديثات المهمة من وكالات الرعاية الصحية (Tasnim et al., 2020)؛ ففي غضون أسابيع من ظهور فيروس كورونا المُستجد في الصين، وظهور أولى الحالات المصابة بالفيروس؛ انتشرت الشائعات المضللة ونظريات المؤامرة حول أصل الفيروس، واقتربت بإثارة الخوف والعنصرية والكراهية ضد المواطنين الصينيين؛ حيث ارتبطت تلك الشائعات والمعلومات ارتباطاً وثيقاً بالنظم المعلوماتية والإعلامية الحديثة (Infomedia) المُميزة للقرن الحادي والعشرين، والتي تعتبر منصات التواصل الاجتماعي أبرزها وأكثرها انتشاراً واستخداماً لدى الجمهور (Depoux et al., 2020, 1-2).

بناءً على ما سبق؛ يمكن اعتبار منصات التواصل الاجتماعي -على الرغم من استغلالها في نشر بعض الأخبار والمعلومات المزيفة حول وباء كورونا المُستجد-؛ واحدة من أسرع وسائل التوعية بالصحة العامة حول الفيروس؛ نظراً لتوفيرها مختلف المعلومات حول ما يحدث في جميع أنحاء العالم وبسرعة غير مسبوقة،

وقد أدى انخراط مرضى الفيروس المُستجد وعائلاتهم في هذه المنصات إلى تبادل خبراتهم وتجاربهم مع المرض لخلق وعي عام لدى الجمهور، كما شارك العديد من خبراء الأمراض المعدية مقاطع فيديو حول أعراض الفيروس التاجي وتدابير الوقاية والعلاج (Ali & Bhatti, 2020, p 1-2).

الدراسات السابقة:

بالنظر إلى الدراسات السابقة ذات الصلة باعتماد الجمهور على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة مصدراً للمعلومات الصحية، أو دور تلك الوسائل في تشكيل الوعي بمختلف الأمراض والأوبئة؛ يتضح أن هناك اهتماماً بحثياً في هذا الحقل؛ ففي جانب الاعتماد على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد؛ توصلت دراسة (Karasneh et al., 2020)؛ التي طُبقت على عينة، قوامها (486) مفردة من الصيادلة الأردنيين؛ إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي قد جاءت في المرتبة الأولى، بنسبة (33 %) بين مصادر المعلومات الإعلامية التي يعتمد عليها المبحوثون للحصول على المعلومات حول الفيروس، وفي المرتبة الثانية بنسبة (45 %) بين مصادر المعلومات عموماً، وتتفق مع هذه النتيجة نتائج دراسة (Basheti et al., 2020)؛ التي طُبقت على (727) مفردة من الصيادلة وطلبة الصيدلة الأردنيين؛ إذ أشارت الدراسة إلى أن (94.6 %) من المبحوثين يتابعون آخر التحديثات المرتبطة بإنتاج علاج للفيروس من خلال العديد من المصادر، أبرزها وسائل الإعلام بنسبة (59.5 %)، والفيسبوك بنسبة (40.9 %)، وخلصت دراسة (Allen et al., 2020)، التي استخدمت أسلوب تحليل المضمون على عينة، قوامها (63,770) تغريدة على موقع تويتر، إلى تركيز التغريدات على تبادل المعلومات، ومشاركة الأفراد قصصهم الشخصية حول تجاربهم مع الأمراض؛ الأمر الذي يجعلها مصدراً معلوماتياً مهماً، وتوصلت دراسة (أبو سنة، 2015)؛ التي طبقت على عينة قوامها (200) مفردة من الجمهور السعودي، إلى أن (98.8 %) من المبحوثين يتابعون أخبار مرض كورونا عبر وسائل الإعلام، وخلصت دراسة (الفرم، 2017)، التي استخدمت أسلوب تحليل المضمون للرسائل التوعوية في حسابات المدن الطبية في مدينة الرياض، إلى أن نسبة المدن الطبية المدروسة التي أسهمت في التوعية الصحية من مرض كورونا عبر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، قد بلغت (40 %) مقسمة بالتساوي بين شبكتي تويتر وفيسبوك.

وفي جانب الدراسات التي تناولت المبالغة والتهويل في عرض المعلومات المرتبطة بالأمراض والأوبئة عبر وسائل الإعلام التقليدية والحديثة؛ توصلت دراسة (Mejia et al., 2020)، التي طبقت على عينة، قوامها (30) خبيراً في المجالات الصحية وعلم الأوبئة و (400) مفردة من دولة البيرو، إلى مبالغة وسائل الإعلام التقليدية والحديثة (وسائل التواصل الاجتماعي، التلفزيون، الراديو، إلخ) في عرض المعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد، وأن هذه الوسائل تسهم في نشر الذعر بين الجمهور، وتدعم هذه النتيجة دراسة (Brennen et al., 2020)؛ التي استهدفت تحديد المصادر الخاصة بتضليل المعلومات المرتبطة بالفيروس المُستجد عبر تحليل عينة مكونة من (225) قطعة من المعلومات المنشورة في وسائل الإعلام؛ حيث خلصت إلى أن (38 %) من المعلومات ملفقة بالكامل، وأن (59 %) من المعلومات الخاطئة تتضمن أشكالاً مختلفة من إعادة التشكيل؛ حيث تتم إعادة صياغة المعلومات الحقيقية وتضمينها معلومات مضللة، كما بلغت نسبة المعلومات التي أعيد تشكيلها من تفاعلات شبكات التواصل الاجتماعي (87 %)، وأشارت دراسة (Salim et al., 2020)؛ التي طبقت على عينة، قوامها (279) مفردة من الشباب في مدينة لندن، إلى أنه على الرغم من احتواء وسائل التواصل الاجتماعي على وفرة في المعلومات المرتبطة بالأمراض والأوبئة ومن مصادر مختلفة، فإنها ذات مصداقية منخفضة مقارنة بالوسائل المطبوعة، وعلى العكس من ذلك؛ توصلت دراسة (علي، 2017)؛ التي طبقت على عينة، قوامها (273) مفردة من العاملين في القطاع الصحي الأردني؛ إلى أن المعلومات الصحية المنشورة في شبكة الفيسبوك "تتسم بالكفاية بالتنوع"، و"تقدم وصفاً وافياً وواضحاً عن موضوعات التوعية الصحية".

وعلى صعيد الدراسات التي تناولت تقييم دور وسائل الإعلام في تشكيل وعي الجمهور وإدراكهم لمخاطر وباء فيروس كورونا المُستجد؛ أشارت دراسة (Karasneh et al., 2020) إلى وجود أثر إيجابي لتكرار متابعة وسائل الإعلام ومصادر المعلومات، على إدراك المخاطر وأدوار تلك الوسائل في التوعية الصحية بالفيروس لدى المبحوثين، كما أثبتت دراسة (Basheti et al., 2020) أن مستويات وعي الصيادلة بفيروس (nCoV-19) المسبب للوباء أعلى بكثير من مستويات الوعي لدى الطلبة، وأشارت دراسة (Nooh et al., 2020)، التي طبقت على عينة، قوامها (384) مواطناً من منطقة الجوف السعودية، إلى وجود فروقات في مستوى المعرفة بفيروس كورونا (MERS-CoV) تبعاً لمتغيري العمر والمستوى التعليمي، على الرغم من أن (93.2 %) من المبحوثين لديهم وعي بأن المسبب لمتلازمة الشرق الأوسط التنفسية

كان مرضاً فيروسياً، كما خلصت دراسة (علي، 2017) إلى أن أبرز الأدوار التي تؤديها شبكة فيسبوك في التوعية الصحية لدى الجمهور قد تمثلت في "زيادة الوعي الصحي"، و"تعميق درجة التواصل مع الجهات الصحية"، فيما تمثلت أبرز الإشباعات المتحققة لدى المبحوثين في "زيادة الثقافة الصحية"، و"زيادة الاهتمام بالنظافة الشخصية"، وتوصلت دراسة (Choi et al., 2017)، التي طبقت على عينة، قوامها (1000) مفردة من المواطنين الكوريين الجنوبيين، إلى وجود ارتباط إيجابي بين تعرض المبحوثين لمنصات التواصل الاجتماعي وشبكة الإنترنت؛ وتكوين إدراكهم للمخاطر في أثناء تفشي فيروس كورونا؛ باعتبار تلك المنصات أداة مفيدة للحصول على المعلومات ذات الصلة خلال فترة تفشي المرض، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أبو سنة، 2015) التي خلصت إلى وجود علاقة طردية بين معدل تعرض المبحوثين للصحف الورقية والإلكترونية ومستوى معرفتهم بمرض كورونا.

وعلى صعيد المقارنة بين الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الحديثة في التوعية الصحية لدى الجمهور، توصلت دراسة (Salim et al., 2020) إلى أن المعلومات المطبوعة أكثر تأثيراً في زيادة المعرفة الصحية من المنصات الإلكترونية والشبكات الاجتماعية؛ مثل الفيسبوك، في حين خلصت دراسة (Choi et al., 2017) إلى أن وسائل الإعلام التقليدية؛ مثل التلفزيون والصحف لم تقدم معلومات كافية عن فيروس كورونا؛ مما دفع المبحوثين إلى الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي مصدر معلومات بديلاً لإشباع حاجاتهم المعرفية، وأوضحت دراسة (أبو سنة، 2015) أن أبرز أسباب متابعة المبحوثين للصحف الورقية قد تمثلت في اعتبارها مصدراً موثقاً به لمعرفة المعلومات، ولأنها تقدم المعلومات بعمق، فيما تمثلت أبرز أسباب متابعتهم للصحف الإلكترونية في اعتبارها أيسر للقراءة من الصحف الورقية، ولأنها تستخدم أسلوب عرض شيقاً وجاذباً بالنسبة للمستخدم.

التعليق على الدراسات السابقة:

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة يمكن ملاحظة تنوع موضوعات الدراسات التي تناولت فيروس كورونا في السنوات من (2015 - 2020)؛ إذ ركزت الدراسات الأحدث على فيروس كورونا المستجد، في حين تناولت الدراسات التي أجريت قبل عام (2020) على فيروس كورونا المسبب لمتلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS)، وفيروس كورونا المسبب لمتلازمة الالتهاب الرئوي الوخيم (SARS)؛ الأمر الذي يشير إلى وجود اهتمام بحثي حول دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الصحي لدى الجمهور؛ نظراً

لاعتمادهم عليها بوصفها أحد مصادر المعلومات الرئيسية؛ وخاصةً خلال فترات انتشار الأوبئة وظهور الأمراض التي لم تُسجَّل من قبل، ومن جهةٍ أخرى، يمكن ملاحظة اختلاف المجتمعات البحثية لتلك الدراسات؛ إذ تكوّن مجتمع الدراسة في بعضها من الخبراء في المجالات الصحية والأوبئة؛ مثل (Mejia et al., 2020)، أو الصيادلة ودارسي الاختصاصات الطبية؛ مثل (Basheti et al., 2020) و (Karasneh et al., 2020)، أو المختصين الصحيين؛ مثل (علي، 2017)، فيما تمثّل مجتمع الدراسة في بعضها الآخر في مستخدمي وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي؛ مثل (Salim et al., 2020) و (Choi et al., 2017) وكذلك (أبو سنة، 2015)، علماً أن جميع الدراسات السابقة قد استخدمت أداة الاستبانة الميدانية التي تم توزيعها على المبحوثين، باستثناء دراسة (Brennen et al., 2020)، ودراسة (Allen et al., 2020)، ودراسة (الفرم، 2017)، التي استخدمت أداة تحليل المضمون بالتطبيق على عينة من محتوى وسائل الإعلام.

من جهةٍ أخرى؛ تتفق هذه الدراسة مع دراسة كل من (Mejia et al., 2020)، و (Brennen et al., 2020)، و (Basheti et al., 2020)، و (Karasneh et al., 2020)، و (Nooh et al., 2020)، و (Choi et al., 2017)، و (الفرم، 2017)، و (أبو سنة، 2017)؛ في تناولها لفيروس كورونا (nCoV-19 or MERS-CoV) موضوعاً رئيساً للدراسة وعلاقة التعرض لوسائل الإعلام سواء التقليدية أو الجديدة "وسائل التواصل الاجتماعي" بمستوى المعرفة بالفيروس، بينما اختلفت مع دراسة (Salim et al., 2020)، ودراسة (Allen et al., 2020)، ودراسة (علي، 2017)، التي بحثت في العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة وتعزيز أو تشكيل الوعي الصحي نحو مختلف الأمراض؛ مثل متلازمة لينش وبعض أنواع السرطان الوراثي.

المدخل النظري للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي وضعها كل من ملفين ديفلير وساندرا بول روكيتش بعد أن عملا على سد الفراغ الذي أحدثته نظرية الاستخدامات والإشباعات عندما أهملت تأثير وسائل الإعلام وركّزت على الجمهور ودوافع تعرضه لتلك الوسائل (المزاهرة، 2012، ص 207)، ويشير مصطلح "الاعتماد" في النظرية إلى العلاقات المتبادلة بين وسائل الإعلام والأنظمة الاجتماعية والأفراد؛ حيث لا يمكن للأفراد الاعتماد على مصادرهم الشخصية فقط للحصول على جميع المعلومات الضرورية للحياة اليومية (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976)، وتقوم نظرية الاعتماد على

ركيزتين أساسيتين، تتمثل الركيزة الأولى في الأهداف: حيث يسعى أفراد الجمهور إلى تحقيق أهداف شخصية أو اجتماعية من خلال المعلومات التي تقدمها مختلف المصادر الإعلامية وغير الإعلامية، وتتمثل الركيزة الثانية في مصادر المعلومات: إذ تتحكم أنظمة وسائل الإعلام في المصادر التي تحقق أهداف الجمهور، وتتمر المعلومات التي يدلي بها المصدر بالعديد من المراحل؛ مثل إعدادها وترتيبها وتنسيقها ونشرها بصورة أخرى تختلف عن صورتها الأصلية (ديفلير وروكيتش، 2002، 412).

بناءً على ذلك؛ يتطلب تحقيق الأفراد لبعض الأهداف التي توجههم الوصول إلى مصادر تقع تحت سيطرة وسائل الإعلام؛ حيث يعتمد أفراد الجمهور على تلك الوسائل لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية، يتمثل الهدف الأول منها في الفهم والإدراك الاجتماعي الذي يعد هدفاً معرفياً ضرورياً للبقاء في البيئات المعقدة والغامضة التي يواجهها الفرد غالباً في المجتمعات المعاصرة، وتعد وسائل الإعلام أحد المصادر الرئيسة للمعلومات لدى الأشخاص الذين يحققون أهداف فهمهم الاجتماعي عبر معرفة أشياء وخبرات عن البيئة المحيطة أو الجماعة المحلية، ويتعلق الهدف الثاني بالتوجيه عبر اكتساب المبادئ التوجيهية العملية لاتخاذ الإجراءات والتفاعلات المناسبة في المواقف المختلفة، وكيفية التعامل مع المواقف الجديدة في إطار أخلاقيات المجتمع، فيما يرتبط الهدف الثالث بالاسترخاء والراحة التي يمكن أن تكون فردية في حال كان الهدف منها المتعة والترفيه وسيلة لانسحاب الفرد من واجباته ومسؤولياته، أو الترفيه الاجتماعي عبر استخدام المحتوى الإعلامي لدوافع مرتبطة بالعلاقات الاجتماعية والمشاركة مع الأصدقاء أو أفراد الأسرة؛ حيث يأخذ محتوى وسائل الإعلام في هذه الحالة أهمية ثانوية (Ball-Rokeach et al., 1984, 10).

وإلى جانب ما سبق؛ يمكن إضافة التعبير هدفاً رابعاً من أهداف الاعتماد، ويشير مفهوم التعبير إلى تقديم الفرد لأفكاره ومشاعره وآرائه من خلال منصات التواصل الاجتماعي؛ إذ لا يمكن تحقيق هذا الهدف في نظام الإعلام الجماهيري بسبب هيكل الاتصال أحادي الاتجاه، وبناءً على ذلك؛ برزت منصات التواصل الاجتماعي كقنوات مهمة للتعبير عن الذات والترويج الذاتي (Phillips, 2008; Van Dijck, 2013).

وعلى عكس الأهداف الثلاثة الأخرى؛ فإن التعبير لا ينقسم إلى أبعاد شخصية واجتماعية؛ لأنه من الصعب من الناحية النظرية والعملية التمييز بين التعبير الذاتي والاجتماعية عند ارتباطها بالوسائط التفاعلية؛ مثل منصات التواصل الاجتماعي؛

حيث ينشر الأفراد أفكارهم وآراءهم بافتراض أن الآخرين سيقروؤنها، حتى عندما ينشر الأفراد أفكارهم ومشاعرهم الشخصية عبر منصات التواصل الاجتماعي على شكل مونولوج؛ فإنهم يتوقعون أن مشاركاتهم ستتم قراءتها من قبل الآخرين، لذا فإن التعبير في حد ذاته هو إجراء اجتماعي على تلك المنصات التي يمكن اعتبارها أدوات اتصال ثنائي الاتجاه؛ فالأفراد ليسوا مجرد مستلمين سلبيين؛ ولكنهم أيضاً مشاركون نشطون في إنشاء أنواع مختلفة من المحتوى، وإعادة إنشائها وتوزيعها واستهلاكها؛ ومن ثم أصبحت منصات التواصل الاجتماعي منصات مهمة للأفراد لتحقيق هدف التعبير في سياقات اجتماعية مختلفة (Kim & Jung, 2017, 1464).

بناءً على ما سبق؛ تقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على مجموعة من الافتراضات التي بُنيت على وجود علاقة بين الأفراد ووسائل الإعلام، وتتمثل هذه الافتراضات في ما يأتي:

- علاقة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام تتشكل من خلال قوة دوافعهم للحصول على المعلومات التي يُتوقع أن تكون مفيدة لتحقيق الأهداف الشخصية في سياقات محددة.

- هناك علاقة إيجابية مباشرة بين درجة الاعتماد على وسائل الإعلام، ومستوى التعرض لتلك الوسائل؛ بحيث إذا زاد اعتماد الفرد على وسائل الإعلام، فستزداد مستويات تعرضه لها.

- تعمل أهداف الفهم والتوجيه الاسترخاء والتعبير كمركب واحد للاعتماد على وسائل الإعلام، ويؤثر اختلاف هذه الأهداف لدى الجمهور على درجة اعتمادهم على وسائل الإعلام.

- يؤدي التعرض المتزايد لوسائل الإعلام إلى زيادة الاهتمام بالمحتوى الإعلامي المتصل بتحقيق أهداف معينة (Ball-Rokeach et al., 1984).

ويترتب على اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام ثلاثة أنواع من التأثيرات، وهي:

1 - **التأثيرات المعرفية:** تتضمن ترتيب اهتمامات الجمهور نحو مختلف القضايا تبعاً لترتيب وسائل الإعلام لها؛ إذ تزداد أهمية القضية بتركيز تلك الوسائل عليها، وتجاوز مشكلة الغموض الناتجة من تناقض أو نقص المعلومات التي يتعرض لها الفرد لتكوين الفهم للمعاني والتفسيرات المرتبطة بالأحداث، وتشكيل الاتجاهات عبر النشر

غير المحدود للآراء والمضامين التي تهم الفرد، وخاصة خلال فترات الأزمات؛ مثل الكوارث وانتشار الأوبئة (عبد الحميد، 2004، 306).

2 - **التأثيرات الوجدانية**؛ ويقصد بها الفتور العاطفي؛ إذ يؤدي تعرض الفرد بشكل كثيف لوسائل الإعلام إلى عدم رغبته في مساعدة الآخرين؛ نتيجة تعرضه لكم كبير من مشاهد العنف التي تصيبه بالتلبد والفتور، والخوف والقلق الذي يصيب الفرد نتيجة تعرضه لسلوكيات عنيفة في وسائل الإعلام خشية ارتكابه لمثل تلك السلوكيات أو وقوعه ضحية لها، والدعم المعنوي؛ إذ يؤدي قيام وسائل الإعلام بأدوار اتصالية رئيسة؛ مثل التعبير عن ثقافة المجتمع، إلى رفع الروح المعنوية لدى الفرد؛ نتيجة شعوره بالاندماج والمشاركة مع باقي أفراد المجتمع (حجاب، 2010، 305).

3 - **التأثيرات السلوكية**؛ وتشتمل على عنصري التنشيط والخمول، ويرتبط التنشيط بتبني الفرد سلوكاً معيناً؛ نتيجة تعرضه لوسائل الإعلام، ويعتبر النتيجة النهائية لربط الآثار المعرفية والوجدانية معاً، وقد يكون التنشيط إيجابياً مثل المطالبة بالمساواة بين الجنسين في المجتمع، أو سلبياً ضاراً اجتماعياً؛ مثل التورط بأعمال عنف، وتقليد الجرائم والأنشطة المسيئة للمجتمع، فيما يرتبط الخمول بعدم قيام الفرد بأي فعل أو سلوك نتيجة تعرضه لوسائل الإعلام؛ مثل عدم المشاركة السياسية والاجتماعية، وقد يحدث ذلك بسبب الكثافة العالية في تعرض الفرد لتغطية حدث أو قضية ما؛ مما يدفعه إلى الشعور بالملل، ومن ثم عدم المشاركة (مكاوي والسيد، 1998، 329).

بناءً على ما سبق؛ تتمثل الاستفادة من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في تطبيقها داخل هذه الدراسة، واستخدامها لمعرفة التأثيرات المترتبة على اعتماد الجمهور الأردني على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المستجد، إلى جانب مساهمتها في تحديد أهداف الدراسة وأسئلتها، وتحديد التأثيرات التي اشتملت عليها الاستبانة وتقسيمها وفقاً لما جاء في النظرية إلى ثلاثة مقاييس (التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية)، ووضع فقرات كل مقياس وعباراته بدقة ووضوح، وبما يتفق مع طرق القياس المتضمنة في النظرية.

مشكلة الدراسة:

بدأ انتشار فيروس كورونا المستجد على مستوى العالم في نهاية عام (2019)؛ مما دفع العديد من الباحثين في مختلف المجالات إلى البحث في هذا الوباء، وقد

أظهرت العديد من نتائج الدراسات؛ مثل دراسة (Batooli & Sayyah, 2020) أن "إمداد وانتشار المعلومات المرتبطة بفيروس كورونا المُستجد" كانت مرتفعة بشكل ملحوظ، كما أن "الطلب على المعلومات ذات الصلة" كان مرتفعاً كذلك لدرجة أن العديد من الموضوعات والمقالات والمعلومات والإحصائيات قد اجتذبت مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي على مدى الأشهر القليلة الماضية.

وعلى المستوى الأردني؛ وبحسب التقرير الصادر عن مؤسسة (Hootsuite) التي تدير منصات التواصل الاجتماعي؛ ارتفعت نسبة المستخدمين الأردنيين لهذه المنصات منذ بداية عام (2020) - أي مع بداية انتشار الفيروس- لتصل إلى (56%) من إجمالي المواطنين؛ مقارنةً بـ(49.6%) في النصف الثاني من عام (2019)، ويعود ذلك إلى اعتبار منصات التواصل الاجتماعي إحدى أبرز القنوات الاتصالية التي يستخدمها الجمهور للحصول على المعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد سواء من خلال الحسابات الرسمية الحكومية (وزير الصحة، وزير الدولة لشؤون الإعلام، اللجنة الوطنية للأوبئة، المركز الوطني للأمن وإدارة الأزمات) أو من خلال الحسابات الخاصة بوسائل الإعلام الأردنية (صحف، إذاعات، فضائيات) أو غيرها من حسابات الجهات الصحية المحلية والعالمية؛ مما أدى إلى ظهور الحاجة إلى تسخير ذكاء هذه المنصات في تعبئة المواطنين الأردنيين، وتحسين ثقتهم في القرارات الحكومية، وتقليل مخاوفهم، وتعزيز التزامهم بتدابير الصحة العامة التي يتم اتخاذها، عبر توجيه التدفق المعلوماتي وإشراك الجمهور بعملية مكافحة بما يضمن فعالية تلك القرارات والإجراءات خلال مرحلة مكافحة الوباء.

بناءً على ما سبق؛ تتمثل مشكلة الدراسة في السؤالين الآتيين: ما درجة اعتماد الجمهور الأردني على وسائل التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد؟ وما التأثيرات المترتبة على هذا الاعتماد؟

أهمية الدراسة:

أدى ظهور فيروس كورونا المُستجد في نهاية عام (2019) إلى فتح مجالات بحثية إعلامية وغير إعلامية مرتبطة به؛ باعتباره وباءً عالمياً يهدد مختلف دول العالم، ومن بينها الأردن؛ نظراً لعدم وجود علاج أو لقاح فعال ضد الفيروس، وفي ظل عدم وجود دراسة أردنية - في حدود علم الباحث- قد عرضت لاعتماد الجمهور الأردني على منصات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات حول وباء فيروس

كورونا المُستجد؛ تظهر أهمية هذه الدراسة باعتبارها من الدراسات الأولى على المستوى الأردني التي تبحث في هذا الشأن.

إضافةً إلى ما سبق، يرى الباحث أن هناك حاجة كبيرة إلى الدراسات التي تُعنى باستخدام الجمهور واعتماده على منصات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية والحصول على المعلومات الطبية، باعتبار هذه المنصات أحد أبرز مصادر حصول الجمهور على المعلومات حول الآثار الصحية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية المترتبة على انتشار وباء فيروس كورونا المُستجد؛ حيث يأمل الباحث - من خلال نتائج هذه الدراسة - تعرف مستويات اعتماد الجمهور الأردني على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الوباء، والتأثيرات المترتبة على هذا الاعتماد؛ بهدف الخروج بتوصيات لأصحاب القرار حول سبل الاستفادة من هذه المنصات في التوعية الصحية ذات الصلة بالوباء.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس من هذه الدراسة في معرفة درجة اعتماد الجمهور الأردني على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد، ويندرج تحت هذا الهدف مجموعة أهداف فرعية، هي:

- 1 - أنماط استخدام المبحوثين لمنصات التواصل الاجتماعي لمتابعة وباء فيروس كورونا المُستجد.
- 2 - درجة اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد.
- 3 - التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد.

أسئلة الدراسة:

- 1 - ما أنماط استخدام المبحوثين لمنصات التواصل الاجتماعي لمتابعة وباء فيروس كورونا المُستجد؟
- 2 - ما درجة اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد؟

3 - ما أسباب اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد؟

4 - ما الموضوعات التي يتابعها المبحوثون عبر منصات التواصل الاجتماعي والمرتبطة بوباء فيروس كورونا المُستجد؟

5 - ما معايير اختيار المبحوثين للأخبار والموضوعات التي يتابعونها عبر منصات التواصل الاجتماعي والمرتبطة بوباء فيروس كورونا المُستجد؟

6 - ما التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد؟

فروض الدراسة:

1 - توجد فروق دالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد تعزى إلى سماتهم الشخصية.

2 - توجد فروق دالة إحصائية في مجمل التأثيرات المترتبة على اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد تعزى إلى سماتهم الشخصية، ويندرج تحت هذا الفرض ثلاثة فروض فرعية، هي:

أ - توجد فروق دالة إحصائية في التأثيرات المعرفية المترتبة على اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول فيروس كورونا المُستجد تعزى إلى سماتهم الشخصية.

ب - توجد فروق دالة إحصائية في التأثيرات الوجدانية المترتبة على اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول فيروس كورونا المُستجد تعزى إلى سماتهم الشخصية.

ج - توجد فروق دالة إحصائية في التأثيرات السلوكية المترتبة على اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول فيروس كورونا المُستجد تعزى إلى سماتهم الشخصية.

3 - توجد علاقة ارتباط بين درجة اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد؛ ومجمل التأثيرات المترتبة على هذا الاعتماد، ويندرج تحت هذا الفرض ثلاثة فروض فرعية، هي:

أ - توجد علاقة ارتباط بين درجة اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد؛ والتأثيرات المعرفية المترتبة على هذا الاعتماد.

ب- توجد علاقة ارتباط بين درجة اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد؛ والتأثيرات الوجدانية المترتبة على هذا الاعتماد.

ج- توجد علاقة ارتباط بين درجة اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد؛ والتأثيرات السلوكية المترتبة على هذا الاعتماد.

4 - توجد علاقة ارتباط بين التأثيرات المعرفية المترتبة على اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد؛ والتأثيرات الوجدانية المترتبة على هذا الاعتماد.

5 - توجد علاقة ارتباط بين التأثيرات المعرفية المترتبة على اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد؛ والتأثيرات السلوكية المترتبة على هذا الاعتماد.

التعريفات الإجرائية:

- **منصات التواصل الاجتماعي:** شكل من أشكال الإعلام الجديد، وتشتمل على مجموعة مواقع وتطبيقات إلكترونية، يمكن تنصيبها على الهواتف الذكية، وتسمح للمستخدمين بإنشاء ملفات تعريفية خاصة بهم؛ ومن ثم ربطهم مع غيرهم من المستخدمين الذين يشاركونهم الاهتمامات نفسها؛ بحيث تتيح لهم إمكانية مشاركة المعلومات والأفكار، وإرسال الرسائل النصية، وملفات الوسائط المتعددة، كما تتيح إمكانية البحث عن أصدقاء آخرين، والدخول إلى ملفات تعريفية والاطلاع على معلوماتهم ومشاركاتهم العامة، ومن أبرز هذه المنصات: فيسبوك، تويتر، واتساب، يوتيوب وغيرها.

- **وباء فيروس كورونا المُستجد (كوفيد- 19):** المرض الناتج من الإصابة أو العدوى بفيروس كورونا المُستجد (nCoV-19)، الذي ظهر لأول مرة في نهاية عام (2019) في مدينة ووهان الصينية، وصنّفته منظمة الصحة العالمية بتاريخ (11 آذار 2020) وباءً عالمياً نتيجةً لظهوره في مختلف دول العالم دون استثناء؛ نظراً لقدرته على الانتقال بين الأفراد بطرق سهلة وسريعة الانتشار، ما لم يتم أخذ الاحتياطات الوقائية اللازمة لمنع الإصابة به، ويسبب الفيروس حالات عدوى شديدة ومشكلات في الجهاز التنفسي تشبه إلى حدٍ كبير أعراض الالتهاب الرئوي الفيروسي.

- **الجمهور الأردني:** جميع المواطنين الأردنيين الذين يستخدمون واحدة أو أكثر من منصات التواصل الاجتماعي، ويبلغ عددهم (5.7) ملايين مواطن وبنسبة (56 %) من إجمالي عدد السكان في الأردن، وفقاً لتقرير مؤسسة (Hootsuite) التي تدير منصات التواصل الاجتماعي.

نوع الدراسة ومنهجها:

تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف تقديم توصيفات دقيقة لاتجاهات مجموعة من الأفراد ومعتقداتهم وآرائهم (تربطهم صفات وخصائص شخصية أو مهنية مشتركة) نحو ظاهرة ما؛ بطريقة تتيح تعرف أثرها وأثر مكوناتها وعناصرها وخصائصها على تلك المجموعة من الأفراد (عينة الدراسة)، وتحديد العلاقة بين سماتهم وخصائصهم الشخصية ومتغيرات الظاهرة المدروسة.

في إطار ذلك؛ استخدم الباحث منهج مسح جمهور وسائل الإعلام؛ باعتباره الأكثر ملاءمةً لتحقيق أهداف الدراسة الحالية، والإجابة عن أسئلتها، واختبار فروضها، والوصول إلى نتائجها، عبر توفير البيانات الرئيسة من المبحوثين حول درجة اعتمادهم على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع المواطنين الأردنيين ممن يستخدمون واحداً أو أكثر من منصات التواصل الاجتماعي، وقد تم اختيار عينة، قوامها (450) مفردة عبر استخدام أسلوب العينة الحصصية المتساوية (Equal Quota sample)؛ حيث قسمت العينة على أقاليم المملكة الأردنية الهاشمية الثلاثة (الشمال والوسط والجنوب)؛ بواقع (150) مفردة من كل إقليم؛ موزعة بالتساوي بين الذكور والإناث؛ بواقع (75) مفردة لكل منهما، ويوضح جدول (1) السمات الشخصية للمبحوثين.

جدول 1

السمات الشخصية للمبحوثين

المتغير	الفئة	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	% 50
	أنثى	% 50
العمر	أقل من 25 سنة	%24.7
	25 سنة - أقل من 35 سنة	%40.7
	35 سنة - أقل من 45 سنة	%22.2
	45 سنة فأكثر	%12.4
المستوى التعليمي	ثانوية عامة فأقل	%8.4
	دبلوم متوسط	%14.2
	بكالوريوس	%50.7
	دراسات عليا (ماجستير/دكتوراه)	%26.7
جهة العمل	قطاع حكومي	%33.1
	قطاع خاص	%27.6
	أعمل حرة	%8.7
	لا أعمل	%30.7
مكان الإقامة	إقليم شمال الأردن (إربد، عجلون، جرش، المفرق)	%33.3
	إقليم وسط الأردن (عمان، الزرقاء، مادبا، البلقاء)	%33.3
	إقليم جنوب الأردن (الكرك، الطفيلة، معان، العقبة)	%33.3
المجموع الكلي (ن) = 450		

أداة جمع البيانات والمقاييس التي تضمنتها:

استخدمت أداة (الاستبانة) لجمع بيانات هذه الدراسة، عبر تصميمها إلكترونياً (Online Survey) على موقع (Google Forms)، وإرسال الرابط الإلكتروني إلى المبحوثين من خلال البريد الإلكتروني وموقع الفيسبوك وتطبيق واتساب خلال الفترة من (20 أيار - 27 أيار 2020)؛ نظراً لعدم إمكانية التوزيع الورقي في ظل قرارات حظر التجول داخل الأردن، وقد اشتملت الاستبانة على المتغيرات والمقاييس الآتية:

1 - استخدم مقياس رباعي لقياس متغير درجة اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد، ومتغير درجة استخدامهم لهذه المنصات في متابعة أخبار الوباء وتطوراتها؛ حيث تدرّج المقياس على النحو الآتي: (3) كبيرة (2) متوسطة (1) قليلة (0) لا أعتد عليها، وتم تقدير مستويات المتوسطات الحسابية تبعاً لإجابات المبحوثين وفقاً للدرجات الآتية: (0 - 0.99) منخفضة، (1 - 1.99) متوسطة، (2 - 3) مرتفعة.

2 - استخدم مقياس ثلاثي لقياس متغير أسباب اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد، ومتغير الموضوعات المرتبطة بالوباء التي يتابعها المبحوثون عبر منصات التواصل الاجتماعي، ومتغير معايير اختيار المبحوثين لأخبار الوباء وموضوعاتها عبر تلك المنصات؛ حيث تدرّج المقياس على النحو الآتي: (2) إلى حد كبير (1) إلى حد ما (0) لا، وتم تقدير مستويات المتوسطات الحسابية تبعاً لإجابات المبحوثين وفقاً للدرجات الآتية: (0 - 0.66) منخفضة، (0.67 - 1.33) متوسطة، (1.34 - 2) مرتفعة.

3 - استخدم مقياس خماسي لقياس متغير التأثيرات المعرفية، ومتغير التأثيرات الوجدانية، ومتغير التأثيرات السلوكية المترتبة على اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد؛ حيث تدرّج المقياس على النحو الآتي: (4) بدرجة كبيرة جداً (3) بدرجة كبيرة (2) بدرجة متوسطة (1) بدرجة قليلة (0) لم تؤثر مطلقاً، وتم تقدير مستويات المتوسطات الحسابية تبعاً لإجابات المبحوثين وفقاً للدرجات الآتية: (0 - 1.33) منخفضة، (1.34 - 2.66) متوسطة، (2.67 - 4) مرتفعة.

اختبار الصدق والثبات؛

بهدف قياس صدق الأداة؛ استخدم أسلوب صدق المحتوى أو المضمون عبر عرض أداة الدراسة (الاستبانة) على مجموعة من المحكمين المختصين من أساتذة الإعلام ذوي الخبرات بالممارسات البحثية الإعلامية؛ للتأكد من أن الأداة تقيس فعلاً جميع أبعاد المشكلة البحثية، وتحقق أهدافها، وتجيّب عن أسئلتها، وتصلح لاختبار فروضها، وبأنها صالحة للتطبيق الميداني.

واعتمد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) من خلال استخدام معامل الثبات (Cronbach Alpha) لقياس الاتساق الداخلي للأداة، وقد بلغت قيمة معامل الثبات

لمقياس أسباب الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي لمتابعة وباء فيروس كورونا المُستجد ($\alpha=0.873$)، مقياس الموضوعات الأكثر متابعة ذات الصلة بالوباء ($\alpha=0.884$)، مقياس معايير اختيار أخبار الوباء عبر منصات التواصل الاجتماعي ($\alpha=0.834$)، مقياس التأثيرات المعرفية المترتبة على اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن الوباء ($\alpha=0.921$)، مقياس التأثيرات الوجدانية المترتبة على هذا الاعتماد ($\alpha=0.864$)، مقياس التأثيرات السلوكية ($\alpha=0.850$)، وتعتبر قيم معامل الثبات قيماً مرتفعة ومقبولة في البحث العلمي.

تحليل نتائج الدراسة ومناقشتها:

أولاً- نتائج الدراسة الميدانية:

- درجة الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء (COVID-19):

جاء من يعتمدون بدرجة متوسطة على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد في المرتبة الأولى بنسبة (42.4 %)، يليهم من يعتمدون على هذه المنصات بدرجة قليلة بنسبة (24.2 %)، ثم من يعتمدون عليها بدرجة كبيرة بنسبة (20.9 %)، وفي المرتبة الأخيرة من لا يعتمدون مطلقاً على هذه المنصات مصدراً للمعلومات حول الوباء بنسبة (12.4 %).

تشير دلالة النسب السابقة إلى قدرة منصات التواصل الاجتماعي على جذب المستخدمين؛ نظراً لإمكاناتها وخصائصها التي أسهمت في انتشارها؛ مثل التفاعلية والجماهيرية وتخطي الحدود الجغرافية؛ مما جعلها أحد أبرز مصادر الحصول على المعلومات خلال فترات الأزمات وانتشار الأوبئة في مختلف دول العالم، وعلى المستوى الأردني قامت مختلف وسائل الإعلام الرسمية والخاصة - سواء المقروءة أو المسموعة أو المرئية؛ مثل الصحف والقنوات التلفزيونية - بإنشاء حسابات خاصة بها على تلك المنصات، وكثفت من استخدامها لها خلال فترة انتشار وباء كورونا المُستجد داخل الأردن؛ إذ عمدت العديد منها إلى نشر أخبارها وتقاريرها وتصريحات وزيري الصحة والإعلام والمركز الوطني لإدارة الأزمات عبر تلك المنصات؛ مما جعلها واحدة من أبرز وسائل الإعلام الحديثة في تغطية الأزمات والكوارث والأوبئة.

تتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة (Karasneh et al., 2020) التي خلصت إلى أن منصات التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الثانية بين مجمل المصادر التي يستخدمها المبحوثون للحصول على المعلومات حول فيروس كورونا المُستجد بنسبة (45%)، وفي المرتبة الأولى بين المصادر الإعلامية بنسبة (33%)، كما تتفق مع دراسة (الفرم، 2017) التي أشارت إلى أن النسبة الكبرى من المبحوثين يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية، ودراسة (أبو سنة، 2015) التي توصلت إلى أن النسبة الكبرى من المبحوثين يتابعون أخبار مرض كورونا.

- أسباب عدم الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي؛

جدول 2

أسباب عدم الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد

النسبة المئوية	أسباب عدم الاعتماد
27%	احتواؤها على كم كبير من الشائعات والمعلومات المضللة.
15.8%	عدم الثقة في المعلومات التي تُنشر عبرها.
14.5%	أتابع وسائل الإعلام الأردنية الرسمية.
13.8%	اعتمادها مبدأ التهويل في نقل الأخبار ذات الصلة بالفيروس.
13.2%	احتواؤها على مصادر غير متخصصة بموضوع الفيروس.
9.9%	أتابع موقع منظمة الصحة العالمية.
4.6%	عدم الاهتمام بمتابعة الأخبار والموضوعات المرتبطة بالفيروس.
1.3%	استخدام تطبيقات ومنصات خاصة أنشئت لنشر المعلومات حول الفيروس.
100%	مجموع الإجابات

* أتيح للمبحوثين إمكانية اختيار أكثر من بديل، وبلغ عدد المستجيبين لهذا السؤال (56) مفردة.

تشير البيانات في جدول (2) إلى أن أبرز أسباب عدم اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد؛ قد تمثلت في "احتوائها على كم كبير من الشائعات والمعلومات المضللة" بنسبة

(27%)، وكذلك "عدم الثقة في المعلومات التي تُنشر عبرها" بنسبة (15.8%)، فيما تمثلت أقل أسباب عدم الاعتماد في "عدم الاهتمام بمتابعة الأخبار والموضوعات المرتبطة بالفيروس" بنسبة (4.6%)، وكذلك "استخدام تطبيقات ومنصات أنشئت خصيصاً لنشر المعلومات حول الفيروس" بنسبة (1.3%).

تشير دلالة النسب السابقة إلى أنه، على الرغم من توافر كمية كبيرة من المعلومات حول فيروس كورونا المُستجد والمنشورة على منصات التواصل الاجتماعي، فإن هذه المعلومات ليست ذات مصداقية عالية، وتحتوي على كم لا بأس به من الشائعات والمعلومات المغلوطة من وجهة نظر المبحوثين؛ مما أدى إلى عدم ثقتهم بها؛ الأمر الذي يمكن تفسيره في ضوء إتاحة تلك المنصات لجميع المستخدمين- سواء الأفراد أو الصحف الإلكترونية أو غيرهم من الجهات- إمكانية النشر والتعليق ومشاركة الأخبار وإنتاجها بحسب وجهات نظرهم وتوجهاتهم، واعتبارها معلومات دقيقة لدى كثير من الفئات؛ مما استدعى ضرورة إيجاد حلول لهذه الإشكالية، فعلى سبيل المثال يستخدم موقع الفيسبوك خاصية تدقيق المحتوى الإخباري والمعلوماتي عبر الإشارة إلى الأخبار المزيفة بأنها غير صحيحة ومفبركة، إلا أن الجماهيرية والانتشار الواسع لتلك المنصات بين المستخدمين، تحول دون تدقيق الكثير من الإشاعات والمعلومات غير الموثوق بها.

تتفق هذه النتائج مع دراسة (Mejia et al., 2020) التي توصلت إلى مبالغة منصات التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات حول فيروس كورونا المُستجد، كما تتفق مع دراسة (Salim et al., 2020) التي أشارت إلى تدني مصداقية هذه المنصات لدى المبحوثين، إلا أنها تختلف مع دراسة (Choi, 2017) التي خلصت إلى أن أبرز أسباب الاعتماد على هذه المنصات قد تمثلت في عدم تقديم وسائل الإعلام التقليدية والرسمية معلومات كافية عن فيروس كورونا المسبب لمتلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS).

- أسباب الاعتماد على منصات التواصل مصدراً للمعلومات حول وباء كورونا المُستجد :

جدول 3

أسباب الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	أسباب الاعتماد
0.606	1.50	إمكانية استخدام هذه المنصات في أي وقت وأي مكان.
0.641	1.41	إمكانية تصفح الحسابات الخاصة بوسائل الإعلام الأخرى.
0.587	1.37	السرعة في نقل الأخبار والأحداث.
0.636	1.34	المتابعة المستمرة لموضوع الفيروس فلحظة بلحظة.
0.699	1.34	لأنها تدعم الموضوع بالنصوص والصور والفيديوهات.
0.625	1.33	تنوع مصادر المعلومات المرتبطة بالفيروس.
0.598	1.29	التنوع في المعلومات المرتبطة بفيروس كورونا المُستجد.
0.781	1.20	إمكانية مشاركة المعلومات على مختلف منصات التواصل الاجتماعي.
0.693	1.14	تركيزها على الإحصائيات المرتبطة بالفيروس.
0.771	1.13	إمكانية التعليق على الموضوعات ذات الصلة بالفيروس.
0.664	1.31	المتوسط العام

* بلغ عدد المستجيبين لهذا السؤال (394) مفردة.

يتضح من بيانات جدول (3) أن أبرز أسباب اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد قد تمثلت في "إمكانية استخدام هذه المنصات في أي وقت وأي مكان" ($M=1.50$)، يليه "إمكانية تصفح الحسابات الخاصة بوسائل الإعلام الأخرى" ($M=1.41$)، ثم "السرعة في نقل الأخبار والأحداث" ($M=1.37$)، فيما تمثلت أقل أسباب هذا الاعتماد في "إمكانية مشاركة المعلومات على مختلف منصات التواصل الاجتماعي" ($M=1.20$)، يليه "تركيزها على الإحصائيات المرتبطة بالفيروس" ($M=1.14$)، ثم "إمكانية التعليق على الموضوعات ذات الصلة بالفيروس" ($M=1.13$).

قد تعزى النتائج السابقة إلى سهولة استخدام منصات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد، وإمكانية تحكم

المستخدمين بظروف التعرض لها؛ مثل المكان والزمان، وإتاحتها إمكانية البحث عن المعلومات ذات الصلة بموضوعات محددة؛ مما دفع العديد من وسائل الإعلام إلى استخدامها لنشر موادها الصحفية؛ نظراً لإتاحتها إمكانية النشر السريع والفوري من أماكن الأحداث على مدار الساعة، وبمساحات غير محددة، مع السماح بإضافة مختلف الوسائط المتعددة والروابط التشعبية إلى المادة المنشورة؛ مثل روابط منظمة الصحة العالمية وإحصائيات انتشار الفيروس في العالم بشكل عام أو في دولة معينة؛ مما أسهم في رفع مستويات الاعتماد عليها.

تتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة (Salim et al., 2020)، التي أشارت إلى احتواء موقع الفيسبوك على كم كبير من المعلومات ومن مصادر مختلفة ومتعددة، ودراسة (Choi, 2017)، التي توصلت إلى أن منصات التواصل الاجتماعي تعد أدوات مفيدة للحصول على المعلومات حول فيروس كورونا المسبب لمتلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS)، ودراسة (أبو سنة، 2015) التي أوضحت أن أبرز أسباب متابعة الباحثين للمصادر الإلكترونية قد تمثلت في يسر الاستخدام والقراءة وسهولتهما، إلا أن النتائج الحالية تختلف مع دراسة (علي، 2017)، التي توصلت إلى أن أبرز أسباب اعتماد الباحثين على موقع الفيسبوك قد تمثل في "احتوائها على معلومات صحية متنوعة".

- المنصات المستخدمة لمتابعة تطورات وباء كورونا المُستجد وعدد ساعات المتابعة:

توصلت نتائج الدراسة إلى أن من يتابعون أحداث وباء فيروس كورونا المُستجد وتطوراتها عبر منصات التواصل الاجتماعي لمدة "أقل من ساعة يومياً" قد جاؤوا في المرتبة الأولى بنسبة (61.2%)، يليهم في المرتبة الثانية من يتابعون الأحداث والتطورات لمدة "ساعة - أقل من ساعتين يومياً" بنسبة (26.4%)، ثم من يتابعونها لمدة "ساعتين - أقل من 3 ساعات يومياً" في المرتبة الثالثة بنسبة (6.7%)، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة من يتابعون الأحداث والتطورات ذات الصلة بالوباء لمدة "3 ساعات فأكثر يومياً" بنسبة (4.2%).

إلى جانب ما سبق، أشارت النتائج إلى أن موقع "الفيسبوك" قد جاء في مقدمة المنصات التي يعتمد عليها الباحثون لمتابعة أخبار وباء فيروس كورونا المُستجد وتطوراتها بمتوسط حسابي (M=2.37) وبدرجة مرتفعة، يليه تطبيق "الواتساب" بمتوسط حسابي (M=1.47) وبدرجة متوسطة، ثم تطبيق "الانستغرام" بمتوسط حسابي

($M=1.06$) وبدرجة متوسطة، ثم "اليوتيوب" بمتوسط حسابي ($M=1.05$) وبدرجة متوسطة، ثم "التويتر" بمتوسط حسابي ($M=0.89$) وبدرجة منخفضة، وفي المرتبة الأخيرة تطبيق "السناب شات" بمتوسط حسابي ($M=0.54$) وبدرجة منخفضة.

تشير النتائج السابقة المرتبطة بعدد ساعات الاستخدام، إلى وجود مصادر معلوماتية أخرى غير منصات التواصل الاجتماعي؛ إذ تعقد الحكومة الأردنية مؤتمراً صحفياً بشكل يومي تشارك فيه مختلف وسائل الإعلام الأردنية لنشر آخر التحديثات المرتبطة بوباء كورونا المُستجد داخل الأردن؛ من حيث عدد حالات الشفاء والإصابات الجديدة والوفيات، كما حاولت الحكومة الأردنية السيطرة على تداول المعلومات المزيفة عبر إصدار قرار يمنع تداول أي معلومة عبر منصات التواصل الاجتماعي ما لم تصدر عن جهة رسمية؛ مثل وزارتي الصحة والإعلام والمركز الوطني لإدارة الأزمات؛ الأمر الذي يُفسّر أن النسبة الكبرى من المبحوثين (61.2%) يتابعون لأقل من ساعة يومياً تطورات الوباء عبر تلك المنصات.

كما يمكن تفسير مجيء اليوتيوب والتويتر والسناب شات في آخر قائمة منصات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثون مصدراً للمعلومات حول وباء كورونا المُستجد في ضوء أن موقع تويتر لا يسمح بأكثر من (280) حرفاً للمنشور الواحد؛ مما يعني عدم إمكانية نشر تطورات انتشار الوباء بشكل تفصيلي مكثف والاكتفاء بنشر العناوين أو المعلومات المختصرة جداً، كما أن موقع اليوتيوب مختص فقط بنشر مقاطع الفيديو، ولا يسمح بنشر الأخبار العاجلة المكتوبة؛ ومن ثم يبقى استخدامه مقتصرًا على القنوات التلفزيونية الأردنية التي تنشر من خلاله برامجها التلفزيونية المسجلة؛ كالمسلسلات والبرامج الترفيهية، أما بالنسبة لتطبيق سناب شات؛ فإن معظم مستخدمي التطبيق من الأفراد وليس المؤسسات الصحفية والإخبارية؛ الأمر الذي يفسّر مجيئه في آخر قائمة المنصات التي يعتمد عليها المبحوثون.

تتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة (Basheti et al., 2020) التي خلصت إلى أن موقع الفيسبوك جاء في مرتبة متقدمة بين المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون لمتابعة أخبار وباء فيروس كورونا المُستجد، كما تتفق مع دراسة (الفرم، 2017)، التي توصلت إلى أن موقع الفيسبوك جاء في المراتب الأولى بين المنصات التي يستخدمها المبحوثون، ودراسة (أبو سنة، 2015)، التي أشارت إلى أن النسبة الكبرى من المبحوثين يتابعون أخبار كورونا من خلال المصادر الإلكترونية.

- الموضوعات المتصلة بوباء فيروس كورونا المُستجد عبر منصات التواصل الاجتماعي؛

جدول 4

الموضوعات التي يتابعها المبحوثون عبر منصات التواصل والمتصلة بوباء فيروس كورونا المُستجد

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الموضوعات
0.511	1.70	إحصائيات المصابين الجدد والوفيات والمتعافين من فيروس كورونا داخل الأردن.
0.561	1.65	معرفة مواعيد حظر التجول ومواعيد فتح القطاعات الخدمية والتموينية المهمة.
0.598	1.52	الاطلاع على التعليمات الحكومية المرتبطة بفيروس كورونا.
0.629	1.45	التأثيرات السياسية والاقتصادية لوباء فيروس كورونا على الأردن.
0.629	1.45	تطورات وباء كورونا منذ بداية انتشاره حتى الآن.
0.631	1.38	آراء المتخصصين في المجال الطبي حول سبل الوقاية من فيروس كورونا.
0.663	1.36	الأسباب التي أدت إلى انتشار فيروس كورونا على المستوى العالمي.
0.637	1.32	تأثيرات وباء فيروس كورونا المُستجد على المستوى العالمي.
0.662	1.31	آراء المتخصصين في المجال الطبي حول سبل علاج المصابين بفيروس كورونا.
0.693	1.30	إحصائيات المصابين الجدد والوفيات والمتعافين من فيروس كورونا في العالم.
0.721	1.19	التجارب المخبرية لتصنيع لقاح ضد الفيروس.
0.630	1.42	المتوسط العام

* بلغ عدد المستجيبين لهذا السؤال (394) مفردة.

يظهر من خلال بيانات جدول (4) أن أبرز الموضوعات ذات الصلة بوباء فيروس كورونا المُستجد التي يتابعها المبحوثون عبر منصات التواصل الاجتماعي قد تمثلت في "إحصائيات المصابين الجدد والوفيات والمتعافين من فيروس كورونا داخل الأردن" ($M=1.70$)، يليه "معرفة مواعيد حظر التجول ومواعيد فتح القطاعات الخدمية والتموينية المهمة" ($M=1.65$)، ثم "الاطلاع على التعليمات الحكومية المرتبطة بفيروس كورونا" ($M=1.52$)، فيما تمثلت أقل هذه الموضوعات متابعة في "آراء المتخصصين في المجال الطبي حول سبل علاج المصابين بفيروس كورونا" ($M=1.31$)، يليه "إحصائيات المصابين الجدد والوفيات والمتعافين من فيروس كورونا في العالم" ($M=1.30$)، ثم "التجارب المخبرية لتصنيع لقاح ضد الفيروس" ($M=1.19$).

تبدو النتائج السابقة منطقية في ضوء اقتصار تطبيق الدراسة على المجتمع الأردني؛ مما يُفسّر مجيء الموضوعات المرتبطة بوباء فيروس كورونا على المستوى الأردني في مقدمة الموضوعات التي يتابعها المبحوثون من خلال منصات التواصل الاجتماعي، كما أسهمت قوانين حظر التجول وتحديد أوقات فك الحظر وفتح القطاعات الخدمية؛ في زيادة اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام بشكل عام، ومنصات التواصل الاجتماعي بشكل خاص؛ نظراً لاستخدام هذه المنصات من قبل مختلف وسائل الإعلام الأردنية والجهات والوزارات الرسمية لنشر المعلومات المتعلقة بهذا الشأن؛ حيث يعمل وزير الصحة والإعلام على نشر مختلف القرارات التي تتخذها الحكومة، إلى جانب آخر التطورات المرتبطة بأعداد المصابين الجدد وحالات الشفاء والوفيات عبر حساباتهما الرسمية، وتشارك وسائل الإعلام الأردنية عملية النشر وإعادة النشر للمؤتمرات الصحفية للحكومة الأردنية عبر حساباتها على تلك المنصات.

تتفق هذه الدراسة مع دراسة (Allen et al., 2020)، التي أوضحت أن معظم المنشورات على موقع تويتر تضمنت معلومات وروابط لمقالات ومعلومات طبية إضافية، ودراسة (Choi et al., 2017)، التي أشارت إلى مساهمة منصات التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات ذات الصلة بمتلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS)، كما تتفق مع دراسة (علي، 2017) التي توصلت إلى أن المعلومات الصحية المنشورة عبر موقع الفيسبوك تقدم وصفاً وافياً وواضحاً عن موضوعات التوعية الصحية، إلا أنها تختلف مع دراسة (Basheti et al., 2020)، التي خلصت إلى أن معظم المبحوثين يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي لمتابعة التحديثات المرتبطة بإنتاج علاج لمرض كورونا الذي يسببه الفيروس.

- معايير اختيار موضوعات وباء فيروس كورونا المُستجد عبر منصات التواصل الاجتماعي:

جدول 5

معايير اختيار المبحوثين لموضوعات وباء فيروس كورونا المُستجد عبر منصات التواصل الاجتماعي

معايير اختيار الموضوعات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أن تكون المعلومات صادرة عن وزير الصحة أو وزير الإعلام أو إدارة الأزمة.	1.64	0.540
أن تحتوي على إحصائيات المصابين والمتعافين والوفيات داخل الأردن.	1.54	0.661
أن تشتمل على آراء متخصصين في المجال الطبي.	1.48	0.635

تابع/ جدول 5

معايير اختيار المبحوثين لموضوعات وباء فيروس كورونا المُستجد عبر منصات التواصل الاجتماعي

معايير اختيار الموضوعات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أن تتناول الجهود الحكومية لاحتواء الفيروس داخل الأردن.	1.40	0.648
أن تحتوي على صور ومقاطع فيديو أكثر من غيرها.	1.40	0.643
أن تكون منشورة عبر حسابات وسائل الإعلام الأردنية.	1.39	0.661
أن تشمل على تعليمات الوقاية والعلاج من الفيروس.	1.38	0.611
أن تسلط الضوء على انتشار الفيروس على مستوى العالم.	1.26	0.659
أن تحتوي على مقابلة حالات مصابة أو شفيت من الفيروس.	1.17	0.716
أن تكون منشورة عبر حسابات وسائل الإعلام العربية والأجنبية.	1.16	0.722
المتوسط العام	1.38	0.650

* بلغ عدد المستجيبين لهذا السؤال (394) مفردة.

تشير بيانات جدول (5) إلى أن أبرز معايير اختيار المبحوثين للموضوعات ذات الصلة بوباء فيروس كورونا المُستجد عبر منصات التواصل الاجتماعي، قد تمثلت في "أن تكون صادرة عن وزير الصحة أو وزير الإعلام أو إدارة الأزمة" ($M=1.64$)، يليه "أن تحتوي على إحصائيات المصابين والمتعافين والوفيات داخل الأردن" ($M=1.54$)، ثم "أن تشمل على آراء متخصصين في المجال الطبي" ($M=1.48$)، فيما تمثلت أقل معايير الاختيار في "تسليطها الضوء على انتشار الفيروس على مستوى العالم" ($M=1.26$)، يليه "أن تحتوي على مقابلة حالات مصابة أو شفيت من الفيروس" ($M=1.17$)، ثم "أن تكون منشورة عبر حسابات وسائل الإعلام العربية والأجنبية" ($M=1.16$).

يمكن تفسير النتائج السابقة في ضوء المتابعة المستمرة لوزير الصحة والإعلام والمركز الوطني الأردني لإدارة أزمة كورونا لمختلف التطورات المرتبطة بالمصابين والمتعافين والوفيات على المستوى المحلي الأردني؛ حيث تعمل هذه الأطراف على نشر التصريحات والقرارات التي اتخذتها وسائل الإعلام الأردنية؛ التي تعمل بدورها على إعادة نشرها عبر الوسيلة نفسها؛ ومن ثم عبر حساباتها على منصات التواصل

الاجتماعي، كما حظرت الحكومة الأردنية نشر أية معلومة ذات صلة بالبواب ما لم تصدر عن جهة رسمية مشاركة في إدارة الأزمة أو عن مصادر وجهات طبية موثوق بها؛ مثل منظمة الصحة العالمية، وفي سبيل ذلك، اتبعت الحكومة منهج الكشف عن أي تطورات أو معلومات مرتبطة بالشأن الأردني فيما يخص وباء كورونا المُستجد، وعمدت إلى نشرها وإيصالها إلى لجمهور دون التستر على أية معلومة من شأنها أن تثير أو تشكك في مصداقيتها وكفاءتها في إدارة الأزمة أمام المواطنين، أو أن تؤدي إلى نتائج عكسية تثير الرأي العام وتدفعه إلى عدم الالتزام بالإجراءات الوقائية المُتخذة.

تتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة (علي، 2017)، التي توصلت إلى أن منصات التواصل الاجتماعي ممثلةً بموقع الفيسبوك تسهم في نشر المعلومات الصحية الصادرة عن جهات رسمية، وتعمق درجة التواصل بين المستخدمين والجهات الصحية.

- تأثيرات الاعتماد على منصات التواصل مصدراً للمعلومات عن وباء كورونا المُستجد:

جدول 6

تأثيرات الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن وباء فيروس كورونا المُستجد

التأثيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
التأثيرات المعرفية		
أطلعتني على تفاصيل الحجر المنزلي والإجباري وحظر التجول داخل الأردن.	3.31	0.838
أطلعتني على إحصائيات المصابين والمتعافين والمتوفين داخل الأردن.	3.30	0.832
عرّفتني الجهود الأردنية لمكافحة الفيروس والحد من انتشاره داخل الأردن.	3.28	0.810
زودتني بمعلومات حول سبل الوقاية من الفيروس.	3.14	0.848
زودتني بمعلومات حول انتشار الفيروس على المستوى العالمي.	3.08	0.880
أطلعتني على إحصائيات المصابين والمتعافين والمتوفين على مستوى العالم.	3.04	0.947
عرّفتني الجهود الطبية العالمية لإيجاد لقاح فعال ضد الفيروس.	3.03	0.909
التأثيرات الوجدانية		
الشعور بالتعاطف مع المصابين وعائلات المتوفين من جرّاء الإصابة بالفيروس.	3.19	0.947

تابع/ جدول 6

تأثيرات الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات عن وباء فيروس كورونا المُستجد

التأثيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
دعم موقفي تجاه ما تبذله الحكومة الأردنية من جهود للحد من انتشار الفيروس.	3.18	0.961
الشعور بالغضب نتيجة مخالفة الكثير لإجراءات الوقاية وحظر التجول.	3.16	1.009
أشعرتني بالخوف على مستقبل الأردن خصوصاً، ودول العالم عموماً.	3.04	1.016
الشعور بالاطمئنان من جزاء التكافل الاجتماعي الأردني خلال حظر التجول.	3.03	1.051
أثارت مخاوفي حول إصابتي أو إصابة أحد أفراد عائلتي بالفيروس.	2.88	1.156
التأثيرات السلوكية		
الالتزام بالإجراءات والتعليمات التي تصدرها الحكومة الأردنية.	3.35	0.834
زيادة الاهتمام بالنظافة الشخصية.	3.32	0.866
تطبيق إجراءات الوقاية من الإصابة بفيروس كورونا.	3.29	0.857
البحث عن المزيد من المعلومات ذات الصلة بفيروس كورونا.	2.77	1.096
التعليق على الأخبار والموضوعات التي تتناول فيروس كورونا.	2.59	1.191
التبرع المالي والعيني للمحتاجين والمتعطلين عن العمل.	2.54	1.250
إجراء فحوصات للتأكد من عدم إصابتي بالفيروس.	2.39	1.364
المتوسط العام لمجمل التأثيرات	3.05	0.983

* بلغ عدد المستجيبين لهذا السؤال (394) مفردة.

يظهر من خلال جدول (6) أن أبرز التأثيرات المعرفية المترتبة على اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد قد تمثلت في "الاطلاع على تفاصيل الحجر المنزلي والإجباري وحظر التجول داخل الأردن" ($M=3.31$)، و"الاطلاع على إحصائيات المصابين والمتعافين والمتوفين داخل الأردن" ($M=3.30$)، كما تمثلت أبرز التأثيرات الوجدانية المترتبة

على هذا الاعتماد في "الشعور بالتعاطف مع المصابين وعائلات المتوفين من جرّاء الإصابة بالفيروس" ($M=3.19$)، و"دعم موقفني تجاه ما تبذله الحكومة الأردنية من جهود للحد من انتشار الفيروس" ($M=3.18$)، فيما تمثلت أبرز التأثيرات السلوكية في "الالتزام بالإجراءات والتعليمات التي تصدرها الحكومة الأردنية" ($M=3.35$)، و"زيادة الاهتمام بالنظافة الشخصية" ($M=3.32$).

يمكن تفسير النتائج السابقة في ضوء الاهتمام الكبير للحكومة الأردنية بنشر الإجراءات التفصيلية لكيفية إدارتها للأزمة؛ حيث أوضحت من خلال المؤتمرات التي تعقدها تفصيلات قوانين الطوارئ التي تم تفعيلها، وشروط الحجر المنزلي والإجباري، وقرارات حظر التجول وفكّه، وآليات تنظيم القطاعات الخدمية، وضمانات حقوق الموظفين المتعطلين عن وظائفهم، كما التزمت مبدأ الشفافية في عرض المعلومات ذات الصلة بانتشار الفيروس داخل الأردن؛ الأمر الذي أبقى المواطنين على اطلاع بآخر التطورات المرتبطة بالشأن الأردني، كما قامت وسائل الإعلام الأردنية -إلى جانب نشرها جميع الإجراءات آنفة الذكر- بإجراء مقابلات وتقارير مع المصابين بالفيروس، وقدمت تغطيات حية من مختلف المناطق والمدن والمحافظات، ونشرتها عبر قنواتها الاتصالية ومنصاتها الإلكترونية وحساباتها على منصات التواصل الاجتماعي؛ مما أدى إلى إحداث تأثيرات معرفية ووجدانية لدى جماهيرها مثل إثارة تعاطفهم مع المصابين، ودعم مواقفهم نحو كيفية إدارة الحكومة الأردنية لهذه الأزمة للحد من انتشار الفيروس.

وعلى اعتبار أن التأثيرات السلوكية هي نتائج لتفاعل التأثيرات المعرفية والوجدانية، فإن اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي للاطلاع على التعليمات التي صدرت بخصوص طرق الوقاية من العدوى، ومعرفة الإجراءات والقرارات والتعليمات الحكومية المُتَّخَذَة لوقف انتشار الفيروس داخل الأردن، إلى جانب التحذيرات من أساليب العيش والتعامل غير الصحية التي قد يمارسها بعض المواطنين والإسهام في تفشي الوباء، ومتابعة أخبار المصابين بالفيروس والتعاطف معهم، ودعم الجهود الحكومية والقرارات التي تتخذها؛ انعكست جميعها كتأثيرات سلوكية مترتبة على اعتمادهم على تلك المنصات مصدراً للمعلومات عن الفيروس؛ حيث أسهمت تلك المنصات عبر الأخبار والمعلومات المتداولة من خلالها في زيادة التزام المبحوثين بالتعليمات الحكومية، من حيث زيادة الاهتمام بالنظافة الشخصية، وتطبيق طرق التعقيم السليمة، والالتزام بارتداء أقنعة الوجه؛ كإجراءات احترازية لمنع انتقال العدوى منهم وإليهم.

تتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة (Salim et al., 2020)، التي توصلت إلى توافر كم كبير من المعلومات الطبية على موقع الفيسبوك، ودراسة (Allen et al., 2020)، التي خلصت إلى أن النسبة الكبرى (51.4 %) من التغريدات على موقع تويتر هي تغريدات معلوماتية طبية تسهم في زيادة المعرفة الصحية لدى الجمهور، كما تتفق مع دراسة (Choi, 2017)، التي أشارت إلى إسهام تعرض المبحوثين لمنصات التواصل الاجتماعي في إشباع حاجاتهم المعرفية وتكوين إدراكهم لمخاطر تفشي فيروس كورونا المسبب لمتلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS)، وتتفق كذلك مع دراسة (علي، 2017)، التي خلصت إلى أن أبرز تأثيرات استخدام موقع الفيسبوك في التوعية الصحية لدى المبحوثين قد تمثلت في زيادة الاهتمام بالنظافة الشخصية وزيادة الثقافة الصحية عموماً.

ثانياً- نتائج اختبار فروض الدراسة:

اعتمد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) لاختبار فروض الدراسة، عبر استخدام كلٍّ من: اختبار (Independent Sample T-Test)، واختبار (One-Way ANOVA)، واختبار التباين البعدي (LSD)، واختبار (Spearman's Correlation)، وقد توصلت نتائج الاختبارات إلى ما يأتي:

- تشير نتائج اختبار **الفرض الأول** المتعلق بتأثير السمات الشخصية للمبحوثين على درجة اعتمادهم على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد إلى كل مما يأتي:

1 - **النوع الاجتماعي:** أظهر اختبار (T-Test) وجود فروقات دالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد تعزى إلى متغير النوع الاجتماعي؛ إذ بلغت قيمة ت (-1.670) عند مستوى الدلالة (0.043)، وهي دالة إحصائية عند مستوى (0.05)، وتشير المتوسطات الحسابية إلى أن الإناث أكثر اعتماداً على هذه المنصات من الذكور.

2 - **العمر:** أظهر اختبار (One-Way ANOVA) عدم وجود فروقات دالة إحصائية في درجة اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد تعزى إلى متغير العمر؛ حيث بلغت قيمة ف (1.687) عند مستوى الدلالة (1690)، وهي غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05).

3 - المستوى التعليمي: أظهر اختبار (One-Way ANOVA) وجود فروقات في درجة اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد تعزى إلى متغير المستوى التعليمي؛ حيث بلغت قيمة F (7.665) عند مستوى الدلالة (0.000)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)، ومن خلال تحليل التباين البعدي (LSD) اتضح أن من يحملون مؤهل "بكالوريوس" قد جاؤوا في مقدمة الفئات الأكثر اعتماداً على هذه المنصات مصدراً للمعلومات حول الفيروس، يليهم من يحملون مؤهل "ثانوية عامة فأقل"، ثم من يحملون مؤهل "دراسات عليا (ماجستير/دكتوراه)"، ثم من يحملون مؤهل "دبلوم متوسط".

4 - جهة العمل: أظهر اختبار (One-Way ANOVA) وجود فروقات في درجة اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا تبعاً لجهة العمل؛ حيث بلغت قيمة F (2.706) عند مستوى الدلالة (0.450)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)، ومن خلال اختبار تحليل التباين البعدي (LSD) اتضح أن من "لا يعملون" في أية وظيفة قد جاؤوا في مقدمة الفئات الأكثر اعتماداً على هذه المنصات كمصدر للمعلومات حول الفيروس، يليهم من يعملون في "القطاع الحكومي"، ثم من يعملون في "أعمال حرة".

5 - مكان الإقامة: أظهر اختبار (One-Way ANOVA) وجود فروقات في درجة اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد تبعاً لمكان الإقامة، حيث بلغت قيمة F (6.381) عند مستوى الدلالة (0.002)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)، ومن خلال تحليل التباين البعدي (LSD) اتضح أن من يقيمون في إقليم جنوب الأردن (الكرك، الطفيلة، معان، العقبة)، أكثر اعتماداً على هذه المنصات مصدراً للمعلومات حول الوباء ممن يقيمون في إقليم وسط الأردن (عمّان، الزرقاء، مأدبا، البلقاء).

- تشير نتائج اختبار **الفرض الثاني** المتعلق بتأثير السمات الشخصية للمبحوثين على التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على اعتمادهم على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد إلى كل مما يأتي:

1 - النوع الاجتماعي: أظهر اختبار (T-Test) عدم وجود فروقات دالة إحصائياً في مجمل التأثيرات المترتبة على اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي

مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد تعزى إلى متغير النوع الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة t (0.591) عند مستوى الدلالة (0.115)، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)، كما ثبت عدم وجود فروقات عند مستوى (0.05) في كلٍّ من التأثيرات المعرفية، والتأثيرات الوجدانية، والتأثيرات السلوكية المترتبة على هذا الاعتماد تعزى إلى متغير النوع الاجتماعي.

2 - العمر: أظهر اختبار (One-Way ANOVA) وجود فروقات دالة إحصائياً في مجمل التأثيرات المترتبة على اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد تعزى إلى متغير العمر؛ حيث بلغت قيمة F (4.414) عند مستوى الدلالة (0.005)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)، ومن خلال اختبار تحليل التباين البعدي (LSD) اتضح أن من تبلغ أعمارهم "45 سنة فأكثر" قد جاؤوا أكثر الفئات تأثراً بهذا الاعتماد، يليهم من تراوح أعمارهم من "35 سنة - أقل من 45 سنة"، ثم من تراوح أعمارهم من "25 سنة - أقل من 35 سنة"، كما ثبت وجود فروقات عند مستوى (0.05) في التأثيرات المعرفية والتأثيرات السلوكية؛ وعدم وجود فروقات في التأثيرات الوجدانية تعزى إلى متغير العمر.

3 - المستوى التعليمي: أظهر استخدام (One-Way ANOVA) عدم وجود فروقات دالة إحصائياً في مجمل التأثيرات المترتبة على اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد تعزى إلى متغير المستوى التعليمي؛ حيث بلغت قيمة F (1.075) عند مستوى الدلالة (0.359)، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)، كما ثبت عدم وجود فروقات عند مستوى (0.05) في التأثيرات المعرفية، والتأثيرات الوجدانية، والتأثيرات السلوكية المترتبة على هذا الاعتماد تعزى إلى متغير المستوى التعليمي.

4 - جهة العمل: أظهر استخدام (One-Way ANOVA) عدم وجود فروقات دالة إحصائياً في مجمل التأثيرات المترتبة على اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد تعزى إلى متغير جهة العمل؛ حيث بلغت قيمة F (2.060) عند مستوى الدلالة (0.105)، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)، كما ثبت عدم وجود فروقات عند مستوى (0.05) في كلٍّ من التأثيرات المعرفية، والتأثيرات الوجدانية، ووجود فروقات في التأثيرات السلوكية المترتبة على هذا الاعتماد تعزى إلى متغير جهة العمل.

5 - **مكان الإقامة:** أظهر استخدام (One-Way ANOVA) عدم وجود فروقات دالة إحصائية في مجمل التأثيرات المترتبة على اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد تعزى إلى متغير مكان الإقامة؛ حيث بلغت قيمة $F(2.381)$ عند مستوى الدلالة (0.094) ، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.05) ، كما ثبت عدم وجود فروقات عند مستوى (0.05) في التأثيرات المعرفية، والتأثيرات الوجدانية، ووجود فروقات في التأثيرات السلوكية المترتبة على هذا الاعتماد تعزى إلى متغير مكان الإقامة.

ثبتت صحة **الفرض الثالث** المتعلق بوجود علاقة ارتباط بين درجة اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء فيروس كورونا المُستجد؛ ومجمل التأثيرات المترتبة على اعتمادهم على تلك المنصات؛ حيث بلغت قيمة معامل الارتباط سبيرمان ($\text{Spearman's rho}=0.307^{**}$) عند مستوى الدلالة (0.000) ، وهي دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) ، كما ثبت وجود علاقة ارتباط عند مستوى (0.001) بين درجة اعتمادهم على تلك المنصات، وكل من التأثيرات المعرفية، والتأثيرات الوجدانية، والتأثيرات السلوكية المترتبة على هذا الاعتماد؛ الأمر الذي يشير إلى أنه كلما زاد اعتماد المبحوثين على هذه المنصات مصدراً للمعلومات عن الفيروس، ارتفعت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على هذا الاعتماد.

- ثبتت صحة **الفرض الرابع** المتعلق بوجود علاقة ارتباط بين التأثيرات المعرفية؛ والتأثيرات الوجدانية المترتبة على اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء كورونا المُستجد؛ إذ بلغت قيمة معامل الارتباط سبيرمان ($\text{Spearman's rho}=0.798^{**}$) عند مستوى الدلالة (0.000) ، وهي دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) ؛ الأمر الذي يشير إلى أنه كلما ارتفعت التأثيرات المعرفية المترتبة على اعتماد المبحوثين على هذه المنصات مصدراً للمعلومات عن الفيروس، ارتفعت التأثيرات الوجدانية المترتبة على هذا الاعتماد.

- ثبت صحة **الفرض الخامس** المتعلق بوجود علاقة ارتباط بين التأثيرات المعرفية؛ والتأثيرات السلوكية المترتبة على اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي مصدراً للمعلومات حول وباء كورونا المُستجد؛ إذ بلغت قيمة معامل الارتباط سبيرمان ($\text{Spearman's rho}=0.798^{**}$) عند مستوى الدلالة (0.000) ، وهي

دالة إحصائية عند مستوى (0.01)؛ الأمر الذي يشير إلى أنه كلما ارتفعت التأثيرات المعرفية المترتبة على اعتماد المبحوثين على هذه المنصات مصدراً للمعلومات عن الفيروس، ارتفعت التأثيرات السلوكية المترتبة على هذا الاعتماد.

التوصيات:

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يوصي الباحث بما يأتي:

1 - ضرورة أن تعدّ وسائل الإعلام الأردنية تقارير تحذيرية عن عمليات تضليل المعلومات وتشويه الحقائق ونشر الشائعات ذات الصلة بوباء فيروس كورونا المُستجد عبر منصات التواصل الاجتماعي، وأن توضح المصادر الموثوقة بها الرسمية وغير الرسمية وسبل الوصول إليها، وأن تشجع المواطنين الأردنيين على استخدامها مصدراً للمعلومات عن الفيروس.

2 - ضرورة استخدام منصات التواصل الاجتماعي من قبل الجهات الرسمية المسؤولة عن إدارة أزمة كورونا في الأردن، وبالتعاون مع وسائل الإعلام الرسمية ومختلف قنوات الاتصال والمعلومات الأخرى بهدف نشر المعلومات الدقيقة عن الفيروس استناداً إلى البيانات والمعلومات العلمية، وأحدث النصائح الصحية الرسمية الصادرة عن جهات محلية ودولية؛ مثل منظمة الصحة العالمية (WHO)، واستخدام المصطلحات المحايدة والواقعية التي تصف الفيروس والمرض بدقة.

3 - إشراك المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي، والاستفادة من جماهيريتهم في نشر التوعية بطرق الوقاية من الإصابة بفيروس كورونا المُستجد، وتشجيعهم على الالتزام بالتدابير والإجراءات الحكومية الهادفة إلى الحد من انتشار الفيروس.

4 - تسليط الضوء، من خلال منصات التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الأردنية، على التجارب الدولية والعربية التي نجحت في الحد من تفشي وباء فيروس كورونا المُستجد، وإيضاح دور المجتمعات والأفراد في ذلك النجاح؛ مما يرفع الروح المعنوية لدى المواطنين الأردنيين ويزيد من مستويات التزامهم بالإجراءات الحكومية المُتخذة على المستوى الأردني.

5 - توفير معلومات كافية حول القوانين والتشريعات الصادرة بخصوص إجراءات حظر التجول وفكّه، مع التركيز على العقوبات المترتبة على المخالفين لتلك القوانين والتشريعات.

6 - احترام سرية الأفراد المصابين بفيروس كورونا المُستجد وخصوصياتهم، وعدم نشر أية معلومات تمس حياتهم الشخصية دون موافقتهم عبر منصات التواصل الاجتماعي أو وسائل الإعلام الأخرى، وضرورة محاسبة المتتمرين والمسيئين لهم؛ نظراً لوجود كم لا بأس به من المنشورات التهامية التي تتحدث عنهم وعن حياتهم الشخصية.

المراجع:

- أبو سنة، نورة. (2015). علاقة التعرض للصحف السعودية والإلكترونية بمستوى المعرفة بمرض كورونا، *مجلة البحوث الإعلامية - جامعة الأزهر*، 43، 422 - 431.
- حجاب، محمد منير. (2010). *نظريات الاتصال*. مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- ديفلير، ملفين؛ وروكيتش، ساندرا. (2002). *نظريات وسائل الاتصال*. ترجمة: كمال عبدالرؤوف، 4. القاهرة: الدار الدولية للنشر.
- عبد الحميد، محمد. (2004). *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير*. القاهرة: عالم الكتب للطباعة والتوزيع.
- علي، محمد. (2017). *دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور*، [رسالة ماجستير غير منشورة]. الأردن: جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام.
- الفرم، خالد. (2017). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، العدد 14، 205 - 225.
- المزاهرة، منال. (2012). *نظريات الاتصال*. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- مكاوي، حسن عماد؛ والسيد، ليلي. (1998). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

Ali, M., & Bhatti, R. (2020). COVID-19 (Coronavirus) Pandemic: Information sources channels for the public health awareness. *Asia Pacific Journal of Public Health*, Published Online May 19th on: <https://doi.org/10.1177/1010539520927261>.

Allen. C., Roberts, M., Andersen, B., & Khoury, M. (2020). Communication about hereditary cancers on social media: A content analysis of tweets about hereditary breast and ovarian cancer and lynch syndrome. *Journal of Cancer Education*, 35(1). 131-137.

- Ball-Rokeach, S., & DeFleur, M. (1976). A dependency model of mass media effects. *Communication Research*, 3 (1). 3-21.
- Ball-Rokeach, S., Rokeach, M., & Grube, J (1984). *Great American Values Test: Influencing behavior and belief through television*. New York: The Free Press).
- Basheti, I., Nassar, R., Barakat, M., Alqudah, R., Abufarha, R., Muqatash, T., & Saini, B. (2020). Pharmacists' Readiness to Deal with the Coronavirus Pandemic: Assessing Awareness and Perception of Roles. *Research in Social and Administrative Pharmacy*, Published Online Apr 23rd on: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1551741120304186>.
- Batooli, Z., & Sayyah, M. (2020). Measuring social media Attention of scientific research on novel coronavirus disease 2019 (COVID-19): An investigation on Article-Level Metrics Data of Dimensions, *Preprint*, Published Online Apr 14th on: <https://europepmc.org/article/ppr/ppr151148>.
- Brennen, J. S., Simon, F., Howard, P. N., & Nielsen, R. K. (2020). *Types, Sources, and Claims of COVID-19 Misinformation*. University of Oxford: Reuters Institute Fellowship Paper.
- Choi, D. H., Yoo, W., Noh, G. Y., & Park, K. (2017). The impact of social media on risk perceptions during the MERS Outbreak in South Korea. *Computers in Human Behavior*, 72.
- Depoux, A., Martin, S., Karafillakis, E., Preet, R., & Smith, A. (2020). The Pandemic of Social Media Panic Travels Faster than the COVID-19 Outbreak. *Journal of Travel Medicine*, 27(3). 2-5.
- Hootsuite & We are Social (2020) *Digital 2020: Jordan*, Retrieved May 19th 2020 from: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-jordan?rq=Jordan>.
- Karasneh, R., Al-Azzam, S., Muflih, S., Soudah, O., Hawamdeh, S., & Khader, Y. (2020). Media's Effect on Shaping Knowledge, Awareness risk perceptions and communication practices of pandemic COVID-19 among pharmacists. *Research in social and administrative pharmacy*, Retrieved May 25th 2020 from: <https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2020.04.027>.
- Kim, Y., & Jung, H. (2017) SNS Dependency and Interpersonal Storytelling: An Extension of Media System Dependency Theory. *New Media & Society*, 19 (9). 1458-1475.
- Mejia, C., Ticona, D., Alarcon, F., Campos-Urbina, A., Catay-Medina, J., Porta-Quinto, T., Garayar-Peceros, H., Ignacio-Quinte, C., Esteban, R., Mamani, P., & Tovani-Palone, M. (2020). The Media and their Informative Role in the Face of the Coronavirus Disease 2019 (COVID-19). *Electronic Journal of General Medicine*, 17 (6). 239-245.

- Nooh, H., Alshammary, R., Alenezy, J., Alrowaili, N., Alsharari, A., Alenzi, N., & Sabaa, H. (2020). Public Awareness of Coronavirus in Al-Jouf Region, *Journal of Public Health*, Published Online Feb 13th on: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10389-020-01209-y>.
- Phillips, D. (2008). The psychology of social media. *Journal of New Communications Research*, 3 (1).79-85.
- Salim, L., Bhattacharyya, A., Hart, D., Lewandowska, M., Spyropoulou, E., Stinson, L., & Tiefenbach, J. (2020). A Randomised Controlled Trial Evaluating the Effectiveness of Facebook Compared to Leaflets in Raising Awareness of Melanoma and Harmful Sun-Related Behaviour among Young Adults. *European Journal of Cancer Prevention*, 29 (1). 89-91.
- Tasnim, S., Hossain, M., & Mazumder, H. (2020). Impact of Rumors or Misinformation on Coronavirus Disease (COVID-19) in Social Media, *Journal of Preventive Medicine and Public Health*, Published Online Apr 2nd 2020 on: <https://ideas.repec.org/p/osf/socarx/uf3zn.html>.
- Van Dijck, J. (2013). You Have One Identity: Performing the Self on Facebook and LinkedIn. *Media, Culture & Society*, 35 (2). 199-215.
- World Health Organization. (2020). *Middle East Respiratory Syndrome Coronavirus*, Retrieved May 18th 2020 from: https://www.who.int/health-topics/coronavirus/coronavirus#tab=tab_1.

قدم في: سبتمبر 2020

أجيز في: مايو 2021



