

قياس مدى اعتماد الجمهور الليبي على وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي في إدراك مخاطر

انتشار جائحة كورونا ومعرفة طرق الوقاية منها

دراسة ميدانية على عينة من أعضاء هيئة التدريس بجامعة عمر المختار

Measuring the extent of the Libyan public's reliance on the media and social networking sites in realizing the risks of the spread of the Covid-19 pandemic and knowing ways to prevent them

A field study on a sample of faculty members at Omar Al-Mukhtar University

إعداد

د / عبد الله د خليل عبد الوهاب

أستاذ مساعد بقسم الإعلام بكلية الآداب بجامعة طبرق

Abdullah d. Abdul Wahab

Assistant professor, faculty of Arts , Tobruk university

dk_abdullah@yahoo.com

هاتف 0926423772

د/ سعيد مفتاح حمد شناني

أستاذ مساعد بقسم الإعلام بكلية الآداب بجامعة عمر المختار

Saied Muftah Shanani

Assistant professor, faculty of arts, Omar al-mukhtar university

Saei.shanani@omu.edu.ly

هاتف 00218925625632

تاريخ استلام البحث: 13 ديسمبر 2022 م

تاريخ القبول للنشر: 22 يناير 2022 م

تاريخ النشر: 5 مارس 2022 م

مقدمة

تظل معرفة الفرد ما يحدث في بيئته ومحيطه المحلي والوطني والدولي من الحاجات الأساسية التي يحرص على إشباعها بالوسائل المختلفة، ويزداد شعوره بالحاجة إلى هذا الإشباع عندما يتعلق الأمر بوجود خطر يهدد بيئته ومحيطه، ويهدد أمنه الصحي وسلامته الشخصية. وقد شهد العالم في العام 2019م خطراً صحياً تمثل في ظهور إصابات بين عدد من المواطنين الصينيين بمرض فيروس كورونا، عرف طبيياً باسم (كوفيد19)، وقد تحول هذا المرض في غضون أيام إلى وباء اجتاحت مدينة ووهان الصينية لجعلها بؤرته الأولى، ولم تقلح جهود السلطات الصينية في السيطرة عليه أو منع انتشاره، وإعلانها عن عجزها ذلك تحول الوباء إلى جائحة عالمية عرفتها وسائل الإعلام باسم (فيروس كورونا الجديد) (Novel) Corona Virus.

وعلى الرغم التحولات التي اتخذتها دول مثل إيران وإيطاليا وفرنسا وإسبانيا والولايات المتحدة فقد تفشت الجائحة بين مواطني تلك الدول بعد عجز المؤسسات الصحية في بعضها عن مواجهتها وتحولت تلك الدول إلى بؤر إقليمية للجائحة تجاوز عدد المصابين فيها نصف مليون شخص خلال الشهور الأولى. وتكمن خطورة هذا المرض في كونه ناتجاً عن فيروس سريع الانتشار لم يتمكن العلم من إيجاد مصل يحمي من أو عقار يعالج المصابين به، وأضحى السبيل الوحيد للوقاية منه هو الوعي بطرق منع انتقاله اعتماداً على النظافة الشخصية، وغسل اليدين عقب ملامسة أي سطح، وتجنب الاحتكاك المباشر مع الأفراد أو الاقتراب منهم، عبر اعتماد استراتيجية التباعد الاجتماعي Social distancing ومراقبة أعراضه، وفرض الحجر الصحي على المصابين به، ووصل الأمر إلى فرض حظر تجول أو ما سمي بالعزل الاجتماعي Social isolation. وقد انشغلت وسائل الإعلام الدولية والوطنية والمحلية وشبكات التواصل الاجتماعي في العالم أجمع بمتابعة أخبار هذه الجائحة ورصد تطوراتها.

ولم تكن الحالة الوبائية بمعزل عن هذا الواقع، فعلاوة على قيام الحكومة بإجراءات مماثلة لما ذكر، قامت بحزمة من الإجراءات منها: تشكيل لجنة عليا تتولى مراقبة الوباء واتخاذ الإجراءات المناسبة لمواجهته، وتكليف ناطق رسمي باسمها يتولى تقديم النصائح والإرشادات والتوجيهات للجمهور وموافاته بأخر الأخبار والتطورات عن الموقف الصحي العام عبر إيجاز صحفي يومي يتم نقله عبر وسائل الإعلام، وقد تولت الأجهزة الصحية والأمنية تنفيذ قرارات اللجنة المذكورة. أما أجهزة الإعلام فقد حشدت جهودها لمواجهة الجائحة من خلال القيام بالتغطيات الإعلامية لكل ما يتصل بالجائحة عبر الأخبار، والتقارير الإخبارية، والإعلانات التوعوية التي ساهمت فيها الكثير من الشخصيات الفنية والرسمية. كما قامت شركات الهاتف المحمول الليبية بتخفيض قيمة الاتصالات بنسبة 50% لمساعدة المواطن على البقاء في بيته. كما لجأت الحكومات والسلطات الصحية إلى وسائل التواصل المختلفة لمخاطبة الجمهور وتوعيته بسبل الوقاية من الجائحة وما يتخذ حيالها من خطوات، وأخذت الوسائل الإعلامية في متابعة الأفراد والمؤسسات للحصول على معلوماتها بالخصوص، وهو ما يوحي بوجود علاقة اعتماد متبادل بين الأطراف الثلاثة (المرسل والوسيلة والجمهور) في العمل لمكافحة هذه الجائحة.

الإطار المنهجي للبحث

تبرز أهمية البحث في كونه يقدم معلومات مهمة حول درجة اعتماد الجمهور الليبي على كل من وسائل الإعلام Mass media ووسائل التواصل الاجتماعي Social media في الحصول على معلوماته حول الكوارث والأزمات، وقياس مدى ثقة الجمهور في هذه الوسائل الاتصالية.

أهداف البحث:

1. الكشف على درجة اعتماد الجمهور الليبي على وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي في التعرف على جائحة كورونا، وإدراك مخاطرها، والوعي بطرق الوقاية منها.
2. الكشف عن مدى ثقة الجمهور الليبي في كل من وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات عن جائحة كورونا وطرق الوقاية منها.
3. الكشف عن العلاقة بين نوع المبحوث واختياره لوسيلة إعلامية معينة في الحصول على معلوماته حول الجائحة.
4. الكشف عن العلاقة بين نوع المبحوث ودرجة ثقته في الوسيلة الإعلامية للحصول على معلوماته حول الجائحة.

الدراسات السابقة

دراسة انتصار جمعة الجطلوي: أثر القنوات الفضائية على القيم الاجتماعية والثقافية للشباب الليبي: (1) وهي عبارة عن دراسة ميدانية على طلبة وطالبات جامعة طرابلس، بنيت على طريقة المسح الاجتماعي من خلال استمارة استبيان وزعت على عينة مكونة من 315 طالباً وطالبة. وقد تقدمت بها الباحثة لنيل درجة الماجستير من قسم الخدمة الاجتماعية بكلية الآداب / جامعة طرابلس لعام 2006م، ومن أهم نتائجها:

1. ارتفاع نسبة امتلاك أجهزة التلفزيون.
2. تفضيل الجمهور للقنوات الفضائية العربية، ثم الأجنبية، ثم المحلية.
3. وجود علاقة ارتباطية موجبة بين زيادة أوقات المشاهدة وتقدير المبحوث للمعرفة.

دراسة نوال محمد علي الشريف: دور الإذاعتين المسموعة والمرئية في ليبيا في نشر التوعية بقضايا البيئة. (2)

وهي دراسة تحليلية / ميدانية، اعتمدت على تحليل برامج الإذاعتين خلال العام 2007م ومسح جمهور المتلقين لقياس دور

هذه البرامج في رفع وعيهم البيئي. ومن أهم نتائجها:

1. ارتفاع نسبة المستفيدين من البرامج البيئية.

2. ارتفاع نسبة من أفادوا بتغير سلوكهم بشكل إيجابي نحو البيئة.

دراسة محمد سالم موسى: دور الصحافة المحلية الليبية في التوعية بقضايا التنمية البشرية: دراسة مسحية للمضمون

والجمهور والقائم بالاتصال. (3) ومن أهم نتائجها:

1. تراوحت نسبة استفادة المبحوثين من الصحافة المحلية في التنمية البشرية بين الاستفادة المحدودة والكبيرة.

2. تركز اهتمامات المبحوثين على الجوانب الاجتماعية ثم الثقافية ثم الصحية.

دراسة عبد الله محمد أطبقة: الأطر الخيرية للتناول الإعلامي لجائحة كورونا - دراسة تطبيقية على الموقع الإلكتروني

لقناة روسيا اليوم الفضائية الإخبارية. (4) ومن أهم نتائجها:

1. أن تحميل الحكومات -مسؤولية انتشار الفيروس هو أكثر أطر العواقب السياسية الواردة ضمن المواد الخيرية

المنشورة بالموقع لتغطية جائحة كورونا.

2. أن تطبيق إجراءات التباعد الاجتماعي هو أكثر الحلول الواردة ضمن المواد الخيرية المنشورة بالموقع لتغطية

جائحة كورونا.

دراسة طارق محمد الصعيدي وجمال الدين محمد القوي: استخدام الشباب الجامعي لشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)،

وتأثيراته على الترابط الأسري في المجتمع الليبي - دراسة ميدانية: (5)

اعتمدت الدراسة على مدخل الاستخدامات والإشباع، وتكون مجتمعها من شباب بعض الجامعات الليبية، واستخدمت

عدداً من المعاملات الإحصائية. وأهم نتائجها:

1. ارتفاع استخدام شبكة الإنترنت في الأوساط الشبابية.

2. مثلت المعارف العامة التفضيلات الأولى للمبحوثين، وتلتها موضوعات الثقافة ثم الدين.

دراسة نجاه إبراهيم عياد: مجتمع الإنترنت في ليبيا، الاختيار للمضمون الإعلامي للإنترنت والآثار الاجتماعية: دراسة ميدانية في مدينة الزاوية: وهي رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير من قسم علم الاجتماع بكلية الآداب جامعة 7 إبريل، ومن أبرز نتائجها: (6)

1. أن أغلب مستخدمي الإنترنت هم من فئة الشباب الجامعيين غير المتزوجين.
2. أن استخدام الإنترنت قد مكنهم من زيادة الثقافة، والإحساس بالمسؤولية.

مشكلة البحث

اعتماداً على ما تضمنته مقدمة البحث من ملاحظات ميدانية عن اعتماد المؤسسات الليبية الرسمية على وسائل الإعلام في توعية الجمهور الليبي بمخاطر الجائحة وطرق الوقاية منها، فقد برزت إشكالية عملية تمثلت في عدم التيقن من اعتماد الجمهور الليبي على وسائل الإعلام في الحصول على معلوماته حول الكوارث والأزمات من هذا النوع، وقد حاول الباحثان بلورة ذلك في مشكلة بحثية وفق العنوان التالي: (قياس مدى اعتماد الجمهور الليبي على وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي في إدراك مخاطر انتشار جائحة كورونا ومعرفة طرق الوقاية منها (دراسة ميدانية على عينة من أعضاء هيئة التدريس وطلبة الدراسات العليا بجامعة عمر المختار)

تساؤلات البحث

1. ما مدى اعتماد الجمهور الليبي على وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي في التعرف على جائحة كورونا؟
2. ما مدى اعتماد الجمهور الليبي على وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي في الوعي بمخاطر بجائحة كورونا؟
3. ما مدى اعتماد الجمهور الليبي على وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي في الوعي بطرق الوقاية من الجائحة؟
4. ما مدى ثقة المبحوث في الوسائل الإعلامية ووسائل التواصل الاجتماعي في حصوله على معلوماته حول الجائحة ؟

فروض البحث:

1. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوع المبحوث واختياره للوسيلة الإعلامية التي يحصل منها على معلوماته.
2. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين نوع المبحوث ومستوى ثقته في الوسيلة التي يحصل منها على معلوماته.

التعريفات الإجرائية للمصطلحات والمفاهيم الواردة في مشكلة البحث وفروضها وتساؤلاتها

1. اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي: يقصد به لجوء الجمهور إلى وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي لمتابعة ما يرد فيها من معلومات حول الجائحة.
2. ثقة الجمهور في وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي: مدى ثقة الجمهور في مهنية الوسيلة وقدرتها على الحصول على المعلومات المتعلقة بالجائحة من مصادرها الأصلية والمسؤولة.
3. فيروس كورونا: فيروسات كورونا هي مجموعة كبيرة من الفيروسات التي تسبب المرض لكل من الإنسان والحيوان. وقد سمي المرض الناتج عن الإصابة بها كوفيد 19.

منهجية البحث

اعتمد الباحثان في دراستهما لمشكلة البحث على المنهج الوصفي الذي يتضمن وصف الظاهرة، ومعرفة العوامل والمتغيرات التي تتحكم فيها، ومعرفة اتجاهاتها والعلاقات التي تربط مكوناتها ببعضها، وتحليلها والخروج باستنتاجات حولها. (7)

مجتمع البحث والعينة

تكون مجتمع البحث من أعضاء هيئة التدريس بجامعة عمر المختار، ونظراً إلى تفشي جائحة كورونا قام الباحثان بسحب عينة عمدية عن طريق الاستبانة الالكترونية مقدارها 100 مفردة موزعة بطريقة عشوائية على أعضاء هيئة التدريس وطلبة الدراسات العليا بكليات الجامعة.

أدوات جمع البيانات

نظراً لطبيعة مشكلة البحث التي تتمحور حول جمهور وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي اعتمد الباحثان في جمع البيانات المتصلة بهذه المشكلة على أسلوب الاستبانة، وقد قاما في سبيل ذلك بتصميم استمارة استبيان تضمنت مجموعة من الأسئلة التي روعي فيها قياس استجابات المبحوثين تبعاً للمقاييس المعروفة، وقد تم توزيع الاستمارة إلكترونياً نظراً لصعوبة التواصل الشخصي في ظل انتشار جائحة كورونا. وتتوزع على عدد من المحاور التي تستند إلى تساؤلات البحث وأهدافه.

الإطار النظري للبحث

يستند هذا البحث في وضع فروضه وتفسير نتائجه إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام **Dependency Theory**

وهي نظرية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، وتبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية بعضها ببعض، ومن ثم فهي تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات. كما تفترض هذه النظرية أن نظام وسائل الإعلام جزء مهم من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث، وأن لهذا النظام علاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى قد تنسم بالتعاون أو الصراع أو الديناميكية أو السكون أو القوة أو الضعف. (8)

وقد وضع صاحبها النظرية نموذجاً يفسر آلية عملها على النحو التالي:

1. ينشأ تدفق الأحداث من المجتمع الذي يضم مجموعة من النظم الاجتماعية، وتحدث علاقات اعتماد متبادلة بين هذه النظم الاجتماعية ووسائل الإعلام.

2. تؤثر عناصر الثقافة والبناء الاجتماعي للمجتمع على وسائل الإعلام إيجاباً وسلباً وتحدد خصائصها، وعلى الأفراد وتشكل خصائصهم.

3. تقوم وسائل الإعلام بتغطية الأحداث التي تقع داخل النظم الاجتماعية المختلفة، ومن الأشخاص داخل هذه النظم، وتتلقى بعض القضايا التي تشكل رسائل لتلك الوسائل.

4. العنصر الرئيس في هذا الإطار المتكامل هو الأفراد الذين يمتلكون بناء متكامل للواقع الاجتماعي، ويستخدم هؤلاء الأفراد وسائل الإعلام لاستكمال بناء الواقع الاجتماعي الذي لا يدركونه بالخبرة المباشرة.

5. حين لا يكون لدى الأفراد واقع اجتماعي حقيقي يسمح بالفهم والتوجيه والسلوك، فإنهم يعتمدون على وسائل الإعلام بقدر أكبر لفهم الواقع الاجتماعي.

6. تتدفق المعلومات من وسائل الإعلام لكي تؤثر في الأفراد، والعكس صحيح.

والعلاقة الرئيسية التي تحكم هذه النظرية هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور. وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها، أو مع أحد أجزائها، مثل الصحف أو المجلات، الراديو أو التلفزيون، السينما، وتفترض هذه النظرية أن علاقات الاعتماد تقوم على ركيزتين أساسيتين هما:

1. **الأهداف:** فعلى الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات

أو منظمات أخرى لكي يحققوا أهدافهم الشخصية والاجتماعية، والعكس صحيح.

2. **المصادر:** فبينما يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم تقوم وسائل الإعلام بإعداد

نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم.

وتؤكد النظرية على أن وسائل الإعلام تتحكم في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات، وهي:

1. **جمع المعلومات:** حيث يقوم المندوب الصحفي بجمع المعلومات التي يحتاج الجمهور لمعرفة، ويقدم كاتب

السيناريو معلومات عن أحداث حقيقية أو خيالية تتيح للجمهور التسلية

2. **تنسيق المعلومات:** أي الجهود التي يبذلها العاملون في وسائل الإعلام لإخراج المعلومات التي تم جمعها في

قوالب فنية مناسبة لكل وسيلة.

3. **نشر المعلومات:** أي نشر المعلومات ونقلها إلى جمهور غير محدود. (9)

الدراسة الميدانية

أولاً: البيانات الديموغرافية:

الجدول رقم (1) يبين النوع الاجتماعي لعينة البحث

النوع	التكرار	النسبة
ذكور	68	68%
إناث	32	32%
المجموع	100	100%

نلاحظ من الجدول السابق أن معظم أفراد العينة من الذكور، يعزو الباحثان ذلك إلى أن العينة تكونت بالمصادفة وأن جل من صادفهم الباحثان كانوا من الذكور.

الجدول رقم (2) يبين الفئات العمرية لعينة البحث

السن	التكرار	النسبة
أقل من 40 سنة	40	40%
من 41-60 سنة	32	32%
أكثر من 60 سنة	28	28%
المجموع	100	100%

تشير بيانات الجدول إلى أن عينة البحث قد مثلت طيفاً متنوعاً من مجتمع البحث مثل مختلف المراحل العمرية وينسب مئوية متقاربة وبزيادة طفيفة لفئة الشباب التي مثلت 40%. وهي عينة - كما رأى الباحثان - تعطي تمثيلاً مقبولاً لمجتمع البحث يسمح بإعطاء فكرة أقرب ما يمكن لما هي عليه الحال فيما يتصل باعتماد الجمهور الليبي على وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي في التعرف على جائحة كورونا وطرق الوقاية منها.

الجدول رقم (3) يبين المستوى التعليمي لعينة البحث

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
10%	10	إتمام مرحلة التعليم الأساسي
31%	31	ثانوية أو ما يعادلها
59%	59	جامعي فما فوق
100%	100	المجموع

مثلت شريحة التعليم العالي النسبة الأكبر من عينة البحث، ويرجع الباحثان السبب في ذلك إلى نوع العينة التي اعتمدت في توزيعها على الفيسبوك تجنباً للتوزيع الورقي وتقيداً بالتباعد الاجتماعي، وأغلب المستجيبين كانوا من المرتبطين بالباحثين بشكل أو بآخر.

الجدول رقم (4) يبين طبيعة العمل لعينة البحث

النسبة	التكرار	طبيعة العمل
5%	5	باحث عن عمل
30%	30	أعمال حرة
65%	65	موظف حكومي
0%	0	أخرى
100%	100	المجموع

عكست بيانات الجدول رقم (4) صورة قريبة من واقع سوق العمل الليبية التي تمثل فيها الوظيفة الحكومية النسبة

الأعلى بين الوظائف، وتلتها فئة الأعمال الحرة، ثم فئة الباحثين عن عمل، وهو ما يدعم صدق إجابات المبحوثين.

الجدول رقم (5) يبين الدخل الشهري لعينة البحث

النسبة	التكرار	الدخل الشهري
%0	0	أقل من 400 دينار
%29	29	أقل من 800 دينار
%71	71	أكثر من 800 دينار
%100	100	المجموع

ترتبط بيانات هذا الجدول بالبيانات الواردة في الجدول السابق له (طبيعة العمل)، وعليه فإن قيمة الدخل الشهري للمبحوثين تكاد تتطابق مع جدول طبيعة العمل.

الجدول رقم (6) يبين الحالة الاجتماعية لعينة البحث

النسبة المئوية	التكرار	الحالة الاجتماعية
%42	42	متزوج
%15	15	أعزب
%43	43	مطلق
%0	0	أرمل
%100	100	المجموع

أورد الجدول رقم (6) أرقاماً مفزعة حول الحالة الاجتماعية للمبحوثين، حيث بلغت نسبة المطلقين 43% متجاوزة نسبة المتزوجين، وربما يعود سبب ذلك إلى الظروف الاقتصادية التي تمر بها البلاد خلال فترة إجراء البحث.

ثانياً: نتائج محاور الدراسة

الجدول رقم (7): يبين مدى علم المبحوثين بتفشي جائحة كورونا في العالم

هل علمت بتفشي كورونا في العالم	التكرار	النسبة
نعم	100	%100
لا	0	%0
المجموع	100	%100

أكدت بيانات الجدول رقم (7) على وجود درجة مرتفعة من الوعي لدى عينة البحث بوجود جائحة كورونا وتفشيتها في العالم حيث بلغت نسبة العارفين بوجود هذا الخطر 100% .

الجدول رقم (8): يبين وسيلة الاتصال التي أتاحت للمبحوثين معرفة وجود جائحة كورونا

كيف عرفت وجود جائحة كورونا	التكرار	النسبة
بالاتصال الشخصي بالأهل والأصدقاء	2	%2
بالاتصال الهاتفي بالأهل والأصدقاء	1	%1
عن طريق وسائل الإعلام	39	%39
عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي	58	%58
عن طريق الإعلانات في الأماكن العامة	0	%0
عن طريق الرسائل النصية	0	%0
أخرى	0	%0
المجموع	100	%100

جاءت وسائل التواصل الاجتماعي في مقدمة وسائل الاتصال التي يستعملها جمهور المبحوثين في الحصول على معلوماتهم، فقد مثل مستعملوها 58% من عينة البحث، متفوقة في ذلك على وسائل الاتصال بالإعلام التي مثل مستخدموها 39%. ويدل ذلك على أهمية وسائل التواصل الاجتماعي ما حققته من شعبية وانتشار.

وهناك أمران يؤكدهما هذا التفوق النسبي الواضح لوسائل التواصل الاجتماعي على وسائل الإعلام التي سبق لها التربع على هذا العرش لأكثر من أربعة قرون، هما:

1. صحة النبوءة التي أطلقها فيلسوف الاتصال الشهير مارشال ماكلوهان في ستينيات القرن العشرين بتحول العالم إلى قرية إلكترونية صغيرة، وربطه تحقق نبوءته بالتقدم التكنولوجي أو بما سماه الحتمية التكنولوجية Technological Determinism.

2. صحة الاعتقاد الشائع بين خبراء الاتصال بأن وسائل الاتصال (يحتوي اللاحق منها السابق، ولكنه لا يلغيه)، بحيث قامت وسائل التواصل الاجتماعي Social Media في هذا البحث باحتواء وسائل الإعلام الجماهيري Mass Communication Media ولم تلغها ، فلا زالت الأخيرة مصدراً للمعلومات لدى الكثيرين.

الجدول رقم (9) يبين درجة اعتماد المبحوثين على مصادر الأخبار في معرفة جائحة كورونا وطرق الوقاية منها

مصدر الأخبار	درجة الاعتماد	الاتصال الشخصي		الهاتف		وسائل الإعلام		وسائل التواصل الاجتماعي		وسائل أخرى	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
دائمًا		5	5	35	35	52	52	60	60	0	0
أحيانًا		49	49	25	25	39	39	36	36	2	2
محايد		2	2	2	2	0	0	0	0	0	0
نادرًا		6	6	18	18	6	6	1	1	0	0
مطلقًا		38	38	20	20	3	3	3	3	98	98
المجموع		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

ينبغي أن نشير هنا إلى التالي:

1. أن الجدول قد تناول درجة اعتماد المبحوثين على أساليب الاتصال ووسائله المختلفة، كالاتصال الشخصي المباشر أو غير المباشر (الهاتفي مثلاً)، والاتصال الجماهيري (عبر وسائل الإعلام)، والاتصال عبر وسائل التواصل الاجتماعي (عبر مواقع التواصل الاجتماعي)، إضافة إلى أية وسائل أخرى يستخدمها المبحوث.
2. أن استعراض هذه الجداول قد كشف أن وسائل التواصل الاجتماعي قد شكلت النسبة الأعلى من حيث درجة اعتماد المبحوثين عليها في معرفة جائحة كورونا وطرق الوقاية منها، حيث بلغت نسبة من يعتمدون عليها في هذا الجانب 60%، وتلتها وسائل الإعلام بنسبة بلغت 52%، ثم الاتصال الشخصي غير المباشر (الهاتفي) بنسبة بلغت 35%.

الجدول رقم (10) يبين نوع وسائل الإعلام التي يحصل منها المبحوثين على معلوماتهم حول جائحة كورونا

النسبة	التكرار	نوع الوسيلة
77%	77	قنوات تلفزيونية
21%	21	محطات مسموعة
2%	2	صحف ومجلات
100%	100	المجموع

ينبغي هنا التذكير بأن وسائل الإعلام قد جاءت في الترتيب الثاني من حيث درجة اعتماد الجمهور عليها مصدراً للأخبار والمعلومات حول الجائحة، ونحن هنا بصدد التفصيل في وسائل الإعلام من حيث الوسيلة الأكثر استخداماً للحصول على المعلومات من بين وسائل الإعلام، وقد جاءت القنوات التلفزيونية في مقدمة الوسائل الإعلامية بفارق نسبي كبير بلغ 77%، ويعود ذلك إلى القدرات التي يتمتع بها التلفزيون الذي جمع النص، والصوت والصورة والسرعة في نقل الأحداث.

الجدول رقم (11) يبين نوع قنوات التلفزيون التي يعتمد عليها المبحوثين في معرفة الجائحة وطرق الوقاية منها

القناة درجة الاعتماد		قنوات عالمية		قنوات وطنية		قنوات محلية	
		ك	%	ك	%	ك	%
دائماً		58	58%	15	15%	6	6%
أحياناً		41	41%	22	22%	35	35%
لا أدري		0	0%	0	0%	0	0%
نادرًا		1	1%	7	7%	1	1%
لا اعتمد عليها مطلقاً		0	0%	56	56%	58	58%
المجموع		100	100%	100	100%	100	100%

أشارت بيانات الجدول (11) إلى أن القنوات التلفزيونية العالمية قد مثلت النسبة الأكثر في درجة اعتماد المبحوثين عليها في معرفة الجائحة وطرق الوقاية منها بحيث مثلت 58%، ويرى الباحثان أن السبب في ذلك يعود إلى:

1. القدرات الفنية (التكنولوجية) الهائلة للتلفزيون إجمالاً والتي سبقت الإشارة إليها، لاسيما القنوات العالمية وما تتمتع بها من قدرات فنية (مهنية) كوجود المراسلين المتمرسين، وبنوك المعلومات، والقدرة على التواصل السريع مع المسؤولين الدوليين، ومع مكاتب الهيئات والمؤسسات الدولية ذات العلاقة، والدول التي تغشت فيها الجائحة.
2. طبيعة الحدث الذي يتابعه المبحوثين (جائحة كورونا)، فهو ليس حدثاً يخص دولة أو إقليماً دون غيره، بل هو مرض يجتاح العالم بأسره، وبالتالي فإن القرية العالمية بأسرها معنية به وبتطوراتهِ وخطوط سيرهِ، وطرق انتقالهِ
3. كما ينبغي الإشارة إلى أن الجداول الواردة بعد هذا الجدول، وهي الجداول 11-ب، 11-ج، قد بينت أن القنوات التلفزيونية الوطنية وكذلك المحلية لم تكن محلاً لاعتماد الجمهور بخصوص الجائحة، بحيث سجلت نسباً مئوية متدنية لم تتجاوز 15% في الأولي و 6% في الثانية، ويعزو الباحثان سبب ذلك إلى الأسباب السابق ذكرها آنفاً عند التعليق على الجدول السابق من جهة وإلى الضعف المهني الذي تعانيه القنوات التلفزيونية الليبية الوطنية والمحلية من جهة أخرى.

الجدول (12) يبين نوع محطات الإذاعة المسموعة التي يعتمد عليها المبحوثين في معرفة الجائحة وطرق الوقاية.

محطة		محطات وطنية		محطات عالمية		درجة الاعتماد
محطات محلية	ك	ك	%	ك	%	
55	%55	22	%22	15	%15	دائماً
16	%16	16	%16	18	%18	أحياناً
2	%2	2	%2	2	%2	محايد
5	%5	4	%4	4	%4	نادراً
22	%22	56	%56	61	%61	مطلقاً
100	%100	100	%100	100	%100	المجموع

تشير البيانات الواردة في الجدول رقم (12) إلى أن المحطات الإذاعية العالمية قد جاءت في الترتيب الأخير بين أنواع المحطات الإذاعية، بحيث مثل المعتمدون عليها من المبحوثين 15 % فقط، مختلفة بذلك عن القنوات التلفزيونية العالمية التي جاءت في الترتيب الأول كما سبقت الإشارة.

جاءت المحطات الإذاعية الوطنية في الترتيب الثاني بنسبة بلغت 22%، ويمكن أن يعود ذلك إلى طبعة الحدث المطلوب متابعته، ومعرفة ما تقوم به مؤسسات الدولة حياله، وما يصدر عنها من توجيهات.

جاءت النتائج هنا لتعكس تقوياً واضحاً للإعلام الإذاعي المحلي، بحيث مثل من يعتمدون من عينة البحث على المحطات الإذاعية المحلية 55%، وهي نسبة مبشرة وواعدة تدل على ما يتمتع به الإعلام الإذاعي المحلي من اعتمادية لدى الجمهور، نظراً لالتصاقه به وبمضايحه وهمومه ومشاكله.

الجدول(13) يبين نوع الصحف والمجلات التي يعتمد عليها المبحوثون في معرفة الجائحة وطرق الوقاية منها .

الصحف والمجلات		عالمية		وطنية		محلية	
درجة الاعتماد		ك	%	ك	%	ك	%
دائمًا		0	%0	0	%0	3	%3
أحيانًا		1	%1	0	%0	5	%5
لا أدري		2	%2	0	%0	2	%2
نادرًا		5	%5	1	%1	8	%8
لا اعتمد عليها مطلقًا		92	%92	99	%99	82	%82
المجموع		100	%100	100	%100	100	%100

لم يسجل الجدول (13) المتعلق بالصحف والمجلات في هذا الجانب نتائج تذكر باستثناء الصحف المحلية التي لم تتجاوز

نسبة 03%، وفي تقدير الباحثين فإن السبب في ذلك يعود إلى:

1. سيادة الثقافة السمعية والصورية بين أوساط الجمهور، فالصحافة المكتوبة تكاد تقتصر على النخبة المثقفة التي تعتمد على الكلمة المكتوبة، وتبحث عن التحليل العميق والأسلوب الرصين.
2. الضعف العام الذي تعانيه الصحافة الوطنية والمحلية.
3. الظروف السياسية والأمنية التي تمر بها البلاد، والتي تحول دون وصول الصحف والمجلات العالمية.
4. طبيعة الجائحة التي أدت إلى إغلاق المنافذ البرية والبحرية والجوية أمام دخول الصحف.

الجدول (14) يبين نوع وسائل التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثين في معرفة الجائحة وطرق الوقاية

الوسيلة الاعتماد	فيس بوك		تويتر		الواتس أب		انستجرام	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	86	86	2	2	10	10	0	0
أحياناً	5		10	10	15	15	10	10
لا أدري	2	2	0	0	0	0	0	0
نادرًا	4	4	8	8	4	4	2	2
مطلقاً	3	3	80	80	71	71	88	88
المجموع	100	100	100	100	100	100	100	100

اكتسح موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك بقية المواقع من حيث اعتماد الجمهور عليه في معرفة الجائحة، مسجلاً نسبة

86%، متفوقاً بذلك على بقية مواقع التواصل الاجتماعي التي لم يسجل منها موقعاً الواتس أب والتويتر سوى 10%

2% لكل منهما على التوالي.

الجدول (15) يبين نوع وسائل الإعلام الجديد التي يعتمد عليها المبحوثين في معرفة الجائحة وطرق الوقاية منها

الوسيلة الاعتماد		مواقع الكترونية		صحف إلكترونية		بوابات إعلامية خاصة بمؤسسات		صفحات شخصية		صفحات رسمية	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
دائمًا	4	4	15	15	1	1	9	9	75	75	75
أحيانًا	2	2	10	10	14	14	1	1	8	8	8
لا أدري	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
نادرًا	4	4	3	3	9	9	1	1	9	9	9
مطلقًا	91	91	72	72	76	76	89	89	8	8	8
المجموع	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

بين الجدول (15) أن جمهور المبحوثين يعتمد في هذا الجانب بشكل أساسي على الصفحات الخاصة بالمؤسسات الرسمية والتي سجلت 75%، وتلتها بفارق نسبي كبير الصحف الإلكترونية التي سجلت 15%، ثم الصفحات الشخصية التي سجلت 9%. وربما يعود السبب في ذلك إلى الموثوقية والصدقية التي يعتقدها المبحوث في الصفحات الخاصة بالمؤسسات الرسمية، وكذلك عنصر السرعة الذي تتمتع به الصحف الإلكترونية مقارنة بالصحف الورقية التي لم تمثل أكثر من 3% كما سبقت الإشارة.

الجدول (16) يبين مدى ثقة المبحوثين في المعلومات حول جائحة كورونا في وسائل الإعلام

الوسيلة		(القنوات التلفزيونية)		محطات الراديو		الصحف والمجلات
درجة الثقة		ك	%	ك	%	%
كبير جدا		64	%64	12	%12	1
كبيرة		13	%13	18	%18	3
متوسطة		0	%0	0	%0	0
نادرة		6	%6	14	%14	9
معدومة		17	%17	56	%56	87
المجموع		100	%100	100	%100	100

تشير الأرقام والنسب الواردة في الجدول (16) إلى أن القنوات التلفزيونية تتمتع بثقة كبيرة لدى جمهور المبحوثين، ذلك أنها سجلت 64%، والتي تفوقت فيه بفارق نسبي كبير على المحطات الإذاعية والصحف التي لم تمثل أكثر من 12% ونسبة 01% لكل منهما على التوالي.

والمعلوم أن عنصر الثقة يمثل إلى جانب كل من المهنية و عدم التحيز Disinterestedness أحد الركائز الرئيسة التي تقاس بها صدقية Credibility وسائل الإعلام . ونلاحظ أن ثقة المتلقي في القنوات التلفزيونية في هذه الحال تعود إلى جملة العوامل التي تعزز ثقته في القنوات التلفزيونية كعوده على الحصول على معلوماته منها، علاوة على عوامل أخرى كالصورة، والآنبة التي تصب جميعاً في اتجاه رفع درجة الثقة.

الجدول (17) يبين مدى ثقة المبحوثين في المعلومات حول جائحة كورونا في وسائل التواصل الاجتماعي

الوسيلة درجة الثقة	فيسبوك		تويتر		واتس اب		انستجرام	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
كبير جدا	77	%77	9	%9	12	%12	11	%11
كبيرة	5	%5	23	%23	20	%20	15	%15
متوسطة	0	%0	0	%0	0	%0	2	%2
نادرة	10	%10	31	%31	25	%25	12	%12
معدومة	8	%8	33	%33	43	%43	60	%60
المجموع	100	%100	100	%100	100	%100	100	%100

تشير البيانات الواردة في الجداول (17) جملة من الاستفهامات حول مبررات هذه الثقة المبالغ فيها فيما يرد في وسائل التواصل الاجتماعي حول الجائحة لاسيما في موقع الفيس بوك الذي سجل 77%، متفوقاً على القنوات التلفزيونية التي مثلت 64%. فالأحرى أن تكون الثقة المرتفعة من نصيب المؤسسات الإعلامية التي تحرص على التحقق من صدقية معلوماتها عبر إيفاد المراسلين، والبحث عن المعلومة من مصادرها الأصلية من خلال فنونها المهنية المتعددة كالأخبار والتقارير الإخبارية والمتابعات والمقابلات و ما تنقله من إجازات ومؤتمرات صحفية إلخ، وهي أمور تقتقر إليها صفحات منصات التواصل الاجتماعي المختلفة ، فهي صفحات لا تخضع للرقابة و لا تحفل بمسائل الدقة والسمعة ، مما يجعل ما ينشر فيها محل شكوك في كثير من الأحيان ، برغم تتمتع به من سرعة وتفاعلية .

الجدول (18) يبين الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين نوع الوسيلة التي يعتمد عليها المبحوثين في الحصول على

المعلومات المتعلقة بجائحة كورونا وبين نوع جنس المبحوثين

نوع الوسيلة	تكرار نوع المبحوثين		النسبة		قيمة كا2 المحسوبة عند درجة ثقة 0.95 كا2 الجدولية = 2.603 درجة الحرية = f 11
	ذكور	إناث	ذكور	إناث	
قنوات تلفزيونية	22	55	29%	71%	
مسموعة	9	12	43%	57%	
صحف ومجلات	0	2	0%	100%	

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية وفقا لنوع المبحوثين في اختيار الوسيلة الإعلامية التي

يعتمدون عليها في الحصول على المعلومات المتعلقة بجائحة كورونا

الجدول (19) يبين الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين درجة الثقة في الوسيلة الإعلامية التي يعتمد عليها المبحوثين

في الحصول على المعلومات المتعلقة بجائحة كورونا وبين نوع جنس المبحوثين

درجة ثقة المبحوثين في الوسائل الإعلامية	تكرار نوع المبحوثين		النسبة		قيمة كا2 المحسوبة = 2.342 عند درجة ثقة 0.05 وكا2 الجدولية = 3.843 درجة الحرية = f 1
	ذكور	إناث	ذكور	إناث	
كبيرة جدا	54	46	54%	46%	
كبيرة	47	53	47%	53%	
متوسطة	51	49	51%	49%	
نادرة	48	52	48%	52%	
معدومة	44	56	44%	56%	

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع المبحوثين ودرجة الثقة في الوسائل الإعلامية بمعنى أن نوع الجنس لا يؤثر

في درجة الثقة في وسيلة إعلامية دون غيرها من ناحية الأخبار والمعلومات المتعلقة بجائحة كورونا حيث انه عندما تكون

كا2 المحسوبة أصغر من كا2 الجدولية نقبل العبارة أو نؤيد الفرضية.

نتائج البحث

1. كشف البحث دراية كافة المبحوثين بوجود جائحة كورونا التي تشكل خطراً يهدد الجنس البشري.
2. كشف البحث تفوق وسائل التواصل الاجتماعي على غيرها من الوسائل في تعريف المبحوثين بوجود خطر جائحة كورونا، حيث سجلت نسبة 58% متفوقة بذلك على وسائل الإعلام التي سجلت نسبة 39%.
3. شكل الاتصال الشخصي كمصدر للأخبار حول الجائحة نسبة 49%.
4. لم تتجاوز نسبة اعتماد المبحوثين على الاتصال الهاتفي لمعرفة أخبار الجائحة 35%.
5. بلغ حجم اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام كمصدر للأخبار حول الجائحة 52%.
6. بلغ حجم اعتماد المبحوثين على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار حول الجائحة 60%.
7. جاءت القنوات التلفزيونية في الترتيب الأول من حيث درجة اعتماد المبحوثين المعتمدين على وسائل الإعلام في معرفة أخبار جائحة كورونا، حيث شكلت نسبة 77%، وجاءت الإذاعة المسموعة في الترتيب الثاني بفارق نسبي كبير حيث لم تسجل سوى 21%.
8. بلغت نسبة الاعتماد الرئيس على القنوات التلفزيونية العالمية كمصدر للأخبار حول الجائحة لدى المعتمدين على وسائل الإعلام 58%، ولم تسجل القنوات التلفزيونية الوطنية سوى 15%.
9. كشف البحث عن وجود درجة عالية من الاعتمادية لدى المبحوثين على محطات الإذاعة المحلية في الحصول على معلوماتهم حول جائحة كورونا بنسبة بلغت 55%.
10. سجل موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك درجة عالية من الاعتمادية، بلغت نسبة من يعتمدون عليه 86%.
11. سجلت الصفحات الخاصة بالمؤسسات الرسمية درجة عالية من الاعتمادية لدى أفراد العينة بلغت 75%.
12. كشف البحث وجود درجة عالية من الثقة لدى المبحوثين فيما تقدمه القنوات التلفزيونية عموماً حول الجائحة مقارنة ببقية وسائل الإعلام حيث بلغت 64%.
13. كشف البحث عن وجود درجة عالية من الثقة في موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك مقارنة ببقية وسائل التواصل لدى المبحوثين بلغت 77%.

14. كشف البحث وجود فروق ذات دلالة إحصائية وفقاً لنوع المبحوث في اختيار الوسيلة الإعلامية التي يعتمد عليها

المبحوثين في الحصول على معلوماتهم حول الجائحة.

15. كشف البحث عدم وجود فروق دالة إحصائية بين نوع المبحوث ودرجة ثقته في وسيلة إعلامية دون غيرها.

المقترحات والتوصيات

1. إعطاء مساحة أكبر لوسائل التواصل الاجتماعي عند تقديم المعلومات أو الإرشادات أو توجيه حملات التوعية من

جائحة كورونا نظراً لارتفاع معدل اعتماد الجمهور عليها في الحصول على معلوماته حول الجائحة.

2. التركيز على صفحات الفيسبوك والصفحات الخاصة بالمؤسسات الرسمية عند تقديم المعلومات التي تستهدف التأكيد

على معلومات معينة نظراً لارتفاع درجة ثقة الجمهور فيها.

3. التركيز على المحطات الإذاعية المحلية الليبية أكثر من الوطنية في جوانب التوعية من جائحة كورونا نظراً لاعتماد

الجمهور عليها أكثر من المحطات الوطنية.

4. رفع مستوى البرامج والخدمات التلفزيونية في القنوات الوطنية الليبية لتحقيق قدرة أكبر على جذب المشاهدين، حيث

كشف البحث انخفاض مستوى اعتماد الجمهور عليها في الحصول على معلوماته مقارنة بالقنوات التلفزيونية العالم.

5. حث المواطنين على زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي بدلاً من الاتصال الشخصي ،

وخصوصاً خلال فترة انتشار جائحة كورونا ، وذلك بزيادة ثقته في محتوى هذه الوسائل عبر الحفاظ على مستوى

الصدق إجراء المقابلات مع الشخصيات المتخصصة و المسؤولية ؛ ذلك أن السبب الرئيس في اعتمادهم النسبي على

الاتصال الشخصي هو الثقة الناتجة عن الدرجة العالية من التفاعلية التي يتميز بها الاتصال الشخصي عن

الجماهيري بل وحتى التواصل الاجتماعي ذي التفاعلية المرتفعة قياساً إلى الاتصال الجماهيري والتي تجعل منه أقوى

أنواع الاتصال تأثيراً.

هوامش البحث

1. انتصار الجطلاوي، أثر القنوات الفضائية على القيم الاجتماعية والثقافية للشباب الليبي دراسة ميدانية على طلبة وطالبات جامعة طرابلس، مجلة البحوث الإعلامية، مركز البحوث والمعلومات والتوثيق الثقافي والإعلامي، طرابلس، العدد 46، 2009م، ص ص 285-295.
 2. نوال محمد علي، دور الإذاعتين المسموعة والمرئية في ليبيا في نشر التوعية بقضايا البيئة دراسة تحليلية / ميدانية ، مجلة البحوث الإعلامية ، مركز البحوث والمعلومات والتوثيق الثقافي والإعلامي، طرابلس، العدد 2009، 46. ص ص 296-305.
 3. محمد سالم موسى، دور الصحافة المحلية الليبية في التوعية بقضايا التنمية البشرية: دراسة مسحية للمضمون والجمهور والقائم بالاتصال، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام بجامعة القاهرة، 2007م، ص ص 18-190.
 4. عبد الله اطيبة، الأطر الخبرية للتناول الإعلامي لجائحة كورونا - دراسة تطبيقية على الموقع الإلكتروني لقناة روسيا اليوم الفضائية الإخبارية، مجلة كلية الفنون والإعلام، جامعة مصراتة، العدد 9، يونيو، 2020، ص ص 153-184.
 5. طارق محمد الصعيدي وجمال الدين محمد القوييري: استخدام الشباب الجامعي لشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) وتأثيراته على الترابط الأسري في المجتمع الليبي - دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، مركز البحوث والمعلومات والتوثيق الثقافي والإعلامي، طرابلس، العدد 2009، 41. ص ص 141-193.
 6. نجاه إبراهيم عياد: مجتمع الإنترنت في ليبيا الاختيار للمضمون الإعلامي للإنترنت والآثار الاجتماعية: دراسة ميدانية في مدينة الزاوية. رسالة ماجستير، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة 7 إبريل.
 7. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، القاهرة، عالم الكتب، ط1، 1999. ص 135.
 8. حسن عماد مكاوي وليلى عبد المجيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009، ص
- 314
9. حسن عماد مكاوي وليلى عبد المجيد، المصدر السابق ص 315.

