

المؤثرون عبر مواقع التواصل الاجتماعي وجائحة فيروس كورونا في الجزائر

- دراسة تحليلية على عينة من فيديوهات المؤثرين على موقع يوتيوب -

عادل خالدي (1) د. سهام بوزيدي (2)

1- مخبر الديناميات الاجتماعية في الأوراس، جامعة باتنة 1 adel.khaldi@univ-batna.dz

2- قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة 1 bouzidi.69@gmail.com

تاريخ القبول: 2022/11/27

تاريخ المراجعة: 2022/11/21

تاريخ الإيداع: 2022/06/29

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى الاقتراب من موضوع كيفية تناول المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر للمضامين المتعلقة بجائحة فيروس كورونا وذلك من خلال دراسة تحليلية لعينة من فيديوهات المؤثرين على موقع يوتيوب بالاعتماد على المنهج المسحي باستخدام أداة تحليل المضمون لجمع البيانات والمعطيات. وخلصت الدراسة إلى تركيز المؤثرين على المواضيع المتعلقة بتعامل المواطنين مع الجائحة، وسعيهم من جهة إلى الترفيه عن المتلقين ومن جهة أخرى توعيتهم وإرشادهم باستخدام الأسلوب الخطابى المباشر، حيث كان المواطن الجزائري الشخصية الفاعلة في فيديوهات المؤثرين.

الكلمات المفتاحية: مؤثرون، مواقع التواصل الاجتماعي، موقع يوتيوب، جائحة فيروس كورونا.

Social media influencers and the corona virus pandemic in Algeria Analytical study on a sample of YouTube influencers' videos

Abstract

This study aims to find out the issue of how social media influencers in Algeria deal with the content related to the Coronavirus pandemic, through an analytical study of a sample of influencer videos on YouTube, based on the survey method using the content analysis tool to collect data and data. The study concluded that influencers focus on topics related to citizens' interaction with the pandemic, also, they aim to entertain their audience, and educate and guide them using the direct rhetorical method, as the Algerian citizen was the active personality in the influencers' videos.

Keywords: Influencers, social media ,You tube ,Corona virus pandemic.

Les influenceurs des médias sociaux et la pandémie de coronavirus en Algérie Etude analytique sur un échantillon de vidéos d'influenceurs sur You Tube

Résumé

Cette étude vise à découvrir la manière dont les influenceurs des réseaux sociaux en Algérie traitent du sujet de la pandémie de coronavirus. Une étude analytique, s'appuyant sur un échantillon de vidéos d'influenceurs sur YouTube, basée sur la méthode d'enquête. L'étude a conclu que les influenceurs se concentrent sur des sujets liés à l'interaction des citoyens avec la pandémie, ils visent également à divertir leur public, à les éduquer et à les guider en utilisant le discours direct, car le citoyen algérien était la personnalité principale dans les vidéos de ces influenceurs.

Mots-clés : Influenceurs, réseaux sociaux, You tube, pandémie de coronavirus.

أدى انفتاح المجتمع الجزائري على مواقع التواصل الاجتماعي وزيادة ارتباطه بها إلى ظهور العديد من الظواهر الرقمية التي اتخذت من هذه المنصات فضاءات للنشاط، في ظل تزايد الإقبال عليها على غرار المؤثرين الذين استطاعوا تقديم محتوى ومضامين تتوافق مع اهتمامات الجماهير ما ساهم في اكتسابهم قاعدة جماهيرية كبيرة تتعدى ملايين المتابعين والمعجبين بأعمالهم وإنتاجاتهم، واعتبارا للأوضاع السياسية التي تعيشها البلاد فقد أصبح " المؤثر " تجسيدا للشخصية النضالية ورمزا لكسر جدار الخوف والخوض في المواضيع المسكوت عنها. ورغم هذا الطابع السياسي الذي ميز أعمال المؤثرين في الجزائر باعتباره توجه عام، إلا أننا نجدهم عبر قنواتهم وصفحاتهم يتناولون مختلف المواضيع الاجتماعية والدينية والرياضية والصحية بما يتوافق مع الأوضاع الراهنة للبلد، وأمام زيادة متابعيهم زادت مسؤوليتهم بتحولهم لقادة رأي رمزيين في الفضاء الافتراضي.

إشكالية الدراسة:

أدى ظهور فيروس كوفيد 19 وانتشاره في العالم إلى تغير العديد من الممارسات الاجتماعية سواء على المستوى العالمي أو الوطني، في ظل الإجراءات المفروضة من الهيئات الصحية لتجنب الإصابة بالفيروس أو زيادة انتشاره، ما استوجب فرض العديد من الإجراءات الوقائية على غرار التباعد الاجتماعي وارتداء الكمامة والحجر الصحي، وما أسفرت عنه هذه الوضعية والتي مست مختلف القطاعات الحيوية في البلد من التعليم عن بعد بالنسبة لتلاميذ المدارس وطلاب الجامعات، ناهيك عن إقرار العديد من المؤسسات العمومية والخاصة لإمكانية العمل من المنزل، وقد سخرت السلطات الرسمية جل الوسائل الإعلامية والدعائية الممكنة لتوعية المواطنين بخطر الجائحة وضرورة التقيد بإجراءات السلامة المفروضة مستفيدة من الجرائد الورقية والالكترونية إلى الإذاعة والتلفاز لتبليغ رسائلها.

المؤثرون من جانبهم وأمام الإجراءات الصارمة المفروضة على المواطنين كان لزاما عليهم تناول الموضوع كونهم من جهة متنفسا لهؤلاء بأعمالهم ذات الصبغة الكوميديّة والطريفة ومن جهة أخرى للمسؤولية المجتمعية الملقاة على عاتقهم من تنوير الرأي العام بخطر الجائحة وصعوبة النقاط عدواها، وأهمية احترام الإجراءات الصحية للحد منها خاصة وأن لهم من الشعبية والاهتمام ما يسمح لهم في التأثير في الجماهير وتغيير سلوكياتهم. وعلى ضوء ما سبق نتساءل:

كيف تناول المؤثرون الجزائريون عبر موقع التواصل الاجتماعي يوتيوبموضوع جائحة كورونا؟

وتتفرع عنه مجموعة من الأسئلة الفرعية:

1. ماهي المواضيع التي تضمنتها فيديوهات المؤثرين والتي تدور حول جائحة كورونا؟
2. ماهي الأهداف التي يسعى إليها المؤثرون من خلال أعمالهم حول جائحة كورونا؟
3. ماهي أبرز الشخصيات الفاعلة في فيديوهات المؤثرين؟
4. ماهي اللغة المستخدمة من طرف المؤثرين في تناولهم لموضوع جائحة كورونا؟
5. ماهو أسلوبالخطاب المعتمد من طرف المؤثرين في تناولهم لموضوع جائحة كورونا؟
6. ما هو قالب الفني للإخراج المعتمد من طرف المؤثرين في أعمالهم؟

أهداف الدراسة

1. تعتبر ظاهرة المؤثرين في المجتمع الجزائري حديثة وغير مدروسة بشكل كاف لذلك فالدراسة الحالية محاولة لفهم ومعرفة المؤثرين باعتبارهم قادة رأي في بيئة رقمية وكذا اكتشاف طرق تواصلهم مع جماهيرهم.
2. التعرف على أبرز المواضيع التي تطرق إليها المؤثرون في تناولهم لموضوع جائحة كورونا، وكذا التعرف على أبرز المصادر المعتمدة في رصدهم للموضوع.
3. الكشف عن الأهداف التي يسعى إليها المؤثرون من تناولهم للموضوع، وأبرز الشخصيات الفاعلة في أعمالهم والاستمالات المستخدمة لتبليغ المضامين لمتابعيهم.
4. التعرف على اللغة المستخدمة من طرف المؤثرين في فيديوهاتهم ورصد أبرز القوالب الفنية المعتمدة في تصوير أعمالهم.
5. تحديد أكثر الأماكن التي يعتمد عليها المؤثرون في تصويرهم لموضوع جائحة كورونا، ورصد أبرز الأساليب الخطابية المستخدمة من طرفهم في تناولهم لموضوع جائحة كورونا.

أهمية الدراسة:

إلى جانب حداثة موضوع المؤثرين وقلة الدراسات العربية التي تتناوله، وبالمقارنة مع الحضور الرقمي الذي يحظى به تبرز أهمية الدراسة في محاولتها تتبع كيفية استجابة المؤثرين للقضايا المصيرية، ذات النطاق الواسع على شاكلة انتشار فيروس كوفيد 19، خاصة في ظل الجدل الذي يكتنف هذه الظاهرة _ المؤثرين _ ممن يعتبرها ذات أبعاد إيجابية يمكن استغلالها لما فيه فائدة للصالح العام ومن يرفضها ويعتبرها مجرد تقليد للمجتمعات الغربية ولا تمت بصلة لمجتمعاتنا، كونها لا تحظى بالالتزام والجدية الذي تستوجبه هذه الوضعيات الوبائية، إذ ستمكننا هذه الدراسة من استقراء حضور الظاهرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتبيان مدى التزام المؤثرين وجديتهم في التعامل معها.

مفاهيم الدراسة

-المؤثرون

اهتمام الباحثين بظاهرة المؤثرين أنتج العديد من الدراسات التي حاولت توصيف وتعريف الظاهرة، ولو أن أغلب الباحثين يربطون الظاهرة بتعريف لازرسفيلدوكاتس المقدم لقادة الرأي، حيث اعتبروا أن لهم شروط تعليمية وسوسيو-ثقافية تفوق المتوسط، ما يمكنهم من التأثير على عملية اتخاذ القرار لدى الغير، وعليه فالمؤثرون ينحون في هذا الاتجاه وحسب هايدريتش Heiderich ، ومارون Maroun، فالمؤثر على مواقع التواصل الاجتماعي هو شخص يشارك في تقديم محتوى ومحادثات على منصات مختلفة من خلال إضافة قيمة مضافة إلى موضوع أو خدمة أو منتج ويدعي امتلاك معرفة أو فهم أو مهارات فيه، كما يتميز باعتباره نوع جديد من "الطرف الثالث المصدق"⁽¹⁾، والذي يعني طرف ثالث يستدل برأيه وتوصياته حول المواضيع والمنتجات والخدمات.

هذا وقد تم تعريف المؤثر بكونه "صنف من الأفراد ينشر محتويات على الإنترنت ولديهم متابعون يفوق عددهم المليون"، في حين يرى مختصون آخرون أن المؤثر هو "شخص محترم، ولديهم مجموعة كبيرة من المؤيدين الملتمزمين، كما يتم التأكيد على أنهم في كثير من الأحيان يقومون بإنشاء محتوى خاص بهم من إنشاءهم لبناء سمعتهم، وأنهم يعتبرون خبراء في مجالهم سواء الاقتصادي أو السياسي أو الديني أو الثقافي"⁽²⁾.

وفي محاولة منا لتقديم تعريف إجرائي لمفهوم المؤثر فيمكن القول إنه شخصية بارزة مجتمعا استطاعت نتيجة تمكنها الخصائص التقنية لمواقع التواصل الاجتماعي واستحضار أسلوب الخطابة في تقديم وعرض مضامينهم من جذب الآخرين لأفكارهم وآرائهم التي ينشرونها على مختلف المنصات الرقمية التي ينشطون عليها، ليصل على عدد متابعيهم إلى ملايين المتابعين، وعلى حسب اهتماماتهم يتفرون إلى مختصين في مجالهم ومفكرين ومشاهير، وفكاهيين إلا أنهم يتفوقون في أعداد متابعيهم التي تتجاوز ملايين المتابعين".

مواقع التواصل الاجتماعي

على تعدد التطبيقات التي تنطوي ضمن مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي تعددت التعاريف المقدمة لها، والتي ارتبطت بخصائص هذه المواقع أو التطبيقات والمضامين التي تختص فيها، فنجد التي تهتم بالصورة كالانستغرام والتي تهتم بالفيديوهات مثل التيك توك، والجامعة مثل الفايسبوك، وقد عرفت بكونها مواقع الكترونية لجمع المستخدمين والأصدقاء لمشاركة الأنشطة والاهتمامات بهدف تكوين صداقات واستقطاب أشخاص آخرين لديهم نفس الاهتمامات، تقدم خدمات على غرار المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات⁽³⁾.

اليوتيوب

تم إنشاء الموقع عام 2005، باعتباره موقعا شخصيا لمشاركة مجموعة من الأصدقاء بعض ملفات الفيديو، ليتم تحويله إلى موقع متاح للعموم يمكن مستخدميه من تحميل ومشاهدة الفيديوهات، والتعليق عليها، بالإضافة إلى إمكانية المطالبة بإزالة الملفات غير المرغوب فيها، كما يتيح الموقع تصنيف بعض موادها إلى قنوات تخص أنماطا محددة مثل: الكوميديا، الموسيقى، الأخبار الدولية والمحلية وغيرها⁽⁴⁾.

جائحة فيروس كورونا

هي أزمة صحية عالمية مست كل بلدان العالم، تمثلت في انتشار لفيروس يسبب الالتهاب الرئوي الحاد والمعروف باسم كورونا، إذ يؤثر المرض على الأفراد بشكل مختلف، فقد تكون أعراضه بسيطة لبعضهم خاصة الشباب والأطفال في حين قد تكون أعراضه حادة وخطيرة خاصة للكبار في السن أمام انتشاره في مختلف بقاع العالم أعلنته منظمة الصحة العالمية جائحة عالمية⁽⁵⁾.

الدراسات السابقة

1. دراسة عام 2021 للباحثين كريستال آبيدين Crystal Abidin ، وجين لي Jin Lee، توماسوباربيت Tommaso Barbeta، وي مياو Wei Miao، موسومة بـ: "المؤثرون وفيروس كورونا: قراءة في القضايا المفتاحية المتناولة في كل من أستراليا، الصين، اليابان، وكوريا الجنوبية".

قاربت هذه الدراسة موضوع دراستنا من خلال محاولتها رصد كيفية المعالجة الإعلامية لحضور المؤثرين في جائحة كورونا باعتبارهم أحد أبرز الخطابات الرقمية التي تداولت أخبار الجائحة وتفاعلت معها، من خلال دراسة المقالات الصحفية التي خصصت لموضوع المؤثرين.

هذه الدراسة المتعددة الثقافات والتي رصدت الموضوع في أربع بلدان هي أستراليا واليابان وكوريا الجنوبية والصين، تناولت المقالات الصحفية المنشورة بين يناير ومايو 2020، لفهم مدى حضور المؤثرين في الصحافة ومدى اعتماد الصحافة على المؤثرين لنقل الأخبار التي تتعلق بالجائحة، بالاعتماد على النظرية المجردة، ركزت

هذه الدراسة على تأثير الوباء على المؤثرين، وتفاعل المؤثرين مع الوباء وردود أفعالهم. لتخلص الدراسة إنكون السياقات المحلية هي المتغير الحاسم لفهم زوايا تأطير الأخبار المتعلقة بالمؤثرين في الصحافة⁽⁶⁾.

2. دراسة للباحثين عمر بن عيشوش وحسان بوسرسوب عام 2020، بعنوان: "دور شبكة الفايستوك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا كوفيد19"

هذه الدراسة الميدانية التي تم إجرائها على عينة من مستخدمى صفحة أخبار فيروس كورونا والتوعية الصحية بموقع الفايستوك، تقترب من دراستنا في محاولتها الكشف عن مدة مساهمة موقع الفايستوك والخصائص التي يتيحها في زيادة التوعية الصحية في الجزائر بشكل عام، والتوعية المتعلقة بفيروس كورونا بشكل خاص من خلال تتبع أنماط الاستخدام لدى متبعى صفحة أخبار فيروس كورونا والتوعية الصحية، بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي من تطبيق أداتي الملاحظة بالمشاركة والاستبيان الإلكتروني على عينة قصدية تكونت من 220 مبحوث.

وخلصت النتائج إلى كون الفايستوك يؤدي دورا فعالا في تعزيز التوعية الصحية السليمة وأهم مواضيعه زيادة الوعي، التواصل مع الجهات الطبية، الفحص الدوري المبكر⁽⁷⁾، وتقاطعت هذه الدراسة مع دراستنا في العديد من النقاط المحورية على غرار متغيرات البحث والحقل المعرفي الذي تنتمي إليه، إلى جانب المناهج المستخدمة فيها والتي ساعدتنا في ضبط دراستنا أكثر.

1- المرجعيات الأدبية

1-1- جائحة كورونا عبر مواقع التواصل الاجتماعي

في بدايات شهر جانفي 2020 بدأت التقارير الإعلامية تتناول فيروس جديد قادم من محافظة ووهان بالصين، ليتم تعريف أعراضه الأولية وتسميته بفيروس كوفيد 19، من قبل منظمة الصحة العالمية، لتشهد الأسابيع اللاحقة انتشار مطرد للعدوى في آسيا، ليتابع العالم مختلف التدابير التي أقرتها الصين والدول الآسيوية للحد من الفيروس الذي بدأ الانتشار في جميع بقاع العالم، ليتم اعتباره في 11 مارس جائحة تصيب العالم أجمع⁽⁸⁾، والتي كانت لها تداعياتها على مختلف الأنظمة السياسية دون استثناء، حيث استدعت تدخلا استعجاليا ومواجهة سريعة للعدوى ما فرض بعث سبل تواصلية فعالة مع المواطنين لضمان سلامتهم والحد من تفشي المرض حيث كانت لكل بلد مقاربتة للموضوع⁽⁹⁾.

في الجزائر تم اكتشاف أول إصابة في فيفري 2020، لرعية إيطالي، لتزداد عدد الحالات المصابة في الأشهر التي تلت تشخيص الرعية، لتبلغ عدد الإصابات في نوفمبر 2020، أزيد من 666 ألف إصابة، احتلت العاصمة الصدارة فيها تلتها ولاية وهران والبلدية، ما جعل السلطة تقر العديد من الإجراءات التي من شأنها وضع حد للتفشي السريع للمرض على غرار إقرار الحجر الجزئي المنزلي، وتعليق نشاط النقل الحضري للأشخاص العمومي والخاص بين الولايات وأيام العطل، إلى جانب غلق الأسواق الكبرى، وكذا حظر مختلف المناسبات والأفراح الجماعية من زواج وختان وغيرها، ناهيك عن اجبارية ارتداء الكمامة في الإدارات العمومية وضبط إجراءات للتباعد الاجتماعي بين الأفراد⁽¹⁰⁾، كل هذه الإجراءات وغيرها كان الهدف منها من جهة تقليل الإصابات كما سبق الذكر ومن جهة أخرى توعية المواطنين بجدية وخطورة هذا الوضع الصحي الذي تجابهه البلاد والعالم ككل. هذا وقد خصصت الجزائر مختلف الوسائل الإعلامية والدعائية لتوعية المواطنين بالوضع الوبائية التي يعيشها البلد، من استغلال المنابر الإعلامية في مقدمتها مختلف القنوات التلفزيونية العمومية والخاصة

إلى جانب الإذاعات الوطنية وإشراك جمعيات المجتمع المدني، هذا إلى جانب النشاط الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي هذه الأخيرة التي أصبحت جزءا لا يتجزأ من حياة المواطن الجزائري وأحد أبرز مصادر المعلومة لديه، يتأثر بأخبارها ويتفاعل مع مضامينها، رغم أنها كثيرا ما كانت تنشر مضامين مغلطة أو غير صحيحة، تصيب له ضغوطا نفسية إلى جانب الاحتراقات الاجتماعية المفروضة، إذ في دراسة للباحثة بلبليدية فتيحة نور الهدى حول أثر المعلومة المغلوطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية للمستخدمين خلال جائحة كورونا، توصلت الباحثة إلى كون أغلبية عينتها المدروسة تحرص على متابعة إحصائيات المرض والحالة الوبائية من خلال مواقع التواصل في مقدمتها موقع فايسبوك، حيث اتضح أن هذا التتبع المفرط لأخبار الوباء ساهم في خلق حالة من الذعر بصفة تلقائية، كما توصلت إلى أن انتشار الأخبار المغلوطة حول الوباء كان نتيجة غياب المعلومة الرسمية من طرف السلطات المعنية وكذا ضعف تناول الوسائل التقليدية للظاهرة وغياب الموثوقية فيها⁽¹¹⁾.

رغم ذلك فلا يمكن حصر الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي في شقه السلبي فقط، إذ عمدت العديد من الهيئات الصحية والأطباء عبر صفحاتهم الرسمية إلى تبني استراتيجيات إعلامية لتوعية المواطنين منطلقا الاستفادة من خصائص مواقع التواصل، بالسهر على تقديم ثقافة سطحية سليمة بعيدة عن التهويل والتضليل حول الفيروس وسبل الوقاية منه والحد من انتشاره، آخذين على عاتقهم مسؤولية تغيير السلوكيات المجتمعية والرقمية بالوعي الاجتماعي تجاه الفيروس⁽¹²⁾، هذا التتبع الشعبي الكبير لأخبار الوباء على المنصات الرقمية فرضته الإجراءات التي أقرتها السلطات في البلد، على الحجر المنزلي لتصبح هذه المواقع منبرا حاسما في تداول المعلومات الصحية.

وأمام الاهتمام العالمي والوطني بأخبار الجائحة سواء على مستوى الخطاب الرسمي أو الإعلامي، أصبح موضوع الفيروس مادة جماهيرية ذات أولوية في التناول، هذا ما ساق بالعديد من المؤثرين إلى إنتاج العديد من الأعمال التي تعالج الموضوع سواء لأهداف ربحية باعتبار الأعداد الكبيرة من المشاهدات التي ستتحصل عليها أعمالهم أو من منطلق المسؤولية الاجتماعية المفروضة على المؤثر باعتباره شخصية معروفة بل وقائد رأي له تأثيره في الأوساط الشعبية، بتوجيههم لتبني السلوكيات الصحية ومساعدتهم على تجاوز هذا الوضع الصحي المستجد بما يساهم في ترك بصمتهم الرقمية في محاربة الفيروس.

1-2- المؤثرون وفيروس كوفيد 19

أدى ظهور مواقع التواصل الاجتماعي بالخصوص موقع يوتيوب إلى تغير المشهد الإعلامي، بظهور ظواهر رقمية أصبحت تجذب شريحة معتبرة من المتابعين والمشاهدين من أبرزها مفهوم " مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي"، حيث تمكنوا من خلق حيز لهم في الفضاء الرقمي نتيجة لقدرتهم على التأثير في الكثير من القضايا، بل أبعد من ذلك أسسوا لصناعة افتراضية قوامها الإشهار والتسويق لمختلف المنتجات عبر أعمالهم، وجنى أرباح من إعلاناتهم.

وفي محاولة لتعريف الظاهرة فقد جذب المؤثرون اهتمام العديد من الباحثين سواء ما تعلق بالمختصين في الجانب التسويقي والإشهار أو الجانب النفسي وحتى السوسيولوجي فتعددت التعاريف المتناولة للظاهرة حسب زاوية معالجتها. إعلاميا فقد تم ربط المؤثرين بصناعة المحتوى، وهي "عملية توليد أفكار موضوعات تناسب جمهور معين، ثم تعرض هذه الأفكار في قالب محتوى سواء كان مرئيا أو مكتوبا، حيث يمكن للجمهور تلقفه عن

طريق صفحة الويب أو فيديو وغيرها من الصور" (13)، لنتناول التعاريف مفهوم المؤثر بحد ذاته باعتباره الشخص الذي يقوم بإنشاء ومشاركة منشورات وتنزيلات على مواقع التواصل الاجتماعي حول مختلف القضايا، وذلك بصفة مستقلة عن أعداد معجبيه، ويتم في الغالب تصنيفهم وفق أعداد معجبيهم ومتابعيهم وكذا أرقام مشاهدة فيديوهاتهم (14)، وعليه فالمؤثر شخصية ذات نشاط رقمي على مواقع التواصل الاجتماعي تملك حضور لدى متابعيها باعتبارها أحد قادة الرأي الرمزيين في المجتمع ما يجعلهم مهتمين بأرائهم واتباع نصائحهم.

وقد هيأت الجائحة الظروف للمؤثرين للنشاط أكثر خاصة وأن العديد منهم ينشط من منزله، وفي محاولة لزيادة نسب مشاهداتهم عمد عدد قليل من المؤثرين في العالم إلى انتهاك القواعد التي تهدف إلى احتواء فيروس كورونا علنا، وبل وشجعوا متابعيهم على فعل ذلك أيضا معبرين عبر صفحاتهم وقنواتهم رفضهم لهذه الإجراءات الصارمة معتبرين إياها غير مبررة وتعدي على حقوقهم الشخصية (15)، في حين العديد منهم أصبح جزءا مهما من استراتيجيات الدول لمجابهة الوباء من خلال استغلال شهرتهم وشعبيتهم لتعزيز إرشادات الحماية على غرار طلب الهيئات الصحية الإسبانية من المؤثرين مساعدتها في رفع وزيادة وعي المواطنين بتدابير السلامة خاصة لدى فئة المراهقين التي لا تتابع وسائل الاعلام التقليدية، وبالمثل فعلت الفدرالية الدولية للصليب الأحمر والهلال الأحمر بتوقيعهم اتفاقية مع عدد من المؤثرين في ماي 2020 لمكافحة المعلومات المضللة حول فيروس كورونا في العالم (16).

الجزائر هي الأخرى فيروس كوفيد 19، كان أحد أبرز مواضيع المؤثرين الذين تناولوا في أعمالهم الوضع الصحي والاجتماعي الجديد وتعامل الجزائري معه، لنتقارب عناوين أعمالهم بين كورونا، فيروس كورونا في الجزائر، الحجر الصحي، ففي حين اتسم عدد منهم بالجدية في تناولهم للموضوع، نجد عدد منهم حافظ على القوالب الكوميديّة والطرفة في أعمالهم رغم جدية الوضع متخذين منها سبيلا لتقديم إرشاداتهم وحث متابعيهم على التقيد بإجراءات التباعد الصحي وليس الكمامة للحد من انتشار العدوى.

2- الإجراءات المنهجية للدراسة

2-1- منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي والذي يدخل ضمن حقل الدراسات الوصفية التحليلية، والذي يعرف بكونه "تجميع منظم للبيانات المتعلقة بمؤسسات إدارية أو علمية أو ثقافية أو اجتماعية وأنشطتها المختلفة، وكذلك عملياتها وإجراءاتها وموظفيها وخدماتها المختلفة وذلك خلال فترة زمنية معينة ومحددة، إذ تبرز الوظيفة الأساسية للدراسات المسحية في جمع المعلومات التي فيما بعد تحليلها وتفسيرها ومن ثم الخروج باستنتاجات منها" (17). من جهته يرى الباحث محمد عبد الحميد، أن مجال توظيف المنهج المسحي يرتبط أكثر بالمفردات البشرية بالتحديد دون سواها، معتبرا إياه أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم (18).

وفق هذا الطرح يعتبر المنهج المسحي الأنسب لدراسة مضامين فيديوهات وتنزيلات المؤثرين على موقع اليوتيوب، وهو ما تم في هذه الدراسة من خلال إجراء مسح لقنوات المؤثرين على الموقع والمكونة لمجتمع البحث، بهدف تحليل موادها ومضامينها والمرتبطة بموضوع جائحة كورونا.

2-2- أدوات جمع البيانات

اعتمدت الدراسة على استمارة تحليل المضمون لجمع البيانات المتعلقة بدراستنا، ويعرف سمير محمد حسين تحليل المضمون بكونه "أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يشخصها الباحثون في مجالات بحثية متنوعة وعلى الأخص في علم الإعلام، لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث أو فروضه الأساسية طبقاً للمقتضيات البحثية التي يحددها الباحث (19).

واعتباراً لما سبق تعد أداة استمارة تحليل المضمون الأنسب لدراستنا كونها تتدرج ضمن البحوث المسحية، إلى جانب شيوع استخدامها ما تعلق الأمر بتحليل المضامين الإعلامية. ومن أجل تطبيق أداة تحليل المضمون فقد تم بنائها عبر الخطوات التالية:

وحدات وفئات التحليل: استخدمنا وحدات وفئات التحليل التالية:

وحدة التحليل: اعتمدنا في تحليل مضمون فيديوهات المؤثرين على وحدة الفكرة، كونها تعطي أكثر دلالة لاتجاه المضمون، وعن طريقها يمكن فهم المعاني المتضمنة (20).

فئات التحليل: تساعد الفئات الباحث في تصنيف الإجابات التي يبحث عنها وتنظيمها بما يتوافق مع تساؤلات الباحث وأهدافه من الدراسة، وتنقسم إلى فئات الشكل وفئات المضمون.

• **فئات المضمون (ماذا قيل؟)**

فئة الموضوع: وتتدرج تحته الفئات الفرعية التالية: تعريف فيروس كوفيد 19 - الإجراءات الوقائية للحد من الجائحة - تعامل المواطنين مع الجائحة - علاج فيروس كوفيد 19 - تعامل السلطات مع الجائحة.

فئة المصدر: وتتدرج تحته الفئات الفرعية التالية: علمية - القنوات الفضائية - فيديوهات سوشل ميديا - تصريحات رسمية - مصادر ذاتية.

فئة الاستمالات الإقناعية: وتتدرج تحته الفئات الفرعية التالية: عقلية - عاطفية - تخوفية

فئة الأهداف: وتتدرج تحته الفئات الفرعية التالية: التوعية والإرشاد - انتقاد تغطية القنوات الخاصة للموضوع - دحض الخرافات حول فيروس كورونا - التسلية والترفيه.

فئة الشخصيات الفاعلة: وتتدرج تحته الفئات الفرعية التالية: المواطن البسيط - الأطباء - المرضى المصابون بالفيروس - شخصيات رسمية

• **فئات الشكل (كيف قيل؟):**

فئة اللغة المستخدمة: وتتدرج تحته الفئات الفرعية التالية: العربية - الدارجة - أجنبية

فئة أسلوب الخطاب المستخدم: وتتدرج تحته الفئات الفرعية التالية: حوارية - خطاب مباشر - سردي

فئة الحيز المكاني المعتمد: وتتدرج تحته الفئات الفرعية التالية: داخلي (أستوديو/ المنزل) - خارجي (شارع/ مقهى/ غابة)

فئة القالب الفني للإخراج: وتتدرج تحته الفئات الفرعية التالية: تمثيل - غنائي - الاعتماد على الصور ومقاطع الفيديو.

2-3- مجتمع وعينة الدراسة

• مجتمع الدراسة

يعرف بكونه المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يبتغي الباحث دراسته ويتم تعميم النتائج على كل مفرداته، ونتيجة لضخامة تعداده يتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه لجمع البيانات، والذي يعتبر عادة جزءا ممثلا للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها، وتختار منه عينة البحث (21). أما مجتمع البحث الكلي لدراستنا التي تعالج موضوع المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي وجائحة كورونا في الجزائر فتمثل في قنوات المؤثرين الجزائريين على موقع يوتيوب.

• عينة الدراسة

تم الاعتماد في دراستنا على العينة القصدية وهي التي يختار الباحث مفرداتها بطريقة عمدية طبقا لما يراه من سمات أو خصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث (22)، نظرا لصعوبة التحديد الشامل لكل المؤثرين على اختلاف اهتماماتهم ومضامين تدويناتهم في المجتمع الكلي، قمنا بطريقة قصدية باختيار ستة تدوينات لأجل التحليل الكمي والكيفي خاصة بخمسة مؤثرين جزائريين قاموا بتنزيلها على قنواتهم بموقع يوتيوب. وقد خضع اختيارنا لعينة دراستنا لعدة معايير نذكر منها:

1. ارتباط التدوينات بشكل مباشر بموضوع دراستنا، حيث ركزت كل رسائلها ومضامينها على موضوع جائحة كورونا.
2. المتابعة والتفاعل الكبيرين اللذين يحوزهما المؤثر في قناته على يوتيوب، إذ يزيد عدد متابعيه عن المليون ونصف متابع.
3. عدد المشاهدات الكبيرة التي تحصل عليها الفيديو، ناهيك عن التنوع في المضامين المتعلقة بجائحة كورونا. والجدول التالي يوضح عينة الدراسة:

جدول رقم (01): يمثل تدوينات المؤثرين التي تتناول موضوع جائحة كورونا في الجزائر على موقع يوتيوب

عدد المشاهدات	تاريخ النشر	عنوان الفيديو	المؤثر وعدد متابعيه
4.616.517	11 أبريل 2020	فيروس كورونا في الجزائر	Youcef zarouta (1.71 M)
910.817	06 ماي 2020	Corona	RaoufBelkacemi (793 K)
2.030.933	20 مارس 2020	Corona	Mourad Oudia (2.04 M)
1.638.750	01 ماي 2020	CONFINEMENT	
239.635	05 ماي 2020	version Rap DZ فيروس كورونا	Zaki RB (1.13 M)
880.922	21 أبريل 2020	CLIP OFFICIAL الحجر الصحي	REDX (1.21 M)

المصدر: من إعداد الباحثين

3- عرض ومناقشة بيانات الدراسة التحليلية

بعد تطبيق أداة تحليل المضمون على عينة الدراسة من فيديوهات المؤثرين التي تتناول موضوع جائحة كورونا في الجزائر وبعد تفريغ البيانات بينت الدراسة التالي:

3-1- فئات المضمون (ماذا قيل؟):

جدول رقم (02): يمثل فئة المواضيع التي تضمنتها فيديوهات المؤثرين والتي تدور حول جائحة كورونا

النسبة 6	التكرار	المواضيع التي تضمنتها الفيديوهات
6 9.67	06	تعريف فيروس كوفيد 19
6 29.03	18	الإجراءات الوقائية للحد من الجائحة
6 41.93	26	تعامل المواطنين مع الجائحة
6 11.29	07	علاج فيروس كوفيد 19
6 8.06	05	تعامل السلطات مع الجائحة
100	62	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أن المؤثرين ركزوا في فيديوهاتهم التي تتناول جائحة كورونا على موضوع تعامل الجزائريين مع الفيروس بنسبة 41.93 %، يليه استعراض الإجراءات الوقائية للحد من الجائحة وذلك بنسبة 29.03 %، وبنسبة أقل موضوع علاج فيروس كوفيد 19 بنسبة 11.29 %، فتقديم تعريف للفيروس وأخيرا طريقة تعامل السلطات مع الجائحة.

جذب تعامل المواطنين مع الجائحة في بداياتها اهتمام المؤثرين، خاصة في ظل انتشار فيديوهات لجزائريين يكذبون وجود الفيروس معتبرين الموضوع مؤامرة من القوى الكبرى ضد البلد، ناهيك عن التهكم على المتقيدين بإجراءات الوقاية من لبس الكمامة، حيث ساهم الوضع العام في انتشار الشائعات وسهل ذلك تحول مواقع التواصل لمصدر رئيسي للحصول على المعلومات، ويتوافق هذا الطرح مع النتائج التي توصلت إليها الباحثة بلبليلية، في معالجتها لموضوع أثر المعلومة المغلوطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية خلال جائحة كورونا، منكون أحد أسباب انتشار الأخبار المغلوطة الاستثمار في الجائحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال فبركة الأخبار لزيادة نسبة المشاهدات والتعليقات على حساب صحة المتلقي، والذي زاد من حدة الهلع والاضطراب لدى المواطنين⁽²³⁾. هذا ولم يغفل المؤثرون تقديم إرشادات ونصائح فيم يخص الإجراءات الوقائية للحد من الفيروس على غرار غسل الأيدي، ولبس الكمامة والالتزام بالتباعد الاجتماعي، ناهيك عن تناول موضوع علاج فيروس كوفيد 19 وتحذير المواطنين من المحتالين الذين يريدون استغلال ضعفهم بتقديم علاجات وهمية، ما ينم عن وعي منهم وبمسؤوليتهم المجتمعية إبان هذه الوضعية الوبائية.

جدول رقم (03): يمثل فئة المصادر التي اعتمد عليها المؤثرون في رصد موضوع جائحة كورونا

النسبة 6	التكرار	المصادر التي اعتمدها المؤثرون
6 12.32	09	القنوات الفضائية
6 49.31	36	فيديوهات سوشل ميديا
6 1.36	01	تصريحات رسمية
6 32.87	24	مصادر ذاتية
6 4.10	03	مصادر علمية
100	73	المجموع

يكشف الجدول أن المؤثرين يعتمدون على فيديوهات السوشل ميديا كمصادر لمعلوماتهم وأطروحاتهم حول موضوع جائحة كورونا وذلك بنسبة 49.31 %، تليها المصادر الذاتية من آراء وأفكار خاصة بالمؤثرين بنسبة

32.87%، القنوات الفضائية يتم الاعتماد عليها بنسبة 12.32%، في حين نجد أن المصادر العلمية في المراتب الأخيرة بنسبة 4.10%، إلى جانب التصريحات الرسمية بنسبة 1.36%.

إذ أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أحد أبرز مصادر المعلومة للمؤثرين، خاصة في ظل إمكانية نشر الأفراد لمقاطع فيديو لهم وليومياتهم أثناء الجائحة في مواقع التواصل مثل التيك توك، وموقع الانستغرام وغيرها والتي تحولت إلى مادة يعتمد عليها المؤثرون، لتناول الموضوع والتعقيب عليه بأرائهم وأفكارهم _ المصادر الذاتية، فيم يبرز قلة الاعتماد على المصادر العلمية من الإحصائيات والمقالات العلمية وحتى آراء الأطباء والمختصين، حيث تم الاعتماد على ممثل وزارة الصحة الذي يمكن اعتبار تصريحه رسميا أكثر منه طبيا حول عدد الإصابات في الجزائر.

جدول رقم (04): يمثل فئة الاستمالات الاقناعية التي اعتمد عليها المؤثرون

الاستمالات الاقناعية	التكرار	النسبة 6
استمالات عقلية	08	17.02
استمالات عاطفية	28	59.57
استمالات تخويفية	11	23.40
المجموع	47	100

تبين نتائج الجدول فيم يخص الاستمالات التي اعتمد عليها المؤثرون في تناول موضوع جائحة كورونا أن الاستمالات العاطفية حلت في المرتبة الأولى بنسبة 59.57%، تليها الاستمالات التخويفية بنسبة 23.40%، وأخيرا الاستمالات العقلية بنسبة 17.02%.

يعود اعتماد المؤثرين على الاستمالات العاطفية من الايماءات بالجسد والسخرية وكذا التهكم من تعامل الجزائريين مع الفيروس وكذا استجداءهم للبقاء في البيت نتيجة غياب خلفية طبية وعلمية لديهم ليقدموا قرائن علمية للمتلقي حول الوضع، وهو ما يفسر اعتمادهم على الاستمالات التخويفية في المستوى الثاني من خلال تقديم أعداد الوفيات الكبيرة، والتذكير بالإجراءات القانونية المنجزة عن مخالفة إجراءات الوقاية، عكس دراسة للباحثة أسماء قرشوش، عالجت فيها موضوع دور صفحات الموقع الاجتماعي "فايسبوك" الصحية في التوعية من مخاطر جائحة فيروس كورونا المستجد (كوفيد 19)، من خلال تحليل صفحة " أطباء بلا حدود" توصلت إلى كون الاستمالات العقلية والمعرفية هي الاستمالات الغالبة في منشورات الصفحة بنسبة 100%، وهذه محصلة طبيعية نتيجة الخلفية العلمية والطبية للقائمين على الصفحة⁽²⁴⁾.

جدول رقم (05): يمثل فئة الأهداف التي يسعى إليها المؤثرون

الأهداف	التكرار	النسبة 6
التوعية والارشاد	25	30.12
انتقاد تغطية القنوات الفضائية للموضوع	04	4.81
دحض الخرافات حول فيروس كورونا	19	22.89
التسلية والترفيه	35	42.16
المجموع	83	100

أظهرت نتائج الجدول سعي المؤثرين إلى إضفاء طابع التسلية والترفيه على فيديوهاتهم بنسبة 42.16%، وكذا توعية وإرشاد المواطنين بما يخص الجائحة بنسبة 30.12%، كما استهدف المؤثرون دحض الخرافات حول فيروس كورونا بنسبة 22.89%، وانتقاد تغطية القنوات الفضائية لموضوع الجائحة بنسبة 4.81%.

أمام الظروف المستجدة التي أفرزتها الجائحة، والتي غيرت طبيعة التفاعل اجتماعيا على غرار إيقاف المصافحة باليدين كأبسط مثال، إلى التزام الحجر المنزلي ومشقته، سعى المؤثرون لتقديم مضامين جديّة لكن بروح الدعابة والطرافة، وهو الذي أكد عليه عدد منهم في فيديوهاتهم من كونهم واعون بخطورة الوضع، وأنهم يسعون للتسلية والترفيه عن المرضى وعن الأطباء المكافحين ضد المرض، ليسعوا في المستوى الثاني إلى توعية وإرشاد المواطنين بماهية المرض وكيفية الحد من انتشاره. المؤثرون لم يغفلوا الشائعات المنتشرة حول الفيروس من كونه مؤامرة عالمية وسبل العلاج منه بتقديم علاجات كاذبة للمواطن بتناولها من خلال دحضها وتكذيبها منتقدين القنوات الفضائية الجزائرية التي قامت بتقديم هؤلاء المحتالين للمواطن الجزائري باعتبارهم نوابغ جزائرية تمكنت من الوصول لعلاج الفيروس قبل غيرهم منتهكين بذلك أخلاقيات وآداب مهنة الصحافة.

جدول رقم (05): يمثل فئة الشخصيات الفاعلة في فيديوهات المؤثرين

النسبة 6	التكرار	الشخصيات الفاعلة
6 78.94	45	المواطن
6 14.03	08	المرضى
6 3.50	02	الأطباء
6 3.50	02	الشخصيات الرسمية
100	57	المجموع

المواطن الجزائري كانت الشخصية الفاعلة في فيديوهات المؤثرين حول جائحة كورونا بنسبة 78.94%، يليها المرضى المصابون بالفيروس بنسبة 14.03%، وأخيرا الأطباء والشخصيات الرسمية بنسبة 3.50%.

حسب ما كشفته النتائج من كون تعامل المواطنين مع الجائحة هو الموضوع الرئيسي في فيديوهات المؤثرين، برز تركيز هؤلاء المؤثرين في إيصال رسالتهم إلى المواطن الجزائري وتوعيته من خطر الفيروس وإرشاده في ظل التجاوزات التي يقوم بها وعدم احترامه لإجراءات الوقاية من الفيروس كارتداء الكمامة واحترام مسافة التباعد الاجتماعي، أو التزام الحجر المنزلي، في المستوى الثاني اهتم المؤثرون بالمرضى سواء في الإطار العام من تسليتهم والترفيه عنهم أو باتخاذهم كعناصر في فيديوهاتهم لتبيان عواقب الإصابة بالفيروس، يليهم الأطباء والشخصيات الرسمية على غرار مدير اتصالات الجزائر الذي تم انتقاده بسبب ضعف شبكة الأنترنت في الجزائر في فترة الجائحة رغم أن التبحر في الأنترنت كان ملجأ للعديد من المواطنين في فترات الحجر المنزلي.

3-2- فئات الشكل (كيف قيل؟):

جدول رقم (06): يمثل اللغة المستخدمة من طرف المؤثرين

النسبة 6	التكرار	اللغة المستخدمة
6 6.45	04	العربية الفصحى
6 77.41	48	الدرجة
6 16.12	10	اللغة الأجنبية
100	62	المجموع

تبرز اللغة الدارجة العامية كأكثر لغة مستخدمة من طرف المؤثرين بنسبة 77.41%، تليها اللغة الأجنبية بنسبة 16.12%، أما اللغة العربية الفصحى فتم الاعتماد عليها بنسبة 6.45%.

إذ يعتمد أغلب المؤثرون على اللغة العربية الدارجة أو العامية، لسهولة فهم وإيصال المعاني بها، ما يعبر عن رغبة في تمكين جمهور المتلقين من استيعاب الرسائل المقدمة إليهم، عكس الفصحى التي تحتاج على الأقل مستوى تعليمي لفهمها، هذا ولا يحاول المؤثرون تقديم لهجة عامية معيارية بل يقدمون مضامينهم باللهجة التي تعبر وترتبط بالمنطقة التي يسكنونها من البلد، فنجد رؤوف بلقاسمي لهجته عاصمية، ومراد عودية لهجته وهرانية، ما أضفى تنوع في الخطاب وتقديمه، أما اللغة الأجنبية فقد حضرت في جمل وكلمات متداولة عند الجماهير، لكن الملاحظ أنها جمل في مجملها غير أخلاقية تتطوي على السب والشتم وإيحاءات جنسية في كثير من الأحيان حيث كان بإمكان المؤثرين الاستغناء عن استخدامها احتراماً للمتلقى.

جدول رقم (07): يمثل الأسلوب المستخدم من طرف المؤثرين

النسبة 6	التكرار	الأسلوب المستخدم
6 24.52	13	أسلوب حوارى
6 71.69	38	خطاب مباشر
6 3.77	02	خطاب سردي
100	53	المجموع

تبين نتائج الجدول أن المؤثرين يعتمدون في خطابهم على الأسلوب المباشر بنسبة 71.69%، يليها الأسلوب الحوارى بنسبة 24.52%، فالأسلوب السردى بنسبة 3.77%.

يبرز لنا تنوع المؤثرين في أساليب تقديمهم المضامين للمتلقين، في حين يطغى الأسلوب المباشر الذي يسمح للمؤثر بالتعبير عن أفكاره وآرائه والإسهاب فيها، خاصة وأن النتائج كشفت أن المصادر الذاتية حلت في المرتبة الثانية لمصادر المؤثرين، ويتميز أسلوب الخطاب المباشر بوضوح الأفكار والمعاني والبعد عن التعقيد، والقدرة على التأثير في المتلقي مع التلوين الصوتي والإيماءات المناسبة وحضور المهارات اللغوية والقدرة على استخدام طبقة الصوت الملائمة واختيار الانفعال المناسب⁽²⁵⁾، هذا ويسمح الأسلوب الحوارى للمؤثرين باستعراض الممارسات الخاطئة والأفكار المغلوطة وتفنيدها أو تصحيحها ما يسهل من إيصال الأفكار وتوعية المواطن عبر الفيديوها.

جدول رقم (08): يمثل الحيز المكاني المعتمد من طرف المؤثرين

النسبة 6	التكرار	الحيز المكاني
6 65.30	32	حيز داخلي (أستوديو/ منزل)
6 34.69	17	حيز خارجي (غابة/ شارع/ مقهى)
100	49	المجموع

يعتمد المؤثرون حسب نتائج الجدول على التصوير في الحيز المكاني الداخلي الممثل في الأستوديو أو المنزل بنسبة 65.30%، أما الحيز المكاني الخارجى من الشارع والغابة أو المقهى فيتم الاعتماد عليه بنسبة 34.69%.

الإجراءات التي فرضتها الدولة الجزائرية من التباعد الاجتماعى والحجر الصحى فرضت سطوتها على المؤثرين الذين اتخذوا من منازلهم أستوديوها للتصوير، في حين تجدر الإشارة أن عددا منهم يعتمد من

الأستوديو والمنزل حيزا ثابتا لجميع فيديوهات على اختلاف مواضيعها على غرار يوسف زروطة، وبلقاسمي رؤوف، هذا واتجه عدد منهم إلى الأماكن الخارجية على غرار الشارع لتناول وتصوير المواضيع المتعلقة بالسلوكيات الخاطئة للمواطن من عدم احترام مسافة التباعد، والاحتفاظ في الأسواق المحلية.

جدول رقم (09): يمثل القالب الفني المعتمد للإخراج من طرف المؤثرين

النسبة 6	التكرار	القالب الفني
6 38.55	32	تمثيل (فردى / جماعى)
6 9.63	08	غنائى
6 51.80	43	الاعتماد على الصور والفديوهات
100	83	المجموع

كشفت نتائج الجدول تنوع المؤثرين في القوالب الفنية المعتمدة لإخراج فيديوهاتهم المتعلقة بفيروس كورونا، حيث يتم الاعتماد على الصور والفديوهات بنسبة 51.80 %، يليها التمثيل بنسبة 38.55 %، أما القالب الغنائى فقد تم اعتماده بنسبة 9.63 %.

يعتمد المؤثرون على الفيديوهات والصور للطبيعة التي تتميز بها من جذب انتباه المتلقي كما تعتبر من أكثر أدوات التأثير والإقناع، ويبرز الاعتماد على الفيديو كإحدى أبرز الاستراتيجيات الرقمية التي يعتمد عليها مواقع التواصل مؤخرا لجذب قاعدة جماهيرية أكبر خاصة بعد النجاح الذي شهده موقع التيك توك، هذا ويعتمد المؤثرون على التمثيل اعتبارا لأسلوب الخطاب المعتمد فنجد التمثيل في شكله الفردي _مونولوج_، يتم استخدامه عند اعتماد المؤثر على الخطاب المباشر، أما الجماعى فيكون عند اعتماد أسلوب الخطاب الحوارى، لىبقى الاستثناء في المؤثر ZAKIRB، الذي يعتمد كليهما، ويساعد التمثيل في تقديم المضامين في قالب فكاهى ترفيهى للمتلقى. هذا ونجد بعض المؤثرين قدموا مضامينهم في شكل غنائى بأسلوب الراب، باعتباره أحد الأنواع الغنائية المفضلة للشباب والتي تلقى رواجاً في أوساطهم، حيث يسمح مخاطبة الشباب بما يفضلون في ترسيخ المضامين والأفكار المراد إيصالها في حين تبقى سلبية هذا النوع تضمنه كلمات نابية من سب وشتم باعتباره لسان حال الشارع.

خاتمة

بعد إجراء الدراسة التحليلية لعينة من فيديوهات المؤثرين الجزائريين على موقع يوتيوب، بهدف معرفة كيفية تناولهم لموضوع جائحة كورونا، توصلنا إلى جملة من النتائج التي يمكن إيجازها فيما يلي:

- بالنسبة لأبرز المواضيع المتعلقة بجائحة فيروس كوفيد 19، ركز المؤثرون في فيديوهاتهم على موضوع تعامل الجزائريين مع الفيروس بنسبة 41.93 %، نتيجة انتشار فيديوهات لجزائريين يكذبون وجود الفيروس معتبرين الموضوع مؤامرة من القوى الكبرى ضد البلد، ناهيك عن التهكم على المتقيدى بإجراءات الوقاية من الفيروس، يليه استعراض الإجراءات الوقائية للحد من الجائحة وذلك بنسبة 29.03 %، على غرار غسل الأيدي، ولبس الكمامة والالتزام بالتباعد الاجتماعى، ناهيك عن تناول موضوع علاج فيروس كوفيد 19، وتحذير المواطنين من المحتالين الذين يريدون استغلال ضعفهم بتقديم علاجات وهمية.

- تعتبر فيديوهات السوشل ميديا المصدر الأول لمضامين فيديوهات المؤثرين عينة الدراسة بنسبة 49.31 %، تليها المصادر الذاتية من آراء وأفكار خاصة بالمؤثرين بنسبة 32.87 %، إذ أصبحت مواقع التواصل الاجتماعى أحد أبرز مصادر المعلومة للمؤثرين، خاصة في ظل إمكانية نشر الأفراد لمقاطع فيديو لهم وليومياتهم أثناء الجائحة في مواقع التواصل مثل التيك توك، وموقع الانستغرام، هذا ويبرز قلة اعتماد المصادر العلمية من

الإحصائيات والمقالات العلمية وحتى آراء الأطباء والمختصين حيث كانت نسبتها 4.10 %، إلى جانب التصريحات الرسمية بنسبة 1.36 %، ويعود ذلك إلى الوضع الاجتماعي المتوتر وغياب التشخيص الفعلي للمرض في ظل تضارب الآراء والذي جعل المواطنين في حالة ترقب وتشكيك للمعلومة الرسمية والعلمية.

- تمكن المؤثرون من تنوع الأساليب الإقناعية في أعمالهم التي تتناول موضوع الجائحة ولو أن الغالب كان اعتماد المؤثرين على الاستمالات العاطفية وذلك بنسبة 59.57 %، من خلال اعتماد الإيماءات بالجسد والتهكم من تعامل الجزائريين مع الفيروس واستحضار عنصر التشويق، تليها الاستمالات التخويفية بنسبة 23.40 %، بتذكير المواطنين بالعقوبات القانونية المنجزة عن عدم احترام إجراءات الوقاية وأخيرا الاستمالات العقلية بنسبة 17.02 % . على قلتها برزت من خلال تقديم تعريف لفيروس كوفيد 19، وتبيان إحصائيات انتشار الفيروس في العالم والجزائر .

- بالنسبة للأهداف التي سعى إليها المؤثرون من خلال أعمالهم، كشفت النتائج سعي المؤثرين إلى إضفاء طابع التسلية والترفيه على فيديوهاتهم بنسبة 42.16 %، وهذا بهدف التخفيف من حالة القلق والارهاق النفسي الذي يعاني منه المواطن جراء التدابير الوقائية الصعبة اتجاه الجائحة، إلى جانب توعية وإرشاد المواطنين بما يخص الجائحة بنسبة 30.12 %، ويرجع هذا لانتشار سلوكيات تعبر عن غياب للوعي الصحي بمخاطر الوباء على غرار عدم احترام إجراءات التباعد الاجتماعي ولبس الكمامة كما استهدف المؤثرون دحض الخرافات حول فيروس كورونا بنسبة 22.89 %، وانتقاد تغطية القنوات الفضائية لموضوع الجائحة بنسبة 4.81 %.

- المواطن الجزائري البسيط كان الشخصية الرئيسية والفاعلة في أغلب فيديوهات المؤثرين حول جائحة كورونا بنسبة 78.94 %، حيث ركز المؤثرون على تبليغ رسائلهم إليه، وتوعيته من خطر الفيروس وإرشاده في ظل التجاوزات التي يقوم بها وعدم احترامه لإجراءات الوقاية من الفيروس، في المستوى الثاني اهتم المؤثرون بالمرضى سواء في الإطار العام من تسليةهم والترفيه عنهم أو باتخاذهم كعناصر في فيديوهاتهم لتبيان عواقب الإصابة بالفيروس، يليهم الأطباء والشخصيات الرسمية على غرار مدير اتصالات الجزائر الذي تم انتقاده بسبب ضعف شبكة الأنترنت في الجزائر في فترة الجائحة.

- كانت اللغة العربية الدارجة (العامية) أكثر لغة مستخدمة من طرف المؤثرين بنسبة 77.41 %، لسهولة فهم وإيصال المعاني بها، ما يعبر عن رغبة في تمكين جمهور المتلقين من استيعاب الرسائل المقدمة إليهم، تليها اللغة الأجنبية بنسبة 16.12 %، أما اللغة العربية الفصحى فتم الاعتماد عليها بنسبة 6.45 %.

- اعتمد المؤثرون في فيديوهاتهم على الأسلوب المباشر بنسبة 71.69 %، والتي تسمح للمؤثر بالتعبير عن أفكاره وآرائه والإسهاب فيها، خاصة وأن النتائج كشفت أن المصادر الذاتية حلت في المرتبة الثانية لمصادر المؤثرين، يليها الأسلوب الحوار بنسبة 24.52 %، فالأسلوب السرد بنسبة 3.77 %.

- اعتمد المؤثرون في الغالب على التصوير في الحيز المكاني الداخلي المتمثل في الأستوديو أو المنزل، هذا الأخير كان متوافقا مع الإجراءات المفروضة في الجزائر للوقاية من الجائحة على غرار الحجر المنزلي ما يضيف مصداقية على رسائل المؤثر، يليه الحيز المكاني الخارجي من الشارع والغابة أو المقهى، وذلك لتصوير المواضيع المتعلقة بالسلوكيات الخاطئة للمواطن من عدم احترام مسافة التباعد، والاكتظاظ في الأسواق المحلية.

- يميل المؤثرون إلى التنوع في القوالب الفنية المعتمدة لإخراج فيديوهاتهم المتعلقة بفيروس كورونا، حيث تم الاعتماد على الصور والفيديوهات بنسبة 51.80 %، كونها أكثر جذبا للانتباه ورسوخا في الذهن، يليها التمثيل

بنسبة 38.55%، خاصة وأن بعض المشاهد استدعت مشاركة أكثر من ممثل لتمير الرسائل، على غرار السلوكيات الخاطئة المنتشرة في المجتمع حول الجائحة مثل المصافحة، أما القالب الغنائي فقد تم اعتماده بنسبة 9.63%.

الإحالات والهوامش

1- Francine Charest, Alain Lavigne, Big Data et relations publiques, étude de cas des pratiques numériques de Revenu Québec, l'Expression, <https://journals.openedition.org/communicationorganisation/6653>

20Mai2022، أطلع عليه يوم 20/05/2022،

2- أمينة بصافة، (2022)، سيكولوجية المؤثر وقبائل المتأثرين في البيئة الرقمية، مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والإتصالية، المجلد 02، العدد 03، الجزائر.

3- مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني: الأسس وآفاق المستقبل، دار الإعصار للنشر والتوزيع، ط 1، الأردن، 2015، ص 246.

4- سعد بن محارب المحارب، الإعلام الجديد في السعودية، جداول للنشر والتوزيع، ط1، بيروت، 2011، ص 113.

5- معلومات عن جائحة كورونا (كوفيد-19)، بحث على موقع <https://help.unhcr.org/iraq/coronavirus-covid-19-resources> / أطلع عليه يوم 2022/05/22

6- Crystal Abidin, Jin Lee, Tommaso Barbetta and Wei Shan Miao, "Influencers and COVID- 19: reviewing key issues in press coverage across Australia, China, Japan, and South Korea" Journal of Media International Australia, Vol 178, n 1, 2021.

7- عمر بن عيشوش، حسان بوسرسوب، (2020)، دور شبكة الفايبروك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا كوفيد 19، مجلة التمكين الاجتماعي، المجلد 02، العدد 02، الجزائر.

8- Lee-Ann Ewing, Huy Quan Vu, "Navigating Home Schooling during COVID-19: Australian public response on Twitter", Journal of Media International Australia, Vol 178, n 1, 2021.

9- Lauren Gorfinkel, Tanya Muscat, Sue Ollerhead and Alice Chik, "The role of governments-Owned Media- in fostering cultural inclusion : a case study of the NSW Departement of Educations online and social media during COVID-19", Journal of Media International Australia, Vol 178, n 1, 2021.

10- نهاد بوزيد، بن بوراس فاطمة، الحملات الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتحسيس بمخاطر جائحة كورونا بالجزائر - دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفايبروك بجامعة أم البواقي، مذكرة ماستر غير منشورة، تخصص اتصال جماهيري ووسائط جديدة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2021، ص 61-62.

11- فتيحة نور الهدى بلبلدية، (2022)، أثر المعلومة المغلوطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية للمستخدمين خلال جائحة كورونا كوفيد 19" دراسة استطلاعية على عينة من المستخدمين الجزائريين للفايبروك"، مجلة تنمية الموارد البشرية، المجلد 17، العدد 1، ص 40-42.

12- لبييض ليندة، لبصير فطيمة، (2020)، الفايبروك والتوعية بالخدمات الصحية إتجاه كورونا - دراسة ميدانية على الأسر الجزائرية-، مجلة الوقاية والأرغونوميا، المجلد 8، العدد 1، ص 51.

13- عطية عيساوي، زيزاح سعيدة، عطا الله النوعي، (2021)، تأثير صناعات المحتوى على الطلبة عبر وسائط التواصل الاجتماعي، مجلة التكامل في بحوث العلوم الاجتماعية والرياضية، المجلد 5، العدد 2، ص 244.

14- Yilmaz, M., Sezerel, H., & Uzuner, Y, "Sharing experiences and interpretation of experiences: A phenomenological research on Instagram influencers", Journal of Current Issues in Tourism, Vol 23, n 24, 2020, p.02.

15- من هولندا إلى أمريكا.. نجوم وسائل التواصل الاجتماعي يكسرون قيود كورونا، بحث على موقع <https://www.reuters.com/article/netherland-us-social-media-ab5-idARAKCN26E30H> أطلع عليه يوم 2022/05/24

16- Francisco Femenia-Serra, Ulrike Gretzel, AurkeneAlzua-Sorzabal, "Instagram travel influencers in #quarantine: Communicative practices and roles during COVID-19", Journal of Tourism Management, Vol 89, 2022.

- 17- عامر قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، دار اليازوري، الأردن، 2008، ص 129.
- 18- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، ط 1، القاهرة، 2000، ص 158.
- 19- يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، طاكسيج - كوم، ط1، الجزائر، 2007، ص 10.
- 20- يوسف تمار، المرجع السابق، ص 86.
- 21- محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص 130.
- 22- سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، ط1، لبنان، 2017، ص 80.
- 23- بلبلدية فتيحة نور الهدى، المرجع السابق، ص 42-43.
- 24- أسماء قرشوش، (2021)، دور صفحات الموقع الاجتماعي "فيسبوك" الصحية في التوعية من مخاطر الفيروس كورونا المستجد (كوفيد 19) دراسة تحليلية لصفحة " أطباء بلا حدود"، مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية، المجلد 16، العدد 03 الخاص (الجزء 2)، ص 328.
- 25- سمر عادل، خصائص الخطاب، بحث على موقع <https://m3refh.com/%D8%AE%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D8%B5-%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%B7%D8%A7%D8%A8> /%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%B7%D8%A7%D8%A8 أطلع عليه يوم 2022/05/27

قائمة المصادر والمراجع:

• الكتب:

- 1- سعد بن محارب المحارب، 2011، الإعلام الجديد في السعودية، جداول للنشر والتوزيع، ط1، بيروت.
- 2- سعد سلمان المشهداني، 2017، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، ط1، لبنان.
- 3- عامر قنديلجي، 2008، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، دار اليازوري، الأردن.
- 4- محمد عبد الحميد، 2000، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، ط 1، القاهرة.
- 5- مروي عصام صلاح، 2015، الإعلام الإلكتروني: الأسس وآفاق المستقبل، دار الإصدار للنشر والتوزيع، ط 1، الأردن.
- 6- يوسف تمار، 2007، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، طاكسيج - كوم، ط1، الجزائر.
- 7- أمينة بصافة، سيكولوجية المؤثر وقبائل المتأثرين في البيئة الرقمية، مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، الجزائر، العدد 3، المجلد 2، 2022.
- 8- أسماء قرشوش، دور صفحات الموقع الاجتماعي "فيسبوك" الصحية في التوعية من مخاطر الفيروس كورونا المستجد (كوفيد 19) دراسة تحليلية لصفحة " أطباء بلا حدود"، مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية، الجزائر، العدد 03 الخاص (الجزء 2) المجلد 16، 2021.
- 9- عطية عيساوي، سعيدة زيزاح، عطا الله النوعي، تأثير صناع المحتوى على الطلبة عبر وسائط التواصل الاجتماعي، مجلة التكامل في بحوث العلوم الاجتماعية والرياضية، الجزائر، العدد 2، المجلد 5، 2021.
- 10- عمر بن عيشوش، حسان بوسرسوب، دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية حول فيروس كورونا كوفيد 19، مجلة التمكين الاجتماعي، الجزائر، العدد 02، المجلد 02، 2020.
- 11- فتيحة نور الهدى بلبلدية، أثر المعلومة المغلوطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية للمستخدمين خلال جائحة كورونا كوفيد 19" دراسة استطلاعية على عينة من المستخدمين الجزائريين للفيسبوك"، مجلة تنمية الموارد البشرية، الجزائر، العدد 1، المجلد 17، 2022.
- 12- ليندة لبيض، لبصير فطيمة، الفيسبوك والتوعية بالخدمات الصحية اتجاه كورونا دراسة ميدانية على الأسر الجزائرية، مجلة الوقاية والأرغوميا، الجزائر، العدد 1، المجلد 8، 2020.
- 13- نهاد بوزيد، فاطمة بن بوراس، 2021، الحملات الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتحميس بمخاطر جائحة كورونا بالجزائر - دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك بجامعة أم البواقي، مذكرة ماستر غير منشورة، تخصص اتصال جماهيري ووسائط جديدة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر.

- 14- سمر عادل، 2020، خصائص الخطاب، بحث على موقع
[https://m3refh.com/%D8%AE%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D8%B5-
/D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%B7%D8%A7%D8%A8](https://m3refh.com/%D8%AE%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D8%B5-%D8%A7%D9%84%D8%AE%D8%B7%D8%A7%D8%A8)
- 15- (كوفيد-19) [https://help.unhcr.org/iraq/coronavirus-covid-19-
/resources](https://help.unhcr.org/iraq/coronavirus-covid-19-resources)
- 16- 2020، من هولندا إلى أمريكا.. نجوم وسائل التواصل الاجتماعي يكسرون قيود كورونا، بحث على موقع
<https://www.reuters.com/article/netherland-us-social-media-ab5-idARAKCN26E30H>
- 17- Crystal Abidin, Jin Lee, Tommaso Barbetta and Wei Shan Miao, "Influencers and COVID-19: reviewing key issues in press coverage across Australia, China, Japan, and South Korea" Journal of Media International Australia, n 1, Vol 178, 2021.
- 18- Lee-Ann Ewing, HuyQuanVu, "Navigating Home Schooling during COVID-19: Australian public response on Twitter", Journal of Media International Australia, n 1, Vol 178, 2021.
- 19- Lauren Gorfinkel, Tanya Muscat, Sue Ollerhead and Alice Chik, "The role of governments – Owned Media- in fostering cultural inclusion : a case study of the NSW Departement of Educations online and social media during COVID-19", Journal of Media International Australia, n 1, Vol 178, 2021.
- 20- Yılmaz, M., Sezerel, H., &Uzuner, Y, "Sharing experiences and interpretation of experiences: A phenomenological research on Instagram influencers", Journal of Current Issues in Tourism, n 24, Vol23, 2020.
- 21- Francisco Femenia-Serra, Ulrike Gretzel, AurkeneAlzua-Sorzabal, "Instagram travelinfluencers in #quarantine: Communicative practices and rolesduring COVID-19", Journal of Tourism Management, Vol 89, 2022.
- 22- Francine Charest, Alain Lavigne, Big Data et relations publiques, étude de cas des pratiques numériques de Revenu Québec, l'Expression, 20Mai2022, <https://journals.openedition.org/communicationorganisation/6653>