



اعتماد جمهور مدينة الزاوية على صفحات "فيسبوك" كمصدر للمعلومات أثناء أزمة الوقود: دراسة ميدانية

¹ عماد عبداللطيف سالم ² حنان عبدالله الهادي

باحث مستقل في مجال الاعلام ^{1,2}

hazem.el.habouni@gmail.com

**The reliance of the people of Zawiya on Facebook pages as a source of
information during the fuel crisis: A field study**

¹Emad Abdel Latif Salem, ² Hanan Abdullah Al-Hadi

Independent Media Researcher ^{1,2}

تاريخ الاستلام: 2026/07/20 - تاريخ المراجعة: 2026/07/25 - تاريخ القبول: 2026/08/28 - تاريخ النشر: 2026/9/2

الملخص

هدف هذا البحث إلى قياس مستوى اعتماد جمهور مدينة الزاوية على صفحات فيسبوك للحصول على معلومات أزمة الوقود، والكشف عن دوافع هذا الاعتماد، وتحديد مدى متابعة الجمهور للمعلومات المنشورة، وقياس مستوى ثقته فيها، اعتمد البحث المنهج الوصفي المسحي، واستخدم الاستبيان الإلكتروني أداة لجمع البيانات من عينة قصدية قوامها 426 مفردة من مستخدمي فيسبوك المقيمين بمدينة الزاوية ممن سبق لهم متابعة معلومات أزمة الوقود عبر الصفحات المحلية، عولجت البيانات باستخدام التكرارات والنسب المئوية، والمتوسطات الرتبوية، واختبار كاي تربيع لجودة المطابقة، ومعامل ارتباط سبيرمان بين المؤشرات الرتبوية. أظهرت النتائج أن 87.4% من أفراد العينة يعدون فيسبوك مصدرهم الأول للمعلومات دائماً أو غالباً، وأن 81.0% يعتمدون على صفحات فيسبوك بدرجة كبيرة أو كبيرة جداً. كما بلغت نسبة الثقة العالية أو العالية جداً في المعلومات المنشورة 64.3%، في حين أفاد 75.8% بأن المعلومات تتوافق مع الواقع دائماً أو غالباً. وأفاد 58.5% بمتابعة التحديثات عدة مرات يومياً، بينما بلغت نسبة من يتابعونها عدة مرات يومياً أو عند الحاجة 93.0%. وجاءت السرعة في نقل الخبر والتحديث المباشر في مقدمة دوافع الاعتماد، كما تصدرت معلومات أماكن توفر الوقود والمحطات المشغلة طبيعة المعلومات المتابعة. وأظهرت ارتباطات سبيرمان علاقات موجبة دالة بين توافق المعلومات والثقة، وبين الاعتماد والثقة، وبين المتابعة والاعتماد.

الكلمات المفتاحية: فيسبوك؛ الأزمات؛ أزمة الوقود؛ الاعتماد الإعلامي؛ الثقة؛ المتابعة؛ مدينة الزاوية؛ ليبيا.

Abstract

This study aimed to measure the level of reliance among the audience of Zawiya City on Facebook pages for obtaining information about the fuel crisis, identify the motivations underlying such reliance, determine the extent to which the audience follows the information published on these pages, and assess their level of trust in that information. The study adopted a descriptive survey methodology and employed an electronic questionnaire as the data collection instrument. The questionnaire was administered to a purposive sample of 426

Facebook users residing in Zawiya City who had previously followed information about the fuel crisis through local Facebook pages. The collected data were analyzed using frequencies and percentages, rank means, the Chi-square goodness-of-fit test, and Spearman's rank correlation coefficient to examine the relationships among the ordinal indicators.

The findings revealed that 87.4% of the respondents considered Facebook their primary source of information either always or often, while 81.0% reported relying on Facebook pages to a high or very high degree. Moreover, 64.3% expressed a high or very high level of trust in the information published on these pages, whereas 75.8% indicated that the information was always or often consistent with reality. Regarding the frequency of following updates, 58.5% of the respondents reported checking updates several times a day, while 93.0% followed them either several times a day or whenever needed. Speed of news dissemination and direct updates ranked as the leading motivations for relying on Facebook pages. Information concerning fuel availability locations and operating fuel stations constituted the most frequently followed type of information. Spearman's rank correlation analysis revealed statistically significant positive relationships between information consistency and trust, between reliance and trust, and between following updates and reliance.

-المقدمة

شهد العالم خلال السنوات الأخيرة مرحلة تكنولوجية اتصالية جديدة تتسم بجمع المزايا التكنولوجية في وسيلة واحدة، بقصد تحقيق الهدف النهائي لعملية الاتصال وهو توصيل الرسالة للجمهور. (1) إذ شهدت البيئة الإعلامية تحولات متسارعة نتيجة الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي والتي لم تعد تقتصر وظيفتها على التواصل والتفاعل الاجتماعي بل أصبحت تؤدي أدواراً متزايدة في تداول الأخبار ومتابعة القضايا حتى أصبحت جزءاً لا يتجزأ في حياتنا اليومية.

وتُعد منصة فيسبوك من أبرز هذه المنصات لما توفره من إمكانيات تسمح بإنشاء الصفحات والمجموعات ونشر الأخبار والمعلومات وقد غدت هذه الشبكات مستودعاً للأخبار والمعلومات الأمر الذي جعل الكثير يقف عند حدود التعرض لهذه المعلومات والاعتماد عليها وتزداد أهمية الحصول على المعلومات في أوقات الأزمات، إذ تتسم الأزمات عادةً بارتفاع مستوى الحاجة إلى المعلومات، نتيجة حالة عدم اليقين التي تصاحبها، وما يترتب عليها من حاجة الجمهور إلى معرفة طبيعة الأزمة وتطوراتها وانعكاساتها والإجراءات المرتبطة بها. وفي هذه الظروف، يبحث الأفراد عن مصادر قادرة على توفير المعلومات بصورة سريعة ومستمرة، وقد أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي إحدى البيئات التي يلجأ إليها الجمهور لإشباع هذه الحاجة المعلوماتية .

(1) ليلي علي جمعة: اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات أزمة ارتفاع سعر صرف الدولار أنموذجاً، بحث منشور، مجلة لارك، كلية

-مشكلة البحث

أظهرت البيئة الإعلامية الرقمية تحولات واضحة في أنماط تعرض الجمهور للمعلومات ومصادر الحصول عليها، وأصبحت شبكات التواصل الاجتماعي، ولا سيما فيسبوك، من القنوات التي يعتمد عليها الجمهور في متابعة الأحداث والأزمات نظرًا لما تتيحه من سرعة في تداول المعلومات وتحديثها والتفاعل معها، ويبرز هذا الاستخدام بصورة خاصة أثناء أزمات الوقود، التي تتطلب تدفقًا مستمرًا للمعلومات المرتبطة بتوفر الوقود وأوضاع المحطات وتطورات الأزمة.

وفي مدينة الزاوية، تبرز صفحات فيسبوك المحلية بوصفها أحد المصادر التي يلجأ إليها الجمهور لمتابعة المعلومات المتعلقة بأزمة الوقود، إلا أن مستوى هذا الاعتماد ودوافعه، ومدى متابعة الجمهور للمعلومات المنشورة، ودرجة ثقته فيها تمثل جوانب تحتاج إلى رصد ميداني.

ومن ثم تتمثل مشكلة الدراسة في رصد مستوى اعتماد جمهور مدينة الزاوية على صفحات فيسبوك كمصدر للمعلومات أثناء أزمة الوقود، والتعرف إلى دوافع هذا الاعتماد ومدى متابعة المعلومات المنشورة ودرجة الثقة فيها.

وتتحدد المشكلة في التساؤل الرئيس الآتي:

إلى أي مدى يعتمد جمهور مدينة الزاوية على صفحات فيسبوك كمصدر للمعلومات أثناء أزمة الوقود؟

-تساؤلات البحث

1. ما مستوى اعتماد جمهور مدينة الزاوية على صفحات فيسبوك للحصول على معلومات أزمة الوقود؟
2. ما دوافع اعتماد جمهور مدينة الزاوية على صفحات فيسبوك أثناء أزمة الوقود؟
3. ما مدى متابعة جمهور مدينة الزاوية للمعلومات المتعلقة بأزمة الوقود عبر صفحات فيسبوك؟
4. ما مستوى ثقة جمهور مدينة الزاوية في المعلومات المتعلقة بأزمة الوقود المنشورة عبر صفحات فيسبوك؟

-أهمية البحث

يعد هذا البحث استكمالًا للجهود البحثية والعلمية التي تناولت اعتماد الجمهور على صفحات التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات ولا سيما مدينة الزاوية التي تحتاج إلى مزيد من الدراسات الميدانية التي تتناول أنماط استخدام الجمهور للصفحات في التعامل مع القضايا والأزمات، كما تسهم في دراسة مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام في سياق رقمي محلي ويكتسب أيضًا هذا البحث أهميته في مساعدة الجمهور على توفير المعلومات وتفسير الأحداث، ولعل هذا البحث يمثل موضوع من المواضيع التي تمس صلب الحياة اليومية للجمهور.

-أهداف البحث

1. قياس مستوى اعتماد جمهور مدينة الزاوية على صفحات فيسبوك للحصول على معلومات أزمة الوقود.
2. تحديد دوافع اعتماد الجمهور على صفحات فيسبوك أثناء أزمة الوقود.
3. تحديد مدى متابعة الجمهور للمعلومات المتعلقة بأزمة الوقود عبر صفحات فيسبوك.
4. قياس مستوى ثقة الجمهور في المعلومات المتعلقة بأزمة الوقود المنشورة عبر صفحات فيسبوك.

-تحديد مفاهيم ومصطلحات البحث

اعتماد الجمهور

يقصد باعتماد الجمهور في هذا البحث مدى لجوء الجمهور إلى صفحات فيسبوك للحصول على المعلومات المتعلقة بقضية أو حدث معين ومدى اعتمادهم على هذه الصفحات في متابعة آخر المستجدات المتعلقة بأزمة الوقود

فيس بوك

التعريف الاصطلاحي:

يُعرّف بأنه إحدى منصات التواصل الاجتماعي المجانية التي تُتيح للمستخدمين إنشاء ملفات تعريف أو صفحات شخصية عبر شبكة الإنترنت، وتمكّنهم من التواصل والتفاعل مع الآخرين من خلال تبادل الرسائل والمعلومات والمحتوى، وتبادل الخبرات والآراء بين المستخدمين.⁽¹⁾

التعريف الاجرائي:

هو منصة رقمية مجانية الاستخدام تسمح للأفراد بإنشاء حسابات يمارسون من خلالها نشاطاتهم ومحتوياتهم كذلك إمكانية نشر المعلومات دون قيود معينة.

الأزمات

التعريف الاصطلاحي

الأزمة هي حالة تتعرض فيها مجموعة من المؤسسات لمشكلات وانتقادات وضغوط خارجية شديدة، قد تمتد آثارها وتتفاقم داخلياً، وتستمر لفترة زمنية معينة، في ظل مجتمع جماهيري تتيح فيه وسائل الاتصال الجماهيري إمكانية متابعة الأزمة وتغطيتها إعلامياً، مما قد يسهم في اتساع نطاقها وزيادة تأثيراتها.⁽²⁾

التعريف الاجرائي:

هي ظاهرة أو موقف غير اعتيادي يؤدي إلى اضطراب في الوضع الراهن ويحدث عند تعرض نظام أو جماعة أو مؤسسة إلى مجموعة من الأحداث التي تهدد مصالحه الأساسية.

-نوع البحث ومنهجه

اعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي المسحي، لملاءمته لطبيعة موضوعه وأهدافه، إذ يتيح رصد ظاهرة اعتماد الجمهور على صفحات فيسبوك كمصدر للمعلومات أثناء أزمة الوقود، ووصف مستويات هذا الاعتماد ودوافعه، ومدى متابعة المعلومات المنشورة، ودرجة الثقة فيها، استناداً إلى بيانات ميدانية يتم جمعها من أفراد مجتمع البحث.

-مجتمع البحث

يتمثل مجتمع البحث في جميع مستخدمي شبكة فيسبوك من سكان مدينة الزاوية، باعتبارهم الجمهور المستهدف بالبحث، سواء كانوا يتابعون صفحات فيسبوك المحلية أو يتعرضون للمعلومات المنشورة عبرها بشأن أزمة الوقود.

-عينة البحث

اعتمد البحث على عينة قصدية من مستخدمي فيسبوك من سكان مدينة الزاوية، على عينة قوامها (426) مفردة ممن سبق لهم التعرض أو المتابعة للمعلومات المتعلقة بأزمة الوقود عبر صفحات فيسبوك، وذلك لاختيار أفراد تتوافر لديهم خبرة فعلية بالظاهرة محل البحث، وبما يتفق مع أهداف البحث وطبيعته.

وللوصول إلى أفراد العينة المستهدفين، تم نشر رابط الاستبانة الإلكترونية عبر صفحتي راديو السوق FM و عبد الرحمن شعيب على شبكة فيسبوك، باعتبارهما من الصفحات المحلية التي تنشر بصورة دورية أخباراً ومعلومات ومستجدات تتعلق بأزمة الوقود، بما في ذلك أماكن توفر الوقود والمحطات التي تستقبل الإمدادات وحركة التوزيع.

(1) حسان أحمد قححية، الفيسبوك تحت المجهر، ط1، دار النخبة للنشر والتوزيع، الجيزة، مصر، 2017، ص24.

(2) لعربي بن يحيى: دور الاتصال في إدارة الأزمات، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، 2016، ص 4.

اعتماد جمهور مدينة الزاوية على صفحات "فيسبوك" كمصدر للمعلومات أثناء أزمة الوقود: دراسة ميدانية

وقد أتاح نشر الاستبانة عبر هاتين الصفحتين الوصول إلى جمهور لديه اهتمام ومتابعة فعلية للمعلومات المرتبطة بأزمة الوقود، بما يتناسب مع طبيعة العينة القصدية وأهداف البحث، باعتبارهما من الصفحات التي تنشر بصورة دورية أخبار ومستجدات أزمة الوقود، ومعلومات تتعلق بأماكن توفر الوقود والمحطات التي تستقبل الإمدادات وحركة التوزيع، الأمر الذي يجعلها من المصادر الرقمية التي يلجأ إليها الجمهور المحلي للحصول على المعلومات خلال الأزمة.

استخدم الباحث لتحديد حجم العينة المعادلة التي يستخدم عادة في حالة المجتمعات التي يزيد عدد سكانها عن 10.000 نسمة وهذه المعادلة هي معادلة كوكران

$$N = \frac{ZQ(1 - P)}{E}$$

حيث أن:

N = حجم العينة المطلوبة.

Z = مقدار الانحراف عن المتوسط المعتاد، وعادةً يحدد بقيمة 1.96 المناظر للدرجة الثقة 95%.

P = نسبة التقدير في تحقيق الهدف في حالة المجتمعات التي تتميز بخصائص معينة، وعندما لا توجد لا يكون هناك أي تميز أو تقدير معروف، يتم استجلاؤه من الدراسات السابقة بحيث تستخدم نسبة متوسط 50% أي 0.50

Q = النسبة المكمل لقيمة P السابقة حيث أن (P+Q=1) أي أن قيم (Q-1=P) وبالتالي فإن P في المجتمعات غير المميزة محددة بنسبة 0.50.

E = درجة الدقة المطلوبة وهي تقرر عادة عند مستوى معنوي 0.50 أي مستوى ثقة 95% وهي النسبة التي يتم استخدامها في هذا البحث.

-أدوات جمع البيانات

اعتمد البحث على الاستبان أداة رئيسية لجمع البيانات الميدانية، لملاءمتها لطبيعة البحث وإمكانية تطبيقها على عدد من أفراد العينة، وقد صُممت فقراتها في ضوء أهداف البحث وتساؤلاته، وتضمنت مجموعة من المحاور التي تقيس مستوى اعتماد الجمهور على صفحات فيسبوك، ودوافع هذا الاعتماد، ومدى متابعة المعلومات المتعلقة بأزمة الوقود، ومستوى الثقة في المعلومات المنشورة.

-حدود البحث

تحدد حدود البحث في أربعة أبعاد رئيسية تتمثل في:

1. الحدود الموضوعية التي تقتصر على بحث مدى اعتماد جمهور مدينة الزاوية على صفحات موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك بوصفها مصدرًا للحصول على المعلومات المتعلقة بأزمة الوقود، من حيث مستوى الاعتماد، ودوافعه، وطبيعة المعلومات التي يبحث عنها الجمهور، ومدى ثقته في المعلومات المنشورة عبر هذه الصفحات.
2. الحدود المكانية: اقتصر على الحدود المكانية داخل النطاق الجغرافي لمدينة الزاوية، وتقتصر على جمهور المدينة المستخدم لموقع فيسبوك.
3. الحدود الزمانية: تقتصر على الفترة الزمنية التي شهدت فيها مدينة الزاوية أزمة الوقود محل بحث، وبالتحديد خلال أغسطس 2026، إلى جانب فترة توزيع الاستبيان وجمع البيانات الميدانية.
4. الحدود البشرية: يقتصر البحث على عينة من جمهور مدينة الزاوية من مستخدمي موقع فيسبوك الذين تابعوا الصفحات والمنشورات المتعلقة بأزمة الوقود خلال فترة البحث.

-الدراسات السابقة

1-محمد البكاي: محددات الثقة في الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي دراسة ميدانية عبر منصات التواصل الاجتماعي، 2026.(1)

يهدف هذا البحث إلى تحليل محددات الثقة في الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي في ظل التحولات التي أحدثتها منصات التواصل الاجتماعي في أنماط إنتاج الأخبار وتداولها واستهلاكها، حيث تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة الاستبيان، تكونت عينة البحث من (120) مفردة من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في ليبيا ، وقد كشفت النتائج أن منصات التواصل الاجتماعي تمثل مصدرا رئيسيا للأخبار لدى شريحة واسعة من الجمهور الليبي، كما أظهرت النتائج أن مستوى الثقة في الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي جاء بدرجة متوسطة في حين تبين أن التفاعل الرقمي يؤثر بدرجة معينة في إدراك مصداقية الأخبار .

2-فرج عياش علي امعرف، محمد ادريس أحمد: الضوابط الأخلاقية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثناء إدارة الأزمات الفيس بوك نموذجا، 2023.(2)

هدف هذا لبحث إلى معرفة مدى الالتزام بالضوابط الأخلاقية لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء التعامل مع الأزمات كذلك التعرف على أهم الخطوات التي يجب أن يلتزم بها أثناء التعامل مع الأزمات على الفيس بوك وأهم الأسباب المؤدية إلى تجاوز بعض مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لأخلاقيات التغطية أثناء التعامل مع الأزمات، واعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي، استخدم في هذا البحث أداة الاستبيان، أما العينة فقد تضمنت (60) مفردة من جمهور مدينة سرت، أظهرت النتائج أن غالبية أفراد العينة يستخدمون الفيس بوك بشكل دائم وأن الأسباب المؤدية الى تجاوز بعض مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لأخلاقيات التغطية أثناء الازمات هي التبعية والاتجاه السياسي.

3-أمة الخلق محمد حسني الأشموري: دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات أوقات الأزمات، 2020.(3)

سعت الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات والأخبار أوقات الأزمات، ومدى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات و الأخبار المتعلقة بالأحداث والقضايا، وأجريت الدراسة على عينة قوامها (400) مفردة باستخدام الإستبيان الإلكتروني، وخلصت الدراسة إلى اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بالأزمات، وتصدر الفيس بوك قائمة شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثون للحصول على المعلومات بنسبة يليه الوتس أب، ثم تويتر .

(1) محمد البكاي: محددات الثقة في الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي دراسة ميدانية عبر منصات التواصل الاجتماعي، بحث منشور، كلية الآداب، جامعة الزاوية، مجلد(26)، العدد(1)، 2026.

(2) فرج عياش علي امعرف، محمد ادريس أحمد: الضوابط الأخلاقية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثناء إدارة الأزمات الفيس بوك نموذجا(دراسة ميدانية)، بحث منشور، مجلة الإعلام والفنون، العدد12، ليبيا، 2023.

(3) أمة الخلق محمد حسني الأشموري: دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات أوقات الأزمات، بحث منشور، مجلة البحوث الإعلامية، جامعه الأزهر، كلية الإعلام، العدد55، 2022.

4-إسماعيل أحمد برغوث: اعتماد الشباب الفلسطيني على شبكات التواصل الاجتماعية وقت الأزمات، 2014.⁽¹⁾

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب الفلسطيني على مواقع التواصل الاجتماعي وقت الأزمات، والكشف عن أسباب ودوافع الشباب الفلسطيني للاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي وقت الأزمات، حيث تم استخدام المنهجي الوصفي كون هذه الدراسة تنطوي تحت البحوث الوصفية المسحية، وطبقت على عينة قوامها (400) مفردة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في قطاع غزة، باستخدام أداة الاستبيان و قد خلصت الدراسة بمجموعة من النتائج أهمها أن شبكات التواصل الاجتماعي جاءت في مقدمة الوسائل التي يعتمد عليها الجمهور لمعرفة الأخبار عند حدوث الأزمات وأشارت الدراسة إلى أن أهم سلبات شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين تجعلهم عرضة للمسائلة القانونية في حال استخدامها للدعوة إلى فعاليات لا تتماشى مع وجهة النظر الحكومية.

الإطار النظري للبحث

-نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تُعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من النظريات التي تسعى إلى تفسير طبيعة العلاقة التفاعلية بين وسائل الإعلام والجمهور، ولا سيما فيما يتعلق بدرجة اعتماد الأفراد على الوسائل الإعلامية للحصول على المعلومات وفهم الأحداث والتطورات المحيطة بهم. وقد طُوِّرَ هذه النظرية كل من ملفين دفلور وساندر بول روكيتش، انطلاقاً من تصور يرى وسائل الإعلام بوصفها أنظمة معلومات تؤدي دوراً أساسياً في المجتمع، وتتأثر في الوقت ذاته بعمليات الاستقرار والصراع التي تحدث على مستوى المجتمع والجماعات الفرعية والأفراد وتتمثل الفكرة الأساسية للنظرية في أن أفراد المجتمعات الحديثة يعتمدون بدرجات متفاوتة على مصادر المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام، بهدف التعرف إلى ما يجري في محيطهم الاجتماعي والمحلي، وكذلك متابعة الأحداث والتطورات في المجتمعات الخارجية، ولا يتخذ هذا الاعتماد نمطاً ثابتاً، وإنما يتأثر بطبيعة الظروف والأوضاع البنوية السائدة في المجتمع، وبدرجة تعرضه للتغير أو الاستقرار أو الصراع، ولا سيما الصراعات والأحداث السياسية، كما يرتبط مستوى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام بالوظائف التي تضطلع بها هذه الوسائل في الواقع الاجتماعي، وبمدى قدرتها على توفير المعلومات التي يحتاج إليها الأفراد لتفسير الأحداث وفهم البيئة المحيطة بهم. ومن ثم، تزداد أهمية وسائل الإعلام ومعدل اعتماد الجمهور عليها في الفترات التي تشهد ارتفاعاً في مستوى التغير أو الأزمات أو الصراعات، نتيجة تزايد حاجة الأفراد إلى المعلومات والتفسيرات التي تساعدهم على فهم الواقع والتكيف مع المتغيرات المحيطة بهم.⁽²⁾

مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام: "أنها منهجية لدراسة أثر وسائل الاعلام المختلفة على الجمهور والتفاعلات التي تنتج بين للجمهور ووسائل الاعلام والانظمة الاجتماعية المختلفة."⁽³⁾

-أبعاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام

(1) إسماعيل أحمد برغوث: اعتماد الشباب الفلسطيني على شبكات التواصل الاجتماعية وقت الأزمات، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الدول العربية، معهد

البحوث والدراسات العربية، مصر، القاهرة، 2014.

(2) أسامة عبد الرحيم: القيم التربوية في صحافة الأطفال، ط2، القاهرة، 2006، ص50.

(3) عبدالله المهاجري: دور الإعلام في نشر التوعية الأسرية في المجتمع، المجلة الالكترونية الشاملة متعددة التخصصات، العدد2، 2017، ص225.

-فهم الذات

-الترفيه الانعزالي

-القيم الاجتماعي

-اتخاذ الفعل

-الترفيه الاجتماعي⁽¹⁾

-توظيف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في البحث.

ينطلق البحث من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، التي تقترض أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام بدرجات متفاوتة للحصول على المعلومات وإشباع حاجاتهم المعرفية وفهم الأحداث والقضايا المحيطة بهم، ويزداد هذا الاعتماد في أوقات الأزمات والظروف الاستثنائية التي ترتفع خلالها حاجة الجمهور إلى المعلومات. وتتجلى مناسبة هذه النظرية لموضوع البحث في تناولها اعتماد جمهور مدينة الزاوية على صفحات فيسبوك للحصول على المعلومات المتعلقة بأزمة الوقود، باعتبار أن الأزمة تمثل ظرفاً يؤدي إلى زيادة حاجة المواطنين لمعرفة أماكن توفر الوقود، وحركة التوزيع، وأوضاع محطات الوقود، والازدحام، وغيرها من المعلومات المرتبطة بالأزمة.

وعليه، يسعى هذا البحث إلى قياس مستوى اعتماد الجمهور على صفحات فيسبوك كمصدر للمعلومات أثناء أزمة الوقود، والكشف عن دوافع هذا الاعتماد، وطبيعة المعلومات التي يبحث عنها الجمهور، إلى جانب قياس مستوى الثقة في المعلومات المنشورة عبر هذه الصفحات، وذلك في ضوء افتراضات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي تربط بين حاجة الجمهور إلى المعلومات ومستوى اعتماده على الوسيلة الإعلامية.

الإطار المعرفي للبحث

-المبحث الأول: فيسبوك

-مفهوم فيسبوك

يُعدّ فيسبوك من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت، إذ يتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع الآخرين بصورة مجانية، ويستطيع المستخدم من خلاله إنشاء ملف شخصي يتضمن مجموعة من المعلومات والاهتمامات الشخصية، كما يتيح له تبادل الرسائل والمحتوى بصورة خاصة أو عامة، فضلاً عن إمكانية إنشاء المجموعات والانضمام إليها، بهدف التواصل مع الأصدقاء وتبادل الآراء والمعلومات فيما بينهم.⁽²⁾

-مميزات فيسبوك

يتميز موقع فيسبوك بمجموعة من الخصائص والوظائف التي تتيح للمستخدمين التواصل والتفاعل وتبادل المعلومات، ومن أبرز هذه المميزات ما يأتي:

1. الملف الشخصي: يتيح فيسبوك للمستخدم إنشاء ملف شخصي يتضمن مجموعة من المعلومات والبيانات الشخصية، بما يساهم في التعريف بالمستخدم وتسهيل عملية الوصول إليه والتواصل معه من قبل الآخرين.

(1) ريمة جلال حسين البدر: القنوات الفضائية الليبية ودورها في تشكيل الرأي العام الليبي نحو فكرة الانتخابات في ليبيا، مجلة الإعلام والفنون، العدد 25، طرابلس،

ليبيا، 2026، ص 107.

(2) سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي: مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، ط 1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن،

2020، ص 87.

2. إنشاء المجموعات: يتيح الموقع للمستخدمين إمكانية إنشاء مجموعات إلكترونية أو الانضمام إليها، بحيث يجتمع أفرادها حول موضوع أو قضية مشتركة، سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو ثقافية أو غيرها، بهدف تبادل الآراء والمعلومات ومناقشة الموضوعات ذات الاهتمام المشترك.

3. لوحة الحائط: وهي مساحة مخصصة ضمن الملف الشخصي للمستخدم، تتيح للأصدقاء نشر الرسائل والتعليقات والمحتوى، بما يسمح بالتفاعل والتواصل بين المستخدم وأصدقائه.

4. التغذية الإخبارية: تظهر التغذية الإخبارية في الصفحة الرئيسية للمستخدم، وتعرض مجموعة من المنشورات والتحديثات والتغييرات التي تطرأ على حسابات الأصدقاء والصفحات والمجموعات التي يتابعها المستخدم، مما يساعده على متابعة أحدث المحتويات والتفاعلات.

5. السوق: يُعدّ السوق من الخصائص التي تتيح للمستخدمين عرض المنتجات والسلع والخدمات من خلال إعلانات مبوبة، بما يوفر مساحة للتواصل بين البائعين والمشتريين.⁽¹⁾

-أهمية فيس بوك

تتمثل أهمية منصة فيسبوك في دورها الفاعل في تعزيز التواصل المستمر بين الأفراد، ولا سيما بين أفراد الأسرة والأصدقاء، إذ تتيح للمستخدم إمكانية نشر المحتوى والمعلومات عبر صفحته الشخصية، فضلاً عن إجراء المكالمات وإرسال الرسائل، مما يساهم في تسهيل عملية التواصل والوصول إلى الآخرين بصورة أسرع، كما تبرز أهمية فيسبوك في كونه من المنصات النشطة في مجال نشر الأخبار والمعلومات، نظراً إلى اتساع قاعدة مستخدميه وتنوع فئات المتفاعلين معه على مستوى العالم.⁽²⁾

-المبحث الثاني: الأزمات

-مفهوم الأزمات

تُعرّف الأزمات بأنها مجموعة من الحالات والظروف المتوترة والصعبة التي قد تواجه الفرد أو المجتمع أو مختلف النظم والمؤسسات، وتتطوي على مجموعة من التحديات والمواقف المعقدة التي تتطلب التعامل معها واتخاذ الإجراءات المناسبة للحد من آثارها وقد يصعب التعامل مع بعض الأزمات نتيجة تعقيدها وتشابك مسبباتها، فضلاً عن تأثيراتها السلبية المحتملة في استقرار الأفراد والمجتمعات والمؤسسات بمختلف أشكالها وهيكلها.⁽³⁾

-سمات أو مميزات الأزمات

تتميز الأزمات بمجموعة من السمات والخصائص ومن أبرز هذه السمات ما يأتي:

1. شدة التأثير السلبي: يزداد التأثير السلبي للأزمة على الكيان الإداري للمؤسسة كلما تأخرت الاستجابة لها، الأمر الذي قد يؤدي إلى تفاقم تداعياتها وصعوبة السيطرة عليها.
2. حالة عدم الاستقرار: تتسم الأزمات بوجود حالة من الاضطراب وعدم الاستقرار، وقد يصاحبها شعور بالعجز وعدم القدرة على التعامل مع الموقف بالشكل المناسب.

(1) خالد غسان المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، مان، الأردن، 2013، ص35،36.

(2) إيمان أحمد يوسف: تقنيات التكنولوجيا الحديثة (وسائل التواصل الاجتماعي والنكاء الاصطناعي)، ط1، ابن النفيس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2021، ص

172.

(3) فطيمة بونقطة: ابستمولوجية البحوث العلمية في ميدان اتصال الأزمات -دراسة تحليلية نقدية لعينة من الأبحاث بالجزائر- (2009-2020)، أطروحة دكتوراه في

علوم الاتصال غير منشورة، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2023،2024، ص198.

3. الحاجة إلى أساليب غير تقليدية للمواجهة: تتطلب الأزمات في كثير من الأحيان استخدام وسائل وأساليب غير اعتيادية في التعامل معها، وقد تستدعي الاستعانة بجهات أو قوى خارجية للمساعدة في احتواء الأزمة والحد من آثارها.

4. الارتباك والضغط على متخذي القرار: قد يتعرض متخذ القرار أثناء الأزمة لحالة من الخوف والقلق وفقدان الثقة، إلى جانب الشعور بالشك والحيرة، مما قد يؤثر في قدرته على اتخاذ القرارات المناسبة والاستجابة السريعة للموقف.

5. الحاجة إلى سرعة المواجهة واتخاذ القرار: لا يستطيع الكيان الإداري للمؤسسة تحمل تداعيات الأزمة لفترة طويلة، ولذلك تتطلب الأزمات سرعة الاستجابة واتخاذ القرارات المناسبة للحد من تفاقمها.⁽¹⁾

- دور الإعلام وقت الأزمات

يُعدّ الإعلام أحد المكونات الأساسية في استراتيجيات إدارة الأزمات ومواجهتها، لما يؤديه من دور مهم في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته ومواقفه تجاه الأزمات المختلفة. كما يمثل الإعلام وسيلة رئيسية لنقل المعلومات المتعلقة بالأزمة إلى الجمهور، بما يساهم في تعزيز الوعي بطبيعتها وتطوراتها والحد من انتشار المعلومات غير الدقيقة.

وتبرز أهمية وسائل الإعلام بصورة أكبر أثناء الأزمات، بمختلف أنواعها ومستوياتها، إذ يمكنها تناول الأزمة ومعالجتها بصورة موضوعية ومتوازنة، من خلال عرض أبعادها وأسبابها وتداعياتها، وتقديم المعلومات اللازمة حول سبل التعامل معها، ويساهم هذا الدور في مساعدة الجمهور على فهم الأزمة، وتعزيز التعاون بين مختلف الأطراف المعنية، بما يدعم جهود احتوائها والتقليل من آثارها، وصولاً إلى تجاوزها وإنهائها في أقصر وقت ممكن.⁽²⁾

تحليل وعرض النتائج

متغيرات البحث

المتغير	نوعه	مستوى القياس	المؤشر
الاعتماد على صفحات فيسبوك	تابع رئيس	رتبي	خمس درجات من عدم الاعتماد إلى الاعتماد الكبير جداً
دوافع الاعتماد	تابع وصفي	اسمي متعدد الاختيارات	السرعة، سهولة الوصول، ضعف البدائل، المعلومات الميدانية
معدل المتابعة	تابع	رتبي	نادراً، مرة يومياً، عند الحاجة، عدة مرات يومياً
الثقة في المعلومات	تابع رئيس	رتبي	عدم الثقة، متوسطة، عالية، عالية جداً
توافق المعلومات مع الواقع	مؤشر داعم	رتبي	من عدم التوافق إلى التوافق الدائم
طبيعة المعلومات المتابعة	تابع وصفي متعدد	اسمي متعدد الاختيارات	أماكن الوقود، الازدحام، الشاحنات، أسباب الأزمة

(1) محمد أحمد الطيب، مهارة إدارة الأزمات والكوارث الصعبة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، مصر، 2006، ص 39، 40.

(2) فطيمة بونقطة: ابستمولوجية البحوث العلمية في ميدان اتصال الأزمات -دراسة تحليلية نقدية لعينة من الأبحاث بالجزائر- (2009-2020)، أطروحة دكتوراه في

علوم الاتصال غير منشورة، مرجع سبق ذكره، ص 239، 243.

ترميز الاستجابات وتفسير المتوسطات الرتببة

تم استخدام ثلاثة مقاييس لتفسير المتوسطات الرتببة؛ إذ طُبِّقَ المقياس الخماسي (5 فئات) على متغيرات: توافق المعلومات مع الواقع، واعتبار فيسبوك مصدراً أولاً، ودرجة الاعتماد على صفحات فيسبوك، أما المقياس الرباعي (4 فئات) فطُبِّقَ على متغيري: معدل متابعة المعلومات المنشورة، ومستوى الثقة في المعلومات المنشورة. فيما طُبِّقَ المقياس الثلاثي (3 فئات) على متغير أهمية المعلومات الميدانية الفورية وحسب طول الفئة باستخدام المعادلة الآتية:

$$\text{طول الفئة} = (\text{أعلى قيمة في المقياس} - \text{أدنى قيمة في المقياس}) \div \text{عدد الفئات}$$

ويوضح الجدول التالي فترات التفسير لكل مقياس:

جدول () فترات المتوسطات حسب المقياس المستخدم

المقياس	عدد الفئات	طول الفئة	فترات التفسير
خماسي	5	0.80	1.80-1.00 منخفض جداً، 1.81-2.60 منخفض، 2.61-3.40 متوسط، 3.41-4.20 مرتفع، 4.21-5.00 مرتفع جداً
رباعي	4	0.75	1.75-1.00 منخفض، 1.76-2.50 متوسط، 2.51-3.25 عالٍ، 3.26-4.00 عالٍ جداً
ثلاثي	3	0.67	1.67-1.00 منخفض، 1.68-2.34 متوسط، 2.35-3.00 مرتفع

الخصائص السيكو مترية والأساليب الإحصائية

تم التحقق من الصدق الظاهري وصدق المحتوى لفترات الاستبيان من خلال ربطها المباشر بتساؤلات الدراسة وأهدافها، ومراجعتها لضمان شمولها ووضوح بدائل الاستجابة. واعتمدت الدراسة في تحقيق ثبات الأداة على اتساق الإجراءات والترميز الموحد، مع عدم حساب معامل كرونباخ ألفا أو أسلوب التجزئة النصفية، لأن كل محور رئيسي قيس بسؤال مفرد ومباشر، وليس بمقياس متعدد البنود.

ونظراً لأن البيانات اسمية ورتبية وموزعة على فئات استجابة محددة، اقتضت المعالجة على الأساليب اللابارامترية والأدوات الوصفية الملائمة. واستخدمت التكرارات والنسب المئوية، والمتوسط الرتبي والوسيط والانحراف المعياري بعد ترميز الفئات باتجاه تصاعدي، واختبار كاي تربيع لجودة المطابقة بصورة استكشافية، ومعامل ارتباط سبيرمان لفحص العلاقات بين المؤشرات. واعتُبرت النتائج ذات دلالة إحصائية عندما كان مستوى المعنوية أقل من 0.05.

عرض النتائج:

أولاً: توافق معلومات فيسبوك مع الواقع:

اعتماد جمهور مدينة الزاوية على صفحات "فيسبوك" كمصدر للمعلومات أثناء أزمة الوقود: دراسة ميدانية

جدول (2): توزيع أفراد العينة حسب تقديرهم لتوافق المعلومات المنشورة مع الواقع

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
لا تتوافق أبداً	5	1.17%
تتوافق نادراً	19	4.46%
تتوافق أحياناً	79	18.54%
تتوافق غالباً	217	50.94%
تتوافق دائماً	106	24.88%
المجموع	426	100%
المتوسط الرتبى = 3.93	الوسيط = 4	الانحراف المعياري = 0.84
اختبار كاي تربيع لجودة المطابقة	$\chi^2(4) = 336.347$	$P < 0.001$

يوضح التوزيع أن الاتجاه العام نحو توافق معلومات فيسبوك مع الواقع إيجابي؛ فقد بلغت نسبة من اختاروا «تتوافق غالباً» أو «تتوافق دائماً» 75.82% من أفراد العينة، مقابل 24.18% اختاروا التوافق أحياناً أو نادراً أو عدم التوافق. ويبلغ المتوسط الرتبى 3.93 من أصل خمس درجات، وهو ما يعكس ميلاً نحو فئة التوافق المرتفع، بينما يشير الوسيط البالغ 4 إلى أن نصف المبحوثين على الأقل جاءت استجاباتهم عند الدرجة الرابعة أو أعلى. أما الانحراف المعياري البالغ 0.84 فيدل على تشتت محدود نسبياً حول المتوسط، أي إن الإجابات تميل إلى التقارب. كما بلغت قيمة كاي تربيع $\chi^2(4) = 336.347$ مع $P < 0.001$ ، وهي نتيجة دالة إحصائياً؛ وهذا يعني أن توزيع الاستجابات يختلف بوضوح عن التوزيع المتساوي المفترض بين الفئات، مع تركّز ملحوظ في فئتي غالباً و دائماً.



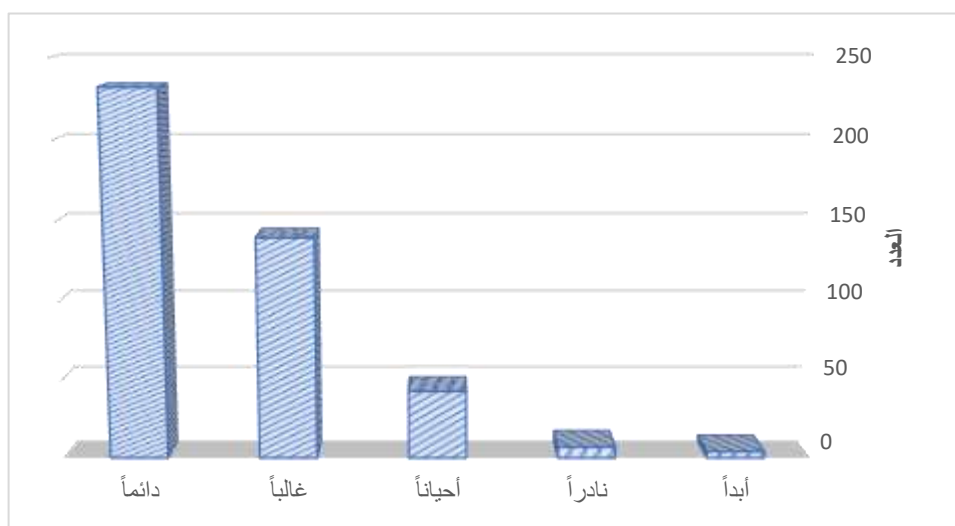
ثانياً: اعتبار فيسبوك مصدراً أولاً للمعلومات

جدول (3): توزيع أفراد العينة حسب اعتبار فيسبوك مصدراً أولاً للمعلومات

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
أبداً	4	0.94%
نادراً	7	1.64%
أحياناً	43	10.09%
غالباً	140	32.86%
دائماً	232	54.46%
المجموع	426	100%
المتوسط الرتبى = 4.415	الوسيط = 5	الانحراف المعياري = 0.740
كاي تربيع لجودة المطابقة	$\chi^2(4) = 470.4$	$P < 0.001$

اعتماد جمهور مدينة الزاوية على صفحات "فيسبوك" كمصدر للمعلومات أثناء أزمة الوقود: دراسة ميدانية

بين التوزيع أن فيسبوك يحتل موقعاً مركزياً كمصدر أول للمعلومات؛ فقد بلغت نسبة من يرونه مصدراً أولاً «غالباً» أو «دائماً» 87.32%، وهي أغلبية واسعة من أفراد العينة. ويبلغ المتوسط الرتبي 4.415 من أصل خمس درجات، مما يعكس اتجاهاً قوياً نحو اعتبار فيسبوك مصدراً أولاً. كما أن الوسيط البالغ 5 يعني أن القيمة الوسطى للاستجابات تقع عند فئة «دائماً»، في حين يشير الانحراف المعياري البالغ 0.740 إلى تقارب نسبي في الإجابات حول هذا الاتجاه. وبلغت قيمة كاي تربيع $\chi^2(4) = 470.4$ ، مع $P < 0.001$ ، بما يدل على وجود فروق دالة إحصائية بين تكرارات الفئات، وعدم توزع الإجابات بالتساوي



ثالثاً: درجة الاعتماد على صفحات فيسبوك

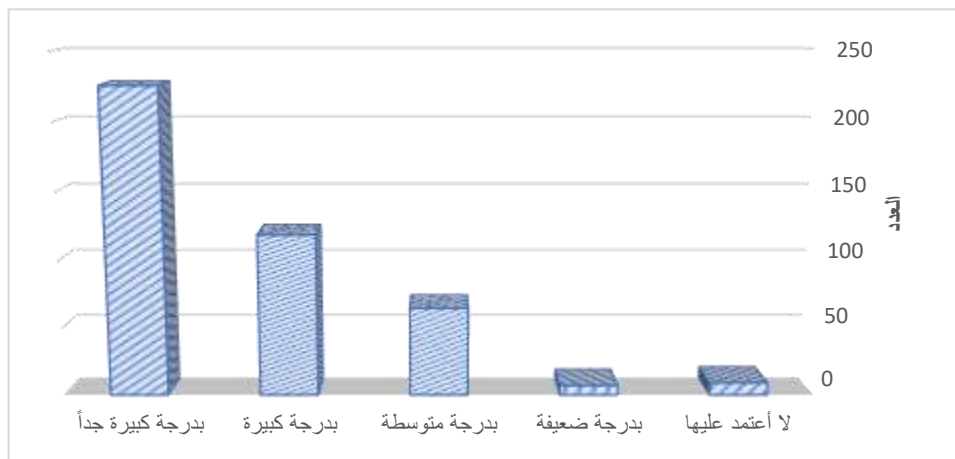
جدول (4): توزيع أفراد العينة حسب درجة الاعتماد على صفحات فيسبوك

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
لا أتعلم عليها	9	2.11%
بدرجة ضعيفة	7	1.64%
بدرجة متوسطة	65	15.26%
بدرجة كبيرة	119	27.93%
بدرجة كبيرة جداً	226	53.05%
المجموع	426	100%
المتوسط الرتبي = 4.28	الوسيط = 5	الانحراف المعياري = 0.928
اختبار كاي تربيع لجودة المطابقة	$\chi^2(4) = 390.80$	$P < 0.001$

يكشف التوزيع عن ارتفاع واضح في الاعتماد على الصفحات المحلية؛ إذ بلغت نسبة الاعتماد بدرجة كبيرة أو كبيرة جداً 80.98% من أفراد العينة، مقابل 19.01% تراوحت إجاباتهم بين الاعتماد المتوسط والضعيف أو عدم الاعتماد. ويبلغ المتوسط الرتبي 4.28 من أصل خمس درجات، بما يعكس مستوى اعتماد مرتفعاً، بينما يشير الوسيط البالغ 5 إلى أن الاستجابة الوسطى تقع عند فئة «درجة كبيرة جداً». أما الانحراف المعياري البالغ

اعتماد جمهور مدينة الزاوية على صفحات "فيسبوك" كمصدر للمعلومات أثناء أزمة الوقود: دراسة ميدانية

0.928 فيشير إلى تباين محدود إلى متوسط حول المتوسط الرتبي، مع بقاء الاتجاه العام مرتفعاً. وبلغت قيمة كاي تربيع $\chi^2(4) = 390.80$ ، مع $P < 0.001$ ، وهي دالة إحصائية، مما يؤكد أن توزيع الاعتماد يتركز في الفئات العليا ولا يتسم بالتساوي بين الفئات.



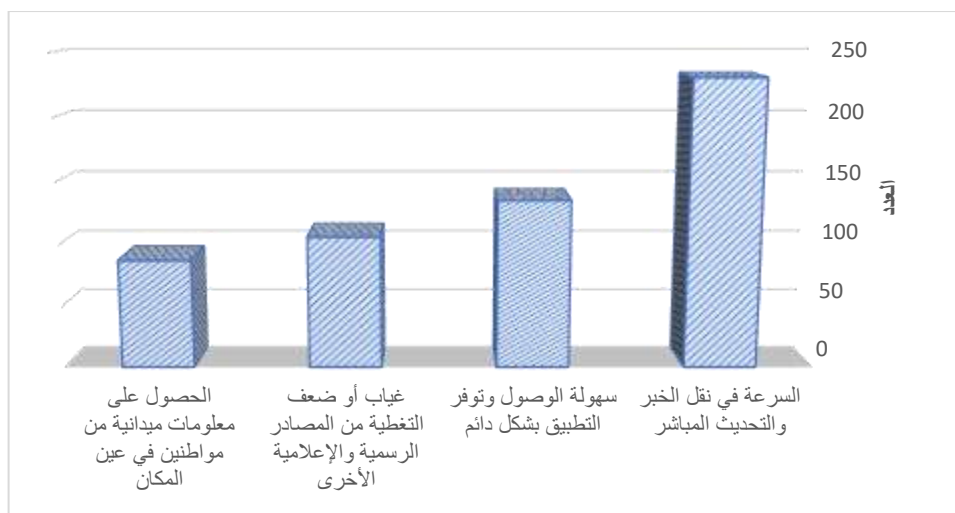
رابعاً: دوافع الاعتماد

جدول (5) توزيع دوافع اعتماد أفراد العينة على صفحات فيسبوك أثناء أزمة الوقود (إجابات متعددة)

النسبة من مجموع الاستجابات الكلي (N=559)	عدد الاستجابات (التكرار)	الدافع
41.32%	231	السرعة في نقل الخبر والتحديث المباشر
24.15%	135	سهولة الوصول وتوفر التطبيق بشكل دائم
18.96%	106	غياب أو ضعف التغطية من المصادر الرسمية والإعلامية الأخرى
15.56%	87	الحصول على معلومات ميدانية من مواطنين في عين المكان
100.00%	559	المجموع الكلي للاستجابات

تتصدر السرعة في نقل الخبر والتحديث المباشر دوافع الاعتماد، بواقع 231 استجابة تمثل 41.32% من مجموع الاستجابات البالغ 559. وتأتي سهولة الوصول وتوفر التطبيق في المرتبة الثانية بنسبة 24.15%، ثم ضعف التغطية من المصادر الأخرى بنسبة 18.96%، فالمعلومات الميدانية من المواطنين بنسبة 15.56%. ولا تتضمن هذه البيانات متوسطاً رتبياً أو وسيطاً أو انحرافاً معيارياً أو اختبار كاي تربيع، لأن السؤال متعدد الاختيارات وعُرضت نتائجه على أساس عدد الاستجابات لا على مقياس رتبي. ولا ينبغي مقارنة هذه النسب مباشرة بنسبة 54.2% الواردة في النص الأصلي، لاختلاف مقام الحساب؛ إذ يعتمد هذا الجدول على مجموع الاستجابات المتعددة. (N=559)

اعتماد جمهور مدينة الزاوية على صفحات "فيسبوك" كمصدر للمعلومات أثناء أزمة الوقود: دراسة ميدانية

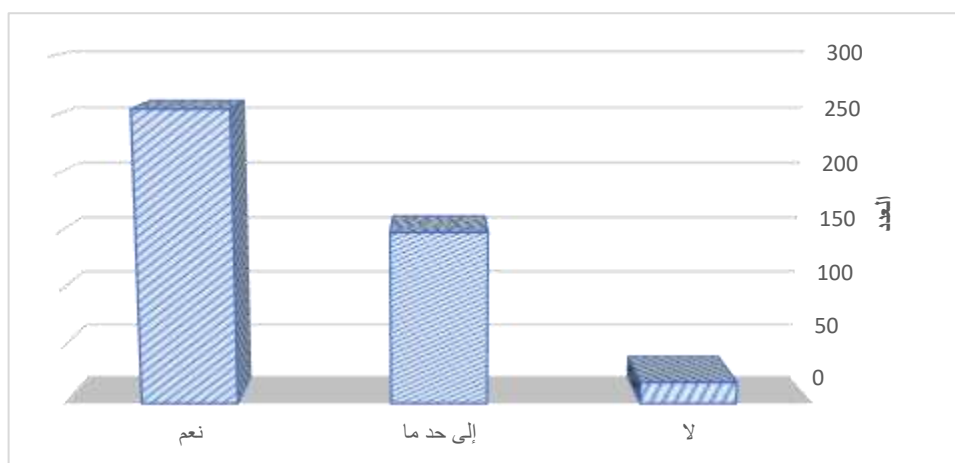


خامسا: المعلومات الميدانية الفورية

جدول (6): توزيع أفراد العينة حسب أهمية المعلومات الميدانية الفورية كسبب للاعتماد

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
لا	19	4.46%
إلى حد ما	151	35.45%
نعم	256	60.09%
المجموع	426	100%
المتوسط الرتبى = 2.556	الوسيط = 3	الانحراف المعياري = 0.580
اختبار كاي تربيع لجودة المطابقة	$\chi^2(2) = 198.634$	$P < 0.001$

تؤكد النتائج أن المعلومات الميدانية الفورية تمثل سبباً مهماً للاعتماد على الصفحات المحلية؛ فقد أجاب 60.09% من المبحوثين بـ«نعم»، بينما أجاب 35.45% بـ«إلى حد ما»، ولم يرها 4.46% سبباً للاعتماد. ويبلغ المتوسط الرتبى 2.556 من أصل ثلاث درجات، وهو قريب من الفئة الإيجابية العليا، كما أن الوسيط البالغ 3 يشير إلى أن الاستجابة الوسطى تقع عند «نعم». ويبلغ الانحراف المعياري 0.580، مما يدل على تقارب الاستجابات نسبياً. أما قيمة كاي تربيع $\chi^2(2) = 198.634$ عند $P < 0.001$ فتشير إلى دلالة إحصائية، أي إن توزيع الإجابات يختلف بوضوح عن التوزيع المتساوي، مع تركّز أكبر في الاستجابة المؤيدة.



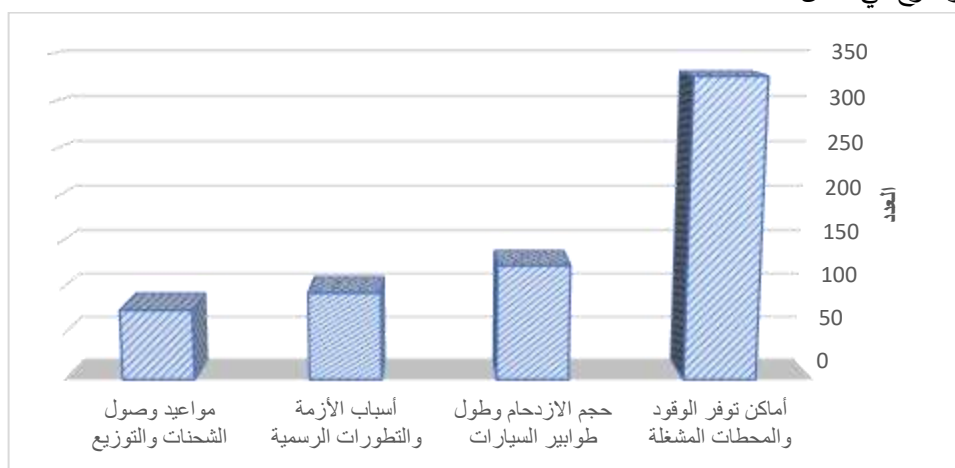
اعتماد جمهور مدينة الزاوية على صفحات "فيسبوك" كمصدر للمعلومات أثناء أزمة الوقود: دراسة ميدانية

سادسا: طبيعة المعلومات المتابعة

جدول (7): توزيع طبيعة المعلومات التي يحرص الجمهور على متابعتها عبر صفحات فيسبوك أثناء الأزمة (إجابات متعددة)

نوع المعلومات	عدد الاستجابات (التكرار)	النسبة من مجموع الاستجابات الكلي (N=626)
أماكن توفر الوقود والمحطات المشغلة	327	52.24%
حجم الازدحام وطول طوابير السيارات	126	20.13%
أسباب الأزمة والتطورات الرسمية	96	15.34%
مواعيد وصول الشحنات والتوزيع	77	12.30%
المجموع الكلي للاستجابات	626	100.00%

تأتي معلومات أماكن توفر الوقود والمحطات المشغلة في المرتبة الأولى، بواقع 327 استجابة بنسبة 52.24% من مجموع الاستجابات البالغ 626. يليها حجم الازدحام وطول الطوابير بنسبة 20.13%، ثم أسباب الأزمة والتطورات الرسمية بنسبة 15.34%، وأخيراً مواعيد وصول الشحنات والتوزيع بنسبة 12.30%. ولا تُحسب لهذا الجدول مؤشرات المتوسط الرتبي أو الوسيط أو الانحراف المعياري أو كاي تربيع، لأن السؤال متعدد الاختيارات والبيانات اسمية. وتجدر الإشارة إلى أن 52.24% محسوبة من مجموع الاستجابات، بينما تعادل 327 من أصل 426 مبحوثاً نحو 76.8% إذا كان الاختيار محسوباً على مستوى الأفراد؛ ولذلك يجب تحديد مقام النسبة بوضوح في المتن.



ثامنا: معدل المتابعة

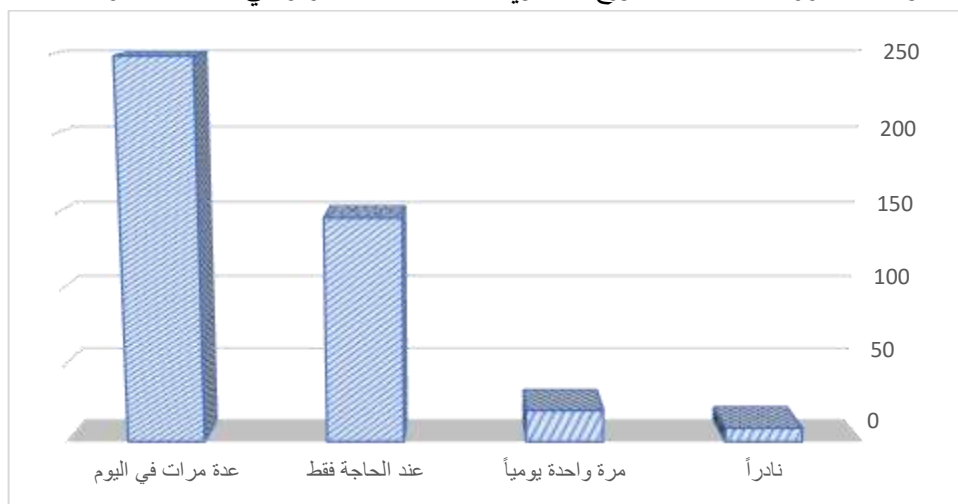
جدول (8): توزيع أفراد العينة حسب معدل متابعة المعلومات المنشورة

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
نادرًا	9	2.11%
مرة واحدة يوميًا	21	4.93%

اعتماد جمهور مدينة الزاوية على صفحات "فيسبوك" كمصدر للمعلومات أثناء أزمة الوقود: دراسة ميدانية

عند الحاجة فقط	147	34.51%
عدة مرات في اليوم	249	58.45%
المجموع	426	100%
المتوسط الرتبى = 3.493	الوسيط = 4	الانحراف المعياري = 0.690
اختبار كاي تربيع لجودة المطابقة	$\chi^2(3) = 363.972$	$P < 0.001$

يوضح التوزيع أن متابعة المعلومات سلوك متكرر؛ فقد بلغت نسبة من يتابعونها عند الحاجة أو عدة مرات في اليوم 92.96%، في حين لم تتجاوز المتابعة النادرة أو اليومية المحدودة 7.04%. ويبلغ المتوسط الرتبى 3.493 من أصل أربع درجات، مما يعكس ميلاً نحو المتابعة المرتفعة، كما أن الوسيط البالغ 4 يعني أن الاستجابة الوسطى تقع عند فئة «عدة مرات في اليوم». ويشير الانحراف المعياري البالغ 0.690 إلى تقارب نسبي في الاستجابات. وبلغت قيمة كاي تربيع $\chi^2(3) = 363.972$ ، مع $P < 0.001$ ، وهي دالة إحصائية، مما يؤكد أن تكرارات المتابعة لا تتوزع بالتساوي بين الفئات، بل تتركز في الفئات الأكثر متابعة.



تاسعا: مستوى الثقة

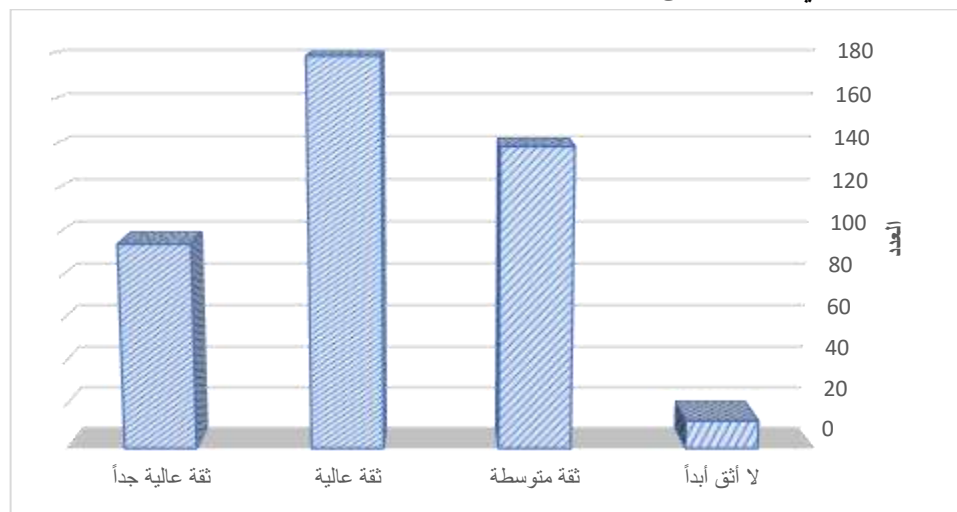
جدول (9): توزيع أفراد العينة حسب مستوى الثقة في المعلومات المنشورة

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
لا أثق أبداً	13	3.05%
ثقة متوسطة	139	32.63%
ثقة عالية	179	42.02%
ثقة عالية جداً	95	22.30%
المجموع	426	100%
المتوسط الرتبى = 2.836	الوسيط = 3	الانحراف المعياري = 0.804
اختبار كاي تربيع لجودة المطابقة	$\chi^2(3) = 142.601$	$P < 0.01$

تعكس النتائج مستوى ثقة مرتفعاً نسبياً؛ فقد بلغت الثقة العالية أو العالية جداً 64.32%، مقابل 35.68% تراوحت بين الثقة المتوسطة وعدم الثقة. ويبلغ المتوسط الرتبى 2.836 من أصل أربع درجات، وهو ما يشير إلى ميل عام نحو الثقة العالية، بينما يبلغ الوسيط 3، أي إن القيمة الوسطى للاستجابات تقع عند فئة «ثقة عالية».

اعتماد جمهور مدينة الزاوية على صفحات "فيسبوك" كمصدر للمعلومات أثناء أزمة الوقود: دراسة ميدانية

ويدل الانحراف المعياري البالغ 0.804 على تباين محدود إلى متوسط في مستويات الثقة. كما بلغت قيمة كاي تربيع $\chi^2(3) = 142.601$ ، مع $P < 0.01$ ، وهي دالة إحصائية، مما يدل على أن توزيع مستويات الثقة يختلف عن التوزيع المتساوي، مع تركّز واضح في فئتي الثقة العالية والعالية جداً. وتبرز هذه النتيجة الحاجة إلى التحقق والتوثيق المستمرين للحفاظ على الثقة.



مقترحات أفراد العينة لتطوير أداء صفحات فيسبوك المحلية

جدول (10): استجابات أفراد العينة عن السؤال المفتوح بشأن مقترحات تطوير أداء صفحات فيسبوك المحلية أثناء أزمة الوقود

النسبة	التكرار	أهم الرؤى والتوصيات الواردة من المبحوثين	تصنيف المقترح
39.4%	168	نشر صور وفيديوهات حديثة ومباشرة من داخل المحطات تُظهر حجم الازدحام وموعد الفتح الفعلي.	الشفافية والتوثيق الميداني
26.3%	112	نشر كشوفات الطلبات الرسمية المعتمدة الصادرة عن شركة البريقة للنفط والمحطات المستلمة.	التنسيق مع الجهات الرسمية
20.0%	85	توفير تحديثات منتظمة ومستمرة وتأكيد مواعيد فتح وإغلاق المحطات لتجنب الإشاعات.	التحديث الدوري والتوقيت
9.6%	41	التحري والدقة قبل النشر وعدم الاستعجال لنيل التفاعلات، ومحاربة السوق السوداء.	المحايدة ومحاربة الشائعات
4.7%	20	إجابات عامة أو عدم تقديم مقترحات محددة.	أخرى / لا توجد ملاحظات
100%	426	المجموع	

اعتماد جمهور مدينة الزاوية على صفحات "فيسبوك" كمصدر للمعلومات أثناء أزمة الوقود: دراسة ميدانية

تتصدر الشفافية والتوثيق الميداني مقترحات الجمهور بواقع 168 مقترحاً بنسبة 39.4%، تليها ضرورة التنسيق مع الجهات الرسمية بواقع 112 مقترحاً بنسبة 26.3%. ثم يأتي التحديث الدوري والتوقيت بنسبة 20.0%، فالمحايدة ومحاربة الشائعات بنسبة 9.6%، وأخيراً المقترحات الأخرى أو عدم وجود ملاحظات بنسبة 4.7%. ولا يتضمن هذا الجدول متوسطاً رتيباً أو وسيطاً أو انحرافاً معيارياً أو اختبار كاي تربيع، لأن البيانات تمثل تصنيفات نوعية لمقترحات مفتوحة جرى ترميزها في فئات. ويعكس الترتيب انتقال توقعات الجمهور من مجرد سرعة النشر إلى تقديم معلومات موثقة ومؤرخة وقابلة للتحقق.

العلاقات بين مؤشرات الدراسة

جدول (11): معاملات ارتباط سبيرمان بين مؤشرات الدراسة

المؤشر الأول	المؤشر الثاني	معامل الارتباط (p)	مستوى الدلالة
التوافق	الثقة	0.601	< 0.01
الاعتماد	الثقة	0.468	< 0.01
المصدر الأول	الاعتماد	0.454	< 0.01
التوافق	المصدر الأول	0.445	< 0.01
التوافق	الاعتماد	0.442	< 0.05
المصدر الأول	الثقة	0.429	< 0.01
الاعتماد	المتابعة	0.301	< 0.01
المتابعة	الثقة	0.288	< 0.01
الاعتماد	المعلومات الميدانية	0.283	0.011
التوافق	المتابعة	0.273	0.013
المصدر الأول	المتابعة	0.260	0.021
المعلومات الميدانية	الثقة	0.232	0.027
المعلومات الميدانية	المتابعة	0.168	0.042

يوضح الجدول أن جميع معاملات ارتباط سبيرمان جاءت موجبة، كما أن قيم الدلالة الإحصائية لجميع العلاقات كانت أقل من مستوى الدلالة المعتمد 0.05؛ إذ تراوحت بين 0.001 وأقل من 0.05. ويشير ذلك إلى وجود علاقات ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين أزواج المؤشرات المدرجة، بما يعني أن ارتفاع أحد المؤشرات يرتبط بارتفاع المؤشر الآخر.

وتعد العلاقة بين التوافق والثقة أقوى العلاقات الواردة في الجدول، إذ بلغ معامل الارتباط $p = 0.601$ ، وهو ما يشير إلى علاقة موجبة متوسطة إلى قوية؛ أي إن ارتفاع إدراك المبحوثين لتوافق المعلومات المنشورة مع الواقع يرتبط بارتفاع مستوى ثقتهم بها. وجاءت العلاقة بين الاعتماد والثقة في المرتبة الثانية ($p = 0.468$) ، تلتها العلاقة بين اعتبار فيسبوك مصدراً أولاً والاعتماد عليه ($p = 0.454$) كما ظهرت علاقات موجبة بين التوافق واعتبار فيسبوك مصدراً أولاً ($p = 0.445$) ، وبين التوافق والاعتماد ($p = 0.442$) ، وبين المصدر الأول والثقة ($p = 0.429$).

أما العلاقات المتعلقة بالمتابعة، فقد كانت موجبة ودالة، لكنها أقل قوة نسبياً؛ إذ بلغ معامل الارتباط بين الاعتماد والمتابعة $p = 0.301$ ، وبين المتابعة والثقة $p = 0.288$ ، وبين التوافق والمتابعة $p = 0.273$ ، وبين المصدر

الأول والمتابعة. $p = 0.260$ وجاءت أضعف العلاقات بين المعلومات الميدانية والمتابعة، حيث بلغ معامل الارتباط $p = 0.168$ عند مستوى دلالة $P = 0.042$ ، ومع ذلك فهي علاقة دالة إحصائياً عند مستوى 0.05 .

مناقشة النتائج:

تكشف النتائج عن اعتماد مرتفع على صفحات فيسبوك المحلية أثناء أزمة الوقود، وهو ما يتفق مع طبيعة الأزمات التي ترفع الحاجة إلى المعلومات السريعة والمتجددة. كما أن اعتبار فيسبوك مصدراً أولاً لدى 87.4% من أفراد العينة يشير إلى أن المنصة أصبحت قناة معلومات خدمية ذات حضور واضح.

وتتفق أهمية السرعة والتحديث المباشر مع خصائص وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة الأزمات، حيث يبحث الجمهور عن معلومات قابلة للاستخدام الفوري. ويعزز وجود المواطنين والسائقين داخل المحطات قيمة المعلومات الميدانية، لأن هذا النوع من المعلومات يربط المحتوى الرقمي بالواقع المحلي المباشر.

وتشير أولوية معلومات أماكن توفر الوقود والمحطات المشغلة إلى أن الجمهور يركز على المعلومات التي تساعده على التصرف، وليس على الأخبار العامة وحدها. كما أن كثافة المتابعة توضح أن الاستخدام ليس سلوكاً عابراً، بل استجابة لحاجة مستمرة إلى تحديث المعلومات.

أما الثقة العالية أو العالية جداً البالغة 64.3%، فتشير إلى قبول نسبي للمعلومات المنشورة، لكنها لا تلغي وجود تحفظات لدى بقية الباحثين. وتدعم العلاقة الموجبة بين التوافق والثقة تفسير أن اختبار المعلومات على أرض الواقع يمثل عنصراً مهماً في بناء المصداقية المدركة.

النتائج:

1. ارتفع اعتماد جمهور مدينة الزاوية على صفحات فيسبوك أثناء أزمة الوقود؛ إذ بلغت نسبة الاعتماد الكبير جداً والكبير 81.0%.
2. اعتبر 87.4% من أفراد العينة فيسبوك مصدراً دائماً أو غالباً.
3. جاءت السرعة في نقل الخبر والتحديث المباشر في مقدمة دوافع الاعتماد وفق توزيع الاستجابات في جدول الدوافع.
4. أكد 60.1% أن المعلومات الفورية من السائقين والمواطنين داخل المحطات تمثل سبباً مباشراً للاعتماد على فيسبوك.
5. تصدرت معلومات أماكن توفر الوقود والمحطات المشغلة طبيعة المعلومات المتابعة؛ وهي 52.24% من مجموع الاستجابات، وتعادل نحو 76.8% من الباحثين إذا كان الاختيار محسوباً على مستوى الأفراد.
6. بلغت نسبة المتابعة عدة مرات يومياً 58.5%، وبلغت المتابعة عند الحاجة أو عدة مرات يومياً نحو 93.0%.
7. بلغت نسبة الثقة العالية أو العالية جداً في المعلومات المنشورة 64.3%.
8. بلغت نسبة إدراك توافق المعلومات مع الواقع دائماً أو غالباً 75.8%.
9. ارتبط التوافق المدرك للواقع بالثقة والاعتماد ارتباطاً موجباً ودالاً إحصائياً.
10. اختلف توزيع الاستجابات في المؤشرات الرئيسة عن التوزيع المتساوي وفق اختبارات كاي تربيع الدالة إحصائياً.

التوصيات:

1. اعتماد آلية تدقيق واضحة قبل النشر، مع إلزامية ذكر مصدر المعلومة، تاريخها، ووقت آخر تحديث.
2. التوسع في نشر التفاصيل العملية (كالمحطات المشغلة، مواعيد الفتح، ومستويات الازدحام)، وتدعيمها بالصور أو المقاطع المرئية الحديثة كلما أمكن.
3. إقامة قنوات اتصال منتظمة ومباشرة بين القائمين على الصفحات المحلية وأصحاب محطات الوقود والجهات المسؤولة عن التوزيع.
4. التمسك على تصحيح الأخبار غير الدقيقة فوراً، وحذف التحديثات القديمة أو تمييزها بوضوح لتجنب تضليل المتابعين.
5. إنشاء حسابات وصفحات رسمية مُخصصة لإدارة الأزمات الخدمية، وتدريب مديري الصفحات على مبادئ التحقق الصحفي، أخلاقيات النشر، وإدارة الشائعات.
6. إجراء دراسات لاحقة تعتمد على عينات احتمالية ومقاييس إحصائية متعددة البنود لقياس أبعاد الاعتماد، الثقة، والدوافع بشكل أكثر شمولاً.

الخلاصة

خلص البحث إلى أن صفحات فيسبوك المحلية تؤدي دوراً معلوماتياً بارزاً لجمهور مدينة الزاوية أثناء أزمة الوقود، ويتجلى ذلك في ارتفاع اعتبارها مصدراً أولاً، وارتفاع درجة الاعتماد عليها، وكثافة المتابعة، ووجود مستوى ثقة مرتفع نسبياً في المعلومات المنشورة. وترتبط أهمية الصفحات أساساً بسرعة التحديث وتوفير المعلومات الميدانية والخدمية المتعلقة بآماكن الوقود والمحطات والازدحام. وتبين النتائج أن الجمهور يتعامل مع فيسبوك بوصفه قناة عملية لتقليل عدم اليقين واتخاذ القرار، وليس فقط باعتباره منصة للتواصل. ويظل تحسين التحقق والتحديث والتنسيق مع المصادر الرسمية شرطاً أساسياً لتعزيز الثقة وتحويل الصفحات المحلية إلى جزء أكثر فاعلية من منظومة اتصال الأزمات.

المصادر والمراجع

- 1-أسامة عبد الرحيم: القيم التربوية في صحافة الأطفال، ط2، القاهرة، 2006.
- 2-إسماعيل أحمد برغوث: اعتماد الشباب الفلسطيني على شبكات التواصل الاجتماعية وقت الأزمات، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، مصر، القاهرة، 2014.
- 3-أمة الخلق محمد حسني الأشموري: دور شبكات التواصل الاجتماعي في إمداد الجمهور بالمعلومات أوقات الأزمات، بحث منشور، مجلة البحوث الإعلامية، جامعه الأزهر، كلية الإعلام، العدد55، 2022.
- 4-إيمان أحمد يوسف: تقنيات التكنولوجيا الحديثة (وسائل التواصل الاجتماعي والذكاء الاصطناعي)، ط1، ابن النفيس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2021.
- 5-حسان أحمد قمحية، الفيسبوك تحت المجهر، ط1، دار النخبة للنشر والتوزيع، الجيزة، مصر، 2017.
- 6-خالد غسان المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، مان، الأردن، 2013.
- 7-ريمة جلال حسين البدر: القنوات الفضائية الليبية ودورها في تشكيل الرأي العام الليبي نحو فكرة الانتخابات في ليبيا، مجلة الإعلام والفنون، العدد25، طرابلس، ليبيا، 2026.
- 8-سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي: مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الاعلامية الجديدة، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2020.

- 9-عبدالله المهاجري: دور الإعلام في نشر التوعية الأسرية في المجتمع، المجلة الالكترونية الشاملة متعددة التخصصات، العدد2، 2017.
- 10-فرج عياش علي امعرف، محمد ادريس أحمد: الضوابط الأخلاقية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثناء إدارة الأزمات الفيس بوك نموذجا(دراسة ميدانية)، بحث منشور، مجلة الإعلام والفنون، العدد12، ليبيا، 2023.
- 11-فطيمة بونقطة: ابستمولوجية البحوث العلمية في ميدان اتصال الأزمات -دراسة تحليلية نقدية لعينة من الأبحاث بالجزائر-(2009-2020)، أطروحة دكتوراة في علوم الاتصال غير منشورة، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2023، 2024.
- 12-لعربي بن يحيى: دور الاتصال في إدارة الأزمات، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، 2016.
- 13-ليلي علي جمعة: اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات أزمة ارتفاع سعر صرف الدولار أنموذجا، بحث منشور، مجلة لارك، كلية الآداب جامعة واسط، المجلد47، العدد4، 2020، ص827.
- 14-محمد البكاي: محددات الثقة في الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي دراسة ميدانية عبر منصات التواصل الاجتماعي، بحث منشور، كلية الآداب، جامعة الزاوية، مجلد(26)، العدد(1)، 2026.
- 15- محمد أحمد الطيب، مهارة إدارة الأزمات والكوارث الصعبة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، مصر، 2006.