دور شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة أزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩" وتأثيرها على الجمهور المصرى المتابع لها

د. داليا إبراهيم المتبولي*

الملخص:

تستهدف الدراسة رصد دور شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة أزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩" وتأثيرها على الجمهور المصرى المتابع لها. واستخدمت الدراسة منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على ٤٠٠ مفردة. كما قامت بتوظيف نظرية الحتمية التكنولوجية.

توصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى ما يلي:

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في في أثناء جائحة كورونا ومستوى ثقتهم فى مواقع التواصل الاجتماعى لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بالأزمة.
- توجد علاقة دالة إحصائيًا بين مدى استفادة المستجيبين من قراءة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة رضاهم عما يقرأونه على مواقع التواصل الاجتماعي عن زيادة الوعي الصحي إدارة الأزمة.
- توجد علاقة ارتباطية بين دوافع اعتماد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا ورأيهم في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الأخبار التي تتعلق بزيادة الوعي الصحي المتعلق بالأزمة بشكل جيد.
- يوجد ارتباط ذو دلالة إحصائية بين بين رؤية المشاركين حول دور المعلومات الصحية المتعلقة بأخبار أزمة كورونا "كوفيد 19" التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير السلبيات الصحية في إدارة الأزمة ودوافع اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات الصحية المتعلقة بالأزمة.

* الأستاذ المساعد بقسم الإعلام بكلية التربية النوعية – جامعة دمياط

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

- توجد علاقة إحصائية بين مستوى ثقة المبحوثين فى مواقع التواصل الاجتماعى لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد 19" ومدي تفاعلهم مع الآخرين حول المعلومات الصحية لأزمة كورونا التي يشاركون في مناقشتها داخل صفحات مواقع التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية:

شبكات التواصل الاجتماعي - إدارة أزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩" - الجمهور المصري

The abstract:

The role of social media networks in managing the Corona crisis "Covid 19" and its impact on the Egyptian audience

The study aims to examine the role of social networks in managing the crisis of the Coronavirus and its impact on the Egyptian audience who follow it. The study used the survey method and questionnaire tool applying to 400 respondents. It also employed the technological determinism theory.

Main results:

- There is a statistically significant correlation between the extent of respondents' use of social media sites during the Corona pandemic and their level of trust in these sites in dealing with the crisis.
- There is a correlation between the extent of the respondents benefiting from reading Corona pandemic information on social media sites, and the degree of their satisfaction with this information.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

- There is a statistically relationship between the motives of respondents' reliance on social media sites to know information about the Corona pandemic crisis and their opinion on the role of these sites in providing news related to the crisis.
- There is a significant correlation between the respondents' perception of the role of Corona crisis information published on social media sites in changing health negatives and their motives to rely on these sites to find health information related to the crisis.
- There is a statistically significant relationship between the level of the respondents' confidence of social media sites in dealing with the Corona pandemic crisis (Covid 19) and the extent of their interaction with others about the health information through these sites.

Key words: Social Media - Managing the Corona Pandemic Crisis "Covid 19" - The Egyptian Public

مقدمة:

أدى ظهور وسائل الاتصال التفاعلي الحديثة على شبكات التواصل الاجتماعي إلى اعتماد الجمهور المصري عليها في البحث عن المعلومات الصحيحة، حيث منحه تعدد الأخبار القدرة على تحديد المصدر الذي يثق في أخباره لبث المعلومات الصحيحة في أثناء الأزمات المتعلقة بدولته، مما أثر على تفضيلاته لشبكات التواصل الاجتماعي؛ فقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي منصة إعلامية متنقلة حول العالم لنقل الأخبار في نفس لحظة وقوع الحدث. ويعد اعتماد وسائل الإعلام الجديد على تكنولوجيا الاتصال الحديثة من أهم محركات التقدم والتطور في المجتمعات البشرية، حيث يمر عالمنا بثورة علمية تكنولوجية يشهد فيها انفجارًا معرفيًا ومعلوماتيًا، نظرًا لوجود عديد من المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي التي تتنافس في نقل

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

الأخبار على شبكة الإنترنت، مما جعل الجمهور يبحث عن مصدر محدد يثق فيه لمعرفة الأخبار التي تحيط به، خصوصًا في أثناء الأزمات.

ولا يقتصر دور شبكات التواصل الاجتماعي على تحقيق الاتصال مع الأصدقاء وتبادل النقاشات في المجالات الاجتماعية والسياسية، حيث يرتفع مستوى استخدامها، فتقوم الحكومات بتوظيفها لنشر الحقائق والمعلومات وتلقي آراء ووجهات نظر أفراد الجمهور. ومع أزمة كورونا، اهتمت الجهات الحكومية ببث معلوماتها وأخبارها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي الرسمية الخاصة بها.

كما يزداد دور وسائل الإعلام في أوقات الأزمات ويحتاج الجمهور للتزود بالمعلومات عن هذه الأزمات بشكل مستمر، حيث يواجه المجتمع عدد من الأزمات وتعد مواقع التواصل الإجتماعي من أهم وسائط الإعلام التي يعتمد عليها المستخدمون في أوقات الأزمات، وتعد الأزمات الصحية من أهم وأخطر ما يمكن أن يتعرض له أي مجتمع، فالأمر إذن متعلق بصحة الإنسان وأمنة في الحياة.

وقد تسبّب الجائحة في تغيير سياسات الدول السياسية والاقتصادية، كما اتضحت جليًا سلبيات الأوضاع في القطاع الصحي والاجتماعي لكثير من الدول، حتى الدول المتقدمة، حيث عانت من محدودية الإمكانيات المالية والمادية وعانت أيضًا من التبعات الاقتصادية السلبية للأزمة، مما تطلب وضع خطة طوارئ عالمية لحماية اقتصادات الدول من الأخطار المحتملة.

وفي الآونة الأخيرة، أصبحت مواقع التواصل وسيلة أساسية للمنظمات الدولية والجهات الحكومية لنشر المعلومات والإرشادات الصحية والإعلان عن الإجراءات المستحدثة للوقاية من الجائحة، بالإضافة إلى أنها كأصبحت وسيلة الأفراد للحصول على المعلومات حول الوباء الذي ما يزال يتسم بالغموض حتى هذه اللحظة. ومن الملاحظ أنه في أثناء أزمة جائحة كورونا، زاد الإقبال على وسائل التواصل للبحث عن المعلومات الصحية والوقاية الكاملة من الفيروس. وتأتي الدراسة الراهنة للتعرف على **دور شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة أزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩" وتأثيرها على الجمهور المصرى المتابع لها خلال هذه الأزمة**.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

مشكلة الدراسة:

ارتفع اهتمام الرأي العام المحلي والدولي بجائحة كورونا من كافة جوانبها، حيث نتج عنها عديد من التداعيات والتحديات في مختلف المجالات السياسية والصحية والاقتصادية والاجتماعية على المستوى العالمي.

وكان لانتشار شبكات التواصل الاجتماعي بين الجمهور المصري بالغ الأثر في تحديد أوجه الإيجابيات والسلبيات لاستخدامهم الدائم لها؛ فهذا التوسع الثقافي الذي صنعته وسائل الاتصال التكنولوجي جعل من الممكن تحقيق قدر أكبر من الاندماج والتكامل المجتمعي، نظرًا لتحطم الفواصل التقليدية للإعلام التقليدى، ولما شهده مجتمع التواصل الاجتماعي من تعدد واختلاف في المشاركات المجتمعية خلال أزمة كورونا من جانب مستخدميه واستخدامهم لتلك المواقع الإلكترونية للبحث عن المعلومات المتعلقة بأزمة كورونا وكيفية التعامل مع الأزمة والوقاية منها. ومن هنا، تتحدد مشكلة هذه الدراسة في **"رصد دور شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة أزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩" وتأثيرها على الجمهور المصرى المتابع لها"**.

أهمية البحث:

يمكن تقسيم أهمية الدراسة الى:

١- الأهمية النظرية للدراسة:

- تنبع أهمية الدراسة من أنها تلقى الضوء على موضوع على درجة كبيرة من الأهمية لأنه يتعلق بأمن وصحة الإنسان وهى أغلى ما يمكن أن تمتلكه الدول، خاصة وقد فاقت خطورة الوباء كل الحدود المعهدوه في مثل هذه الحالات، وتشير النتائج أن هذا الوباء قد أصاب أكثر من 108 مليون فرد حول العالم، وقد اودي بحياة حوالى 2.394 مليون فرد حول العالم، مما يستعدى وجوب التصدى له ومحاولة القضاء عليه.
- تنبع أهمية الدراسة من أهمية الوقوف على دور الشبكات الإجتماعية في التعريف بالمرض والتصدي له ومواجهته وبهذا فهى تسهم في تقييم الخدمات المقدمة من خلال هذه المواقع، خاصة في ظل ارتفاع معدلات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بكل أشكالها عبر شبكة الإنترنت في الفترة الأخيرة، وانتشار الصفحات الرسمية الصحية عبر الفيس بوك وتويتر والإنستجرام، مع زيادة إقبال الجمهور

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

المصري من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة في بث الأخبار المتعلقة بالجائحة.

- أهمية رصد دور الوئاط الاجتماعية في أثناء أزمة كورونا في تأثيرها على الجمهور المصري المتابع لهذه الشبكات وتحديد الشبكات الأكثر تأثيرًا في حياتهم المجتمعية.

٢- الأهمية المجتمعية:

- أدى فيروس كورونا إلى إصابة نحو 108,745,454 مصاب منهم 2,394,403 حالة وفاة حول العالم حتى شهر فبراير ٢٠٢١ وهذه الأرقام تعد مرعبة، مما يعني أن الأمر ذي خطورة كبيرة لو لم تتمكن الدول من السيطرة الكاملة عليه، وحيث إن مواقع التواصل تعد أحد أهم مصادر المعرفة للتعريف بالأزمة حول العالم، فإن من الأهمية بمكان التعرف على دور تلك المواقع في إدارة الأزمة وتأثيرها على الجمهور.
- من خلال سعي الباحثة للتعرف على طبيعة دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بفيروس كورونا وتأثيراتها على الجمهور المصري يمكن الخروج بمؤشرات مهمة قد تساعد صناع القرار وكذلك الدوائر المعنية بالأزمة على التعرف على طبيعتها مما قد يسهم في تكوين صورة متكاملة عنها.
- توفر الدراسة خلفية معلوماتية مهمة للباحثين القائمين على دراسة هذه الجائحة حسب تخصصاتهم، خاصة في مجال الإعلام والاتصال، مما قد يثري المكتبة الإعلامية بمزيد من المعرفة فيها.
- تمثل هذه الدراسة إضافة بحثية جديدة في المجال البحثي المجتمعي الهادف للتعرف على خصائص الجمهور المصري في التفاعل مع وسائل الإعلام الجديد ودرجة اعتماده عليها في بث المعلومات في أثناء جائحة كورونا، وتأثير هذه الشبكات عليه.

أهداف الدراسة:

تستهدف الدراسة البحث في دور الوسائط الاجتماعية في إدارة أزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩"، والكشف عن تأثير هذا الدور على الجمهور المصري المتابع لها. ويمكن تحقيق هذا الهدف من خلال ما يلي:

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

١- الكشف عن أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي تجذب الجمهور لها لمتابعة أخبار أزمة جائحة كورونا.
٢- التعرف على ما قامت به الوسائط الاجتماعية في أثناء أزمة جائحة كورونا لكي تكون جانبًا مؤثرًا وفعالاً على الجمهور المصري المتابع لها.
٣- التعرف على أهم أساليب التأثير التي تسهم في دعم التفاعل على شبكات التواصل الاجتماعي في أثناء أزمة جائحة كورونا للجمهور المصري المتابع لها.
٤- رصد دور شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة أزمة جائحة كورونا باستخدام الأساليب التكنولوجية الحديثة وتأثيرها على الجمهور المصري المتابع لها.
٥- تحديد آلية التعامل والبحث عن المعلومات الصحية لجائحة كورونا للجمهور المصري على شبكات التواصل الاجتماعي.
٦- التعرف على أساليب البحث عن المعلومات الصحية والوقائية لأزمة جائحة كورونا على شبكات التواصل الاجتماعي.
٧- إبراز أهمية الاستخدام المتعدد لشبكات التواصل الاجتماعي، مثل الفيس بوك والإنستجرام واليوتيوب وتويتر، للبحث عن المعلومات الصحية والوقائية لأزمة جائحة كورونا وتأثيرها على الجمهور المصري المتابع لها.

الدراسات السابقة:

تناولت العديد من الدراسات على مدار العام الماضي تأثيرات وتداعيات فيروس كورونا كما تناولت دور وسائل الإعلام المختلفة وبعض المنظمات في التوعية بأضرار فيروس كورونا والتوعية بالوقاية منه ومواجهته ومن هذه الدراسات ومن هذه الدراسات **دراسة محمد صبحي محمد (٢٠٢١)**[1] ولتي هدفت إلى رصد وتحليل وتفسير اعتماد الطلاب المغتربين في مصر على المواقع الإلكترونية نحو المتابعة الإعلامية لجائحة فيروس كورونا المستجد وتقييمها لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد، ووظّف الباحث منهج المسح الإعلامي بالعينة، مستخدمًا الاستبيان الإلكتروني في جمع البيانات من عينة الدراسة البالغ قوامها ٤٠٠ مفردة تم اختيارهم باستخدام عينة كرة الثلج الشبكية، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: أن موقع اليوم السابع جاء من أهم المواقع الإخبارية التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها على الفيسبوك، وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة ٩٠% من عينة البحث تابعوا جائحة كورونا عبر المواقع الإلكترونية، وجاء من أهم

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

دوافع اعتماد الطلاب الوافدين-المغتربين عينة الدراسة على المواقع الإلكترونية "معرفة أسباب الوقاية اللازمة"، **ودراسة نرمين علاء الدين علي (٢٠٢١)**[٢] التي هدفت للتعرف على تأثير الإجراءات الاحترازية التي اتخذتها الدولة لمواجهة أزمة كورونا على السلوك الشرائي عبر الإنترنت لدى عينة من الشباب المصري، وذلك من خلال استبيان على (٣٠٠) مفردة، خلال الفترة من أبريل حتي يوليو ٢٠٢٠، واعتمد البحث في إطاره النظري على نموذج تقبل التكنولوجيا، ونموذج السلوك الشرائي للأفراد وقت الأزمات، ونموذج المفاهيم، وتوصل البحث في أهم نتائجه إلى أن العوامل النفسية تُعد من أهم أسباب اعتماد المبحوثين على الشراء عبر الإنترنت بأهمية نسبية ٦٨%، وجاء تأثير أزمة كورونا متوسط في تأثيره على السلوك الشرائي عبر الإنترنت للمبحوثين بنسبة ٦٩.٣%، وتحددت أهم المخاوف الشرائية عبر الإنترنت خلال أزمة كورونا في جودة المنتج بأهمية نسبية ٩٢%، ووجود علاقة عكسية بين مخاوف المبحوثين من الشراء عبر الإنترنت (مخاوف الأمان، وجودة المنتج، والسعر)، وبين تبنيهم للسلوك الشرائي عبر الإنترنت خلال أزمة كورونا، ولنفس الهدف **أيضاً جاءت دراسة Rama Krishna Reddy Kummitha (2020)**[٣] التي هدفت الي التعرف على الخطاب الإعلامي المستخدم من خلال توظيف التكنولوجيا الاتصال الحديثة في التعامل مع جائحة فيروس كورونا **Pandemic COVID-19**، وذلك بالاعتماد على منهج المسح، على عينة من الأخبار المنشورة في كل من "BBC news, CNN, The Guardian, The New York Times, Business Insider, The Telegraph, The Economist, Reuters, Global Times China, and China File" وصلت إلى ١٣٧ مقال وخبر، بالإضافة إلي ٧١ تقريرا صادرا من منظمة الصحة العالمية WHO. وأشارت نتائج الدراسة أن الخطاب الإعلامي المستخدم في التعامل مع أزمة فيروس كورونا **Pandemic COVID-19** تختلف من مكان لآخر وذلك نتيجة للنظام السياسي الموجود في كل دولة، كما بينت الدراسة أن انتشار المدن الذكية Smart cities في الصين والدول الغربية أسهم بشكل كبير في الحد من انتشار الفيروس في تلك المدن علي سبيل المثال مدينة Wuhan الصينية والتي بدأ الفيروس من تلك المدينة، لكن نتيجة الاعتماد علي التكنولوجيا الحديثة في تلك المنطقة تمت السيطرة علي الفيروس في الأيام الأخيرة الماضية، وللتعرف على التعرف على الإستراتيجيات التي تتبعها الدولة فيما يتعلق بالمعالجة الإعلامية لأزمة فيروس كورونا **COVID-19**. وجاءت **دراسة**

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

Qiang Chen (٢٠٢٠)[٤] بالاعتماد على المنهج المسحي، حيث قام باختيار موقع **Sina Weibo** وهو موقع تواصل اجتماعي تابع للجمهورية الصينية، وقام الباحث بتحليل ١٤١١ منشور على تلك الصفحة مستخدمة تحليل المضمون، وأشارت نتائج الدراسة إلي أهمية الحملات الإعلامية التي اتبعتها الحكومات في العديد من الدول، كما بينت الدراسة أنه من بين الإستراتيجيات التي تستخدمها الدول في محاولة دمج المجتمع في مواجهة فيروس كورونا **COVID-19** هي محاولة استخدام الوسائل الاتصالية القريبة والمتاحة لدى الجمهور والمتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تعتبر من أكثر الوسائل استخدامًا بين جميع شعوب العالم، كما أشارت أن ثراء الوسيلة **Media Richness** والمقصود بها هنا الوسائط الاجتماعية. وللتعرف على التأثيرات الناتجة عن توظيف شبكة Twitter في محاربة تفشى أزمة COVID-19، إضافة إلى التعرف على السلبيات المحيطة باستخدام Twitter في الزيادة المعرفية والوعي لدى الجمهور بفيروس كورونا أشارت **دراسة A. Mourad (2020)**[٥] **أن** من بين سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي في الأزمات الصحية مثل COVID-19 هو أن بعض المواقع نتيجة عدم التحكم في المضمون المنشور قد تسهم بشكل كبير في تضليل الجمهور **misleading** وإشغاله ببعض الموضوعات غير المهمة **topic** Irrelevant والمتعلقة بالموضوع الأساسي وهو المعلومات المتعلقة بفيروس COVID-19، كما أشارت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي قد أدت إلى انتشار المعلومات والبيانات غير الموثوقة مما أدى إلى انتشار الذعر والهلع بين الجماهير نتيجة المعلومات المبالغ فيها في كثير من الأحيان. وتمثلت المشكلة البحثية في دراسة **فؤادة محمد علي (٢٠٢٠)**[٦] في التعرف على مستوى اعتماد الشباب السعودي على الوسائط الاجتماعية في جمع المعلومات حول جائحة كورونا، وقد استهدفت التعرف على تأثير الإعلام الجديد (مواقع التواصل الاجتماعي) في نشر الثقافة الصحية، والتعرف على مساوئ الإعلام الجديد وأضراره على المجتمع، وكيفية تلافي مثل تلك الإشكاليات من وجهة نظر الشباب، وأهم الموضوعات التي تعرض لها الشباب نتيجة اعتماده على المعلومات التي تقدمها الوسائط الاجتماعية عن كورونا، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، واستخدمت الاستبيان في جمع المعلومات، وأكدت النتائج أن ٨٢.٧% من المبحوثين ذكروا أن أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها في الحصول على المعلومات عن كورونا هو موقع تويتر، ونسبة ٤٠.٣% منهم يرون أنه موقع

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

الانستجرام، ونسبة ٣٦% منهم يرون أنه موقع سناب شات، ونسبة ٣٤% منهم يرون أنه موقع الفيس بوك. واستهدفت **دراسة Carlos Cuello-Garci (2020)**[٧] التعرف على فاعلية الشبكات الاجتماعية في نشر المعلومات المتعلقة بفيروس COVID-19، إضافة إلى تحديد دور شبكات التواصل في مواجهة الشائعات المنتشرة على منصاتها، أشارت نتائج الدراسة أن ٢٥% من الفيديوهات المنتشرة على YouTube والمتعلقة بـ COVID-19 تحتوى على معلومات مضللة وان تلك الفيديوهات حققت مشاهدات تزيد على ٢٦ مليون مشاهدة، كذلك أشارت نتائج الدراسة ان الحسابات التابعة لمنظمة الصحة العالمي **WHO** على **Facebook** و**YouTube** تعمل بشكل فعال لتقديم اتصال يعمل على إيجاد معلومات كافية **adequate information** إلى الجمهور، مما يسمح بانخفاض الشائعات الرائجة بين الجمهور فيما يتعلق بـ COVId-19، وقد **سعت دراسة أسماء مسعد عبد المجيد** (٢٠٢٠)[٨] إلى التعرف على طبيعة التصميمات الجرافيكية على صفحة وزارة الصحة والسكان في بداية الإعلان عن أزمة انتشار وباء كورونا، والمعلومات المقدمة من خلالها، ومدى كفاية وكفاءة هذه المعلوماته في رفع الوعي الصحي لدى أفراد عينة الدراسة ٢٧؛ مفردة من الجمهور العام من مستخدمي موقع الفيجولف، من حبل معرفة طبيعة انتشار الفيروس والإجراءات الوقائية التي يجب اتباعها للوقائية والحد من انتشاره، ومدى وجود معلومات متخصصة أخرى للأفراد الذين يعانون من أمراض مزمنة وأكثر عرضة للإصابة بالمرض، وتوصلت الدراسة إلي فقر المعلومات المتوفرة علي صفحة وزارة الصحة، حيث وجدت زيادة نسبة المعلومات التي يلتمسها المبحوثين حول الفيروس، بينما **هدفت دراسة خالد فيصل الفرم (٢٠٢٠)**[٩] إلى الكشف عن استخدام الشبكات الاجتماعية في نشر الوعي الصحي حول الجائحة بالتطبيق على المدن الطبية ومستشفياتها بمدينة "الرياض" السعودية. واعتمدت الدراسة على منهج المسح. وتكونت عينة الدراسة من (٥) مدن طبية ومستشفياتها الكبرى المعروفة في مدينة "الرياض"، والتي تناولت الرسائل التوعوية حول فيروس "كورونا"، وتمثلت أداة الدراسة في تحليل مضمون الرسائل التوعوية المنشورة عبر الحسابات الرسمية للمدن الطبية الخمس ومستشفياتها محل الدراسة، في الشبكات الاجتماعية الثلاث (يوتيوب، فيسبوك، تويتر). وتوصلت نتائج الدراسة إلى أنه برغم انتشار شبكات التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية، فإن (٧٣%) من المدن محل الدراسة ومستشفياتها الحكومية لا تمتلك صفحات على شبكات التواصل (يوتيوب – فيسبوك-

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

تويتر) لاستخدامها في برامج التوعية الصحية. كما أوضحت النتائج أن (٦٠%) من العينة لم تقم باستخدام الوسائط الاجتماعية المتاحة للتوعية. **كذلك سعت دراسة جيهان سعد (٢٠٢٠)**[١٠] وقد استهدفت الدراسة رصد أطر تناول مواقع الصحف الإلكترونية والإخبارية لتداعيات جائحة كورونا، واستخدمت هذه الدراسة منهج المسح بشقه التحليلى، وأداة تحليل المضمون بالتطبيق على مواقع الصحف والمواقع الإخبارية التالية "موقع اليوم السابع، موقع بوابة أخبار اليوم، وموقع القاهرة ٢٤" منذ ٢٠٢٠/٣/١ إلى ٢٠٢٠/٦/١، ووصلت عينة الدراسة إلى ٩٠٠ مادة صحفية، وقد أظهر التحليل اهتمام العينة بنشر أخبار وتحقيقات خاصة بمعالجة تداعيات الفيروس، وكانت المعالجة الإيجابية فى مقدمة أنواع المعالجات بنسبة ٦٣% من عينة الدراسة، وكانت المحايدة فى الترتيب الثانى، وأخيرًا المعالجة السلبية للأخبار. ولتسليط الضوء على دور الإعلام المرئي في زيادة المعرفة بالقضايا الصحية لدى المواطنين الأردنيين استهدفت دراسة **ريم إبراهيم الخوالدة (٢٠١٩)** [١١] مسح آراء على عينة من المتابعين للبرامج الصحية في التليفزيون الأردني (برنامج الأطباء السبعة)، وبلغت (٣٥٠) شخص من سكان مدينة عمان اختبرت بطريقة العينة المتاحة. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى ضعف نسبة متابعة البرامج الصحية التي يقدمها التليفزيون الأردني بشكل عام وبرنامج الأطباء السبعة بشكل خاص. كما أظهرت الدراسة أن الجمهور الأردني يتابع البرامج الصحية مع الأسرة وداخل المنزل، وأن الجمهور يستفيد من المعلومات الصحية التي تبث عبر البرامج الصحي، **وقد استهدفت دراسة (تقوى آدم حسن ادم ومعاوية مصطفى بابكر، ٢٠١٩)**[١٢] معرفة الدور الاتصالي للعلاقات العامة في تعزيز برامج التوعية الصحية، وذلك للتعرف على الدور الذي تؤديه إدارة تعزيز الصحة في التوعية الصحية بولاية القضارف. وتم توظيف المنهج الوصفي التحليلي، وأدوات الاستبيان والمقابلة والملاحظة. وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى أن برامج التوعية الصحية أسهمت في تغيير نمط سلوك المتلقي إلى سلوك صحي سليم، وأن المحطات الإذاعية من أكثر الوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة لتنفيذ البرامج الصحية بنسبة بلغت ٩٦%. وأن أكثر الرسائل الصحية التي يستقبلها المجتمع هي الرسائل الصحية المتعلقة بصحة البيئة. بينما استهدفت **دراسة مي عبد الواحد الخاجة (٢٠١٨)**[١٣] البحث في دور الإعلام الصحي في زيادة وعي الجمهور بالمسألة الصحية، والتأثير في سلوكياته، ودحض المفاهيم الخاطئة، وذلك من خلال التعرف على الملامح الرئيسة للإعلام الصحي الجيد بالإمارات من وجهة نظر الأكاديميين والأطباء.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

وتوصلت الدراسة في نتائجها إلى وجود اتفاق بين المبحوثين على وجوب التركيز على أمراض منتشرة في الإمارات، وأهمية الوقاية منها بنشر الوعي، ودفع الأفراد إلى اتخاذ السلوك الصحي الجيد بالاستعانة بوسائل الاتصال المختلفة، وأن تتبع موضوعات البرامج الصحية والحملات الإعلامية من المجتمع الإماراتي. أيضاً تناولت دراسة **عزام علي عنانزة ومريم عدنان على، (٢٠١٨)**[١٤] دور قنوات أبو ظبي التليفزيونية في نشر الوعي الصحي للمرأة، والكشف عن الأدوار الإيجابية والسلبية لبرامج التثقيف الصحي التي يقدمها تلفزيون أبو ظبي، وتحديد التأثيرات المتحققة لدى عينة الدراسة على المستوى المعرفي والوجداني والسلوكي نتيجة متابعة هذه البرامج، بالتطبيق على (٤٠٠) امرأة. وأثبتت النتائج أن (٩١%) من عينة الدراسة يشاهدن البرامج الصحية في تلفزيون أبو ظبي، حيث تصدر تلفزيون أبو ظبي المرتبة الأولى بوصفه مصدرًا للتثقيف الصحي بين القنوات الفضائية ووسائل الإعلام الأخرى لدى النسبة الأكبر من مفردات العينة، كما أن (١٩%) من مفردات العينة يفضلن موضوع صحة الأم والطفل على الموضوعات الصحية الأخرى، وقد احتلت التأثيرات السلوكية المرتبة الأولى بين التأثيرات المتحققة لدى العينة نتيجة الاعتماد على تلفزيون أبو ظبي في التثقيف الصحي، واعتبرت نسبة (٧٧ %) من العينة أن تلفزيون أبو ظبي يتمتع بدور إيجابي في عملية التثقيف الصحي للمرأة الإماراتية، بينما استهدفت دراسة بلبليدية فتيحة نور الهدى (٢٠١٨)[١٥] البحث في دور وسائل الإعلام المحلية في التثقيف والوعي الصحي. وأكدت في نتائجها تزايد دور وسائل الإعلام في العصر الحديث تزايدًا كبيرًا، حيث تتمتع أنواعها المتعددة بدور واضح وملموس في حياة الأفراد، خاصة الإذاعة المحلية من خلال تنمية مستوى الوعي لديهم وزيادة معلوماتهم وتطلعاتهم سواء كان هذا التأثير سلبًا أو إيجابًا، وهذا يعين أننا نتوقع منها دورًا ملموسًا في مجال التوعية والتثقيف والارتقاء بفكر الجمهور ووعيه الثقافي والاجتماعي والصحي، كما تناولت دراسة **عبد الخالق إبراهيم (٢٠١٧)**[١٦] التعرف على كيفية معالجة مواقع الصحف المصرية الإلكترونية لأزمة فيروس سي من حيث الشكل والمضمون في إطار نظرية تحليل الأطر الإعلامية، وأهم مراحل إدارة الأزمة صحفيًا، وعناصر الإبراز والمصادر. وأكدت الدراسة في أهم نتائجها أن الصحف المصرية الإلكترونية جاءت في الترتيب الأول في أهداف المعالجة للموضوعات المثارة المقدمة لأزمة فيروس سى، إذ جاءت بنسبة (٨٧.٤٠%)، تليها الصحف المصرية الورقية بنسبة (١٢.٦٠%). كما حرصت تلك المواقع على مساعدة القارئ بإمداده بالمعلومات لتشكيل

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

الخلفية الملائمة لأي قرار، فضلاً عن تنوع وتعدد الأطر الإعلامية التي قدمت من خلالها صحف الدراسة لأزمة فيروس سي. وهدفت **دراسة نورة حمدي محمد أبو سنة (٢٠١٥)**[١٧] إلى التعرف على العلاقة بين مستوى المعرفة بمرض كورونا لدى الجمهور السعودي وتعرضه للصحف الورقية والإلكترونية، ودرجة الاختلافات المعرفية لدى فئات هذا الجمهور طبقًا للمتغيرات الديموغرافية المختلفة، وهي دراسة ميدانية في ضوء نظرية فجوة المعرفة تمت بالتطبيق على عينة عشوائية غير منتظمة بواقع ٢٠٠ مفردة ١٠٠ من الذكور و١٠٠ من الإناث من الجمهور السعودي المراجعين للمراكز الصحية بمدينتي الطائف والباحة بالسعودية في أثناء شهري أغسطس – سبتمبر ٢٠١٥م. وتوصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى قوة العلاقة بين مستوى المعرفة بمرض كورونا لدى الجمهور السعودي وتعرضه للصحف الورقية والإلكترونية، **وأخيرا جاءت دراسة جيان، ماك (٢٠١٥)**[١٨] للتعرف على مواقع التوعية الصحية الوقائية الإلكترونية الأكثر تأثيرًا في اتجاهات الشباب نحو إدمان المخدرات متضمنة السجائر والكحول والكوكايين والماريجونا. وتم إختيار الإنترنت كوسيلة لتوعية الشباب لجذب أكبر عدد ممكن منهم، حيث أنه أكثر الوسائل الإعلامية تأثيرًا في الشباب. واعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون لتحليل مضمون ٩٤ صفحة إلكترونية تهتم بتوعية الشباب بمخاطر الصحية لإدمان المخدرات على أربعة محركات إلكترونية في الولايات المتحدة الأمريكية وهي (جوجل، ياهو، بينج، إم إس إن). وتوصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى أن أكثر الأدوات التي تسهم في جذب انتباه الجمهور وتفاعلهم مع المواقع الإلكترونية لحملات التوعية الصحية الوقائية تتمثل في ترتيب الموقع وعدد الزوار التي تدخل إلى هذه المواقع كل يوم، بالإضافة إلى عدد المواقع الخارجية التي تدخل إلى هذه المواقع، فضلاً عن وجود ارتباط إحصائي بين تفاعل ودخول الشباب لمواقع التوعية الصحية الإلكترونية بمخاطر المخدرات واتجاهاتهم الإيجابية نحو تلك المواقع ونواياهم لزيارة هذه المواقع مرة أخرى.

التعليق على الدراسات السابقة:

- تباينت أهداف الدراسات السابقة ما بين رصد سمات الخطاب الإعلامي المستخدم لمواجهة تداعيات فيروس كورونا المستجد، وهدفت بعضها للتعرف على دور الإعلام سواء التقليدي والحديث في التعريف بالفيروس، واهتمت بعض الدراسات بالتعرف على وسائل الإعلام وفي تثقيف الجمهور من الناحية الصحية وخاصة في

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

أوقات الأزمات الصحية واستهدفت بعضها التعرف على دور مواقع التواصل في التعريف بالأزمة وسبل الوقاية منها.

- جاءت معظم الدراسات التي أجريت في هذا الصدد ميدانية، حيث تم تطبيقها على عينات من الجمهور سواء العام أو بالتركيز على فئات محددة مثل الشباب أو المرأة، كما تطرقت بعض الدراسات لتحليل مضامين وسائل الإعلام التي تم نشرها عن كورونا، وتتفق هذه الدراسة مع الدراسات الميدانية حيث تم تطبيق الدراسة على مجموعة من المبحوثين لتحديد اتجاهاتهم نحو دور الشبكات الاجتماعية في إدارة أزمة كورونا.
- أشارت معظم الدراسات التي طُبقت على مواقع التواصل الاجتماعي بهدف التعرف على دورها في إمداد الجمهور بالمعلومات اللأزمة عند الأزمات أنها تعد من الوسائل الفعالة التي تقوم بدور محوري خاصةً في أوقات الأزمات ويعتمد عليها معظم الجمهور للتعرف على المعلومات عن ال أحداث الجارية، لذا تقوم معظم الحكومات والأفراد بالتواصل مع الجمهور من خلال هذه المواقع لضمان وصول الأخبار والمعلومات على نطاق واسع مستفيدين بذلك من إمكانات الانتشار السريع على نطاقات كبيرة.
- جاء منهج المسح المنهج الأكثر استخدامًا في الدراسات السابقة كما اعتمدت بعض الدراسات فيما ندر على استخدام منهج دراسة الحالة، أو التجريبي، وأحيانًا تحليل الخطاب.

أوجة الاستفادة من الدراسات السابقة:

- الاستعانة بها في تحديد المشكلة البحثية تحديداً دقيقاً.
- التعرف على أفضل المداخل النظرية التي يمكن الاستعانة بها في الدراسة الحالية.
- تحديد الخطوات المنهجية للدراسة من حيث المنهج المستخدم وتحديد عينة الدراسة.
- مثلثت الدراسات السابقة رصيدًا علمياً استمدت منه الباحثة شطرًا كبيرًا من الإطار المعرفي للدراسة.
- الاستفادة منها في تصميم أداة الدراسة وتطبيقها والمقارنة بين نتائج هذه الدراسات مع الدراسة الحالية للتعرف على أوجه الاتفاق والاختلاف بينها.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

الإطار النظري للدراسة: نظرية الحتمية التكنولوجية Technological Determinism

تطورت نظرية الاتصال عن بعد وأصبحث من أهم الظواهر في مجال إدارة المجتمعات، وما زاد من فاعليتها المزج الحادث بين الكمبيوتر والأدوات الاتصالية الحديثة، الأمر الذي أدى إلى ظهور تقنيات الاتصال الرقمي، التي أنتجت شبكات التواصل الاجتماعي، ومن ثم ظهور نمط اتصالي جديد يختلف في سماته وخصائصه وتبعاته عن وسائل الاتصال الأخرى. كما أدى المزج بين تقنيات النص والصورة والفيديو إلى زيادة قوة المعلومة وزيادة قدراتها التأثيرية.[١٩]

نشأة النظرية:

قام المفكر الكندي "مارشال ماكلوهان" McLuhan 1967 بتقديم هذه النظرية وتطويرها وفق أفكار المنظر الاقتصادي والمؤرخ هارولد انيس. وترى هذه النظرية أن تأثيرات التطور التكنولوجي ستؤدي إلى تغيير الأوضاع الاجتماعية في المستقبل، وذلك من خلال حدوث طفرة تكنولوجية هائلة في علم الاتصال، وسيؤدي هذا التطور إلى تغيير بنية المجتمع وأساليب التواصل بداخله.[٢٠]

يرى مارشال ماكلوهان عدم إمكانية الفصل بين مضمون وسائل الإعلام تكنولوجية الوسائل الإعلامية، نظرًا للتأثير الناتج عن أساليب عرض المؤسسات الإعلامية لموضوعاتها وخصائص الجمهور الذي يتلقى الرسالة، كما يعتبر أن خصائص وسائل الإعلام تشكل المجتمعات بشكل يفوق مضمون الاتصال.[٢١]

مفهوم الحتمية Determinism:

هي تأثير الأساليب التي يتم من خلالها عرض الموضوعات من جانب وسائل الإعلام وكذلك الجمهور المستهدف منها على مضمون الرسالة[٢٢]، ويتفق مع ذلك راو Rao الذي يرى أن وسائل الإعلام تعتبر عاملًا ميسرًا للانتقال السهل من الطرق التقليدية إلى الطرق العصرية في الحياة، كما أوضح "شرام" أن وسائل الإعلام تشارك في كل تغيير اجتماعي.[٢٣]

أكدت chandler أن كل ما يطرحه ماكلوهان Mcluhan من نظريات تتصل بحركة الاتصال في المجتمع مردها الرئيسي إلى رؤيته القائمة على "حتمية التكنولوجيا"،

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

حيث إنه بما أن الاتصال في المجتمع قائم على وسائط تكنولوجية، فإن هناك حتمية للتطور في الاتصال عبر العالم مقارنة بالحتمية التكنولوجية على نحو مباشر [٢٤].

أشارت دراسة Monica Salazar Acosta and Adam Holbrook (2008)[٢٥] إلى أن فكرة الحتمية التكنولوجية تقوم على أن التطور التكنولوجي حتمي لا مفر منه في أي مجتمع، والتغييرات التكنولوجية هي نتاج لعوامل اجتماعية واقتصادية وثقافية وسياسية متنوعة ومعقدة، كما أن الأفراد والنظم الاجتماعية يتكيفون مع التقدم التكنولوجي والاستفادة منه في كل مرحلة، وكذا تدعيم قوة العمل وتقسيمه بين المهرة وغير المهرة من خلال قدرتهم على التعامل مع التكنولوجيا الحديثة.

يمكن تحديد مضمون الفكر الحتمي أو البيئي عند راتزل في ضوء قيام الإنسان بالعيش في بيئة تؤثر فيه تأثيرًا كبيرًا، مما يتوجب عليه أن يتكيف مع هذه البيئة من خلال توظيف الموارد المتاحة أمامه والاستجابة لها بشكل إيجابي.[٢٦]

لخص الباحثون لنظرية الحتمية التكنولوجية تصورهم عن آلية التغيير المجتمعي في ثلاثية: [٢٧]

١- على العلم أن يكتشف.

٢- على التكنولوجيا أن تطبق.

٣- على الإنسان أن يتكيف.

٤- أضاف علماء آخرون عنصرًا رابعًا "على البيئة أن ترضخ".

أشارت النظرية إلى أن الاتصال الوطني وثقافات الأفراد وممارسات عملهم يتم تعديلها لتتناسب حتمًا مع التقنيات والتطورات التكنولوجية التي تؤثر على حياتهم وكذا ممارساتهم للأعمال التي يكلفون بها. وتقترح تلك النظرية أن تكنولوجيا الإعلام تحدد كيف أن القائمين بالاتصال بصفة عامة والمصورين على وجه التحديد يفكرون ويشعرون ويعملون في ظل حركة المجتمع وما يقدمه من تطورات تكنولوجية؟ وكيف يتعاملون مع عصر تكنولوجي لآخر؟ كما أن الصحفيين يتكيفون مع التكنولوجيات الجديدة حتى يتمكنوا من إرسال واستقبال منتجاتهم من صور فوتوغرافية أو نصوص إلى الصحف التي يعملون بها وتبادلها مع الآخرين، وفي الأساس فإن هذه النظرية تفترض أن التكنولوجيا

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

في تطور مستمر لا يمكن وقفها، وبات التقدم أمرًا لا مفر منه، وبعد ظهور الكاميرات الرقمية أدت لدعم موقف الحتمية [٢٨].

تعتبر هذه النظرية إحدى النظريات الحديثة التي اهتمت بتأثير الإعلام على المجتمعات المختلفة، حيث تقترح أن يتم النظر لوسائل الإعلام على أنها امتداد للإنسان، في حين يتم النظر للتقنيات الإعلامية باعتبارها امتدادًا لحواس الإنسان. [٢٩]

ترى النظرية أن التكنولوجيا الجديدة New technology هي العامل الرئيسي المسئول عما تشهده المنظومة الاجتماعية من تغيرات اجتماعية وتاريخية، وكذلك التأثيرات النفسية والاجتماعية الكامنة والعميقة لمستخدمي الأدوات التكنولوجية بانتظام. [٣٠]

يرى "ماكلوهان" أنه يمكن تحديد وتوصيف طبيعة المجتمع وأساليب معالجة مشاكله من خلال وسائل الإعلام التي يستخدمها أو يُجبر على استخدامها. وتقوم وسائل الإعلام بتشكيل الفكر ومنه السلوك عبر الانتقال من عصر تكنولوجى لآخر، فمثلًا يُعد اعتماد الصحفي بشكل كبير على الإنترنت ظاهرة وطنية. حيث تؤثر العملية الصحفية كوسيط إعلامي بما يسمى بالحوسبة أو الرقمنة في القرن ٢١[٣١]. وبالتالي ترى الحتمية التكنولوجية أن التكنولوجيا تعتبر تنمية خارجية ومستقلة تُفرض على العلاقات الاجتماعية والمنظمات[٣٢]، حيث تعامل التكنولوجيا على أنها شيء معطي، ومن المفترض أنها توفر وسيلة فعالة وموثوق بها للتغيير الاجتماعي والتنظيمي، حيث ينظر إلى تأثير التكنولوجيا في اتجاه واحد فقط منها للفرد وأن الذي يحدد نمط التأثير هو خصائص التكنولوجيا ذاتها. [٣٣]

- فرضيات نظرية مارشال ماكلوهان (الحتمية التكنولوجية):

أولاً: وسائل الاتصال تعد امتدادًا لحواس الإنسان

يرى "مارشال مكلوهان" أن التكيف والانسجام الذي يحدث للإنسان مع ظروف بيئته في كل عصر يتم بواسطة استخدام حواس معينة تتعلق بنوع الوسيلة المستخدمة، وبذلك تؤثر اساليب عرض الموضوعات من خلال وسائل الإعلام، وخصائص الجمهور المستهدف على المحتوى المقدم ونوعية الوسائل المستخدمة في المجتمع في كل فترة زمنية. وبذلك تنقسم مراحل تطور الاتصال إلى أربعة مراحل؛ تبدأ **بالمرحلة الشفوية** التي تقوم على التواصل بشكل منطوق، حيث ترتبط بالمرحلة البدائية من تاريخ تطور

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

البشرية، **ثم مرحلة كتابة النسخ** التي ظهرت بعد هومر في اليونان القديمة وظلت لمدة 2000 عام. يلي ذلك مرحلة **عصر الطباعة**: (1500 - 1900م) التي شهدت الطباعة على الورق باختلاف أنواعه. **وأخيرًا عصر وسائل الإعلام الإلكترونية** الذي بدأ منذ سنة 1900م حتى الآن.[٣٤]

يضيف بعض الباحثين أن مرحلة الإعلام الجديد ليست سوى مرحلة انتقالية على غرار المراحل السابقة، التي تميزت كل واحدة منها بظهور وسيلة اتصالية وسيطرتها.[٣٥]

ثانيًا: الوسيلة هي الرسالة

تعد الوسيلة هي الرسالة، لأن المحتوى الذي تقدمه وسيلة ما يعد باستمرار وسيلة أخرى، تتمتع بتأثيراتها الوجدانية والمعرفية على الأفراد[٣٦]. وقد أشار سيلوين (٢٠١٢) إلى تأثير الحتمية التكنولوجية في استخدام وسائل الإعلام في مجال التعليم بأن "طريقة التفكير الحتمية تدعم مجموعة من الافتراضات النظرية بأن ألعاب الفيديو تسبب سلوكًا عنيفًا، أو أن التعليم عبر الإنترنت يعزز التعلم".[٣٧]

ثالثًا: الوسائل الساخنة والوسائل الباردة

يعد التلفزيون وسيلة باردة، في حين تعد الصحافة وسيلة ساخنة، ويمكن تفسير ذلك في ضوء درجة اشتراك الحواس في استخدام الإنسان لكل منها، وبذلك يتضح أن درجة حرارة الوسيلة هي المسئولة عن تأثيرها على المجتمع.[٣٨]

أبرز المفاهيم التي أثارتها نظرية الحتمية التكنولوجية "القرية العالمية":

هناك علاقة بين مفهوم القرية العالمية وتوقيت النشر أو البث للمعلومات، وبالتطبيق على المجال الصحفي، فإن الأخبار تُبث على مدار الـ ٢٤ ساعة، وترى الأخبار في ظل الصحافة التقليدية أن قيمة معلومة الخبر حول سرعة الإعلان عن ال أحداث الجارية التي تحدث أو التي وقعت للتو، أما مع تكنولوجيا الإعلام الجديد، فقيمة معلومة الخبر هو فورية توقع الجمهور في كل دقيقة للحدث وتداعياته.[٣٩]

تكشف نتائج الدراسات السابقة حول العلاقة بين الصحافة والإنترنت، أنها "تتصف بالتوتر بين الخاصية والمشتركة، العالم المشترك والمقسم، والجهود المبذولة للدفاع عن الحدود الثقافية، وفي الوقت نفسه، الجهود الرامية إلى طمسها"، وبعبارة أخرى، فإن العالم

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

يتكون من القواسم المشتركة السياسية والاقتصادية والثقافية والخصائص التي تتشكل في المفاصل المتبادلة بين العالمية والمحلية.(٤٠)

رغم أن بعض الباحثين يرون أن اعتبار القرية العالمية والحتمية التكنولوجية نوعًا من الـ **"كليشية"**•، فإن وسائط التواصل الاجتماعية مكنت المجتمعات من الاشتراك في الاتصال ونشر المضامين والتفاعل مع التغلب على العوائق الجغرافية.(٤١)

مدى الاستفادة من النظرية :

يمكن توظيف نظرية الحتمية التكنولوجية في الدراسة الحالية، حيث إن شبكات التواصل الاجتماعي كانت في البداية أسلوبًا للترفية والتسلية، لكنها أثبتت نجاحًا في التعامل مع أزمة فيروس كورونا، وذلك من خلال مساعدة المستخدمين لها على جمع المعلومات اللازمة وحمايتهم من المعلومات الكاذبة وتفنيد الشائعات، وتنبيههم إلى أهمية التحقق من صدق المعلومات المنشورة ومصادرها.

تساؤلات الدراسة:

١) ما أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي تجذب الجمهور لمتابعة أخبار أزمة جائحة كورونا؟

٢) ما الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في أثناء أزمة جائحة كورونا كي تكون جانبًا مؤثرًا وفعالاً على الجمهور المصري المتبع لها؟

٣) ما أهم أساليب التأثير التي تسهم في دعم التفاعل على شبكات التواصل الاجتماعي في أثناء أزمة جائحة كورونا للجمهور المصري المتابع لها؟

٤) ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في إدارة أزمة جائحة كورونا باستخدام الأساليب التكنولوجية الحديثة وتأثيرها على الجمهور المصري المتابع لها؟

٥) كيف يمكن للجمهور المصري البحث عن المعلومات الصحية لجائحة كورونا على شبكات التواصل الاجتماعي؟

٦) ما أساليب البحث عن المعلومات الصحية والوقائية لأزمة جائحة كورونا على شبكات التواصل الاجتماعي؟

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

٧) ما أهمية الاستخدام المتعدد لشبكات التواصل الاجتماعي، مثل الفيس بوك والإنستجرام واليوتيوب وتويتر، للبحث عن المعلومات الصحية والوقائية لأزمة جائحة كورونا وتأثيرها على الجمهور المصري المتابع لها؟

فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى قيام المبحوثين باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في أثناء جائحة كورونا ومستوى ثقتهم في مواقع التواصل الاجتماعى لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بالأزمة

الفرض الثاني: يوجد ارتباط إحصائي بين مدى استفادة المبحوثين من قراءة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة رضاهم عما يقرأونه على مواقع التواصل الاجتماعي عن زيادة الوعي الصحي لإدارة الأزمة.

الفرض الثالث: توجد علاقة إحصائية بين دوافع اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا ورأيهم في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الأخبار التي تتعلق بزيادة الوعي الصحي المتعلق بالأزمة بشكل جيد.

الفرض الرابع: يوجد ارتباط ذو دلالة إحصائية بين رؤية المبحوثين حول دور المعلومات الصحية المتعلقة بأخبار أزمة كورونا "كوفيد ١٩" التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير السلبيات الصحية في إدارة الأزمة ودوافع اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية بين درجة ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعى لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩" ومدي تفاعلهم مع الآخرين حول المعلومات الصحية لأزمة كورونا التي يشاركون في مناقشتها داخل صفحات مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض السادس: توجد فروق إحصائية بين مستوى ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعى لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩" والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في النوع – السن – المستوى التعليمي – الدخل الشهري للأسرة.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة:

تُعد هذه الدراسة من نوعية البحوث أو الدراسات الوصفية التي تستهدف جمع المعلومات اللازمة لوصف أبعاد ومتغيرات الظاهرة مما يمكن من تحليلها في الظروف التي تتواجد عليها[٤٢]، فضلًا عن أن هذه النوعية من البحوث تعتمد على تساؤلات وفروض معدة مسبقًا خاصة في ظل اعتمادها على إطار نظري، وتحديد مستوى الارتباط بين متغيرات الدراسة[٤٣]، بالإضافة لاختبار تأثير متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة والوسيطة، وتوصيف المعلومات المجموعة من خلال صحيفة الاستقصاء وتحليلها وتفسيرها واستخلاص المعلومات والنتائج والدلالات منها، [٤٤] وهنا تستهدف الدراسة التعرف على دور الشبكات الاجتماعية في إدارة أزمة كورونا وتأثيرها على الجمهور.

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح Survey والذي يُمثل الطريقة أو الأسلوب الذي يسمح بالتعرف على درجة وقوة العلاقات بين متغيرات الدراسة ومستويات التأثير بين هذه المتغيرات، وهو ما يعين في الوصول لفهمٍ دقيق لمتغيرات الدراسة المستقلة والتابعة والوسيطة[٤٥] ويستهدف منهج المسح الوقوف بدقة على دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة أزمة كورونا وتأثيراتها على المجتمع.

مجتمع وعينة الدراسة:

اعتمدت الباحثة علي المسح بأسلوب العينة لأنه يصعب التعامل مع كافة مفردات مجتمع الدراسة وذلك بالتطبيق على ٤٠٠ مفردة من الجمهور وكانت كما يلي:

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

جدول رقم (١)

خصائص عينة الدراسة

البيانات الشخصية		الذكور		الإناث		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
النوع		٢٠٠	٥٠	٢٠٠	٥٠	٤٠٠	١٠٠
السن	من ١٨ لأقل من ٢٥ سنة	٢٤	١٢	٣٦	١٨	٦٠	١٥
	من ٢٥ إلى ٣٥ سنة	٣٩	١٩.٥	٧٤	٣٧	١١٣	٢٨.٣
	من ٣٦ إلى ٥٠ سنة	٧٢	٣٦	٣٩	١٩.٥	١١١	٢٧.٨
	من ٥٠ فأكثر	٦٥	٣٢.٥	٥١	٢٥.٥	١١٦	٢٩
	الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠
المستوى التعليمي	مؤهل متوسط	٧	٣.٥	٤	٢	١١	٢.٨
	مؤهل عال	١٠٨	٥٤	٧١	٣٥.٥	١٧٩	٤٤.٨
	مؤهل فوق جامعي	٨٥	٤٢.٥	١٢٥	٦٢.٥	٢١٠	٥٢.٥
	الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠
الدخل الشهري لك	اقل من ٣٠٠٠ جنية	٧٣	٣٦.٥	٩٥	٤٧.٥	١٦٨	٤٢
	من ٣٠٠٠ الي ٧٠٠٠ جنية	٨٤	٤٢	٨١	٤٠.٥	١٦٥	٤١.٣
	من ٧٠٠٠ الي ١٠٠٠٠ جنية	٢١	١٠.٥	١٧	٨.٥	٣٨	٩.٥
	اكثر من ١٠٠٠٠ جنية	٢٢	١١	٧	٣.٥	٢٩	٧.٣
	الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠

توضح بيانات الجدول السابق الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة؛ ويمكن توضيح ذلك على النحو التالي:

- حول النوع، بلغت نسبة الإناث (٥٠%)، ونسبة الذكور (٥٠%).
- حول السن، بلغت نسبة من تزيد أعمارهم عن ٥٠ عامًا (٢٩%)، منهم (٣٢.٥%) للذكور، و(٢٥.٥%) للإناث. وبلغت نسبة من تتراوح أعمارهم بين "٢٥ و٣٥ عامًا" (٢٨.٣%)، منهم (١٩.٥%) للذكور، و(٣٧%) للإناث. وأخيرًا، تأتي نسبة من تتراوح أعمارهم بين "١٨ و٢٥ عامًا" (١٥%)، منهم (١٢%) للذكور، و(١٨%) للإناث.
- بالنسبة للمستوى التعليمي، بلغت نسبة الحاصلين على "مؤهل فوق جامعي" (٥٢.٥%)، منهم (٤٢.٥%) للذكور، و(٦٢.٥%) للإناث. ثم تأتي نسبة الحاصلين

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

على "مؤهل جامعي" (٤٤.٨%)، منهم (٥٤%) للذكور، و(٣٥.٥%) للإناث. وفي المرتبة الأخيرة، تأتي نسبة الحاصلين على "مؤهل متوسط" بنسبة (٢.٨%)، بنسبة (٣.٥%) للذكور، و(٢%) للإناث.

- فيما يتعلق بالدخل الشهري للمبحوثين، بلغت نسبة من يقل دخلهم الشهري عن "٣٠٠٠ جنيه" (٤٢%)، بنسبة (٣٦.٥%) للذكور، و(٤٧.٥%) للإناث. وبلغت نسبة يتراوح دخلهم الشهري بين "٣٠٠٠ و٧٠٠٠ جنيه" (٤١.٣%)، منهم (٤٢%) للذكور، و(٤٠.٥%) للإناث. وأخيرًا، تأتي نسبة من يزيد دخلهم عن "١٠٠٠٠ جنيه" (٧.٣%)، بنسبة (١١%) للذكور، و(٣.٥%) للإناث.

أدوات جمع البيانات

تتحدد أدوات جمع البيانات، التي اعتمدت عليها الدراسة محل البحث، في استمارة الاستبيان، حيث قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان حرصت من خلالها على تحقيق كافة أهداف الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها، والتحقق من فروضها، وذلك من خلال عدد من الأسئلة المفتوحة والأسئلة المغلقة والمقاييس المختلفة.

اختبارا الصدق والثبات:

تم اختبار صلاحية استمارة الاستبيان في جمع البيانات من خلال إجراء اختباري الصدق والثبات لها، وذلك على النحو التالى:

اختبار الصدق (Validity):

يعني الصدق الظاهري صدق المقياس الذي تم استخدامه في الدراسة ومدى دقته في قياس المتغير النظري أو المفهوم الذي تستهدف الدراسة إجراء القياس عليه. وللتحقق من صدق المقياس المستخدم في البحث، تم القيام بعرض البيانات (صحيفة الاستبيان) على عدد من الأساتذة المتخصصين[٤٦] في مناهج البحث والإعلام والإحصاء.

اختبار الثبات (Reliability):

يُقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين عند استخدامهم لنفس الأسس والأساليب بالتطبيق على نفس المادة الإعلامية، أي محاولة الباحثة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدى لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وهو ما تم على النحو التالى:

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

قامت الباحثة بتطبيق اختبار الثبات على عينة من مفردات الدراسة تصل إلى ١٠% بعد تحكيم صحيفة الاستبيان، ثم أعادت تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة ٥% من المبحوثين بعد إسبوعين من الاختبار الأول، والذى وصل إلي ٩٤.٦%، مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحياتها للتطبيق وتعميم النتائج.

التحليل الإحصائي للبيانات:

قامت الباحثة بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة التحليلية والميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار في قبول النتائج التي خرجت بها الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة تبلغ ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى دلالة ٠.٠٥ فأقل.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

أولاً: المقاييس الوصفية

تتمثل هذه المقاييس فيما يلي: "التكرارات البسيطة والنسب المئوية" و"المتوسط الحسابي" و"الانحراف المعياري، وهو الذي يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي" و"الوزن النسبى الذي يحسب من المعادلة: (المتوسط الحسابي) × ١٠٠ ÷ الدرجة العظمى للعبارة".

ثانيًا: الاختبارات الإحصائية

تتحدد الاختبارات الإحصائية فيما يلي: "اختبار (ت) للمجموعات المستقلة" (Independent-Samples T-Test) و"كا٢ (Chi square) اختبار استقلالية العبارة ويستخدم لدراسة معنوية الفروق بين مجموعات المتغيرات الإسمية" و"تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم "ANOVA".

ثالثًا: معاملات الارتباط Correlation

تتحدد في "معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)"

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

نتائج الدراسة:

١ـ معدل استخدام أفراد العينة للوسائط الاجتماعية في أثناء جائحة كورونا:

جدول رقم (٢)

مدى استخدام مواقع التواصل في أثناء جائحة كورونا

مدى قيام المبحوثين باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في أثناء جائحة كورونا	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائمًا	١٨٦	٩٣	١٨٤	٩٢	٣٧٠	٩٢.٥
أحيانًا	١٤	٧	١٦	٨	٣٠	٧.٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠
"كا٢: ٠.١٤٤ درجة الحرية:١ مستوى المعنوية: ٠.٧٠٤ غير دال"						

تشير البيانات المعروضة أعلاه إلى مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في أثناء جائحة كورونا؛ فذكروا "دائمًا" بنسبة (٩٢.٥%)، منها (٩٣%) للذكور، و(٩٢%) للإناث. يلي ذلك "أحيانًا" بنسبة (٧.٥%)، منها (٧%) للذكور، و(٨%) للإناث.

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول "تبلغ قيمة كا٢ (٠.١٤٤)، عند درجة حرية (١)، ومستوى معنوية (٠.٧٠٤)"، مما يعني أنه لا يوجد فرق بين الذكور والإناث في مدى استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي في أثناء جائحة كورونا.

يتفق مع نتائج هذه الدراسة معظم الدراسات التي تناولت نفس الموضوع، حيث أثبتت جميعها أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تأتي على رأس قائمة الوسائل الإعلامية الأكثر متابعة خاصة في أوقات الأزمات حيث يقضون معظم أوقاتهم خارج المنزل مما يجعلهم دائماً ما يلجأون إلى هذه المواقع من خلال هواتفهم المحمولة، اوفي أوقات الانتظار داخل المؤسسات التعليمية أو في المواصلات أو النوادي وغير ذلك، مما يعنى قلة اعتمادهم على وسائل الإعلام التقليدية كالتلفزيون والراديو والصحف خاصة وأن هذه المواقع قد أتاحت لهم صفحات لكل هذه الوسائل إلكترونياً مما يجعلها الوسائل الأولى لهم من حيث المعرفة والترفيه.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

ومن هذه الدراسات دراسة فاطمة خالد راضي (2020)[٤٧]، Rasha (2020) Samir[٤٨] Mustafa Alalawneh (2020) دراسة محمد صبحي محمد (٢٠٢١)، دراسة نرمين علاء الدين علي Rama Krishna Reddy Kummitha (2020) (2020)، ودراسة Chen Qiang (٢٠٢٠) Carlos Cuello-Garci (2020) وقد توصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد أهم الوسائل الإعلامية وأكثرها استخدامًا، وقد أكدت معظم الدراسات أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت الوسيلة الإعلامية الأولى لمعظم فئات الجمهور سواء من الكبار أو الشباب أو الأطفال، وحتي جمهور المرأة، وأنها قامت بدور فعال خلال أزمة كورونا.

ويلاحظ من ذلك اعتماد الجمهور في جميع الأحوال على الانترنت في كافة المجالات التي تشمل المعرفة والتفسير والترفية وغيره من الدافع حيث يتمتع الإنترنت بعدد من الخصائص التي ميزته عن كافة الوسائل الأخرى سواء المقروءة أو المسموعة أو المرئية.

٢- مدى استفادة المبحوثين من قراءة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٣)

مدى استفادة المبحوثين من قراءة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي

مدى استفادة المبحوثين من قراءة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	١٩٤	٩٧	١٩١	٩٥.٥	٣٨٥	٩٦.٣
لا	٦	٣	٩	٤.٥	١٥	٣.٨
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠
"كا٢: ٠.٦٢٣ درجة الحرية : ١ مستوى المعنوية : ٠.٤٣٠ غير دال"						

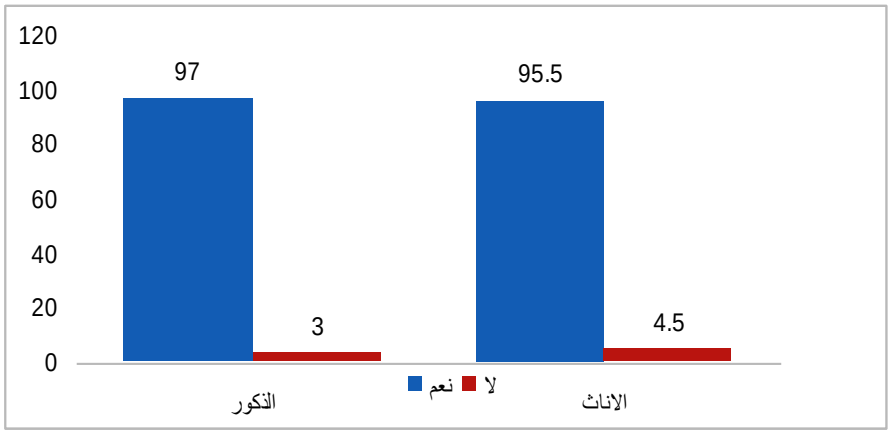
يكشف ما سبق عن مدى استفادة المبحوثين من قراءة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي؛ فذكروا "نعم" بنسبة (96,3%)،

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

منها (97%) للذكور، و(95,5%) للإناث. يلي ذلك "لا" بنسبة (3,8%)، منها (3%) للذكور، و(4,5%) للإناث.

توضح البيانات الواردة بالجدول مدى استفادة عينة الدراسة بكل ما تنشرة مواقع التواصل من معلومات عن أزمة كورونا، وجدير بالذكر أن الباحثة قد لاحظت أن مواقع التواصل الإجتماعي قد قامت بدور فعال في نشر الأخبار والمعلومات وحملات التوعية بين الجمهور أثناء الأزمة، ويظهر ذلك بوضوح من خلال الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية والصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية وكذلك صفحات المؤسسات الصحفية والقنوات الفضائية، وهذا يعد مؤشرًا مهمًا على أهمية هذه الوسائل في إمداد الجمهور بالمعلومات عن الأحداث والقضايا التي يتعرض لها المجتمع، وهو ما يجعل الدوافع معرفية لمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما أشارت إليه نتائج عدد من الدراسات أهمها دراسة يونج جينفر (2012)[٤٩] التي توصلت إلى أن الأمريكيين يقضون وقتا طويلا على الفيسبوك أكثر من أي موقع آخر وأن الدوافع المعرفية (معرفة الأخبار عن القضايا العامة) من أهم دوافع الاستخدام، ودراسة أحمد يونس (2013)[٥٠] حيث جاء فيها أن أهم دوافع المبحوثين لمتابعة القضايا المجتمعية على شبكات التواصل الإجتماعي تتحدد في الحصول على معلومات متنوعة حول القضايا السياسية والاجتماعية والثقافية داخل المجتمع وزيادة معلوماتهم حول القضايا المهمة في المجتمع، كما جاء في نتائج دراسة عبد الكريم صالح (2013)[٥١] أن معرفة الأخبار حول القضايا العامة من أهم الدوافع النفعية وجاءت في مقدمة دوافع استخدام العينة لمواقع التواصل الاجتماعي، كما جاء في دراسة على محمد مثني (2013)[٥٢] أن دافع معرفة ال أحداث والتطورات المحلية والإقليمية والدولية في المرتبة الأولى كما جاء في دراسة إيمان السيد(2015)[٥٣]، دراسة أحمد طه (2016)[٥٤] حيث كانت في مقدمة دوافع متابعة المضامين على مواقع الفيسبوك دوافع معرفة أهم الأخبار عن ال أحداث الجارية، ومتابعة أهم القضايا المطروحة على الساحة، وهو نفس ما جاء في دراسة إيمان رمضان (2016)[٥٥] .

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com



تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول "تبلغ قيمة كا2 (0.623)، عند درجة حرية (١)، ومستوى معنوية (0.430)"، مما يعني عدم وجود اختلاف بين نوعي عينة الدراسة في مدى استفادتهم من قراءة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي.

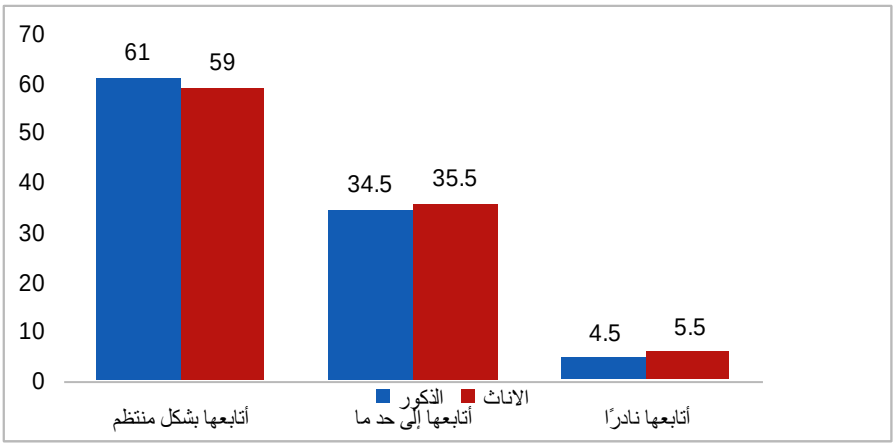
٣- مدى متابعة المبحوثين للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩" عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٤)

مدى متابعة المبحوثين للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩" عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي

مدى متابعة المبحوثين للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩" عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أتابعها بشكل منتظم	١٢٢	٦١	١١٨	٥٩	٢٤٠	٦٠
أتابعها إلى حد ما	٦٩	٣٤.٥	٧١	٣٥.٥	١٤٠	٣٥
أتابعها نادرًا	٩	٤.٥	١١	٥.٥	٢٠	٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠
"كا٢: ٠.٢٩٥ درجة الحرية : ٢ مستوى المعنوية : ٠.٨٦٣ غير دال"						

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com



يوضح ما سبق مدى متابعة المشاركين للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩" عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي؛ فذكروا "أتابعها بشكل منتظم" بنسبة (٦٠%)، منها (٦١%) للذكور، و(٥٩%) للإناث. يلي ذلك "أتابعها إلى حد ما" بنسبة (٣٥%)، منها (٣٤.٥%) للذكور، و(٣٥.٥%) للإناث، وأخيرًا "أتابعها نادرًا" بنسبة (٥%)، منها (٤.٥%) للذكور، و(٥.٥%) للإناث.

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول "تبلغ قيمة كا٢ (٠.٢٩٥)، عند درجة حرية (٢)، ومستوى معنوية (٠.٨٦٣)"، مما يعني أنه لا توجد فروق إحصائية بين الرجال والنساء في مدى متابعتهم للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩" عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

تعد مواقع التواصل الإجتماعي أحد أهم مصادر المعرفة للجمهور حيث يمكن الاعتماد عليها للحصول على المعلومات المختلفة، ويتفق هذا مع دراسة هبة الله سمير (٢٠١٦)[٥٦] التي أشارت أن الحصول على المعلومات المتنوعة عن القضايا الإجتماعية والسياسية والثقافية في مقدمة العبارات التي تعبر عن دوافع العينة لاستخدام الفيسبوك كأحد المواقع الإلكترونية المهمة، يليها عبارة زادت معلوماتي حول القضايا المهمة في المجتمع السعودى، في حين تعارضت تلك النتيجة مع دراسة بندر عبدالعزيز (٢٠١٤)[٥٧]، حيث جاء في نتائجها أن التسلية والترفية في الترتيب الأول من بين الأسباب الخاصة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، ودراسة سعود عيد محمد

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

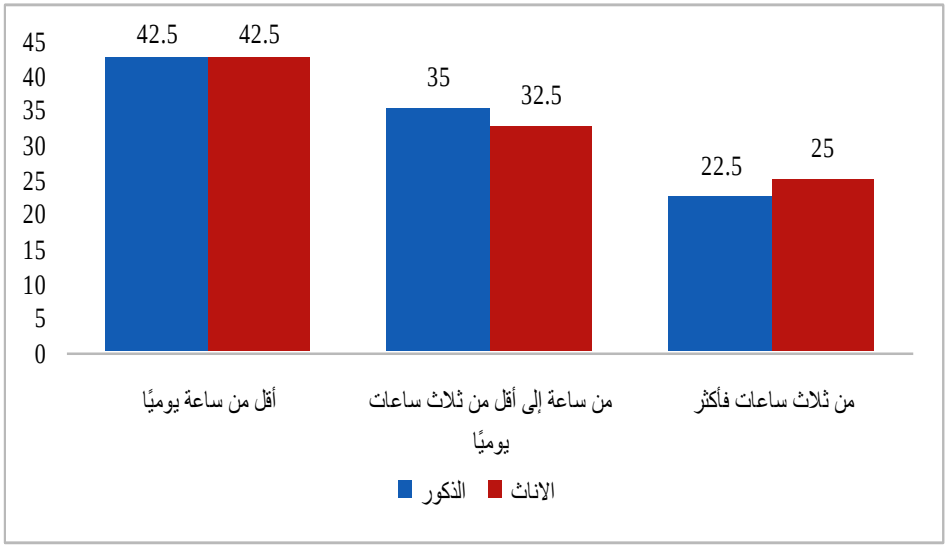
(٢٠١٦)[٥٨] حيث جاء استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي بدافع المتعة والترفيه في الترتيب الأول بالنسبة لدوافع استخدام الفيس بوك.

٤- عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩":

جدول رقم (٥)

عدد الساعات التي يقضيها المستجيبون على مواقع شبكات التواصل في متابعة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩"

الفترة التي يقضيها المبحوثون على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩"	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أقل من ساعة يوميًا	٨٥	٤٢.٥	٨٥	٤٢.٥	١٧٠	٤٢.٥
من ١ – ٣ ساعات يوميًا	٧٠	٣٥	٦٥	٣٢.٥	١٣٥	٣٣.٨
من ٣ ساعات فأكثر	٤٥	٢٢.٥	٥٠	٢٥	٩٢	٢٣.٨
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠
"كا٢: ٠.٤٤٨ درجة الحرية : ٢ مستوى المعنوية : ٠.٧٩٩ غير دال"						



المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

توضح بيانات الجدول السابق الفترة اليومية التي يقضيها المبحوثون على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩"؛ فذكروا "أقل من ساعة يوميًا" بنسبة (٤٢.٥%)، منها (٤٢.٥%) للذكور، و(٤٢.٥%) للإناث. يلي ذلك "من ساعة واحدة إلى أقل من ٣ ساعات كل يوم" بنسبة (٣٣.٨%)، منها (٣٥%) للذكور، و(٣٢.٥%) للإناث. وأخيرًا "من ثلاث ساعات فأكثر" بنسبة (٢٣.٨%)، منها (٢٢.٥%) للذكور، و(٢٥%) للإناث.

تشير النتائج أن عينة الدراسة تقوم بمتابعة المعلومات الطبية في عدد قليل من الساعات أي أنها تبحث فقط عن المعلومات المهمة بشكل سريع، ويرجع ذلك لانشغالهم بأمور دراستهم أو تعليمهم أو أشغالهم التي لا تتيح لهم إمكانية المكوث على مواقع التواصل للتعرف على آخر الأخبار الخاصة بفيروس كورونا لفترات طويلة، ويمكن أن يرجع ذلك أيضاً إلى أنهم يلجأون لمعرفة أبرز الأخبار والمعلومات المهمة اليومية نتيجة لتعرضهم اليومي، وبالتالي لا يحتاجون إلى أوقات طويلة للتعرف على تلك المعومات، وتختلف المعومات الصحية عن غيرها من المعومات كالسياسية أو الترفيهية التي تحتاج إلى أطول للتعرف عليها وهذا ما أكدته معظم نتائج الدراسات السابقة، منها ما توصلت إليه دراسة أسماء سعيد (2015)[٥٩]، حيث كان أفراد العينة يقضون ثلاث ساعات فأكثر في استخدام الوشائط الاجتماعية بنسبة 39.7% في المرتبة الأولى، وكذلك دراسة محمد فتحي (2015)[٦٠]، حيث جاء فيها أن ثلث العينة تقريباً تقضي مدة ثلاث ساعات فأكثر في الزيارة الواحدة لمواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 34.5%، كما تختلف هذه النتيجة مع ما جاء في دراسة عمرو محمد أسعد (2011)[٦١]، حيث يستخدم طلبة الجامعات في العينة الخاصة به لمواقع التواصل الاجتماعي من 1-3 ساعات في المرتبة الأولى، ودراسة أسامة محمد (2013)[٦٢] حيث جاء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من 1-3 ثلاث ساعات في المرتبة الأولى بنسبة 28.75%، وكذلك دراسة هشام سعيد (2015)[٦٣] حيث كان المبحوثون من الأبناء يستخدمو الشبكات الاجتماعية لـ3 ساعات كل يوم، وأيضاً دراسة هبة الله سمير(2016)[٦٤] حيث إن عدد الساعات التي يقضيها المبحوثون أمام الشبكات الاجتماعية في اليوم جاء في المقدمة (من ساعة إلى ثلاث ساعات).

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول "تبلغ قيمة كا٢ (٠.٤٤٨)، عند درجة حرية (٢)، ومستوى معنوية (٠.٧٩٩)"، مما يعني عدم وجود اختلافات

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

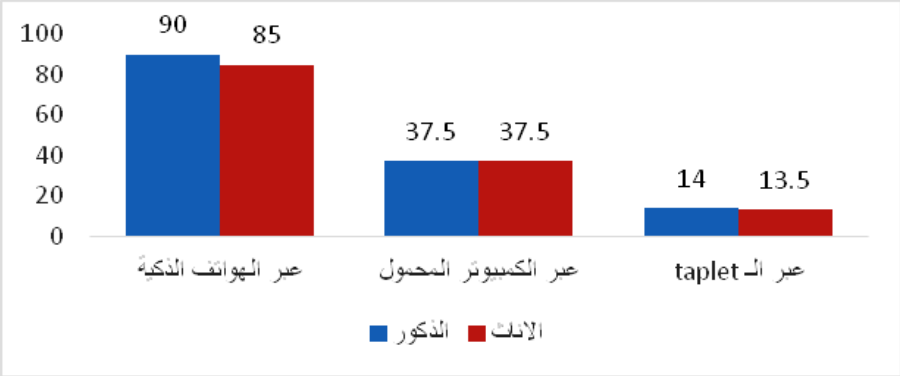
إحصائية بين الذكور والإناث في الفترة اليومية التي يقضونها في استخدام الوسائط الاجتماعية في متابعة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩".

٥- الوسيط التكنولوجي الذي يتابع المبحوثون عبره مواقع شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩":

جدول رقم (٦)

الوسيط التكنولوجي الذي يتابع المبحوثون عبره مواقع شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩"

الوسيط التكنولوجي الذي يتابع المبحوثون عبره مواقع شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩"	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
عبر الهواتف الذكية	١٨٠	٩٠	١٧٠	٨٥	٣٥٠	٨٧.٥
عبر الكمبيوتر المحمول	٧٥	٣٧.٥	٧٥	٣٧.٥	١٥٠	٣٧.٥
عبر الـ taplet	٢٨	١٤	٢٧	١٣.٥	٥٥	١٣.٨
الإجمالي	٢٠٠		٢٠٠		٤٠٠	



توضح بيانات الجدول السابق الوسيط التكنولوجي الذي يتابع المبحوثون عبره مواقع شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩"؛ فذكروا في المقدمة "عبر الهواتف الذكية" بنسبة (٨٧.٥%)، منها (٩٠%) للذكور، و(٨٥%) للإناث. يلي ذلك "عبر الكمبيوتر المحمول" بنسبة

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

(٣٧.٥%)، منها (٣٧.٥%) للذكور، و(٣٧.٥%) للإناث. وأخيرًا "عبر الـ *taplet*" بنسبة (١٣.٨%)، منها (١٤%) للذكور، و(١٣.٥%) للإناث.

أصبحت الهواتف النقالة اليوم تتمتع بقدرات هائلة تفوق الكمبيوتر والتليفزيون على حد سواء فقد تم الجمع بين مزيا كافة وسائل الإعلام في هذا الجهاز الصغير الذي أصبح نافذة الشخص على العالم يستطيع أن يطل منه على كل ما يحدث في أي بقعة من بقاع الأرض من أي مكان وفي كل الأوقات دون التحديد بعوامل الزمان والمكان ودون أسلاك ودون بطاريات وغير ذلك وكل ما على الشخص هو تزويد هذا الهاتف بباقة انترنت ليكون بين يديه عالم صغير يمكن ان يتحكم به، ويمكن القول بأن معظم المشاهدين أصبحوا يجدون متعة أقوى في متابعة القوالب البرامجية من خلال الهاتف نتيجة للتحكم والمرونة في استخدامه.

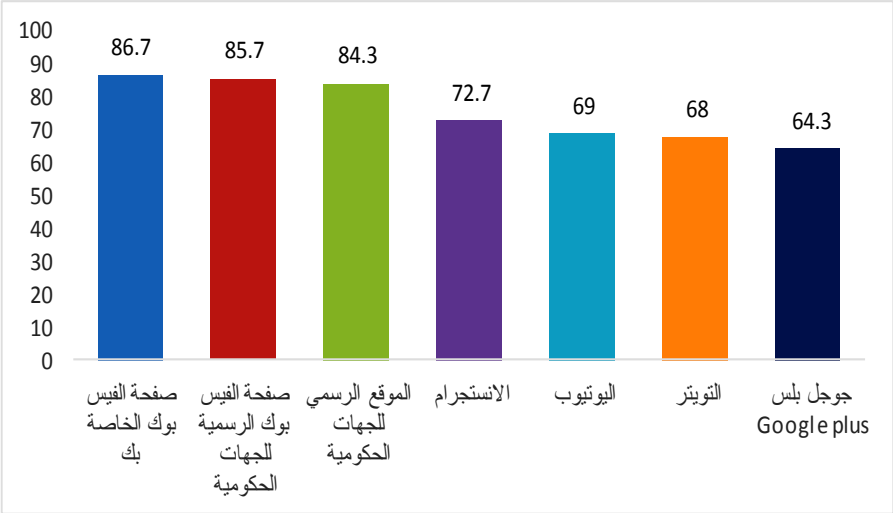
٦- مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلونها لمتابعة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩":

جدول رقم (٧)

مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلونها لمتابعة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩"

العبارة	استخدامها دائمًا		استخدامها أحيانًا		استخدامها نادرًا		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
صفحة الفيس بوك الخاصة بك	255	63.8	130	32.5	15	3.8	2.60	.562	86.7	١
صفحة الفيس بوك الرسمية للجهات الحكومية	255	63.8	120	30.0	25	6.3	2.57	.609	85.7	٢
الموقع الرسمي للجهات الحكومية	260	65.0	90	22.5	50	12.5	2.53	.708	84.3	٣
الانستجرام	200	50.0	70	17.5	130	32.5	2.18	.892	72.7	٤
اليوتيوب	150	37.5	130	32.5	120	30.0	2.07	.819	69.0	٥
التويتر	165	41.3	85	21.3	150	37.5	2.04	.888	68.0	٦
Google جوجل بلس plus	130	32.5	١١٠	٢٧.٥	١٦٠	٤٠	1.93	.849	64.3	٧

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com



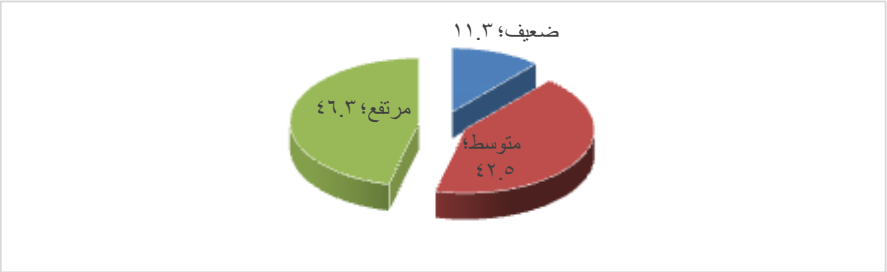
تكشف البيانات السابق عرضها عن مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلونها لمتابعة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩"؛ فذكروا في المرتبة الأولى "صفحة الفيس بوك الخاصة بهم" بوزن نسبي (٨٦.٧%) وبشكل طبيعي فإن كل فرد يزور صفحته الشخصية ويعتمد علي متابعتها أكثر من أي صفحة أخرى سواء للمؤسسات أو للأفراد، ثم "صفحة الفيس بوك الرسمية للجهات الحكومية" بوزن نسبي (٨٥.٧%)، وأهمها الصفحات الرسمية لوزارة الصحة والصفحة الرسمية لرئاسة الوزراء أو مركز المعلومات ودعم واتخاذ القرار، ثم الموقع الرسمي للجهات الرسمية، ويليها موقع الانستجرام، ثم اليوتيوب، وأخيرًا جوجل بلس Google plu" بوزن نسبي (٦٤.٣%).

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

جدول رقم (٨)

المقياس العام حول مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلونها لمتابعة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩"

المقياس العام حول مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلونها لمتابعة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩"	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
ضعيف	٢٣	١١.٥	٢٢	١١	٤٥	١١.٣
متوسط	٨٦	٤٣	٨٤	٤٢	١٧٠	٤٢.٥
مرتفع	٩١	٤٥.٥	٩٤	٤٧	١٨٥	٤٦.٣
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠
"كا٢: ٠.٠٩٤ درجة الحرية : ٢ مستوى المعنوية : ٠.٩٥٤ غير دال"						



توضح بيانات الجدول السابق المقياس العام حول مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلونها لمتابعة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩"؛ فكان الاستخدام "مرتفعًا" بنسبة (٤٦.٣%)، منها (٤٥.٥%) للذكور، و(٤٧%) للإناث. ثم "متوسطًا" بنسبة (٤٢.٥%)، منها (٤٣%) للذكور، و(٤٢%) للإناث. و"ضعيفًا" بنسبة (١١.٣%)، منها (١١.٥%) للذكور، و(١١%) للإناث.

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول "تبلغ قيمة كا٢ (٠.٠٩٤)، عند درجة حرية (٢)، ومستوى معنوية (٠.٩٥٤)"، مما يعني عدم وجود اختلاف بين

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

المستجيبين والمستجيبات من حيث مدى استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلونها لمتابعة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩".

٧- مستوى ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعى التالية لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩":

جدول رقم (٩)

مستوى ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعى التالية لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩"

العبارة	استخدامها دائمًا		استخدامها احيانًا		استخدامها نادرًا		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
الموقع الرسمي لمنظمة الصحة العالمية	285	71.3	95	23.8	20	5.0	2.66	.570	88.7	١
الموقع الرسمي لوزارة الصحة المصرية	290	72.5	75	18.8	35	8.8	2.64	.638	88.0	٢
صفحة الفيس بوك الرسميه لوزارة الصحة المصرية	270	67.5	95	23.8	35	8.8	2.59	.647	86.3	٣
المواقع الإخبارية الرسمية	240	60.0	135	33.8	25	6.3	2.54	.612	84.7	٤
صفحة الفيس بوك الرسمية لمنظمة الصحة العالمية	240	60.0	120	30.0	40	10.0	2.50	.672	83.3	٥
مواقع إخبارية	220	55.0	145	36.3	35	8.8	2.46	.652	82.0	٦
صفحة التويتر الرسمية لمنظمة الصحة العالمية	190	47.5	145	36.3	65	16.3	2.31	.736	77.0	٧

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

صفحة الانستجرام الرسمية لمنظمة الصحة العالمية	210	52.5	95	23.8	95	23.8	2.29	.826	76.3	٨
صفحة الانستجرام الرسميه لوزارة الصحة المصرية	215	53.8	80	20.0	105	26.3	2.28	.852	76.0	٩
صفحات الفيس بوك الخاصة بالاصدقاء	195	48.8	120	30.0	85	21.3	2.28	.791	76.0	٩
صفحة التويتر الرسميه لوزارة الصحة المصرية	190	47.5	120	30.0	90	22.5	2.25	.799	75.0	١٠
يوتيوب you tube	110	27.5	210	52.5	80	20.0	2.07	.686	69.0	١١
جوجل بلس Google plus	140	35.0	150	37.5	110	27.5	2.07	.788	69.0	١١

تكشف البيانات السابق عرضها عن مستوى ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعى التالية لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد 19"؛ فذكروا في المرتبة الأولى "الموقع الرسمي لمنظمة الصحة العالمية" بوزن نسبي (88,7)، وتعتبر منظمة الصحة العالمية السلطة التوجيهية والتنسيقية في مجال الصحة العالمية فهي الطرف المخول بوضع القواعد والمعايير الدولية وتدير تدريب الموظفين ومراقبة الأوبئة، واعتمدت الدول الأعضاء في منظمة الصحة العالمية عام 1951 وتم تطويره في عام 2005 في أعقاب وباء سارس مما جعلها تؤدي دورا مهما في مكافحة الاوبئة على المستوى الدولي وتضمن المنظمة بالفعل التنسيق الدولي والمراقبة الوبائية والمساعدة التقنية للبلدان المتضررة، وتسعى منظمة الصحة العالمية إلى وضع نصوص قانونية ملزمة يتحقق من خلالها الأمن الصحي العالمي، كما حاولت هذه المنظمة منذ

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

نشأتها مواجهة كل الأوبئة والجوائح التي تنتشر في العالم عبر إقرارها عدد من الآليات والتدابير وقد كان للمنظمة عدة تدخلات لوقف تفشي فيروس كورونا المستجد، وفيما يتعلق بالرصد الوبائي والإنذار تقوم منظمة الصحة العالمية باستمرار تحليل البيانات الفيروسية التي ترسلها للمراكز الوطنية والعالمية.[٦٥] أي أن الجمهور يثق في المعلومات التي تنشرها هذه المنظمة نتيجة لما تمثله من أهمية لدى المجتمع الدولى في مجال الصحة العالمية. ثم جاء "الموقع الرسمي لوزارة الصحة المصرية" بوزن نسبي (88)، يليه صفحة الفيس بوك الرسمية لوزارة الصحة المصرية بوزن نسبي (86.3) وفي الترتيب الرابع تأتي المواقع الإخبارية الرسمية بوزن نسبي (٨٤.٧)، ثم صفحة الفيس بوك الرسمية لمنظمة الصحة العالمية (٨٣.٣)، يليها المواقع الإخبارية (٧٧)، وفي الترتيب السابع تأتي صفحة تويتر الخاصة بمنظمة الصحة العالمية.

أشارت **دراسة Lisa Singh (2020)**[٦٦] أن التغريدات التي تكون دومًا متصلة بروابط ومصادر معلومات .**URL links** تحظى بدرجة مصداقية عالية **sources credible** بين الجماهير نظرا لاعتمادها على روابط تدعم صحة التغريدات المنشورة مثل روابط مثل منظمة الصحة العالمية **WHO**، وأخيرًا جوجل بلس "Google plus بوزن نسبي (69%).

جدول رقم (١٠)

المقياس العام حول مستوى ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعى التالية لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩"

المقياس العام حول مستوى ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعى التالية لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩"	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
ضعيف	٢٤	١٢	٢١	١٠.٥	٤٥	١١.٣
متوسط	٥٣	٢٦.٥	٦٢	٣١	١١٥	٢٨.٨
مرتفع	١٢٣	٦١.٥	١١٧	٥٨.٥	٢٤٠	٦٠
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠
"كا٢: ١.٠٥٤ درجة الحرية : ٢ مستوى المعنوية : ٠.٥٩٠ غير دال"						

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

يكشف ما سبق عن المقياس العام حول مستوى ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعى التالية لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩"؛ فكان مشتوى الثقة "مرتفعًا" بنسبة (٦٠%)، منها (٦١.٥%) للذكور، و(٥٨.٥%) للإناث. ثم "متوسطًا" بنسبة (٢٨.٨%)، منها (٢٦.٥%) للذكور، و(٣١%) للإناث. و"ضعيفًا" بنسبة (١١.٣%)، منها (١٢%) للذكور، و(١٠.٥%) للإناث.

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول "تبلغ قيمة كا٢ (١.٠٥٤)، عند درجة حرية (٢)، ومستوى معنوية (٠.٥٩٠)"، مما يعني وجود تماثل إحصائي بين المبحوثين والمبحوثات من حيث مستوى ثقتهم في مواقع التواصل الاجتماعى التالية لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩".

٨- دوافع اعتماد أفراد العينة على الشبكات الاجتماعية لتلقي المعلومات المتعلقة بأزمة جائحة كورونا:

جدول رقم (١١)

دوافع استناد المبحوثين إلى مواقع التواصل لمعرفة الحقائق المتعلقة بأزمة جائحة كورونا

العبارة	استخدامها دائمًا		استخدامها احيانًا		استخدامها نادرًا		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
لأنها سريعة في نقل الأخبار.	280	70.0	115	28.8	5	1.3	2.69	.490	89.7	١
تتناول القضايا المهمة للوقاية الصحية من الفيروس في المجتمع المصري بشكل أعمق.	280	70.0	105	26.3	15	3.8	2.66	.547	88.7	٢
تعطيني فكرة عن كل ما يحدث في العالم عن أزمة كورونا.	270	67.5	115	28.8	15	3.8	2.64	.554	88.0	٣
تتناول القضايا الهامة لمستحداثت الأخبار عن أزمة كورونا في المجتمع المصري.	260	65.0	130	32.5	10	2.5	2.62	.534	87.3	٤

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

تقدم تغطية حية لل أحداث المتعلقة بأزمة كورونا على مواقعها.	255	63.8	130	32.5	15	3.8	2.60	.562	86.7	٥
صدق معلوماتها.	250	62.5	115	28.8	35	8.8	2.54	.652	84.7	٦
تنفرد بعرض أخبار غير موجودة عن أزمة كورونا في الوسائل الأخرى.	235	58.8	120	30.0	45	11.3	2.48	.690	82.7	٧
استطيع المناقشة والدردشة مع الجهات التي بثت الخبر.	250	62.5	80	20.0	70	17.5	2.45	.774	81.7	٨
يتميز المضمون الخبري فيها بالثقة.	220	55.0	120	30.0	60	15.0	2.40	.736	80.0	٩
تعبر عن رأيي.	215	53.8	125	31.3	60	15.0	2.39	.734	79.7	١٠

تكشف البيانات السابق عرضها عن دوافع اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا؛ فذكروا في المرتبة الأولى "لأنها سريعة في نقل الأخبار" بوزن نسبي (٨٩.٧) وتعد السرعة أهم ما يميز مواقع التواصل الإجتماعي فهي تتخطى حدود الزمان والمكان وتستطيع أن تصل الشرق بالغرب عن طريق الضغط على زر واحد فقط يجعل كافة المعلومات بين يديك، فهي تتمتع بسرعة فائقة جعلتها تستقطب كافة الجماهير إليها من كافة الفئات ولعل السرعة في نقل الأخبار والمعلومات هي ما جعلت لهذه المواقع مكانة مميزة بين وسائل الإعلام الحالية، بحيث أصبحت الوسائل التقليدية تستند إليها كمصدر رئيسي للأخبار خاصة الصفحات الرسمية لمسئولي الدولة أو الفنانين ونجوم المجتمع، ثم "تتناول القضايا المهمة للوقاية الصحية من الفيروس في المجتمع المصري بشكل أعمق" بوزن نسبي (٨٨.٧) وتقوم مواقع التواصل بتناول القضايا وال أحداث المهمة والمتعلقة بفيروس كورونا بشكل فعال ويساعدها على ذلك الانتشار الواسع واستخدامها لإمكانات الصورة والصوت والاتصال بالأفراد والجماعات، وغيرها من المميزات، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة "تعطيني فكرة عن كل ما يحدث في العالم عن أزمة كورونا" بوزن نسبي (٨٨)، وذلك

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

لما تقوم به هذه المواقع من متابعة فورية وآنية لما يُستجد على الساحة من أخبار ومعلومات عن الفيروس عن طريق ما تنشره كافة المؤسسات والافراد في كافة دول العالم وبالتالي تجعل كل فرد يدرك ما يدور حوله عن هذه الفيروس وعن تطورات ومستجدات الأمور، وفي الترتيب الرابع ذ كر المبحوثون "تتناول القضايا المهمة لمستحداثات الأخبار عن أزمة كورونا في المجتمع المصري" بوزن نسبي (٨٧.٣)، ثم "تقدم تغطية حية لل أحداث المتعلقة بأزمة كورونا على مواقعها" في الترتيب الخامس بوزن نسبي (٨٦.٧) وجدير بالذكر أن وكافة وسائل الإعلام التقليدية تقوم حالياً بعرض أخبارها على الصفحة الرسمية لها على مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي فإن هذه الوسائل تقدم تغطية حية لل أحداث المتعلقة بكورونا بشكل دوري وسريع، وأخيرًا "تعبر عن رأيي" بوزن نسبي (٧٩.٧%).

جدول رقم (١٢)

المقياس العام حول دوافع اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا

المقياس العام حول دوافع اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
محدودة	١١	٥.٥	٩	٤.٥	٢٠	٥
متوسطة	٤٣	٢١.٥	٥٢	٢٦	٩٥	٢٣.٨
متعددة	١٤٦	٧٣	١٣٩	٦٩.٥	٢٨٥	٧١.٣
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠
"كا٢: ١.٢٢٥ درجة الحرية : ٢ مستوى المعنوية : ٠.٥٤٢ غير دال"						

توضح بيانات الجدول السابق المقياس العام حول دوافع اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا؛ فكانت دوافعهم "متعددة" بنسبة (٧١.٣%)، منها (٧٣%) للذكور، و(٦٩.٥%) للإناث.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

ثم "متوسطة" بنسبة (٢٣.٨%)، منها (٢١.٥%) للذكور، و(٢٦%) للإناث. و"محدودة" بنسبة (٥%)، منها (٥.٥%) للذكور، و(٤.٥%) للإناث.

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول "تبلغ قيمة كا٢ (١.٢٢٥)، عند درجة حرية (٢)، ومستوى معنوية (٠.٥٤٢)"، مما يعني التماثل الإحصائي بين نوعي عينة الدراسة من حيث دوافع اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا.

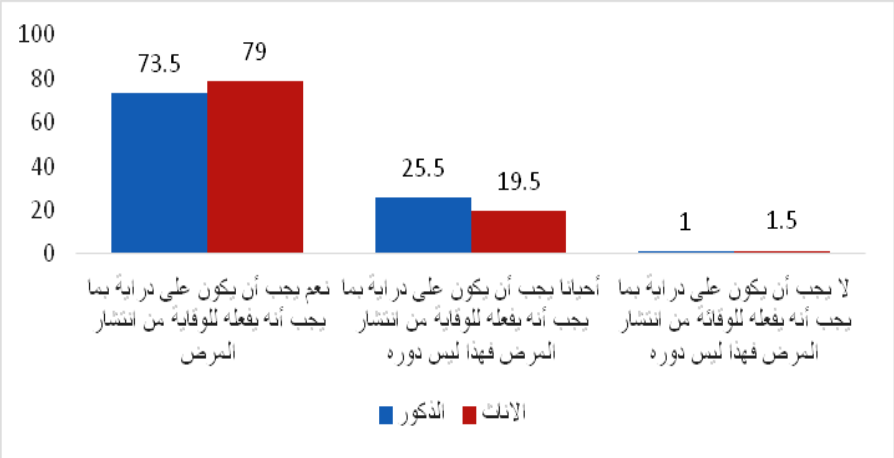
٩- رأي المبحوثين في ضرورة أن يكون لدى الفرد ثقافة صحية عن أزمة كورونا لكي يستطيع إدارة الأزمة مجتمعيًا والبعد عن نقل الفيروس من شخص لآخر:

جدول رقم (١٣)

رأي المبحوثين في ضرورة أن يكون لدى الفرد ثقافة صحية عن أزمة كورونا لكي يستطيع إدارة الأزمة مجتمعيًا والبعد عن نقل الفيروس من شخص لآخر

رأي المبحوثين في ضرورة أن يكون لدى الفرد ثقافة صحية عن أزمة كورونا لكي يستطيع إدارة الأزمة مجتمعيًا والبعد عن نقل الفيروس من شخص لآخر	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم يجب أن يكون على دراية بما يجب أنه يفعله للوقاية من انتشار المرض	١٤٧	٧٣.٥	١٥٨	٧٩	٣٠٥	٧٦.٣
أحيانا يجب أن يكون على دراية بما يجب أنه يفعله للوقاية من انتشار المرض فهذا ليس دوره	٥١	٢٥.٥	٣٩	١٩.٥	٩٠	٢٢.٥
لا يجب أن يكون على دراية بما يجب أنه يفعله للوقائة من انتشار المرض فهذا ليس دوره	٢	١	٣	١.٥	٥	١.٣
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠
"كا٢: ٢.١٩٧ درجة الحرية : ٢ مستوى المعنوية : ٠.٣٣٣ غير دال"						

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com



توضح بيانات الجدول السابق رأي المبحوثين في ضرورة أن يكون لدى الفرد ثقافة صحية عن أزمة كورونا لكي يستطيع إدارة الأزمة مجتمعيًا والبعد عن نقل الفيروس من شخص لآخر؛ فذكروا في المقدمة "نعم يجب أن يكون على دراية بما يجب أنه يفعله للوقاية من انتشار المرض" بنسبة (٧٦.٣%)، منها (٧٣.٥%) للذكور، و(٧٩%) للإناث. يلي ذلك "أحيانا يجب أن يكون على دراية بما يجب أنه يفعله للوقاية من انتشار المرض فهذا ليس دوره" بنسبة (٢٢,٥%)، منها (٢٥,٥%) للذكور، و(١٩,٥%) للإناث. وأخيرًا "لا يجب أن يكون على دراية بما يجب أنه يفعله للوقاية من انتشار المرض فهذا ليس دوره" بنسبة (١.٣%)، منها (١%) للذكور، و(١.٥%) للإناث.

ترى الباحثة أن التثقيف الصحي من أهم أنواع الثقافة التي يجب أن ينميها الفرد دائماً لما لها من أهمية كبيرة في حياته من حيث مساعدته على الحفاظ على صحته وصحة من حوله وللإعلام دور مهم في تشكيل الوعي ونشر الثقافة الصحية لدى أفراد المجتمع، من خلال حسن توظيف مختلف أدواته ووسائطه في خدمة القضايا الصحية، وتحقيق إلمام أفراد المجتمع بالمعلومات والحقائق الصحية وإحساسهم بالمسئولية فيما يتعلق بحماية أنفسهم وحماية الآخرين.

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول "تبلغ قيمة كا٢ (٢.١٩٧)، عند درجة حرية (٢)، ومستوى معنوية (٠.٣٣٣)"، مما يعني عدم وجود اختلاف إحصائي بين نوعي العينة من حيث رأيهم في ضرورة أن يكون لدى الفرد ثقافة صحية

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

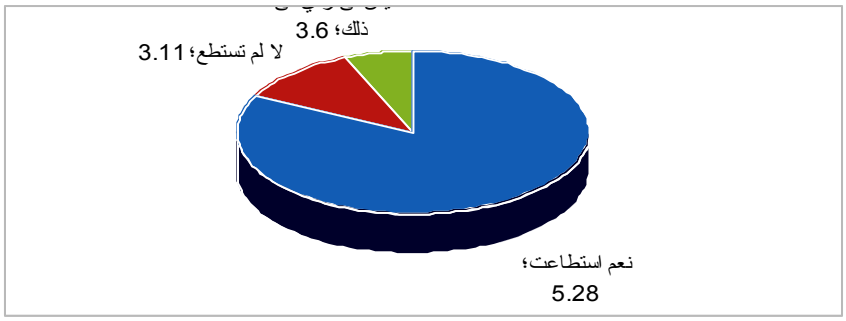
عن أزمة كورونا لكي يستطيع إدارة الأزمة مجتمعيًا والبعد عن نقل الفيروس من شخص لآخر.

١٠- رأي المبحوثين في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تلبية كل ما يحتاجه التثقيف الصحي من أخبار ومقالات وتقارير عن أزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩":

جدول رقم (14)

رأي المستجيبين في دور الوسائط الاجتماعية في تلبية كل ما يحتاجة التثقيف الصحي من أخبار ومقالات وتقارير عن أزمة جائحة كورونا "كوفيد 19"

رأي المبحوثين في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تلبية كل ما يحتاجة التثقيف الصحي من أخبار ومقالات وتقارير عن أزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩"	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم استطاعت	١٦٧	٨٣.٥	١٦٣	٨١.٥	٣٣٠	٨٢.٥
لا لم تستطع	١٩	٩.٥	٢٦	١٣	٤٥	١١.٣
ليس لى رأي في ذلك	١٤	٧	١١	٥.٥	٢٥	٦.٣
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠
"كا٢: ١.٤٩٧ درجة الحرية : ٢ مستوى المعنوية : ٠.٤٧٣ غير دال"						



توضح بيانات الجدول السابق رأي المبحوثين في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تلبية كل ما يحتاجه التثقيف الصحي من أخبار ومقالات وتقارير عن أزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩"؛ فذكروا في المقدمة "نعم استطاعت" بنسبة (٨٢.٥%)، منها

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

(٨٣.٥%) للذكور، و(٨١.٥%) للإناث. يلي ذلك "لا لم تستطع" بنسبة (١١.٥%)، منها (٩.٥%) للذكور، و(١٣%) للإناث. وأخيرًا "ليس لى رأي في ذلك" بنسبة (٦.٣%)، منها (٧%) للذكور، و(٥.٥%) للإناث.

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول "تبلغ قيمة كا٢ (١.٤٩٧)، عند درجة حرية (٢)، ومستوى معنوية (٠.٤٧٣)"، مما يعني عدم وجود اختلاف بين المبحوثين والمبحوثات في رأيهم في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تلبية كل ما يحتاجة التثقيف الصحي من أخبار ومقالات وتقارير عن أزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩".

تؤكد معظم الدراسات اعتماد الجمهور في الفترة الأخيرة على مواقع التواصل الاجتماعي من أجل نشر الأخبار ونشر الوعي وتأكيد الحقائق وتفنيد الشائعات والأخبار المغلوطة، وقد ساعد على ذلك تطور تقنيات التكنولوجيا التي مكنت من سرعة نشر المعلومات بين مختلف الشعوب في جميع أنحاء العالم، وبناء جسور التواصل على المستويين الرأسي والأفقي.[٦٧]

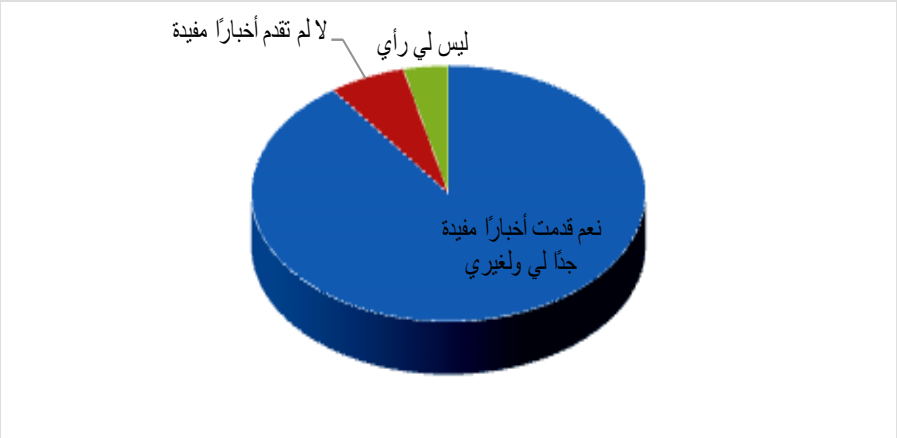
١١- رأي المبحوثين في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الأخبار التي تتعلق بزيادة الوعي الصحي المتعلق بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩" بشكل جيد:

جدول رقم (15)

رأي المبحوثين في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الأخبار التي تتعلق بزيادة الوعي الصحي المتعلق بأزمة جائحة كورونا "كوفيد 19" بشكل جيد

رأي المبحوثين في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الأخبار التي تتعلق بزيادة الوعي الصحي المتعلق بأزمة جائحة كورونا "كوفيد 19" بشكل جيد	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم قدمت أخبارًا مفيدة جدًا لي ولغيري	١٨٣	٩١.٥	١٧٧	٨٨.٥	٣٦٠	٩٠
لا لم تقدم أخبارًا مفيدة	١٠	٥	١٥	٧.٥	٢٥	٦.٣
ليس لي رأي	٧	٣.٥	٨	٤	١٥	٣.٧
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠
"كا٢: ١.١٦٧ درجة الحرية : ٢ مستوى المعنوية : ٠.٥٥٨ غيردال"						

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com



توضح بيانات الجدول السابق رأي المبحوثين في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الأخبار التي تتعلق بزيادة الوعي الصحي المتعلق بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩" بشكل جيد؛ فذكروا في المقدمة "نعم قدمت أخبارًا مفيدة جدًا لي ولغيري" بنسبة (٩٠%)، منها (٩١,٥%) للذكور، و(٨٨.٥%) للإناث. يلي ذلك "لا لم تقدم أخبارًا مفيدة" بنسبة (٦,٥%)، منها (٥%) للذكور، و(٧.٥%) للإناث. وأخيرًا "ليس لى رأي في ذلك" بنسبة (٣.٧%)، منها (٣.٥%) للذكور، و(٤%) للإناث.

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول "تبلغ قيمة كا٢ (١.١٦٧)، عند درجة حرية (٢)، ومستوى معنوية (٠.٥٥٨)"، مما يعبر عن عدم الاختلاف بين النوعين في رأيهم حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الأخبار التي تتعلق بزيادة الوعي الصحي المتعلق بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩" بشكل جيد.

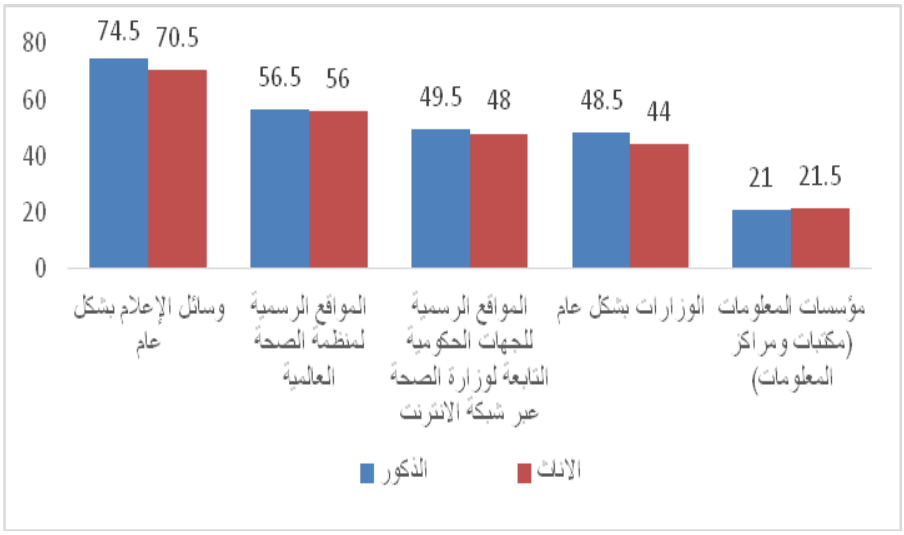
المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

١٢- الجهة التي تقع عليها مسئولية الوعي الصحي لإدارة أزمة كورونا "كوفيد ١٩" من وجهة نظر المبحوثين:

جدول رقم (16)

الجهة التي تقع عليها مسئولية الوعي الصحي لإدارة أزمة كورونا "كوفيد 19" من وجهة نظر المبحوثين

الجهة التي تقع عليها مسئولية الوعي الصحي لإدارة أزمة كورونا "كوفيد 19" من وجهة نظر المبحوثين	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
وسائل الإعلام بشكل عام	١٤٩	٧٤.٥	١٤١	٧٠.٥	٢٩٠	٧٢.٥
المواقع الرسمية لمنظمة الصحة العالمية	١١٣	٥٦.٥	١١٢	٥٦	٢٢٥	٥٦.٣
المواقع الرسمية للجهات الحكومية التابعة لوزارة الصحة عبر شبكة الانترنت	٩٩	٤٩.٥	٩٦	٤٨	١٩٥	٤٨.٨
الوزارات بشكل عام	٩٧	٤٨.٥	٨٨	٤٤	١٨٥	٤٦.٣
مؤسسات المعلومات (مكتبات ومراكز المعلومات)	٤٢	٢١	٤٣	٢١.٥	٨٥	٢١.٣
الإجمالي	٢٠٠		٢٠٠		٤٠٠	



المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

توضح بيانات الجدول السابق الجهة التي تقع عليها مسئولية الوعي الصحي لإدارة أزمة كورونا "كوفيد ١٩" من وجهة نظر المبحوثين؛ فذكروا في المقدمة "وسائل الإعلام بشكل عام" بنسبة (٧٢.٥%)، وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في عملية التثقيف الصحي للجمهور من خلال استغلال إمكاناتها العابرة للحدود عن طريق نشر أخبار وأحداث أو أي معلومات متعلقة بالفيروس للجمهور وتعد مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الاخبارية منها. وقد أشارت دراسة **دراسة محمد صبحي محمد (٢٠٢١)**[٦٨] أن نسبة ٩٠% من عينة البحث تابعوا جائحة كورونا عبر المواقع الإلكترونية، وجاء من أهم دوافع اعتماد الطلاب الوافدين-المغتربين عينة الدراسة على المواقع الإلكترونية "معرفة أسباب الوقاية اللازمة"، يلي ذلك المواقع الرسمية لمنظمة الصحة العالمية" بنسبة (٥٦.٣%)، منها (٥٦.٥%) للذكور، و(٥٦%) للإناث. وأخيرًا "مؤسسات المعلومات (مكتبات ومراكز المعلومات)" بنسبة (٢١.٣%)، منها (٢١%) للذكور، و(٢١.٥%) للإناث.

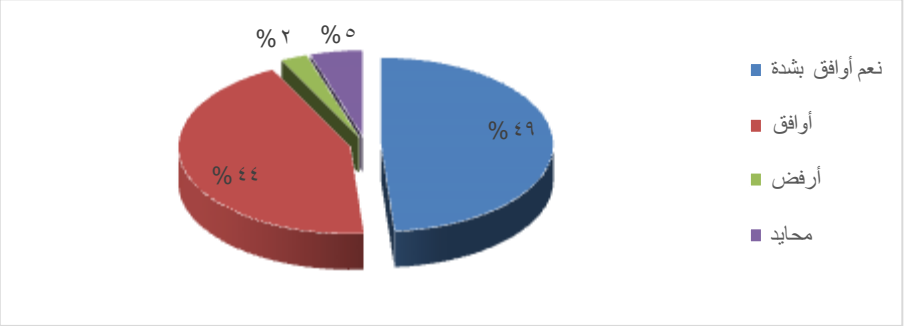
١٣- مدى موافقة المبحوثين على أن نشر المعلومات الصحية المتعلقة بأخبار أزمة كورونا "كوفيد ١٩" التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في تغيير السلبيات الصحية في إدارة الأزمة:

جدول رقم (17)

مدى موافقة المبحوثين على أن نشر المعلومات الصحية المتعلقة بأخبار أزمة كورونا "كوفيد 19" التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في تغيير السلبيات الصحية في إدارة الأزمة

مدى موافقة المبحوثين على أن نشر المعلومات الصحية المتعلقة بأخبار أزمة كورونا "كوفيد 19" التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في تغيير السلبيات الصحية في إدارة الأزمة	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم أوافق بشدة	٩٤	٤٧	١٠١	٥٠.٥	١٩٥	٤٨.٨
أوافق	٩١	٤٥.٥	٨٤	٤٢	١٧٥	٤٣.٨
أرفض	٤	٢	٦	٣	١٠	٢.٥
محايد	١١	٥.٥	٩	٤.٥	٢٠	٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠
"كا2: 1.131 درجة الحرية : 3 مستوى المعنوية : 0.770 غير دال"						

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com



توضح بيانات الجدول السابق مدى موافقة المبحوثين على أن نشر المعلومات الصحية المتعلقة بأخبار أزمة كورونا "كوفيد ١٩" التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في تغيير السلبيات الصحية في إدارة الأزمة؛ فذكروا في المقدمة "نعم أوافق بشدة" بنسبة (٤٨.٨%)، منها (٤٧%) للذكور، و(٥٠.٥%) للإناث. يلي ذلك "أوافق" بنسبة (٤٣.٨%)، منها (٤٥.٥%) للذكور، و(٤٢%) للإناث. وأخيرًا "أرفض" بنسبة (٢.٥%)، منها (٢%) للذكور، و(٣%) للإناث.

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول "تبلغ قيمة كا٢ (١.١٣١)، عند درجة حرية (٣)، ومستوى معنوية (٠.٧٧٠)"، مما يوضح أنه لا توجد فروق بين المستجيبين والمستجيبات من حيث مدى موافقتهم على أن نشر المعلومات الصحية المتعلقة بأخبار أزمة كورونا "كوفيد ١٩" التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في تغيير السلبيات الصحية في إدارة الأزمة.

ترى الباحثة ان قيام مواقع التواصل بنشر عدد كبير من الأخبار والمعلومات الخاصة بكورونا قد أتاح للجميع التعرف على الأخبار الصحيحة من الشائعات، حيث تمت إثارة عدد كبير من هذه الشائعات حول عدد المصابين والأماكن المصابة وغيرها، ولكن تم التعرف على الأخبار الصحيحة من تلك الكاذبة عن طريق عرض الأخبار من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

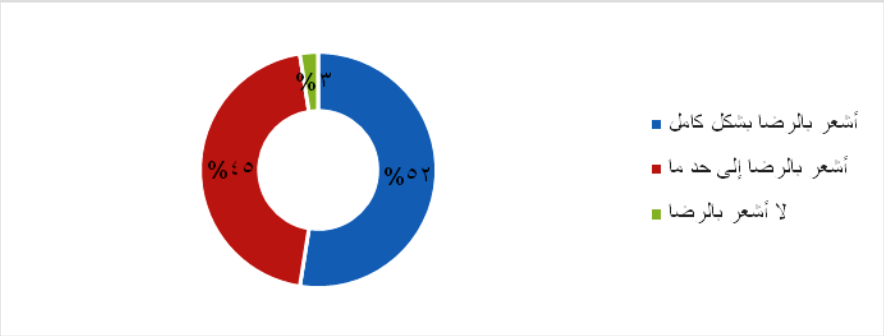
المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

١٤- مدى رضا المبحوثين عما يقرأونه على مواقع التواصل الاجتماعي عن زيادة الوعي الصحي لإدارة أزمة كورونا "كوفيد ١٩":

جدول رقم (18)

مدى رضا المبحوثين عما يقرأونه على مواقع التواصل الاجتماعي عن زيادة الوعي الصحي لإدارة أزمة كورونا "كوفيد 19"

مدى رضا المبحوثين عما يقرأونه على مواقع التواصل الاجتماعي عن زيادة الوعي الصحي لإدارة أزمة كورونا "كوفيد 19"	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أشعر بالرضا بشكل كامل	١٠٩	٥٤.٥	١٠١	٥٠.٥	٢١٠	٥٢.٥
أشعر بالرضا إلى حد ما	٨٨	٤٤	٩٢	٤٦	١٨٠	٤٥
لا أشعر بالرضا	٣	١.٥	٧	٣.٥	١٠	٢.٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠
"كا٢: ١.٩٩٤ درجة الحرية: ٢ مستوى المعنوية: ٠.٣٦٩ غير دال"						



توضح بيانات الجدول السابق مدى رضا المبحوثين عما يقرأونه على مواقع التواصل الاجتماعي عن زيادة الوعي الصحي لإدارة أزمة كورونا "كوفيد ١٩"؛ فذكروا في المقدمة "أشعر بالرضا بشكل كامل" بنسبة (٥٢.٥%)، منها (٥٤.٥%) للذكور، و(٥٠.٥%) للإناث. يلي ذلك "أشعر بالرضا إلى حد ما" بنسبة (٤٥%)، منها (٤٤%) للذكور، و(٤٦%) للإناث. وأخيرًا "لا أشعر بالرضا" بنسبة (٢.٥%)، منها (١.٥%) للذكور، و(٣.٥%) للإناث.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

وتشير النتائج إلى رضا أفراد العينة عن أداء ودور مواقع التواصل اثناء الأزمة مما يعني أنها قامت بدور فعال ومحوري في إدارة أزمة كورونا.

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول "تبلغ قيمة كا٢ (١.٩٩٤)، عند درجة حرية (٢)، ومستوى معنوية (٠.٣٦٩)"، مما يعني أنه لا يوجد اختلاف بين المشاركين والمشاركات من حيث مدى رضاهم عما يقرأونه على مواقع التواصل الاجتماعي عن زيادة الوعي الصحي لإدارة أزمة كورونا "كوفيد ١٩".

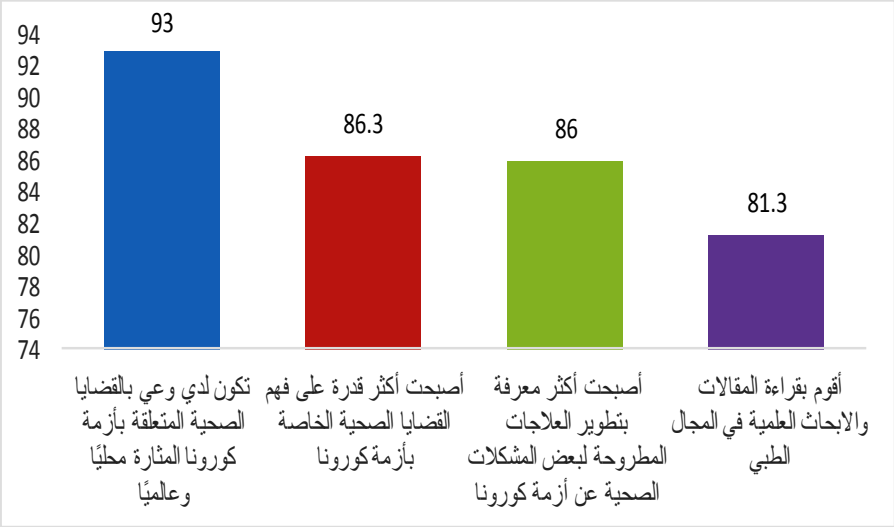
١٥- الآثار الناتجة عن متابعة المبحوثين لمواقع الشبكات الاجتماعية كوسيلة للمعرفة الصحية عن معلومات أزمة جائحة كورونا:

جدول رقم (19)

الآثار الناتجة عن متابعة المبحوثين لمواقع الشبكات الاجتماعية كوسيلة للمعرفة الصحية عن معلومات أزمة جائحة كورونا

العبارة	موافق		إلى حد ما		لا أوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
تكون لدي وعي بالقضايا الصحية المتعلقة بأزمة كورونا المثارة محليًا وعالميًا	315	78.8	85	21.3	-	-	2.79	.410	93.0	١
أصبحت أكثر قدرة على فهم القضايا الصحية الخاصة بأزمة كورونا	255	63.8	125	31.3	20	5.0	2.59	.586	86.3	٢
أصبحت أكثر معرفة بتطوير العلاجات المطروحة لبعض المشكلات الصحية عن أزمة كورونا	250	62.5	130	32.5	20	5.0	2.58	.588	86.0	٣
أقوم بقراءة المقالات والابحاث العلمية في المجال الطبي	235	58.8	105	26.3	60	15.0	2.44	.740	81.3	٤

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com



تكشف البيانات السابق عرضها عن الآثار الناتجة عن متابعة المبحوثين لمواقع الشبكات الاجتماعية كوسيلة للمعرفة الصحية عن معلومات أزمة جائحة كورونا؛ فذكروا في المرتبة الأولى "تكون لدي وعي بالقضايا الصحية المتعلقة بأزمة كورونا المثارة محليًا وعالميًا" بوزن نسبي (٩٣)، ويعد هذا هو جوهر الدراسة وهو دور هذه الوسائل في تكوين وعي صحي لدى الجمهور أثناء أزمة كورونا، ثم "أصبحت أكثر قدرة على فهم القضايا الصحية الخاصة بأزمة كورونا" بوزن نسبي (٨٦.٣) وتقوم مواقع التواصل الإجتماعي بدور مهم في فهم القضايا الصحية، حيث تقوم بتبسيط المفاهيم الصحية وتقديمها للجمهور بشكل مفهوم بالنسبة لهم، مما يكون أكثر ملاءمة لمستوى ثقافتهم، وأخيرًا ذكر المبحوثون "أقوم بقراءة المقالات والأبحاث العلمية في المجال الطبي" بوزن نسبي (٨١.٣).

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

جدول رقم (20)

المقياس العام حول الآثار الناتجة عن متابعة المبحوثين لمواقع الشبكات الاجتماعية كوسيلة للمعرفة الصحية عن معلومات أزمة جائحة كورونا

المقياس العام حول الآثار الناتجة عن متابعة المبحوثين لمواقع الشبكات الاجتماعية كوسيلة للمعرفة الصحية عن معلومات أزمة جائحة كورونا	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
محدودة	٥	٢.٥	٥	٢.٥	١٠	٢.٥
متوسطة	٤٥	٢.٥	٥٥	٢٧.٥	١٠٠	٢٥
متعددة	١٥٠	٧٥	١٤٠	٧٠	٢٩٠	٧٢.٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠
كا2: 1.345 درجة الحرية : 2 مستوى المعنوية : 0.510 غير دال						

توضح هذه البيانات المقياس العام حول الآثار الناتجة عن متابعة المبحوثين لمواقع الشبكات الاجتماعية كوسيلة للمعرفة الصحية عن معلومات أزمة جائحة كورونا؛ فكانت الآثار الناتجة "متعددة" بنسبة (٧٢.٥%)، منها (٧٥%) للذكور، و(٧٠%) للإناث. ثم "متوسطة" بنسبة (٢٥%)، منها (٢.٥%) للذكور، و(٢٧.٥%) للإناث. و"محدودة" بنسبة (٢.٥%)، منها (٢.٥%) للذكور، و(٢.٥%) للإناث.

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول "تبلغ قيمة كا٢ (١.٣٤٥)، عند درجة حرية (٢)، ومستوى معنوية (٠.٥١٠)"، مما لا يعني وجود اختلافات بين الذكور والإناث من حيث الآثار الناتجة عن متابعتهم لمواقع الشبكات الاجتماعية كوسيلة للمعرفة الصحية عن معلومات أزمة جائحة كورونا.

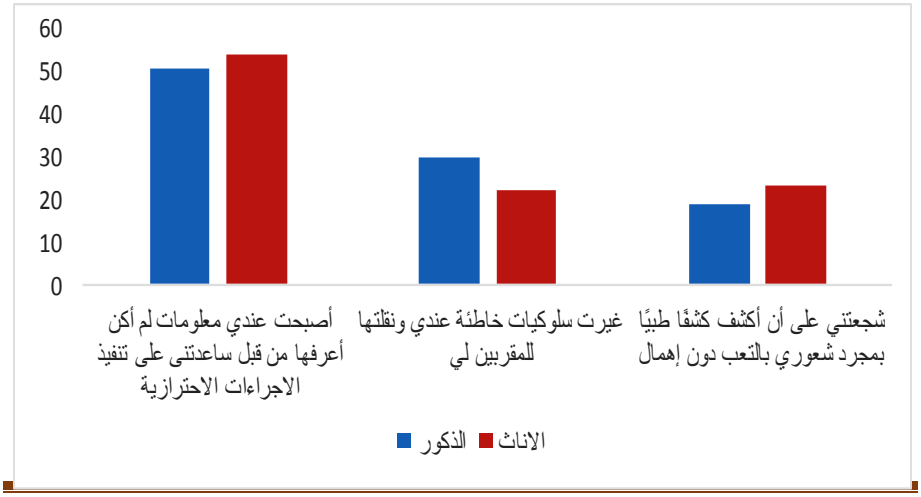
المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

١٦- أبرز جوانب الإفادة من متابعة المبحوثين للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (21)

أبرز جوانب الإفادة من متابعة المبحوثين للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي

أبرز جوانب الإفادة من متابعة المبحوثين للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أصبحت عندي معلومات لم أكن أعرفها من قبل ساعدتنى على تنفيذ الاجراءات الاحترازية	١٠٢	٥١	١٠٨	٥٤	٢١٠	٥٢.٥
غيرت سلوكيات خاطئة عندي ونقلتها للمقربين لي	٦٠	٣٠	٤٥	٢٢.٥	١٠٥	٢٦.٣
شجعتني على أن أكشف كشفًا طبيًا بمجرد شعوري بالتعب دون إهمال	٣٨	١٩	٤٧	٢٣.٥	٨٥	٢١.٣
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠
"كا2: 3.267 درجة الحرية : 2 مستوى المعنوية : 0.195 غير دال"						



المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

توضح بيانات الجدول السابق أبرز جوانب الإفادة من متابعة المبحوثين للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي؛ فذكروا في المقدمة "أصبحت عندي معلومات لم أكن أعرفها من قبل ساعدتنى على تنفيذ الاجراءات الاحترازية" بنسبة (٥٢.٥%)، منها (٥١%) للذكور، و(٥٤%) للإناث. يلي ذلك "غيرت سلوكيات خاطئة عندي ونقلتها للمقربين لي" بنسبة (٢٦.٣%)، منها (٣٠%) للذكور، و(٢٢.٥%) للإناث. وأخيرًا "شجعتني على أن أكشف كشفًا طبيًا بمجرد شعوري بالتعب دون إهمال" بنسبة (٢١.٣%)، منها (١٩%) للذكور، و(٢٣.٥%) للإناث.

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول "تبلغ قيمة كا٢ (٣.٢٦٧)، عند درجة حرية (٢)، ومستوى معنوية (٠.١٩٥)"، مما يعني عدم وجود اختلاف إحصائي بين الرجال والنساء من حيث جوانب الإفادة من متابعتهم للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي.

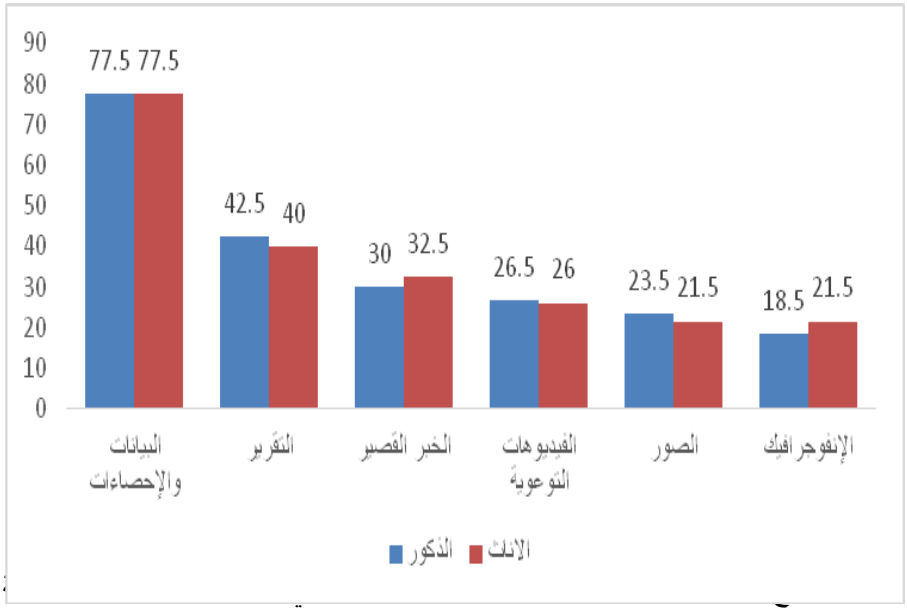
١٧- الفنون التحريرية التي يفضلها المبحوثون لمتابعة القضايا الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات عن أزمة كورونا:

جدول رقم (22)

الفنون التحريرية التي يفضلها المبحوثون لمتابعة القضايا الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات عن أزمة كورونا

الفنون التحريرية التي يفضلها المبحوثون لمتابعة القضايا الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات عن أزمة كورونا	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
البيانات والإحصاءات	١٥٥	٧٧.٥	١٥٥	٧٧.٥	٣١٠	٧٧.٥
التقرير	٨٥	٤٢.٥	٨٠	٤٠	١٦٥	٤١.٣
الخبر القصير	٦٠	٣٠	٦٥	٣٢.٥	١٢٥	٣١.٣
الفيديوهات التوعوية	٥٣	٢٦.٥	٥٢	٢٦	١٠٥	٢٦.٣
الصور	٤٧	٢٣.٥	٤٣	٢١.٥	٩٠	٢٢.٥
الإنفوجرافيك	٣٧	١٨.٥	٤٣	٢١.٥	٨٠	٢٠
الإجمالي	٢٠٠		٢٠٠		٤٠٠	

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com



القضايا الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات عن أزمة كورونا؛ فذكروا في المقدمة "البيانات والإحصاءات" بنسبة (٧٧.٥%)، منها (٧٧.٥%) للذكور، و(٧٧.٥%) للإناث. وجدير بالذكر وجود عدد كبير من المواقع، أبرزها موقع منظمة الصحة العالمية وموقع وزارة الصحة المصرية، تقوم بعمل تقارير يومية عن حالات الإصابة والشفاء وعدد حالات الوفاة يومياً وبشكل دوري، مما جعل ذلك يسيراً على الجمهور في متابعة الإحصاءات، حيث تقدمها بشكل رسومات جرافيكية من خلال الاعتماد على الإنفوجرافيك متعدد الإشكال والحركات، يلي ذلك "التقرير" بنسبة (٤١.٣%)، منها (٤٢.٥%) للذكور، و(٤٠%) للإناث. وأخيرًا "الإنفوجرافيك" بنسبة (٢٢.٣%)، منها (٢٣.٥%) للذكور، و(٢١.٥%) للإناث.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

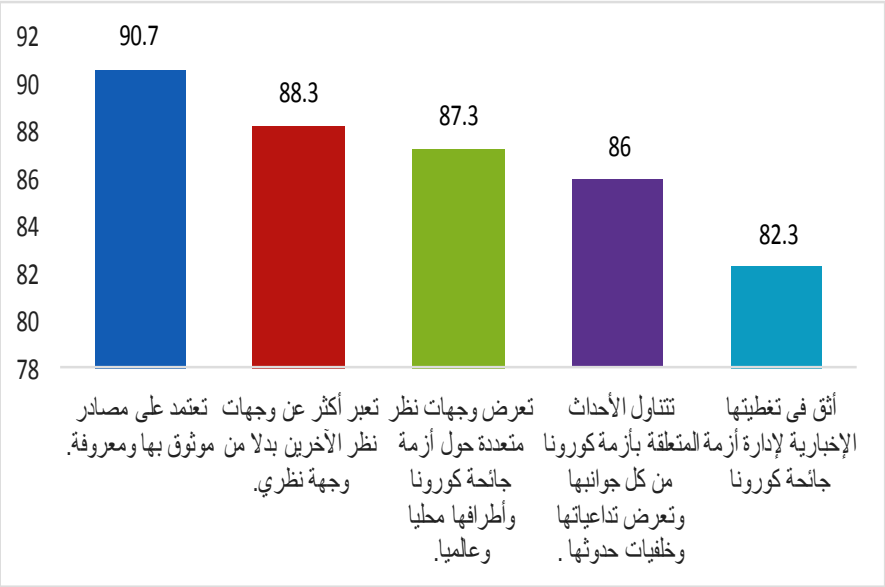
١٨- رأي المبحوثين حول جوانب التناول الإخباري للحصول على المعلومات الصحية لأزمة كورونا "كوفيد ١٩" على مواقع التواصل الاجتماعى حسب استخدامهم لها وطبقا لموقفهم تجاه كل وسيلة:

جدول رقم (23)

رأي المبحوثين حول جوانب التناول الإخباري للحصول على المعلومات الصحية لأزمة كورونا "كوفيد 19" على مواقع التواصل الاجتماعى حسب استخدامهم لها وطبقا لموقفهم تجاه كل وسيلة

العبارة	موافق		إلى حد ما		لا أوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
تعتمد على مصادر موثوق بها ومعروفة.	295	73.8	100	25.0	5	1.3	2.72	.474	90.7	١
تعبر عن وجهات نظر الآخرين بدلا من وجهة نظري.	270	67.5	120	30.0	10	2.5	2.65	.527	88.3	٢
تعرض وجهات نظر متعددة حول أزمة جائحة كورونا وأطرافها محليا وعالميا.	270	67.5	110	27.5	20	5.0	2.62	.579	87.3	٣
تتناول ال أحداث المتعلقة بأزمة كورونا من كل جوانبها وتعرض تداعياتها وخلفيات حدوثها.	240	60.0	150	37.5	10	2.5	2.58	.543	86.0	٤
أثق في تغطيتها الإخبارية لإدارة أزمة جائحة كورونا	225	56.3	140	35.0	35	8.8	2.47	.652	82.3	٥

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com



تكشف البيانات السابق عرضها عن رأي المبحوثين حول جوانب التناول الإخباري للحصول على المعلومات الصحية لأزمة كورونا "كوفيد ١٩" على مواقع التواصل الاجتماعى حسب استخدامهم لها وطبقا لموقفهم تجاه كل وسيلة؛ فذكروا في المرتبة الأولى "تعتمد على مصادر موثوق بها ومعروفة" بوزن نسبي (٩٠.٧%)، وقد ذكرت دراسات عديدة أن المواقع الموثوق بها هي تلك التي اعتمدت على مواقع منظمة الصحة العالمية أو التقارير التي كانت تنشرها وزارة الصحة المصرية أو رئاسة الوزراء، ثم "تعبر عن آراء الآخرين بشكل يفوق وجهة نظري" بوزن نسبي (٨٨.٣)، وتعد وجهات النظر الرسمية هي الآراء الأهم على المستوى المجتمعي من الآراء الشخصية لأصحابها، وأخيرًا "أثق في تغطيتها الإخبارية لإدارة أزمة جائحة كورونا" بوزن نسبي (٨٢.٣%).

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

جدول رقم (24)

المقياس العام حول رأي المبحوثين حول جوانب التناول الإخباري للحصول على المعلومات الصحية لأزمة كورونا "كوفيد 19" على مواقع التواصل الاجتماعى حسب استخدامهم لها وطبقا لموقفهم تجاه كل وسيلة

المقياس العام حول رأي المبحوثين حول جوانب التناول الإخباري للحصول على المعلومات الصحية لأزمة كورونا "كوفيد 19" على مواقع التواصل الاجتماعى حسب استخدامهم لها وطبقا لموقفهم تجاه كل وسيلة	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
ضعيفة	٣	١.٥	٢	١	٥	١.٣
متوسطة	٤٢	٢١	٥٣	٢٦.٥	٩٥	٢٣.٨
قوية	١٥٥	٧٧.٥	١٤٥	٧٢.٥	٣٠٠	٧٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠
"كا2: 1.807 درجة الحرية : 2 مستوى المعنوية : 0.405 غير دال"						

توضح البيانات المعروضة سلفًا المقياس العام حول رأي المبحوثين حول جوانب التناول الإخباري للحصول على المعلومات الصحية لأزمة كورونا "كوفيد ١٩" على مواقع التواصل الاجتماعى حسب استخدامهم لها وطبقا لموقفهم تجاه كل وسيلة؛ فكانت آرائهم الناتجة "قوية" بنسبة (٧٥%)، منها (٧٧.٥%) للذكور، و(٧٢.٥%) للإناث. ثم "متوسطة" بنسبة (٢٣,٨%)، منها (٢١%) للذكور، و(٢٦.٥%) للإناث. و"ضعيفة" بنسبة (١.٣%)، منها (١.٥%) للذكور، و(١%) للإناث.

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول "تبلغ قيمة كا٢ (١.٨٠٧)، عند درجة حرية (٢)، ومستوى معنوية (٠.٤٠٥)"، مما يعني عدم وجود فروق بين المشاركين والمشاركات من حيث رأيهم في جوانب التناول الإخباري للحصول على المعلومات الصحية لأزمة كورونا "كوفيد ١٩" على مواقع التواصل الاجتماعى حسب استخدامهم لها وطبقا لموقفهم تجاه كل وسيلة.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

١٩- مدى تفاعل المبحوثين مع الآخرين حول المعلومات الصحية لأزمة كورونا التي يشاركون في مناقشتها داخل صفحات مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (25)

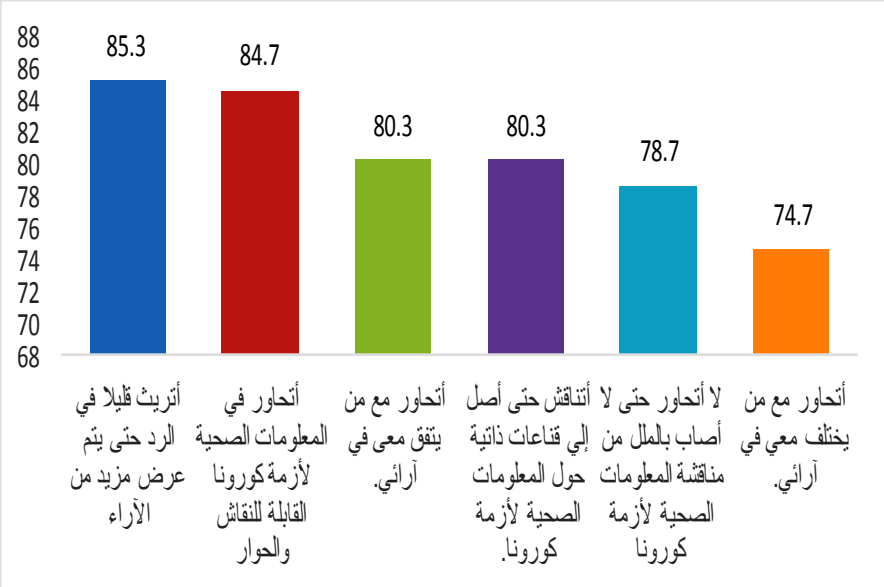
مدى تفاعل المبحوثين مع الآخرين حول المعلومات الصحية لأزمة كورونا التي يشاركون في مناقشتها داخل صفحات مواقع التواصل الاجتماعي

العبارة	موافق		إلى حد ما		لا أوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
اتفاعل دائما في الموضوعات المتعلقة بموضوع كورونا خاصة تلك التي تتفق مع اتجاهاتي	255	63.8	115	28.8	30	7.5	2.56	.630	85.3	١
أتحاور في المعلومات الصحية لأزمة كورونا القابلة للنقاش والحوار	260	65.0	95	23.8	45	11.3	2.54	.689	84.7	٢
أتحاور مع من يتفق معي في آرائي.	215	53.8	135	33.8	50	12.5	2.41	.703	80.3	٣

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

العبارة	موافق		إلى حد ما		لا أوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
أتنـــــاقش حتـــــى أصل إلي قناعـــات ذاتية حول المعلومات الصـــحية لأزمـــــة كورونا.	230	57.5	105	26.3	65	16.3	2.41	.754	80.3	٣
لا أتحاور حتـــى لا أصـــاب بالملل من مناقشـــة المعلومات الصـــحية لأزمـــــة كورونا	235	58.8	75	18.8	90	22.5	2.36	.826	78.7	٤
أتحـــاور مـــع مـــن يختلـــف معـــي فـــي آرائي.	175	43.8	145	36.3	80	20.0	2.24	.763	74.7	٥

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com



تكشف البيانات السابق عرضها عن مدى تفاعل المبحوثين مع الآخرين حول المعلومات الصحية لأزمة كورونا التي يشاركون في مناقشتها داخل صفحات مواقع التواصل الاجتماعي؛ فذكروا في المرتبة الأولى "أتفاعل دائمًا في الموضوعات المتعلقة بموضوع كورونا خاصة تلك التي تتفق مع اتجاهاتي " بوزن نسبي (٨٥.٣%)، ثم "أتحاور في المعلومات الصحية لأزمة كورونا القابلة للنقاش والحوار" بوزن نسبي (٨٤.٧%)، وأخيرًا "أتحاور مع من يختلف معي في آرائي" بوزن نسبي (٧٤.٧%).

ترى الباحثة ان التفاعل هو جوهر عملية التواصل في مواقع التواصل الاجتماعي، ووفق دراسة لطفي الزيادي فإن ما يميز بالأساس الميديا الاجتماعية عن وسائل الإعلام التقليدية هو تفتحها على الجماهير على مستوى إنتاج المضامين ونشرها، في حين يقتصر دور جماهير وسائل الإعلام التقليدية على التلقي[٦٩]. ويرى "إيريك هاكمان" و"روجيه بروسي" Hekman Érik & Brussels Rogier أن الفرد في مواقع التواصل الاجتماعي يؤّدي أكثر من دور، وأن مستخدم الميديا الاجتماعية بإمكانه تجاوز دور المتلقي وتقمص دور المنتج للمحتوى والمضمون، لكن هذا لا يعني أن كل مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يسهمون في كل مراحل إنتاج المضامين ونشرها، فقد بينت دراستنا أن ١٧% من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي السعوديين يكتفون بتلقي

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

المضامين المنشورة، و٢٢% يعيدون نشرها، وأن ٧٨% يسهمون في إنتاج المضامين والمحتويات التي يتلقونها، يبدو إذن– خلافًا للنشاط الإعلامي الذي يكتفي فيه الشخص ببث الرسائل والمضامين أو تلقيها - أن نموذج "الإعلام الجديد" يشتمل على عدة أنشطة اتصالية متنوعة، يمارس من خلالها المتلقي دور فعالاً عن طريق عرض رأيه ومواقفه من المضامين التي يتلقاها، كما يمكن أن يعيد نشرها وتوزيعها، ويسهم كذلك في معظم الأوقات في إنتاج المضامين، فيتحول إلى قائم بالاتصال، وهذه الأنشطة يمارسها البعض بمفردهم من حين لآخر.

جدول رقم (26)

المقياس العام حول مدى تفاعل المبحوثين مع الآخرين حول المعلومات الصحية لأزمة كورونا التي يشاركون في مناقشتها داخل صفحات مواقع التواصل الاجتماعي

المقياس العام حول مدى تفاعل المبحوثين مع الآخرين حول المعلومات الصحية لأزمة كورونا التي يشاركون في مناقشتها داخل صفحات مواقع التواصل الاجتماعي	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
ضعيف	٢١	١٠.٥	٢٤	١٢	٤٥	١١.٣
متوسط	٦٧	٣٣.٥	٦٣	٣١.٥	١٣٠	٣٢.٥
قوي	١١٢	٥٦	١١٣	٥٦.٥	٢٢٥	٥٦.٣
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠
"كا2: 0.328 درجة الحرية : 2 مستوى المعنوية : 0.849 غير دال"						

يتضح مما سبق المقياس العام حول مدى تفاعل المبحوثين مع الآخرين حول المعلومات الصحية لأزمة كورونا التي يشاركون في مناقشتها داخل صفحات مواقع التواصل الاجتماعي؛ فكان التفاعلي "قويًا" بنسبة (٥٦.٣%)، منها (٥٦%) للذكور، و(٥٦.٥%) للإناث. ثم "متوسطًا" بنسبة (٣٢.٥%)، منها (٣٣.٥%) للذكور، و(٣١.٥%) للإناث. و"ضعيفًا" بنسبة (١١.٣%)، منها (١٠.٥%) للذكور، و(١٢%) للإناث.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول "تبلغ قيمة كا٢ (٠.٣٢٨)، عند درجة حرية (٢)، ومستوى معنوية (٠.٨٤٩)"، مما يعني عدم وجود اختلافات إحصائية بين المبحوثين والمبحوثات من حيث مدى تفاعلهم مع الآخرين حول المعلومات الصحية لأزمة كورونا التي يشاركون في مناقشتها داخل صفحات مواقع التواصل الاجتماعي.

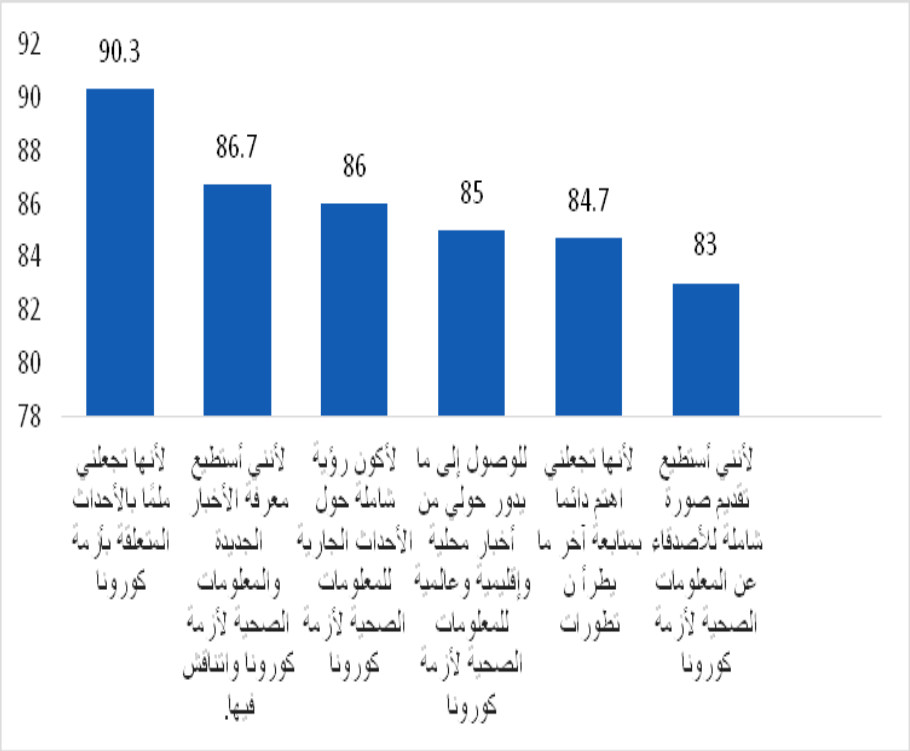
٢٠- أسباب تفضيل المبحوثين المشاركة في مناقشة المعلومات الصحية لأزمة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (27)

أسباب تفضيل المبحوثين المشاركة في مناقشة المعلومات الصحية لأزمة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي

العبارة	موافق		إلى حد ما		لا أوافق		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%				
لأنها تجعلني ملمًا بال أحداث المتعلقة بأزمة كورونا	310	77.5	65	16.3	25	6.3	2.71	.575	90.3	١
لأنني أستطيع معرفة الأخبار الجديدة والمعلومات الصحية لأزمة كورونا واتناقش فيها.	265	66.3	110	27.5	25	6.3	2.60	.605	86.7	٢
لأكون رؤية شاملة حول ال أحداث الجارية للمعلومات الصحية لأزمة كورونا	250	62.5	130	32.5	20	5.0	2.58	.588	86.0	٣
للوصول إلى ما يدور حولي من أخبار محلية وإقليمية وعالمية للمعلومات الصحية لأزمة كورونا	230	57.5	160	40.0	10	2.5	2.55	.546	85.0	٤
لأنها تجعلني اهتم دائما بمتابعة آخر ما يطرأ ن تطورات	230	57.5	155	38.8	15	3.8	2.54	.570	84.7	٥
لأنني أستطيع تقديم صورة شاملة للأصدقاء عن المعلومات الصحية لأزمة كورونا	220	55.0	155	38.8	25	6.3	2.49	.613	83.0	٦

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com



تكشف البيانات السابق عرضها عن أسباب تفضيل المبحوثين المشاركة في مناقشة المعلومات الصحية لأزمة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي؛ فذكروا في المرتبة الأولى "لأنها تجعلني ملمًا بال أحداث المتعلقة بأزمة كورونا" بوزن نسبي (٩٠.٣%)، ثم "لأنني أستطيع معرفة الأخبار الجديدة والمعلومات الصحية لأزمة كورونا واتناقش فيها" بوزن نسبي (٨٦.٧%)، وأخيرًا "لأنني أستطيع تقديم صورة شاملة للأصدقاء عن المعلومات الصحية لأزمة كورونا" بوزن نسبي (٨٣%).

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

جدول رقم (28)

المقياس العام حول أسباب تفضيل المبحوثين المشاركة في مناقشة المعلومات الصحية لأزمة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي

المقياس العام حول أسباب تفضيل المبحوثين المشاركة في مناقشة المعلومات الصحية لأزمة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
محدودة	٥	٢.٥	٥	٢.٥	١٠	٢.٥
متوسطة	٤٦	٢٣	٥٤	٢٧	١٠٠	٢٥
متعددة	١٤٩	٧٤.٥	١٤١	٧٠.٥	٢٩٠	٧٢.٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠	٢٠٠	١٠٠	٤٠٠	١٠٠
"كا2: 0.861 درجة الحرية : 2 مستوى المعنوية : 0.650 غير دال"						

توضح البيانات المذكورة بالجدول أعلاه المقياس العام حول أسباب تفضيل المبحوثين المشاركة في مناقشة المعلومات الصحية لأزمة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي؛ فكانت الأسباب "متعددة" بنسبة (٧٢.٥%)، منها (٧٤.٥%) للذكور، و(٧٠.٥%) للإناث. ثم "متوسطة" بنسبة (٢٥%)، منها (٢٣%) للذكور، و(٢٧%) للإناث. و"محدودة" بنسبة (٢.٥%)، منها (٢.٥%) للذكور، و(٢.٥%) للإناث.

تتسق هذه البيانات مع المؤشرات المبينة أسفل الجدول، حيث تبلغ كا٢ (٠.٨٦١)، عند درجة حرية (٢)، ومستوى دلالة (٠.٦٥٠)"، مما يعني عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث من حيث مبررات تفضيلهم المشاركة في مناقشة المعلومات الصحية لأزمة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي.

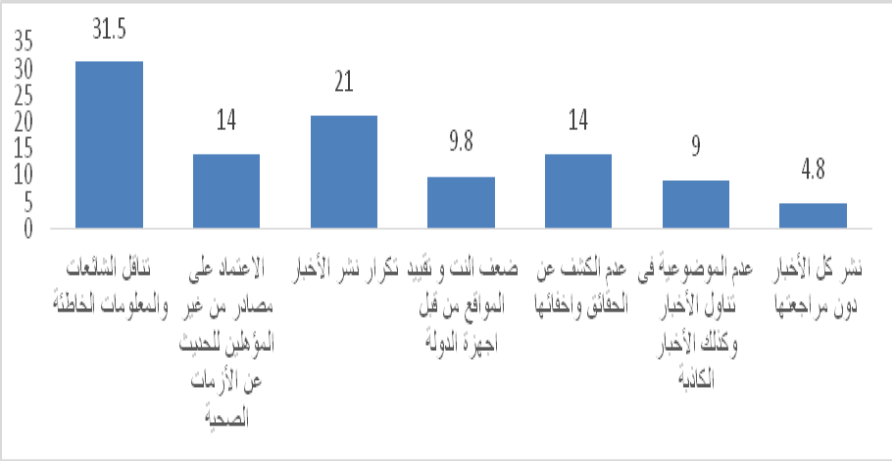
المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

٢١- السلبيات التي تقلل من دور مواقع التواصل الاجتماعي لنقل المعلومات الصحيحة في أثناء الأزمات من وجهة نظر المبحوثين:

جدول رقم (29)

السلبيات التي تقلل من دور مواقع التواصل الاجتماعي لنقل المعلومات الصحيحة في أثناء الأزمات من وجهة نظر المبحوثين

السلبيات التي تقلل من دور مواقع التواصل الاجتماعي لنقل المعلومات الصحيحة في أثناء الأزمات من وجهة نظر المبحوثين	الإجمالي	
	ك	%
تناقل الشائعات والمعلومات الخاطئة	١٢٦	31.5
تكرار نشر الأخبار	٨٤	21.0
الاعتماد على مصادر من غير المؤهلين للحديث عن الأزمات الصحية	٥٦	14.0
عدم الكشف عن الحقائق واخفائها	٥٦	14.0
ضعف النت و تقييد المواقع من قبل اجهزة الدولة	٣٩	9.8
عدم الموضوعية في تناول الأخبار وكذلك الأخبار الكاذبة	٣٦	9.0
نشر كل الأخبار دون مراجعتها	١٩	4.8
الإجمالي	400	١٠٠



تكشف البيانات السابق عرضها عن السلبيات التي تقلل من دور مواقع التواصل الاجتماعي لنقل المعلومات الصحيحة في أثناء الأزمات من وجهة نظر المبحوثين؛

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

فذكروا في المرتبة الأولى "تناقل الشائعات والمعلومات الخاطئة" بنسبة (٣١.٥%)، ثم "تكرار نشر الأخبار" بنسبة (٢١%)، وأخيرًا "نشر كل الأخبار دون مراجعتها" بنسبة (٤.٨%).

ثانيًا: التحقق من صحة فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى قيم المشاركين باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في أثناء جائحة كورونا ومستوى ثقتهم في مواقع التواصل الاجتماعى لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بالأزمة

جدول رقم (30)

بين مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في أثناء جائحة كورونا ومستوى ثقتهم في مواقع التواصل الاجتماعى لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بالأزمة

مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في أثناء جائحة كورونا / مستوى ثقتهم في مواقع التواصل الاجتماعى لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بالأزمة	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
	**٠.٤٥٨	٠.٠٠٠	دال
إجمالي العينة (ن)	٤٠٠		

يتضح من البيانات المعروضة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى قيام المستجيبين باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في أثناء جائحة كورونا ومستوى ثقتهم في مواقع التواصل الاجتماعى لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بالأزمة، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.٤٥٨**)، عند مستوى دلالة (٠.٠٠٠)؛ الأمر الذي يعني أن ارتفاع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في أثناء جائحة كورونا، ينتج عنه ارتفاع مستوى ثقتهم في مواقع التواصل الاجتماعى لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بالأزمة.

الفرض الثاني: يوجد ارتباط ذاو دلالة إحصائية بين مدى استفادة المبحوثين من قراءة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة رضاهم عما يقرأونه على مواقع التواصل الاجتماعي عن زيادة الوعي الصحي لإدارة الأزمة.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

الجدول رقم (31)

العلاقة بين مدى استفادة المبحوثين من قراءة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة رضاهم عما يقرأونه على مواقع التواصل الاجتماعي عن زيادة الوعي الصحي لإدارة الأزمة

مدى استفادة المبحوثين من قراءة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي / درجة رضاهم عما يقرأونه على مواقع التواصل الاجتماعي عن زيادة الوعي الصحي لإدارة الأزمة	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
	**٠.١٨٠	٠.٠٠٠	دال
إجمالي العينة (ن)	٤٠٠		

يوضح الجدول السابق الارتباط بين مدى استفادة المبحوثين من قراءة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي، ودرجة رضاهم عما يقرأونه على مواقع التواصل الاجتماعي عن زيادة الوعي الصحي إدارة الأزمة، حيث تبلغ قيمة بيرسون (٠.١٨٠**)، عند دلالة معنوية (٠.٠٠٠)؛ الأمر الذي يعني تأثير ارتفاع استفادة المبحوثين من قراءة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي، على ارتفاع درجة رضاهم عما يقرأونه على مواقع التواصل الاجتماعي عن زيادة الوعي الصحي لإدارة الأزمة.

الفرض الثالث: يوجد ارتباط إحصائي بين دوافع اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا ورأيهم في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الأخبار التي تتعلق بزيادة الوعي الصحي المتعلق بالأزمة بشكل جيد.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

جدول رقم (32)

بين دوافع اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا ورأيهم في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الأخبار التي تتعلق بزيادة الوعي الصحي المتعلق بالأزمة بشكل جيد

دوافع اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا / رأيهم في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الأخبار التي تتعلق بزيادة الوعي الصحي المتعلق بالأزمة	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
	٠.٢١٤**	٠.٠٠٠	دال
إجمالي العينة (ن)	٤٠٠		

يوضح ما سبق الارتباط بين دوافع اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا ورأيهم في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الأخبار التي تتعلق بزيادة الوعي الصحي المتعلق بالأزمة بشكل جيد، حيث يبلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.٢١٤**)، عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)؛ الأمر الذي يعني أن ارتفاع دوافع اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا، يؤدي إلى رؤيتهم الجيدة حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الأخبار التي تتعلق بزيادة الوعي الصحي المتعلق بالأزمة بشكل جيد.

الفرض الرابع: يوجد ارتباط دلالي بين رؤية المبحوثين حول دور المعلومات الصحية المتعلقة بأخبار أزمة كورونا "كوفيد ١٩" التي يتم نشرها عبر الوسائط الاجتماعية في تغيير السلبيات الصحية في إدارة الأزمة ودوافع اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

الجدول رقم (33)

العلاقة بين رؤية المبحوثين حول دور المعلومات الصحية المتعلقة بأخبار أزمة كورونا "كوفيد 19" التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير السلبيات الصحية في إدارة الأزمة ودوافع اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا

رؤية المبحوثين حول دور المعلومات الصحية المتعلقة بأخبار أزمة كورونا "كوفيد ١٩" التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير السلبيات الصحية في إدارة الأزمة / دوافع اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
	**٠.٥٠٧	٠.٠٠٠	دال
إجمالي العينة (ن)	٤٠٠		

يتضح مما سبق الارتباط الإحصائي بين رؤية المبحوثين حول دور المعلومات الصحية المتعلقة بأخبار أزمة كورونا "كوفيد ١٩" التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير السلبيات الصحية في إدارة الأزمة و دوافع اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات الصحية المتعلقة بالأزمة، حيث تبلغ قيمة بيرسون (٠.٥٠٧**)، عند مستوى دلالة (٠.٠٠٠)؛ الأمر الذي يوضح أن ارتفاع رؤية المبحوثين حول دور المعلومات الصحية المتعلقة بأخبار أزمة كورونا "كوفيد ١٩" التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تغيير السلبيات الصحية في إدارة الأزمة يؤدي إلى زيادة دوافع اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات الصحية المتعلقة بالأزمة.

الفرض الخامس: يوجد ارتباط ذو دلالة إحصائية بين مستوى ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعى لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩" ومدي تفاعلهم مع الآخرين حول المعلومات الصحية لأزمة كورونا التي يشاركون في مناقشتها داخل صفحات مواقع التواصل الاجتماعي.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

جدول رقم (34)

العلاقة بين مستوى ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعى لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد 19" ومدى تفاعلهم مع الآخرين حول المعلومات الصحية لأزمة كورونا التي يشاركون في مناقشتها داخل صفحات مواقع التواصل الاجتماعي

ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعى لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة "جائحة كورونا "كوفيد ١٩ / تفاعلهم مع الآخرين حول المعلومات الصحية لأزمة كورونا التي يشاركون في مناقشتها داخل صفحات مواقع التواصل الاجتماعي	معامل ارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
إجمالي العينة (ن)	٤٠٠		
	**٠.٥٩٢	٠.٠٠٠	دال

يتضح من البيانات الموضحة أعلاه وجود ارتباط إحصائي بين مستوى ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعى لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩" ومدي تفاعلهم مع الآخرين حول المعلومات الصحية لأزمة كورونا التي يشاركون في مناقشتها داخل صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تبلغ قيمة بيرسون (**٠.٥٩٢)، عند مستوى دلالة (٠.٠٠٠)؛ الأمر الذي يعني أنه كلما ارتفع مستوى ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعى لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩"، ارتفع مدى تفاعلهم مع الآخرين حول المعلومات الصحية لأزمة كورونا التي يشاركون في مناقشتها داخل صفحات مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين مستوى ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعى لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩" والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في "النوع – السن – المستوى التعليمي – الدخل الشهري للأسرة".

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

جدول رقم (35)

الفروق بين مستوى ثقة المشاركين في الشبكات الاجتماعية لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد 19" والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في النوع – السن – المستوى التعليمي – الدخل الشهري للأسرة

المتغيرات الديموغرافية / ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعى لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا كوفيد ١٩"		العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
					الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
النوع	ذكور	200	2.4950	.70174	ت= ٠.٢١٧	٣٩٨	٠.٨٢٨ غير دال
	إناث	200	2.4800	.67964			
السن	من ١٨ لأقل من ٢٥ سنة	60	2.4833	.70089	ف= ٠.٤٩١	٣ ٣٩٦	٠.٦٨٨ غير دال
	من ٢٥ إلى ٣٥ سنة	113	2.4779	.73311			
	من ٣٦ إلى ٥٠ سنة	111	2.5495	.64299			
	من ٥٠ فأكثر	116	2.4397	.68890			
	الإجمالي	400	2.4875	.68995			
المستوى التعليمي	مؤهل متوسط	11	2.8182	.40452	ف= ١.٥٣٢	٢ ٣٩٧	٠.٢١٧ غير دال
	مؤهل عالي	179	2.4525	.71244			
	مؤهل فوق جامعي	210	2.5000	.67950			
	الإجمالي	400	2.4875	.68995			
الدخل الشهري للأسرة	اقل من ٣٠٠٠ جنية	168	2.5179	.66543	ف= ١.٤٢٨	٣ ٣٩٦	٠.٢٣٤ غير دال
	من ٣٠٠٠ الي ٧٠٠٠ جنية	165	2.4545	.71954			
	من ٧٠٠٠ الي ١٠٠٠٠ جنية	38	2.6316	.54132			
	اكثر من ١٠٠٠٠ جنية	29	2.3103	.80638			
	الإجمالي	400	2.4875	.68995			

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

يتضح من البيانات السابق عرضها مدى وجود فروق دالة إحصائيًا بين مستوى ثقة المشاركين في مواقع التواصل الاجتماعى لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩" والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في النوع – السن – المستوى التعليمي – الدخل الشهري للأسرة؛ حول النوع، بلغت قيمة T (٠.٢١٧)، عند مستوى معنوية (٠.٨٢٨). وحول العمر، بلغت قيمة F (٠.٤٩١)، عند مستوى دلالة (٠.٦٨٨). وحول المستوى التعليمي، بلغت ف (١.٥٣٢)، عند مستوى معنوية (٠.٢١٧). وفيما يتعلق بالدخل الشهري للأسرة، بلغت ف (١.٤٢٨)، عند مستوى دلالة (٠.٢٣٤)؛ مما يوضح عدم فروق ذات دلالة إحصائية بين مستوى ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعى لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩" والمتغيرات الديموجرافية المتمثلة في النوع – السن – المستوى التعليمي – الدخل الشهري للأسرة.

أهم نتائج الدراسة:

- يختلف مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي في أثناء جائحة كورونا؛ فذكروا "دائمًا" بنسبة (٩٢.٥%)، منها (٩٣%) للذكور، و(٩٢%) للإناث. يلي ذلك "أحيانًا" بنسبة (٧.٥%)، منها (٧%) للذكور، و(٨%) للإناث.
- يختلف مدى استفادة المبحوثين من قراءة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي؛ فذكروا "نعم" بنسبة (٩٦.٣%)، منها (٩٧%) للذكور، و(٩٥.٥%) للإناث. يلي ذلك "لا" بنسبة (٣.٨%)، منها (٣%) للذكور، و(٤.٥%) للإناث.
- يختلف مدى متابعة المبحوثين للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩" عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي؛ فذكروا "أتابعها بشكل منتظم" بنسبة (٦٠%)، منها (٦١%) للذكور، و(٥٩%) للإناث. يلي ذلك "أتابعها إلى حد ما" بنسبة (٣٥%)، منها (٣٤.٥%) للذكور، و(٣٥.٥%) للإناث، وأخيرًا "أتابعها نادرًا" بنسبة (٥%)، منها (٤.٥%) للذكور، و(٥.٥%) للإناث.
- يقضي المبحوثون عددًا مختلفًا من الساعات في استخدام الوسائط الاجتماعية في متابعة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩"؛ فذكروا "أقل من ساعة يوميًا" بنسبة (٤٢.٥%)، منها (٤٢.٥%) للذكور، و(٤٢.٥%) للإناث. يلي ذلك "من

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

ساعة واحدة إلى أقل من ٣ ساعات في اليوم" بنسبة (٣٣.٨%)، منها (٣٥%) للذكور، و(٣٢.٥%) للإناث. وأخيرًا "من ٣ ساعات فأكثر" بنسبة (٢٣.٨%)، منها (٢٢.٥%) للذكور، و(٢٥%) للإناث.

- يتنوع الوسيط التكنولوجي الذي يتابع المبحوثون عبره مواقع شبكات التواصل الاجتماعي لمتابعة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩"؛ فذكروا في المقدمة "عبر الهواتف الذكية" بنسبة (٨٧.٥%)، منها (٩٠%) للذكور، و(٨٥%) للإناث. يلي ذلك "عبر الكمبيوتر المحمول" بنسبة (٣٧.٥%)، منها (٣٧.٥%) للذكور، و(٣٧.٥%) للإناث. وأخيرًا "عبر الـ taplet" بنسبة (١٣.٨%)، منها (١٤%) للذكور، و(١٣.٥%) للإناث.
- يختلف مدى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلونها لمتابعة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩"؛ فذكروا في المرتبة الأولى "صفحة الفيس بوك الخاصة بك" بوزن نسبي (٨٦.٧%)، ثم "صفحة الفيس بوك الرسمية للجهات الحكومية" بوزن نسبي (٨٥.٧%)، وأخيرًا وجل بلس *Google plu*" بوزن نسبي (٦٤.٣%).
- *يختلف* مستوى ثقة المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعى التالية لتناولها للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩"؛ فذكروا في المرتبة الأولى "الموقع الرسمي لمنظمة الصحة العالمية" بوزن نسبي (٨٨.٧%)، ثم "الموقع الرسمي لوزارة الصحة المصرية" بوزن نسبي (٨٨%)، وأخيرًا وجل بلس Google plu" بوزن نسبي (٦٩%).
- تتعدد دوافع اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات الصحية المتعلقة بأزمة جائحة كورونا؛ فذكروا في المرتبة الأولى "لأنها سريعة في نقل الأخبار" بوزن نسبي (٨٩.٧%)، ثم "تتناول القضايا المهمة للوقاية الصحية من الفيروس في المجتمع المصري بشكل أعمق" بوزن نسبي (٨٨.٧%)، وأخيرًا "تعبر عن رأيي" بوزن نسبي (٧٩.٧%).
- يختلف رأي المبحوثين في ضرورة أن يكون لدى الفرد ثقافة صحية عن أزمة كورونا لكي يستطيع إدارة الأزمة مجتمعيًا والبعد عن نقل الفيروس من شخص لآخر؛ فذكروا في المقدمة "نعم يجب أن يكون على دراية بما يجب أنه يفعله للوقاية من انتشار

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

المرض" بنسبة (٧٦.٣%)، منها (٧٣.٥%) للذكور، و(٧٩%) للإناث. يلي ذلك "أحيانا يجب أن يكون على دراية بما يجب أنه يفعله للوقاية من انتشار المرض فهذا ليس دوره" بنسبة (٢٢.٥%)، منها (٢٥.٥%) للذكور، و(١٩.٥%) للإناث. وأخيرًا "لا يجب أن يكون على دراية بما يجب أنه يفعله للوقائة من انتشار المرض فهذا ليس دوره" بنسبة (١.٣%)، منها (١%) للذكور، و(١.٥%) للإناث.

- يتعدد رأي المبحوثين في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تلبية كل ما يحتاجة التثقيف الصحي من أخبار ومقالات وتقارير عن أزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩"؛ فذكروا في المقدمة "نعم استطاعت" بنسبة (٨٢.٥%)، منها (٨٣.٥%) للذكور، و(٨١.٥%) للإناث. يلي ذلك "لا لم تستطع" بنسبة (١١.٥%)، منها (٩.٥%) للذكور، و(١٣%) للإناث. وأخيرًا "ليس لى رأي في ذلك" بنسبة (٦.٣%)، منها (٧%) للذكور، و(٥.٥%) للإناث.
- يختلف رأي المبحوثين في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم الأخبار التي تتعلق بزيادة الوعي الصحي المتعلق بأزمة جائحة كورونا "كوفيد ١٩" بشكل جيد؛ فذكروا في المقدمة "نعم قدمت أخبارًا مفيدة جدًا لي ولغيري" بنسبة (٩٠%)، منها (٩١.٥%) للذكور، و(٨٨.٥%) للإناث. يلي ذلك "لا لم تقدم أخبارًا مفيدة" بنسبة (٦.٥%)، منها (٥%) للذكور، و(٧.٥%) للإناث. وأخيرًا "ليس لى رأي في ذلك" بنسبة (٣.٨%)، منها (٣.٥%) للذكور، و(٤%) للإناث.
- تتعدد الجهات التي تقع عليها مسئولية الوعي الصحي لإدارة أزمة كورونا "كوفيد ١٩" من وجهة نظر المبحوثين؛ فذكروا في المقدمة "وسائل الإعلام بشكل عام" بنسبة (٧٢.٥%)، منها (٧٤.٥%) للذكور، و(٧٠.٥%) للإناث. يلي ذلك المواقع الرسمية لمنظمة الصحة العالمية" بنسبة (٥٦.٣%)، منها (٥٦.٥%) للذكور، و(٥٦%) للإناث. وأخيرًا "مؤسسات المعلومات (مكتبات ومراكز المعلومات)" بنسبة (٢١.٣%)، منها (٢١%) للذكور، و(٢١.٥%) للإناث.
- يختلف مدى موافقة المبحوثين على أن نشر المعلومات الصحية المتعلقة بأخبار أزمة كورونا "كوفيد ١٩" التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في تغيير السلبيات الصحية في إدارة الأزمة؛ فذكروا في المقدمة "نعم أوافقبشدة" بنسبة (٤٨.٨%)، منها (٤٧%) للذكور، و(٥٠.٥%) للإناث. يلي ذلك "أوافق" بنسبة

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

(٤٣.٨%)، منها (٤٥.٥%) للذكور، و(٤٢%) للإناث. وأخيرًا "أرفض" بنسبة (٢.٥%)، منها (٢%) للذكور، و(٣%) للإناث.

- يختلف مدى رضا المبحوثين عما يقرأونه على مواقع التواصل الاجتماعي عن زيادة الوعي الصحي لإدارة أزمة كورونا "كوفيد ١٩"؛ فذكروا في المقدمة "أشعر بالرضا بشكل كامل" بنسبة (٥٢.٥%)، منها (٥٤.٥%) للذكور، و(٥٠.٥%) للإناث. يلي ذلك "أشعر بالرضا إلى حد ما" بنسبة (٤٥%)، منها (٤٤%) للذكور، و(٤٦%) للإناث. وأخيرًا "لا أشعر بالرضا" بنسبة (٢.٥%)، منها (١.٥%) للذكور، و(٣.٥%) للإناث.
- تختلف الآثار الناتجة عن متابعة المبحوثين لمواقع الشبكات الاجتماعية كوسيلة للمعرفة الصحية عن معلومات أزمة جائحة كورونا؛ فذكروا في المرتبة الأولى "تكون لدي وعي بالقضايا الصحية المتعلقة بأزمة كورونا المثارة محليًا وعالميًا" بوزن نسبي (٩٣%)، ثم "أصبحت أكثر قدرة على فهم القضايا الصحية الخاصة بأزمة كورونا" بوزن نسبي (٨٦.٣%)، وأخيرًا "أقوم بقراءة المقالات والأبحاث العلمية في المجال الطبي" بوزن نسبي (٨١.٣%).
- تختلف جوانب الاستفادة من متابعة المبحوثين للمعلومات الصحية المتعلقة بأزمة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي؛ فذكروا في المقدمة "أصبحت عندي معلومات لم أكن أعرفها من قبل ساعدتنى على تنفيذ الاجراءات الاحترازية" بنسبة (٥٢.٥%)، منها (٥١%) للذكور، و(٥٤%) للإناث. يلي ذلك "غيرت سلوكيات خاطئة عندي ونقلتها للمقربين لي" بنسبة (٢٦.٣%)، منها (٣٠%) للذكور، و(٢٢.٥%) للإناث. وأخيرًا "شجعتني على أن أكشف كشفًا طبيًا بمجرد شعوري بالتعب دون إهمال" بنسبة (٢١.٣%)، منها (١٩%) للذكور، و(٢٣.٥%) للإناث.
- تتعدد الفنون التحريرية التي يفضلها المبحوثون لمتابعة القضايا الصحية على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات عن أزمة كورونا؛ فذكروا في المقدمة "البيانات والإحصاءات" بنسبة (٧٧.٥%)، منها (٧٧.٥%) للذكور، و(٧٧.٥%) للإناث. يلي ذلك "التقرير" بنسبة (٤١,٣%)، منها (٤٢.٥%) للذكور، و(٤٠%) للإناث. وأخيرًا "الإنفوجرافيك" بنسبة (٢٢.٣%)، منها (٢٣.٥%) للذكور، و(٢١.٥%) للإناث.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

- يختلف رأي المبحوثين حول جوانب التناول الإخباري للحصول على المعلومات الصحية لأزمة كورونا "كوفيد 19" على مواقع التواصل الاجتماعى حسب استخدامهم لها وطبقا لموقفهم تجاه كل وسيلة؛ فذكروا في المرتبة الأولى "تعتمد على مصادر موثوق بها ومعروفة" بوزن نسبي (90.7%)، ثم "تعبر عن آراء الآخرين بشكل يفوق وجهة نظري" بوزن نسبي (88.3%)، وأخيرًا "أثق في تغطيتها الإخبارية لإدارة أزمة جائحة كورونا" بوزن نسبي (82.3%).
- يختلف مدى تفاعل المبحوثين مع الآخرين حول المعلومات الصحية لأزمة كورونا التي يشاركون في مناقشتها داخل صفحات مواقع التواصل الاجتماعي؛ فذكروا في المرتبة الأولى "أتريث قليلا في الرد حتى يتم عرض مزيد من الآراء" بوزن نسبي (٨٥.٣%)، ثم "أتحاور في المعلومات الصحية لأزمة كورونا القابلة للنقاش والحوار" بوزن نسبي (٨٤.٧%)، وأخيرًا "أتحاور مع من يختلف معي في آرائي" بوزن نسبي (٧٤.٧%).
- تتعدد أسباب تفضيل المبحوثين المشاركة في مناقشة المعلومات الصحية لأزمة كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي؛ فذكروا في المرتبة الأولى "لأنها تجعلني ملمًا بال أحداث المتعلقة بأزمة كورونا" بوزن نسبي (٩٠.٣%)، ثم "لأنني أستطيع معرفة الأخبار الجديدة والمعلومات الصحية لأزمة كورونا واتناقش فيها" بوزن نسبي (٨٦.٧%)، وأخيرًا "لأنني أستطيع تقديم صورة شاملة للأصدقاء عن المعلومات الصحية لأزمة كورونا" بوزن نسبي (٨٣%).
- تتعدد السلبيات التي تقلل من دور مواقع التواصل الاجتماعي لنقل المعلومات الصحيحة في أثناء الأزمات من وجعة نظر المبحوثين؛ فذكروا في المرتبة الأولى "تناقل الشائعات والمعلومات الخاطئة" بوزن نسبي (٣٠%)، ثم "الاعتماد على مصادر من غير المؤهلين للحديث عن الأزمات الصحية" بوزن نسبي (١٥%)، وأخيرًا "نشر كل الأخبار دون مراجعتها" بوزن نسبي (١%).

التوصيات والمقترحات:

- أحدث ظهور وسائل الاتصال والإعلام الحديثة وانتشارها، وتكثف النشاط على مواقع التواصل الاجتماعي وتنوعه، تغييرات جذرية على سمات وخاصيات المشهد الاتصالي والإعلامي في كل الدول والمجتمعات؛ فالميديا

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

الاجتماعية مكّنت من التزاوج بين المضامين والوسائل والتقنيات، فانكسرت الحدود بين الوسائل الإعلامية، وتغيرت وتنوعت الاستخدامات، وصيغت سبل جديدة تمكن من الوصول إلى المعلومة الجديدة والحينية بأسرع طريقة، وتغيرت مواقف، وما ينتظره المتلقي، فأصبح يرنو إلى المشاركة أكثر في العملية الاتصالية؛ وعليه يجب إيجاد ثقافة إعلامية لدى المواطنين من خلال دراسة مقررات دراسية وافية تشرح طبيعة هذه الوسائل.

- حتمت التحولات الاتصالية على وسائل الإعلام التقليدية إعادة النظر في إستراتيجياتها ونشاطاتها وأدواتها، ولعل أهم ما خلّفته التحولات الجذرية التي تعيشها البيئة الاتصالية والإعلامية هو: تجزئة وسائل الإعلام، وتفتيت الاستهلاك الإعلامي من الإعلام الجماهيري إلى الإعلام الفردي أو المنفرد، واندثار الفروقات المألوفة بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة.
- أكدت الدراسة أن هناك زيادة في حجم الإقبال والتعرض - ولا سيما لدى الشباب- لمواقع التواصل، وعليه يجب إيجاد صفحات ومنصات قومية موثوقة يرجع إليها الجمهور في الحصول على معلومات حتى لا يقع الجمهور فريسة للمعلومات المغلوطة أو المضللة التي تحميهم من الشائعات.
- أكدت الدراسة وجود علاقة بين المصداقية أو مدى ثقة الوسيلة الإعلامية واعتماد الجمهور، ولا سيما الشباب، على هذه الوسائل في الحصول على المعلومات، ما يتطلب من هذه الوسائل أن تحرص على التثبت والتأكد من مصادرها ومن المعلومات التي تنشرها.
- على مواقع التواصل الإجتماعي الالتزام بالصدق ومراعاة المصداقية وتجنب نشر الأخبار الكاذبة وإعلان الحالات الفعلية المصابة بفيروس كورونا، سواء المسجلين بوزارة الصحة أو غير المسجلين، مع الاعتماد على المعلومات الرسمية فقط.
- مراعاة الرقابة الجيدة حتى لا يتمكن أي شخص على مواقع التواصل من نشر الأخبار الكاذبة دون التأكد منها أولا، والاعتماد على المصادر الموثوقة وإنشاء مواقع موثوقة لوزارة الصحة لا يستطيع أحد النشر من خلالها سوى المسئولين، وتحري الدقة ونقل المعلومات الرسمية الموثقة والبعد عن نشر الفتن والأكاذيب والأخبار الخاطئة التي تؤدي إلى نشر الفوضى أو الذعر بين المستخدمين، وتقديم معلومات عبر شخصيات

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

مهمة ومعروفة في المجال الطبي بشكل موزون وليس بصيغة الترهيب أو التسيب، ومراعاة استخدام أكثر من أسلوب ليتناسب مع أكثر من فئة.

- يمكن إنشاء صفحة رسمية لأطباء الدولة لنشر الوعي الصحي والتقارير السليمة التي تطمئن الجميع، ورفع مستوى وعي الجمهور الصحي عن طريق عرض مزيد من البرامج والقوالب الصحية التي يمكن أن تزيد من وعيهم الصحي وزيادة معلوماتهم الصحية عن الأمراض وعمل حملات توعية في كافة مؤسسات الدولة لتوعية الجمهور بخطورة الفيروسات والأمراض وكيفية التعامل الجيد مع فيروس كورونا.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

هوامش الدراسة:

(١) محمد صبحي محمد، **"اعتماد الطلاب المغتربين في مصر على المواقع الإلكترونية الإخبارية وعلاقته بتشكيل الوعي الصحي لديهم نحو أزمة كورونا (كوفيد ١٩) دراسة ميدانية**. مجلة البحوث الإعلامية، **المجلد ٥٦، الجزء الأول، ٢٠٢١، ص١٥٧: ٢٠١٨.**

(٢) نرمين علاء الدين علي، **"فاعلية الإجراءات الاحترازية المتخذة لمواجهة الأزمات العالمية في تقليص مخاوف الشراء عبر الإنترنت- دراسة ميدانية بالتطبيق على عينة من الشباب المصري"**، مجلة البحوث الإعلامية، **المجلد ٥٦، الجزء الأول، ٢٠٢١، ص٢٦٦:٢١٩.**

(3) Rama Krishna Reddy Kummitha, " Smart technologies for fighting pandemics: The techno- and human- driven approaches in controlling the virus transmission". **Government Information Quarterly**, 2020, pp.1-11.

(4) Qiang Chen," Unpacking the black box: How to promote citizen engagement through government social media during the COVID-19 crisis". **Computer in Human behavior**, 2020, pp.1-11.

(5)A. Mourad, "Critical Impact of Social Networks Infodemic on Defeating Coronavirus COVID-19 Pandemic: Twitter-Based Study and Research Directions". **M.A Thesis**, Lebanese American University, 2020.

(٦) فؤادة محمد علي، "اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الإجتماعي في الحصول عن المعلومات عن جائحة كورونا"، **مجلة البحوث الإعلامية**، المجلد الخامس والخمسون، الجزء السادس، ٢٠٢٠.

(7) Carlos Cuello-Garci, "Social Media can have an impact on how we manage and investigate the COVID-19 pandemic" **Journal Pre-proff**, 2020.

(٨) أسماء مسعد عبد المجيد، "دور الصفحات الرسمية على الفيس بوك في رفع الوعي الصحي لدى المواطن المصري تجاه إنتشار أزمة كورونا كوفيد ١٩"، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد ٥٤، الجزء الخامس، ٢٠٢٠، ص٣٣٠٢.

(٩) خالد فيصل الفرم، "استخدام وسائل التواصل الإجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا"، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد ٤، العدد ٥٢، ٢٠٢٠.

file:///D:/خطة%٢٠كورونا/المجلد%٢٠٤٢%٢٠من%٢٠البحوث%٢٠الاعلامية%٢٠جامعة%٢٠الازهر.pdf تمت الزيارة في ٢٠٢١/١/٣٠.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

(١٠) جيهان سعد، **"أطر معالجة مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية لتداعيات جائحة فيروس كورونا المستجد** ..(Covid 19) **دراسة تحليلية**، مجلة البحوث الإعلامية، **العدد الرابع والخمسون، ٢٠٢٠.**

(١١) ريم ابراهيم الخوالدة، "دور التليفزيون الاردني في زيادة المعرفة الصحية لدى المشاهدين". **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، الاردن، ص ص ١ – ٧٩.

(١٢) تقوى آدم حسن ادم ومعاوية مصطفى بابكر، "توظيف وسائل الاتصال في التوعية الصحية – دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على ادارة تعزيز الصحة ولاية القضارف في الفترة من ٢٠١٨ – ٢٠١٩". **مجلة العلوم الانسانية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا**، مجلد ٢٠، العدد٢، ديسمبر ٢٠١٩، ص ص ١٢٣ – ١٤٠.

(١٣) مي عبدالواحد الخاجة، "الإعلام الصحي في دولة الإمارات من المنظورين الأكاديمي والطبي: دراسة استطلاعية ميدانية، **مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية**، جامعة الشارقة، العدد مج١٥، ع٢، الإمارات، ديسمبر ٢٠١٨ ص ص ٩٨ - ١٣٣.

(١٤) عزام علي عنانزة، مريم عدنان علي، "دور تلفزيون أبو ظبي في التثقيف الصحي للمرأة الإماراتية: دراسة ميدانية، **حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية"**، جامعة الكويت، مجلس النشر العلمي، العدد: الحولية٣٩، الرسالة٥٠٩، الكويت، ديسمبر ٢٠١٨، ص ص ٩ - ١١٨

(١٥) بلبليدية فتيحة نور الهدى، "الإعلام المحلي المسموع ودوره في تثقيف وتنمية الوعي الصحي للجمهور المستمع"، **مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية**، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، العدد ع١٣، الجزائر، ٢٠١٨ ، ص ص ١٣٥ - ١٤٩

(١٦) عبد الخالق ابراهيم عبد الخالق، "أطر معالجة الصحف الورقية والإلكترونية لأزمة فيروس سى بمصر خلال الفترة من يناير ٢٠١٤ إلى يناير ٢٠١٦م دراسة تحليلية مقارنة"، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، العدد السادس ابريل – يونيو ٢٠١٦.

(١٧) نورة حمدي محمد أبو سنة، "علاقة التعرض للصحف السعودية الورقية والإليكترونية بمستوى المعرفة بمرض كورونا"، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام بالقاهرة، العدد ٤٣، يناير ٢٠١٥ ، مصر ، ص ص ٨٥ – ١٦٦.

(18) Jeeyun, O. Make, "It Interactive and thy will come :correlating interactive in Antidurg Websites with site Traffic", paper presented at the **annual meeting of the international communication association** 65th Annual Conference,Caribe Hilton, san juan,Puerto RICO, 2015.

(١٩) سميرة شيخاني، "الإعلام الجديد في عصر المعلومات"، **مجلة جامعة دمشق**. المجلد ٢٠. العدد الأول. ٢٠١٠. ص ص ٤٣٦- ٤٤٣.

(٢٠) حنان كامل إسماعيل، "دور المواطن الصحفي في الحراك السوري من وجهة نظر قادة الرأي الإعلامي العربي: الأردن والكويت ومصر أنموذجًا"، **رسالة ماجستير**، جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، ٢٠١٢، ص ١١.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

(21) **See**:- **Aailable At**: http://masscomm.kenanaonline.net/posts/142661, **Retrieved At**:10/7/2015, 10:55 A.M.

- بداني فؤاد."حتمية ماكلوهان لفهم قيمية عزي عبد الرحمن"، **مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية**، العدد الرابع، جامعة الوادي، ٢٠١٤، ص ص:١١٣-١١٨

(٢٢) عبد الرحمن عزي. **"دراسات في نظرية الاتصال؛ نحو فكرإعلامي متميز"**، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت،2003 م ص٨.

(٢٣) موسى عبد الرحيم حلس. ناصر علي مهدي، "دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسيطيني: دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب جامعة الأزهر"، **سلسلة العلوم الإنسانية**. جامعة الأزهر بغزة. المجلد ١٢. العدد١ . ٢٠١٠. ص ١٤٨

(٢٤) حسام إلهامي وأحمد سمير حماد ومها عبد المجيد، **"مناهج البحث في الإعلام الجديد"**، شركة الوابل الصيب للإنتاج والتوزيع والنشر، ٢٠١٣، ص:١٣٠

(25) Mónica Salazar-Acosta and Adam Holbrook. "Some notes on theories of technology, society and innovation systems for science and technology policy studies**", Center For Policy Research On Science And Technology Report**, Simon Fraser University, 2008, PP:13-15.

(٢٦) سهام بن يحيى، "الصحافة المكتوبة وتنمية الوعي البيئي في الجزائر: دراسة تحليلية لمضمون صحيفتين وطنيتين وآخرى جمهويتين"، **رسالة ماجستير**، جامعة منتوري قسنطينة: كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا. ٢٠٠٥، ص ٦٦

(٢٧) نبيل علي، **"العرب وعصر المعلومات**. سلسلة عالم المعرفة"، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ١٩٩٤، ص ص ٢٢٨- ٢٣٠.

(28) Stanley J. Baran and Dennis K. Davis. "**Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future**", 6th Edition, Thomson wads worth, 2003), p:35.

(29) Thomas Hauer. **Op.Cit**, Mar-Apr- 2017. Pp 1-4.

(30) Chandler, D., "Shaping and being shaped: Engaging with media" Com**puter Mediated Communication magazine,** 1996. Retrieved August, 13, 2015, from http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/short/determ.html

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

(31) Felix Olajide Talabi, "The Internet And Journalism Practice In Nigeria", **Global Journal of HUMAN SOCIAL SCIENCE**. Volume 11 Issue 10 Version 1.0 December 2011. P 15.

(32) Williams R and Edge D. "The Social shaping of technology"**, Information and Communication Technolodies**, Oxford University Press, 1996. Pp 53-68.

(33) Edge. D**.** "The social shaping of technology"**, Information and Communication Technologies**. Sage. London. 1994.

(٣٤) عبد الحافظ عواجي صلوي، **"نظريات التأثير الإعلامية"**، ١٤٣٣. ص ٢٠. متاح على الرابط التالي: https://www.slideshare.net/KamalNaser/ss-48604966

(٣٥) كيحل فتيحة، "الإعلام الجديد وتشر الوعي البيئي: دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي"، **رسالة ماجستير**، جامعة الحاج لخضر- باتنة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال، ٢٠١١، ص ٥

(36) Fernando de la Cruz Paragas, "Trisha TC Lin. Organizing and reframing technological determinism", **new media & society**. Vol. 18. No (8). 2016. Pp 1528–1546.

(37) Selwyn N,. "Making sense of young people, education and digital technology: the role of sociological theory", **Oxford Review of Education.** Vol 38. No (1). 2012. Pp 81–96.

(٣٨) مازن عرفة (ياسين)، **"مجتمع المعلومات العالمي والنموذج الحضاري"**، عمان، دار الورق، 2002م، ص69.

(٣٩) Felix Olajide Talabi. **Op.Cit**. 2011. P 17

(40) **Igor Vobič.** "Journalism and Globalisation: Paradigms, Problems, Prospects", Mass **Commun Journalism**. 2012, Vol 2. NO 7.2012. PP 1-3.

- chiche: كلمة يطلق توصيفها على مصطلحات أو عبارات وأفكار استخدمت بكثرة حتى أصبح استخدامها عاديًا ومبتذلًا ولا يحمل أي جديد.

(٤١) تالا حلاوة، **"صحافة المواطن تأثيرها على مصادر وسائل الإعلام المحلية"**، مركز تطوير الإعلام، جامعة بيرزيت، ٢٠١٥، ص ١٧.

(٤٢) سامي طايع، **"بحوث الإعلام"**، ط١، دار النهضة العربية، ٢٠٠١، ص١٦٨.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

(٤٣) شيماء ذو الفقار زغيب، **"مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية"**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ٢٠٠٩، ص ص ٨٩-٩٠.

(٤٤) سمير محمد حسين، **"بحوث الإعلام: دراسات في مناهج البحث العلمي"**، عالم الكتب، ١٩٩٥، ص ١٤.

(٤٥) محمد عبد الحميد، **"البحث العلمي في الدراسات الإعلامية"**، عالم الكتب، ١٩٩٧، ص ص ١٥٨-١٥٩.

(٤٦) تمثلت قائمة المحكمين في:\

- أ.د/هويدا مصطفى الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون وعميد كلية الإعلام جامعة القاهرة
- أ.د/عايدة السخاوي، أستاذ الإعلام- كلية الآداب جامعة المنصورة
- أ.د/بركات عبد العزيز الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة
- أ.د/حسن عماد الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

(٤٧) فاطمة خالد راض، "أخلاقيات حملات التسويق الإلكتروني ودورها في تحقيق الميزة التنافسية للشركات العاملة في مصر"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة المنيا، كلية الآداب، قسم الإعلام، شعبة العلاقات العامة والإعلان، ٢٠٢٠

(48) Rasha Samir, "institutional Brand Reputation Management within the Higher Education Institutes" RAIS Conference Proceedings, June 1-2. ٢٠٢٠.WWW.BASE.COM.

(49) Young, Jennifer M., M. M, "Political conversations on facebook: An exploration of practis **" master of rts in communication**, culture, and technology, Georgetown University, 2012, pp138.

(٥٠) أحمد يونس محمد حمودة، "دور شبكات التواصل الإجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطينى في القضايا المجتمعية"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة، ٢٠١٣، ص١٢٧.

(٥١) عبد الكريم صالح بالحاج، "استخدام الشباب ابعربي لمواقع التواصل الإجتماعي"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة، ٢٠١٣، ص١١٨.

(٥٢) على محمد مثنى القاضي، "دور مواقع الشبكات الإجتماعية في المشاركة السياسية للشباب اليمنى"، رسالة **ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة، ٢٠١٣، ص١٢٩.

(٥٣) إيمان السيد السيد الغريب، "استخدامات الصحفيين في مصر لشبكات الواصل الإجتماعي الجديدة والأشباعات المتحققة منها"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، شعبة صحافة،٢٠١٥م، ص٢٥٤.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

(٥٤) أحمد طه محمد إبراهيم، "دور المضامين السياسية على مواقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك في تنمية الوعي السياسي للمراهقين"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة،٢٠١٦م، ص ٦٦.

(٥٥) إيمان السيد جمعه رمضان، "دور المواقع الإجتماعية في تنمية الوعى السياسي والإتجاهات نحو الأحداث الجارية لدى المصريين المغتربين بالدول العربية"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة المنصورة، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، تخصص إذاعة وتلفزيون،٢٠١٦م، ص٢٦٢.

(٥٦) هبة الله سمير الحرثاني، "العلاقة بين تعرض الشباب السعودى لمواقع التواصل الإجتماعي ومستوى المعرفة بالقضايا الداخلية"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون،٢٠١٥م، ص٨٥-٨٦.

(٥٧) بندر عبد العزيز قليل الحارثى، "اعتماد الشباب السعودى على شبكات التواصل الإجتماعي في تناول الموضوعات المجتمعية واتجاهاتهم نحوها"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة،٢٠١٤م، ص٢١٣.

(٥٨) سعود علي محمد العجمى، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء النقاش حول القضايا السياسية والأجتماعية بدولة الكويت: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعى الكويتى"، **رسالة دكتوراة غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٦م، ص١١٢.

(٥٩) أسماء سعيد غضبان، "إستخدام الشباب السورى لمواقع التواصل الإجتماعي في متابعة الأحداث السياسية في سوريا"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية،٢٠١٥م، ص٩٥.

(٦٠) محمد فتحي توفيق، "استخدامات الشباب المصري لموقع اليوتيوب والإشباعات المتحققة منها"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة،٢٠١٥م، ص١٠٨.

(٦١) عمرو محمد أسعد، "العلاقة بين استخدام الشباب المصرى لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية"، **رسالة دكتوراة غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، 2011م، ص211.

(٦٢) أسامة محمد مكية، "دور الإنترنت في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب السورى، دراسة تطبيقية على نواقع التواصل الإجتماعي"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، ٢٠١٣م، ص١٤٨.

(٦٣) هشام سعيد فتحي عمر البرجي، "تأثير تكنولوجيا شبكات التواصل الإجتماعي عبر الإنترنت على العلاقات الإجتماعية للأسر المصرية"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون،٢٠١٥م، ص١٠٠.

(٦٤) هبة الله سمير الحرثاني، "العلاقة بين تعرض الشباب السعودى لمواقع التواصل الإجتماعي ومستوى المعرفة بالقضايا الداخلية"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، ٢٠١٥م، ص١٠٢.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com

(٦٥) خديجة بن قطاط، "المجتمع الدولي في مواجهة الاوبئة والجوائح"، **مجلة دراسات وأبحاث**، يوليو ٢٠٢٠، ص٥٥٦.

(66) Lisa Singha, (2020), "A first look at COVID-19 information and misinformation sharing on Twitter", **a paper presented to University of Minnesota**", http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.031

(٦٧) فؤادة محمدعلى، **مرجع سابق**، ص٣٢٨٢.

(٦٨) محمد صبحي محمد، **"إعتماد الطلاب المغتربين في مصر على المواقع الإلكترونية الإخبارية وعلاقته بتشكيل الوعي الصحي لديهم نحو أزمة كورونا (كوفيد ١٩) دراسة ميدانية"، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد ٥٦، الجزء الأول، ٢٠٢١، ص٢٠١٨:١٥٧.**

(٦٩) لطفي الزيادي، "استخدامات الشباب والصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي: دراسة على السعودية"، **المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل**، النشر الإلكتروني.

المنارة للاستشارات
www.manaraa.com