

ممارسات الاتصال الفعال في إدارة أزمة جائحة كورونا وبناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع السعودي

دراسة مسحية لجهود وزارة الصحة السعودية

أ.د. عبدالملك بن عبدالعزيز الشلهوب

الأستاذ بقسم الإعلام - بجامعة الملك سعود

مقدمة :

يعتبر فيروس كورونا (كوفيد 19-) والذي بدأ انتشاره في العالم منذ اكتشافه في مدينة (ووهان) بمقاطعة (هوبي) الصينية في 31 ديسمبر من عام 2019م من الأمراض المعدية والخطيرة، وقد بدأ هذا المرض المستجد بالانتشار في دول العالم الأمر الذي دعا منظمة الصحة العالمية في 11 مارس 2020م إلى تصنيف مرض فيروس كورونا 2019 (كوفيد 19-) كجائحة، وقد بدأت دول العالم منذ ذلك التاريخ بالعمل على الحد من انتشار فيروس كورونا، وذلك للسرعة الفائقة التي ينتشر فيها هذا الفيروس، فأعداد المصابين به تتزايد يومياً إذ ليس هناك دواء أو لقاح لهذا الفيروس حتى الآن، ولا يوجد توقع بنهايته كما تذكر منظمة الصحة العالمية فهذا الفيروس ما يزال حتى الآن تحت الدراسة، فوسيلة الدفاع الوحيدة في الحرب ضد هذا الفيروس هو التوعية الصحية فالوعي الصحي بالأمراض يمكن الأفراد من التمتع بنظرة علمية صحيحة تساعده في تفسير الظواهر الصحية، وتجعله قادراً على البحث عن أسباب الأمراض وعللها بما يمكنه من تجنبها والوقاية منها، إضافة إلى أنها رصييد معرفي يستفيد منه الإنسان من خلال توظيفه لها وقت الحاجة له في اتخاذ قرارات صحية صائبة إزاء ما يعترضه ويواجهه من مشكلات صحية.

ومع ذلك فإن عملية التوعية الصحية ليست سهلة كما يتصورها البعض وأنها عبارة عن عملية تستهدف فقط نشر المعلومات الصحية من خلال وسائل الإعلام المختلفة، بل إن التوعية الصحية تعد أصعب من ذلك بكثير فهي تستهدف تغيير سلوك الأفراد الصحية والتأثير فيهم من خلال مساعدتهم على تحسين سلوكهم بما يحفظ صحتهم من خلال السعي لتعزيز صحة الفرد والمجتمع ومحاولة منع أو التقليل من حدوث الأمراض من خلال التأثير على المعتقدات والاتجاهات والسلوك فردياً ومجتمعياً⁽¹⁾، ولذلك ولكي تصل الرسالة الصحية وما تشتمل عليه من معلومات للجمهور المستهدف وتكون ذات فاعلية لتحقيق التأثير المرغوب فيه، فلا بد من صياغة هذه الرسالة وإعدادها الإعداد الدقيق بحيث تكون الرسالة واضحة وسهلة الفهم ومختصرة، ومتضمنة لاهتمامات المتلقي ومصالحة، كما ينبغي إضافة إلى ذلك تضمين الرسائل الصحية التوعوية عدداً من الاستمالات والأساليب الإقناعية والمتمثلة في الاستمالات العاطفية والتي تستهدف التأثير في وجدان المتلقي وانفعالاته وإثارة حاجاته النفسية والاجتماعية ومخاطبة حواسه بما يحقق أهداف القائم بالاتصال، والاستمالات العقلانية والتي تعتمد على مخاطبة عقل المتلقي وتقديم الحجج والشواهد المنطقية وتستخدم في ذلك الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية، وتقديم الأرقام والإحصاءات، وتفنيد وجهة النظر الأخرى، وأخيراً استخدام استمالات التخويف والتي تعني تضمين الرسالة النتائج غير المرغوبة والتي تترتب على عدم اعتناق المتلقي لتوصيات القائم بالاتصال، وهي تعمل على تنشيط الإثارة العاطفية لدى المتلقي⁽²⁾، وما سبق يؤدي من وجهة نظر الباحث إلى تحقيق الرسائل الصحية المتعلقة بجائحة كورونا للتأثير المرغوب في معارف واتجاهات وسلوك المتلقي الصحي نتيجة تعرضه للرسالة الإعلامية.

هذا وقد أدى انتشار فيروس كورونا في دول العالم إلى قيامها بالعمل على مكافحته، وحيث أنه لا يوجد أي علاج أو لقاح لمواجهة جائحة فيروس كورونا حتى الآن كما ذكرنا سابقاً إلا التوعية الصحية فإن الإسهام في بناء الوعي الصحي لدى الأفراد حول فيروس كورونا (كوفيد-19) يعد من الموضوعات المهمة، فالصحة أحد أهم أولويات الأفراد، حيث يشكل الوعي الصحي لدى الأفراد حجر الأساس في أنماط سلوكياتهم اليومية التي لها أثر كبير في حالتهم الصحية بشكل عام، وتعتبر وسائل الإعلام المصدر الرئيسي للمعلومات الصحية وتؤدي دوراً كبيراً ومهماً في بناء الفرد وتكوينه المعرفي والوجداني والسلوكي، من خلال عملها على زيادة رصيده من المعلومات والخبرات التي تنسج مواقف وآرائه وسلوكياته الصحية حول فيروس كورونا⁽³⁾.

وعطفاً على ما سبق فإن حملات التوعية الصحية بفايروس كورونا على جانب كبير من الأهمية وعليه فيمكن تحديد الأدوار الإعلامية التي ينبغي على وسائل الإعلام والجهات المعنية القيام بها للتوعية بهذا الفايروس في التالي:

1. إحاطة الأفراد بمعلومات شاملة عن فيروس كورونا وأعراضه، وأسبابه، وطرق انتقاله.

2. توعية الأفراد بإتباع الإجراءات الاحترازية المتخذة للوقاية من فيروس كورونا، وبالتدابير والاحتياطات التي يجب إتباعها للحماية من انتشار فيروس كورونا وتجنب الإصابة به.

3. توعية الأفراد بأهمية إجراء الفحوصات الطبية اللازمة في حال الشعور بأعراض فيروس كورونا.

4. تقديم المعلومات الصحية التي تستهدف تصحيح التصورات والمفاهيم الخاطئة عن فيروس كورونا.

5. توعية الأفراد بالإقلاع عن العادات الاجتماعية السيئة التي تسبب فيروس كورونا

6. التصدي للشائعات والمعلومات المغلوطة عن فيروس كورونا.

7. تعريف الأفراد بأخر المستجدات العلمية حول فيروس كورونا

8. توعية الأفراد بالتدابير غير الفعالة التي يجب تجنبها في مواجهة فيروس كورونا (مثل التدخين، وتعاطي العلاجات العشبية التقليدية، واستخدام كمادات متعددة، والتطبيب الذاتي مثل تعاطي المضادات الحيوية).

وتعد المملكة العربية السعودية من أوائل الدول التي استشعرت خطورة فيروس كورونا وقامت باعتماد عدد من الإجراءات الاحترازية والمتسلسلة منذ وقت مبكر وتحديداً في 27 فبراير 2020م، واتخاذ العديد من التدابير الوقائية الفاعلة، سبقت بها الكثير من دول العالم، للوقاية من هذا الفيروس، وللحد من انتشاره بين أفراد المجتمع السعودي حرصاً على صحتهم وسلامتهم، وقد جاء خطاب خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبدالعزيز آل سعود في 19 مارس 2020م ليؤكد على حرص المملكة العربية السعودية واستمرارها في اتخاذ كل الإجراءات الاحترازية لمواجهة هذه الجائحة، والحد من آثارها، ثم بما لديها من إمكانيات، ومن هنا كان اهتمام الباحث بدراسة الجهود التوعوية لوزارة الصحة السعودية في ممارستها الاتصالية والإعلامية في إدارة أزمة جائحة كورونا وبناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع السعودي.

أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من خلال الآتي:

1- الأهمية التي يكتسبها موضوع جائحة كورونا، فهذا الفيروس يعد من الأمراض المعدية والخطيرة؛ للسرعة الفائقة التي ينتشر بها هذا الفيروس، فأعداد المصابين به في العالم تتزايد يوماً بعد يوم، إذ ليس هناك حتى الآن دواء أو لقاح لهذا الفيروس فوسيلة الدفاع الوحيدة في الحرب ضد هذا الفيروس هو التوعية.

2- كون هذه الدراسة -حسب إطلاع الباحث- من الدراسات الأولية- في المملكة العربية السعودية التي استهدفت دراسة الممارسات الاتصالية والإعلامية التي تقوم بها وزارة الصحة السعودية في إدارة أزمة جائحة كورونا وبناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع السعودي.

3- من أهمية الفترة الحالية التي يتم فيها إجراء هذه الدراسة فهي مواكبة لتعرض دول العالم بشكل عام والمملكة العربية السعودية خاصة لفيروس كورونا، وانتشاره السريع، وما يحدثه من تأثيرات صحية واقتصادية، الأمر الذي يعزز من أهمية هذه الدراسة وقيمتها من حيث التعرف على دور وزارة الصحة في التوعية الصحية لأفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا، ومدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها الوزارة في التوعية بفيروس كورونا.

4- من الدور الذي يجب أن تقوم به وزارة الصحة السعودي بتوعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا وأعراضه وطرق انتقاله ومضاعفاته، وبأهمية إتباع الإجراءات الاحترازية المتخذة للوقاية منه، والتدابير والاحتياطات التي يجب إتباعها للحماية من انتشار فيروس كورونا وتجنب الإصابة به.

5- أن هذه الدراسة تسعى إلى تحديد مستوى الأداء الإعلامي لوزارة الصحة في بناء الوعي الصحي بفيروس كورونا لدى أفراد المجتمع السعودي، وتأثير هذا الأداء على مدى استفادتهم من المعلومات التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا.

6- أن هذه الدراسة ستقدم بيانات لمتخذي القرار في وزارة الصحة السعودية والقائمين على التوعية الصحية عن طبيعة الممارسة الاتصالية والإعلامية التي تم استخدامها في التوعية بفيروس كورونا، وهل كانت هذا الممارسات التي تمت على مستوى الحدث أم لا.

الدراسات السابقة:

قام الباحث بمراجعة الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع دراسته ومن خلال مراجعة

هذه الدراسات يمكن تقسيمها إلى قسمين دراسات تناولت مصادر المعلومات الصحية وأدوار وسائل الإعلام في التوعية والتثقيف الصحي، ودراسات تناولت الحملات الإعلامية الصحية الخاصة بالأوبئة والأمراض الطبية ودور المؤسسات الصحية، وفيما يلي عرض لهذه الدراسات:

أولاً: الدراسات التي تناولت مصادر المعلومات الصحية وأدوار وسائل الإعلام في التوعية والتثقيف الصحي

وفي مراجعة للدراسات التي تناولت مصادر المعلومات الصحية وأدوار وسائل الإعلام في التوعية والتثقيف الصحي سعت مها حسن (2018) إلى الكشف عن علاقة التماس الجمهور للمعلومات الصحية من شبكة الإنترنت بتشكيل مدى وعي الجمهور الصحي ودرجة رضاهم عن صحتهم النفسية والجسدية من خلال رصد وتحليل وتفسير التأثيرات الإيجابية لهذه العملية عن طريق دراسة وتحليل دوافع وأنماط واستراتيجيات التماس الجمهور للمعلومات الصحية من هذه المواقع،⁽⁴⁾ واستخدمت الباحثة في دراستها الوصفية المنهج المسحي، واستخدمت الاستبانة لجمع بيانات الدراسة الميدانية وطبقتها على عينة عمدية من ملتيمي المعلومات من المواقع الصحية قوامها (28) مفردة من سكان مدينة القاهرة، كما استخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون لتحليل المواقع الصحية على شبكة الإنترنت، وبينت نتائج الدراسة التحليلية، أن المواقع الأكثر مشاهدة وتفاعل من الجمهور هي المواقع العربية باللغة العربية، وأن هذه المواقع تتناول العديد من الأمراض وهي أمراض التغذية والصحة العامة، وأنها استخدمت الصور التوضيحية والروابط والفيديوهات العلمية التي توضح الأمراض وكيفية علاجها، كما بينت نتائج الدراسة الميدانية أن أهم دوافع التماس الباحثين للمعلومات هو زيادة المعرفة الصحية بشكل عام، ثم دافع التعرف على كيفية تجنب الأمراض المختلفة والوقاية منها، وأن أهم المصادر التي اعتمد عليها الباحثين كانوا الأطباء المصيرين ثم الأطباء الأجانب في المواقع الصحية.

وفي ذات الإطار سعى عقيل عبدالحسين، ومحمد عراك، وجاسم محمد (2018) إلى التعرف على واقع الوعي الصحي لدى طلبة كلية التربية الرياضية بجامعة المثنى العراقية، وإلى بناء مقياس للوعي الصحي لديهم، وإلى تحديد مجالات مقياس الوعي الصحي لدى الطلبة،⁽⁵⁾ واستخدم الباحثون لدراساتهم المنهج الوصفي، والاستبانة لجمع بيانات الدراسة الميدانية، وطبق الباحثون دراستهم على (161) مفردة من طلاب وطالبات كلية التربية الرياضية في جامعة المثنى للسنة الدراسية (2010-

(2011)، وبينت نتائج الدراسة أنه أمكن بناء مقياس للوعي الصحي يمكن من خلاله التعرف على واقع ومستوى الوعي الصحي لدى طلبة كلية التربية الرياضية في جامعة المثنى، وأن مستوى الوعي الصحي لديهم مرتفع نسبياً، وأنه لا يوجد اختلاف في الوعي الصحي بين هؤلاء الطلاب والطالبات، وإنه على الرغم من إدراكهم للتأثير السلبي لبعض العادات الصحية الخاطئة، إلا أنهم يداومون عليها، كقيام بعض الطلبة بالتدخين على الرغم من إدراكهم للتأثير السلبي لهذه العادة المضرة بالصحة.

واستهدفت دراسة كل من (Cory Bash, Rachel Ann, Sarah) و (McLean and Dana Ethan) (2018) تحديد وتقييم الموارد التي يستخدمها طلاب الجامعات عند ممارسة سلوك البحث عن المعلومات الصحية، وتحديد، ودراسة المفاهيم والسلوكيات المتعلقة باعتماد الأدوات عبر الإنترنت، واستخدام الباحثون الاستبانة بالتطبيق على عينة من الطلاب في تسع أقسام من الفصول الصحية في جامعة نيوجرسي الحكومية، وبينت نتائج الدراسة أن الطلاب كانوا أكثر عرضة لاستخدام الإنترنت في كثير من الأحيان أو دائماً للحصول على المعلومات الصحية، وأن الإناث أكثر عرضة لاستخدام الإنترنت للحصول على المعلومات الصحية واستشارة أخصائي صحي أو طبي وتأكيد المعلومات الصحية التي يجدها لدى أخصائي صحي أو طبي، وأن الإناث يقضون وقتاً أطول على وسائل التواصل الاجتماعي مقارنة بالرجال، وأن الطلاب غير البيض أكثر عرضه وبشكل كبير لاستخدام الإنترنت للعثور على المعلومات الصحية، بينما الطلاب البيض يقضون وقت أقل بكثير على الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي.⁽⁶⁾

وتطرقت دراسة كل من عزام عنانزه، ومريم علي (2018) إلى معرفة الدور الذي يقوم به تلفزيون أبوظبي في التنقيف الصحي للمرأة الإماراتية، وتحديد الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المتحققة من متابعة البرامج الصحية في تلفزيون أبوظبي،⁽⁷⁾ واستخدم الباحثان المنهج المسحي، والاستبانة أداة لجمع بيانات الدراسة الميدانية، بالتطبيق على عينة قوامها (400) مفردة من النساء في أبوظبي بطريقة العينة المتكاثرة، وكشفت نتائج الدراسة أن (91%) من عينة الدراسة يشاهدون البرامج الصحية في تلفزيون أبوظبي، وأن (19%) من العينة يفضلون موضوع صحة الأم والطفل، كما بينت النتائج أن التأثيرات السلوكية احتلت المرتبة الأولى من بين التأثيرات المتحققة لدى أفراد العينة، كما اعتبر (77%) من العينة أن تلفزيون أبوظبي يتمتع بدور إيجابي في عملية التنقيف الصحي للمرأة الإماراتية.

واستهدفت دراسة لديمة عابدي (2018) التعرف على دور إذاعة تبسة الجهوية

في التثقيف الصحي للمرأة الجزائرية، ومعرفة مدى مساهمة مضامين إذاعة تبسة في تثقيف المرأة الجزائرية صحياً،⁽⁸⁾ واعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي، واستخدمت الاستبانة لجمع بيانات الدراسة الميدانية والتي طبقتها على عينة عمدية قوامها (60) مفردة من النساء المستمعات لإذاعة تبسة الجهوية وذلك في حين من أحياء مدينة تبسة في الجزائر، وبينت نتائج الدراسة أن إذاعة تبسة الجهوية تساهم في تثقيف المرأة الجزائرية نوعاً ما، وذلك لأن مضامينها الصحية غير كافية ولا تشبع حاجة المرأة في المجال الصحي.

وفي الإطار ذاته استهدفت بلبليدية فتيحة (2018) في دراستها الكيفية التعرف على مدى تأدية الإعلام المحلي المسموع للمهام المنوطة به في تثقيف وتممية الوعي الصحي⁽⁹⁾، وبينت نتائج الدراسة أهمية استغلال كل ما من شأنه إرساء قيم الصحة فالإذاعة المحلية من أهم الوسائل التي لها القدرة على ترسيخ سلوكيات الصحة السليمة لجمهورها المستمع من خلال تلقيهم مبادئ السلامة الصحية والتأثير على سلوكهم، وأن نشاط الإذاعة المحلية وسعيها في تمرير رسائل الثقافة الصحية عمل إعلامي قادر على تقوية الوعي الصريح للمستمعين.

ثانياً: دراسات تناولت الحملات الإعلامية الصحية الخاصة بالأوبئة والأمراض ودور المؤسسات الصحية

وفي البعد الخاص بالدراسات المتعلقة بالحملات الإعلامية الصحية الخاصة بالأوبئة والأمراض الطبية ودور المؤسسات الصحية في ذلك، سعى تقوي آدم، ومعاوية بابكر (2019) في دراستهما إلى معرفة الدور الاتصالي للعلاقات العامة في تعزيز برامج التوعية الصحية وتحقيق التربية الصحية في ولاية القضايف السودانية،⁽¹⁰⁾ واستخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، والاستبانة أداة لجمع بيانات الدراسة الميدانية والتي طبقتها على (87) مفردة منها (59) استبانة للعاملين في إدارة تعزيز الصحة والرعاية الصحية الأساسية في ولاية القضايف، و(28) استبانة على عينة عشوائية منتظمة من الأحياء الطرفية لولاية القضايف لأنها أكثر الأحياء تعرضاً للوباء، وبينت نتائج الدراسة أن برامج التوعية الصحية أسهمت في تغيير نمط سلوكي المتلقى إلى سلوك صحي سليم، وأن المحطات الإذاعية من أكثر الوسائل التي استخدمتها العلاقات العامة لتنفيذ البرامج الصحية، وأن أكثر الرسائل الصحية التي أستقبلها المجتمع هي الرسائل المتعلقة بصحة البيئة.

وفي إطار آخر استهدف هاجد العتيبي (2019) التعرف على حجم انتشار ظاهرة

المخدرات في مدينة الرياض في المملكة العربية السعودية، وكذلك تحديد الآثار الصحية والنفسية المترتبة على تعاطي وإدمان طلاب الجامعة للمواد المخدرة، ثم الوقوف على دور الجامعة في التوعية الوقائية بأخطار المخدرات وأضراره،⁽¹¹⁾ واستخدم الباحث لدراسته المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم الباحث أداة الاستبانة لجمع بيانات دراسته، وطبقت الدراسة على (538) مفردة من طلاب جامعة الملك سعود، وبينت نتائج الدراسة أن أكثر وسيلة فعالة في هذا المجال تطبيق القوانين الصارمة ضد بائعي المخدرات، وأن أكبر نسبة من عينة الدراسة يعتمدون في استخدامهم للإنترنت على المواقع الحوارية والتي يمكن أن تسهم في تبادل الحوار والدرشة والتي قد تصل إلى المخدرات الرقمية وآليات استخدامه.

وسعت إيمان حسين وسلوى الجيار (2018) إلى التعرف على المعالجة الإعلامية للقضايا الصحية والبيئية للحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية المتخصصة لطفل ما قبل المدرسة⁽¹²⁾، من خلال رصد أهم هذه القضايا، والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها رسائل الحملات الإعلامية عينة الدراسة، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، واستخدما في إطاره استمارة تحليل المضمون أداة للدراسة لتحليل (19) حملة إعلامية تم بثها عبر قنوات (الحياة، والفضائية الأولى المصرية، والمحور) خلال الفترة من 7/1 إلى 2017/ 9/30م، وبينت نتائج الدراسة تنوع القضايا الصحية التي ناقشتها الحملات الإعلامية، إذ اشتملت كل حملة على معالجة أكثر من قضية من القضايا، حيث احتلت قضية التدخين السلبي وآثاره السلبية على صحة الطفل مقدمة القضايا الصحية لطفل ما قبل المدرسة، يليها قضيتي الوزن الزائد وقلة النشاط البدني والإفراط في النوم، وخطورة تناول الوجبات الجاهزة من أماكن غير صحية، كما بينت نتائج الدراسة أن أهم القضايا البيئية التي ناقشتها الحملات الإعلامية قضية تلوث المياه الخزانات الخاصة بالشرب وكيفية تنظيفها وتعقيمها، وقضية سوء استخدام المزارعين للمبيدات الحشرية السامة.

وفي إطار آخر سعى خالد الفرم (2017) إلى التعرف على مستوى استخدام وتوظيف المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي (يوتيوب - فيسبوك - تويتر) في استراتيجيات التوعية الصحية لمرض كورونا وتقييم درجة مشاركة المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بالرياض في برامج التوعية الصحية لمرض كورونا عبر شبكات التواصل الجماهيرية بالمملكة العربية السعودية،⁽¹³⁾ واستخدم الباحث لدراسته المنهج المسح، واستخدم في إطاره أداة تحليل المضمون لتحليل مضمون الرسائل التوعوية المنشورة عبر الحسابات الرسمية للمدن

الطبية عينه الدراسة في مدينة الرياض وهي مدينة الملك عبدالعزيز الطبية، ومستشفى الملك فهد، ومدينة الأمير سلطان الطبية، ومدينة الملك سعود الطبية، ومستشفى قوى الأمن في الشبكات الاجتماعية (تتوب، وفيسبوك، وتويتر) للفترة من 1 إلى 30 شعبان 1435هـ، وبينت نتائج الدراسة أن (73%) من المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لا تمتلك منصات على شبكات التواصل الاجتماعي، وأن (60%) من المدن الطبية بمدينة الرياض لم تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية بمرض كورونا، كما كشفت الدراسة أيضا ضعف استخدام المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية للمنظومة الاتصالية الحديثة للتوعية والتواصل مع المجتمع المحلي، وتعزيز الثقافة الصحية والطب الوقائي.

وفي بعد مختلف سعت كل من وفاء عبدالرزاق، وبنية الرشيد، وحنان سليم (2017) إلى الكشف عن مدى وعي منسوبات جامعة الملك سعود بمرض سرطان الثدي، والتحقق من مدى كفاية حملات الإعلام في دورها في التوعية بمرض سرطان الثدي، ومدى وجود فروق بين عضوات هيئة التدريس والإداريات في وعيهن بمرض سرطان الثدي،⁽¹⁴⁾ واستخدمت الباحثات في دراستهن المنهج الوصفي المقارن، واعتمدت الدراسة لتحقيق أهدافها على تصميم مقياس لقياس مصادر ومظاهر الوعي الصحي بمرض سرطان الثدي ومستوياته، وطبقت الدراسة على (211) مفردة من منسوبات جامعة الملك سعود من عضوات هيئة التدريس، والإداريات، وبينت نتائج الدراسة أن مستوى الوعي لدى منسوبات جامعة الملك سعود من عضوات هيئة التدريس والإداريات متوسط، وأنه يوجد قصور في القيام بحملات توعية بهذا المرض، وكذلك قلة الوعي بالآثار السلبية الناتجة عن الإصابة بهذا المرض.

واستهدفت دراسة (Kristian Bjørkdahl and Benedicte Carlsen) (2017) التعرف على الخوف من الأنفلونزا والتأثيرات الإعلامية في جائحة انفلونزا الخنازير 2009،⁽¹⁵⁾ وقام الباحثان في دراستهما النوعية بدراسة التغطية الإخبارية المطبوعة النرويجية لوباء انفلونزا الخنازير حيث تم دراسة كل أنواع القصص الإخبارية المطبوعة ومقالات الرأي، والافتتاحيات خلال الفترة من 24 إبريل إلى 11 مايو 2009م، والتي تناولت انفلونزا الطيور، وكان الهدف الرئيسي للدراسة هو فهم العلاقات والديناميكيات بين الجهات المركزية - العلماء والسلطات ووسائل الإعلام والجمهور - المشاركة في العلوم الجدل حول الاتصالات، باستخدام وباء (H1N1) كمثال مفصل، وقد وجدت الدراسة ان الخوف له جانب ملحوظ من التغطية الإخبارية، وأنه على الرغم من عدم وجود أساس سليم يمكن التوصل فيه

إلى استنتاجات حول ما هي الآثار التي كانت للتغطية على الجمهور، فإن مختلف الجهات الفاعلة بما في ذلك وسائل الإعلام نفسها جاءت على الساحة التي تم التوسط فيها للتعبير عن مخاوفها من أن ذلك سيخلق الخوف والذعر، وأن الباحثين يرون أن الوساطة في الجائحة يمكن أن ينظر إليها على أنها حالة غريبة من « تأثير الشخص الثالث»، أي الظاهرة التي يميل الناس إلى الاعتقاد بأن الناس يميلون إلى الاعتقاد بأن الآخرين يتأثرون بشدة من وسائل الإعلام أكثر مما يعتقدون بأنفسهم، وأن لهذا بعض الآثار على كيفية تفكيرنا في التواصل في الأوبئة والأزمات الأخرى في المستقبل.

وسعى كل من (Leesa, Rachel F. McCloud1, Cabral A.) و (Bigman, Kasisomayajula Viswanath) إلى فحص العلاقة بين التواصل الوبائي والوعي في معرفة فيروس متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (كورونا) (MERS) في الولايات المتحدة الأمريكية،⁽¹⁶⁾ واستخدم الباحثون لدراساتهم المنهج المسحي بالتطبيق على عينة بلغت (627) مفردة من البالغين في الولايات المتحدة الأمريكية من العمر 18 عاماً فأكثر لقياس وعي الناس بالأوبئة السابقة ووعيهم ومعرفتهم بمتلازمة الشرق الأوسط التنفسية (كورونا)، وقد تم جمع البيانات الخاصة بهذه الدراسة في الفترة من 17 إلى 31 ديسمبر 2013م، وبينت نتائج الدراسة ارتباط الوعي بالأوبئة السابقة بشكل ملحوظ بوعي ومعرفة الإصابة بفيروس كورونا، والمصادر الأكثر شيوعاً من الذي سمع الناس لأول مرة عن متلازمة الشرق الأوسط التنفسية، كما بينت النتائج أن شبكات التلفزيون الوطنية والمحلية كانت هي الأكثر شيوعاً في الاستخدام كمصادر للمعلومات التي سمع الناس منها لأول مرة عن فيروس متلازمة الشرق الأوسط (كورونا)، كما لوحظ في النتائج عدم تكافؤ الاتصالات بين المواقف العرقية والاجتماعية والاقتصادية، مما يشير إلى الحاجة إلى المزيد من التواصل الوبائي الفعال.

وهدفت دراسة عثمان قزاز (2015) إلى التعرف على دور حملات التوعية الصحية المقدمة من وزارة الصحة السعودية في امداد حجاج بيت الله الحرام بالمعلومات الصحية، وكيفية الاستفادة من هذه الحملات في نشر الوعي الصحي، ودوافع وأسباب تعرض الحجاج لهذه الحملات ومدى إسهامها في تنمية الوعي الصحي لديهم،⁽¹⁷⁾ واستخدم الباحث لدراسته المنهج المسحي، واستخدم الاستبانة لجمع بيانات دراسته، بالتطبيق على عينة غير احتمالية تمثلت في عينة الصدفة بلغت (1977) مفردة من جنسيات العالم الإسلامي المختلفة الناطقين باللغة العربية والإنجليزية، وبينت نتائج

الدراسة عن وجود علاقة طردية متوسطة بين حجم التعرض لحمالات التوعية الصحية ومستوى المعرفة بالموضوعات والقضايا الصحية لحجاج بيت الله الحرام، ووجود علاقة طردية متوسطة بين درجة الاعتماد وأساليب التسويق لحمالات الصحية كمصدر للمعلومات الصحية ودرجة المعرفة بالقضايا الصحية للحجاج، كما أوضحت النتائج أن (42.4%) من أفراد العينة يتابعون حملات التوعية الصحية المقدمة من وزارة الصحة السعودية، وأن (12.9%) منهم يعتمدون على حملات التوعية الصحية بشكل كبير، وأن (33.5%) منهم يعتمدون عليها إلى حد ما، وأن (53.6%) منهم يعتمدوا عليها قليلاً.

وفي الإطار ذاته سعى محمد غريب، و إيمان حسين (2014) إلى تقييم حملات التوعية الصحية المقدمة من وزارة الصحة السعودية إلى حجاج بيت الله الحرام،⁽¹⁸⁾ واستخدمت الدراسة منهج المسح، واستخدما في إطاره استمارة تحليل المضمون أداة للدراسة، وتمثلت عينة الدراسة في حملات التوعية الصحية التي تقدمها وزارة الصحة السعودية لحجاج بيت الله الحرام وانقسمت إلى تحليل العروض المرئية، وتحليل المطبوعات، وتحليل المواقع الإلكترونية، وأظهرت نتائج الدراسة أن جميع الحملات الإعلامية محل الدراسة جاء موقع ترديد وذكر شعار الحملة في أول الرسالة بنسبة (100%)، وأن اللغة المستخدمة في جميع الحملات الإعلامية كانت باللغة العربية الفصحى بالدرجة الأولى، ثم في المرتبة الثانية اللغات الإنجليزية، والفرنسية، والأردو، والإندونيسية، والتركية، والفارسية، كما توصلت النتائج إلى أن أهم القضايا التي ناقشتها الحملات الإعلامية تمثلت في القضايا الصحية ثم القضايا الدينية والاجتماعية والبيئية.

التعليق على الدراسات السابقة:

ومن خلال استعراض الدراسات السابقة نجد أنها أكدت على أن مجال دراسة الوعي الصحي ودور وسائل الإعلام المختلفة في التوعية والتثقيف الصحي من المجالات الدراسية المهمة، إذ إن إرساء قيم الصحة ونشاط وسائل الإعلام في ذلك قادر على تمرير رسائل التوعية الصحية لدى المتلقين؛ فهذه الرسائل تشكل عاملاً مهماً في الوقاية من الأمراض ورافداً مهماً من روافد تحسين الصحة وترقيتها، وعموماً فإنه من خلال استعراض الباحث للدراسات السابقة فإن أقرب الدراسات لدراسة الباحث دراسة الفرم، ودراسة قزاز، ودراسة محمد غريب، وإيمان حسين، ودراسة (Leesa, Rachel F) وآخرين، حيث ركز الفرم في دراسته على تحليل مضامين

شبكات التواصل الاجتماعي للتعرف على مدى توظيف المدن الطبية الحكومية بمدينة الرياض لهذه الشبكات في التوعية الصحية بفيروس كورونا لعام 2014م، ولكن هذه الدراسة رغم أنها ضمن بيئة دراسة الباحث إلا أنها تتناول التوعية بفيروس كورونا خلال فترة زمنية بعيدة إلى حد ما ولم يكن وضع هذا الوباء في ذلك الوقت كما هو وضعه الآن من حيث خطورته وسرعة انتشاره، كما أن هذه الدراسة تحليلية وليست ميدانية، أما دراسة الباحث الحالية فإنها تُعنى بدراسة الممارسات الصحية لوزارة الصحة السعودية والجهود التي تقوم بها الوزارة في إدارة أزمة جائحة كورونا وبناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا، أما دراسة قزاز فبالرغم من أنها من الدراسات القريبة إلا أن هذه الدراسة اهتمت بالحملات الإعلامية التي تقوم بها وزارة الصحة السعودية خلال موسم الحج وقياس درجة اعتماد الحجاج من العالم الإسلامي على رسائل التوعية الصحية الخاصة بالحج من حيث التعليمات والأمراض الموسمية، وهذا جانب مختلف عن دراسة الباحث، أما دراسة محمد غريب، وإيمان حسين فإنها من الدراسات القريبة كما ذكرنا سابقاً لدراسة الباحث، لكن هذه الدراسة ركزت المضامين الصحية التي تقدمها وزارة الصحة السعودية لتوعية حجاج بيت الله الحرام، وهذا جانب مختلف عن دراسة الباحث، في حين أن الدراسة الحالية تركز بالإضافة إلى الممارسات الاتصالية لوزارة الصحة على مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا، أما دراسة (Leesa Rachel F) وآخرين فقد تناولت وباء كورونا الذي انتشر في السنوات السابقة، حيث ركزت هذه الدراسة على العلاقة بين التواصل الوبائي والوعي في معرفة وباء كورونا بيئة الدراسة بيئة مختلفة عن دراسة الباحث فهي تركز على المجتمع الأمريكي، في حين أن الدراسة الحالية تتناول مجتمع مختلف وتركز على المجتمع السعودي.

وبشكل تفصيلي فإن الدراسات السابقة ركز بعضها على اختبار العلاقة بين التماس المعلومات من شبكة الإنترنت بتشكيل الوعي الصحي كدراسة (Cory Bash) وآخرين ودراسة مها حسن، ودراسات اقتصرت على الأدوار التي يقوم بها الإعلام في إمداد وتنقيف المرأة صحياً كدراسات عنانزه وعلي وعابدي وفتيحه، ودراسات اهتمت بالحملات الإعلامية الصحية المتخصصة ومدى فعاليتها في التوعية ببعض الأمراض كدراسة عبدالرازق وآخرون، ودراسات اهتمت بالتأثيرات الإعلامية في جائحة انفلونزا الخنازير كدراسة (Kristian and Benedicte)، كما أن بعض الدراسات ركزت على موضوع محدد وهو الإدمان على المخدرات ودور وسائل الإعلام في ذلك كدراسة العتيبي.

وعلى ضوء ما سبق فإن الدراسات السابقة تبين أن دراسة ممارسات الاتصال الفعال في إدارة أزمة جائحة كورونا، وقياس جهود وزارة الصحة السعودية في التوعية بهذا الفيروس، ومدى إسهام الرسائل الإعلامية المقدمة من وزارة الصحة في التوعية بهذا الفيروس جديدة من حيث موضوعها في المملكة العربية السعودية، وبالذات في هذا التوقيت فهي مواكبة لتعرض دول العالم بشكل عام والمملكة العربية السعودية خاصة لفيروس كورونا، وانتشاره السريع، وما يحدثه من تأثيرات صحية واقتصادية، وأن مجال التوافق الوحيد للدراسة الحالية مع الدراسات السابقة يكمن في تناولها للمجال العام للدراسة الحالية وهو مجال بناء الوعي والتثقيف والتوعية الصحية، ولا شك فإن ما قدمته هذه الدراسات من تراكم معرفي ساعد الباحث كثيراً في تحديد وصياغة الإطار المرجعي للدراسة وفي بناء منهجيتها، وفي صياغة تساؤلاتها وبناء أداة الدراسة وتفسير نتائجها ومقارنتها بالدراسات السابقة.

الإطار المرجعي للدراسة:

تستند هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرية التماس المعلومات؛ ومجال سلوك البحث عن المعلومات هو المجال المختص في تحديد احتياجات المستخدمين من المعلومات، وسلوكهم المتبع في عمليات البحث المختلفة، إلى جانب محاولة فهم الكيفية التي يقدم عليها الأفراد في عمليات البحث، والقنوات المستخدمة، والعوامل التي تقود إلى استخدام أو تجاهل بعض المعلومات،⁽¹⁹⁾ فالتماس المعلومات وفقاً (لكريكيلاس) «أي نشاط للفرد يقوم به لتحديد الرسالة التي يمكن أن ترضي احتياجات معينة لديه وبالتالي فإن نشاط الالتماس يختلف من فرد لآخر.»⁽²⁰⁾

وتعد هذه النظرية من النظريات التي تحصر بشكل أساسي على دراسة سلوك الأفراد عند البحث عن المعلومات، وطرق الوصول لهذه المعلومات، والمصادر المستخدمة في الحصول عليها، إضافة إلى دراسة العوامل التي تؤثر في سلوك الأفراد أثناء عمليات البحث عن المعلومات المختلفة⁽²¹⁾، فهذه النظرية وفقاً لما سبق تركز على متلقي الرسالة الإعلامية، وسلوكه في الحصول على المعلومات ومعرفة العوامل التي تحدد ذلك السلوك.⁽²²⁾

وعطفاً على ما سبق فهناك من يرى بأن نظرية التماس المعلومات تركز على منظورين رئيسين، الأول يسلط الضوء على اعتبار الاتصال بمثابة عملية أحادية الاتجاه، يتم من خلالها نقل المعلومات أو نشرها من مرسل إلى مجموعة من المستقبلين، أما المنظور الثاني فيرى عملية مشاركة المعلومات باعتبارها عملية اتصال ثنائية الاتجاه

من حيث تبادل المعلومات، وهو الاتصال الذي يحدث داخل مجموعات صغيرة أو عبر مجتمعات افتراضية تحكمها شبكة الانترنت. (23)

وتسعى نظرية التماس المعلومات إلى اختبار فرضية أساسية وهي «أن التعرض الانتقائي للأفراد يجعلهم يختارون المعلومات التي تؤيد اتجاهاتهم الراهنة» (24) وأنه توجد وفقاً لـ (Nifadkar) حوافز تدفع الفرد صوب البحث عن معلومات ما والحصول عليها، بحيث يمكن تحديد هذه الحوافز بمشكلات يسعى الفرد إلى إيجاد الحلول المناسبة لها، أو الحرص على مقارنة هذه المعلومات الجديدة بمعلومات وقيم سابقة يتمتع بها (25)، كما يفترض هذا النموذج أيضاً أن الأفراد يستعملون ما يسمى باستراتيجية البحث المجازف التي تتم بالاعتماد إما على مصدر معلومات واحد أو عدة مصادر أساسية، وإما باتباع أسلوب كل ما يستطيع الفرد جمعه من معلومات، ثم يتم بعد ذلك تصنيف هذه المعلومات وتحليلها وربطها بالخبرة السابقة للفرد، (26) وأنه كلما «زادت مهارة الفرد في جمع المعلومات كان أكثر نشاطاً في سلوك التماس المعلومات وكلما كان الفرد سيئاً في جمعه للمعلومات كان أقل نشاطاً في سلوك التماس المعلومات، وأن عدم إدراك الفرد لوجود مصدر المعلومات يؤدي إلى عدم استخدام هذا المصدر كوسيلة لالتماس المعلومات، وأن الأفراد يستخدمون مصادر المعلومات الإلكترونية المباشرة لأهداف مختلفة لأن عملية التصفح بالنسبة لهذه الوسائل تجمع ما بين كونها وسيلة لالتماس المعلومات وأسلوب بحث مرئي مسلي». (27)

وعطفاً على ما سبق فإن رحلة الحصول على المعلومات يجب أن تشتمل على أربعة مراحل أولها التعرف على الحاجة من المعلومات، والثاني الحصول أو العثور على هذه المعلومات، والثالث التحقق من صحة هذه المعلومات وتفسيرها، والرابع استخدام هذا التفسير في دعم الأنشطة الخاصة التي يقوم بها الفرد. (28)

وقد لاحظ (دوئيو وتبتون) أن عوامل عدة من مثل: إمكانية توظيف المعلومات لخدمة أهداف محددة، أو إشباع حاجات أساسية في موضوع معين، أو البحث عن المعلومات لمجرد الترفيه والتسلية، أو بسبب الحاجة للتنوع، أو بسبب سمات شخصية، من الممكن أن تؤثر على اختيار الفرد للرسائل الاتصالية التي يتعرض إليها، وكذلك في استخدامه للمعلومات في تدعيم الاتجاهات الحالية. (29)

وعلى ضوء ما سبق فإن أهم العوامل التي تؤثر في سلوك الأفراد في التماسهم للمعلومات خمسة عوامل، العامل الأول هو اختيار المعلومات التدعيمية التي تعزز مواقف المتلقين الحالية، والعامل الثاني توظيف المعلومات واستخدامها في إشباع حاجات المتلقين وتحقيق مصلحتهم من خلال سعي الأفراد إلى الحصول على

المعلومات ومن ثم القيام بتوظيفها بشكل فوري أو آجل؛ فالفرد على سبيل المثال يسعى لمعرفة من هو أفضل طبيب مختص في جراحة القلب لأنه محتاج إليه الآن أو قد يحتاج إليه فيما بعد، والعامل الثالث فهو سعى الفرد إلى الحصول على المعلومات للترفيه فهو قد يشتري كتاباً جاداً ومن خلاله يقضي معه وقتاً ممتعاً يستمتع به، أما العامل الرابع فهو اختلاف الخصائص الشخصية للمتلقين فبناء على هذه الخصائص فإن كل فرد يتوجه لطلب المعلومات ويسعى للحصول عليها بطريقة تختلف عن الفرد الآخر ويستخدم في ذلك وسيلة إعلامية غير تلك التي يستخدمها الآخر بناء على اختلاف الخصائص الشخصية، والعامل الخامس ويتمثل في قيام بنية المجتمع بالتأثير على أسلوب استمالات المواطنين لاستعمال وسائل الاتصال المختلفة، فبنية المجتمع لها سيطرتها على المعلومات وتؤدي إلى تشكيل طريقة استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتفضيلهم لوسيلة معينة كمصادر للأخبار عن وسيلة أخرى.⁽³⁰⁾

ويمكن القول وفقاً لطرايشي والسيد أن التماس المعلومات يختلف من شخص لآخر، وهي تتحدد غالباً في المعرفة وفي التسلية والترفيه، وأنه وفقاً لطبيعة المعلومات التي يحتاجها الأفراد ونشاطهم يتحدد نوع مصدر التماس المعلومات، وأن التماس المعلومات من مصدر معين يتوقف على ثلاثة أمور هي: سهولة الوصول إلى مصدر المعلومات، وإلى درجة الثقة في مصدر المعلومات، وإلى سهولة التعامل مع مصدر المعلومات، وأن تحديد سلوك التماس في مواقف متعددة للأفراد مثل تأثير التماس المعلومات المقدمة في المواد الإعلامية على الاستجابة الشرائية للأفراد، أو سلوك الأفراد عند التماس المعلومات الطبية.⁽³¹⁾

وانطلاقاً مما سبق قام الباحث بتوظيف كل ما يتعلق بالمتغيرات والعناصر الأساسية التي تقوم عليها نظرية التماس المعلومات في هذه الدراسة حتى يمكن فهم ومعرفة دور وزارة الصحة السعودية ووسائل الإعلام في نشر المعلومات الصحية وتشكيل الوعي الصحي عن فيروس كورونا، وبالتالي تحديد مستوى الأداء الإعلامي لوزارة الصحة في بناء الوعي الصحي بفيروس كورونا لدى أفراد المجتمع السعودي وذلك من خلال تحديد المصادر الإعلامية وغير الإعلامية والإلكترونية التي يلتبس منها أفراد المجتمع السعودي معلوماً عن فيروس كورونا، وتحديد الإجراءات التي يقوم بها أفراد المجتمع السعودي في احتياجهم والتماسهم للمعلومات الصحية المتعلقة بفيروس كورونا، ومدى فاعلية الوسائل والأساليب الإعلامية والاتصالية والأنماط التكنولوجية المستخدمة من قبل وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا والتي يلتبس من خلالها أفراد المجتمع المعلومات المتعلقة بفيروس كورونا، إضافة إلى تحليل الأسباب والدوافع

التي تؤدي بأفراد المجتمع السعودي إلى التماس المعلومات الصحية ومدى رضاهم وثقتهم واستفادتهم من المعلومات المقدمة من وزارة الصحة السعودية عن فيروس كورونا.

مشكلة الدراسة:

في 11 مارس 2020م ومنذ أن أعلنت منظمة الصحة العالمية أنها صنفت مرض فيروس كورونا 2019 (كوفيد- 19) كجائحة وأعداد المصابين والوفيات جراء الإصابة بهذا الفيروس تتزايد بشكل كبير في أرجاء العالم فهو من الأمراض المعدية والخطيرة والوسيلة الوحيدة للدفاع ضد هذا الفيروس هو التوعية الصحية بأعراضه، وطرق انتقاله ومضاعفاته، وبأهمية إتباع الإجراءات الاحترازية المتخذة للوقاية منه، والاحتياطات التي يجب إتباعها من قبل الناس للحماية من انتشار فيروس كورونا وتجنب الإصابة به، وعلى ذلك فإن التوعية الصحية بفيروس كورونا ذو أهمية كبيرة وهو العامل الأساسي في تجنب وتقليل أعداد الناس المصابين بهذا الفيروس، وعلى ضوء ذلك تتحدد مشكلة هذه الدراسة في التعرف على الدور الذي تؤديه وزارة الصحة السعودية في توعية أفراد المجتمع السعودي بجائحة كورونا، ومدى فاعلية الوسائل والأساليب الإعلامية والاتصالية والأنماط التكنولوجية المستخدمة من قبل وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا، وإلى أي مدى أسهمت رسائل وزارة الصحة الإعلامية في بناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع السعودي بهذا الفيروس، وتأثير الأداء الإعلامي لوزارة الصحة على مدى استفادة أفراد المجتمع السعودي من المعلومات التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. التعرف على أهم الممارسات الإعلامية والاتصالية التي تقوم بها وزارة الصحة السعودية في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا.
2. التعرف على دور وزارة الصحة في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا.
3. التعرف على مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة السعودية في التوعية بفيروس كورونا.
4. تحديد مستوى الأداء الإعلامي لوزارة الصحة في بناء الوعي الصحي بفيروس كورونا لدى أفراد المجتمع السعودي.

5. التعرف على رؤية أفراد المجتمع السعودي عن الوسائل والأساليب والرسائل الإعلامية والأنماط التكنولوجية المستخدمة من قبل وزارة الصحة في بناء الوعي الصحي عن فيروس كورونا.
6. تحديد مدى استفادة أفراد المجتمع السعودي من المعلومات التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا.

تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة للإجابة عن التساؤلات الآتية:

1. ما دور وزارة الصحة السعودية في التوعية الصحية لأفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا؟
2. ما مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة السعودية في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا.
3. ما الوسائل الإعلامية التي يحصل أفراد المجتمع السعودي من خلالها على المعلومات الصحية عن فيروس كورونا؟
4. ما المواقع الإلكترونية التي يتابعها أفراد المجتمع السعودي للحصول على المعلومات الصحية عن فيروس كورونا؟
5. ما مواقع التواصل الاجتماعي التي يحصل أفراد المجتمع السعودي من خلالها على المعلومات الصحية عن فيروس كورونا؟
6. ما المصادر الاتصالية غير الإعلامية التي يعتمد عليها أفراد المجتمع السعودي للحصول على المعلومات الصحية عن فيروس كورونا؟
7. ما مدى فاعلية استخدام وزارة الصحة للوسائل والأساليب الإعلامية في بناء الوعي الصحي بفيروس كورونا لدى أفراد المجتمع السعودي؟
8. ما مدى فاعلية استخدام وزارة الصحة للأنماط الصحفية التكنولوجية في بناء الوعي الصحي بفيروس كورونا لدى أفراد المجتمع السعودي؟
9. ما مدى استفادة أفراد المجتمع السعودي من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة للتوعية بفيروس كورونا؟
10. ما مدى رضی أفراد المجتمع السعودي عن الممارسات الاتصالية والإعلامية لوزارة الصحة السعودية في التوعية بفيروس كورونا؟

فروض الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لاختبار الفروض الآتية:

- 1-توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور وزارة الصحة في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا تبعا لسماتهم الديموغرافية: (النوع، والسن، والمؤهل العلمي).
- 2-توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد المجتمع السعودي عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا تبعا لسماتهم الديموغرافية: (النوع، والسن، والمؤهل العلمي).
- 3-توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين دور وزارة الصحة في التوعية الصحية لأفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا ورؤية أفراد المجتمع السعودي عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة للتوعية بفيروس كورونا.
- 4-توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين مدى استفادة أفراد المجتمع السعودي من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة للتوعية بفيروس كورونا ورضا أفراد المجتمع السعودي عن الممارسات الاتصالية والإعلامية لوزارة الصحة السعودية في التوعية بفيروس كورونا.
- 5-توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين فاعلية استخدام وزارة الصحة للوسائل والأساليب الإعلامية في بناء الوعي الصحي بفيروس كورونا لدى أفراد المجتمع السعودي ومدى استفادة أفراد المجتمع السعودي من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة للتوعية بفيروس كورونا.
- 6-توجد علاقة ارتباطيه ذات دلالة إحصائية بين دقة المعلومات التي وفرتها وزارة الصحة لأفراد المجتمع السعودي عن فيروس كورونا ومدى استفادة أفراد المجتمع السعودي من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة للتوعية بفيروس كورونا.

التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة:

- 1-الاتصال الفعال: «هو العملية التي يتم من خلالها التعبير والتبادل للأفكار والمفاهيم والحقائق والآراء والاتجاهات بين طرفين أو أكثر باستخدام طرق وأساليب معينة سواء كانت منظورة أو غير منظورة.»⁽³²⁾ ويقصد به في هذه الدراسة الرسائل والوسائل الإعلامية والاتصالية التي استخدمتها وزارة الصحة السعودية في نقل وإيصال رسائل التوعية الصحية بفيروس كورونا.
- 2-إدارة الأزمة: «وتعني الاستراتيجيات والخطط والأساليب التي تتبعها المنظمات وإدارتها لمواجهة الحالات غير الاعتيادية والتي تهدد أهداف المنظمة وأنشطتها، ومنهجية

التعامل مع الأزمات في ضوء الاستعدادات والمعرفة والوعي والادراك والامكانيات والمهارات وأنماط الإدارة السائدة.»⁽³³⁾

ويقصد بها في هذه الدراسة الاستراتيجيات والأساليب الإعلامية التي اتبعتها وزارة الصحة السعودية في التعامل مع أزمة جائحة كورونا لبناء المعرفة والوعي الصحي بفيروس كورونا.

3- جائحة كورونا (مرض كوفيد-19): هو مرض معد يسببه آخر فيروس تم اكتشافه من سلالة فيروسات كورونا، والذي بدء تفشيه في مدينة (ووهان) الصينية في ديسمبر 2019م، وقد تحوّل (كوفيد-19) منذ 11 مارس 2020م إلى جائحة تؤثر على معظم دول العالم.

4- الوعي الصحي: ويقصد به في هذه الدراسة جملة من التصورات والمعتقدات والرؤى التي تعين الإنسان في حياته وتحدد سلوكه، ويقصد به هنا إلمام الناس بالمعلومات والحقائق والآراء الصحية عن فيروس كورونا وإحساسهم بالمسئولية نحو صحتهم وصحة غيرهم، وفي هذا الإطار يعتبر الوعي الصحي هو الممارسة عن قصد نتيجة الفهم والاقناع، والتي تشكل عاملاً مهماً في الوقاية من فيروس كورونا.

5- أفراد المجتمع السعودي: ويقصد بهم في هذه الدراسة المواطنين السعوديين في المملكة العربية السعودية من الذكور والإناث.

نوع الدراسة:

هذه الدراسة دراسة وصفية تسعى من خلال دراسة ممارسات الاتصال الفعال في إدارة أزمة جائحة كورونا وبناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع السعودي للتعرف على الدور الإعلامي الذي تؤديه وزارة الصحة السعودية في توعية وثقافة أفراد المجتمع السعودي عن فيروس كورونا، ورؤيتهم عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا، وعلى مدى فاعلية الأساليب الإعلامية والأنماط التكنولوجية في هذه التوعية، ومدى ثقة أفراد المجتمع السعودي بما تطرحه وزارة الصحة من معلومات وموضوعات في الوسائل الإعلامية المختلفة ومنصات التواصل الاجتماعي في التوعية بفيروس كورونا، ومدى استفادتهم من هذه المعلومات التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا.

منهج الدراسة:

من أجل التعرف على ممارسات الاتصال الفعال في إدارة أزمة جائحة كورونا، وتقديم

وصف شامل ودقيق لهذه الممارسات التي قامت وتقوم بها وزارة الصحة السعودية في بناء الوعي الصحي لأفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا، فقد اقتضت طبيعة هذه الدراسة استخدام المنهج المسحي لهذه الدراسة وذلك لتمييزه «باستهداف الحقائق التفصيلية عن واقع الظاهرة المدروسة مما يمكن الباحث من تقديم وصف شامل ودقيق لذلك الواقع.»⁽³⁴⁾

أداة الدراسة:

استخدم الباحث الاستبانة أداة ضرورية للحصول على المعلومات الرئيسية للدراسة من أفراد العينة من المجتمع السعودي، وقد قسم الباحث الاستبانة إلى سبعة أجزاء على النحو الآتي:

الجزء الأول: وخصص للسمات الديموغرافية لأفراد العينة (النوع، والحالة الاجتماعية، والسن، والدخل الشهري، والمؤهل العلمي، والمهنة).

الجزء الثاني: وخصص لقياس الوسائل والمصادر الإعلامية وغير الإعلامية ومواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية التي يعتمد عليها أفراد المجتمع السعودي في الحصول على المعلومات والأخبار عن فيروس كورونا.

الجزء الثالث: وخصص لقياس مستوى أداء وسائل الإعلام السعودية في التوعية بفيروس كورونا، ومدى اعتماد أفراد المجتمع السعودي على هذه الوسائل في معرفة الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا.

الجزء الرابع: وخصص لقياس فاعلية استخدام وزارة الصحة السعودية للوسائل والأساليب الإعلامية، والأنماط التكنولوجية في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا.

الجزء الخامس: وخصص لقياس دقة المعلومات التي وفرتها وقدمتها وزارة الصحة السعودية لأفراد المجتمع السعودي عن فيروس كورونا، ومدى الثقة في هذه المعلومات، ومدى الاستفادة منها في التوعية بفيروس كورونا.

الجزء السادس، وخصص لقياس دور وزارة الصحة السعودية في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا، ومدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها الوزارة في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا.

الجزء السابع: وخصص لقياس مدى الاستفادة من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة السعودية للتوعية بفيروس كورونا، ورضى أفراد المجتمع السعودي عن الممارسات الاتصالية والإعلامية للوزارة في التوعية بفيروس كورونا.

ولتسهيل تفسير النتائج استخدم الباحث الأسلوب التالي لتحديد مستوى الإجابة على بنود الأداة، على النحو التالي:

تم إعطاء وزن للبدائل: (دائماً=5، غالباً=4، أحياناً=3، نادراً=2، لا استخدمها=1)، وكذلك البدائل: (موافق بشدة=5، موافق=4، غير موافق=3، غير موافق على الإطلاق=2، لا أعلم=1)، وكذلك البدائل: (مهم جداً=5، مهم=4، غير مهم=3، غير مهم على الإطلاق=2، لا أعلم=1)، وكذلك البدائل: (فعال بشكل كبير جداً=5، فعال بشكل كبير=4، فعال بشكل متوسط=3، فعال بشكل ضعيف=2، غير فعال نهائياً=1)، ثم تم تصنيف تلك الإجابات إلى خمسة مستويات متساوية المدى من خلال المعادلة التالية:

طول الفئة = (أكبر قيمة-أقل قيمة) ÷ عدد بدائل الأداة = $5 - 1 = 4$ ÷ 0.80

لنحصل على التصنيف التالي:

جدول رقم (1) توزيع الفئات وفق التدرج المستخدم في أداة البحث

الوصف	الوصف	الوصف	الوصف	مدى المتوسطات
دائماً	موافق بشدة	فعال بشكل كبير جداً	مهم جداً	4.21-5.00
غالباً	موافق	فعال بشكل كبير	مهم	3.41-4.20
أحياناً	غير موافق	فعال بشكل متوسط	غير مهم	2.61-3.40
نادراً	غير موافق على الإطلاق	فعال بشكل ضعيف	غير مهم على الإطلاق	1.81-2.60
لا استخدمها	لا أعلم	غير فعال نهائياً	لا أعلم	1.0-1.80

مجتمع الدراسة وعينته:

لحصول على المعلومات اللازمة للإجابة عن تساؤلات الدراسة فإن مجتمع الدراسة هم أفراد المجتمع السعودي من المواطنين السعوديين في المملكة العربية السعودية وتشمل الذكور والإناث، وقد قام الباحث بتوزيع الاستبانة بطريقة العينة المتاحة لأن المسح الإلكتروني لا يتيح آلية لسحب عينة عشوائية من مفردات عينة الدراسة، وقد بلغ حجم العينة (3133) مفردة، من خلال تصميم مسح إلكتروني (Online) Survey على موقع (Google Drive) (<https://drive.google.com>) وتوزيع رابط الاستبانة عبر البريد الإلكتروني وموقع التواصل الاجتماعي (تويتر).⁽³⁵⁾

تحليل المعلومات:

تم استخدام برنامج (SPSS) لتحليل البيانات الكمية وفق المعايير الإحصائية المتعددة، واستخدم الباحث عدداً من الأساليب الإحصائية لوصف نتائج الدراسة، وهي:

1. التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للتعرف على تكرارات الإجابات لدى المبحوثين.
2. المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
3. معامل الارتباط (Pearson Correlation) للكشف عن مدى وجود علاقات دالة إحصائية بين إجابات المبحوثين وعدد من المتغيرات.
4. تحليل التباين الأحادي (On Way Anova) لبيان مدى وجود فروق دالة إحصائية بين إجابات المبحوثين على بعض جوانب الدراسة المختلفة.
5. اختبار (Scheffe) للكشف عن اتجاه الفروق التي يثبت اختبار تحليل التباين الأحادي دلالتها إحصائياً.
6. اختبار (ت) لبيان مدى وجود فروق دالة إحصائية بين إجابات المبحوثين تبعاً لسماحهم الرئيسية.
7. اختبار مربع كاي (2ك²).
8. معامل ثبات ألفا كرونباخ لقياس معاملات ثبات محاور الدراسة. وقد اقتصر الدلالة المعتمدة في هذه الدراسة على مستوى (0.05)، واقتصر الباحث في هذه الدراسة على النتائج التي تتوافر على هذا المستوى من الدلالة.

إجراءات الصدق والثبات:

الصدق الظاهري:

1. للتأكد من صدق الاستبانة المستخدمة في هذه الدراسة قام الباحث بصياغة أسئلة الاستبانة المتعلقة بمتغيرات الدراسة صياغة واضحة، بحيث يمكن فهم محتواها من قبل المبحوثين.
2. تم عرض الاستبانة ومشكلة الدراسة وتساؤلاتها على عدد من المحكمين لتحكيمها⁶³، للحكم على مدى صلاحيتها للقياس، وقد أخذ الباحث بملاحظات المحكمين وتعديلاتهم حيث أفاد منها في إعادة صياغة بعض الأسئلة حتى أصبحت الاستبانة جاهزة للتوزيع.
3. قام الباحث بتجريب الاستبانة على عينة بلغ عددهم (20) مفردة من عينة

الدراسة بهدف التعرف على مدى وضوح أسئلة الاستبانة للمبحوثين، ومعدل استجابتهم، وقد تم بعد التحقق من ذلك صياغة الاستبانة صياغة نهائية قابلة للتطبيق.

صدق الاتساق الداخلي:

وللتحقق من صدق الاستبانة قام الباحث بحساب صدق الاتساق الداخلي باستخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson) للاستبانة بالدرجة الكلية لمحاو الدراسة، وقد أظهرت النتائج أن جميع معاملات ارتباط عبارات الدراسة بالمحور المنتمية إليه كانت دالة عند مستوى (0.01)، وهذا يشير إلى صدق العبارات في أداة دراسة.

الثبات:

للتأكد من ثبات استبانة دراسة ممارسات الاتصال الفعال في إدارة أزمة جائحة كورونا وبناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع السعودي، وباستخدام معامل ثبات (ألفا كرومباخ) تم حساب الثبات لمحاو الدراسة على العينة الاستطلاعية المكونة من (53) فرد حيث أظهرت النتائج كما يبين الجدول رقم (2) أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات حيث تراوحت معاملات الثبات ما بين (0.89) لمحور أهمية دور وزارة الصحة الإعلامي في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا، و(0.90) لمحور فعالية الوسائل والأساليب التي تستخدمها وزارة الصحة في بناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع السعودي، ثم (0.94) لمحور فعالية الأنماط التكنولوجية التي تستخدمها وزارة الصحة في بناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع السعودي، في حين بلغ معامل الثبات لمحور رأي أفراد المجتمع السعودي عن الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة للتوعية بفيروس كورونا (0,96)، وهذا يشير إلى ثبات أداة الدراسة وصلاحيتها للتطبيق.

جدول رقم (2) معاملات ثبات ألفا كرونباخ لمحاور الدراسة (العينة الاستطلاعية: ن=53)

معامل ثبات ألفا كرونباخ	عدد البنود	المحور
0.90	13	فعالية الوسائل والأساليب التي تستخدمها وزارة الصحة في بناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا
0.94	10	فعالية الأنماط التكنولوجية التي تستخدمها وزارة الصحة في بناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا
0.89	13	دور وزارة الصحة الإعلامي في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا
0.96	13	رأي أفراد المجتمع السعودي عن الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة للتوعية بفيروس كورونا

نتائج الدراسة:

أولاً: السمات الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة:

توضح الجداول الآتية السمات الديموغرافية لأفراد العينة التي بلغت ستة متغيرات هي: النوع، والحالة الاجتماعية، والسن، والدخل الشهري، والمؤهل العلمي، والمهنة. 1- النوع:

جدول رقم (3) توزيع أفراد العينة وفقاً للنوع

النسبة	التكرار	النوع
40.7	1274	ذكر
59.3	1859	أنثى
100%	3133	الإجمالي

يبين الجدول رقم (3) أن (59.3%) من المبحوثين إناث، مقابل (40.7%) ذكور. 2- الحالة الاجتماعية:

جدول رقم (4) توزيع أفراد العينة وفقاً للحالة الاجتماعية

النسبة	التكرار	الحالة الاجتماعية
88.6	2775	متزوج
11.4	358	غير متزوج
100%	3133	الإجمالي

يوضح الجدول رقم (4) أن (88.6%) من المبحوثين متزوجين، مقابل (11.4%) غير متزوجين.

3-السن:

جدول رقم (5) توزيع أفراد العينة وفقاً للسن

النسبة	التكرار	السن
1.5	46	أقل من 20 سنة
12.5	392	من 20 إلى أقل من 30 سنة
34.5	1080	من 30 إلى أقل من 40 سنة
30.9	968	من 40 إلى أقل من 50 سنة
20.7	647	من 50 سنة فما فوق
100%	3133	الإجمالي

يبين الجدول رقم (5) أن (34.5%) من أفراد العينة أعمارهم من 30 إلى أقل من 40 سنة، وأن (30.9) أعمارهم من ن 40 إلى أقل من 50 سنة، فيما بلغت نسبة من أعمارهم من 50 سنة فما فوق (20,7%)، في حين بلغت نسبة من أعمارهم من 20 إلى أقل من 30 سنة (12.5%)، أما من أعمارهم أقل من 20 سنة فكانت نسبتهم قليلة حيث بلغت نسبتهم (1.5%) من إجمالي المبحوثين.

4-الدخل الشهري:

جدول رقم (6) توزيع أفراد العينة وفقاً للدخل الشهري

النسبة	التكرار	الدخل الشهري
25.2	790	أقل من 5000 ريال
24.5	769	من 5000 إلى 10000 ريال
21.3	666	من 10001 إلى 15000 ريال
29.0	908	أكثر من 15000 ريال
100%	3133	الإجمالي

يوضح الجدول رقم (6) أن الأفراد الذين دخلهم أكثر من 15000 ريال بلغت نسبتهم (29,0%)، فيما تقاربت نسبة من دخلهم أقل من 5000 ريال مع من

دخلهم من 5001 إلى 10000 ريال بواقع (25.2%) للأولى و (24.5%) للفتة الثانية، أما من دخلهم من 10001 إلى 15000 ريال فبلغت نسبتهم (21,3%) من إجمالي المبحوثين.

5- المؤهل العلمي:

جدول رقم (7) توزيع أفراد العينة وفقاً للمؤهل العلمي

النسبة	التكرار	المؤهل العلمي
48.8	1529	بكالوريوس
21.7	681	ثانوي فأقل
10.8	339	دبلوم قبل الجامعة
9.6	301	ماجستير
6.4	202	دكتوراه
2.6	81	دبلوم بعد الجامعة
100%	3133	الإجمالي

يكشف الجدول رقم (7) أن أفراد العينة من الحاصلين على البكالوريوس هم الأكثر تمثيلاً في هذه الدراسة بنسبة (48.8%)، يليهم الذين مؤهلهم ثانوي فأقل بنسبة (21.7%)، ثم الحاصلين على دبلوم قبل الجامعة بنسبة (10.8%)، أما الحاصلين على الماجستير فبلغت نسبتهم (9.6%)، في حين بلغت نسبة الحاصلين على الدكتوراه (6,4%)، كما يبين الجدول السابق أن الحاصلين على دبلوم بعد الجامعة هم الأقل تمثيلاً في هذه الدراسة بنسبة (2.6%) من إجمالي المبحوثين.

6- المهنة:

جدول رقم (8) توزيع أفراد العينة وفقاً للمهنة

النسبة	التكرار	المهنة
37.0	1160	موظف/موظفة حكومي
26.3	824	ربة منزل
11.7	366	متقاعد /متقاعدة
9.8	307	موظف /موظفة قطاع خاص
5.1	161	لا يعمل
4.4	139	طالب /طالبة
2.9	90	موظف عسكري
2.8	86	صاحب /صاحبة أعمال حرة
100%	3133	الإجمالي

يكشف الجدول رقم (8) أن الموظفين الحكوميين (المدنيين) يمثلون أكبر فئة في العينة، إذ بلغت نسبتهم (37.0%) من إجمالي المبحوثين، يليهم في المرتبة الثانية ربات المنزل بنسبة (26.3%)، يليهم المتقاعدين بنسبة (11.7%)، ثم موظفو القطاع الخاص بنسبة (9.8%)، أما الذين لا يعملون فبلغت نسبتهم (5.1%)، في حين جاء الطلاب بنسبة (4.4%)، كما يبين الجدول السابق تقارب نسبة الموظفين العسكريين وأصحاب الأعمال الحرة وذلك بنسبة (2.9%) للفئة الأولى، و(2.8%) للثانية من إجمالي المبحوثين.

ثانياً: المعلومات الخاصة بالدراسة:

1- الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها أفراد المجتمع السعودي في الحصول على الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا

جدول رقم (9) يبين الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها أفراد العينة في الحصول على الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الوسيلة الإعلامية
1.08	4.32	الإنترنت
1.44	3.34	القناة الإخبارية السعودية
1.38	2.97	قناة العربية
1.38	2.82	القناة الأولى السعودية
1.29	2.55	القنوات الفضائية الإخبارية العربية
1.12	2.02	الإذاعة السعودية
1.10	2.00	القنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية باللغة العربية
0.93	1.80	إذاعات (FM)
0.97	1.77	الصحف السعودية اليومية المطبوعة
0.96	1.76	الصحف العربية والدولية اليومية
0.70	2.54	المتوسط العام*

* المتوسط الحسابي من 5 درجات

يظهر الجدول رقم (9) أن الإنترنت جاء في المرتبة الأولى من بين الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها أفراد العينة في الحصول على الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا بمتوسط حسابي قدره (4.32) من المقياس الخماسي الذي يتراوح بين (دائماً إلى لا استخدمها) وانحراف معياري (1.08)، يليه في المرتبة الثانية القناة الإخبارية بمتوسط حسابي (3.34) وانحراف معياري (1.44)، ثم قناة العربية في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.97) وانحراف معياري (1.38)، وجاءت القناة السعودية الأولى في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي قدره (2.82) وانحراف معياري (1.38)، يليها القنوات الفضائية الإخبارية العربية في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (2.55) وانحراف معياري (1.29)، ثم الإذاعة السعودية في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (2.02) وانحراف معياري (1.12)، يليها القنوات الفضائية الإخبارية الأجنبية باللغة العربية في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (2.00) وانحراف معياري (1.10)، ثم إذاعات (FM) في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي (1.80) وانحراف معياري (0.93)، يليها الصحف

السعودية اليومية المطبوعة في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (1.77) وانحراف معياري (0.97)، ويبين الجدول السابق أن الصحف العربية والدولية اليومية جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (1.76) وانحراف معياري (0.96).

2- المواقع الإلكترونية التي يعتمد عليها أفراد المجتمع السعودي في الحصول على الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا:

جدول رقم (10) يبين المواقع الإلكترونية التي يعتمد عليها أفراد العينة في الحصول على الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المواقع الإلكترونية
1.09	4.42	موقع وزارة الصحة السعودية
1.41	2.99	المواقع الإخبارية
1.38	2.82	موقع منظمة الصحة العالمية
1.40	2.65	مواقع الصحف الإلكترونية
1.23	2.23	مواقع القنوات التلفزيونية الفضائية العربية
1.18	2.13	مواقع التثقيف الصحي
1.14	2.11	المواقع الصحية العربية
1.00	1.87	المواقع الصحية الأجنبية
1.02	1.85	مواقع القنوات الفضائية الأجنبية باللغة العربية
1.00	1.81	مواقع الصحف السعودية الورقية
0.95	1.77	مواقع الإذاعات
0.86	1.68	مواقع الطب البديل
0.75	2.36	المتوسط العام*

* المتوسط الحسابي من 5 درجات

يشير الجدول رقم (10) أن الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة السعودية جاء في المرتبة الأولى من بين المواقع الإلكترونية التي يعتمد عليها أفراد المجتمع السعودي عينة الدراسة في الحصول على الأخبار والمعلومات المتعلقة بفيروس كورونا بمتوسط حسابي

كبير قدره (4.52) من المقياس الخماسي الذي يتراوح بين (دائماً إلى لا استخدمها) وانحراف معياري (1.09)، يليه في المرتبة الثانية المواقع الإخبارية بمتوسط حسابي (2,99) وانحراف معياري (1.41)، ثم موقع منظمة الصحة العالمية في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2,82) وانحراف معياري (1.38)، أما مواقع الصحف الإلكترونية فجاءت في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي قدره (2,65) وانحراف معياري (1.40)، يليها مواقع القنوات التلفزيونية الفضائية العربية في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (2.23) وانحراف معياري (1,23)، ثم في المرتبة السادسة مواقع التثقيف الصحي بمتوسط حسابي (2,13) وانحراف معياري (1,18)، وجاءت المواقع الصحية العربية في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (2,11) وانحراف معياري (1,14)، فالمواقع الصحية الأجنبية في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي (1,87) وانحراف معياري (1.0)، ثم في المرتبة التاسعة مواقع القنوات الفضائية الأجنبية باللغة العربية بمتوسط حسابي (1,85) وانحراف معياري (1.02)، ويُظهر الجدول السابق أن مواقع الصحف السعودية الورقية جاءت في المرتبة العاشرة من بين المواقع الإلكترونية التي يعتمد عليها أفراد العينة في الحصول على الأخبار والمعلومات المتعلقة بفيروس كورونا بمتوسط حسابي (1.81) وانحراف معياري (1.0)، يليها في المرتبة الحادية عشر مواقع الإذاعات بمتوسط حسابي (1,77) وانحراف معياري (0,95)، ثم مواقع الطب البديل بمتوسط حسابي (1,77) وانحراف معياري (0.86).

3- مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها أفراد المجتمع السعودي في الحصول على الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا:
جدول رقم (11) يبين مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها أفراد العينة في الحصول على الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا

مواقع التواصل الاجتماعي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
تويتر	4.05	1.32
سناپ شات	3.34	1.46
الواتسب	3.15	1.36
انستجرام	2.19	1.21
اليوتيوب	2.10	1.11
تيلجرام	1.78	0.91
الفيسبوك	1.66	0.83
المدونات	1.60	0.78
المتوسط العام*	2.48	0.65

* المتوسط الحسابي من 5 درجات

يبين الجدول رقم (11) أن أفراد المجتمع السعودي عينة الدراسة يعتمدون بشكل أساسي على تويتر في الحصول على الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا بمتوسط حسابي قدره (4.05) من المقياس الخماسي الذي يتراوح بين (دائماً إلى لا استخدمها) وانحراف معياري (1.32) يليه في المرتبة الثانية سناپ شات بمتوسط حسابي (3.34) وانحراف معياري (1.46) ثم في المرتبة الثالثة الواتسب بمتوسط حسابي (3.15) وانحراف معياري (1.36)، وجاء الانستجرام في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (2.19) وانحراف معياري (1.21)، ثم اليوتيوب بمتوسط حسابي (2.10) وانحراف معياري (1.11)، يليه تيلجرام في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (1.78) وانحراف معياري (0.91)، ثم الفيسبوك في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (1.66) وانحراف معياري (0.83)، يليه المدونات في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (1.60) وانحراف معياري (0.78).

4- المصادر الغير إعلامية التي يعتمد عليها أفراد المجتمع السعودي في الحصول على الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا:

جدول رقم (12) يبين المصادر الغير إعلامية التي يعتمد عليها أفراد العينة في الحصول على الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المصادر غير الإعلامية
1.27	3.43	الأسرة
1.42	3.41	الأطباء
1.16	2.93	الأصدقاء
1.40	2.63	مراكز الرعاية الصحية
1.24	2.35	الصيدلة
1.13	2.11	الملصقات والمطويات
1.13	2.05	الدورات والندوات
0.83	2.70	المتوسط العام*

* المتوسط الحسابي من 5 درجات

يبين الجدول رقم (12) أن الأسرة والأطباء هما أكثر المصادر الغير إعلامية التي يعتمد عليها أفراد العينة في الحصول على معلوماتهم عن فيروس كورونا بمتوسط حسابي (3.43) للأولى و(3.42) للثانية من المقياس الخماسي الذي يتراوح بين دائماً إلى لا أستخدمها) وانحراف معياري (1.27) للأولى و(1.42) للثانية، وجاء الأصدقاء في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.93) وانحراف معياري (1.16)، ثم مراكز الرعاية الصحية في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (2.63) وانحراف معياري (1.40)، يليها في المرتبة الخامسة الصيدلة بمتوسط حسابي (2.35) وانحراف معياري (1.24)، ثم الملصقات والمطويات في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (2.11) وانحراف معياري (1.13)، وجاءت الدورات والندوات في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.05) وانحراف معياري (1.13).

5- مستوى أداء الإعلام السعودي في التوعية بفيروس كورونا: جدول رقم (13) يبين مستوى الأداء الإعلامي للإعلام السعودي في التوعية بفيروس كورونا

النسبة	التكرار	مستوى الأداء
82.2	2574	متميز
14.9	468	متوسط
2.9	91	ضعيف
100%	3133	الإجمالي

يشير الجدول رقم (13) أن (82,2%) من أفراد العينة يرون أن مستوى الأداء الإعلامي للإعلام السعودي في التوعية بفيروس كورونا كان متميزاً، وأن (14,9%) يرون أن الأداء الإعلامي السعودي في التوعية بفيروس كورونا متوسط، أما من يرى أن مستوى الأداء الإعلامي للإعلام السعودي في التوعية بفيروس كورونا ضعيف فبلغت نسبتهم (2,9%) من إجمالي المبحوثين.

6- مدى اعتماد أفراد المجتمع السعودي على وسائل الإعلام السعودية في معرفة الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا:

جداول رقم (14) يبين مدى اعتماد أفراد العينة على وسائل الإعلام السعودية في التوعية بفيروس كورونا

النسبة	التكرار	مدى الاعتماد
79.2	2480	إلى حد كبير
18.4	577	إلى حد ما
2.4	76	لا يمكن الاعتماد عليها
100%	3133	الإجمالي

يكشف الجدول رقم (14) أن (79,2%) من أفراد العينة يعتمدون إلى حد كبير على وسائل الإعلام السعودية في معرفة الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا، أما من يرون أنهم يعتمدون عليها إلى حد ما فبلغت نسبتهم (18,4%)، في حين بلغت نسبة من يرون أنه لا يمكن الاعتماد على وسائل الإعلام السعودية في معرفة الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا (2,4%) من إجمالي المبحوثين.

7-فاعلية الوسائل والأساليب الإعلامية التي استخدمتها وزارة الصحة في بناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا:
جدول رقم (15) يبين مدى فاعلية الوسائل والأساليب الإعلامية التي استخدمتها وزارة الصحة في بناء الوعي الصحي بفيروس كورونا لدى أفراد المجتمع السعودي عينة الدراسة

الوسائل والأساليب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المؤتمرات الصحفية	4.57	0.79
حساب وزارة الصحة في تويتر	4.54	0.81
الرسائل النصية	4.30	1.06
اللقاءات التلفزيونية لمنسوبي وزارة الصحة	4.24	1.10
الإعلانات في مواقع التواصل الاجتماعي	4.08	1.19
التطبيقات الصحية الإلكترونية	4.01	1.23
اللقاءات الإذاعية لمنسوبي وزارة الصحة	3.73	1.38
إعلانات اللوحات الإرشادية	3.72	1.33
حساب وزارة الصحة في سناب شات	3.58	1.43
الإعلانات الصحفية	3.26	1.45
حساب وزارة الصحة في الإنستجرام	3.21	1.44
المطويات التعريفية	3.01	1.43
صفحة وزارة الصحة في الفيس بوك	2.97	1.45
المتوسط العام*	3.79	0.89

* المتوسط الحسابي من 5 درجات

استهدفت الدراسة التعرف على رؤية أفراد المجتمع السعودي عينة الدراسة لدى فاعلية الوسائل والأساليب الإعلامية التي استخدمتها وزارة الصحة السعودية في بناء الوعي الصحي بفيروس كورونا، ويشير الجدول رقم (15) أن المؤتمرات الصحفية اليومية التي تقيمها وزارة الصحة السعودية جاءت في المرتبة الأولى من بين الوسائل والأساليب التي استخدمتها وزارة الصحة في بناء الوعي الصحي بفيروس كورونا لدى أفراد المجتمع السعودي بمتوسط حسابي قدره (4.57) من المقياس الخماسي

الذي يتراوح ما بين (فعال بشكل كبير جداً إلى غير فعال نهائياً) وبانحراف معياري (0.79)، يليه في المرتبة الثانية حساب وزارة الصحة في تويتر بمتوسط حسابي (4,54) وانحراف معياري (0,81)، ثم في المرتبة الثالثة الرسائل النصية بمتوسط حسابي (4,30) وانحراف معياري (1.06)، وجاءت اللقاءات التلفزيونية لمنسوبي وزارة الصحة في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (4,24) وانحراف معياري (1.10)، يليه في المرتبة الخامسة الإعلانات في مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي (4.08) وانحراف معياري (1.19)، ثم التطبيقات الصحية الإلكترونية في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (4.01) وانحراف معياري (1.23)، فاللقاءات الإذاعية لمنسوبي وزارة الصحة في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (3.73) وانحراف معياري (1.38)، ثم إعلانات اللوحات الإرشادية في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي (3.72) وانحراف معياري (1.33) وجاء حساب وزارة الصحة في سناب شات في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (3.58) وانحراف معياري (1.43)، ثم في المرتبة العاشرة الإعلانات الصحفية بمتوسط حسابي (3.26) وانحراف معياري (1.45).

كما يُظهر الجدول السابق أن حساب وزارة الصحة في الإنستجرام جاء في المرتبة الحادية عشر من بين الوسائل والأساليب الإعلامية المستخدمة في التوعية بفيروس كورونا بمتوسط حسابي (3.21) وانحراف معياري (1.44)، يليه في المرتبة الثانية عشر المطويات التعريفية بمتوسط حسابي (3.01) وانحراف معياري (1.43)، ثم في المرتبة الأخيرة صفحة وزارة الصحة في الفيس بوك بمتوسط حسابي (2.97) وانحراف معياري (1.45).

8-فاعلية الأنماط التكنولوجية التي استخدمها وزارة الصحة في بناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا

جدول رقم (16) يبين مدى فاعلية الأنماط التكنولوجية التي استخدمها وزارة الصحة في بناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الأنماط التكنولوجية
0.93	4.37	مقاطع الفيديو
0.96	4.32	الصور
1.04	4.20	الرسوم التوضيحية
1.08	4.15	الرسوم البيانية
1.16	4.03	الانفوجرافيك
1.16	4.02	الفيديو جرافيك
1.19	3.97	الخرائط والرسوم الجغرافية والمساحية
1.20	3.96	الصور المتحركة
1.22	3.88	المقاطع الصوتية
1.25	3.81	الوسائط المتعددة (المتيميديا)
0.91	4.07	المتوسط العام*

* المتوسط الحسابي من 5 درجات

استهدفت الدراسة التعرف على رؤية أفراد المجتمع السعودي عينة الدراسة لمدى فاعلية الأنماط التكنولوجية التي استخدمها وزارة الصحة في بناء الوعي الصحي بفيروس كورونا وبين الجدول رقم (16) أن مقاطع الفيديو جاءت في المرتبة الأولى من بين الأنماط التكنولوجية التي استخدمتها وزارة الصحة في بناء الوعي الصحي بفيروس كورونا لدى أفراد المجتمع السعودي بمتوسط حسابي قدره (4.37) من المقياس الخماسي الذي يتراوح ما بين (فعال بشكل كبير جداً إلى غير فعال نهائياً) وانحراف معياري (0.93)، يليه في المرتبة الثانية الصور بمتوسط حسابي (4,32) وانحراف معياري (0,96)، ثم في المرتبة الثالثة الرسوم التوضيحية بمتوسط حسابي (4,20) وانحراف معياري (1.04)، وجاءت الرسوم البيانية في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (4,15) وانحراف معياري (1.08)، وجاء الانفوجرافيك في المرتبة الخامسة بمتوسط

حسابي (4.03) وانحراف معياري (1.16)، ثم الفيديوجرافيك في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (4.02) وانحراف معياري (1.16)، فالخرائط والرسوم الجغرافية والمساحية في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (3.97) وانحراف معياري (1.19)، ثم الصور المتحركة في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي (3.96) وانحراف معياري (1.20) يليها المقاطع الصوتية في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (3.88) وانحراف معياري (1.22)، وجاءت الوسائط المتعددة (المتيميديا) في المرتبة الأخيرة من بين الأنماط التكنولوجية التي استخدمتها وزارة الصحة في بناء الوعي الصحي بفيروس كورونا بمتوسط حسابي (3.81) وانحراف معياري (1.25).

9-مدى دقة المعلومات التي وفرتها وزارة الصحة لأفراد المجتمع السعودي عن فيروس كورونا:

جدول رقم (17) يبين مدى دقة المعلومات التي وفرتها وزارة الصحة عن فيروس كورونا

درجة الدقة	التكرار	النسبة
دقيقة بشكل كبير جداً	1836	58.6
دقيقة بشكل كبير	1014	32.4
دقيقة بشكل متوسط	253	8.1
دقيقة بشكل ضعيف	19	0.6
غير دقيقة نهائياً	11	0.4
الإجمالي	3133	100%

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى دقة المعلومات التي وفرتها وزارة الصحة السعودية لأفراد المجتمع السعودي عن فيروس كورونا ويوضح الجدول رقم (17) أن (58,6%) من أفراد العينة يرون أن المعلومات التي وفرتها وزارة الصحة عن فيروس كورونا كانت دقيقة بشكل كبير جداً، وأن (32,4%) يرون أنها دقيقة بشكل كبير، في حين بلغت نسبة من يرون أنها دقيقة بشكل متوسط (8,1%)، وجاءت نسبة من يرون من أفراد العينة أن المعلومات التي وفرتها وزارة الصحة عن فيروس كورونا ضعيفة فبلغت نسبتهم (0,6%)، أما الذين يرون أنها غير دقيقة نهائياً فبلغت نسبتهم (0,4%)، من إجمالي أفراد العينة

10-مدى الثقة في المعلومات التي وفرتها وزارة الصحة عن فيروس كورونا:

جدول رقم (18) يبين مدى ثقة أفراد العينة في المعلومات

التي وفرتها وزارة الصحة عن فيروس كورونا

النسبة	التكرار	درجة الثقة
72.7	2278	يثق بها بدرجة عالية جداً
22.1	692	يثق بها بدرجة عالية
4.6	145	يثق بها بدرجة متوسطة
0.4	12	يثق بها بدرجة ضعيفة
0.2	6	لا يثق بها أبداً
100%	3133	الإجمالي

يشير الجدول رقم (18) أن (72.7%) من أفراد المجتمع السعودي عينة الدراسة يثقون بدرجة عالية جداً في المعلومات التي وفرتها وزارة الصحة السعودية عن فيروس كورونا، وأن (22.1%) يثقون بها بدرجة عالية، و(4.6%) يثقون بها بدرجة متوسطة، في حين بلغت نسبة من يثقون بها بدرجة ضعيفة (0,4%)، أما نسبة من لا يثقون أبداً في المعلومات التي وفرتها وزارة الصحة السعودية عن فيروس كورونا فبلغت (0,2%) من إجمالي أفراد العينة.

11- الدور الإعلامي لوزارة الصحة في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا:

جدول رقم (19) يبين دور وزارة الصحة الإعلامي في التوعية بفيروس كورونا

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الدور الإعلامي في التوعية
0.36	4.91	تعريف أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا
0.37	4.90	إحاطة أفراد المجتمع السعودي بمعلومات عن أسباب وطرق انتقال فيروس كورونا
0.38	4.89	تعريف أفراد المجتمع السعودي بأعراض فيروس كورونا
0.39	4.89	توعية أفراد المجتمع السعودي بأهمية إتباع الإجراءات الاحترازية المتخذة للوقاية من فيروس كورونا
0.46	4.86	توعية أفراد المجتمع السعودي بأهمية إجراء الفحوصات في حال الشعور بأعراض فيروس كورونا
0.48	4.85	توعية أفراد المجتمع السعودي بالعادات الاجتماعية السيئة المسببة لفيروس كورونا
0.49	4.84	توعية أفراد المجتمع السعودي بالتدابير والاحتياطات التي يجب إتباعها للحماية من انتشار فيروس كورونا وتجنب الإصابة به
0.50	4.84	توعية أفراد المجتمع السعودي بمضاعفات فيروس كورونا
0.53	4.83	توعية أفراد المجتمع السعودي بالإقلاع عن العادات الاجتماعية السيئة التي تسبب فيروس كورونا
0.55	4.81	التصدي للشائعات والمعلومات المغلوطة عن فيروس كورونا
0.55	4.80	تقديم المعلومات الصحية التي تستهدف تصحيح التصورات والمفاهيم الخاطئة عن فيروس كورونا
0.59	4.79	تعريف أفراد المجتمع السعودي بأخر المستجدات العلمية حول فيروس كورونا
0.66	4.75	توعية أفراد المجتمع السعودي بالتدابير غير الفعالة التي يجب تجنبها في مواجهة فيروس كورونا (مثل التدخين، وتعاطي العلاجات العشبية التقليدية، واستخدام كمادات متعددة، والتطبيب الذاتي مثل تعاطي المضادات الحيوية
0.37	4.84	المتوسط العام*

* المتوسط الحسابي من 5 درجات

استهدفت الدراسة التعرف على رأي أفراد المجتمع السعودي عينة الدراسة في دور وزارة الصحة السعودية في التوعية الإعلامية بفيروس كورونا ويكشف الجدول رقم (19) أن «تعريف أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا» جاء في المرتبة الأولى

بمتوسط حسابي قدره (4.91) من المقياس الخماسي الذي يتراوح بين (مهمة جداً إلى غير مهم على الإطلاق) وانحراف معياري (0.36)، يليه في المرتبة الثانية «إحاطة أفراد المجتمع السعودي بمعلومات عن أسباب وطرق انتقال فيروس كورونا» بمتوسط حسابي (4.90) وانحراف معياري (0.37)، وأتى «تعريف أفراد المجتمع السعودي بأعراض فيروس كورونا، «وتوعية أفراد المجتمع السعودي بأهمية إتباع الإجراءات الاحترازية المتخذة للوقاية من فيروس كورونا» في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (4.89) لكل منهما وانحراف معياري (0.38) للأول و(0.39) للثاني، وجاء «توعية أفراد المجتمع السعودي بأهمية إجراء الفحوصات في حال الشعور بأعراض فيروس كورونا» في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (4.86) وانحراف معياري (0.46)، يليه في المرتبة الخامسة «توعية أفراد المجتمع السعودي بالعادات الاجتماعية السيئة المسببة لفيروس كورونا» بمتوسط حسابي (4.85) وانحراف معياري (0.48)، ثم في المرتبة السادسة كل من «توعية أفراد المجتمع السعودي بالتدابير والاحتياطات التي يجب إتباعها للحماية من انتشار فيروس كورونا وتجنب الإصابة به»، «وتوعية أفراد المجتمع السعودي بمضاعفات فيروس كورونا» بمتوسط حسابي واحد قدره (4.84) وانحراف معياري (0.49) للأول و(0.50) للثاني، يليهما في المرتبة السابعة «توعية أفراد المجتمع السعودي بالإفلاع عن العادات الاجتماعية السيئة التي تسبب فيروس كورونا» بمتوسط حسابي (4.83) وانحراف معياري (0.53).

كما يُظهر الجدول السابق أن «التصدي للشائعات والمعلومات المغلوطة عن فيروس كورونا» جاء في المرتبة الثامنة من بين الأدوار الإعلامية التي يرى أفراد العينة أن على وزارة الصحة القيام بها وذلك بمتوسط حسابي (4.81) وانحراف معياري (0.55)، يليه في المرتبة التاسعة «تقديم المعلومات الصحية التي تستهدف تصحيح التصورات والمفاهيم الخاطئة عن فيروس كورونا» بمتوسط حسابي (4.80) وانحراف معياري (0.55)، ثم «تعريف أفراد المجتمع السعودي بآخر المستجدات العلمية حول فيروس كورونا» في المرتبة العاشرة بمتوسط حسابي (4.79) وانحراف معياري (0.59)، وجاء «توعية أفراد المجتمع السعودي بالتدابير غير الفعالة التي يجب تجنبها في مواجهة فيروس كورونا (مثل التدخين، وتعاطي العلاجات العشبية التقليدية، واستخدام كمادات متعددة، والتطبيب الذاتي مثل تعاطي المضادات الحيوية)» في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (4.75) وانحراف معياري (0.66).

12-رؤية أفراد المجتمع السعودي عن مدى اسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا:
جدول رقم (20) يبين رؤية أفراد العينة عن مدى اسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	إسهام الرسائل الإعلامية في التوعية
0.59	4.73	أسهمت الرسائل الإعلامية لوزارة الصحة في توعيتي بأهمية إتباع الإجراءات الاحترازية المتخذة للوقاية من فيروس كورونا
0.63	4.71	أسهمت الرسائل الإعلامية لوزارة الصحة في توعيتي بأهمية إجراء الفحوصات في حال الشعور بأعراض فيروس كورونا
0.64	4.70	عرفتني الرسائل الإعلامية لوزارة الصحة بأعراض فيروس كورونا
0.67	4.69	أسهمت الرسائل الإعلامية لوزارة الصحة في توعيتي بأهمية إتباع البرنامج الخاص بالحجر المنزلي
0.59	4.68	قدمت الرسائل الإعلامية لوزارة الصحة معلومات شاملة حول كل المستجدات عن فيروس كورونا
0.62	4.68	قدمت الرسائل الإعلامية لوزارة الصحة لي معلومات عن أسباب وطرق انتقال فيروس كورونا
0.70	4.65	قدمت الرسائل الإعلامية لوزارة الصحة معلومات صحية لتصحيح التصورات والمفاهيم الخاطئة عن فيروس كورونا
0.72	4.65	تضمنت الرسائل الإعلامية لوزارة الصحة عن فيروس كورونا حقائق مدعمة بالأرقام والإحصائيات
0.73	4.64	أسهمت الرسائل الإعلامية لوزارة الصحة في التصدي للشائعات والمعلومات المغلوطة عن فيروس كورونا
0.74	4.64	أسهمت الرسائل الإعلامية لوزارة الصحة في توعيتي بالإقلاع عن العادات الاجتماعية السيئة التي تسبب فيروس كورونا
0.74	4.62	أسهمت الرسائل الإعلامية لوزارة الصحة في توعيتي بمضاعفات فيروس كورونا
0.82	4.57	أسهمت الرسائل الإعلامية لوزارة الصحة في توعيتي بالتدابير غير الفعالة التي يجب تجنبها في مواجهة فيروس كورونا (مثل التدخين، وتعاطي العلاجات العشبية التقليدية، واستخدام كمادات متعددة، والتطبيب الذاتي مثل تعاطي المضادات الحيوية)
0.78	4.56	قدمت الرسائل الإعلامية لوزارة الصحة معلومات حديثة ومفصلة عن فيروس كورونا
0.56	4.66	المتوسط العام*

* المتوسط الحسابي من 5 درجات

سعت الدراسة إلى التعرف على رؤية أفراد المجتمع السعودي عينة الدراسة لمدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة السعودية في التوعية بفيروس كورونا ويشير الجدول رقم (20) «أن الرسائل الإعلامية لوزارة الصحة أسهمت في التوعية بأهمية إتباع الإجراءات الاحترازية المتخذة للوقاية من فيروس كورونا» جاء في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره (4.73) من المقياس الخماسي الذي يتراوح بين (موافق بشدة إلى غير موافق على الإطلاق) وانحراف معياري (0.59)، يليه في المرتبة الثانية «إسهام الرسائل الإعلامية لوزارة الصحة في التوعية بأهمية إجراء الفحوصات في حال الشعور بأعراض فيروس كورونا» بمتوسط حسابي قدره (4.71) وانحراف معياري (0.63)، ثم في المرتبة الثالثة «تعريف الرسائل الإعلامية لوزارة الصحة بأعراض فيروس كورونا» بمتوسط حسابي قدره (4.70) وانحراف معياري (0.64)، وجاء «إسهام الرسائل الإعلامية لوزارة الصحة في التوعية بأهمية إتباع البرنامج الخاص بالحجر المنزلي» في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي قدره (4.69) وانحراف معياري (0.67)، وأتى «تقديم الرسائل الإعلامية لوزارة الصحة معلومات شاملة حول كل المستجدات عن فيروس كورونا»، و« تقديم الرسائل الإعلامية لوزارة الصحة معلومات عن أسباب وطرق انتقال فيروس كورونا» في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (4.68) لكل منهما وانحراف معياري (0.59) للأول و(0.62) للثاني، كما جاء «تقديم الرسائل الإعلامية لوزارة الصحة معلومات صحية لتصحيح التصورات والمفاهيم الخاطئة عن فيروس كورونا»، و«تضمين الرسائل الإعلامية لوزارة الصحة عن فيروس كورونا حقائق مدعمة بالأرقام والإحصائيات» في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (4.65) لكل منهما وانحراف معياري (0.70) للأول و(0.72) للثاني.

كما يُظهر الجدول السابق أن «إسهام الرسائل الإعلامية لوزارة الصحة في التصدي للشائعات والمعلومات المغلوطة عن فيروس كورونا»، و«إسهام الرسائل الإعلامية لوزارة الصحة في التوعية بالإقلاع عن العادات الاجتماعية السيئة التي تسبب فيروس كورونا» جاءت في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (4.65) لكل منهما وانحراف معياري (0.70) للأول و(0.72) للثاني، يليهما في المرتبة الثامنة «إسهام الرسائل الإعلامية لوزارة الصحة في التوعية بمضاعفات فيروس كورونا» بمتوسط حسابي قدره (4.62) وانحراف معياري (0.74)، ثم «إسهام الرسائل الإعلامية لوزارة الصحة أسهمت في التوعية بالتدابير غير الفعالة التي يجب تجنبها في مواجهة فيروس كورونا (مثل التدخين، وتعاطي العلاجات العشبية التقليدية، واستخدام كمادات متعددة، والتطبيب الذاتي مثل تعاطي المضادات الحيوية)» في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي

قدره (4.57) وانحراف معياري (0.82)، وجاء «تقديم الرسائل الإعلامية لوزارة الصحة معلومات حديثة ومفصلة عن فيروس كورونا» في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (4.56) وانحراف معياري (0.78).

13- مدى استفادة أفراد المجتمع السعودي من المعلومات التي وفرتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا:

جدول رقم (21) يبين مدى استفادة أفراد العينة من المعلومات التي وفرتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا

النسبة	التكرار	درجة الاستفادة
73.4	2300	استفادة كبيرة جداً
22.0	688	استفادة كبيرة
3.9	122	استفادة متوسطة
0.6	19	استفادة ضعيفة
0.1	4	لم استفد منها نهائياً
100%	3133	الإجمالي

عملت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى استفادة أفراد المجتمع السعودي من المعلومات التي وفرتها وزارة الصحة السعودية في التوعية بفيروس كورونا، ويبين الجدول رقم (21) أن استفادة أفراد العينة من المعلومات الموفرة من وزارة الصحة كانت استفادة كبيرة وذلك بنسبة (73.4%)، أما الذين استفادوا من المعلومات استفادة كبيرة فبلغت نسبتهم (22.0%)، في حين بلغت نسبة من يرون أنهم استفادوا من المعلومات الموفرة من وزارة الصحة عن فيروس كورونا بشكل متوسط (3.9%)، ومن يرون أن استفادتهم ضعيفة فبلغت نسبتهم (0.6%)، أما من يرون أنهم لم يستفيدوا منها نهائياً فبلغت نسبتهم (0.1%) من إجمالي أفراد العينة.

14-مدى رضى أفراد المجتمع السعودي عن الممارسات الاتصالية والإعلامية لوزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا:

جداول رقم (22) يبين مدى رضى أفراد العينة عن الممارسات الاتصالية والإعلامية لوزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا

النسبة	التكرار	درجة الرضى
74.0	2318	راضي تماماً
21.8	683	راضي
3.0	93	محايد
0.8	25	غير راضي
0.4	14	غير راضي تماماً
100%	3133	الإجمالي

يشير الجدول رقم (22) أن أفراد المجتمع السعودي عينة الدراسة راضين تماماً عن الممارسات الاتصالية والإعلامية التي استخدمتها وزارة الصحة السعودية في التوعية بفيروس كورونا وذلك بنسبة (74.0%) من إجمالي أفراد العينة، كما بلغت نسبة الراضين (21.8%)، أما المحايدين فبلغت نسبتهم (3.0%)، كما يظهر الجدول السابق أن نسبة غير الراضين وغير الراضين تماماً عن الممارسات الاتصالية والإعلامية لوزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا كانت ضعيفة جداً حيث بلغت نسبة غير الراضين (0.8%)، و غير الراضين تماماً (0,4%) من إجمالي عدد أفراد العينة.

اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور وزارة الصحة في توعية أفراد العينة بفيروس كورونا تبعاً لسماتهم الديموغرافية: (النوع، والسن، والمؤهل العلمي):

وللتعرف على مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور وزارة الصحة في توعية أفراد العينة بفيروس كورونا تبعاً لسماتهم الديموغرافية، يشير الجدول رقم (23) ووفقاً للنوع أن قيمة (ت) دالة عند مستوى (0.01)، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول مدى أهمية دور وزارة الصحة الإعلامي في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا، تعود لاختلاف نوع (جنس) أفراد العينة، حيث بلغت قيمة (ت) (8,18)، وكانت تلك الفروق لصالح الإناث.

جدول رقم (23) الفرق بين أفراد العينة في دور وزارة الصحة في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا وفقاً للنوع

نوع العينة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة	التعليق
ذكر	1274	4.77	0.45	8.18	0.000	دالة عند مستوى 0.01
أنثى	1859	4.89	0.28			

وفيما يتعلق بالسن يشير تحليل التباين الأحادي كما يتضح من الجدول رقم (24) أن قيمة (ف) بلغت (5.41) وهي دالة عند مستوى (0.01)، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول مدى أهمية دور وزارة الصحة الإعلامي في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا، تعود لاختلاف أعمار (سن) أفراد العينة، وباستخدام اختبار شيفيه للكشف عن مصدر تلك الفروق تبين وجود فروق دالة عند مستوى (0.05) بين أفراد العينة في سن: (من 50 سنة فما فوق)، وبين أفراد العينة في سن: (من 30 إلى أقل من 40 سنة)، وذلك لصالح أفراد العينة في سن: (من 30 إلى أقل من 40 سنة)، ووجود فروق بين أفراد العينة في سن: (من 50 سنة فما فوق)، وبين أفراد العينة في سن: (من 40 إلى أقل من 50 سنة)، وذلك لصالح أفراد العينة في سن: (من 40 إلى أقل من 50 سنة).

جدول رقم (24) اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في استجابات أفراد العينة حول دور وزارة الصحة الإعلامي في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا وفقاً للسن

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	التعليق
بين المجموعات	2.89	4	0.72	5.41	0.000	دالة عند مستوى 0.01
داخل المجموعات	418.20	3128	0.13			

وفيما يتعلق بالمؤهل العلمي يشير تحليل التباين الأحادي كما يتضح من الجدول رقم (25) أن قيمة (ف) بلغت (8.24) وهي دالة عند مستوى (0.01)، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول مدى أهمية دور وزارة الصحة الإعلامي في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا، تعود لاختلاف المؤهل العلمي لأفراد العينة، وباستخدام اختبار شيفيه للكشف عن مصدر

تلك الفروق تبين وجود فروق دالة عند مستوى (0.05) بين أفراد العينة الحاصلين على: (دكتوراه)، وبين أفراد العينة الحاصلين على: (ثانوي فأقل)، وذلك لصالح أفراد العينة الحاصلين على: (ثانوي فأقل)، ووجود فروق بين أفراد العينة الحاصلين على: (دكتوراه)، وبين أفراد العينة الحاصلين على: (دبلوم)، وذلك لصالح أفراد العينة الحاصلين على: (دبلوم)، ووجود فروق بين أفراد العينة الحاصلين على: (دكتوراه)، وبين أفراد العينة الحاصلين على: (بكالوريوس)، وذلك لصالح أفراد العينة الحاصلين على: (بكالوريوس)، ووجود فروق بين أفراد العينة الحاصلين على: (دكتوراه)، وبين أفراد العينة الحاصلين على: (ماجستير)، وذلك لصالح أفراد العينة الحاصلين على: (ماجستير).

جدول رقم (25) اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في استجابات أفراد العينة حول مدى أهمية دور وزارة الصحة الإعلامي في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا وفقاً للمؤهل العلمي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	التعليق
بين المجموعات	5.48	5	1.10	8.24	0.000	دالة عند مستوى 0.01
داخل المجموعات	415.61	3127	0.13			

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد المجتمع السعودي عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة للتوعية بفيروس كورونا تبعاً لسماثم الديموغرافية: (النوع، والسن، والمؤهل العلمي): وللتعرف على مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في رؤية أفراد المجتمع السعودي عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة للتوعية بفيروس كورونا تبعاً لسماثم الديموغرافية، يبين الجدول رقم (26) ووفقاً للنوع أن قيمة (ت) دالة عند مستوى (0.01)، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول رؤية أفراد المجتمع السعودي عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة للتوعية بفيروس كورونا، تعود لاختلاف نوع (جنس) أفراد العينة، حيث بلغت قيمة (ت) (10.09)، وكانت تلك الفروق لصالح الإناث.

جدول رقم (26) الفرق بين رؤية أفراد العينة عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة للتوعية بفيروس كورونا وفقاً للنوع

نوع العينة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى الدلالة	التعليق
ذكر	1274	4.53	0.65	10.09	0.000	دالة عند مستوى 0.01
أنثى	1859	4.74	0.46			

وفيما يتعلق بالسن يشير تحليل التباين الأحادي كما يتضح من الجدول رقم (27) أن قيمة (ف) بلغت (7.23) وهي دالة عند مستوى (0.01)، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول رؤية أفراد المجتمع السعودي عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة للتوعية بفيروس كورونا، تعود لاختلاف أعمار (سن) أفراد العينة، وباستخدام اختبار شيفيه للكشف عن مصدر تلك الفروق تبين وجود فروق دالة عند مستوى (0.05)، بين أفراد العينة في سن: (من 50 سنة فما فوق)، وبين أفراد العينة في سن: (من 20 إلى أقل من 30 سنة)، وذلك لصالح أفراد العينة في سن: (من 20 إلى أقل من 30 سنة)، ووجود فروق بين أفراد العينة في سن: (من 50 سنة فما فوق)، وبين أفراد العينة في سن: (من 30 إلى أقل من 40 سنة)، وذلك لصالح أفراد العينة في سن: (من 30 إلى أقل من 40 سنة)، ووجود فروق بين أفراد العينة في سن: (من 50 سنة فما فوق)، وبين أفراد العينة في سن: (من 40 إلى أقل من 50 سنة)، وذلك لصالح أفراد العينة في سن: (من 40 إلى أقل من 50 سنة).

جدول رقم (27) اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في استجابات أفراد العينة عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة للتوعية بفيروس كورونا وفقاً للسن

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	التعليق
بين المجموعات	8.88	4	2.22	7.23	0.000	دالة عند مستوى 0.01
داخل المجموعات	960.70	3128	0.31			

وفيما يتعلق بالمؤهل العلمي يشير تحليل التباين الأحادي كما يتضح من الجدول رقم (28) أن قيمة (ف) بلغت (20.35) وهي دالة عند مستوى (0.01)، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول رؤية أفراد

المجتمع السعودي عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة للتوعية بفيروس كورونا، تعود لاختلاف المؤهل العلمي، وباستخدام اختبار شيفيه للكشف عن مصدر تلك الفروق تبين وجود فروق دالة عند مستوى (0.05)، بين أفراد العينة الحاصلين على: (بكالوريوس، ماجستير، دكتوراه)، وبين أفراد العينة الحاصلين على: (ثانوي فأقل)، وذلك لصالح أفراد العينة الحاصلين على: (ثانوي فأقل)، ووجود فروق بين أفراد العينة الحاصلين على: (ماجستير، دكتوراه)، وبين أفراد العينة الحاصلين على: (دبلوم)، وذلك لصالح أفراد العينة الحاصلين على: (دبلوم)، ووجود فروق بين أفراد العينة الحاصلين على: (ماجستير، دكتوراه)، وبين أفراد العينة الحاصلين على: (بكالوريوس)، وذلك لصالح أفراد العينة الحاصلين على: (بكالوريوس).

جدول رقم (28) اختبار تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في استجابات أفراد العينة عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة للتوعية بفيروس كورونا وفقاً للمؤهل العلمي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	التعليق
بين المجموعات	30.56	5	6.11	20.35	0.000	دالة عند مستوى 0.01
داخل المجموعات	939.03	3127	0.30			

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دور وزارة الصحة في التوعية الصحية لأفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا ورؤية أفراد المجتمع السعودي عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا:

وللتعرف على مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دور وزارة الصحة في التوعية الصحية لأفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا ورؤية أفراد المجتمع السعودي عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا، يكشف معامل ارتباط (بيرسون) كما يبين الجدول رقم (29) أن هناك علاقة طردية (موجبة) بين مدى أهمية دور وزارة الصحة الإعلامي في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا، وبين رؤيتهم عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا، مما يشير إلى أنه كلما ارتفع مدى

أهمية دور وزارة الصحة الإعلامي في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، ارتفع مدى رؤيتهم عن إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا، وكانت تلك العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01).

جدول رقم (29) معاملات ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين إجابات عينة الدراسة حول مدى أهمية دور وزارة الصحة الإعلامي في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا وبين رؤيتهم عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا

المتغيرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	وصف العلاقة
مدى أهمية دور وزارة الصحة الإعلامي في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا × رؤية أفراد المجتمع السعودي عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا	0.4721	دالة عند مستوى 0.01	طردية (موجبة)

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استفادة أفراد المجتمع السعودي من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة للتوعية بفيروس كورونا ورضا أفراد المجتمع السعودي عن الممارسات الاتصالية والإعلامية لوزارة الصحة السعودية في التوعية بفيروس كورونا:

وللتعرف على مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى استفادة أفراد المجتمع السعودي من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة للتوعية بفيروس كورونا ورضا أفراد المجتمع السعودي عن الممارسات الاتصالية والإعلامية لوزارة الصحة السعودية في التوعية بفيروس كورونا، يكشف معامل ارتباط (بيرسون) كما يبين الجدول رقم (30) أن هناك علاقة طردية (موجبة) بين مدى الاستفادة من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا، وبين مدى رضاهم عن الممارسات الاتصالية والإعلامية لوزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا، مما يشير إلى أنه كلما ارتفع مدى الاستفادة من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا من وجهة نظرهم أفراد عينة الدراسة، ربما قد يرتفع مدى رضاهم عن الممارسات الاتصالية والإعلامية لوزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا، وكانت تلك العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01).

جدول رقم (30) معاملات ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين إجابات عينة الدراسة حول مدى الاستفادة من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا وبين مدى رضاهم عن الممارسات الاتصالية والإعلامية لوزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا

المتغيرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	وصف العلاقة
مدى الاستفادة من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا × مدى الرضا عن الممارسات الاتصالية والإعلامية لوزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا	0.6254	دالة عند مستوى 0.01	طردية (موجبة)

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين فاعلية استخدام وزارة الصحة للوسائل والأساليب الإعلامية في بناء الوعي الصحي بفيروس كورونا لدى أفراد المجتمع السعودي ومدى استفادة أفراد المجتمع السعودي من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة للتوعية بفيروس كورونا:

وللتعرف على مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين فاعلية استخدام وزارة الصحة للوسائل والأساليب الإعلامية في بناء الوعي الصحي بفيروس كورونا لدى أفراد المجتمع السعودي ومدى استفادة أفراد المجتمع السعودي من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة للتوعية بفيروس كورونا، يكشف معامل ارتباط (بيرسون) وكما يتضح من الجدول رقم (31) أن هناك علاقة طردية (موجبة) بين مدى فاعلية الوسائل والأساليب التي تستخدمها وزارة الصحة في بناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع السعودي، وبين مدى استفادتهم من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا، مما يشير إلى أنه كلما ارتفع مدى فاعلية الوسائل والأساليب التي تستخدمها وزارة الصحة في بناء الوعي الصحي من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، ارتفع مدى استفادتهم من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا، وكانت تلك العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01).

جدول رقم (31) معاملات ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين إجابات عينة الدراسة حول مدى فعالية الوسائل والأساليب التي تستخدمها وزارة الصحة في بناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع السعودي وبين مدى استفادتهم من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا

المتغيرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	وصف العلاقة
مدى فعالية الوسائل والأساليب التي تستخدمها وزارة الصحة في بناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع السعودي × مدى الاستفادة من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا	0.3853	دالة عند مستوى 0.01	طردية (موجبة)

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دقة المعلومات التي وفرتها وزارة الصحة لأفراد المجتمع السعودي عن فيروس كورونا ومدى استفادة أفراد المجتمع السعودي من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة للتوعية بفيروس كورونا:

وللتعرف على مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دقة المعلومات التي وفرتها وزارة الصحة لأفراد المجتمع السعودي عن فيروس كورونا ومدى استفادة أفراد المجتمع السعودي من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة للتوعية بفيروس كورونا يكشف معامل ارتباط (بيرسون) وكما يتضح من الجدول رقم (32) أن هناك علاقة طردية (موجبة) بين مدى دقة المعلومات التي وفرتها وزارة الصحة عن فيروس كورونا، وبين مدى استفادتهم من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا، مما يشير إلى أنه كلما ارتفع مدى دقة المعلومات التي وفرتها وزارة الصحة عن فيروس كورونا من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، ارتفع مدى استفادتهم من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا، وكانت تلك العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01).

جدول رقم (32) معاملات ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين إجابات عينة الدراسة حول مدى دقة المعلومات التي وفرتها وزارة الصحة عن فيروس كورونا وبين مدى استفادتهم من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا

المتغيرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	وصف العلاقة
مدى دقة المعلومات التي وفرتها وزارة الصحة عن فيروس كورونا × مدى الاستفادة من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا	0.6113	دالة عند مستوى 0.01	طردية (موجبة)

مناقشة النتائج:

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على الممارسات الاتصالية والإعلامية لوزارة الصحة السعودية في إدارة أزمة جائحة كورونا (كوفيد-19) وبناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع السعودي بهذا الفيروس، من خلال التعرف على الدور الإعلامي الذي تؤديه وزارة الصحة السعودية في توعية وثقيف أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا، ورؤيتهم مدى إسهام الرسائل الإعلامية والاتصالية التي قدمتها الوزارة في توعيتهم الصحية بفيروس كورونا، والوسائل الإعلامية والمواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد ويحصل أفراد المجتمع السعودي من خلالها على المعلومات الصحية حول هذا الفيروس، ومدى فاعلية الأساليب الإعلامية والأنماط التكنولوجية المستخدمة في هذه التوعية، وقد انتهت الدراسة في إطارها النظري إلى التالي:

1- أن حاجة الأفراد للمعلومات تجعلهم يسعون إلى التماسها من وسائل الإعلام المختلفة والمصادر ذات العلاقة بنوعية المعلومات التي يحتاجونها، والتي تساعدهم على مواجهة المشكلات وفهم ما يجري حولهم بشكل عام ومنها فيروس كورونا.

2- أن الأفراد لديهم مجموعة كبيرة من الموارد عند البحث عن المواضيع المتعلقة بالصحة، وأنهم يسعون إلى توظيف المعلومات التي يلتمسونها من هذه الموارد لإشباع حاجاتهم وتحقيق مصالحهم في معرفة كل ما يتعلق بفيروس كورونا لأنه محتاج إليها فعلاً، وبالتالي تدعيم اتجاهاتهم نحو طرق الوقاية من فيروس كورونا، لا سيما وأن الوسيلة العلاجية الوحيدة حتى الآن لهذا الفيروس هو التوعية الصحية، وهذا من الحوافز التي تؤكد عليها نظرية التماس المعلومات والتي تدفع الأفراد نحو البحث عن معلومات معينة والحصول عليها إرضاء لاحتياجاتهم المعلوماتية وإشباعها عن فيروس كورونا.

أما فيما يتعلق بالدراسة الميدانية فقد انتهت الدراسة في هذا الجانب إلى النتائج التالية:

أولاً: تصدر موقع وزارة الصحة الإلكتروني قائمة المواقع الإلكترونية التي يعتمد عليها أفراد المجتمع السعودي في الحصول على المعلومات عن فيروس كورونا:

أظهرت نتائج الدراسة اعتماد أفراد المجتمع السعودي في الحصول على الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا بشكل دائم على موقع وزارة الصحة الإلكتروني، وذلك بمتوسط حسابي كبير جداً بلغ (4,42)، ويرى الباحث أن الاعتماد على موقع وزارة الصحة الإلكتروني ليس بمستغرب فالفرد عند الأزمات يبحث دائماً عن المعلومات

التي تزيد من معرفته الصحية فهو اتجه إلى موقع وزارة الصحة الإلكتروني لتوقعه بأنه سوف يجد فيها المعلومات والأخبار الصحية والدقيقة والموثوقة حيث يستطيع مختلف الناس الحصول على المعلومة الصحيحة وذات الدقة العالية عن فيروس كورونا في أي وقت وبكل سهولة ويسر، كما أن هذا الارتفاع في الاعتماد تؤكدته نتائج الدراسة الميدانية فوفقاً للجدول رقم (17) فإن (58,6%) من أفراد العينة يرون أن المعلومات التي وفرتها وزارة الصحة عن فيروس كورونا كانت دقيقة بشكل كبير جداً، إضافة إلى ما بينته الدراسة وفقاً للجدول رقم (18) أن (72.7%) من أفراد العينة يثقون بالمعلومات المفردة من قبل وزارة الصحة عن فيروس كورونا، كما أن ما سبق ذكره يؤكد ما جاء في الإطار النظري من أن جائحة كورونا ولدت لدى أفراد المجتمع السعودي حاجة كبيرة للتماس المعلومات الصحية التي تخدم أهدافهم وتشبع احتياجاتهم الأساسية في معرفة كل ما يتعلق بفيروس كورونا للوقاية منه.

كما يرى الباحث أن تراوح اعتماد أفراد المجتمع السعودي على المواقع الأخرى من الاعتماد عليها أحياناً إلى عدم الاعتماد عليها نهائياً مثل المواقع الإخبارية وموقع منظمة الصحة العالمية، ومواقع الصحف الإلكترونية، والورقية، والإذاعات، والطب البديل، قد تعطي دلالة على أن أفراد المجتمع لم يجدوا في هذا المواقع المعلومات الصحية المتكاملة عن فيروس كورونا والتي تشبع احتياجاتهم وتدعمها نحو طرق الوقاية من الفايروس.

ثانياً: تركز الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها أفراد المجتمع السعودي في الحصول على الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا على الإنترنت:

بينت نتائج الدراسة أن أفراد المجتمع السعودي يعتمدون على الإنترنت في الحصول على الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا بمتوسط حسابي (4.32)، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (كوري باش) وآخرين (2018) والتي وجدت أن الإنترنت هو وسيلة الحصول على المعلومات الصحية واستشارة أخصائي صحي أو طبي وتأکید المعلومات الصحية، ودراسة مها حسن (2018) فبالرغم من أن مجال الدراسة الحالية مختلف عن دراسة مها حسن وكذلك بيئة الدراسة إلا أن الدراستين متفتحتين على أن الإنترنت هو الوسيلة الأولى التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات الصحية، وعطفاً على النتيجة السابقة يرى الباحث أن الاعتماد على الإنترنت من قبل أفراد العينة أمر طبيعي فالإنترنت أصبحت الآن ظاهرة واسعة الانتشار، ووسيلة اتصال وإعلام مؤثرة للمزايا التي يقدمها للجمهور كمصدر للمعلومة عن الإعلام التقليدي والمتمثلة في السرعة والدقة والتنوع والتفاعل والشفافية، فالسمات الاتصالية

للإنترنت جعلته يجمع الخصائص التي تتميز بها الوسائل التقليدية، فهي بهذا أفقدت وسائل الإعلام التقليدية بريقاها وقللت من أهميتها، وأدت بالجمهور إلى تهميشها بعد أن شعروا أنها لم تعد تلبي احتياجاتهم الاتصالية.

وما سبق تؤكده نتائج الدراسة الميدانية فاعتماد أفراد العينة على الوسائل الإعلامية الأخرى لم يكن كبيراً فالقناة الإخبارية السعودية ورغم أنها جاءت في المرتبة الثانية من بين الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها فراد العينة في الحصول على المعلومات عن فيروس كورونا بمتوسط حسابي (3,34) متقدمة على قناة مثل العربية إلا أن هذا الاعتماد لم يكن كبيراً فوفقاً للمقياس المستخدم في هذه الدراسة فإن الاعتماد ليس بشكل دائم بل أحياناً يُعتمد عليها، ومثلها قناة العربية والقناة السعودية الأولى، وهذا يعني من وجهة نظر الباحث أن الجمهور قد لا يجد في هذه الوسائل ما يلي احتياجاته الصحية والمعلومات التي يتوقع أن يجدها عن فيروس كورونا، وبالإضافة إلى ما سبق فقد يكون ذلك بسبب ذهاب أفراد العينة إلى المصادر الإعلامية والاتصالية المستخدمة من قبل وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا كما بينته نتائج الدراسة الميدانية والمتمثلة في موقع الوزارة الإلكتروني، إضافة إلى الفاعلية الكبيرة التي وجدها أفراد العينة في الوسائل والأساليب الإعلامية والاتصالية والأنماط التكنولوجية والمتمثلة في المؤتمرات الصحفية للمتحدث الإعلامي، وحساب الوزارة في تويتر والرسائل النصية، ومقاطع الفيديو والصور والرسوم التوضيحية والانفوجرافيك.

ومن النتائج اللافتة للنظر في هذه الدراسة أن المتوسط الحسابي لمدى اعتماد أفراد المجتمع السعودي على الصحف السعودية اليومية المطبوعة في الحصول على الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا بلغ (1.77) وهذا يعني أن أفراد العينة لا يستخدمون هذا الصحف، وهذه النتيجة متوقعة نظراً لما تعاني منه الصحف السعودية الورقية فمقروئية هذا الصحف تتراجع بشكل كبير نتيجة عوامل متعددة والتي من أبرزها انصراف الجمهور إلى الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار والمعلومات، وعدم مواكبة هذه الصحف للتطورات التقنية الراهنة، ويرى الباحث أن الوضع الذي عليه هذه الصحف قد يؤدي في المستقبل القريب إلى أن هذه الصحف لن تستطيع التعايش مع الوسائل الأخرى.

ثالثاً: اعتماد أفراد المجتمع السعودي على تويتر في الحصول على الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا:

كشفت نتائج الدراسة أن تويتر تصدر مواقع التواصل الاجتماعي في المصادر التي يعتمد عليها أفراد المجتمع السعودي في الحصول على الأخبار والمعلومات عن فيروس

كورونا بمتوسط حسابي (4.05)، وهذه النتيجة تؤكد ما بينته العديد من الدراسات من أن تويتر هو موقع التواصل الاجتماعي المفضل لدى معظم السعوديين فيندر أن تجد سعودي ليس له حساب في تويتر، لسهولة استخدامه حيث وفر ذلك استخدام الهواتف الذكية وقدرة الأفراد من خلاله على الاتصال والارتباط بالإنترنت بشكل غير مسبوق، وللمزايا التي يقدمها تويتر كمصدر للمعلومة عن الإعلام التقليدي والمتمثلة في السرعة والدقة والتنوع والتفاعل، فالتعرض للأخبار والقضايا المتعددة مستمر طوال الوقت، «ففي الظروف الطارئة والأحداث التي تقع في المملكة العربية السعودية استطاع تويتر بشكل خاص من التفاعل مع هذه الأحداث على مدار الساعة ونقلها أولاً بأول ومن مكان حدوثه بالصوت والصورة، ويواكب هذا النقل سرعة انتشار مذهلة لا يستطيع الإعلام التقليدي مجاراتها بأي حال من الأحوال وتحت أي ظرف من الظروف»⁽⁷³⁾، والعوامل السابق ذكرها تؤكد ما جاء في الإطار النظري من أن التماس المعلومات من مصدر معين يتوقف على ثلاثة أمور هي: سهولة الوصول إلى مصدر المعلومات، وإلى درجة الثقة في مصدر هذه المعلومات، وإلى سهولة التعامل مع مصدر المعلومات، وجميع هذه العوامل متوفرة في موقع التواصل الاجتماعي تويتر والتي يرى الباحث أنها فعلياً تنطبق عليه وتجعله يتصدر قائمة مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها أفراد المجتمع السعودي في الحصول على المعلومات عن فيروس كورونا، وهذه النتيجة تتفق جزئياً مع دراسة (كوري باش) وآخرين (2018) والتي وجدت أن أفراد العينة من الإناث يقضون وقتاً أطول من الرجال على وسائل التواصل الاجتماعي للحصول للمعلومات الصحية.

وإضافة لما سبق يرى الباحث أن استخدام تويتر لا يقتصر على الأفراد السعوديين بل إن معظم قطاعات المجتمع السعودي الحكومية وغيرها لها حسابات في تويتر تقدم فيها أخبار ومعلومات خاصة بالجهة التي تتبعها فملتصيح لهذه الحسابات يجد فيها ما يحتاجه من معلومات بشكر ميسر دون الحاجة للرجوع إلى الموقع الإلكتروني للجهة إذا كان سيكتفي فقط بالمعلومات الموجودة في الحساب، ومما يؤكد ذلك أن حساب وزارة الصحة السعودية في تويتر جاء في المرتبة الثانية في الأساليب والوسائل الإعلامية ذات الفاعلية العالية جداً لدى أفراد المجتمع السعودي والتي استخدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا، وهذا يتفق مع ما جاء في الإطار النظري فالمستخدم لتويتر وعند احتياجه لمعلومة معينة فإنه يتوقع نظراً لوجود مواقع لجهات متعددة أن استخدامه لتويتر سوف يجعله يجد فيه كل ما يحتاجه من أخبار ومعلومات، فتويتر بات لدى السعوديين اليوم مساحة اتصالية يعبرون فيها عن آرائهم وما يجتليج في صدورهم، ومن

النتائج التي كشفت عنها الدراسة عدم اعتماد أفراد العينة على الفيسبوك رغم أن هذا الموقع من أعلى المواقع استخداماً على مستوى العالم، ويرى الباحث أن هذا قد يعود إلى أن الفيسبوك موقع يقدم بيئة ذات طبيعة منغلقة الاتصال والتواصل يكون فقط مع الأفراد الذين يعرفون بعضهم البعض، أما تويتر فوضعه مختلف فهو يقدم بيئة منفتحة. رابعاً: أن الأسرة والأطباء أكثر المصادر غير الإعلامية التي يعتمد عليها أفراد المجتمع السعودي في الحصول على المعلومات عن فيروس كورونا:

وبالنظر إلى النتيجة الإجمالية لمدى الاعتماد على المصادر الغير إعلامية في الحصول على المعلومات عن فيروس كورونا كشفت نتائج الدراسة أن الاعتماد على هذه المصادر لم يكن كبيراً فقد بلغ المتوسط الحسابي العام (2.70) فوقاً للمقياس المستخدم في هذه الدراسة فأفراد المجتمع السعودي إجمالاً يعتمدون عليها أحياناً وأن هذا قد يعود من وجهة نظر الباحث إلى طبيعة المعلومة التي يبحث عنها الفرد وتوقعه مصدر الإجابة على احتياجاته المعلوماتية وإنها موجودة فقط عند هؤلاء، بالرغم من أن وزارة الصحة السعودية قد وضعت تطبيقات إلكترونية يمكن لمن يريد الاستفسار عن أي معلومة متعلقة بفيروس استخدامها والرد على استفساراته.

أما بشكل تفصيلي فبينت نتائج الدراسة لجوء أفراد المجتمع السعودي إلى الاعتماد على الأسرة أولاً ثم الأطباء ثانياً في الحصول على المعلومات عن فيروس كورونا، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة مها حسن (2018) من أن مصدر المعلومة للمعرفة الصحية كان الأطباء، وهذا يتفق مع ما ذكره الشلهوب من أن الجمهور يلجأ في الأغلب إلى الاتصال الشخصي بالأفراد ذوي الثقة ولا سيما الذين يقعون في الدائرة الاجتماعية القريبة، وأن للاتصال الشخصي دور في الحصول على المعلومات الصحية وتبادلها مع الآخرين⁽⁸³⁾، فالاتصال الشخصي يتيح التفاعل بين شخصين أو أكثر في موضوع مشترك، واللغة المستخدمة بينهم تكون غالباً مناسبة.

خامساً: تميز الأداء الإعلامي السعودي في التوعية بفيروس كورونا:

كشفت نتائج الدراسة أن أفراد العينة يرون أن الأداء الإعلامي لوسائل الإعلام السعودية في التوعية بجائحة كورونا كان متميزاً بنسبة كبيرة بلغت (82,2%)، ويرى الباحث أن هذه الرؤية قد تعود إلى قيام وسائل الإعلام السعودي بتوجيه برامجها وموادها الإعلامية لكل ما يتعلق بجائحة كورونا وأن أفراد المجتمع وفقاً لذلك قد وجدوا مادة إعلامية تعمل على توعيتهم وتنقيفهم بهذا الفيروس، وهذا قد يكون من العوامل التي جعلت أفراد العينة يؤكدون على تميز الأداء الإعلامي السعودي في التوعية بفيروس كورونا.

سادساً: اعتماد أفراد المجتمع السعودي بشكل كبير على وسائل الإعلام السعودية في التوعية بفيروس كورونا:

أظهرت نتائج الدراسة وجود اعتماد كبير من قبل أفراد المجتمع السعودي على وسائل الإعلام السعودية في التوعية بفيروس كورونا، وهذا الاعتماد الكبير يؤكد على أن أفراد العينة قد وجدوا في هذه الوسائل المادة الإعلامية التي تلبي احتياجاتهم من المعلومات عن فيروس كورونا وأن هذه الوسائل قد استشعرت أخيراً الأدوار التي يجب أن تقوم بها في التوعية والتثقيف بفيروس كورونا، من خلال تكثيف وتركيز البرامج والمواد الإعلامية الخاصة عن جائحة كورونا، وأن واجبها تجاه المتلقين خلال هذه الفترة هو اطلاعهم على الأمور الهامة التي تمس حياتهم ومصالحهم، فجائحة كورونا من المشكلات التي يتعرض لها العالم والمملكة العربية السعودية بشكل خاص وتتطلب مواجهة حاسمة من قبل مؤسسات المجتمع ومن ضمنها وسائل الإعلام التي ينبغي عليها أن تتعرض لها بالحوار والرأي والمناقشة والعرض والتحليل لتوفر إحساساً لفئات المجتمع بها، وهذا بدوره سيؤدي إلى مواقف إيجابية يكون لها تأثيرها في توجيه سلوك الناس وتحويل توجهاتهم وسلوكهم نحو الوقاية من فيروس كورونا، وإضافة لما سبق يرى الباحث أن النطاق الجغرافي لأي موضوع يعرض في وسائل الإعلام يؤثر على اهتمامات الجمهور بها، وحيث أن جائحة كورونا واقعة ضمن النطاق الخاص لأفراد المجتمع السعودي فإن هذا قد يكون له دور في الاعتماد الكبير من قبل أفراد المجتمع السعودي على وسائل الإعلام السعودية في التوعية بفيروس كورونا.

سابعاً: فاعلية كبيرة جداً لاستخدام وزارة الصحة للمؤتمرات الصحفية للمتحدث الرسمي وحسابها في تويتر في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا:

كشفت نتائج الدراسة تأكيد أفراد المجتمع السعودي على أن استخدام وزارة الصحة السعودية للوسائل والأساليب والإعلامية والمتمثلة في: المؤتمرات الصحفية، وحساب وزارة الصحة في تويتر، والرسائل النصية، واللقاءات التلفزيونية لمنسوبي وزارة الصحة والإعلانات في مواقع التواصل الاجتماعي، والتطبيقات الصحية الإلكترونية، واللقاءات الإذاعية لمنسوبي وزارة الصحة، وإعلانات اللوحات الإرشادية، وحساب وزارة الصحة في سناب شات، والإعلانات الصحفية، وحساب وزارة الصحة في الإنستجرام، والمطويات التعريفية، وصفحة وزارة الصحة في الفيس بوك، في التوعية بفيروس كورونا كان بشكل إجمالي ذا فاعلية كبيرة بمتوسط حسابي عام (3.79)، وتعني هذه النتيجة من وجهة نظر الباحث أن الاتصال الذي قامت به وزارة الصحة السعودية كان اتصالاً فعالاً وأنه قد يعود إلى وضوح الأهداف والغايات التي تصبو

إليها وزارة الصحة من استخدام هذه الوسائل والأساليب في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا، وهذا عامل مهم جداً ويؤدي إلى النجاح المدروس الذي لا يعتمد على الصدق، وبشكل تفصيلي بينت نتائج الدراسة أن أهم أسلوبين استخدمتهما وزارة الصحة السعودية في التوعية بفيروس كورونا هي المؤتمرات الصحفية بمتوسط حسابي (4.57) وحسابها على تويتر، حيث تصدرتا قائمة الأساليب والوسائل المستخدمة في التوعية الصحية بفيروس كورونا، وهذه الفاعلية الكبيرة لهما تؤكد على نجاح وزارة الصحة السعودية في استخدام هذه الوسائل وأنها استطاعت من خلالها أن تصل إلى أفراد المجتمع السعودي وتقدم له المعلومات التي يحتاجها في مثل هذه الظروف.

وعطفاً على ما سبق يرى الباحث أن وزارة الصحة استطاعت من خلال المؤتمر الصحفي اليومي للمتحدث الرسمي للقيام ببيت العديد من الرسائل والمعلومات عن الفيروس، فالمؤتمرات الصحفية من الوسائل المفيدة للجهات الحكومية لنشر ما لديها من معلومات، والتعامل بشكل مباشر مع عدد كبير من الإعلاميين، وكذلك بث المعلومات والرسائل التوعوية عبر صفحاتها في موقع التواصل الاجتماعي تويتر، كما يرى الباحث أن من أهم العوامل التي ساعدت على الفاعلية الكبيرة جداً للمؤتمرات الصحفية للمتحدث الإعلامي لوزارة الصحة تركيز المؤتمر على تقديم كل ما يتعلق بجائحة كورونا سواء المعلومات المتضمنة بأسباب وأعراض وطرق انتقال فيروس كورونا أو المعلومات المتعلقة باتباع الإجراءات الاحترازية المتخذة للوقاية من الفيروس، أو المعلومات التي يتم من خلالها التصدي للشائعات والمعلومات المغلوطة عن فيروس كورونا، إضافة إلى الإيجاز اليومي عن أعداد المصابين والمتعافين، والوفيات، فكل ما سبق من معلومات وأخبار يجدها أفراد المجتمع في المؤتمر الصحفي وهذا الذي جعله ذا فاعلية كبيرة من قبل أفراد المجتمع السعودي ويصبح بالتالي أحد الأساليب والوسائل الإعلامية المهمة في التوعية بفيروس كورونا، كما أن حساب وزارة الصحة لو لم يجد فيه أفراد العينة كل ما يحتاجونه من معلومات لما كان الإقبال عليه ولما كانت نظرهم له أنه فعال بشكل كبير جداً.

ثامناً: فاعلية كبيرة لاستخدام وزارة الصحة للأنماط التكنولوجية في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا:

كشفت نتائج الدراسة تأكيد أفراد المجتمع السعودي على الفاعلية الكبيرة للأنماط التكنولوجية المستخدمة من قبل وزارة الصحة السعودية في التوعية بفيروس كورونا بمتوسط حسابي عام (4.07)، وقد تركزت هذه الأنماط في: مقاطع الفيديو،

والصور، والرسوم التوضيحية، والرسوم البيانية، والانفوجرافيك، والفيديو جرافيك، والخرائط والرسوم الجغرافية والمساحية، والصور المتحركة، والمقاطع الصوتية، الوسائط المتعددة (المتيميديا)، كما بينت النتائج تصدر مقاطع الفيديو والصور قائمة الأنماط التكنولوجية ذات الفعالية الكبيرة والمستخدم من قبل وزارة الصحة في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة مها حسن (2018) في تأثير استخدام هذه الأنماط في التوعية الصحية ودورها في توضيح الأمراض وكيفية علاجها والوقاية منه، ويرى الباحث أن قيام وزارة الصحة باستخدام هذه الأنماط في تقديم الرسائل التوعوية بفيروس كورونا معززة بالصور ومقاطع الفيديو والرسوم البيانية والانفوجرافيك ذو تأثير على المتلقي وتحقق الفاعلية الاتصالية مع المتلقي من خلال إسهامها في عرض المضمون بأسلوب جميل وجذاب، وتقديم المعلومات الصعبة والمعقدة وغير المنظمة في شكل واضح وأكثر قابلية للفهم والاستيعاب، كما أنها تلفت نظر المتلقي لأنها تجمع بين الكلام المطبوع والصور والألوان والحركة، وتسهل على من يرى هذه الأنماط استيعابها بوضوح وتشويق دون الحاجة لقراءة عدة نصوص.

تاسعاً: اتسام المعلومات التي قدمتها وزارة الصحة السعودية عن فيروس كورونا بالدقة:

كشفت نتائج الدراسة أن (58,6%) من أفراد المجتمع السعودي عينة الدراسة يرون أن المعلومات التي قدمتها وزارة الصحة عن فيروس كورونا كانت دقيقة بشكل كبير جداً، وأن (32,4%) يرون أنها دقيقة بشكل كبير، ويرى الباحث أن الدقة من أهم السمات التي ينبغي أن تكون عليها معلومات المادة الإعلامية، فدقة المعلومات من العوامل الرئيسية التي تمكن الجمهور من الحكم على مصداقية الوسيلة الإعلامية بشكل عام والقائم بالاتصال بشكل خاص، كما يرى الباحث أن رؤية أفراد العينة بدقة معلومات وزارة الصحة تؤكدتها نتيجة الدراسة الميدانية فوفقاً للجدول رقم (18) فإن (72,7%) من العينة يثقون في المعلومات التي قدمتها وزارة الصحة عن فيروس كورونا، وأن (95,4%) كما جاء في الجدول رقم (21) استفادوا من المعلومات المفردة من وزارة الصحة عن فيروس كورونا، وأن (74%) كما جاء في الجدول رقم (22) راضين تماماً عن الممارسات الاتصالية لوزارة الصحة، إضافة إلى ما سبق الإسهام الكبير للرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا، وعليه فإن الاستفادة والثقة والرضى والإسهام في التوعية لا يمكن أن يتحقق لو لم تكن المعلومات المقدمة من وزارة الصحة السعودية دقيقة فهي التي تُحدث التأثير، كما يرى الباحث أن من الأمور التي جعلت أفراد المجتمع السعودي يؤكدون على دقة معلومات

وزارة الصحة عن فيروس كورونا استخدام الوزارة لعدد كبير من الوسائل والأساليب الإعلامية والتي من أهمها المؤتمرات الصحفية للمتحدث الإعلامي، وصفحة الوزارة في تويتر والرسائل النصية، وكذلك استخدام الوزارة للأنماط التكنولوجية والمتمثلة في مقاطع الفيديو، والصور، والرسوم التوضيحية، والرسوم البيانية، والانفوجرافيك، فلو لم تكن المعلومات الصحية الموجودة في هذه الأساليب والأنماط دقيقة ومسندة إلى مصادرها لما كانت رؤية أفراد العينة أنها ذات فعالية كبيرة كما بينت ذلك نتائج الدراسة وفقاً للجدول رقم (15، 16)، وهذه النتيجة تؤكد ما جاء في دراسة لدبمة عايدي (2018) من أن دقة المعلومات الصحية وعدم كفاية المضامين الصحية لا يمكن أن تشبع الحاجة في المجال الصحي.

عاشرًا: ثقة عالية جداً من أفراد المجتمع السعودي في المعلومات المقدمة من وزارة الصحة عن فيروس كورونا:

كشفت نتائج الدراسة أن ثقة أفراد المجتمع السعودي في المعلومات التي قدمتها وزارة الصحة عن فيروس كورونا كانت ثقة عالية جداً، بنسبة (72,7%) ويرى الباحث إن ثقة أفراد المجتمع السعودي في المعلومات التي قدمتها وزارة الصحة عن فيروس كورونا ناتج من عدة عوامل من أهمها: دقة المعلومات المقدمة من وزارة الصحة عن فيروس كورونا وهذا ما أكدته الدراسة الميدانية وفقاً للجدول رقم (17)، وعدم الدخول في تفاصيل كثيرة غير مهمة، وتقديم الحقائق عن الفيروس مدعمة بالأرقام والإحصاءات، وتقديم المادة الصحية المتعلقة بفيروس كورونا بشكل موجز لا يخل بالمعلومات، وتقديم رسالة صحية واضحة ومحددة بموضوع واحد هو جائحة كورونا. ووفقاً لما سبق فإن عنصر الثقة في العمل الإعلامي مرتبط في الأغلب بالمادة المقدمة في الوسيلة الإعلامية فافتقار ما يقدم فيها من موضوعات للموضوعية والدقة والمعلومات الموثقة، فيه تزييف لوعي المتلقي وتضليل له إذ إن الحصول على ثقة الجمهور هو أساس الإعلام الجيد والتميز، وهو ما تؤكدته دراسة الشلهوب بأن ثقة الجمهور المتلقي بوسائل الإعلام تتحقق من خلال توثيق المعلومات ونسبتها إلى مصادرها، وتنوع الاهتمامات للموضوعات، وأنية أخبارها، والتحلي بالموضوعية عند عرض الحقائق، والحصول على الحقائق المدعمة بالأرقام والإحصاءات، وقوة المصادر، وتعبير الوسائل الإعلامية الصادق عن قضايا وهموم الجمهور، والصدق والأمانة في جمع البيانات من مصادرها، والتوازن بين الآراء، والمهنية التحريرية⁽⁹³⁾، وما سبق هو ما أكدته الدراسة في إطارها النظري من أن التماس الأفراد للمعلومات من مصدر ما يتوقف على سهولة الوصول إلى مصدر المعلومات، وإلى درجة الثقة في مصدر

المعلومات، وإلى سهولة التعامل مع مصدر المعلومات.
حادي عشر: تأكيد أفراد المجتمع السعودي على الدور الكبير والمهم جداً لوزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا:

أظهرت نتائج الدراسة التأكيد الكبير من قبل أفراد المجتمع السعودي على أهمية دور وزارة الصحة السعودية في التوعية بفيروس كورونا بمتوسط حسابي (4.84)، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة كل من (مها حسن، وبلبلبيدية فتيحة، وعزام عنانزه ومريم علي، وعقيل عبدالحسين وآخرين) في أهمية الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام والجهات المعنية بالتوعية والتثقيف الصحي، وهذا التأكيد من قبل أفراد العينة لأهمية أدوار وزارة الصحة التوعوية يعود إلى إدراكهم بأن الجهة الوحيدة في المملكة العربية السعودية القادرة على تقديم المعلومات الدقيقة والكاملة عن فيروس كورونا هي وزارة الصحة، ومن ذلك إحاطة أفراد المجتمع السعودي بمعلومات شاملة عن فيروس كورونا وأعراضه، وأسبابه، وطرق انتقاله، وتوعيتهم بأهمية إتباع الإجراءات الاحترازية المتخذة للوقاية من فيروس كورونا، وبالتدابير والاحتياطات التي يجب إتباعها للحماية من انتشار فيروس كورونا وتجنب الإصابة به، وبأهمية إجراء الفحوصات الطبية اللازمة في حال الشعور بأعراض فيروس كورونا، وهذا الإدراك من قبل أفراد المجتمع السعودي بأهمية الأدوار التوعوية بفيروس كورونا والتي يتوجب على وزارة الصحة القيام بها سيؤثر على سلوكه في التماس المعلومات الصحية وهذا من الحوافز التي تؤكد عليها نظرية التماس المعلومات، وأحد المحددات الأساسية لمدرجات الجمهور والتي على ضوءها ستؤدي إلى سعي الفرد للحصول على معلومات لمواجهة مشكلة فيروس كورونا ومن ثم التوجه إلى الوسائل الإعلامية التي تقدم من خلالها وزارة الصحة المعلومات الصحية عن فيروس كورونا لمساعدته على التعامل مع المواقف الجديدة، ومن هنا يرى الباحث أن إسهام وزارة الصحة في توعية الناس حول فيروس كورونا من الموضوعات المهمة، فالصحة أحد أهم أولويات أفراد المجتمع، حيث يشكل الوعي الصحي لديهم حجر الأساس في أنماط سلوكياتهم اليومية التي لها أثر كبير في حالتهم الصحية بشكل عام.
ثاني عشر: تأكيد أفراد المجتمع السعودي على الإسهام الكبير للرسائل الإعلامية والاتصالية التي قدمتها وزارة الصحة للتوعية بفيروس كورونا:

كشفت نتائج الدراسة أن الرسائل التوعوية التي قدمتها وزارة الصحة السعودية عن فيروس كورونا قد أسهمت في توعية أفراد المجتمع السعودي بهذا الفيروس من حيث أسبابه، وأعراضه ومستجداته، ومضاعفاته، وكيفية التعامل معه، والإجراءات الاحترازية المتخذة للوقاية من فيروس كورونا بمتوسط حسابي عام (4.66)، وهذا يؤكد نجاح

وزارة الصحة في جهودها التوعوية بفايروس كورونا، وأنها استطاعت توظيف الوسائل الإعلامية التقليدية والحديثة في بث الرسائل التوعوية الأمر الذي أدى إلى وصول هذه الرسائل إلى الجمهور المستهدف ليتحقق بالتالي الأهداف المرجوة منها، وهذا التأكيد لم يأتي من فراغ بل هو نتيجة شعور أفراد المجتمع السعودي بأن رسائل وزارة الصحة التوعوية قد أسهمت فعلياً في توعيتهم بفايروس كورونا، فاستفادتهم من المعلومات التي وفرتها لهم وزارة الصحة وفقاً للجدول رقم (21) كانت استفادة كبيرة وذلك بنسبة (95.4%).

ثالث عشر: استفادة كبيرة لأفراد المجتمع السعودي من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة عن فايروس كورونا:

بينت نتائج الدراسة أن أفراد المجتمع السعودي قد استفادوا استفادة كبيرة من المعلومات التي وفرتها وزارة الصحة السعودية في التوعية بفايروس كورونا بنسبة (95.4%)، ويرى الباحث أنه لو لم تقم وزارة الصحة بتقديم معلومات ذات صلة كبيرة بالأفراد وتلامس اهتماماتهم وتطرح القضايا والموضوعات المتعلقة بفايروس كورونا من حيث أسبابه، وأعراضه ومستجداته، ومضاعفاته، وكيفية التعامل معه، والإجراءات الاحترازية المتخذة للوقاية منه، وتقدم لأفراد المجتمع كل جديد عن هذا الفيروس مستخدمة في ذلك العديد من الأساليب الإعلامية والأنماط التكنولوجية لما أكدوا أنهم قد استفادوا من المعلومات التي قدمتها وزارة الصحة.

رابع عشر: رضى كبير جداً من أفراد المجتمع السعودي عن الممارسات الإعلامية والاتصالية لوزارة الصحة في التوعية بفايروس كورونا:

كشفت نتائج الدراسة عن رضى كبير جداً من أفراد المجتمع السعودي عن الممارسات الإعلامية والاتصالية لوزارة الصحة في التوعية بفايروس كورونا بنسبة (74%)، وهذا الرضى الكبير يؤكد ما سبق ذكره في نجاح وزارة الصحة في تقديم رسائل إعلامية لاقت قبول ورضى أفراد المجتمع كون هذه الرسائل يحتاجها أفراد المجتمع، وأنه قد أصبح لديهم إلمام بالمعلومات الخاصة بفايروس كورونا والحقائق الصحية عنه، وإحساس بالمسئولية نحو صحتهم وصحة غيرهم، وهذا الذي جعل أفراد العينة يعبرون عن رضاهم التام للممارسات الإعلامية والاتصالية لوزارة الصحة في التوعية بفايروس كورونا، إضافة إلى ما سبق فيرى الباحث أن هذا الرضى عن الممارسات الإعلامية لوزارة الصحة في التوعية بفايروس كورونا مرتبط باستفادة أفراد العينة من المعلومات الصحية التي قدمتها الوزارة عن الفايروس وفقاً للجدول رقم (21) حيث بلغت نسبتهم (95.4%) وتأكيد أفراد المجتمع السعودي على الإسهام الكبير للرسائل

الإعلامية والاتصالية التي قدمتها وزارة الصحة للتوعية بفيروس كورونا بمتوسط حسابي عام (4.66)، إضافة إلى بينته نتائج اختبار فروض الدراسة من وجود علاقة طردية (موجبة) بين مدى الاستفادة من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا، وبين مدى رضاهم عن الممارسات الاتصالية والإعلامية لوزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا.

وفيما يتعلق بنتائج اختبار الفروض تؤكد الدراسة على الآتي:

أولاً: بينت نتائج اختبار فروض الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من المجتمع السعودي حول مدى أهمية دور وزارة الصحة الإعلامي في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا، وفقاً للنوع، والسن، والمؤهل العلمي، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة من المجتمع السعودي حول رؤية أفراد المجتمع السعودي عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة للتوعية بفيروس كورونا، وفقاً للنوع، والسن، والمؤهل العلمي.

ثانياً: بينت نتائج اختبار فروض الدراسة وجود علاقة طردية (موجبة) بين مدى أهمية دور وزارة الصحة الإعلامي في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا، وبين رؤيتهم عن مدى إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا، مما يشير إلى أنه كلما ارتفع مدى أهمية دور وزارة الصحة الإعلامي في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، ارتفع مدى رؤيتهم عن إسهام الرسائل الإعلامية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا .

ثالثاً: بينت نتائج اختبار فروض الدراسة وجود علاقة طردية (موجبة) بين مدى الاستفادة من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا، وبين مدى رضاهم عن الممارسات الاتصالية والإعلامية لوزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا، مما يشير إلى أنه كلما ارتفع مدى الاستفادة من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، ربما ارتفع مدى رضاهم عن الممارسات الاتصالية والإعلامية لوزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا.

رابعاً: بينت نتائج اختبار فروض الدراسة وجود علاقة طردية (موجبة) بين مدى فعالية الوسائل والأساليب التي تستخدمها وزارة الصحة في بناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع السعودي، وبين مدى استفادتهم من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا، مما يشير إلى أنه كلما ارتفع مدى فعالية الوسائل

والأساليب التي تستخدمها وزارة الصحة في بناء الوعي الصحي من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، ارتفع مدى استفادتهم من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا.

خامساً: بينت نتائج اختبار فروض الدراسة وجود علاقة طردية (موجبة) بين مدى دقة المعلومات التي وفرتها وزارة الصحة عن فيروس كورونا، وبين مدى استفادتهم من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا، مما يشير إلى أنه كلما ارتفع مدى دقة المعلومات التي وفرتها وزارة الصحة عن فيروس كورونا من وجهة نظرهم أفراد عينة الدراسة، ارتفع مدى استفادتهم من المعلومات الصحية التي قدمتها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا.

وختاماً:

فإن النتائج السابقة تؤكد على أن الممارسات الاتصالية والإعلامية لوزارة الصحة السعودية في إدارة أزمة جائحة كورونا وبناء الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع السعودي ناجحة جداً وكانت في مستوى الحدث وأدت دوراً كبيراً ومهماً في بناء الفرد السعودي وتكوينه المعرفي والوجداني والسلوكي عن فيروس كورونا بشكل كبير، وعملت الرسائل والوسائل والأساليب الإعلامية والأنماط التكنولوجية المستخدمة، على زيادة رصيد أفراد المجتمع السعودي من المعلومات والخبرات التي تنسج موافقه وآرائه وسلوكياته الصحية حول فايروس كورونا، كما أن هذا النجاح يؤكد القدرة الهائلة لوزارة الصحة السعودية على التخطيط الفعال لإدارة هذه الأزمة وإتباع أصول التنظيم الفاعل المستند إلى الأسلوب العلمي والتي نجم عنها ممارسات اتصالية فعالة في توعية أفراد المجتمع السعودي بفيروس كورونا، فالتخطيط بداية منطقية سليمة لأي عمل إعلامي مطلوب إنجازه بمستوى عال من الكفاءة والفاعلية، فهو دعامة قوية من دعائم نجاحه.

التوصيات:

1- تبعاً لما كشفت عنه نتائج الدراسة من نجاح الممارسات الاتصالية والإعلامية التي قامت بها وزارة الصحة في التوعية بفيروس كورونا فيوصي الباحث باستمرار الوزارة في هذه الجهود وألا تقتصر على جائحة كورونا بل تمتد إلى التوعية والثقيف الصحي بكافة الأمراض ليتحقق من خلالها المعرفة الصحية لأفراد المجتمع وتساعدهم في اتخاذ القرارات المتعلقة بوضعهم الصحي.

- 2- وفقاً لما بينته نتائج الدراسة من أهمية الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام ووزارة الصحة في التوعية والتثقيف الصحي، فيوصي الباحث بأهمية تبني سياسات إعلامية صحية محددة الأهداف تضبط عمل وسائل الإعلام التقليدي ومواقع التواصل الاجتماعي وتتكامل مع السياسات والبرامج الصحية السعودية.
- 3- يوصي الباحث بأهمية دراسة المضامين الصحية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومدى تلبيتها لاحتياجات مستخدميها للتوعية الصحية.
- 4- الاهتمام بدراسة السلوكيات المكتسبة من قبل الجمهور من التعرض للمضامين الصحية المقدمة عبر وسائل الإعلام التقليدية والحديثة.

المراجع والهوامش:

1. لدمية عابدي، دور الإعلام المحلي في التثقيف الصحي للمرأة الجزائرية: دراسة ميدانية على عينة من النساء المستمعات لإذاعة تبسة الجزائرية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية العدد 14 (الجزائر: مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، يونيو 2018م) ص 51.
2. بلليدية فتيحة نور الهدى، الإعلام المحلي المسموع ودوره في تثقيف وتنمية الوعي الصحي للجمهور المستمع، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية العدد: 13 (الجزائر: مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، يونيو 2018م) ص 143، وحسن مكاوي وليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1 (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998م) ص 188، 190.
3. عبدالمالك بن عبدالعزيز الشلهوب، دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي الصحي لدى السعوديين حول مرض السكري، دراسة مسحية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد: 10 (الرياض: الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، نوفمبر 2013م) ص 15.
4. مها مختار حسن، التماس المعلومات الصحية من شبكة الانترنت، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 21 (القاهرة: جامعة الأهرام الكندية، يونيو 2018م) ص ص 132 - 153.
5. عقيل مسلم عبدالحسين، ومحمد مطر عراك، وجاسم جابر محمد، الوعي الصحي لدى طلبة كلية التربية الرياضية بجامعة المثني، المجلة الدولية للبحوث النوعية المتخصصة، مج2، العدد 7 (القاهرة: المؤسسة العربية للبحث العلمي والتنمية البشرية، 2018) ص ص 198 - 233.
6. Corey H. Basch , Sarah A. Maclean, Rachele-Ann Romero, Danna Ethan, Health information seeking Behavior Among College students, Journal of Community Health, Published on-line:19 May 2018.
7. عزام علي عنانزه، ومريم عدنان علي، دور تلفزيون أبوظبي في التثقيف الصحي للمرأة الإماراتية: دراسة ميدانية، حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، الحولية 39، الرسالة 509 (الكويت مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، ديسمبر 2018م) ص ص 9-118.

- 8 . لدمية عابدي، دور الإعلام المحلي في التثقيف الصحي للمرأة الجزائرية، مرجع سابق، ص ص 47-63.
- 9 . بلليدية فتيحة نور الهدى، الإعلام المحلي المسموع ودوره في تثقيف وتنمية الوعي الصحي للجمهور المستمع، مرجع سابق، ص ص 135-149.
- 10 . تقوي آدم حسن آدم، ومعاوية مصطفى بابكر، توظيف وسائل الاتصال في التوعية الصحية: دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على إدارة تعزيز الصحة ولاية القضايف في الفترة من 2018 - 2019، مجلة العلوم الإنسانية، العدد: 4، مج 20 (الخرطوم: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2019م) ص ص 123 - 140.
- 11 . هاجد بن عبدالهادي العتيبي، دور جامعة الملك سعود في مواجهة الآثار الصحية والنفسية للإدمان لدى طلابها، مجلة البحث العلمي في التربية، العدد: 20، ج10 (القاهرة: كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعة عين شمس، 2019م) ص ص 43 - 76.
- 12 . إيمان فتحى عبدالمحسن حسين، وسلوى علي إبراهيم الجيار، المعالجة الاعلامية للقضايا الصحية والبيئية بالحملات الاعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية المتخصصة لطفل ما قبل المدرسة، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد: 19 (القاهرة: الجمعية المصرية للعلاقات العامة، 2018م) ص ص 123 - 166.
- 13 . خالد فيصل الفرم، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد: 14 (القاهرة: الجمعية المصرية للعلاقات العامة، 2017م) ص ص 205 - 225.
- 14 . وفاء محمود نصار عبدالرازق، وبنية سعود الرشيد، وحنان أحمد سليم، دراسة تقييمية للدور الإعلامي لحملات التوعية بسرطان الثدي في نشر الوعي المرتبط بالمرض لدى منسوبات جامعة الملك سعود في ضوء بعض المتغيرات، مجلة الطفولة والتربية، مج 9، العدد 32 (الإسكندرية، كلية رياض الأطفال، جامعة الإسكندرية، 2017م) ص ص 85 - 145.

15. Kristian Bjørkdahl and Benedicte Carlsen Fear of the Fear of the Flu: Assumptions About Media Effects in the 2009 Pandemic, Science Communication, 2017, Vol. 39(3), P358-381.

16. Leesa, Rachel F. McCloud1, Cabral A. Bigman,

Kasisomayajula Viswanath, Tuning in and catching on? Examining the relationship between pandemic communication and awareness and knowledge of MERS in the USA, Journal of Public Health, April 15, 2016, Vol. 39, No. 2, pp. 282-289.

17. عثمان بكر عثمان قزاز، دور حملات التوعية الصحية المقدمة من وزارة الصحة السعودية في إمداد حجاج بيت الله الحرام بالمعلومات الصحية، مجلة كلية الآداب، العدد: 72 (الرقازيق: كلية الآداب، جامعة الرقازيق، 2015م) ص ص 255-324.

18. محمد علي محمد غريب، وإيمان فتحي عبدالمحسن حسين، تقييم حملات التوعية الصحية المقدمة من وزارة الصحة السعودية إلى حجاج بيت الله الحرام: دراسة تحليلية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد: 3 (القاهرة: الجمعية المصرية للعلاقات العامة، 2014م) ص ص 23-62.

19. Robert Ikoja-Odongo, Information seeking behaviour: A conceptual framework, 2017,p147

20. مرفت الطرايشي، وعبدالعزیز السيد، نظريات الاتصال (القاهرة: دار النهضة العربية، 2006م) ص 178.

21. Reijo Savolainen, Modeling the interplay of information seeking and information sharing, 2019,p518.

22. صالح خليل أبوصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط 4 (عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2004م) ص 136.

23. Reijo Savolainen, Modeling the interplay of information seeking and information sharing, 2019,p519.

24. حسن مكاوي وليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 338.

25. Sushil Nifadkar, Supervisors' work-related and non-work information sharing: Integrating research on information sharing, information seeking, and trust using self-disclosure theory, 2018,p2

26. حسنين شفيق، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي (القاهرة: دار فكر وفن، 2013م) ص 229.

27. جيهان سيد أحمد يحيى، العوامل المؤثرة في التماس المعلومات لدى الجمهور المصري: دراسة حالة للاستفتاء على تعديلات الدستور المصري عام 2014، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ع 47، يونيو 2014) ص 351، 352.

28. Reijo Savolainen, Modeling the interplay of information seeking and information sharing, 2019, p526.

29. حسن عماد مكايي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 337، 338.

30. صالح خليل أبوإصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، مرجع سابق، ص 137.

31. مرفت الطرايشي، وعبدالعزیز السيد، نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص 179، 181.

32. علياء رمضان، مهارات الاتصال، ط1 (الإسكندرية: مؤسسة حورس الدولية، 2018م) ص 12.

33. غسان قاسم اللامي، وخالد عبدالله العيساوي، إدارة الأزمات: الأسس والتطبيقات (بغداد، دن، 2015م) ص 38.

34. صالح بن حمد العساف، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، ط1 (الرياض: العبيكان، 1989م) ص 193.

35. جوني دانييل، أساسيات اختيار العينة في البحوث العلمية، ترجمة طارق عطية عبدالرحمن، ط1 (الرياض: معهد الإدارة العامة، 2015م) ص 262.

36 * المحكمون هم : أ.د. عثمان بن محمد العربي الأستاذ بقسم الإعلام بجامعة الملك سعود، وأ.د. محرز غالي الأستاذ بكلية الإعلام بجامعة القاهرة، وأ.د. السيد بنحيت أستاذ الإعلام بجامعة زايد، وأ.د. وائل عبدالباري الأستاذ بكلية الآداب بجامعة عين شمس، ود. حسان بصفر الأستاذ المشارك بكلية الإعلام والاتصال بجامعة الملك عبدالعزيز، ود. هيثم يونس الأستاذ المشارك بقسم الإعلام بجامعة الملك سعود، ود. محمد بن سليمان الأحمد الأستاذ المساعد بقسم الإعلام بجامعة الملك سعود.

37. عبدالملك بن عبدالعزيز الشلهوب، مدى اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع: دراسة مسحية في مدينة الرياض، مجلة جامعة الملك عبدالعزيز: الآداب والعلوم الانسانية، مج 28 العدد: 2 (جدة: جامعة الملك عبدالعزيز، 2020م) ص 409.

38. عبدالمملك بن عبدالعزيز الشلهوب، دور وسائل الإعلام في تنمية الوعي الصحي لدى السعوديين حول مرض السكري، مرجع سابق، ص72.
39. عبدالمملك بن عبدالعزيز الشلهوب، الصورة الذهنية للإعلاميين السعوديين لدى الجمهور السعودي: دراسة مسحية، مجلة كلية الآداب، ج1، العدد47(سوهاج: كلية الآداب، جامعة سوهاج، إبريل، 2018م) ص365، وعبدالمملك بن عبدالعزيز الشلهوب، العوامل المؤثرة على مصداقية الصحف السعودية لدى الشباب في المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد: 24 (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يناير-يونيه 2005م) ص22.