# اعتماد الجمهور المصري على صفحة وزارة الصحة على الفيسبوك أثناء أزمة كورونا وتأثيرها الاتصالي

## ( دراسة ميدانية )

د. رشا عبد الرحمن حجازي
مدرس العلاقات العامة والإعلان بالمعهد الدولي العالي للإعلام
أكاديمية الشروق

## مقدمة :

فرضت مواقع التواصل الاجتماعي وجودها في واقع وسائل التواصل الجماهيري التقليدية، فلم يعد بإمكان الفرد متابعة ومعرفة ما يحدث في العالم من خلال متابعة الصحف الورقية والقنوات التليفزيونية فحسب، إنما أصبح بإمكانه قراءة ومتابعة ومشاركة الأحداث المختلفة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة على شبكة الإنترنت، والحصول على المعلومات والأخبار في أي وقت وبأقل جهد وتكلفة.

وتعد الأزمات والكوارث مادة خصبة لوسائل الإعلام بوجه عام، ولمواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص، حيث إنها تحظى بتغطية على نطاق واسع سعيًا

لإرضاء جماهيرها لاسيما وأن الحاجة إلى المعلومات متأصلة بعمق في النفس البشرية، ووفقًا لرأي هاريسون فإن الأزمات والكوارث والفضائح والحوادث الطارئة تكون في جوهر الأخبار المؤثرة، وتحظى بتغطية واسعة من وسائل الإعلام، وهو ما ذهب إليه سنتر وجاكسون، حيث رأيا أن وسائل الإعلام تركز في تقريرها على الأخبار السيئة والأخطار والحوادث؛ إذ تعمد هذه الوسائل إلى إثارة روح التساؤل والبحث عند الجمهور(١).

وتشير الدراسات والبحوث إلى أنه في وقت الأزمات والكوارث وفي ظل ظروف الصراع والتهديد بأنواعه المختلفة، يتزايد اعتماد الجمهورعلى الإعلام ليمده المعلومات عما يحدث في الواقع المحيط به وعن إلياات وسبل التعامل مع الأزمة ليساعده في بناء تصور أو رأي يفسر به الأزمة ويكون له موقف إزائها(٢).

وفي ظل انتشار فيروس كورونا وما اتخذته معظم بلدان العالم ومنها مصر من إجراءات للحدّ من انتشار الوباء وتفشيه أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي النافذة الأولى على العالم وعلى أخباره وسيطرت على مساحات واسعة جدًا من الفضاء المعلوماتي، حتى أصبحت تشكل مصدرًا للمعلومات تعتمد عليها فئات كبيرة من المجتمع فصارت مجالاً فاعلاً وناجحًا تسعى إليه المؤسسات للاستفادة منه في التفاعل مع جمهورها، لذلك اهتمت صفحة وزارة الصحة المصرية على موقع الفيسبوك بنشر الأخبار بطريقة مستمرة عن فيروس كورونا وطرق والوقاية منه وأعداد المصابين والوفيات وأماكن مستشفيات العزل وبروتوكولات العلاج، مما زاد من مساحة التفاعل من جانب الجمهور المصري **لذلك تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على درجة اعتماد الجمهور المصري على صفحة وزارة الصحة المصرية على موقع فيسبوك أثناء الأزمات، وأسباب هذا الاعتماد ودوافعه والتعرف على التأثيرات الاتصالية الناتجة عن التعرض لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك.**

## الإطار النظري للدراسة:

### نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يقول ديفلير وروكيتش أصحاب نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في كتباهما "نظريات وسائل الإعلام" إن طبيعة المهام التي تقوم بها وسائل الإعلام،خصوصًا تقديم المعلومات تؤدي مع الاستخدام إلى بناء علاقة اعتماد من قبل أفراد الجمهور على وسائل الإعلام، أي أنهم يعتمدون عليها في اتخاذ بعض قراراتهم، وفي تفسيرهم أم فهمهم وإدراكهم للأحداث والمواقف التي تحيط بهم، ومن هنا فإن الأفراد ينشئون علاقات اعتماد على وسائل الاتصال، ويؤكد ديفلير وروكيتش أنه على الرغم من وجود مؤسسات أخرى في المجتمع تقوم بتحقيق هذه الحاجات التي تقوم بها وسائل الإعلام للفرد (كالأسرة والأصدقاء وبعض الاتحادات والجمعيات التي ينتمي إليها الفرد ..إلخ، إلاّ أن اعتماد الفرد على المؤسسة الإعلامية في المجتمعات المعاصرة في تحقيق ذلك يفوق أي اعتماد آخر(٣).

ويمكن تلخيص الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على النحو التالي: "إن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي سوف تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وهذا الاحتمال سوف تزداد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير، وهناك حالة أخرى يزداد فيها اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، وهي الحالة التي ترتفع فيها درجات الصراع أو التغيير الذي يحدث في المجتمع(٤).

ويقصد بحالة عدم الاستقرار البنائي وجود أزمات حادة أوعميقة، وتحدث في المجتمعات عادة في المراحل الانتقالية التي يحدث فيها تغيير في السياسات أو حينما تقع الحروب أو الكوارث الطبيعية، ففي مثل هذه الحالات يزداد إقبال الناس على وسائل الإعلام المختلفة، بما في ذلك الإقبال على شبكات التواصل الاجتماعي، والهدف الأول هو التماس المعلومات حول الواقع أو المستقبل.

إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وهي تفترض أن درجة اعتماد الأفراد على المعلومات التي تنقلها وسائل الاتصال في المجتمع الحديث يأتي من كون هذه الوسائل أصبحت جزءًا أساسيًا في حياتهم ولا يمكن الاستغناء عنها، ومما سبق يتبين أن هذه الدرجة من الاعتماد تعد متغيرًا أساسيًا لفهم متى ولماذا تغير وسائل الاتصال معتقدات ومشاعر وسلوك الأفراد(٥).

**فرضيات النظرية(٦):**

١- يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعًا للظروف المحيطة، والخبرات السابقة.

٢- نظام وسائل الإعلام جزء من النسق الاجتماعي، ولهذا النظلام علاقة بالأفراد والجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى.

٣- استخدام وسائل الإعلام لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي ينتمي إليه الجمهور ووسائل الاتصال.

٤- استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتفاعله معها يتأثران بما يتعلمه الفرد من المجتمع ومن وسائل الاتصال، ويتأثر الفرد بما يحدث نتيجة تعرضه لوسائل الاتصال.

٥- كلما ازدادت التغيرات والأزمات في المجتمع ازدادت حاجة المجتمع للمعلومات، أي تغيير اجتماعي أو سياسي أو اقتصادي، وتختلف درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه نتيجة التغيرات المستمرة، وتبعًا لهذا الاختلاف تزداد أو تقل الحاجة إلى المعلومات والأخبار.

٦- يزداد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كلما كان النظام الإعلامي قادرًا على الاستجابة لاحتياجات النظام الاجتماعي أو الجمهور، وفي هذه الحالة ينبغي على النظام الإعلامي أن يتطور.

٧- يختلف الجمهور من حيث اعتماده على وسائل الإعلام، فالصفوة -قمة الهرم- قد يكون لهم وسائل إعلام خاصة بهم غير الوسائل التقليدية، بمعنى أن للصفوة مصادرها في الحصول على المعلومات كالبرقيات أو وكالات الأنباء وغيرها والتي ليست متاحة لكل الناس.

**وتنحصر مجالات التأثير الناتجة عن هذه النظرية في[٧]:**

١- **التأثيرات المعرفية:** ومن ذلك الغموض الناتج عن افتقاد المعلومات الكافية لفهم الأحداث من خلال تقديم معلومات كافية وتفسيرات صحيحة للحدث، وأيضًا التأثير في إدراك الجمهور للأهمية النسبية التي تمنحها لبعض القضايا، وأيضًا من التأثيرات المعرفية تلك الخاصة بالقيم والمعتقدات.

٢- **التأثيرات الوجدانية:** وهي المتعلقة بالمشاعر والأحاسيس، مثل زيادة المخاوف والتوتر والحساسية للعنف، وأيضًا التأثيرات المعنوية مثل الاغتراب عن المجتمع.

٣- **التأثيرات السلوكية:** والمتمثلة في الحركة أو الفعل الذي يظهر في سلوك علني، وهذه التأثيرات ناتجة عن التأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية ومترتبة عليهما.

كذلك فإن هذه النظرية تعتبر أن استخدام الإعلام لا يأتي من فراغ ولا بمعزل عن التأثير بالرأي العام الذي تعيش فيه، ومنمنطلق أن قدرة الإعلام تزداد في التأثير عندما تقوم وسائل الإعلام بأدوارها بكل فعالية واقتدار في نقل المعلومات بشكل مميز.

وقد تمت الاستفادة من مبادئ نظرية الاعتماد في الدراسة الحالية من خلال:

١- التأكيد على أن الجمهور المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي يعتمد على هذه المواقع في الحصول على عدد كبير من المعلومات والأخبار وغير ذلك، كذلك فقد تمت الاستفادة من النظرية في تفسير النتائج المتعلقة

بالإقبال على مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا يعني أن المواطنين يعتمدون على هذه المواقع في تحقيق حاجات أساسية مختلفة لم تكن ليتحقق كثير منها من خلال وسائل الإعلام الأخرى، خصوصًا فيما يتعلق باختيار الوقت الملائم للتعرض أو الاستخدام ثم اختيار المضامين المناسبة أو المرغوبة، ثم إتاحة هذه المواقع الفرصة للمستخدمين للتعبير عن آرائهم والتفاعل مع المضمون ومع غيرهم من المستخدمين.

٢- النظرية تفترض زيادة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في أوقات الأزمات والصراعات والاضطرابات، بهدف استقاء المزيد من المعلومات والأخبار لتكوين فكرة أو وجهة نظر معينة تجاه ما يحدث من أحداث مختلفة، ولذلك تعتبر الباحثة هذه النظرية هي الأنسب لأهداف الدراسة كونها تسعى لاستكشاف ومعرفة مدى اعتماد الجمهور المصري على صفحة وزارة الصحة على الفيسبوك أثناء الأزمات والكوارث.

٣- النظرية تفيد في التعرف على نوع وحجم ومدى التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتماد اعتماد الجمهور المصري على صفحة وزارة الصحة على الفيسبوك أثناء الأزمات والكوارث، حيث من المتوقع أن يختلف حجم تلك التأثيرات تبعًا للمتغيرات الديموجرافية المختلفة للمبحوثين وهو الأمر الذي تسعى الدراسة لمعرفته.

٤- النظرية تفيد في التعرف على الأسباب التي تدفع الجمهور للاعتماد على الصفحات الرسمية وقت الأزمات(صفحة وزارة الصحة)، وعلاقة هذه الأسباب والدوافع بحجم الاعتماد على هذا المواقع.

٥- من خلال تطبيق الدراسة وفقًا للنظرية المذكورة فإنه تم التعرف على درجة وقوة صفحة وزارة الصحة من وجهة نظر أفراد العينة البحثية، ومعرفة إلى أي مدى تزود صفحة وزارة الصحة الجمهور بالمعلومات

والأخبار وقت الأزمات، وكيف أثرت على الجمهور سواء على صعيد سلوكهم وآرائهم وأفكارهم وقراراتهم وتصرفاتهم.

**نموذج روبين وكيم للاستخدامات والتأثيرات:**

يعد هذا النموذج الذي قدمه كلٌّ من روبين وكيم للاستخدامات والتأثيرات من النماذج الجيدة التي استطاعت أن تمزج بين مدخل الاستخدامات والإشباعات بصورته التقليدية ومدخل التأثيرات الإعلامية المباشرة، وأن يتغلب على أوجه القصور التي تواجه المدخلين السابقين، ويقوم هذا النموذج على افتراض مفاده أن الدوافع النفعية لاستخدامات مضمون وسائل الإعلام وأنماط النشاط الداعم للتأثيرات الاتصالية سوف ترتبط إيجابيًا بتأثيرات هذا المضمون على أفراد الجمهور، أما الدوافع الطقوسية وأنماط النشاط المعيق للتأثيرات الاتصالية سوف ترتبط سلبيًا بتأثيرات هذا المضمون على أفراد الجمهور ويقوم هذا النموذج على بعض العناصر الرئيسية هي:

**أولاً: مفهوم نشاط الجمهور وعلاقته بالتأثيرات الاتصالية:** يقوم هذا النموذج على افتراض أساسي وهو أن نشاط الجمهور من العمليات الاتصالية يمكن أن يدعم أو يعوق التأثيرات الاتصالية، وقد قسم كيم وروبين (١٩٧٧) أنماط نشاط الجمهور في نموذج الاستخدامات والتأثيرات إلى نمطين رئيسيين:

- **النمط الأول النشاط الداعم للتأثيرات الاتصالية:** وهو يشمل: الانتقائية والانتباه والاستغراق في الرسائل الاتصالية بما يؤدي إلى أن هذه الرسائل تؤثر على أفراد الجمهور حيث إن أفراد الجمهور يتأثرون بالمضمون الاتصالي عندما يبحثون عنه عن عمد وبطريقة انتقائية ويتعرضون لهذا المضمون بانتباه ويستغرقون معه حيث إن الانتقائية (التعرض والإدراك الانتقائي، الانتباه والاستغراق من أفراد الجمهور في المضمون الاتصالي)

يمكنها تدعيم التأثيرات الاتصالية وتمثل أنماط النشاط الداعم للتأثيرات الاتصالية في الأنماط التالية:

أ. **الانتقائية**Selectivity : تعد الانتقائية أولى العمليات الاتصالية التي يقوم بها الأفراد عند تعاملهم مع المضامين الإعلامية، وفي نموذج روبين وكيم للاستخدامات والتأثيرات تم التركيز على عمليتين من العمليات الانتقائية وهما: التعرض الانتقائي، الإدراك الانتقائي(٨).

ب. **الانتباه**Attention : ويعد الانتباه من المؤشرات القوية على اكتساب الأفراد للمعلومات والمعارف من الرسائل الإعلامية المقدمة بشكل أكبر من مجرد التعرض للوسيلة، فمقياس الانتباه يقدم وسيله أفضل للتنبؤ بالتأثيرات الاتصالية التي يمكن أن تحدث(٩)، وإذا لم تحظَ الرسائل الإعلامية المقدمة في وسائل الإعلام بانتباه الفرد وأنها لن تكون ذات فاعلية أو مؤثرة عليه ويؤثر على انتباه الفرد عدة عوامل منها: سمات الرسالة الاتصالية، خصائص المتلقي، دوافع التعرض

ج. **الاستغراق** Involvement: يتطلب الاستغراق كأحد الأنماط الداعمة للتأثيرات الاتصالية أن يقوم الفرد بجهد عقلي لتفسير الرسالة الاتصالية وفهمها والتجاوب معها، ويعكس الاستغراق الدوافع النفعية من دوافع استخدام المضامين الإعلامية مثل دوافع الترفيه، المثير، اكتساب المعلومات بغرض الترفيه والتسلية، ويؤثر الاستغراق على الإشباعات المتحققة من المضمون الاتصالي، كما أنه يؤثر أيضًا على مستقبل التعرض للوسيلة الإعلامية، وكذلك يرتبط بالتأثيرات التي يمكن أن تحدث من جراء التعرض للرسالة الاتصالية.

- **النمط الثاني: النشاط المعيق للتأثيرات الاتصالية:** إن تغيير الأفراد لمعلوماتهم واتجاهاتهم وسلوكهم يعتمد على بعض المتغيرات والعوامل

الأخرى التي قد تعوق التأثيرات عليهم مثل الجماعات المرجعية، المواقف المسبقة لهم، درجة اهتمامهم بالمضمون الاتصالي، وتشمل أنماط نشاط الجمهور التي تحد من التأثيرات الاتصالية على أفراد الجمهور الذي يتعرض للمضمون الاتصالي ما يلي: التجنب وتحويل الانتباه والشك.

أ. **التجنب:** قد لا يرغب الفرد في متابعة المضامين الاتصالية لذلك يتجنبها، وهؤلاء الأفراد يصبح من الصعب أن يكونوا معرضين لأي تأثير مباشر لهذه المضامين(١٠).

ب. **تحويل الانتباه:** قيام الأفراد ببعض الأنشطة غير المرتبطة بمضمون الرسالة الاتصالية يعزز من فرص التأثير بها، وذلك لأن التركيز الذهني والعقلي على الرسالة ذاتها قليل(١١).

ج. **الشك:** يعبر الشك عن حالة ذهنية من عدم الثقة في المضمون المقدم مما يحفز الفرد على البحث عن المزيد من المعلومات والتفكير فيها.

**ثانيًا: الدوافع وعلاقتها بالتأثيرات:**

تحدد الدوافع استعدادات الأفراد للاستجابة للمضمون الاتصالي، حيث أن الاحتياجات المختلفة تؤدي إلى اختلافات في الأهداف والدوافع والسلوك ونتائج وتأثيرات السلوك، وبوجه عام تقسم دراسات الاتصال ودوافع التعرض إلى فئتين:

١. **دوافع نفعية**Instrumental Motives : وهي الاستخدامات الموجهة بأهداف محددة لإشباع الاحتياجات والدوافع المختلفة(١٢).

٢. **دوافع طقوسية**Ritualized Motives : تعكس صلة أكبر بالوسيلة كالمشاهدة العادة أو الهروب بغض النظر عن المحتوى مثل الاسترخاء، الألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات، وتوجد أربع مستويات للتأثيرات الاتصالية من حيث النوع:

أ. **التأثيرات المعرفية:** وهي التأثير في نظم معتقدات الأفراد.

ب. **التأثيرات الاتجاهية:** فوسائل الاتصال قد تدعم الاتصالات القائمة بالفعل وقد تعدلها أو تلغيها(١٣).

ج. **التأثيرات الوجدانية:** الاستجابة أو ردود الفعل العاطفية ناحية المضامين الاتصالية ترتبط بالتغيرات الفسيولوجية أو تظهر في شكل تغيرات فسيولوجية.

د. **التأثيرات السلوكية:** هي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية والوجدانية، وتنحصر التأثيرات السلوكية في سلوكين أساسيين وهما: التنميط أو الخمول(١٤).

**ثالثًا: التأثيرات الاتصالية:** ركز كيم روبين في اختيارهما للنموذج الخاص بالاستخدامات والتأثيرات على ثلاث تأثيرات وهي: تأثيرات الرضا، وتأثيرات التفاعل الموازي أو الشبيه للتفاعل الاجتماعي، وتأثيرات الغرس الثقافي، والتي أكد الباحثون أن هذه التأثيرات تنتج عن الاستخدام الفعلي للمضمون الاتصالي.

- **تأثيرات الرضا:** يعكس الرضا إشباع الاحتياجات وتأكيد التوقعات، وهو مفهوم هام لكل باحثي الاتصال، لأنه يعكس تأثيرًا محددًا للسلوك الاتصالي والرضا نتيجة عاطفية تنتج عن تدعيم السلوك، كما ينتج عن التقدير العقلي والإدراكي للمضمون الاتصالي، ولقد جاءت هذه النتيجة من خلال الأنواع المختلفة من المضامين الإعلامية مثل الأخبار والاستخدامات النفعية لوسائل الإعلام.
- **تأثيرات التفاعل الموازي أو الشبيه للتفاعل الاجتماعي:** يعرف التفاعل الموازي أو الشبيه للتفاعل الاجتماعي على أنه علاقة صداقة متخيلة من جانب واحد ينشئها مشاهدو التليفزيون مع الشخصيات الاتصالية، ويعد هذا التفاعل بدلاً من التفاعل الفعلي أو الواقعي، وذلك نتيجة للتعرض لوسائل

الإعلام، ومن وجهة نظر الجمهور فإن علاقة التفاعل هي رابطة عاطفية تتضمن عناصر التعاطف وإدراك التشابه والجاذبية والصداقة، وهي تعكس الشعور بأهمية وجاذبية هذه العلاقات مع شخصيات الوسيلة، وعلاقة التفاعل تتبع من عمليات التعرض الانتقائي والانتباه للمضمون، وبالتالي فإن تأثيرات التفاعل تكون ناتجة عن الاستخدامات النفعية للمضمون، كما أنها تؤثر على السلوكيات والتأثيرات اللاحقة.

- **تأثيرات الغرس الثقافي (الواقعية):** تعتمد هذه التأثيرات على أن هناك علاقة إيجابية بين التعرض للوسيلة الإعلامية لساعات طويلة وإدراك الواقع الاجتماعي بما يشبه أكثر النماذج تكرارًا في المضامين الإعلامية، أي أنه كلما زاد الوقت الذي يقضيه الفرد مع الوسيلة، سيطرت على مصدر معلومات الفرد ووعيه وتسليته عن طريق تقديم نموذج وأنماط سلوك، ومن المحتمل أن يتبنى هذا الفرد مفاهيم عن الواقع الاجتماعي تتطابق مع ما تقدمه وسيلة الاتصال عن الحياة والمجتمع، خاصة ما يتكرر عرضه من خلال الوسيلة، ووسائل الإعلام باستغلالها لأثر التعرض المتكرر للرسائل الإعلامية ذات المضامين المتشابهة تستطيع أن تؤثر كثيرًا في جمهورها وغرس قيم ومثل معينة مكان أخرى، ويمكن أن يتم ذلك من خلال غرس تلك القيم والمثل في ثنايا الرسائل الإعلامية بأشكال مختلفة، ومع مرور الوقت وتكرار العرض يحدث الأثر المطلوب أو على الأقل جزء منه[١٥].

## الدراسات السابقة:

**أولاً: الدراسات التي تناولت الاعتماد على وسائل الإعلام:**

١. **دراسة طارق محمد محمد الصعيدي (٢٠٢٠)**[١٦]: هدفت إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب المصري على صحافة الموبايل وتأثيراته على التوعية الصحية بجائحة كورونا ٢٠٢٠، ومعرفة العلاقة بين حجم الاعتماد على صحافة الموبايل ومستوى التوعية الصحية بجائحة كورونا، والعلاقة بين حجم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية للاعتماد، وبين مستوى التوعية الصحية المكتسب، ودلالة الفروق في الاعتماد ومستوى التوعية الصحية وفقًا للمتغيرات (النوع- الإقامة- الدخل- مستوى التعليم)، واستخدمت منهج المسح الإعلامي لعينة عشوائية من الشباب المصري قدرها ٥٠٠ مفردة، من محافظات مصر، واستخدم الاستبانة كأداة لجمع البيانات. وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع اعتماد الشباب المصري على صحافة الموبايل كمصدر ثري للمعلومات والاتصالات خاصة أثناء جائحة كورونا، وارتفاع الاعتماد على شبكة الإنترنت ومتصفحات الموبايل ومواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك وتويتر وواتس آب، ومن أهم أسباب الاعتماد على صحافة الموبايل سرعة وفورية نقل الأخبار والمعلومات، سهولة الاستخدام وقلة التكاليف، وارتفاع حجم التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية نتيجة المتابعة لأنواع صحافة الموبايل، وارتفاع مستوى الوعي الصحي تجاه جائحة كورونا، وجود علاقة دالة إحصائيًا بن اعتماد الشباب على صحافة الموبايل ومستوى التوعية الصحية بجائحة كورونا، والعلاقة الإيجابية بين حجم التأثيرات وبين مستوى التوعية الصحية.

٢. **دراسة حسام فايز عبد الحي (٢٠٢٠)**[١٧]: هدفت إلى قياس العلاقة بين اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديد في استقاء المعلومات والأخبار عن جائحة كورونا واندماجهم الأكاديمي، وهي دراسة وصفية جرى تطبيقها باستخدام منهج المسح على عينة عشوائية من طلبة الجامعات الحكومية والخاصة والأزهرية قوامها ٤٥٠ طالبًا وطالبة، وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة ٩٩.٣ % من عينة البحث تابعوا جائحة كورونا عبر وسائل الإعلام الجديد، وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة الوسائل التي استقوا منها معلوماتهم عنها، كما ثبت وجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائيًا بين اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديد في استقاء المعلومات والأخبار عن جائحة كورونا كوفيد ١٩ والاندماج الأكاديمي لديهم، كما ثبت وجود فروق دالة إحصائيًا في درجة متابعة جائحة كورونا عبر وسائل الإعام الجديد لصالح الذكور، ولصالح طلبة الكليات النظرية والجامعات الحكومية، في حين لم يثبت وجود فروق بينهم في الاندماج الأكاديمي، وفي المجمل كان مستوى الاندماج الأكاديمي لطلبة الجامعات في ظل جائحة كورونا منخفضًا وفقًا لنتائج البحث.

٣. **دراسة صلاح محمد الحراري الشيباني (٢٠١٨)**[١٨]: تمثلت مشكلة الدراسة في معرفة مدى اعتماد اللاجئين الليبيين على وسائل الإعلام في وقت الأزمات وتقييم اللاجئين لعمل هذه الوسائل وما قدمته لهم من معلومات، وكذلك معرفة دور القائم بالاتصال تجاه قضيتي الإرهاب واللاجئين، تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وهي دراسة ميدانية، واعتمدت في تحقيق أهدافها على منهج المسح الإعلامي، واعتمد الباحث في هذه الدراسة على نظريتي الاعتماد على وسائل الإعلام وحارس البوابة، واستخدم أداتي الاستبيان والمقابلة لجمع البيانات، اعتمد الباحث

على العينة العمدية المتاحة من اللاجئين الليبيين والقائمين بالاتصال؛ حيث بلغت عينة اللاجئين ٤٠٢ مفردة موزعة بين (مصر، وتونس) وتوصلت إلى أن غالبية أفراد العينة من اللاجئين الليبيين يستخدمون وسائل الإعلام في وقت الأزمات، وأن المصادر الشخصية الليبية هي الأكثر مصداقية كوسيلة معلومات إعلامية عند اللاجئين، وأهم دوافع اعتماد اللاجئين الليبيين على وسائل الإعلام في وقت الأزمات، هي سهولة الوصول لهذه الوسائل وقربها من مصادر الأخبار الرئيسية، كما أوضحت النتائج وجود تأثيرات ملموسة مترتبة على اعتماد اللاجئين على وسائل الإعلام أهمها التأثيرات المعرفية تليها التأثيرات الوجدانية ثم التأثيرات السلوكية، كما أشارت النتائج إلى وجود تأثير واضح لنمط ملكية وسائل الإعلام على التغطية الإعلامية لقضيتي الإرهاب واللاجئين.

٤. **دراسة سلمة حسن سعد زيدان (٢٠١٧)**[١٩]: سعت إلى التعرف على العوامل المؤثرة في اعتماد الجمهور الليبي على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، وتم الاعتماد على أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة قوامها ١٥٠ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى أن أهم مؤشرات مصداقية هذه الشبكات لدى الجمهور الليبي هو أنها تقدم معلومات مدعمة بالصور ومقاطع الفيديو، وتوفر مساحة منالحرية أكثر من وسائل الإعلام التقليدية، كما أن خاصية التفاعل والمشاركة الحية في إبداء الراي أحد أهم مؤشرات المصداقية، كما اتضح أن أهم الدوافع الكامنة وارء اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات هي تحقيق الأهداف المعرفية والطقوسية، وأن أهم التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد هي أن المعلومات المتاحة على شبكات التواصل الاجتماعي تعطيهم القدرة على

اتخاذ موقف تجاه الأزمة وتشعرهم أن الأزمة تمسهم بشكل مباشر وأنها تزيل لديهم الغموض عن الأزمة.

٥. **دراسة سائد رضوان (٢٠١٦)**[٢٠]: هدفت إلى التعرف على مدى اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات وأسباب هذا الاعتماد ودوافعه والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على اعتماد الشباب الفلسطيني على هذا النوع الجديد من الصحافة بأنواعها، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي استخدم فيها المنهج المسحي وفي إطاره تم توظيف أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام وتم جمع البيانات بأداة المقابلة الشخصية وكذلك صحيفة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة عشوائية قوامها ٣٨٣ مفردة من الشباب الفلسطيني، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان من أبرزها أن ٧٧.٨% من أفراد العينة البحثية يعتمدون على صحيفة الهاتف المحمول أثناء الأزمات، وأن ٧٢.٢% من أفراد العينة البحثية يثقون في الأخبار المنشورة على الهاتف أثناء الأزمات.

٦. **دراسة مصطفى صابر محمد عطية النمر (٢٠١٥)**[٢١]: هدفت إلى التعرف على درجة اعتماد الشباب الجامعى المصرى والسعودى على وسائل الإعلام وخاصة أثناء الأزمات، وقد تم تناول العملية العسكرية على اليمن "عاصفة الحزم" نموذجاً، وذلك فى ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، واستخدمت منهج المسح على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعي المصري والسعودي من أربع جامعات بواقع جامعتين من كل دولة واستخدمت صحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى أن أهم أسباب العملية العسكرية فشل مساعي الدبلوماسية مع جماعة الحوثي، وأن أهم أسباب الاعتماد على وسائل الإعلام أنها تتناول القضايا

بجرأة وحرية، ومن أهم التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على وسائل الإعلام في متابعة أحداث العملية العسكرية أنها بثت الإحساس بعدم الأمن وزادت من الخوف الطائفي الإيراني.

٧. **دراسة ترنيم خاطر (٢٠١٤)**[٢٢]: هدفت إلى التعرف على مدى اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي وقت الأزمات ممثلة بأزمة العدوان الإسرائيلي على غزة عام ٢٠١٤، وتعد من الدراسات الوصفية واستخدمت المنهج المسحي وصحيفة الاستقصاء كأداة للدراسة على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من طلبة الجامعة في قطاع غزة وذلك باستخدام نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتوصلت الدراسة إلى أن الفيسبوك جاء في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي التي اعتمد عليها طلبة الجامعات الفلسطينية للحصول على المعلومات أثناء العدوان ثم تويتر، كما بينت الدراسة أن ٤١% من الطلبة يثقون في المعلومات المنشورة على مواقع التواصل، ويرجع أسباب الثقة إلى أنها تربط الأحداث بالصوت والصورة والسرعة في نقل الأخبار.

٨. **دراسة إسماعيل أحمد برغوث (٢٠١٤)**[٢٣]: هدفت إلى الكشف عن حجم اعتماد الشباب الفلسطيني على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات، ورصد أهم الأزمات التي يهتم الشباب الفلسطيني بمتابعتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إلى جانب الكشف عن أسباب ودوافع الشباب الفلسطيني للاعتمادعلى مواقع التواصل الاجتماعي وقت الأزمات، وكذلك معرفة تأثيرات هذا الاعتماد، استخدم الباحث أداتين لجمع البيانات من المبحوثين، تمثلت الأداة الأولى في صحيفة استبيان مكونة ٢٧ سؤالاً مقسمة إلى ستة محاور رئيسية، وتمثلت الأداة الثانية في مجموعات النقاش المركزة والتي طبقت على ٣ مجموعات من الشباب

الفلسطيني مثلت الأولى المدونين والنشطاء، بينما مثلت المجموعة الثانية الأطر الطلابية، في حين مثلت المجموعة الثالثة طلبة الجامعات الفلسطينية، وقد توصلت الدراسة إلى أن مواقع شبكات التواصل الاجتماعي جاءت في مقدمة الوسائل التي يعتمد عليها الشباب الفلسطيني لمعرفة الأخبار عند حدوث الأزمات، وأن هذه المواقع تشبع فضول الشباب المعرفي حول الأزمات، كما أشارت النتائج إلى ارتفاع مقياس مستوى دوافع الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي وقت الأزمات.

**ثانيًا: الدراسات التي تناولت صفحات الفيس بوك التابعة للمنظمات الصحية:**

**دراسة** (H., Sahni,H,. & Sharma(2020[٢٤]: سعت للكشف عن التأثير الناتج عن استخدام منصات التواصل الاجتماعي من قبل الجماهير في دول وبلدان عدة حول الأزمات الصحية التي اجتاحت العالم، وأظهرت النتائج أن حوالي ٧١٪ من مستخدمي الإنترنت في العالم هم من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين ١٥ و٢٤ عامًا، استخدم ٥٩٪ من الأوروبيين الإنترنت للتحقق من المعلومات الصحية. و٥٥٪ طلبوا معلومات عامة، و٥٤٪ طلبوا معلومات عن مرض معين، و٢٣٪ سعوا للحصول على معلومات تفصيلية حول التشخيص، و١٠٪ استخدموا الشبكة للحصول على رأي ثان بعد استشارة طبيبهم. واستخدم حوالي ٨٢٪ و٨٧٪ من الأشخاص الذين يبحثون عن معلومات تتعلق بالصحة محركات البحث لاستعلاماتهم. وكان المصدر الثاني للمعلومات (٤٧٪-٤٨٪ من الأشخاص) هو مواقع الويب ذات الصلة والمخصصة مثل المدونات والمنتديات الصحية، بينما كان ما بين ٣٣٪ و٣٨٪ يبحثون عن معلومات من المواقع الصحية الرسمية، مثل وزارة الصحة أو منظمة الصحة العالمية.

٩. **دراسة** (AfiqIzzudin A. Rahim, et al. 2019)[٢٥]: هدفت إلى التحقيق في العوامل المرتبطة بمعدلات المشاركة الجيدة بين مستخدمي الإنترنت على صفحة (Facebook) التابعة لوزارة الصحة الماليزية، في هذه الدراسة القائمة على الملاحظة، تم اختيار ٢١٢٣ تعليق على الصفحة الرسمية لوزارة الصحة بماليزيا عبرFacebook بشكل عشوائي. تم جمع البيانات الكيفية خلال الفترة من من ١ نوفمبر ٢٠١٦ إلى ٣١ أكتوبر ٢٠١٧ من خلالFacebook Insight. وتم جمع البيانات من صفحة MOH FB، وهي عبارة عن منصة رسمية لوسائل التواصل الاجتماعي لوزارة الصحة الوطنية بماليزيا، وقد تم تطبيق معامل الانحدار لتحديد العوامل المرتبطة بمعدلات المشاركة الجيدة. وجدت هذه الدراسة أن مشاركة المستخدمين من الجمهور العام بماليزيا قد بلغت معدل مشاركة مرتفع بمستوى جيد، وارتبط بشكل كبير بوظيفة التثقيف الصحي. وقدمت الدراسة أول تحليل شامل لمشاركة المعلومات الصحية بين مستخدمي الإنترنت في ماليزيا. وأكدت الدراسة على أن الاتجاهات المتزايدة للسلوكيات التي تسعى للحصول على المعلومات الصحية عبر الإنترنت تتطلب توافر المعلومات الصحية بعد أن تم التحقق من صحتها إستراتيجيات فعالة من قبل منظمات الصحة العامة لنشر المعلومات الصحية وتحقيق مشاركة أفضل للجمهور على وسائل التواصل الاجتماعي.

١٠. **دراسة** Jingyuan Shi, ThanomwongPoorisat&Charles T Salmon (2018)[٢٦]: هدفت إلى تحليل ومراجعة أربعين دراسة وبحث، وتوصلت لنتائج أهمها: أن هناك عاملين رئيسيين يميزان شبكات التواصل الاجتماعي عن طرق الاتصال الصحية التقليدية في الماضي، الأول هو ازدواجية محتملة بين مرسل الرسالة ومستقبلها، حيث تصبح أجهزة

الاستقبال مصادر استقبال تقوم بإعادة توجيه محتوى الرسائل الصحية وتضخيمها، والثاني هو ازدواجية محتملة بين تأثير الرسالة والرسالة، حيث يصبح فعل إعادة توجيه الرسائل وتعديلها من قبل مصادر المتلقي نفسها مقياسًا لتأثير الرسالة، كل من هذه الثنائيات لها آثار على تصميم وتقييم حملات الاتصال الصحية المعاصرة.

١١.**دراسة** (Parackal,M.,et al. 2017)[٢٧]: قامت بفحص وتحليل مدى ارتباط الجمهور العام بالإعلانات الصحية والحملات الصحية للمرأة خلال فترة الحمل والتوعية بخطورة المشروبات الكحولية من جانب وزارة الصحة بنيوزيلاندا عبر منصات التواصل الاجتماعي وبالتحديد فسيبوك. وكان أبرز أهداف هذه الدراسة فحص تفاعل المستخدم لحملة الصحة العامة بناءً على البيانات الوصفية التي يوفرها Facebook، وتحليل التعليقات التي تم إنشاؤها بواسطة مواد الحملة باستخدام التنقيب عن النص، والتحقيق في العلاقة بين المواضيع المحددة في التعليقات والرسالة والمشاعر السائدة في المواضيع التي أظهرت علاقات مهمة. فحصت هذه الدراسة حملة تجريبية للصحة العامة في نيوزيلندا بعنوان "لا أعرف؟ لا تشرب"، والتي حذرت من شرب الكحول أثناء الحمل. نقلت الحملة التحذير من خلال فيديو وثلاثة إعلانات بانر تم تسليمها كخلاصات إخبارية للنساء اللواتي تتراوح أعمارهن بين ١٨ و٣٠ سنة. حدد التحليل المواضيعي باستخدام التنقيب عن النص الذي تم إجراؤه على التعليقات (ن= ٨١٩) أربعة مواضيع. تم استخدام الانحدار اللوجستي لتحديد مواضيع صنع المعنى التي أظهرت ارتباطًا بالرسالة. ووجدت الدراسة عدة نتائج: أهمها كان تفاعل المستخدمين مثيرًا للإعجاب حيث حصل الفيديو على ٢٠٣،٧٥٤ مشاهدة. بلغت الإعجابات المشتركة والمواد الترويجية

(إعلانات الفيديو وإعلانات البانر) ٦١٢٥ و٣٠٠ على التوالي. أظهر تحليل الانحدار اللوجستي موضوعين لصنع المعنى، وهما خطر الحمل (P= 0.003) والكحول والثقافة (P <.001) أظهر ارتباطًا بالرسالة. كشف تحليل المشاعر الذي تم إجراؤه على الموضوعين عن وجود تعليقات سلبية أكثر من التعليقات الإيجابية (٤٧٪ مقابل ٢٨٪).

١٢.دراسة Bhattacharya,S., Srinivasan,P., Polgreen,P. 2017))[٢٨]: قامت بتحليل مشاركة وسائل التواصل الاجتماعي للوكالات الصحية الفيدرالية الأمريكية على Facebook، حيث يتم استخدام هذه لمجموعة متنوعة من الأغراض بما في ذلك نشر ومناقشة والبحث عن المعلومات المتعلقة بالصحة. تعمل وكالات الصحة الفيدرالية الأمريكية على الاستفادة من هذه المنصات "لإشراك" مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي لقراءة ونشر وتشجيع المناقشات المتعلقة بالصحة. ومع ذلك، تحصل الوكالات المختلفة واتصالاتها على مستويات متفاوتة من المشاركة. في هذه الدراسة تم استخدام النماذج الإحصائية لتحديد العوامل التي ترتبط بالمشاركة. وقامت الدراسة بتحليل أكثر من ٤٥٠٠٠ مشاركة على Facebook من ٧٢ حسابًا على Facebook تنتمي إلى ٢٤ وكالة صحية. تمت دراسة استخدام الحساب ونشاط المستخدم والمشاعر ومحتوى هذه المشاركات. واستخدم نموذج انحدار المانع لتحديد العوامل المرتبطة بمستوى المشاركة ونموذج المخاطر النسبية Cox لتحديد العوامل المرتبطة بمدة التفاعل. وأظهرت نتائج التحليل الكيفي أن الوكالات والحسابات تختلف اختلافًا كبيرًا في استخدامها لوسائل الإعلام الاجتماعية والأنشطة التي تنتجها، وأظهر التحليل الإحصائي، على سبيل المثال، أن منشورات Facebook التي تحتوي على المزيد من الإشارات المرئية مثل الصور أو

مقاطع الفيديو أو تلك التي تعبر عن المشاعر الإيجابية تولد المزيد من التفاعل. ووجد أيضًا أن المنشورات حول مواضيع معينة مثل الوظيفة أو المنظمات تؤثر سلبًا على مدة المشاركة.

١٣.دراسة (Janice L Krieger & Yulia A Strekalov (2017[٢٩]:

هدفت إلى تقييم مستوى تفاعل الجمهور مع الرسائل المنشورة على صفحة المعهد الوطني للسرطان (NCI) على Facebook وتقييم الاختلافات في سلوك معلومات الجمهور تجاه المخاطر وغير المرتبطة –وظائف خطر. تضمنت البيانات ١٩٧٥ منشورًا تم نشره على صفحة NCI على Facebook بالإضافة إلى التعليقات المقابلة البالغ عددها ٤٣٣٧ و٧٧٢٩٨ مشاركة و١٤٥٤٦٢ إعجابًا. كانت الروابط والصور أهم نوعين من المحتوى الأكثر شيوعًا لكل من المنشورات المتعلقة بالمخاطر وغير المنشورة، ولكن الرسائل المتعلقة بالمخاطر تم تضخيمها أكثر من خلال التعليقات والمشاركات وإبداءات الإعجاب. مقارنة بين طريقة الرسائل المتعلقة بالمخاطر، لم تكن مقاطع الفيديو، خلافًا للتنبؤ، أكثر فاعلية في جذب مشاركة الجمهور من الصور. أخيرًا، لم تكرر التعليقات على المنشورات المتعلقة بالمخاطر اللغة المتعلقة بالمخاطر مما يشير إلى أن الدراسات المستقبلية يجب أن تفحص التعرف على إشارات المخاطر ونشرها كسلوكيات منفصلة، حيث توفر وسائل التواصل الاجتماعي قناة فريدة لنشر المعلومات القائمة على الأدلة إلى مختلف الجماهير وأصحاب المصلحة في المؤسسات والقطاع الخاص، وبالتالي تسهيل الحوار حول المخاطر الصحية. مسترشداً بالتضخيم الاجتماعي لإطار المخاطر، وأكدت نتائج هذه الدراسة على أهمية التحقيق المركز في استراتيجيات تصميم

الرسائل وتأثيرات الرسالة على نشر وتضخيم الاتصالات المتعلقة بالمخاطر الصحية.

١٤.**دراسة** (Holly M Rus& Linda D Cameron 2016)[٣٠]: هدفت إلى تحليل ورصد التواصل الصحي عبر منصات التواصل الاجتماعي، حيث قامت هذه الدراسة بتحليل الاتصالات الصحية في عشر صفحات على فيسبوك تتعلق بمرض السكري لتحديد ميزات الرسائل التي تنبئ بمشاركة المستخدم. استرشد نموذج التنظيم الذاتي للمرض والتنظيم الذاتي لتقنيات الاتصال الصحية بتحليلات المحتوى لـ ٥٠٠ مشاركة على Facebook. وتم ترميز كل مشاركة لميزات الرسائل التي من المتوقع أن تجذب المستخدمين وأعداد الإعجابات والمشاركات والتعليقات خلال الأسبوع التالي للنشر. أظهرت الدراسة أن الانحدارات السلبية ذات الحدين متعددة المستويات وأن السمات المحددة تنبأت بأشكال مختلفة من المشاركة. وظهرت الصور كمتنبئ قوي؛ حيث إن الرسائل ذات الصور لديها معدلات أعلى من الإعجاب والمشاركة نسبة إلى الرسائل التي لا تحتوي على صور. وتوقعت معلومات نتائج مرض السكري والهوية الإيجابية مشاركة أعلى بينما توقع التأثير السلبي والدعم الاجتماعي والاستعانة بمصادر خارجية تعليقات أعلى. وتوقع التأثير السلبي والاستعانة بمصادر خارجية واستخدام الروابط الخارجية مشاركة أقل بينما توقعت الهوية الإيجابية تعليقات أقل.

١٥.**دراسة** (Taggart,T., et al. 2015)[٣١]: هدفت إلى تقديم مراجعة منهجية شاملة للأدبيات المنشورة الحالية حول التصميم والمستخدمين والفوائد والقيود المفروضة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل حول الوقاية من فيروس نقص المناعة البشرية والعلاج،

استخدمت ورقة المراجعة هذه منهجًا منهجيًا لمسح جميع الأدبيات المنشورة قبل فبراير ٢٠١٤ باستخدام ٧ قواعد بيانات إلكترونية والبحث اليدوي. وكانت معايير الاشتمال من حيث التركيز الأساسي على التواصل/ التفاعل حول فيروس نقص المناعة البشرية/ متلازمة نقص المناعة المكتسب (الإيدز)، مناقشة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتسهيل التواصل على منصة وسائل التواصل الاجتماعي بين الأفراد أو مجموعة من الأفراد بدلاً من استخدام استجابات تلقائية محددة مسبقًا من منصة تم نشرها قبل ١٩ فبراير ٢٠١٤، وتوصلت لنتائج هامة من بينها: كان لدى ثلاثين دراسة مخاطر منخفضة أو غير واضحة لواحد على الأقل من عناصر التحيز في تقييم الجودة المنهجية. ومن بين ٨ أنواع من منصات وسائل التواصل الاجتماعي الموضحة، كان استخدام الرسائل النصية لخدمة الرسائل القصيرة الأكثر شيوعًا. كما أظهرت النتائج أن المنصات خدمت أغراضًا متعددة بما في ذلك نشر المعلومات الصحية، وإجراء تعزيز الصحة، وتبادل الخبرات، وتوفير الدعم الاجتماعي، وتعزيز الالتزام بالأدوية. وكانت القدرة على مشاركة وتلقي المعلومات حول فيروس نقص المناعة البشرية هي الفائدة الأكثر شيوعًا لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وكانت التحديات الأكثر شيوعًا تتعلق بالتكنولوجيا.

١٦. **دراسة** Annie Y S Lau (2014)[٣٢]: ناقشت العواقب غير المقصودة لتكنولوجيا المعلومات السريرية (IT) على سلامة المرضى، وقدمت هذه الدراسة مجموعة من مخاوف السلامة للمستهلكين في وسائل التواصل الاجتماعي، مع دراسة حالة على YouTube. وقد قامت الدراسة عن طريق منهج دراسة الحالة لفحص تأثيرات المنصات الاجتماعية في نشر المعلومات الصحية ومخاطرها على الجمهور العام، وأجري مسحٌ

للملخصات حول "معايير الجودة" المتعلقة بـ YouTube. بينت الدراسة الضرر المحتمل المرتبط باستخدام محتوى الوسائط الاجتماعية غير الآمنة على الإنترنت، وأكدت أن هناك حاجة إلى مزيد من الدراسات التجريبية والنظرية لفحص كيفية تأثير وسائل الإعلام الاجتماعية على قرارات وسلوكيات ونتائج صحة المستهلك، واستنباط طرق لردع انتشار التأثيرات الضارة في وسائل التواصل الاجتماعي تقدم هذه المراجعة لمحة عن الضرر المحتمل الذي يمكن أن تلحقه وسائل التواصل الاجتماعي بالمستهلكين عند إساءة استخدامه.

**ثالثًا: الدراسات التي تناولت أزمة كورونا:**

١٧.دراسة Duraisamy,B., Rathinaswamy,J.,&Sengottaiyan (2020 .K,)[٣٣]: بحثت هذه الدراسة في كيفية انتشار المعلومات المغلوطة عبر منصات التواصل الاجتماعي، واستهدفت دراسة منصات التواصل الاجتماعي في المواقف الوبائية مثل تفشي مرض Covid-19، وحاول الباحثون معرفة ما إذا كانت وسائل التواصل الاجتماعي تبلغ أو تضلل الجمهور فيما يتعلق بجائحة Covid-19، وتبني الطريقة الكيفية للدراسة الظاهرية عن طريق استخدام أداة المقابلات المتعمقة لدعم نتائج الدراسة، وتم إجراء مقابلات متعمقة باستخدام سؤال مفتوح مع ١٣ من مستخدمي المنصات الاجتماعية النشطين، الذين يتابعون بشكل متكرر تحديثات الوباء على منصات التواصل الاجتماعي المختلفة. وكشفت الدراسة أنه لا تزال الشبكات الاجتماعية تواجه مشكلة في التعامل مع المعلومات الخاطئة والتعرف عليها، كما رصدت الدراسة دور كل من مركز مكافحة الأمراض والوقاية منها، ومنظمة الصحة العالمية (WHO)، وعدد كبير من منظمات الرعاية الصحية والمجلات بنشر ونشر الوعي

والتوجيه بانتظام عبر مجموعة من المنصات عبر الإنترنت (منظمة الصحة العالمية، ٢٠٢٠). وسائل التواصل الاجتماعي، حيث توفر الأدوات عبر الإنترنت منصات عالمية لنشر المعلومات والمحتوى والآراء، وكذلك تعزيز التفاعلات الاجتماعية بين الأفراد والمنظمات حيث اتخذت منظمة الصحة العالمية من منصة فيسبوك منبر لنشر المعلومات وتقليل الذعر لدي العامة جراء انتشار الشائعات والمعلومات المضللة والسيطرة على حالة الذعر السائدة في ظل أزمة كورونا.

١٨. دراسة (ZUNAIRA, et al. 2020)[٣٤]: سعت عن طريق استخدام المنهج المسحي بشقه التحليلي وعن طريق البحث الكيفي إلى التعرف على دور منصات التواصل الاجتماعي في التعامل مع أزمة كورونا في باكستان وتحديد آثار وسائل الإعلام على عقول الأفراد وكيفية مخاطبة الجمهور أوقات الأزمات، وقامت بإجراء تحليل نقدي لاستراتيجيات التعامل مع تلك الأزمة من خلال فحص وتحليل مقاطع الفيديو والصور والمعلومات المنشورة عبر تلك المنصات تحليلاً كميًا وكيفيًا، وكشفت الدراسة عن الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والبيولوجية والنفسية والمعنوية والروحية والديموغرافية للمبحوثين، وبحثت الأبعاد الاجتماعية والاقتصادية المختلفة التي تؤدي إلى الاعتماد على وسائل الإعلام، وطبيعة مشكلات وسائل الإعلام، والتأثيرات على عقول الأفراد، ودورها في مخاطبة الجمهور واقتراح تدابير لمعالجة المشاكل المتزايدة لقضايا الأمراض الجسدية والنفسية في العصر الحديث. يُنصح باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي باستخدام لغة متطورة ومصقولة وخالية من المعتقدات الدينية والطائفية والإقليمية المنحازة.

١٩. **دراسة عرين عمر الزعبي (٢٠٢٠)**[٣٥]: هدفت إلى معرفة طبيعة تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية الأخبارية لأزمة كورونا العالمية، حيث استخدمت الباحثة في هذه الدارسة المنهج المسحي، ومن خلاله تم توظيف أسلوب مسح الجمهور بالعينة، وقد تم توزيع الاستبانة على عينة قوامها ٢٢٨ مفردة من النخب العربية (سياسيون، أكاديميون، إعلاميون) وفق أسلوب العينة المتاحة، وأظهرت نتائج الدراسة أن غالبية أفراد العينة المبحوثة يتابعون أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية بدرجة كبيرة، ودلت النتائج على أن أفراد النخبة العربية يفضلون متابعة أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية المحلية، كما أشارت النتائج إلى أن التغطية الإخبارية الخاصة تصدرت قائمة الأشكال الإخبارية المفضلة لأفراد النخبة العربية في متابعة أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية.

٢٠. **دراسة الأمين موسي (٢٠٢٠)**[٣٦]: هدفت إلى معرفة الكيفية التي تغطي بها القنوات الفضائية الإخبارية جائحة فيروس كورونا، وقد اختار الباحث عينة عمدية تشمل أربع قنوات وهي: قناة "سي إن إن (CNN)، و"فوكس نيوز(Fox News)"وقناة "العربية"، وقناة "سكاي نيوز عربية". وخلصت الدارسة إلى أن التغطيات الإخبارية لجائحة كورونا، في بعض القنوات الفضائية، كشفت مدى اهتمام الإعلام المعاصر بالجانب الصحي للمجتمع وأهليته لكي يتصدر الأجندة الإعلامية، ونبهت الدراسة إلى أن الإعلام المعاصرة يجب أن تأخذ العبرة من تجربة تغطيتها لجائحة فيروس كورونا، وتعيد النظر في فهمها وتعاطيها مع الإعلام الصحي حتى لا تتكرر مثل هذه الجائحة في عصر تدعي فيه البشرية أنها خطت خطوات متقدمة في النمو والتطور بينما يصعب عليها الاستعداد لمخاطر تهددها منذ القدم.

٢١. **دراسة مرتضى الأمين، خالد عبد الحفيظ حمد (٢٠٢٠)**[٣٧]: سعت إلى الكشف عن إسهامات شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي لدى المجتمع السوداني للوقاية من فيروس كورونا، واعتمدت الدارسة على المنهج الكيفي، وتكون مجتمع الدارسة من الرسائل عن فيروس كورونا المستجد في صفحة فيسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية، أما العينة فهي عينة الحصر الشامل لكل الرسائل في صفحة فيسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية لمدة سبعة أيام تبدأ من يوم ٢٠٢٠/٨/٤ وهي فترة تصاعد جائحة كورونا في السودان، وكشفت الدارسة عن اهتمام صفحة فيسبوك بموقع الوزارة بتعزيز الوعي الصحي بنشر الأخبار المستمرة عن فيروس كورونا، وكذلك نشر رسائل التوعية الصحية بمختلف أشكالها وباستخدام أساليب متنوعة والاعتماد على مصادر مختلفة. وأوصت الدارسة بالمحافظة على استمرارية نشر الأخبار عن الفيروس والاستفادة من تفاعل الجمهور مع هذه الرسائل والتشجيع على مشاركتها لرسائل الصورة الثابتة لعدم فعاليتها في التوعية الصحية.

٢٢. **دراسة وليد محمد عبد الحليم عاشور (٢٠٢٠)**[٣٨]: هدفت إلى البحث في مستوى الوعي لتأثير وسائل الإعلام في التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا المستجد، وذلك من خلال إلقاء الضوء على مدى إسهام الوسائل الإعلامية في التنبؤ وزيادة الوعي لمواجهة فيروس كورونا والكشف عن الفروق المرتبطة بمتغير السن في درجات الوعي لمواجهة فيروس كورونا إعلاميا واستخدمت نظريات تأثير وسائل الإعلام كإطار نظري للدراسة، واعتمدت الدارسة الحالية على منهج المسح واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات مطبقة على ٥٠٠ مفردة، وتوصلت إلى أن تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لم يختلف طبقًا لمحل الإقامة (ريف/ حضر)

أو على مستوى النوع (ذكر/ أنثي) وهو ما يؤكد على قوة التأثير لوسائل الإعلام في ظل الحجر المنزلي والتباعد الاجتماعي لمواجهة الفيروس، كما أكدت الدارسة على وجود علاقة دالة إحصائيًا بين تأثير وسائل الإعلام ووعي الأسر بكيفية مواجهة فيروس كورونا، وظهر ذلك التأثير في ضوء المصابين بالفيروس أو أسر المصابين أو الطاقم المعالج للفيروس وأهمية التعقيم والنظافة واتباع السلوكيات المثلى في التعامل مع الفيروس.

٢٣. **دراسة مسعودة فلوس، الخنساء تومي (٢٠٢٠)**[٣٩]: هدفت إلى البحث والتقصي حول موضوع الإعلام الجديد وماهيته وأهم خصائصه وأنواعه والكشف عن مجالات تأثيره بالنسبة للفرد والمجتمع، بالإضافة إلى مفهوم الصحة النفسية وأبرز قيمها ومبادئها التي تدعمها، وتوضيح العلاقة القائمة بين هذين المصطلحين باعتبار أن الإعلام الجديد يهدد الصحة النفسية للأفارد داخل المجتمعات جراء ظرف صحي حتمي أصاب أغلب شعوب العالم ألا وهو فيروس كورونا المستجد، حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره الأنسب لموضوع الدارسة ومن شأنه تحليل الوضع الارهن وما يعانيه الأفارد من خوف وقلق وتوتر نتيجة البرامج الإعلامية المختلفة.

٢٤. **دراسة محمد محمد عبد ربه المغي (٢٠٢٠)**[٤٠]: هدفت إلى دراسة السياسات الإعلامية ودورها في الحد من مخاطر تفشي فيروس كورونا، واستخدم الباحث المنهج الوصفي والحدسي الذي يعتمد على خبرات الباحث، وخلصت الدارسة إلى أن هناك حاجة لتحليل السياسات والاستراتيجيات الإعلامية في التعامل مع فيروس كورونا وما صاحب ذلك من إجراءات إعلامية وتوعوية، وكذلك أهمية الإعلام التفاعلي والاجتماعي في تواصل العمل والأنشطة البشرية في أماكن الحجر الصحي واستدامة

التعليم الإلكتروني، لذا لا بد من إعادة رسم مسار السياسات الإعلامية للتعايش الآمن مع الفيروس.

٢٥. **دراسة عيشة علة (٢٠٢٠)**[٤١]: هدف إلى التحقق من إمكانية التنبؤ بدور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس كورونا في الجزائر، وأيضًا طبيعة الفروق حسب المتغيرات الديموغرافية التالية: (النوع؛ الفئات العمرية – المهنة)، وتكونت العينة من ١٤٠ مفردة، وقد شملت أدوات الدراسة مقياس دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي في ظل انتشار فيروس كورونا، وتم الاعتماد على المنهج الوصفي، وقد أسفرت النتائج عن أنه يمكن التنبؤ بالدور الإيجابي لوسائل الإعلام الجديد وسائل في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس كورونا في الجزائر، وهناك فروق دالة إحصائيًا عند مستوى ٠.٠٥ في متوسط درجات دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس كورونا في الجزائر تعزي لمتغير المهنة، وأنه ليس هناك فروق دالة إحصائيًا عند مستوى ٠.٠٥ في متوسط درجات دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس كورونا في الجزائر تعزى لمتغيري الجنس والفئات العمرية.

٢٦. **دراسة** Jad Ouaidatm, Mahmoud Mohamed (2020)[٤٢]: هدفت إلى التعرف على تفاعل المبحوثين مع طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر بصفحتي قناة "المملكة الأردنية"، وقناة France24 عربي"، واستخدمت المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة كأداة لجمع البيانات، وتكونت العينة الميدانية من٤٠٠ مفردة، من طلاب جامعتي (القاهرة –

المنيا) من متابعي طرق الوقاية من فيروس كورونا عبر قناة المملكة المتحدة وقناة France24 عربي، وتوصلت إلى عدة نتائج كان من أهمها أنه كلما كان العمر أصغر، زاد الاهتمام بمتابعة أساليب الوقاية من فيروس نقص المناعة البشرية ومتابعتها يتضح من النتائج السابقة: فئة "البكالوريوس"، والدراسات العليا هي الفئة الأكثر احتمالية للمتابعة والتفاعل مع طرق الوقاية من فيروس كورونا في صفحتي قناة "المملكة الأردنية" و"فرانس ٢٤ العربية"، فكلما زادت المتابعة، زاد التفاعل، وأن الفئة "الحضرية" هي الأكثر احتمالاً لمتابعة والتفاعل مع طرق الوقاية من فيروس كورونا، وهذا لأن المناطق الحضرية لديها كثافة سكانية أعلى من الريف.

٢٧. **دراسة نادية محمد عبد الحافظ (٢٠٢٠)**[٤٣]: هدفت إلى رصد وتحليل وتفسير اتجاهات الجمهور المصري نحو المعالجة الإعلامية لجائحة فيروس كورونا المستجد وتقييمه لقرارات مكافحة فيروس كورونا المستجد، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي وأداة الاستبانة لجمع المعلومات، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: أن موقع اليوم السابع من أهم المواقع الإخبارية التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها على الفيسبوك، وأوصت الدراسة باستخدام أساليب معالجة ذات طابع تفسيري تحليلي واستقصائي وحواري قادر على تقديم رؤية متكاملة ومتوازنة لأزمة كورونا

٢٨. **دراسة Rajvikram Madurai Elavarasan (2020)**[٤٤]: هدفت إلى التعرف على الإستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في مواجهة جائحة فيروس كورونا، بالإضافة إلى التعرف على التقنيات التكنولوجية التي تمت الاستعانة بها في التواصل مع الجماهير المتنوعة للوقاية من انتشار

الفيروس، واعتمد الباحث على منهج المسح، حيث قام باختيار عينة مكونة من ٨٥٦ من مناطق متعددة في دولة الهند عن طريق استمارة الاستقصاء التي تم إرسالها عبر الإنترنت، وكانت أهم النتائج: اتجاه منظمة الصحة العالمية والمسؤول الأول عن الصحة في العالم إلى استخدام إستراتيجية الصدمة، وذلك بهدف التعرف على حجم الكارثة التي أحدثها الفيروس بغرض بثّ حالة من الخوف الاحترازي الذي يمنع الجمهور من القيام بالعادات اليومية التي قد تؤدي إلى زيادة تفشي الفيروس، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة المتمثلة في الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي كانت العامل الأبرز في نشر الوعي بين الجماهير، وإمداهم بتطور الوضع فيما يتعلق بانتشار فيروس كورونا، الأمرالذي أسهم في الحد من انتشار فيروس كورونا في دولة ذات كثافة سكانية عالية مثل الهند.

٢٩. **دراسة ريهام مرزوق عبدالدايم (٢٠٢٠)**[٤٥]: هدفت إلى رصد كيفية معالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الحكومية والخاصة لأزمة فيروس كورونا المستجد، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتمثلت عينة الدراسة في القناة الأولى المصرية، وقناة ON TV وذلك من خلال تحليل محتوى عينة من البرامج الحوارية متمثلة في برنامج التاسعة على القناة الأولى وبرنامج كل يوم على قناة ON TV، وتوصلت الدراسة إلى أن القناة الأولى المصرية جاءت في الترتيب الأول من حيث إجمالي زمن الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا، تليها قناة ON TV، وجاءت الإجراءات الاحترازية في المرتبة الأولى من حيث أبرز الموضوعات المرتبطة بأزمة فيروس كورونا بنسبة بلغت ٢٦.٢%، تليها توجيهات وإرشادات بنسبة ١٤.٩%، ثم دعم الطاقم الطبي والمستشفيات

بنسبة١١.٠% ، يليه دعم الأفراد والقطاعات المتضررة بنسبة ٩.٩ %، كما تصدرت فئة إيجابي المرتبة الأولى من حيث اتجاه معالجة الموضوعات المتعلقة بأزمة فيروس كورونا، وذلك بنسبة٦٢.٧ %، تليها فئة سلبي بنسبة بلغت١٨.٩% وتلاها محايد بنسبة بلغت ١٨.٤%.

٣٠.**دراسة Han Woo Park et al (2020)**[٤٦]: هدفت إلى رصد وكشف دور الشبكات في التعرف على المعلومات والسلوكيات في مشاركة الأخبار المتعلقة بفيروس كورونا على تويتر في كوريا، ويمكن أن يعمل تجميع بيانات وسائل التواصل الاجتماعي في الوقت الفعلى كنقطة انطلاق لتصميم الرسائل الإستراتيجية للحملات الصحية، وإنشاء نظام اتصال فعال خلال هذه الرسائل الإستراتيجية للحملات الصحية، وإنشاء نظام اتصال فعال خلال هذه هذه الجائحة، واستخدم الباحثون المنهج الوصفي، وتم جمع بيانات Twitter ذات الصلة بكوفيد-١٩ في ٢٩ فبراير ٢٠٢٠، وكانت العينة النهائية ٨٣٢،٤٣ مستخدمًا و٢٣٣،٧٨ تغريدة على تويتر، وأجرى الباحثون تحليلاً لمحتوى الأطر الإخبارية المستخدمة في المصادر المشتركة الأعلى، وأظهرت نتائج الدراسة الانتشار السريع للمعلومات عبر الشبكات والمواقع الاجتماعية المختلفة، وسلطت العديد من المواد الإخبارية الضوء على الأدوار الإيجابية التي يؤديها الأفراد والجماعات، لتوجيه انتباه القراء إلى الأزمة، وظهور الإطار الترفيهي الذي يبرز تبرعات المشاهير في كثير من الأحيان، وكانت أطر الأخبار المستخدمة في المصادر العليا متشابهة عبر الشبكات محل الدراسة، وأن التغريدات التي تحتوي على مقالات إخبارية ذات إطار طبي كانت أكثر شيوعًا من التغريدات التي تضمنت مقالات إخبارية تعتمد أطر غير طبية.

٣١.**دراسة** (Roy, D., Tripathy (2020[٤٧]: هدفت إلى تحديد المعرفة والاتجاهات واحتياجات الرعاية الصحية المتصوّرة لدى الهنود خلال جائحة فيروس كورونا، واعتمدت الدراسة على استبانة نشرت عبر الإنترنت شملت ٦٢٢ مفردة، وأظهرت النتائج أن المستجيبين كان لديهم مستوى معتدل من المعرفة حول عدوى فيروس كورونا ومعرفة كافية حول جوانبها الوقائية، وأظهر الموقف تجاه فيروس كورونا رغبة المبحوثين في اتباع المبادئ التوجيهية الحكومية بشأن الحجر الصحي والتباعد الاجتماعي، وكانت هناك مستويات عالية من القلق وصعوبات في النوم ومخاوف متزايدة من العدوى بفيروس كورونا، وكان أكثر من ٨٠٪ من الأشخاص منشغلين بأخبار عن فيروس كورونا، وأفاد ٧٢ ٪ بالحاجة إلى استخدام القفازات والمطهرات، وأشارت الدراسة إلى أنَّ هناك حاجة إلى تكثيف الوعي ومعالجة قضايا الصحة النفسية لدى أكثر من ٨٠ ٪ من المشاركين.

**التعليق على الدراسات السابقة:**

- أظهرت الدراسات السابقة أن المدارس العربية والأجنبية مهتمة بالتفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة للسماح للمستخدم بالتفاعل مع المحتوى الإعلامي المقدم من خلالها.
- تباينت الدراسات السابقة في إجراءاتها المنهجية من حيث الأهمية والأهداف والعينة والمناهج والأدوات المستخدمة لجمع المعلومات والنتائج؛ حيث شكلت النتائج الأساس العلمي الذي استندت إليه الدراسة الحالية في محاولة للبناء عليها لتوفير إضافة علمية.
- أجمعت أغلب الدراسات السابقة على استخدام المنهج الوصفي كمنهج للتحقق من أهداف وفروض الدراسة، وأفادت الباحثة من ذلك في تحديد المنهج

المناسب للدراسة الحالية، لذا تتفق هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في اختيار المنهج البحثي.

**أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:**

- ساعدت الدراسات السابقة الدراسة الحالية في صياغة مشكلة الدراسة وبلورتها بشكل دقيق وفي تحديد الإطار المناسب للدراسة وصياغة الفروض والوقوف على النقاط التي لم تتناولها الدراسات السابقة.
- أكدت الدراسات السابقة التي تناولت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كإطار نظري على أهمية وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضايا المختلفة ومدى اعتمادهم عليها في الحصول على المعلومات الثقافية والاجتماعية والسياسية ويزداد تعرض الجمهور للوسيلة كلما زادت درجة الثقة في هذه الوسيلة.
- ساعدت الدراسات السابقة في تحليل نتائج الدراسة وإثبات الفروض ومقارنة النتائج بنتائج الدراسات السابقة.

## مشكلة الدراسة:

تسعى الدراسة إلى التعرف على درجة اعتماد الجمهور المصري على موقع وزارة الصحة المصرية على موقع فيسبوك أثناء الأزمات، وأسباب هذا الاعتماد ودوافعه والتأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية المترتبة على هذا الاعتماد، والتعرف على التأثيرات الاتصالية الناتجة عن التعرض لصفحة وزارة الصحة على موقع فيسبوك، وتتحدد مشكلة الدراسة بشكل أساسي في (اعتماد الجمهورالمصري على صفحة وزارة الصحة على الفيسبوك أثناء أزمة كورونا وتأثيرها الاتصالي ( دراسة ميدانية)

## أهمية الدراسة:

- تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع الذي تتناوله، حيث يعتبر موضوع الاعتماد على وسائل الإعلام المعلومات في وقت الأزمات الصحية من أهم الموضوعات التي يمكن أن تتناولها البحوث الإعلامية في الوقت الحالى؛ حيث تعتبر جائحة كورونا وما نجم عنها من آثار اجتماعية ونفسية وسياسية من أهم الموضوعات التي يمكن مناقشتها حاليًا.
- تعاظم دور الإعلام الرسمي كأحد العناصر الأساسية لتعزيز جهود الدولة وقت الأزمات، فهو حلقة الوصل الفعالة بين الحكومة والجمهور، يتمثل دوره في خدمة الوطن، من خلال المتابعة المستمرة لطبيعة الإجراءات الوقائية المتخذة ونقلها للمواطنين برسالة واضحة وبسيطة تمكنهم من الإحاطة بكل أبعاد هذه الأزمة.
- أهمية التعرف على مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الجمهور المصري في الحصول على المعلومات وقت الأزمات خاصة في ضوء ازدياد فاعلية الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك كمصدر للأخبار.
- أهمية الكشف عن علاقة الجمهور المصري بالمعلومات الصحية التي تقدمها وزارة الصحة عبر صفحتها على الفيسبوك وبيان تأثيرها كمصدر للمعلومات الصحية حول فيروس كورونا.
- إظهار دور صفحة وزارة الصحة في التوعية الصحية عن مرض كورونا.
- تكمن أهمية الدراسة كونها تبحث في ظاهرة متطورة ومتنامية بسرعة كبيرة وهي مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث إن إقبال الجمهور عليها في ازدياد مستمر في المجتمع المصري.

- تعد الدراسة اختبارًا لفروض مدخل الاعتماد على وسائل الإعـــلام ونمـــوذج الاستخدامات والتأثيرات بالتطبيق على صفحة وزارة الصحة في مصر.

## أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف على النحو التالي:

١. معرفة درجة اعتماد الجمهور المصري على مواقع وزارة الصـــحة للتـــزود بالأخبار والمعلومات ومعرفة طبيعة المعلومات التي يبحث عنها الجمهـــور المصري الخاصة بأزمة كورونا.
٢. التعرف على طبيعة وحجم استخدام الجمهور المصري للمعلومـــات المتاحـــة على صفحة الوزارة عن أزمة كورونا.
٣. الكشف عن دوافع تعرض الجمهور المصري لصفحة وزارة الصـــحة وقـــت أزمة كورونا.
٤. التعرف على التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على التعرض لصفحة وزارة الصحة على الفسيبوك أثناء أزمة كورونا.
٥. التعرف على النشاط الداعم للجمهور المصري في الحصول على المعلومـــات حول أزمة كورونا من خلال التعرض لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك.
٦. التعرف على النشاط المعيق للجمهور المصري في الحصول على المعلومات حول أزمة كورونا من خلال التعرض لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك.
٧. الكشف عن التأثيرات الاتصالية الناتجة عن تعـــرض الجمهـــور المصـــري لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك.
٨. التعرف على العلاقة بين دوافع استخدام الجمهورالمصري (الطقوسية–الهادفة) لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك وأنماط النشاط (الداعم والمعيق) لهم في الجصول على المعلومات عن أزمة كورونا.

٩. التعرف على العلاقة بين التأثيرات الاتصالية (الرضا-التفاعل الإيجابي-الواقعية) الناتجة عن التعرض لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك والحصول على المعلومات عن أزمة كورونا.

١٠. التعرف على مقترحات الجمهور لتطوير صفحة وزارة الصحة على موقع فسيبوك.

## تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن مجموعة من التساؤلات تتمثل فيما يلي:

٢- ما متوسط الساعات التي يقضيها المبحوثون يوميًا على مواقع التواصل الاجتماعي؟

٣- ما المواقع التي يقضون عليها غالبية وقتهم؟

٤- ما المواقع والصفحات المتخصصة في الجانب الصحي وتفضل العينة البحثية تصفحها؟

٥- ما مدى حرص المبحوثين على الاطلاع على صفحة وزارة الصحة على الفيسبوك؟

٦- ما درجة اعتماد المبحوثين على صفحة وزارة الصحة أثناء الأزمات وما أسباب الاعتماد أو عدم الاعتماد عليها كمصدر للحصول على المعلومات عن فيروس كورونا؟

٧- ما أهم الموضوعات التي يفضلون تصفحها عبر صفحة وزارة الصحة؟

٨- ما دوافع استخدام المبحوثين لصفحة وزارة الصحة؟

٩- إلى أي مدى تحقق صفحة وزارة الصحة رغبة المبحوثين في الحصول على معلومات عن أزمة كورونا؟

١٠- ما اتجاه المبحوثين نحو صفحة وزارة الصحة أثناء أزمة كورونا؟

١١- ما طبيعة تعامل المبحوثين مع منشورات صفحة وزارة الصحة؟

١٢- ما مدى ثقة المبحوثين في الأخبار المنشورة على صفحة وزارة الصحة فيما يخص أزمة كورونا؟

١٣- ما أسباب الثقة أو عدم الثقة في الأخبار المنشورة على صفحة وزارة الصحة أثناء أزمة كورونا؟

١٤- ما العوامل التي تحدد ثقة المبحوثين في صفحة وزارة الصحة أثناء أزمة كورونا؟

١٥- ما أهم الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن التعرض لصفحة وزارة الصحة أثناء أزمة كورونا؟

١٦- ما النشاط الداعم للجمهور المصري في الحصول على المعلومات عن أزمة كورونا من خلال التعرض لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك؟

١٧- ما النشاط الداعم للجمهور المصري في الحصول على الأخبار عن أزمة كورونا من خلال التعرض لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك؟

١٨- ما النشاط المعيق للجمهور المصري في الحصول على الأخبار عن أزمة كورونا من خلال التعرض لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك؟

١٩- ما أهم التأثيرات الاتصالية الناتجة عن تعرض الجمهور للمعلومات عن أزمة كورونا عبر صفحة وزارة الصحة على الفيسبوك؟

٢٠- ما أهم جوانب القصور في صفحة وزارة الصخة أثناء أزمة كورونا؟

٢١- ما مقترحات المبحوثين لتحسين صفحة وزارة الصحة؟

## فروض الدراسة:

١. توجد علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين كثافة تعرض المبحوثين لصفحة وزارة الصحة أثناء الأزمات واتجاهاتهم نحوها .
٢. هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين اعتماد عينة الدراسة على صفحة وزارة الصحة على الفيسبوك وثقتهم فيها.
٣. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك وتصديقم للأخبار المنشورة عليها.
٤. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات اعتماد عينة الدراسة على صفحة وزارة الصحة على الفيسبوك كمصدر أساسي في الحصول على الأخبار والمعلومات عن فيروس كورونا وبين المتغيرات الديموجرافية المتمثلة في (النوع- السن-المؤهل التعليمي-المستوى الاقتصادي الاجتماعي).
٥. توجد علاقة ذات دلالة إحصائيًا بين دوافع استخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك وأنماط النشاط الداعم لهم في الحصول عن المعلومات عن أزمة كورونا.
٦. توجد علاقة ذات دلالة إحصائيًا بين دوافع استخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك وأنماط النشاط المعيق لهم في الحصول على المعلومات عن أزمة كورونا.
٧. توجد علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين دوافع اعتماد العينة البحثية على صفحة وزارة الصحة على الفيسبوك (الطقوسية- الهادفة) والتأثيرات (المعرفية – الوجدانية – السلوكية) المترتبة على هذا الاعتماد.

٨. توجد علاقة ذات دلالة إحصائيًا بين أنماط النشاط الداعم والمعيق في الحصول على المعلومات والتأثيرات الاتصالية (الرضا- التفاعل الاجتماعي- الواقعية) الناتجة عن التعرض لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك.

## الإجراءات المنهجية للدراسة:

**حدود الدراسة:**

**الحدود المكانية:** يقتصر تطبيق هذه الدراسة على محافظة القاهرة.

**الحدود الزمانية:** امتدت الدراسة الميدانية من ١ أبريل إلى ٣٠ يونيو ٢٠٢٠.

**الحدود البشرية:** شملت عينة الدراسة ٤٠٠ مفردة من الذكور والإناث من سن ١٨ عامًا فأكثر.

## نوع الدراسة:

تدخل هذه الدارسة في إطار البحوث الوصفية، التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، ودراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة، أو الموقف، أو مجموعة من الأحداث، بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، دون الدخول في أسبابها، أو التحكم فيها، بالإضافة إلى تقدير عدد مرات تكرار حدوث ضاهرة معينة، ومدى ارتباطها بظاهرة أو مجموعة أخرى من الظواهر[٤٨].

## منهج الدراسة:

فى إطار المشكلة البحثية التي تعالجها الدراسة، فقد اعتمدت على منهج المسح والذى يعد أكثر المناهج ملاءمة لأغراض الدراسة.

## مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في فئة الجمهورالمصري بدءًا من سن ١٨ سنة من الذكور والإناث ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع فيسبوك، ومن مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة.

## عينة الدراسة:

تم إجراء الدراسة على عينة عمدية قوامها ٤٠٠ مفردة من الجمهور المصري في المرحلة العمرية بدءاً من ١٨سنة، مقسمة ما بين الذكور والإناث بواقع (٢٠٠) مفردة لكلٍّ منهم،**على أن يتوافرَ في المبحوث شرطُ استخدامه لموقع فيسبوك حتى يتمكن من ملءِ الاستمارة.**

- تم تطبيق الدراسة الميدانية في أماكنَ سكنيةٍ مختلفة في مدينة القاهرة تتفاوت فيها الأحياءُ من حيث المستوى الاجتماعي والاقتصادي للسكان.
- اشتملت عينةُ الدراسة على تخصصاتٍ مهنية مختلفة وكذلك مستويات تعليمية وفئاتٍ عُمرية متباينة.

## وصف عينة الدراسة:

جدول رقم (١) يوضح البيانات الأساسية لعينة الدراسة

| البيانات الشخصية | | الإجمالي | |
|---|---|---|---|
| | | ك | % |
| النوع | ذكور | 200 | 50.0 |
| | اناث | 200 | 50.0 |
| | **الإجمالي** | **400** | **100.0** |
| السن | من ١٨سنة – أقل من ٣٨ سنة | 305 | 76.3 |
| | من ٣٨ سنة – أقل من ٤٨ سنة | 63 | ١٥.٧ |
| | من ٤٨ سنة – أقل من ٥٨ سنة | 26 | 6.5 |
| | من ٥٨ سنة فأكثر | 6 | 1.5 |
| | **الإجمالي** | **400** | **100.0** |
| مستوى التعليم | متوسط | 29 | 7.3 |
| | جامعي | 282 | 70.5 |
| | دراسات عليا | 89 | ٢٢.٢ |
| | **الإجمالي** | **400** | **100.0** |
| مستوى الدخل الشهري | أقل من ٢٠٠٠ جنيه | 139 | ٣٤.٧ |
| | 2000 جنيه – أقل من ٦٠٠٠ جنيه | 139 | ٣٤.٧ |
| | 6000 جنيه - أقل من ١٠٠٠٠ جنيه | 47 | 11.8 |
| | 10000جنيه فأكثر | 75 | 18.8 |
| | **الإجمالي** | **400** | **100.0** |
| الحالة الوظيفية | طالب | 103 | 25.8 |
| | قطاع حكومي | 48 | 12.0 |
| | قطاع خاص | 142 | 35.5 |
| | لا يعمل | 83 | 20.8 |
| | أعمال حرة | 24 | 6.0 |
| | **الإجمالي** | **400** | **100.0** |

| | | | |
|---|---|---|---|
| هل سبق لك السفر للخارج؟ | نعم | 177 | 44.3 |
| | لا | 223 | ٥٥.٧ |
| | الإجمالي | **400** | **100.0** |
| ما سبب السفر | الدراسة | 36 | 20.3 |
| | العمل | 56 | 31.6 |
| | السياحة | 98 | 55.4 |
| | مهمة خاصة مؤتمر – اجتماع – تدريب. | 36 | 20.3 |
| | الإجمالي | **177** | |
| ملكية السكن | إيجار | 94 | 23.5 |
| | تمليك | 286 | 71.5 |
| | فيلا | 20 | 5.0 |
| | الإجمالي | **400** | **100.0** |
| المنطقة التي تسكن بها | حي راقي | 143 | 35.8 |
| | حي متوسط | 226 | 56.5 |
| | حي شعبي | 31 | 7.8 |
| | الإجمالي | **400** | **100.0** |
| هل أنت عضو فى نادى رياضى؟ | نعم | 126 | 31.5 |
| | لا | 274 | 68.5 |
| | الإجمالي | **400** | **100.0** |
| تصنيف النادى التي ينتمى له عينة الدراسة | شعبي | 34 | 27.0 |
| | متوسط | 41 | 32.5 |
| | راقي | 51 | 40.5 |
| | الإجمالي | **126** | **100** |

الجدول رقم (١) يوضح البيانات الأساسية لعينة الدراسة من الجمهور المصري، وبتحليل بياناته يتبيّن أن العينة تتكون من ٤٠٠ مفردة مقسمة بالتساوي ما بين الذكور والإناث (٢٠٠) مفردة لكلٍّ منهم، وموزعة على ستة أماكن ما بين مناطق راقية (مصر الجديدة– م.نصر) ومنطقة متوسطة (الزيتون–سراي القبة) ومنطقة شعبية (المطرية– عين شمس) بواقع ١٠٠ مفردة لكل منها، وتشير البيانات إلى أن ٧٦.٣% من أفراد العينة من سن يتراوح بين ١٨سنة – أقل من ٣٨ سنة، تلاها بنسبة

بلغت ١٥.٧% الأعمار من ٣٨ سنة – أقل من ٤٨ سنة، ثم جاءت نسبة ٦.٥% من العينة في الأعمار من ٤٨ سنة – أقل من٥٨ سنة، وأخيرًا جاء السن من ٥٨ سنة فأكثر بنسبة بلغت١.٥%.

أما فيما يتعلق بالمستوى التعليمي، فقد جاء المؤهل الجامعي بنسبة بلغت ٧٠.٥%، تلته الدراسات العليا بنسبة بلغت ٢٢.٢%، ثم التعليم المتوسط بنسبة بلغت ٧.٣%، وهو ما يعكس ارتفاع المستوى التعليمي للمبحوثات.

وفيما يتعلق بمتوسط الدخل الشهري للأسرة جاء في المرتبة الأولى كلٌّ من أصحاب الدخل الأقل من ٢٠٠٠ جنيه وأصحاب الدخل من ٢٠٠٠ جنيه – أقل من ٦٠٠٠ جنيه بنسبة ٣٤.٧%، تلاهم بنسبة ١٨.٨% أصحاب الدخل ١٠٠٠٠ جنيه فأكثر، وأخيرًا جاء بنسبة بلغت ١١.٨% أصحاب الدخل من ٦٠٠٠ جنيه – أقل من ١٠٠٠٠ جنيه.

وفيما يتعلق بالحالة الوظيفية جاءت أعلى نسبة للقطاع الخاص بنسبة بلغت٣٥.٥%، تلتها الطلاب بنسبة بلغت ٢٥.٨%، ثم بدون عمل بنسبة ٢٠.٨%، ثم القطاع الحكومية بنسبة بلغت ١٢% وأخيرًا الأعمال الحرة بنسبة ٦%.

وفيما يتعلق بالسفر للخارج فقد أكد ٥٥.٧% من أفراد العينة البحثية أنهم لم يسبق لهم السفر للخارج، بينما ٤٤.٣% سبق لهم السفر للخارج، وحول أسباب سفر من سبق لهم السفر للخارج أكد ٥٥.٤% من أفراد العينة البحثية أن سبب السفر هو السياحة، تلتها بنسبة ٣١.٦% أن سبب السفر هو العمل، ثم تساوى كلٌّ من (مهمة خاصة مؤتمر – اجتماع – تدريب) والدراسة بنسبة ٢٠.٣%.

أما فيما يتعلق بملكية السكن فجاءت في المرتبة الأولى شقة تمليك بنسبة بلغت ٧١.٥%، وثم شقة إيجار في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢٣.٥% وجاءت أخيرًا فيلا بنسبة بلغت ٥%.

وفيما يتعلق بالمنطقة التي تسكن بها العينة البحثية جاء في المرتبة الأولى حي متوسط بنسبة بلغت ٥٦.٥%، تلاه في المرتبة الثانية حي راقي بنسبة ٣٥.٨%، وجاء أخيرًا حي شعبي بنسبة بلغت ٧.٨%.

أمّا عن العضوية في النادي فقد شكّلت نسبة المبحوثين غير الأعضاء في أحد النوادي ٦٨.٥%، تلاهم أصحاب الاشتراك في أحد النوادي بنسبة بلغت ٣١.٥%، وفيما يتعلق بتصنيف النادي التي ينتمي له عينة الدراسة جاء نادي راقي بنسبة بلغت ٤٠.٥%، تلاه نادي متوسط ٣٢.٥%، وجاء أخيرا نادي شعبي بنسبة بلغت ٢٧%.

**ثانيًا: أدوات جمع البيانات:**

تتحدد أدوات جمع البيانات التى اعتمدت عليها الدراسة محل البحث فى استمارة الاستبيان، حيث قامت الباحثة بتصميم استمارة استبيان حرصت من خلالها على تحقيق كافة أهداف الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها، والتحقق من فروضها، وذلك من خلال مجموعة متنوعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة والمقاييس المختلفة.

**ثالثًا: اختباريا الصدق والثبات:**

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

- **اختبار الصدق** (Validity): ويعنى الصدق الظاهري صدق المقياس المستخدم ودقته فى قياس المتغير النظري أو المفهوم المراد قياسه، وللتحقق من صدق المقياس المستخدم فى البحث، تم القيام بعرض البيانات (صحيفة الاستبيان) على مجموعة من الخبراء والمتخصصين فى مناهج البحث والإعلام والإحصاء.

- **اختبار الثبات (Reliability):** ويقصد به الوصول إلى اتفاق متوازن في النتائج بين الباحثين عند استخدامهم لنفس الأسس والأساليب بالتطبيق على نفس المادة الإعلامية، أى محاولة الباحثة تخفيض نسب التباين لأقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التى تؤدي لظهوره فى كل مرحلة من مراحل البحث، وهو ما تم على النحو التالي:

قامت الباحثة بتطبيق اختبار الثبات على عينة تمثل ١٠% من العينة الأصلية بعد تحكيم صحيفة الاستبيان، ثم أعادت تطبيق الاختبار مرة ثانية على عينة ٥% من المبحوثين بعد إسبوعين من الاختبار الأول، والذى وصل إلى ٩٢.٨%، مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق وتعميم النتائج.

**رابعًا: التحليل الإحصائي للبيانات:**

**قامت الباحثة بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة فى الدراسة الحالية فى كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار فى قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥% فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠.٠٥ فأقل.**

## الأساليب الإحصائية المستخدمة:

**أولاً: المقاييس الوصفية:**

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي.
- الانحراف المعياري، وهو الذي يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي.

- الوزن النسبى الذي يحسب من المعادلة: (المتوسط الحسابي x 100) ÷ الدرجة العظمى للعبارة.

**ثانياً: الاختبارات الإحصائية:**

- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) .
- كا$^{٢}$ (Chi square) اختبار استقلالية العبارة، ويستخدم لدراسة معنوية الفروق بين مجموعات المتغيرات الاسمية.
- تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA

**ثالثاً: معاملات الارتباط** Correlation

- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)

## التعريفات الاجرائية لمصطلحات الدراسة:

- **كورونا:** هي مجموعة كبيرة من الفيروسات التي تسبب المرض في الحيوانات والبشر وتعرف بالتهابات الجهاز التنفسي التي تتراوح من نزلات البرد إلى الأمراض الأكثر خطورة مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية ومتلازمة الجهاز التنفسي الحادة (سارس)[٤٩].
- **الأزمة:** يعرفها Ki.E&Nekmat[٥٠] أنها موقف معقد ومتشابك يواجه متخذ القرار في أحد كياناته (دولة، منظمة، مؤسسة) فيفقده القدرة على السيطرة.. **وتعريف الأزمة إجرائيًا:** هي موقف أو أحداث طارئة قد تكون حوادث طبيعية أو من صنع البشر أو مشكلات أو أزمات إدارية ...إلخ، وهذه الأزمات تواجه المؤسسة وتتطلب اتخاذ عدة إجراءات ومسئوليات إدارية واتصالية وفنية تختلف على حسب درجة وشدة الحدث وامتداد تأثيره، والاستجابة المطلوبة،

وأنها كذلك تتميز بأنها أحداث غير معتادة ومتوقعة في إمكانية حدوثها نتيجة الاطلاع اليومي على الأحداث ومجريات الأمور المتعلقة بنشاط المؤسسة إلاّ أنها مفاجئة في توقيت وزمن حدوثها.

- **الجمهور** Audience: تجمع مؤقت لأناس يتواجدون في المكان نفسه وفي الوقت نفسه يستجيبون معا لمسألة تهمهم ويشاركون في رد فعل واحد[٥١].. **ويعرف الجمهور إجرائيًا:** بأنه جماعة من الناس تتميز عن غيرها بتصرفات خاصة كما يرتبط أفرادها بروابط معينة وكلما ازدادت هذه الروابط توثقًا كانت الجماعة أكثر تجانسًا، والجمهور بصفة عامة هم جماعة من الناس قد تكون جماعة صغيرة في بعض الأحيان إلاّ أنها في غالب الأمر جماعة كبيرة، وفي كلتا الحالتين تجمعهم مواقف معينة يتأثرون بها ويؤثرون فيها.

## النتائج العامة للدراسة:

**أولاً: الإجابة عن تساؤلات الدراسة:**

نتناول فى هذا الجزء من الدراسة الإجابة عن تساؤلات الدراسة المحددة سلفًا، والتى تمت الإجابة عنها من خلال تطبيق استمارة الاستبيان على عينة من المبحوثين، وذلك على النحو التالي:

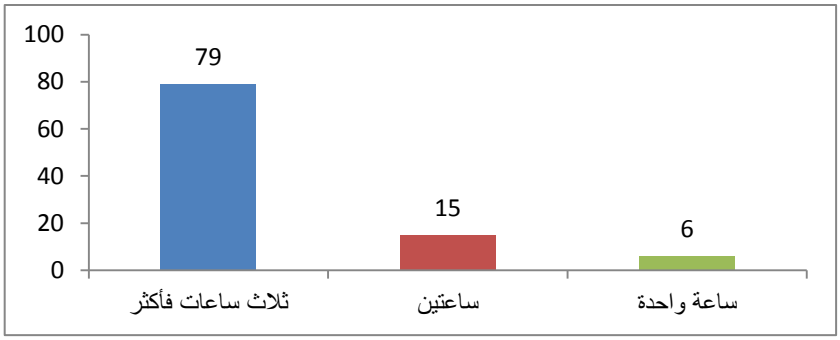
**جدول رقم (٢) يوضح مدى حرص العينة على التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي**

| تعرض عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي | ك | % |
|---|---|---|
| **دائمًا** | 369 | 92.3 |
| **أحيانًا** | 27 | 6.8 |
| **نادرًا** | 4 | 1.0 |
| **الإجمالي** | 400 | 100.0 |
| **كا$^2$: ٦٢٦.٧٩٥ درجة الحرية: ٢ مستوى المعنوية : ٠.٠٠٠ دال** | | |

يتبيّن من الجدول رقم (٢) أن ٩٢.٣% من أفراد العينة البحثية كانوا حريصين (دائمًا) على التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وهي من أكثر الوسائل تفاعلية، وتسهم في نقل وتبادل الأخبار والمعلومات بين المؤسسات الإعلامية والجمهور وبين الجمهور نفسه من جهة أخرى، وقد وضعت الكثير من المؤسسات الإعلامية والرسمية روابط لها على مواقع التواصل بما يسهل عمليات نقل وتبادل المعلومات، وأشهرها فيسبوك، واتس آب، سناب شات، تيلجرام، تويتر[٥٢]، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Kyungeun Jang & Young Min Baek[٥٣] التي أكدت أن مواقع التواصل الاجتماعي حظيت بالنسبة الأكبر من اهتمام المبحوثين لمتابعة الأخبار

الخاصة بالفيروس من خلالها، تلاها (أحياناً) بنسبة بلغت٦.٨% وجاء أخيرًا (نادرًا) بنسبة بلغت ١%، وقد اتفقت هذه النتيجة مع **دراسة (أكرم عيساوي، ٢٠١٦)**[٥٤] حيث إن أعلى نسبة للتعرض لمواقع التواصل كانت دائمًا وتلاها أحياناً ثم نادرًا، وكانت كا$^{2}$: ٦٢٦.٧٩٥ وبدرجة الحرية: ٢، ومستوى المعنوية: ٠.٠٠٠ دال، وهو ما يعكس إقبال العينة البحثية على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي في مقدمة الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها الجمهور في الحصول على المعلومات وتبادل الآراء والتواصل والمشاركة بالرأي، حيث جعلت من الأفراد والجماعات فاعلين مباشرين باستطاعتهم إبداء آرائهم وتصوراتهم عن القضايا الكبرى التي من شأنها التأثير على حاضرهم ومستقبلهم[٥٥].

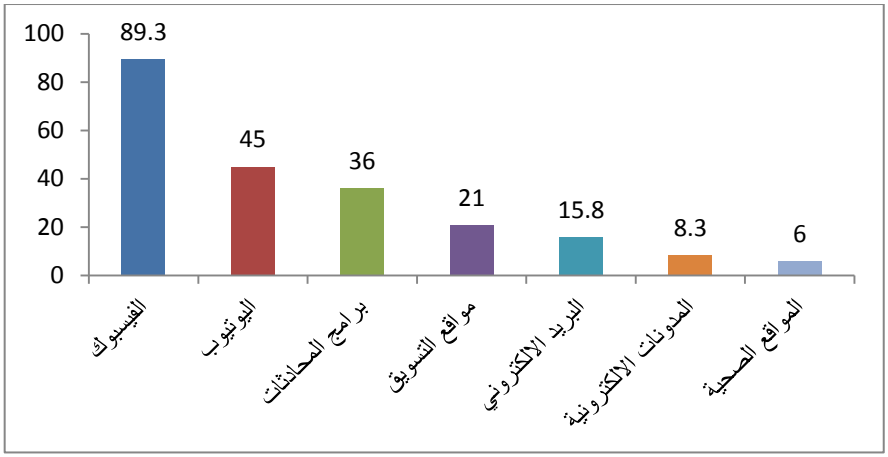
**شكل رقم (١) يوضح متوسط الساعات التي تقضيها العينة البحثية على مواقع التواصل يوميًا**




يوضح الشكل رقم (١) متوسط الساعات التي تقضيها عينة الدراسة يوميًا على مواقع التواصل الاجتماعي جاء في المرتبة الأولى ثلاث ساعات فأكثر بنسبة بلغت ٧٩%، واتفقت هذه النتيجة مع **دراسة (ماطر عبد الله حمدي، ٢٠١٨)**[٥٦]، تلاها بنسبة بلغت ١٥% ساعتان يوميًا، وجاء أخيرًا ساعة واحدة بنسبة بلغت ٦%، وكانت كا$^{2}$: ٣٨٠.٢٤٠، بدرجة الحرية: ٢، ومستوى المعنوية: ٠.٠٠٠ دال، وهذه النتيجة تشير في جوهرها للاستخدام المتزايد أثناء الأزمات والظروف الملحة كما في

حالة الحاجة إلى المعرفة أثناء جائحة كورونا التي تفشت في العالم أجمع، حيث تستطيع مواقع التواصل الاجتماعي إمداد الجمهور المصري بالمعلومات والمعارف التي تتعلق بالأزمات وتوعيته، ومنها جائحة كورونا، للتقليل من مخاطر الإصابة، وتعديل بعض الاتجاهات والسلوكيات الخاطئة، وكذلك بهدف الإحاطة والتعرف على كل ما يتعلق بجائحة كورونا أو كنوع من المراقبة والوقوف على أهم الأحداث والأخبار المتعلقة بمستجدات هذه الأزمة سواء داخليًا أو خارجيًا، والذي نتج عنه كثافة الاستخدام لهذه المواقع وذلك بسبب سهولة تناولها وتوافرها في أيدي الجميع.

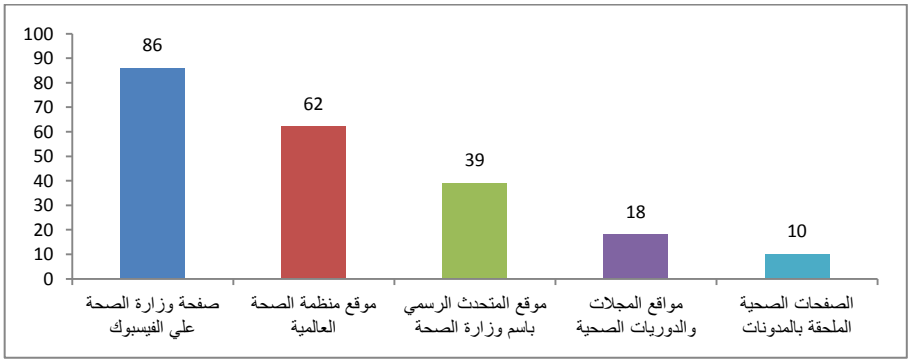
**شكل رقم (٢) يوضح المواقع التي تقضي عليها غالبية العينة البحثية وقتها**




يوضح الشكل رقم (٢) المواقع التي تقضي عليها غالبية العينة البحثية وقتها، وقد جاء في المرتبة الأولى موقع فسيبوك بنسبة بلغت٨٩.٣%، واتفقت **مع دراسة (ترنيم خاطر، ٢٠١٤ )**[٥٧] حيث يقدم فيسبوك لمستخدميه خصائص عديدة ومتنوعة ومتجددة، تمكنهم من سهولة استخدامه وسهولة التواصل بمن حولهم، عن طريق الرسائل النصية أو الصوتية، أو الفيديو وغيرها من خصائص كثيرة تتسم بالسهولة والتطور، إضافة إلى العديد من التطبيقات التي تتيح للفرد أن يعبر عن نفسه بشتى الطرق وأن يتعرف على حياة الآخرين والبيانات الشخصية المتعلقة بهم، كذلك يمكن

من وضع الصور الخاصة بالمستخدم ويمكنه من الاشتراك في العديد من المجموعات والتي يجتمع أفرادها على فكرة أو هدف[٥٨]، تلاه موقع يوتيوب بنسبة بلغت ٤٥%، واختلفت هذه النتيجة مع **دراسة (إيمان عاشور سيد حسين، ٢٠٢٠)**[٥٩]، حيث جاء الترتيب الأول من نصيب "الواتساب"، حيث حصل على وزن نسبي ٩٠،٤٣، يليه في الترتيب فيسبوك، بوزن نسبي بلغ ٨٣،٤٥، تلاه برامج المحادثات بنسبة بلغت ٣٦% ثم جاءت مواقع التسوق بنسبة بلغت ٢١%، تلاها البريد الإلكتروني بنسبة بلغت ١٥.٨% ثم جاءت المدونات الإلكترونية بنسبة بلعت ٨.٣%، وأخيرًا المواقع الصحية بنسبة بلغت ٦%.

**شكل رقم (٣) يوضح المواقع والصفحات الإلكترونية المتخصصة في الجانب الصحي التي تفضلها العينة البحثية**




يوضح الشكل رقم (٣) المواقع والصفحات الإلكترونية المتخصصة في الجانب الصحي التي تفضلها العينة البحثية، وقد جاءت في المرتبة الأولى صفحة وزارة الصحة على الفيسبوك بنسبة بلغت ٨٦%، وهذا يعكس الدور الذي قامت به وزارة الصحة باعتبارها الجهة المسئولة فى توفير إعلام صحى متخصص يعمل مع الوسائل الإعلامية كافةً على نشر الوعي الصحي الذى يعكس إيجابيًا الثقافة الصحية في المجتمع ويساهم في تقليص أعداد المرضى والتخفيف من الضغط المتزايد على

الأطباء والمراكز الصحية ومراكز العزل المختلفة، واتفقت هذه النتيجة مع **دراسة ( دعاء عادل، وآخرون، ٢٠٢٠)**[٦٠] والتي جاء في المقدمة حساب وزارة الصحة كأهم المواقع التي تفضلها العينة البحثية وتلاها موقع منظمة الصحة العالمية بنسبة بلغت ٦٢% حيث أشارت **دراسة** Rajvikran Madurai 2020))[٦١] إلى اتجاه استخدام منظمة الصحة العالمية إلى استراتيجية تكثيف الأخبار المتعلقة بالفيروس بغرض وضع قضية تفشي الفيروس في مقدمة أجندة أولويات الجمهور، وجاء في المرتبة الثالثة موقع المتحدث الرسمي باسم وزارة الصحة بنسبة بلغت ٣٩%، تلاها موقع المجلات والدوريات الصحية بنسبة بلغت ١٨%، ثم الصفحات الصحية الملحقة بالمدونات بنسبة بلغت ١٠%.

**جدول رقم (٣) يوضح مدى حرص عينة الدراسة على الاطلاع على صفحة وزارة الصحة المصرية**

**على مواقع التواصل الاجتماعي أثناء أزمة كورونا**

| مدى حرص عينة الدراسة | ك | % |
|---|---|---|
| **دائمًا** | 235 | 58.8 |
| **أحيانًا** | 96 | 24.0 |
| **نادرًا** | 46 | 11.5 |
| **لا** | 23 | 5.8 |
| **الإجمالي** | 400 | 100.0 |
| **كا٢: ٢٧٠.٨٦٠ درجة الحرية: ٣ مستوى المعنوية : ٠.٠٠٠ دال** | | |

يوضح الجدول رقم (٣) مدى حرص عينة الدراسة على الإطلاع على صفحة وزارة الصحة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي **أثناء أزمة كورونا**، وجاء في المرتبة الأولى (دائمًا) بنسبة بلغت ٥٨.٨%، فقد سهلت صفحة وزارة الصحة على المبحوثين الوصول إلى المعلومات الصحية بسهولة ويسر مما يساعد في خلق وعي صحي لهم، كما يعكس وعي العينة بأهمية الاعتماد على مصادر حكومية موثوقة ومتخصصة، وجاء في المرتبة الثانية (أحيانًا) بنسبة بلغت ٢٤%، ثم جاء في المرتبة الثالثة (نادرًا) بنسبة بلغت ١١.٥%، وجاء في المرتبة الرابعة (لا) بنسبة بلغت ٥.٨%، وكانت كا$^{2}$: ٢٧٠.٨٦٠، وبدرجة الحرية: ٣، ومستوى المعنوية: ٠.٠٠٠، دال، وبإعادة النظر في البيانات السابقة نجد أن أغلب المبحوثين اتجهوا لمتابعة صفحة وزارة الصحة على الفيسبوك مما يضيف إليهم رصيدًا معرفيًا كبيرًا، حيث تظهر في الأزمات والكوارث مجموعة كبيرة من التغيرات في الظواهر المجتمعية المختلفة، مما يعمل على تغير مسار النشاط اليومي المعتاد، فمنذ أزمة تفشي جائحة كورونا في العالم انصاع الإعلام الدولي لمواجهة هذا الانتشار الواسع؛ إذ أن الإعلام في هذا الجانب أصبح المصدر الأول للمجتمعات وازدادت معدلات متابعة الصفحات الإلكترونية لوسائل الإعلام المملوكة للمؤسسات الصحية، واتجهت المنظومات الإعلامية إلى تعزيز أواصر التنمية الإعلامية وتعزيز الإعلام الالكتروني كأحد الأدوات الهامة في بناء استراتيجيات التوعية بمخاطر الفيروس، والاستفادة القصوى من منظومة الإعلام الإلكتروني في تطوير أساليب ووسائل التعليم والتدريب التفاعلي عبر الوسائل الإعلامية الحديثة، وبالتالي فإن هذا ما يبرر حرص العينة البحثية على متابعة صفحة وزارة الصحة على الفيسبوك.

**الجدول رقم (٤) يوضح درجة اعتماد العينة البحثية على صفحة وزارة الصحة المصرية**

**في الحصول على المعلومات عن فيروس كورونا**

| درجة اعتماد عينة الدراسة على صفحة وزارة الصحة المصرية | ك | % |
|---|---|---|
| بدرجة كبيرة | 167 | 41.8 |
| بدرجة متوسطة | 161 | 40.3 |
| بدرجة ضعيفة | 45 | 11.3 |
| لا أعتمد عليها مطلقًا | 27 | 6.8 |
| **الإجمالي** | 400 | 100.0 |
| **كا$^2$: ١٦٥.٦٤٠ درجة الحرية: ٣ مستوى المعنوية: ٠.٠٠٠ دال** | | |

يوضح الجدول رقم (٤) درجة اعتماد العينة البحثية على صفحة وزارة الصحة المصرية في الحصول على المعلومات عن فيروس كورونا، وجاء في المرتبة الأولى (بدرجة كبيرة) بنسبة بلغت ٤١.٨% حيث إن الجمهور وقت الأزمة ينتظر المؤسسات والهيئات ذات الصلة بالمشكلة، ينتظر منها ويترقب نشر المعلومات والأخبار التي تعينه على كيفية التعامل مع الأزمة، خصوصًا في مثل أزمة فيروس كورونا لخطورته على صحة الإنسان، لذلك لابد أن تسجل وزارة الصحة حضورًا نشطًا ومكثفًا على الانترنت وتوفر حزم المعلومات وتوفرها للجمهور[٦٢]، تلاها الاعتماد (بدرجة متوسطة) بنسبة بلغت ٤٠.٣%، ثم الاعتماد بدرجة ضعيفة بنسبة بلغت ١١.٣%، وجاء في المرتبة الأخيرة (لا أعتمد عليها مطلقًا) بنسبة بلغت ٦.٨%.

**الجدول رقم (٥) يوضح أسباب اعتماد العينة البحثية على صفحة وزارة الصحة وقت أزمة كورونا**

| العبارة | موافق | | إلى حد ما | | لا أوافق | | المتوسط | الانحراف المعياري | الوزن النسبي | الترتيب |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ك | % | ك | % | ك | % | | | | |
| الاطلاع على الإحصائيًا ت الجديدة اليومية | 303 | 81.2 | 68 | 18.2 | 2 | 0.5 | 2.62 | .808 | 87.3 | 1 |
| لسرعة الحصول منها على كافة المعلومات المرتبطة بالأزمة | 209 | 56.0 | 128 | 34.3 | 36 | 9.7 | 2.30 | .892 | 76.7 | 2 |
| لعدم توافر مصادرغير ها وسهولة الوصول إليها وقت الأزمة | 189 | 50.7 | 156 | 41.8 | 28 | 7.5 | 2.27 | .862 | 75.7 | 3 |
| عرض الأزمة بموضوعية | 138 | 37.0 | 180 | 48.3 | 55 | 14.7 | 2.07 | .866 | 69.0 | 4 |
| لدقة بياناتها ولارتفاع مصداقيتها | 123 | 33.0 | 187 | 50.1 | 63 | 16.9 | 2.01 | .858 | 67.0 | 5 |
| لتميزها بتقديم تحليلات متعمقة للأزمة | 114 | 30.6 | 180 | 48.3 | 79 | 21.2 | 1.95 | .867 | 65.0 | 6 |

يوضح الجدول رقم (٥) أسباب اعتماد العينة البحثية على صفحة وزارة الصحة وقت أزمة كورونا والتي جاءت أعلى نسبة موافقة (الاطلاع على الإحصائيَّات الجديدة اليومية) بوزن نسبي بلغ ٨٧.٣، واتفقت هذه النتيجة مع **دراسة طارق الصعيدي، ٢٠٢٠**[٦٣] والتي جاء في مقدمة أسباب اعتماد الشباب –وفقًا لنتائجها– الاطلاع على الإحصائيَّات الجديدة اليومية بنسبة بلغت ٧٠%، ثم جاءت الموافقة على عبارة (السرعة الحصول منها على كافة المعلومات المرتبطة بالأزمة) بوزن نسبي بلغ ٧٦.٧، حيث إن السرعة في تناول الأخبار أمر يتماشى ويتفق مع تدفق الأحداث وسرعة تدفق الأخبار، وتتفق هذه النتيجة أيضًا مع **دراسة (هشام سكيك، ٢٠١٤)**[٦٤]، وكذلك **دراسة (إسماعيل برغوث، ٢٠١٤)**[٦٥]، تلتها الموافقة على عبارة (لعدم توافر مصادر غيرها وسهولة الوصول إليها وقت الأزمة) بوزن نسبي بلغ ٧٥.٧، ثم تلتها الموافقة لحد ما على (عرض الأزمة بموضوعية) بوزن نسبي بلغ ٦٩.٠، ثم تلتها الموافقة لحد ما على (لدقة بياناتها ولارتفاع مصداقيتها) بوزن نسبي بلغ ٦٧.٠، حيث تمسكت الصفحة بالقيم المهنية وأولها الدقة أثناء تغطيتها لأزمة كورونا، من خلال تحري صحة المعلومات والأنباء الواردة، وبث الخبر كما هو من المصدر دون تحريف أو زيادة أو نقصان، وربما يعود اهتمام الصفحة بعنصر الدقة دون سواه باعتباره الحجر الأساس للمصداقية، وجسر الثقة بين الوسيلة وبين الجمهور، وأخيرًا وافقت العينة البحثية إلى حد ما على (لتميزها بتقديم تحليلات متعمقة للأزمة) بوزن نسبي بلغ ٦٥.٠.

**الجدول رقم (٦) يوضح مقياس أسباب اعتماد المبحوثين على صفحة وزارة الصحة وقت أزمة كورونا**

| المقياس | ك | % |
|---|---|---|
| **ضعيف** | ١٠ | ٢.٧ |
| **متوسط** | ١٩٢ | ٥١.٥ |
| **قوي** | ١٧١ | ٤٥.٨ |
| **الإجمالي** | **٣٧٣** | **١٠٠.٠** |

يوضح الجدول رقم (٦) مقياس أسباب اعتماد المبحوثين على صفحة وزارة الصحة وقت أزمة كورونا، وجاء في مقدمتها (متوسط) بنسبة بلغت ٥١.٥%، تلاه (قوي) بنسة بلغت ٤٥.٨%، وجاء أخيرًا (ضعيف) بنسبة بلغت ٢.٧%.

**الجدول رقم (٧) يوضح أسباب عدم اعتماد العينة البحثية على صفحة وزارة الصحة وقت أزمة كورونا**

| العبارة | موافق | | إلى حد ما | | لا أوافق | | المتوسط | الانحراف المعياري | الوزن النسبي | الترتيب |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ك | % | ك | % | ك | % | | | | |
| معلوماتها عن الأزمة سطحية | ١٧ | ٦٣.٠ | ٦ | ٢٢.٢ | ٤ | ١٤.٨ | ١٧. | ٦٥٢. | ٥.٧ | ١ |
| لعدم دقة بياناتها | ١٩ | ٧٠.٤ | ٢ | ٧.٤ | ٦ | ٢٢.٢ | ١٧. | ٦٦٠. | ٥.٧ | ١ |
| لاكتفائي بالوسائل الأخرى | ١٢ | ٤٤.٤ | ٨ | ٢٩.٦ | ٧ | ٢٥.٩ | ١٥. | ٥٨٩. | ٥.٠ | ٢ |
| لا أستطيع الوصول إليها بسهولة | ١٣ | ٤٨.١ | ٦ | ٢٢.٢ | ٨ | ٢٩.٦ | ١٥. | ٥٩٣. | ٥.٠ | ٢ |
| لأنها تركز على النمط الإخباري دون الاعتماد على باقي فنون الكتابة | ٩ | ٣٣.٣ | ١٤ | ٥١.٩ | ٤ | ١٤.٨ | ١٥. | ٥٧٦. | ٥.٠ | ٢ |
| لقلة مهارات استخدام الانترنت | ١١ | ٤٠.٧ | ٦ | ٢٢.٢ | ١٠ | ٣٧.٠ | ١٤. | ٥٦١. | ٤.٧ | ٣ |
| لعدم وجود وقت لتصفحها | - | - | ١٢ | ٤٤.٤ | ١٥ | ٥٥.٦ | ١٠. | ٣٨٥. | ٣.٣ | ٤ |

يوضح الجدول رقم (٧) أسباب عدم اعتماد العينة البحثية على صفحة وزارة الصحة وقت أزمة كورونا والتي جاءت أعلى نسبة موافقة على كلٍّ من (معلوماتها عن الأزمة سطحية)، (لعدم دقة بياناتها) بوزن نسبي بلغ ٥.٧، كما وافقت العينة البحثية على كلٍّ من (لاكتفائي بالوسائل الأخرى)، (لا أستطيع الوصول إليها بسهولة) بوزن نسبي بلغ ٥.٠، بينما أبدت العينة البحثية موافقتها إلى حد ما على (لأنها تركز على النمط الإخباري دون الاعتماد على باقي فنون الكتابة) بوزن نسبي بلغ ٥.٠، ثم وافقت العينة البحثية على (لقلة مهارات استخدام الانترنت) بوزن نسبي بلغ ٤.٧، لتأتي أخيرًا عدم موافقة العينة البحثية على (لعدم وجود وقت لتصفحها) بوزن نسبي بلغ ٣.٣، فعامل الوقت من أهم العوامل التي تحول دون التواصل مع صفحة وزارة الصحة وقد يعود ذلك لانشغالهم بمتابعة وسائل أخرى.

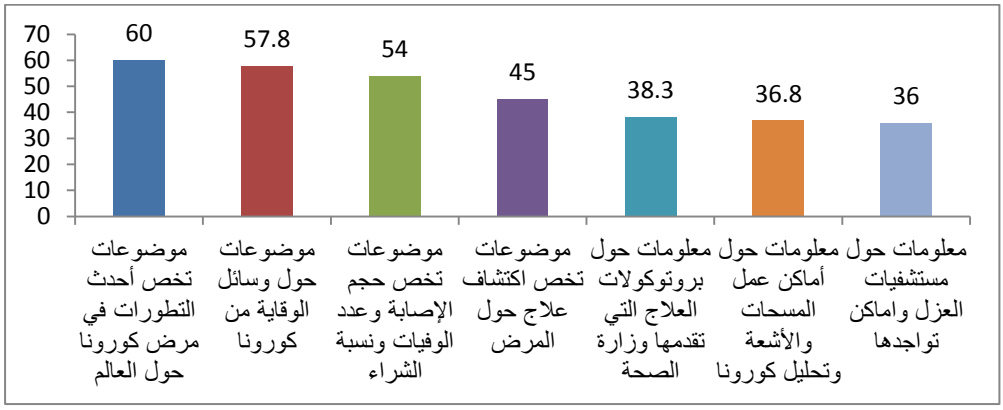
وبوجه عام فقد انقسمت أسباب عدم اعتماد العينة البحثية على صفحة وزارة الصحة وقت أزمة كورونا إلى أسباب تتعلق بالمبحوث نفسه كضعف مهارات المبحوثين في التعامل مع استخدام الانترنت وسرعة الوصول إلى الصفحة وعدم وجود وقت لدي المبحوث واكتفائه بالوسائل الأخرى، وأسباب أخرى تتعلق بالمعلومات الموجودة على الصفحة كعدم دقة البيانات وسطحيتها، والتركيز على النمط الإخباري دون الاعتماد على باقي فنون الكتابة في تناول أخبار الأزمة، ففي ظروف الأزمات يفترض أن يتسم أداء وسائل الإعلام بالقدرة الفاعلة على التنشيط الفوري والعاجل للمؤسسات والجهات المختلفة المعنية بمجابهة الأزمة، كما يفترض أن تمتلك هذه الوسائل القدرة على توسط العلاقة بين الأفراد وصناع القرار على اختلاف تصنيفاتهم، ولكي تحقق وسائل الإعلام الأدوار المرجوة منها أثناء الأزمات على النحو الأمثل، يقتضي أن تلتزم بضوابط تحكم وتوجه دور الاتصال الجماهيري في التعامل مع الأزمات؛ كالفورية في نقل الأزمة، وإمداد الرأي العام بالحقائق التفصيلية والدقيقة.

**الجدول رقم (٨) يوضح مقياس أسباب عدم اعتماد المبحوثين على صفحة وزارة الصحة وقت أزمة كورونا**

| المقياس | ك | % |
|---|---|---|
| **ضعيف** | ٢ | ٧.٤ |
| **متوسط** | ١٤ | ٥١.٩ |
| **قوي** | ١١ | ٤٠.٧ |
| **الإجمالي** | ٢٧ | ١٠٠.٠ |

يوضح الجدول رقم (٨) مقياس أسباب عدم اعتماد المبحوثين على صفحة وزارة الصحة وقت أزمة كورونا، وجاء في مقدمتها ( متوسط) بنسبة بلغت ٥١.٩%، تلاه (قوي) بنسبة بلغت ٤٠.٧%، وجاء أخيرًا (ضعيف) بنسبة بلغت ٧.٤%.

**الشكل رقم (٤) يوضح أهم الموضوعات التي تفضل العينة البحثية تصفحها عبر صفحة وزارة الصحة**




يوضح الشكل رقم (٤) أهم الموضوعات التي تفضل العينة البحثية تصفحها عبر صفحة وزارة الصحة، جاءت في المرتبة الأولى (موضوعات تخص أحدث التطورات في مرض كورونا حول العالم) بنسبة بلغت ٦٠%، تلتها (موضوعات حول وسائل الوقاية من كورونا) بنسبة بلغت ٥٧.٨%، ثم (موضوعات تخص حجم

الإصابة وعدد الوفيات ونسبة الشفاء) بنسبة بلغت٥٤%، ثم جاءت (موضوعات تخص اكتشاف علاج حول المرض) بنسبة بلغت ٣٨.٣%، تلتها (معلومات حول أماكن عمل المسحات والأشعة وتحليل كورونا) بنسبة بلغت ٣٦.٨%، ثم جاءت أخيرًا (معلومـــات حول مستشفيات العزل وأماكن تواجدها) بنسبة بلغت ٣٦%.

ويتبين من النتائج السابقة أن أهم الموضوعات التي تفضل العينة البحثية تصفحها عبر صفحة وزارة الصحة هي معلومات خاصة بإكساب العينة العديد من المهارات والمعلومات، التي تتعلق بالحفاظ على الصحة والنهوض بالوعي الصحي في ظل وجود العديد من الشائعات والأخبار المغلوطة التي قد تتسبب في تدهور الحالة الصحية للجمهور.

**الجدول رقم (٩) يوضح الدوافع الهادفة لاستخدام العينة البحثية لصفحة وزارة الصحة أثناء أزمة كورونا**

| الدوافع الهادفة | موافق | | إلى حد ما | | لا أوافق | | المتوسط | الانحراف المعياري | الوزن النسبي | الترتيب |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ك | % | ك | % | ك | % | | | | |
| للحصول على الأخبار والمعلومات الجديدة عن أزمة كورونا | ٢٥٩ | ٦٤.٨ | ١٢٦ | ٣١.٥ | ١٥ | ٣.٨ | ٢.٦١ | ٥٦٠. | ٨٧.٠ | ١ |
| فهم وتفسير الأحداث من حولي | ٢٤٢ | ٦٠.٥ | ١٣٤ | ٣٣.٥ | ٢٤ | ٦.٠ | ٢.٥٥ | ٦٠٧. | ٨٥.٠ | ٢ |
| للتواصل مع المسئولين عن الصفحة | ٦٨ | ١٧.٠ | ١٢٣ | ٣٠.٨ | ٢٠٩ | ٥٢.٣ | ١.٦٥ | ٧٥٥. | ٥٥.٠ | ٣ |
| النقاش والتواصل مع الآخرين | ٦٤ | ١٦.٠ | ١١٥ | ٢٨.٨ | ٢٢١ | ٥٥.٣ | ١.٦١ | ٧٤٨. | ٥٣.٧ | ٤ |

يوضح الجدول رقم (٩) الدوافع الهادفة لاستخدام العينة البحثية لصفحة وزارة الصحة أثناء أزمة كورونا، وجاءت في المرتبة الأولى موافقة العينة البحثية على (للحصول على الأخبار والمعلومات الجديدة عن أزمة كورونا) بوزن نسبي بلغ ٨٧.٠، تلتها موافقة العينة البحثية على (فهم وتفسير الأحداث من حولي) بوزن نسبي بلغ ٨٥.٠، ثم تلتها عدم موافقة العينة البحثية على (للتواصل مع المسئولين عن الصفحة) بوزن نسبي بلغ ٥٠.٠، ثم جاء أخيرًا (النقاش والتواصل مع الآخرين) بوزن نسبي بلغ ٥٣.٧.

من أهم ما قدمته شبكات التواصل الإجتماعي من خصائص خاصة "التفاعلية" ففي السابق كان الفرد (قارئ/مستمع/متفرج) مستقبلاً فقط، أما من خلال خاصية التفاعلية من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية أصبح المستخدم منتجًا/موزعًا/ناشرًا ومستهلكًا، بحيث تسمح له هذه الخاصية بالمشاركة الفاعلة حيث لم يعد أحد أطراف العملية الاتصالية فقط بل أصبح جوهرها، حيث يؤثر المشاركون في العملية الاتصالية على أدوار الآخرين وأفكارهم ويتبادلون معهم المعلومات[٦٦].

ومما سبق عرضه نرى تغييرًا طفيفًا في الدوافع وأسباب التعرض لشبكات ومواقع التواصل الاجتماعي، وجاء ذلك مواكبًا لما حدث من تغييرات اجتماعية وتعليمية واقتصادية لم تتوقف تأثيرتها على المجتمع المصري فقط، بل امتدت إلى كل أرجاء العالم، فأثرت على البشرية كافة، فقد تركت القرارات التي اتخذتها الحكومة والجهات المسؤلة- من أجل حماية المواطنين والحفاظ عليهم- تأثيرًا على السلوكيات الاجتماعية ومنها تبادل الزيارات والاحتفالات وغيرها من المظاهر الاجتماعية، فذهب الجمهور لإشباع هذه الرغبة الاجتماعية إلى مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي كبديل للتفاعلات والعلاقات الاجتماعية، (**إيمان عاشور سيد حسين،٢٠٢٠**)[٦٧] حيث جاء في مقدمة الدوافع للحصول على الأخبار والمعلومات الجديدة عن أزمة كورونا وتلاها فهم وتفسير الأحداث من حولي ثم للتواصل مع المسئولين عن الصفحة، وجاء

أخيرًا النقاش والتواصل مع الآخرين، وتعتبر هذه نتيجة منطقية حيث إن الفيروس يجهل الأفراد الكثير من المعلومات عنه وفي حاجة ماسة للحصول على أي معلومة تخص الفيروس، وزاد من أهمية هذه الدوافع وجود أزمة كورونا للوقوف على المستجدات والإحصائيَّات المتعلقة بالأزمة، والتواصل مع الآخرين من أجل الاطمئنان وتبادل الأخبار والأحاديث الشخصية ومناقشة بعض الأمور.

**الجدول رقم (١٠) يوضح الدوافع الطقوسية لاستخدام العينة البحثية لصفحة وزارة الصحة أثناء أزمة كورونا**

| الدوافع الطقوسية | موافق | | إلى حد ما | | لا أوافق | | المتوسط | الانحراف المعياري | الوزن النسبي | الترتيب |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ك | % | ك | % | ك | % | | | | |
| إمكانية استخدامها من خلال التطبيقات على التليفون المحمول في أي وقت | ٢٧٢ | ٦٨.٠ | ٩٧ | ٢٤.٣ | ٣١ | ٧.٨ | ٢.٦٠ | ٦٢٩. | ٨٦.٧ | ١ |
| تعودت على متابعتها | ١٢٤ | ٣١.٠ | ١٨٧ | ٤٦.٨ | ٨٩ | ٢٢.٣ | ٢.٠٩ | ٧٢٥. | ٦٩.٧ | ٢ |
| ليس لدي وقت كاف للاطلاع على وسائل أخرى | ١٢٠ | ٣٠.٠ | ١٢٧ | ٣١.٨ | ١٥٣ | ٣٨.٣ | ١.٩٢ | ٨٢٣. | ٦٤.٠ | ٣ |
| قضاء وقت الفراغ | ٦١ | ١٥.٣ | ٨٣ | ٢٠.٨ | ٢٥٦ | ٦٤.٠ | ١.٥١ | ٧٤٦. | ٥٠.٣ | ٤ |

يوضح الجدول رقم (١٠) الدوافع الطقوسية لاستخدام العينة البحثية لصفحة وزارة الصحة أثناء أزمة كورونا، وجاءت في المرتبة الأولى موافقة العينة البحثية

على (إمكانية استخدامها من خلال التطبيقات على التليفون المحمول في أي وقت) بوزن نسبي بلغ ٨٦.٧، واتفقت النتيجة مع **دراسة ٢٠٢٠)**، Rajvikram Madurai)[٦٨] والتي أشارت نتائجها إلى استخدام تطبيقات الهاتف المحمول كإحدى الاستراتيجيات الاتصالية بهدف التعرف على أخبار الفيروس لحظة بلحظة، والتعرف أيضًا على طرق الوقاية، والتعرف على الأعراض التي يمكن من خلالها اكتشاف المرض مبكرًا، وما هي الإجراءات التي يجب اتباعها عند الشعور بأعراض وجود الفيروس، كما أكد **(سائد سعيد رضوان، ٢٠١٤)**[٦٩]، فقد أصبح بامكان أي شخص مهما بلغت ثقافته أن يستعمل الهاتف المحمول ويتواصل من خلال إجراء حديث أو إرسال رسالة أو تحميل ورفع ملفات أو تصفح الصفحات والمواقع المختلفة دون أي مشاكل، فالإمكانيات المتعددة التي حظي بها الهاتف المحمول أتاحت له القيام بدور الوسيط الإعلامي والقيام بعدة وظائف اتصالية فلم يعد دوره مجرد تحقيق الاتصال مع الآخرين بل تطور دوره إلى وسيلة يمكنها أن تحقق لدى بعض الأفراد والجماعات التفاعل مع الآخرين من خلال الأدوات التفاعلية التي أتاحها، تلتها موافقة العينة البحثية إلى حد ما على (تعودت على متابعتها) بوزن نسبي بلغ ٦٩.٧، تلتها عدم موافقة العينة البحثية على (ليس لدي وقت كاف للاطلاع على وسائل أخرى) بوزن نسبي بلغ٦٤.٠، وجاءت أخيرًا عدم موافقة العينة البحثية على (قضاء وقت الفراغ) بوزن نسبي بلغ ٥٠.٣، فعادة ما يدفع الفراغ والملل الذي يكون غالبًا بسبب نقص الاتصال في حياة الأفراد إلى اللجوء إلى مصادر اتصال بديلة التي يمثل موقع الفيسبوك أحد أهم روافدها بحثًا عن طرق جديدة لتعويض هذا النقص وبناء علاقات جديدة (علاقات افتراضية)، والتي تحل محل (العلاقات الحقيقية) التي يفتقدها الأفراد في حياتهم الواقعية[٧٠].

**الجدول رقم (١١) يوضح مقياس دوافع استخدام عينة الدراسة لصفحة وزارة الصحة أثناء أزمة كورونا**

| المقياس | | ك | % |
|---|---|---|---|
| الدوافع الهادفة | ضعيف | ٤٩ | ١٢.٣ |
| | متوسط | ٢٣٣ | ٥٨.٣ |
| | قوي | ١١٨ | ٢٩.٥ |
| | الإجمالي | ٤٠٠ | ١٠٠.٠ |
| الدوافع الطقوسية | ضعيف | ٧٩ | ١٩.٨ |
| | متوسط | ٢١٨ | ٥٤.٥ |
| | قوي | ١٠٣ | ٢٥.٨ |
| | الإجمالي | ٤٠٠ | ١٠٠.٠ |

يوضح الجدول رقم (١١) مقياس دوافع استخدام عينة الدراسة لصفحة وزارة الصحة أثناء أزمة كورونا، أولاً فيما يخص الدوافع الهادفة جاء في المرتبة الأولى (متوسط) بنسبة بلغت ٥٨.٣%، تلاه في المرتبة الثانية (قوي) بنسبة بلغت ٢٩.٥%، ثم في المرتبة الثالثة (ضعيف) بنسبة بلغت ١٢.٣%، أما فيما يخص الدوافع الطقوسية فجاء في المرتبة الأولى (متوسط) بنسبة بلغت ٥٤.٥%، تلاه (قوي) بنسبة بلغت ٢٥.٨%، وجاء أخيرًا (ضعيف) بنسبة بلغت ١٩.٨%.

**الجدول رقم (١٢) يوضح مدى تحقيق صفحة وزارة الصحة رغبة العينة البحثية للحصول على معلومات عن كورونا**

| مدى التحقيق | ك | % |
|---|---|---|
| **دائمًا** | ١٤١ | ٣٥.٣ |
| **أحيانًا** | ٢٢٣ | ٥٥.٧ |
| **نادرًا** | ٣٦ | ٩.٠ |
| **الإجمالي** | ٤٠٠ | ١٠٠.٠ |
| **كا٢: ١٣١.٧٩٥ درجة الحرية: ٢ مستوى المعنوية: ٠.٠٠٠ دال** | | |

يوضح الجدول رقم (١٢) مدى تحقيق صفحة وزارة الصحة رغبة العينة البحثية للحصول على معلومات عن كورونا، وجاء في المرتبة الأولى (أحيانًا) بنسبة بلغت٥٥.٧%، تلاه في المرتبة الثانية (دائمًا) بنسبة بلغت ٣٥.٣%، وجاء (نادرًا) في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت ٩%، وكانت كا٢: ١٣١.٧٩٥، وبدرجة الحرية: ٢، ومستوى المعنوية: ٠.٠٠٠ دال، وهو ما يعكس أن صفحة وزارة الصحة استطاعت أن تلبي رغبة المبحوثين في الحصول على معلومات فيما يخص أزمة كورونا.

**الجدول رقم (١٣) يوضح اتجاه العينة البحثية نحو صفحة وزارة الصحة أثناء أزمة كورونا**

| العبارة | موافق | | إلى حد ما | | لا اوافق | | المتوسط | الانحراف المعياري | الوزن النسبي | الترتيب |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ك | % | ك | % | ك | % | | | | |
| الموقع مصدر مهم للحصول على الأخبار والمعلومات عن كورونا. | 226 | 56.5 | 144 | 36.0 | 30 | 7.5 | 2.49 | .633 | 83.0 | 1 |
| تزداد متابعتي لصفحة وزارة الصحة أثناء الأزمات والكوارث الصحية. | 219 | 54.8 | 145 | 36.3 | 36 | 9.0 | 2.46 | .655 | 82.0 | 2 |
| أقوم بالتدقيق في الأخبار قبل تصديقها | 224 | 56.0 | 136 | 34.0 | 40 | 10.0 | 2.46 | .670 | 82.0 | 2 |
| أثق في الأخبار التي يكون مصدرها وسائل إعلام رسمية | 198 | 49.5 | 163 | 40.8 | 39 | 9.8 | 2.40 | .660 | 80.0 | 3 |
| تساعدني على معرفة حقيقة الوضع الصحي عن كورونا في مصر | 181 | 45.3 | 170 | 42.5 | 49 | 12.3 | 2.33 | .684 | 77.7 | 4 |
| تتسم الصفحة بالسرعة في نقل الأخبار والأحداث | 167 | 41.8 | 193 | 48.3 | 40 | 10.0 | 2.32 | .646 | 77.3 | 5 |
| أرى أن تغطية الصفحة لأزمة كورونا كانت موضوعية | 146 | 36.5 | 197 | 49.3 | 57 | 14.3 | 2.22 | .678 | 74.0 | 6 |
| تتسم بالآنية والحالية في متابعة أزمة كورونا | 127 | 31.8 | 222 | 55.5 | 51 | 12.8 | 2.19 | .640 | 73.0 | 7 |
| الحيادية والأمانة في نقل الأخبار أهم ما تتصف به الصفحة | 113 | 28.3 | 216 | 54.0 | 71 | 17.8 | 2.11 | .671 | 70.3 | 8 |
| هناك توازن في عرض وجهات النظر حول كورونا | 103 | 25.8 | 225 | 56.3 | 72 | 18.0 | 2.08 | .658 | 69.3 | 9 |

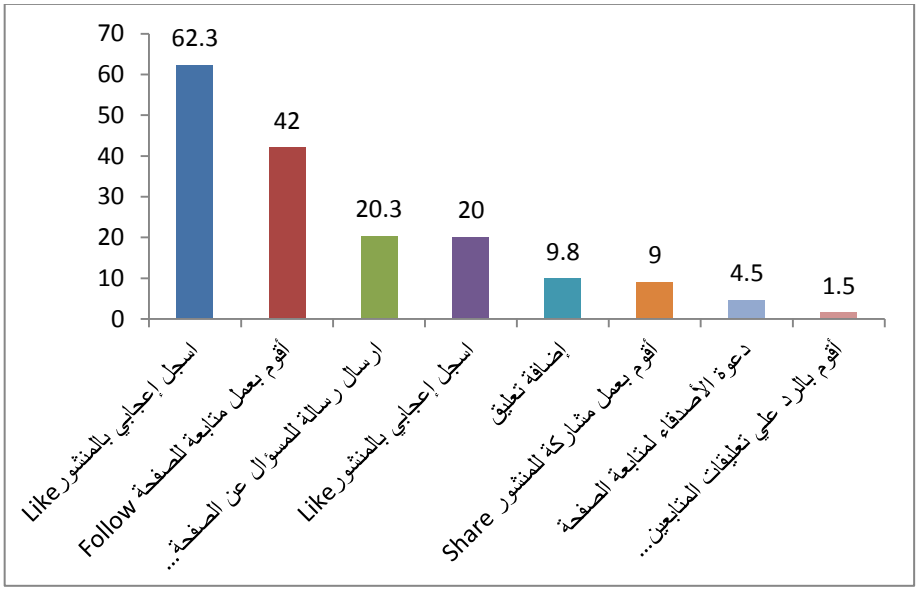
يوضح الجدول رقم (١٣) اتجاه العينة البحثية نحو صفحة وزارة الصحة أثناء أزمة كورونا، وجاءت في المرتبة الأولى موافقة العينة البحثية على (الموقع مصدر مهم للحصول على الأخبار والمعلومات عن كورونا) بوزن نسبي بلغ ٨٣.٠، تلتها في المرتبة الثانية موافقة العينة البحثية على (تزداد متابعتي لصفحة وزارة الصحة أثناء الأزمات والكوارث الصحية)، (أقوم بالتدقيق في الأخبار قبل تصديقها) بوزن نسبي بلغ ٨٢.٠، ثم جاءت في المرتبة الثالثة موافقة العينة البحثية على (أثق في الأخبار التي يكون مصدرها وسائل إعلام رسمية) بوزن نسبي بلغ ٨٠.٠، ثم جاءت في المرتبة الرابعة موافقة العينة البحثية على (تساعدني على معرفة حقيقة الوضع الصحي عن كورونا في مصر) بوزن نسبي بلغ ٧٧.٧، تلتها في المرتبة الخامسة موافقة العينة البحثية إلى حد ما على (تتسم الصفحة بالسرعة في نقل الأخبار والأحداث) بوزن نسبي بلغ٧٧.٣، حيث من أسباب اتجاه العينة البحثية نحو صفحة وزارة الصحة أثناء وقت الأزمات، وذلك نظرًا لسرعتها وفوريتها في نقل الأخبار والمعلومات، في ظل الحاجة الملحة لدى المبحوثين لمتابعة آخر التحديثات المتعلقة بأزمة كورونا نظرًا لتلاحق الأزمة وتسارع تطورتها الميدانية، ثم جاءت في المرتبة السادسة موافقة العينة البحثية إلى حد ما على (أرى أن تغطية الصفحة لأزمة كورونا كانت موضوعية (بوزن نسبي بلغ٧٤.٠، ثم جاءت في المرتبة السابعة موافقة العينة البحثية إلى حد ما على (تتسم بالآنية والحالية في متابعة أزمة كورونا) بوزن نسبي بلغ٧٣.٠، تلتها في المرتبة الثامنة موافقة العينة البحثية إلى حد ما على (الحيادية والأمانة في نقل الأخبار أهم ما تتصف به الصفحة) بوزن نسبي بلغ ٧٠.٣، وجاءت في المرتبة الأخيرة موافقة العينة البحثية إلى حد ما على أن (هناك توازن في عرض وجهات النظر حول كورونا) بوزن نسبي بلغ ٦٩.٣.

**الجدول رقم (١٤) يوضح اتجاه المبحوثين نحو صفحة وزارة الصحة أثناء أزمة كورونا**

| اتجاه المبحوثين | ك | % |
|---|---|---|
| **ضعيف** | ٣٣ | ٨.٣ |
| **متوسط** | ١٧١ | ٤٢.٨ |
| **قوي** | ١٩٦ | ٤٩.٠ |
| **الإجمالي** | ٤٠٠ | ١٠٠.٠ |

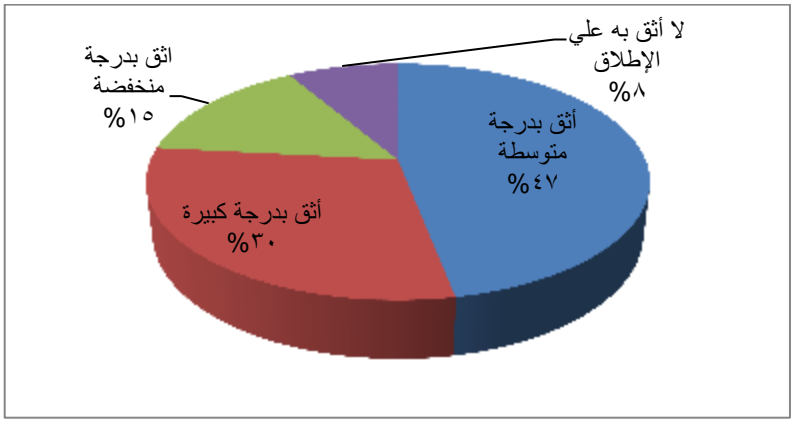
يوضح الجدول رقم (١٤) اتجاه المبحوثين نحو صفحة وزارة الصحة أثناء أزمة كورونا، وجاء في المقدمة (قوي) بنسبة بلغت ٤٩%، تلاه (متوسط) بنسبة بلغت ٤٢.٨%، ثم (ضعيف) في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت ٨.٣%.. وتعكس النتائج السابقة أن هناك اتجاهًا إيجابيًا قويًا تجاه صفحة وزارة الصحة من قبل العينة البحثية، وهو ما يتسق مع مسؤوليتها ودورها حيث قدمت بالفعل جهودًا توعيةٍ مكثفة عبر صفحتها على الفيسبوك مستهدفه كافة الفئات في المجتمع.

**الشكل رقم (٥) يوضح طبيعة تعامل العينة البحثية مع منشورات صفحة وزارة الصحة**



يوضح الشكل رقم (٥) طبيعة تعامل العينة البحثية مع منشورات صفحة وزارة الصحة، حيث تعددت أساليب المشاركة والتفاعل بين أفراد العينة البحثية، وقد جاء في المرتبة الأولى (أسجل إعجابي بالمنشور Like) بنسبة بلغت٦٢.٣%، واتفقت مع **دراسة (طارق الصعيدي)**[٧١] في أن أكثر طرق تفاعل ذكرتها العينة البحثية مجرد الإعجاب بالمنشور بنسبة ٤٢,٦%، وجاء في المرتبة الثانية (أقوم بعمل متابعة للصفحة Follow) بنسبة بلغت ٤٢%، وجاء في المرتبة الثالثة (إرسال رسالة للمسؤول عن الصفحة Admin) بنسبة بلغت٢٠.٣%، واتفقت هذه النتيجة مع **دراسة ٢٠٢٠)**،Qiang Chen)[٧٢] والتي أكدت على أهمية دوائر النقاش والتواصل بين الجماهير وبين الجهات الصحية المعنية، حيث أكدت الدراسة على أهمية مثل تلك الحوارات والنقاشات في زيادة اهتمام الجمهور وزيادة نسبة الوعي لديهم فيما يتعلق بالأمور التي تؤدي إلى تسريع وتيرة القضاء على الفيروس في أقرب وقت، وجاء في المرتبة الرابعة (أسجل إعجابي بالمنشور Like) بنسبة بلغت ٢٠%، ثم في المرتبة الخامسة (إضافة تعليق) بنسبة بلغت ٩.٨%، تلاها (أقوم بعمل مشاركة للمنشور Share) بنسبة بلغت ٩%، ثم جاءت بنسبة بلغت ٤.٥% (دعوة الأصدقاء لمتابعة الصفحة)، وأخيرًا جاء بنسبة بلغت ١.٥% (أقوم بالرد على تعليقات المتابعين Reply).

**الشكل رقم (٦) يوضح مدى ثقة المبحوثين بالأخبار والمعلومات المنشورة على صفحة وزارة الصحة فيما يخص أزمة كورونا**




يوضح الشكل رقم (٦) مدى ثقة المبحوثين بالأخبار والمعلومات المنشورة على صفحة وزارة الصحة فيما يخص أزمة كورونا، وجاء في المرتبة الأولى (أثق بدرجة متوسطة) بنسبة بلغت ٤٧% تلاه في المرتبة الثانية (أثق بدرجة كبيرة) بنسبة بلغت ٣٠%، ثم جاء في المرتبة الثالثة (أثق بدرجة منخفضة) بنسبة بلغت ١٥%، وأخيرًا جاء (لا أثق على الإطلاق) بنسبة بلغت ٨%، وكانت كا$^{٢}$: ١٤١.٤٢٠، بدرجة الحرية: ٣، ومستوى المعنوية: ٠.٠٠٠ دال، وهو ما يعكس ثقة العينة البحثية في الأخبار والمعلومات المنشورة على صفحة وزارة الصحة، حيث إن للوسيلة دورًا في معالجة القضايا والأزمات التي يتعرض لها المجتمع المصري، حيث يمكن تحديد درجة الثقة والمصداقية في وسيلة ما من خلال اعتماد الجمهور على هذه الوسيلة دون غيرها من الوسائل الإعلامية، وذلك قد يرجع إلى جودة الأداء سواء المتعلق بالمضمون أو الملكية وغيرها، مما يجعل هناك انفرادية لبعض الوسائل دون غيرها.

**الجدول رقم (١٤) يوضح أسباب الثقة فى الأخبار المنشورة على صفحة وزارة الصحة فيما يخص أزمة كورونا**

| أسباب الثقــة | ك | % |
|---|---|---|
| **تناقش موضوع أزمة كورونا بحيادية** | ١٤١ | ٣٨.٥ |
| **تستجيب الصفحة للآراء الناتجة عن التعامل بينها وبين الجمهور** | ٣٩ | ١٠.٧ |
| **تنبذ سياسة التعتيم الإعلامي** | ٤٥ | ١٢.٣ |
| **توضيح الحقائق للرأى العام حول أزمة كورونا والتحديات التي تواجه الدولة المصرية** | ١٣٨ | ٣٧.٧ |
| **مصادرها موثقة** | ١٢٠ | ٣٢.٨ |
| **الإجمالي** | **٣٦٦** | |

يوضح الجدول رقم (١٤) أسباب الثقــة فى الأخبار المنشورة علــى صــفحة وزارة الصحة فيما يخص أزمة كورونا، وجاء في المرتبــة الأولــى أنهــا (تنــاقش موضوع أزمة كورونا بحيادية) بنسبة بلغت ٣٨.٥%، ثم جاء فــي المرتبــة الثانيــة (توضيح الحقائق للرأى العام حول أزمة كورونا والتحــديات التــي تواجــه الدولــة المصرية) بنسبة بلغت ٣٧.٧%، تلتها في المرتبة الثالثة (مصــادرها موثقــة) بنســبة بلغت ٣٢.٨%، ثم في المرتبة الرابعة (تنبذ سياسة التعتيم الإعلامــي) بنســبة بلغــت ١٢.٣%، وجاء في المرتبة الأخيرة أنها (تستجيب الصفحة للآراء الناتجة عن التعامل بينها وبين الجمهور) بنسبة بلغت ١٠.٧%، حيث تزداد أهمية مصداقية وسائل الإعلام بوجه خاص أثناء الأزمات؛ إذ تحتاج هذه الوسائل إلى أداء من نوع خــاص، مهنيًــا وأخلاقيًا ووطنيًا، انطلاقًا من بعض المداخل والنظريات التي تســتند إلــى المســئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، وممارسة الإعلام لدور (الشفيع (عــن كــل الفئــات دون

تهميش أو إهمال للفئات المهمشة، بما يوفر حق المعرفة الشاملة والكاملة والمتعمقة، والتعبير عن الذات بحرية بعيدًا عن سياسة الصمت الإعلامى تجاه مشاكل البعض أو واقعهم، بالإضافة إلى تنشيط الجهات ذات الصلة للقيام بواجباتها ومسئوليتها، والقدرة على توسط العلاقة بين الأفراد وصناع القرار، وتفعيل الحق في الاتصال بمفهومه الشامل، والحق في أن يعلم الجميع وأن يُعلم عن نفسه بحرية.

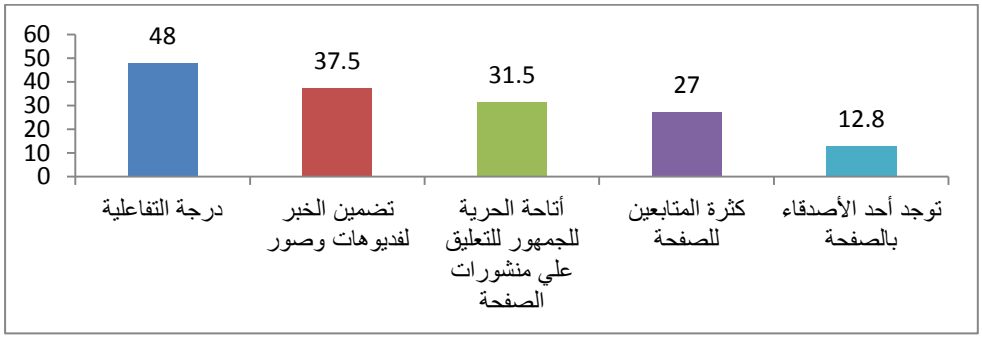
ولكي تحقق وسائل الإعلام الأدوار المرجوة منها من قبل كافة الأطراف على النحو الأمثل، لابد من أن يتسم الأداء بمزيد من المصداقية، من خلال التزامها بعدد من الضوابط التي تحكم دورها في إدارة الأزمات، ومنها: الفورية في نقل الأزمة، والتعريف بها وإمداد الجمهور بالحقائق التفصيلية أولاً بأول، والعمق والشمول في تغطية جوانبها المختلفة، وضبط النفس والتعامل بموضوعية مع أجهزة الرأي العام، والاعتراف بالأخطاء التي قد تحدث أثناء التغطية، والرجوع والاعتماد على المصادر الأصيلة(٧٣).

**الجدول رقم (١٥) يوضح أسباب عدم الثقة فى الأخبار المنشورة على صفحة وزارة الصحة**

| أسباب عدم الثقة | ك | % |
|---|---|---|
| **محتوياتها غير كافية ولا تواكب الأحداث** | ٣٢ | ٩٤.١ |
| **صعوبة الحصول على المعلومات المهمة** | ٣٠ | ٨٨.٢ |
| **عدم الموضوعية في معالجة تداعيات وأسباب أزمة كورونا** | ٢٩ | ٨٥.٣ |
| **مصادرها غير موثقة** | ١٧ | ٥٠.٠ |
| **لا يوجد شعور بالمسئولية لدى القائمين عليها** | ١٣ | ٣٨.٢ |
| **الإجمالي** | **٣٤** | |

يوضح الجدول رقم (١٥) أسباب عدم ثقة المبحوثين فى الأخبار المنشورة على صفحة وزارة الصحة، وجاء في المرتبة الأولى سبب أن (محتوياتها غير كافية ولا تواكب الأحداث) بنسبة بلغت ٩٤.١%، وهذا يدعو القائمين على الأمر إلى إعادة النظر في صفحة الفيسبوك والبحث عن كل المستجدات الخاصة بالفيروس حتى يتم تعظيم الاستفاده منها، وجاء في المرتبة الثانية (صعوبة الحصول على المعلومات المهمة) بنسبة بلغت ٨٨.٢%، ثم جاء في المرتبة الثالثة (عدم الموضوعية في معالجة تداعيات وأسباب أزمة كورونا) بنسبة بلغت ٨٥.٣%، تلتها في المرتبة الرابعة (مصادرها غير موثقة) بنسبة بلغت ٥٠%، وجاء في المرتبة الأخيرة (لا يوجد شعور بالمسئولية لدى القائمين عليها) بنسبة بلغت ٣٨.٢%. وأشارت بيانات الجدول السابق إلى أن (عدم كفاية محتويات الصفحة وصعوبة الحصول على المعلومات المهمة وعدم الموضوعية في معالجة الازمة ومصادرها غير موثقة تعد من أهم المعايير التي تؤكد عدم مصداقية صفحة وزارة الصحة والاعتماد عليها كمصدر للمعلومات حول فيروس كورونا المستجد.

**الشكل رقم (٧) يوضح العوامل التي تحدد مدى ثقة المبحوثين في صفحة وزارة الصحة**




يوضح الشكل رقم (٧) العوامل التي تحدد مدى ثقة المبحوثين في صفحة وزارة الصحة، وجاءت في المرتبة الأولى (درجة التفاعلية) بنسبة بلغت ٤٨%، ثم

جاء في المرتبة الثانية (تضمين الخبر لفيديوهات وصور) بنسبة بلغت ٣٧.٥%، حيث تؤكد هذه الفيديوهات والصور اهتمام الصفحة بالتنوع في أساليب نشر رسائل التوعية الوقائية، وتعتبر الفيديوهات من الرسائل ذات التأثير العالى على المشاهد مما يتيح فرصة أكبر لتغير سلوك المواطنين إلى سلوك إيجابي يتفق مع أهداف وازرة الصحة في سعيها للحد من انتشار فيروس كورونا، وهذا يفيد في إعادة إنتاج هذه المواد بواسطة الأفراد دون تكاليف وانتشارها على مساحة واسعة في المجتمع، مما يزيد من فاعلية صفحة وزارة الصحة في زيادة الوعي الصحي بفيروس كورونا. تلتها في المرتبة الثالثة (إتاحة الحرية للجمهور للتعليق على منشورات الصفحة) بنسبة بلغت٣١.٥%، ثم جاءت في المرتبة الرابعة (كثرة المتابعين للصفحة) بنسبة بلغت ٢٧%، ثم جاء في المرتبة الأخيرة (يوجد أحد الأصدقاء بالصفحة) بنسبة بلغت ١٢.٨%.

## الجدول رقم (١٦) يوضح التأثيرات المعرفية الناتجة عن التعرض لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك

| تأثيرات معرفية | موافق | | إلى حد ما | | لا أوافق | | المتوسط | الانحراف المعياري | الوزن النسبي | الترتيب |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ك | % | ك | % | ك | % | | | | |
| ساعدتني على التعرف على توجيهات وإرشادات الأطباء حول مسببات وأعراض وكيفية التعامل مع مرض كورونا | ٢٣٠ | ٥٧.٥ | ١٥٧ | ٣٩.٣ | ١٣ | ٣.٣ | ٢.٥٤ | ٥٦٠. | ٨٤.٧ | ١ |
| التعرف على كيفية عمل العزل المنزلي | ٢٤٦ | ٦١.٥ | ١٢٣ | ٣٠.٨ | ٣١ | ٧.٨ | ٢.٥٤ | ٦٣٦. | ٨٤.٧ | ١ |
| التعرف على أهم الإجراءات الاحترازية الموصى بها | ٢١٦ | ٥٤.٠ | ١٦٩ | ٤٢.٣ | ١٥ | ٣.٨ | ٢.٥٠ | ٥٧١. | ٨٣.٣ | ٢ |
| أصبحت أكثر حرصا على التعرف على كل ما هو جديد من أحداث وأخبار خاصة بمرض كورونا | ٢٠٠ | ٥٠.٠ | ١٦٩ | ٤٢.٣ | ٣١ | ٧.٨ | ٢.٤٢ | ٦٣٢. | ٨٠.٧ | ٣ |
| معرفة أماكن الإصابة من حولي | ١٧٧ | ٤٤.٣ | ١٩٨ | ٤٩.٥ | ٢٥ | ٦.٣ | ٢.٣٨ | ٦٠١. | ٧٩.٣ | ٤ |
| متابعتي لصفحة وزارة الصحة رتبت أولوياتي إزاء أزمة كورونا وعرفتني ما يجب فعله وما يجب الابتعاد عنه | ١٧٩ | ٤٤.٨ | ١٨٣ | ٤٥.٨ | ٣٨ | ٩.٥ | ٢.٣٥ | ٦٤٨. | ٧٨.٣ | ٥ |

يوضح الجدول رقم (١٦) التأثيرات المعرفية الناتجة عن التعرض المبحوثين لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك، حيث تبين اكتساب عينة الدراسة لتأثيرات معرفية مرتفعة حول جائحة كورنا نتيجة الاعتماد على صفحة وزارة الصحة، وكانت من أهم التأثيرات، المعرفية المكتسبة موافقة العينة البحثية على كلٍّ من (ساعدتني على التعرف على توجيهات وإرشادات الأطباء حول مسببات وأعراض وكيفية التعامل مع مرض كورونا)، و(التعرف على كيفية عمل العزل المنزلي) بوزن نسبي بلغ ٨٤.٧، ثم جاءت موافقة العينة البحثية على (التعرف على أهم الإجراءات الاحترازية الموصى بها) بوزن نسبي بلغ ٨٣.٣، تلتها موافقة العينة البحثية على (أصبحت أكثر حرصًا على التعرف على كل ما هو جديد من أحداث وأخبار خاصة بمرض كورونا) بوزن نسبي بلغ ٨٠.٧، حيث إن الصفحة تمتلك قدرًا كبيرًا من المعلومات المتنوعة المضامين وبالتالي ساعد ذلك على التغلب على درجة الغموض وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة بين الأفراد وبعضهم البعض **(خالد بن فيصل الفرم،٢٠١٧)**[٧٤]، ثم جاءت موافقة العينة البحثية إلى حد ما على (معرفة أماكن الإصابة من حولي) بوزن نسبي بلغ ٧٩.٣، وجاءت أخيرًا موافقة العينة البحثية إلى حد ما على (متابعتي لصفحة وزارة الصحة رتبت أولوياتي إزاء أزمة كورونا وعرفتني ما يجب فعله وما يجب الابتعاد عنه) بوزن نسبي بلغ ٧٨.٣، حيث تلعب وسائل الإعلام دورها في ترتيب أولويات الجمهور الذي يعتمد على تلك الوسائل في معرفة القضايا البارزة، والمشكلات الملحة من بين العديد من القضايا والموضوعات المطروحة في المجتمع **(ماجد أحمد أبو مراد، ٢٠١٦)**[٧٥]، وتشير النتائج إلى وعي العينة البحثية بحاجتهم للمعرفة والمعلومات الصحيحة حول جائحة كورونا، وتصدر المعرفة بطرق الوقاية اللازمة نتيجة التخوف من تفشي وانتشار المرض بشكل سريع، وكذلك أهمية معرفة ومتابعة الإحصاءات إلىومية لحالات الإصابة والتعافي، وكذلك معرفة طرق العدوى لتلافيها، والتعرف على أهم اجراءات عمل العزل المنزلي، وبروتوكولات العلاج المقترحة.

**الجدول رقم (١٧) يوضح التأثيرات الوجدانية الناتجة عن التعرض لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك**

| تأثيرات وجدانية | موافق | | إلى حد ما | | لا أوافق | | المتوسط | الانحراف المعياري | الوزن النسبي | الترتيب |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ك | % | ك | % | ك | % | | | | |
| زيادة الشعور بالمسئولية تجاه نفسي المحيطين بي | ٢١٥ | ٥٣.٨ | ١٦٩ | ٤٢.٣ | ١٦ | ٤.٠ | ٢.٥٠ | ٥٧٥. | ٨٣.٣ | ١ |
| تغيرت اتجاهاتي السلبية نحو المصابين بمرض كورونا | ١٩٣ | ٤٨.٣ | ١٧٦ | ٤٤.٠ | ٣١ | ٧.٨ | ٢.٤١ | ٦٣٠. | ٨٠.٣ | ١ |
| المتابعة لصفحة وزارة الصحة أمدتني بالدعم المعنوي تجاه أزمة كورونا | ١٢٠ | ٣٠.٠ | ٢٤٢ | ٦٠.٥ | ٣٨ | ٩.٥ | ٢.٢٠ | ٥٩٥. | ٧٣.٣ | ٢ |
| أشعر بالضيق من بعض السلوكيات الخاصة من قبل بعض المسئولين | ١٣٣ | ٣٣.٣ | ١٩٩ | ٤٩.٨ | ٦٨ | ١٧.٠ | ٢.١٦ | ٦٩١. | ٧٢.٠ | ٣ |
| جعلتني أشعر بالرضا نحو أداء وزارة الصحة | ٩٤ | ٢٣.٥ | ٢٥٧ | ٦٤.٣ | ٤٩ | ١٢.٣ | ٢.١١ | ٥٨٨. | ٧٠.٣ | ٤ |
| شعرت بالخوف والقلق من الاطلاع عن أخبار مرض كورونا | ٩٧ | ٢٤.٣ | ١٨٤ | ٤٦.٠ | ١١٩ | ٢٩.٨ | ١.٩٤ | ٧٣٤. | ٦٤.٧ | ٥ |

يوضح الجدول رقم (١٧) التأثيرات الوجدانية الناتجة عن التعرض لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك، وجاءت في المرتبة الأولى موافقة العينة البحثية على كلٍّ من (زيادة الشعور بالمسئولية تجاه نفسي والمحيطين بي)، و(تغيرت اتجاهاتي

السلبية نحو المصابين بمرض كورونا) بوزن نسبي بلغ ٨٣.٣، مما يعني استجابة الجمهور لما نادت به الحكومة واتخذته من قرارات خاصة بعد زيادة الإصابات في مصر، وكل ذلك أسهم في تشجيع الجمهور بالالتزام بالإجراءات الوقائية المناسبة لحماية نفسه والآخرين، ثم جاءت في المرتبة الثانية موافقة العينة البحثية إلى حد ما على (المتابعة لصفحة وزارة الصحة أمدتني بالدعم المعنوي تجاه أزمة كورونا) بوزن نسبي بلغ ٧٣.٣، ومن بين التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام رفع الروح المعنوية لدى المواطنين والمتعرضين لتلك الوسائل نتيجة زيادة الشعور الجمعي والتوحيد والاندماج في المجتمع، وخاصة إذا كانت وسائل الإعلام تعكس الفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد، وذلك من خلال نقل وتقديم إيضاحات وشروحات مفصلة حول أخبار مرض كورونا وبروتوكولات العلاج وطرق الوقاية، ثم جاءت في المرتبة الثالثة موافقة العينة البحثية إلى حد ما على (أشعر بالضيق من بعض السلوكيات الخاصة من قبل بعض المسئولين) بوزن نسبي بلغ ٧٢.٠، تلتها في المرتبة الرابعة موافقة العينة البحثية إلى حد ما على (جعلتني أشعر بالرضا نحو أداء وزارة الصحة) بوزن نسبي بلغ ٧٠.٣، وجاءت أخيرًا موافقة العينة البحثية إلى حد ما على (شعرت بالخوف والقلق من الاطلاع عن أخبار مرض كورونا) بوزن نسبي بلغ ٦٤.٧، وتعكس هذه النتيجة حقيقة الأزمة التي نمر بها في هذه الفترة، وهو ما يستدعي القلق والتوتر نتيجة تزايد أعداد الوفيات والإصابات بشكل يومي، وهذا خلّف العديد من المشاعر منها الخوف والقلق؛ مع الأخذ في الاعتبار اتباع الكثير من الطرق والتداعيات التي تحافظ على صحتهم وتحميهم من الإصابة بفيروس كورونا، وعدم الخروج إلاّ في حالة الضرورة القصوى؛ كل ذلك أثار لدى الجمهور القلق وترقب القضاء على الفيروس، حيث إن بعض الأفراد لديهم طبيعة قلقة ومتوترة وهذا ما يضاعف قلقهم في زمن الكورونا، ويزيد من تخوفهم وتوترهم نتيجة أن هذا الفيروس مجهول وغير معروف وليس لديهم معلومات كافية عنه.

وتشير النتائج إلى ارتفاع التأثيرات الوجدانية وخاصة التأثيرات الخاصة بالشعور بالمسئولية، وتغيير النظرة السلبية تجاه مصابي كورونا، والشعور بالرضا نحو أداء وزارة الصحة، وكذلك أظهرت بعض التأثيرات السلبية لدى العينة البحثية مثل الشعور بالخوف من أخبار مرض كورونا والشعور بالقلق من سلوكيات بعض المسئولين.

**الجدول رقم (١٨) يوضح التأثيرات السلوكية الناتجة عن التعرض لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك**

| تأثيرات سلوكية | موافق | | إلى حد ما | | لا اوافق | | المتوسط | الانحراف المعياري | الوزن النسبي | الترتيب |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ك | % | ك | % | ك | % | | | | |
| أثرت على سلوكي تجاه العناية الشخصية | ٢٢٩ | ٥٧.٣ | ١٤١ | ٣٥.٣ | ٣٠ | ٧.٥ | ٢.٥٠ | ٦٣٣. | ٨٣.٣ | ١ |
| تبادل النقاش مع الآخرين حول كيفية مواجهة مرض كورونا | ٢٠٥ | ٥١.٣ | ١٦٩ | ٤٢.٣ | ٩٢٦ | ٦.٥ | ٢.٤٥ | ٦١٥. | ٨١.٧ | ٢ |
| جعلتني أبحث وأطلع على المزيد من المعلومات الخاصة بفيروس كورونا | ١٩٨ | ٤٩.٥ | ١٦٧ | ٤١.٨ | ٣٥ | ٨.٨ | ٢.٤١ | ٦٤٦. | ٨٠.٣ | ٣ |
| دعمت جهود الدولة في مواجهة مرض كورونا وذلك بمشاركة منشورات وزارة الصحة على صفحتى الشخصية | ١٧٨ | ٤٤.٥ | ١٩٥ | ٤٨.٨ | ٢٧ | ٦.٨ | ٢.٣٨ | ٦٠٩. | ٧٩.٣ | ٤ |
| المتابعة لصفحة وزارة الصحة أصابتني بالخمول تجاه الأزمة فلم يصدر مني أي رد فعل حيالها | ٨٧ | ٢١.٨ | ١٥٦ | ٣٩.٠ | ١٥٧ | ٣٩.٣ | ١.٨٣ | ٧٦٢. | ٦١.٠ | ٥ |

يوضح الجدول رقم (١٨) التأثيرات السلوكية الناتجة عن التعرض لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك، وجاءت في المرتبة الأولى موافقة العينة البحثية إلى حد ما على (أثرت على سلوكي تجاه العناية الشخصية) بوزن نسبي بلغ ٨٣.٣، ثم جاءت في المرتبة الثانية موافقة العينة البحثية إلى حد ما على (تبادل النقاش مع الآخرين حول كيفية مواجهة مرض كورونا) بوزن نسبي بلغ ٨١.٧، تلتها في المرتبة الثالثة موافقة العينة البحثية إلى حد ما على (جعلتني أبحث وأطلع على المزيد من المعلومات الخاصة بفيروس كورونا) بوزن نسبي بلغ ٨٠.٣، فالأزمات تجعل الجمهور يتعرض لوسائل الإعلام بصورة أكبر وذلك لرغبة الأفراد في الحصول على مزيد من المعلومات تجاه الأزمة أو الخطر الناتج أو المتوقع حدوثه، ثم جاءت في المرتبة الرابعة موافقة العينة البحثية إلى حد ما على (دعمت جهود الدولة في مواجهة مرض كورونا وذلك بمشاركة منشورات وزارة الصحة على صفحتي الشخصية) بوزن نسبي بلغ ٧٩.٣، وتشير النتيجة إلى فاعلية الجمهور ومشاركتهم الإيجابية ومحاولتهم نشر الوعي بين الآخرين، ثم جاء في المرتبة الأخيرة عدم موافقة العينة البحثية على (المتابعة لصفحة وزارة الصحة أصابتني بالخمول تجاه الأزمة فلم يصدر مني أي رد فعل حيالها) بوزن نسبي بلغ ٦١.٠، فقد لاحظنا في بداية ظهور جائحة كورونا نوعً من اللامبالاة والاستهتار والتقليل من خطورة الموضوع، كما انتشرت العديد من المواقع الساخرة التي تسخر من موضوع فيروس كورونا، ولكن مع استمرار الأزمة وسقوط العديد من الوفيات والإصابات علم الجمهور وأيقن خطورة الموضوع؛ لذا زاد اهتمامه وحرصه على متابعة كل ما هو جديد.

وتشير النتائج إلى ارتفاع التأثيرات الوجدانية وخاصة التأثيرات الخاصة بطرق العناية الشخصية، والبحث عن معلومات خاصة بفيروس كورونا، وتبادل النقاش مع الآخرين حول كيفية مواجهة مرض كورونا، والبحث عن معلومات خاصة

بالمرض، ودعم جهود الدولة في مواجهة مرض كورونا، وذلك بمشاركة منشـــورات وزارة الصحة على الصفحات الشخصية للمبحوثين.

**الجدول رقم (١٩) يوضح مقياس التاثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية**

| مقياس التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية | | ك | % |
|---|---|---|---|
| **التأثيرات المعرفية** | **ضعيف** | ١٢ | ٣.٠ |
| | **متوسط** | ١٥٣ | ٣٨.٣ |
| | **قوي** | ٢٣٥ | ٥٨.٨ |
| | **الإجمالي** | ٤٠٠ | ١٠٠.٠ |
| **التأثيرات الوجدانية** | **ضعيف** | ١٣ | ٣.٣ |
| | **متوسط** | ٢٦٧ | ٦٦.٨ |
| | **قوي** | ١٢٠ | ٣٠.٠ |
| | **الإجمالي** | ٤٠٠ | ١٠٠.٠ |
| **التأثيرات السلوكية** | **ضعيف** | ٢٤ | ٦.٠ |
| | **متوسط** | ١٦٤ | ٤١.٠ |
| | **قوي** | ٢١٢ | ٥٣.٠ |
| | **الإجمالي** | ٤٠٠ | ١٠٠.٠ |

يوضح الجدول رقم (١٩) مقياس التاثيرات المعرفية والوجدانيـــة والســـلوكية، أولاً فيما يخص التأثيرات المعرفية، جاء في المرتبة الأولـــى (قـــوي) بنســـبة بلغـــت ٥٨.٨%، تلاه (متوسط) بنسبة بلغت ٣٨.٣%، وجاء أخيرًا (ضعيف) بنســـبة بلغـــت

٣%، حيث حرصت العينة البحثية على معرفة الأعراض المتعلقة بفيروس كورونا، وجاء ذلك متزامناً مع تزايد أعداد المصابين والوفيات، وإحساس الجمهور بخطورة الفيروس وإمكانية الإصابة به في أي وقت؛ لذا جاءت طبيعة ونوع المضامين المتعلقة بفيروس كورونا في مراتب متقدمة من حيث طبيعة المعلومات التي تم الحصول عليها أثناء أزمة كورونا.

أما فيما يخص التأثيرات الوجدانية، فجاء أولاً (متوسط) بنسبة بلغت ٦٦.٨%، تلاه (قوي) بنسبة بلغت ٣٠%، وجاء أخيرًا (ضعيف) بنسبة بلغت ٣.٣%.

أما فيما يخص التأثيرات السلوكية، فجاء في المرتبة الأولى (قوي) بنسبة بلغت ٥٣%، تلاه (متوسط) بنسبة بلغت ٤١%، ثم (ضعيف) بنسبة بلغت ٦%، حيث تؤدي مواقع التواصل دورًا كبيرًا ومهمًا في بناء الفرد وتكوينه المعرفي والوجداني والسلوكي من خلال عملها على زيادة رصيده من المعلومات والخبرات التي تنسج مواقفه وآراءه وسلوكياته من خلال اعتماده عليها، فقد أصبحت أداة مؤثرة في استحداث وتغيير السلوكيات والممارسات، فمضامينه أصبحت مرتبة للأفكار ناقلة للحياة وأصبحت قوة كبيرة من خلال إحكام سيطرتها على مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الأفراد في اتخاذ الآراء والقرارات وتحقيق الأهداف.

وتشير النتائج السابقة إلى أنَّ اعتماد الجمهور على صفحة وزارة الصحة أثناء أزمة كورونا كانت الأعلى في التأثيرات المعرفية وفي التأثيرات السلوكية، لتأتي في المرتبة الثانية التأثيرات الوجدانية، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء أنَّ المعلومات والتوعية وصلت للجميع بنجاح مما دفع الجمهور إلى الالتزام بالسلوكيات الوقائية.

## الجدول رقم (٢٠) يوضح النشاط الداعم للجمهور المصري في الحصول على المعلومات أثناء أزمة كورونا

| النشاط الداعم | موافق | | إلى حد ما | | لا أوافق | | المتوسط | الانحراف المعياري | الوزن النسبي | الترتيب |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ك | % | ك | % | ك | % | | | | |
| **الانتقائية** | | | | | | | | | | |
| أحب متابعة الأخبار التي تتفق مع اهتماماتي وآرائي حول أزمة كورونا | ١٦٤ | ٤١.٠ | ١٦٢ | ٤٠.٥ | ٧٤ | ١٨.٥ | ٢.٢٢ | ٧٣٩. | ٧٤.٠ | ١ |
| أتعرض للمضامين الخاصة بأزمة كورونا بالطريقة التي تناسب أفكاري وآرائي | ١٥٧ | ٣٩.٣ | ١٦٢ | ٤٠.٥ | ٨١ | ٢٠.٣ | ٢.١٩ | ٧٤٩. | ٧٣.٠ | ٢ |
| أتجاهل الأخبار والموضوعات التي لا تتفق مع اهتماماتي حول بأزمة كورونا | ١٤٩ | ٣٧.٣ | ١٦٢ | ٤٠.٥ | ٨٩ | ٢٢.٣ | ٢.١٥ | ٧٥٨. | ٧١.٧ | ٣ |
| **الانتباه** | | | | | | | | | | |
| أنتبه إلى الأخبار والآراء التي تخص الصحة بشكل عام | ٢٢٩ | ٥٧.٣ | ١٢٧ | ٣١.٨ | ٤٤ | ١١.٠ | ٢.٤٦ | ٦٨٥. | ٨٢.٠ | ١ |
| أنتبه لموضوع أزمة كورونا وأتابع تطور أحداثه | ١٩٢ | ٤٨.٠ | ١٥٨ | ٣٩.٥ | ٥٠ | ١٢.٥ | ٢.٣٥ | ٦٩٣. | ٧٨.٣ | ٢ |
| أنتبه إلى تطور طرق العلاج لفيروس كورونا حول العالم | ١٦٨ | ٤٢.٠ | ١٦٢ | ٤٠.٥ | ٧٠ | ١٧.٥ | ٢.٢٥ | ٧٣٢. | ٧٥.٠ | ٣ |

| الاستغراق | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| أتأثر وأنفعل لما يحدث أثناء متابعتي لأخبار أزمة كورونا | ٢٣٢ | ٥٨.٠ | ١٢١ | ٣٠.٣ | ٤٧ | ١١.٨ | ٢.٤٦ | ٦٩٦. | ٨٢.٠ | ١ |
| أفكر في محاولة نشر المعلومات التي أحصل عليها من صفحة وزارة الصحة للمساهمة في نشر الوعي الصحي للآخرين | ٢١٦ | ٥٤.٠ | ١٥٢ | ٣٨.٠ | ٣٢ | ٨.٠ | ٢.٤٦ | ٦٤٠. | ٨٢.٠ | ١ |
| أفكر في البحث والاطلاع على المزيد من المعلومات الخاصة بفيروس كورونا | ١٩٤ | ٤٨.٥ | ١٥٠ | ٣٧.٥ | ٥٦ | ١٤.٠ | ٢.٣٥ | ٧١٢. | ٧٨.٣ | ٢ |

يوضح الجدول رقم (٢٠) أنماط نشاط الاتصال الداعم نتيجة متابعة صفحة وزارة الصحة عبر الفيسبوك، ويتضمن هذا النشاط عمليات الانتقائية والاستغراق والانتباه للرسائل الإعلامية عبر الفيسبوك، حيث إن هذه الرسائل تؤثر على الجمهور المستقبل لها، وعن مستوى الأبعاد التي تكون هذا النشاط فهي كما يلي:

- **أولاً: الانتقائية:** حيث إن أفراد الجمهور هم من يختارون نوع المضامين والوسائل التي يتعرضون لها كإختيارهم، مثلاً لمشاهدة التلفزيون أو الاستماع للإذاعة أو استخدام الإنترنت وغيرها، حيث يؤكد "ريتشارد هاريس" (Harris) أن تأثير وسائل الاتصال يتم من خلال الانتقاء الذي يعتمد على الفروق الفردية حيث يتباين الناس في إدراكهم لنفس الرسالة كما يتباينون في طبيعة استجاباتهم لها(٧٦).

وجاءت في المرتبة الأولى موافقة العينة البحثية على (أحب متابعة الأخبار التي تتفق مع اهتمامتي وآرائي حول أزمة كورونا) بوزن نسبي بلغ ٧٤، فأعضاء الجمهور هنا بدرجة ما باحثون نشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعًا لهم، وكلما كان مضمون معين قادرًا على تلبية احتياجات الأفراد زادت نسبة اختيارهم له، فالأفراد يختارون بوعي وسائل الإتصال التي يرغبون في التعرض لها كما ينتقون المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والإجتماعية عبر الوسائل المتاحة ويقومون بدور إيجابي ونشط في العملية الاتصالية، إذ توجد لديهم دوافعهم تقودهم إلى استخدام وسائل الإعلام(٧٧).

ثم جاءت في المرتبة الثانية موافقة العينة البحثية إلى حد ما على (أتعرض للمضامين الخاصة بأزمة كورونا بالطريقة التي تناسب أفكاري وآرائي) بوزن نسبي بلغ ٧٣، حيث لم يعد الجمهور مجرد متلقٍ سلبي؛ فهو الذي يختار المضمون الإعلامي المناسب له والملائم لإشباع حاجاته ودوافعه، ثم جاءت في المرتبة الثالثة موافقة العينة البحثية إلى حد ما على (أتجاهل الأخبار والموضوعات التي لا تتفق مع اهتماماتي حول بأزمة كورونا) بوزن نسبي بلغ ٧١.٧، وهذا ما يعكس أن التعرض الانتقائي للأفراد يجعلهم يختارون المعلومات التي تؤيد اتجاهاتهم الراهنة وخاصة أثناء الأزمات التي تحتاج إلى صناعة واتخاذ قرارات معينة للخروج من هذه الأزمة أو التصدي لها.

- **<u>ثانيًا: الانتباه</u>**: ويقصد به قيام الفرد بتوجيه جهده العقلي والذهني أثناء استقبال الرسالة الإعلامية، وهذا الانتباه يدل على رغبة الفرد في توجيه اهتمامه وانتباهه لتلقي ما يتسق مع معتقداته واتجاهاته، وجاءت في المرتبة الأولى موافقة العينة البحثية على (أنتبه إلى الأخبار والآراء التي تخص الصحة بشكل عام) بوزن نسبي بلغ ٨٢، تلتها في المرتبة الثانية موافقة العينة البحثية إلى حد ما على (أنتبه لموضوع أزمة كورونا وأتابع تطور أحداثها) بوزن نسبي بلغ ٧٨.٣، ثم جاءت في المرتبة الثالثة موافقة العينة البحثية إلى حد ما

على (أنتبه إلى تطور طرق العلاج لفيروس كورونا حول العالم) بوزن نسبي بلغ ٧٥.

- **ثالثًا: الاستغراق**: ويعني الاندماج مع الوسيلة الإعلامية ويتعلق هذا الأمر بدرجة إدراك وتفاعل أفراد الجمهور مع مضامين وسائل الإعلام، ويقصد بهذا الدرجة التي يدرك فيها فرد من الجمهور وجود رابطة أو صلة بينه وبين محتوى وسائل الإعلام، وكذلك الدرجة التي يتفاعل بها الفرد سيكولوجيا مع وسيلة إعلامية أو محتواها[٧٨]، وفي هذا الصدد جاءت في المرتبة الأولى موافقة العينة البحثية على كلٍّ من (أتأثر وأنفعل لما يحدث أثناء متابعتي لأخبار أزمة كورونا)، و(أفكر في محاولة نشر المعلومات التي أحصل عليها من صفحة وزارة الصحة للمساهمة في نشر الوعي الصحي للآخرين) بوزن نسبي بلغ ٨٢، حيث يشكل الوعي الصحي لدى الأفراد حجر الأساس في أنماط سلوكياتهم اليومية التي لها أثر كبير في حياتهم الصحية بشكل عام، ثم جاءت في المرتبة الثانية موافقة العينة البحثية على (أفكر في البحث والاطلاع على المزيد من المعلومات الخاصة بفيروس كورونا) بوزن نسبي بلغ ٧٨.٣.

**الجدول رقم (٢١) يوضح مقياس النشاط الداعم للجمهور المصري في الحصول على المعلومات أثناء أزمة كورونا**

| مقياس النشاط الداعم | | ك | % |
|---|---|---|---|
| الانتقائية | ضعيف | ٧٧ | ١٩.٣ |
| | متوسط | ١٦٧ | ٤١.٨ |
| | قوي | ١٥٦ | ٣٩.٠ |
| | الإجمالي | ٤٠٠ | ١٠٠.٠ |
| الانتباه | ضعيف | ٤٤ | ١١.٠ |
| | متوسط | ١٦١ | ٤٠.٣ |
| | قوي | ١٩٥ | ٤٨.٨ |
| | الإجمالي | ٤٠٠ | ١٠٠.٠ |
| الاستغراق | ضعيف | ٣٦ | ٩.٠ |
| | متوسط | ١٥١ | ٣٧.٨ |
| | قوي | ٢١٣ | ٥٣.٣ |
| | الإجمالي | ٤٠٠ | ١٠٠.٠ |

يوضح الجدول رقم (٢١) مقياس النشاط الداعم للجمهور المصري في الحصول على المعلومات أثناء أزمة كورونا وجاءت النتيجة على النحو التالي:

- **أولاً: فيما يخص الانتقائية**، جاء في المرتبة الأولى (متوسط) بنسبة بلغت ٤١.٨%، تلاه (قوي) بنسبة بلغت ٣٩%، ثم جاء (ضعيف) بنسبة بلغت ١٩.٣%.
- **ثانيًا: فيما يخص الانتباه:** جاء في المرتبة الأولى (قوي) بنسبة بلغت ٤٨.٨%، تلاه في المرتبة الثانية (متوسط) بنسبة بلغت ٤٠.٣%، وجاء في المرتبة الثالثة (ضعيف) بنسبة بلغت ١١%.
- **ثالثًا: فيما يخص الاستغراق:** جاء في المرتبة الأولى (قوي) بنسبة بلغت ٥٣.٣%، تلاه في المرتبة الثانية (متوسط) بنسبة بلغت ٣٧.٨%، وجاء في المرتبة الثالثة (ضعيف) بنسبة ٩%.

## الجدول رقم (٢٢) يوضح النشاط المعيق للجمهور المصري في الحصول على المعلومات أثناء أزمة كورونا

| النشاط المعيق | موافق | | إلى حد ما | | لا أوافق | | المتوسط | الانحراف المعياري | الوزن النسبي | الترتيب |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ك | % | ك | % | ك | % | | | | |
| **الشك** | | | | | | | | | | |
| ما ينشر على صفحة وزارة الصحة يبتعد عن المهنية ويعرض لوجهات نظر متحيزة فيما يخص أزمة كورونا | ١٥ | ٣.٨ | ٦١ | ١٥.٣ | ٣٢٤ | ٨١.٠ | ٢.٧٧ | ٥٠١. | ٩٢.٣ | ١ |
| المعلومات المنشورة على صفحة وزارة الصحة غير دقيقة وغير موضوعية فيما يخص أزمة كورونا | ٩ | ٢.٣ | ٩٠ | ٢٢.٥ | ٣٠١ | ٧٥.٣ | ٢.٧٣ | ٤٩٣. | ٩١.٠ | ٢ |
| الأخبار والمعلومات على صفحة وزارة الصحة تعتمد على التهويل وإشاعة الخوف بين الجمهور المصري فيما يخص أزمة كورونا | ١٨ | ٤.٥ | ١١٣ | ٢٨.٣ | ٢٦٩ | ٦٧.٣ | ٢.٦٣ | ٥٧٠. | ٨٧.٧ | ٣ |
| **تحويل الانتباه** | | | | | | | | | | |
| أنشغل ببعض الأعمال أثناء متابعتي للأخبار المتعلقة بأزمة كورونا على صفحة وزارة الصحة | ١٨ | ٤.٥ | ٤٢ | ١٠.٥ | ٣٤٠ | ٨٥ | ٢.٨١ | ٤٩٨. | ٩٣.٧ | ١ |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| لا أهتم بالمضمون المقدم على صفحة وزارة الصحة بقدر اهتمامي بالجلوس مع أصدقائي | ٤٤ | ١١.٠ | ١٠٦ | ٢٦.٥ | ٢٥٠ | ٦٢.٥ | ٢.٥١ | ٦٨٦. | ٨٣.٧ | ٢ |
| متابعتي لأخبار فيروس كورونا على صفحة وزارة الصحة يساعدني على إنجاز أعمال أخرى أثناء قراءة الأخبار | ٦٧ | ١٦.٨ | ٩ | ٢.٣ | ٣٢٤ | ٨١ | ١.٣٦ | ٧٥٢. | ٤٥.٣ | ٣ |
| التجنب | | | | | | | | | | |
| من الصعب فهم ومتابعة صفحة وزارة الصحة ومتابعتها لكثرة أحداثها | ٢٠ | ٥.٠ | ٣٦ | ٩.٠ | ٣٤٤ | ٨٦.٠ | ٢.٨١ | ٥٠٥. | ٩٣.٧ | ١ |
| أتابع الكثير من المواقع والصفحات الإلكترونية المتخصصة قي الجانب الصحي لدرجة أنني لم أعد أريد متابعة المزيد | ٣٨ | ٩.٥ | ٦٠ | ١٥.٠ | ٣٠٢ | ٧٥.٥ | ٢.٦٦ | ٦٤٥. | ٨٨.٧ | ٢ |
| أفضل الراحة والاسترخاء عن متابعة صفحة وزارة الصحة | ٦٠ | ١٥.٠ | ١٢٠ | ٣٠.٠ | ٢٢٠ | ٥٥.٠ | ٢.٤٠ | ٧٣٦. | ٨٠.٠ | ٣ |

يوضح الجدول رقم (٢٢) النشاط المعيق للجمهور المصري في الحصول على المعلومات أثناء أزمة كورونا، وهو ما يعني صعوبة تأثر الجمهور بالمعلومات التي تقدم عبر صفحة وزارة الصحة، ويرجع ذلك إلى الخبرات السابقة لعينة الدراسة

وكذلك لوجود مجالات أخرى للاهتمام، ويتضمن هذا النشاط (تحويل الانتباه- الشك- التجنب)، وجاءت النتائج على النحو التالي:

- **أولاً: فيما يخص الشك:** وهو ما يعني حالة عقلية من عدم المصداقية التي تشجع على المزيد من عمليات التفكير والبحث عن المعلومات بديلة على مواقع بديله، وفي هذا الصدد جاءت في المرتبة الأولى عدم موافقة العينة البحثية على أن (ما ينشر على صفحة وزارة الصحة يبتعد عن المهنية ويعرض لوجهات نظر متحيزة فيما يخص أزمة كورونا) بوزن نسبي بلغ ٩٢.٣، تلاه في المرتبة الثانية عدم موافقة العينة البحثية على أن (المعلومات المنشورة على صفحة وزارة الصحة غير دقيقة وغير موضوعية فيما يخص أزمة كورونا) بوزن نسبي بلغ ٩١.٠، وجاء في المرتبة الثالثة عدم موافقة العينة البحثية على أن (الأخبار والمعلومات على صفحة وزارة الصحة تعتمد على التهويل وأشاعة الخوف بين الجمهور المصري فيما يخص أزمة كورونا) بوزن نسبي بلغ ٨٧.٧، وقد أكدت **دراسة** ( Austin Et Al 2002)[٧٩] أن زيادة مستويات الشك في الرسالة تؤثر على كل من الجوانب العقلية والعاطفية لعملية اتخاذ القرار بشأن الرسالة الاتصالية ومضمونها، حيث أثبتت الدارسة أن تنشيط الشك في الرسالة يمكن أن يكون له تأثيرات مباشرة وغير مباشرة على عملية تفسير الرسائل الاتصالية.
- **ثانيًا: فيما يخص تحويل الانتباه:** وهو ما يعني قيام الفرد بمجموعة من الأنشطة التي تصرف انتباههم عن المضمون المقدم على صفحة وزارة الصحة، حيث جاء في المرتبة الأولى عدم موافقة العينة البحثية على (أنشغل ببعض الأعمال أثناء متابعتي للأخبار المتعلقة بأزمة كورونا على صفحة وزارة الصحة) بوزن نسبي بلغ ٩٣.٧، تلاه في المرتبة الثانية عدم موافقة العينة البحثية على (لا أهتم بالمضمون المقدم على صفحة وزارة الصحة بقدر

اهتمامي بالجلوس مع أصدقائي) بوزن نسبي بلغ ٨٣.٧، وجاء في المرتبة الثالثة عدم موافقة العينة البحثية على (متابعتي لأخبار فيروس كورونا على صفحة وزارة الصحة يساعدني على إنجاز أعمال أخرى أثناء قراءة الأخبار) بوزن نسبي بلغ ٤٥.٣.

- **ثالثًا: فيما يخص التجنب:** تعني تجنب أفراد عينة الدراسة لمضامين اتصالية معينة بناء على توقعاتهم ومستويات اهتمامهم بها، وذلك لأنها لا تشبع احتياجاته أو تلبي التوقعات، وجاء في المرتبة الأولى عدم موافقة العينة البحثية على أن (من الصعب فهم ومتابعة صفحة وزارة الصحة ومتابعتها لكثرة أحداثها)، بوزن نسبي بلغ ٩٣.٧، تلتها في المرتبة الثانية عدم موافقة العينة البحثية على (أتابع الكثير من المواقع والصفحات الإلكترونية المتخصصة قي الجانب الصحي لدرجة أنني لم أعد أريد متابعة المزيد) بوزن نسبي بلغ ٨٨.٧، وجاء في المرتبة الثالثة عدم موافقة العينة البحثية على (أفضل الراحة والاسترخاء عن متابعة صفحة وزارة الصحة) بوزن نسبي بلغ ٨٠.٠.

**الجدول رقم (٢٣) يوضح مقياس النشاط المعيق للجمهور المصري في الحصول على المعلومات أثناء أزمة كورونا**

| مقياس النشاط المعيق | | ك | % |
|---|---|---|---|
| الشك | ضعيف | ٢٩٩ | ٧٤.٨ |
| | متوسط | ٨٦ | ٢١.٥ |
| | قوي | ١٥ | ٣.٨ |
| | الإجمالي | ٤٠٠ | ١٠٠.٠ |
| تحويل الانتباه | ضعيف | ١٩ | ٤.٨ |
| | متوسط | ٣٣٤ | ٨٣.٥ |
| | قوي | ٤٧ | ١١.٨ |
| | الإجمالي | ٤٠٠ | ١٠٠.٠ |
| التجنب | ضعيف | ٢٨٨ | ٧٢.٠ |
| | متوسط | ٩٠ | ٢٢.٥ |
| | قوي | ٢٢ | ٥.٥ |
| | الإجمالي | ٤٠٠ | ١٠٠.٠ |

يوضح الجدول رقم (٢٣) مقياس النشاط المعيق للجمهور المصري في الحصول على المعلومات أثناء أزمة كورونا وكانت النتائج على النحو التالي:

- **أولاً: فيما يخص الشك:** جاء في المرتبة الأولى (ضعيف) بنسبة بلغت ٧٤.٨%، تلاه (متوسط) بنسبة بلغت ٢١.٥%، وجاء في المرتبة الأخيرة (قوي) بنسبة بلغت٣.٨%.
- **ثانيًا: ما يخص تحويل الانتباه:** جاء في المرتبة الأولى (متوسط) بنسبة بلغت ٨٣.٥%، تلاه (قوي) بنسبة بلغت ١١.٨%، وجاء في المرتبة الأخيرة (ضعيف) بنسبة بلغت ٤.٨%.
- **ثالثًا: فيما يخص التجنب:** جاء في المرتبة الأولى (ضعيف) بنسبة بلغت ٧٢%، تلاه (متوسط) بنسبة بلغت ٢٢.٥%، وجاء أخيرًا (قوي) بنسبة بلغت ٥.٥%.

## الجدول رقم (٢٤) يوضح التأثيرات الاتصالية

## نتيجة التعرض للمعلومات المنشورة على صفحة وزارة الصحة

| التأثيرات الاتصالية للجمهور | موافق | | إلى حد ما | | لا أوافق | | المتوسط | الانحراف المعياري | الوزن النسبي | الترتيب |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ك | % | ك | % | ك | % | | | | |
| **التفاعل الاجتماعي** | | | | | | | | | | |
| أشعر بالحزن والإحباط عندما لا تعبر وزارة الصحة عن موضوعات خاصة بأزمة كورونا | ١٩٩ | ٤٩.٨ | ١٦٥ | ٤١.٣ | ٣٦ | ٩.٠ | ٢.٤١ | ٦٥٠. | ٨٠.٣ | ١ |
| أفتقد بشدة متابعة الأخبار المنشورة على صفحة وزارة الصحة عندما أكون خارج المنزل | ١٧٠ | ٤٢.٥ | ١٨٩ | ٤٧.٣ | ٤١ | ١٠.٣ | ٢.٣٢ | ٦٥٢. | ٧٧.٣ | ٢ |
| أتفاعل مع المعلومات الخاصة بأزمة كورونا على صفحة وزارة الصحة بقدر كبير | ١٣٣ | ٣٣.٣ | ٢٣٢ | ٥٨.٠ | ٣٥ | ٨.٨ | ٢.٢٤ | ٦٠١. | ٧٤.٧ | ٣ |
| **الواقعية** | | | | | | | | | | |
| أصدق المضامين التي تقدمها صفحة وزارة الصحة عن أزمة كورونا | ٢١٩ | ٥٤.٨ | ١٥٨ | ٣٩.٥ | ٢٣ | ٥.٨ | ٢.٤٩ | ٦٠٥. | ٨٣.٠ | ١ |
| تمدني صفحة وزارة الصحة بمعلومات وأفكار واقعية عن أزمة كورونا | ٢٠٤ | ٥١.٠ | ١٥٩ | ٣٩.٨ | ٣٧ | ٩.٣ | ٢.٤٢ | ٦٥٥. | ٨٠.٧ | ٢ |
| مضامين صفحة وزارة الصحة تفيديني في اكتساب بعض الخبرات المتعلقة بالحفاظ على الصحة وعدم الإصابة بمرض كورونا | ١٨٠ | ٤٥.٠ | ١٩١ | ٤٧.٨ | ٢٩ | ٧.٣ | ٢.٣٨ | ٦١٧. | ٧٩.٣ | ٣ |

| الرضا | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| أرغب في متابعة المزيد من المواقع والصفحات الصحية التي تمدني بالمعلومات عن أزمة كورونا | ٢١٤ | ٥٣.٥ | ١٦٤ | ٤١.٠ | ٢٢ | ٥.٥ | ٢.٤٨ | ٦٠٠. | ٨٢.٧ | ١ |
| أشعر بالرضا عن الموضوعات والقضايا التي تتناولها صفحة وزارة الصحة أثناء أزمة كورونا | ٢٠٥ | ٥١.٣ | ١٧٧ | ٤٤.٣ | ١٨ | ٤.٥ | ٢.٤٧ | ٥٨٣. | ٨٢.٣ | ٢ |
| أشعر بأن صفحة وزارة الصحة قد أمدتني بكل المعلومات التي أرغب في الحصول عليها عن أزمة فيروس كورونا | ٢٠٥ | ٥١.٣ | ١٦٥ | ٤١.٣ | ٣٠ | ٧.٥ | ٢.٤٤ | ٦٣٠. | ٨١.٣ | ٣ |

يوضح الجدول رقم (٢٤) التأثيرات الاتصالية نتيجة التعرض للمعلومات المنشورة على صفحة وزارة الصحة، حيث جاءت النتيجة على النحو التالي:

- **أولاً: فيما يخص التفاعل الاجتماعي:** جاءت في المرتبة الأولى موافقة العينة البحثية على (أشعر بالحزن والإحباط عندما لا تعبر وزارة الصحة عن موضوعات خاصة بأزمة كورونا) بوزن نسبي بلغ ٨٠.٣،، تلتها في المرتبة الثانية موافقة العينة البحثية إلى حد ما على (أفتقد بشدة متابعة الأخبار المنشورة على صفحة وزارة الصحة عندما أكون خارج المنزل) بوزن نسبي بلغ ٧٧.٣، ثم جاءت في المرتبة الثالثة موافقة العينة البحثية إلى حد ما على (أتفاعل مع معلومات الخاصة بأزمة كورونا على صفحة وزارة الصحة بقدر كبير) بوزن نسبي بلغ ٧٤.٧.
- **ثانيًا: فيما يخص الواقعية:** جاءت في المرتبة الأولى موافقة العينة البحثية على (أصدق المضامين التي تقدمها صفحة وزارة الصحة عن أزمة كورونا) بوزن نسبي بلغ ٨٣، تلتها في المرتبة الثانية موافقة العينة البحثية على

(تمدني صفحة وزارة الصحة بمعلومات وأفكار واقعية عن أزمة كورونا) بوزن نسبي بلغ ٨٠.٧، ثم جاءت في المرتبة الثالثة موافقة العينة البحثية إلى حد ما على (مضامين صفحة وزارة الصحة تفيديني في اكتساب بعض الخبرات المتعلقة بالحفاظ على الصحة وعدم الإصابة بمرض كورونا) بوزن نسبي بلغ ٧٩.٣، فقد أفادت صفحة وزارة الصحة بدرجة كبيرة في التعامل مع ذلك الفيروس، وكيفية الوقاية منه، بالإضافة إلى التعرف على الأمور التي ينبغي القيام بها عند حدوث أعراض الإصابة، وكيفية التعامل مع أحد أفراد العائلة إذا ما تعرض للإصابة، مما أدى في النهاية إلى زيادة وعي الجمهور فيما يتعلق بجائحة فيروس كورونا.

- **ثالثًا: فيما يخص الرضا والذي يعكس إشباع الاحتياجات وتأكيد التوقعات:** جاءت في المرتبة الأولى موافقة العينة البحثية على (أرغب في متابعة المزيد من المواقع والصفحات الصحية التي تمدني بالمعلومات عن أزمة كورونا) بوزن نسبي بلغ ٨٢.٧، تلتها في المرتبة الثانية موافقة العينة البحثية على (أشعر بالرضا عن الموضوعات والقضايا التي تتناولها صفحة وزارة الصحة أثناء أزمة كورونا) بوزن نسبي بلغ ٨٢.٣، ثم جاءت في المرتبة الثالثة موافقة العينة البحثية على (أشعر بأن صفحة وزارة الصحة قد أمدتني بكل المعلومات التي أرغب في الحصول عليها عن أزمة فيروس كورونا) بوزن نسبي بلغ ٨١.٣، ما يعني أن صفحة وزارة الصحة التي يفضل الجمهور المصري متابعتها تفي باحتياجات الجمهور، كما أنها تقدم معلومات وافية حول أزمة فيروس كورونا، لأن الجمهور إذا لم يجد جميع ما يحتاجه في هذه الوسيلة حتمًا سيبحث عن وسيلة غيرها، وقد زاد هذا من حرص وسائل الإعلام المختلفة على التنافسية وتلبية رغبات واحتياجات الجمهور وخاصة في الأزمات، حتى تصير هذه الوسيلة هي الأولى بالنسبة لجمهورها.

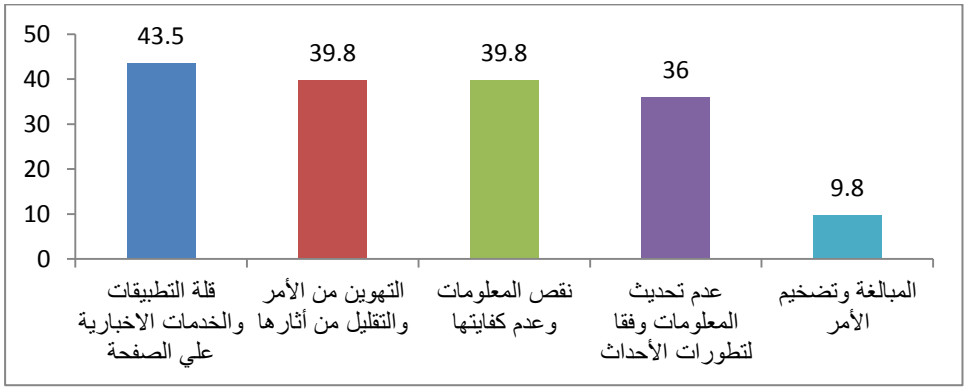
**الجدول رقم (٢٥) يوضح مقياس التأثيرات الاتصالية نتيجة التعرض للمعلومات المنشورة على صفحة وزارة**

| مقياس التأثيرات الاتصالية للجمهور | | ك | % |
|---|---|---|---|
| التفاعل الاجتماعي | ضعيف | ٣١ | ٧.٨ |
| | متوسط | ٢٠٤ | ٥١.٠ |
| | قوي | ١٦٥ | ٤١.٣ |
| | الإجمالي | ٤٠٠ | ١٠٠.٠ |
| الواقعية | ضعيف | ١٢١ | ٣٠.٣ |
| | متوسط | ٢٦٦ | ٦٦.٥ |
| | قوي | ١٣ | ٣.٣ |
| | الإجمالي | ٤٠٠ | ١٠٠.٠ |
| الرضا | ضعيف | ٢٠ | ٥.٠ |
| | متوسط | ١٧٨ | ٤٤.٥ |
| | قوي | ٢٠٢ | ٥٠.٥ |
| | الإجمالي | ٤٠٠ | ١٠٠.٠ |

يوضح الجدول رقم (٢٥) مقياس التأثيرات الاتصالية نتيجة التعرض للمعلومات المنشورة على صفحة وزارة الصحة، أولاً: فيما يخص التفاعل الاجتماعي جاء في المرتبة الأولى (متوسط) بنسبة بلغت ٥١%، تلاها (قوي) بنسبة بلغت ٤١.٣%، ثم (ضعيف) بنسبة بلغت ٧.٨%، أما فيما يخص الواقعية فجاء في المرتبة الأولى (متوسط) بنسبة بلغت ٦٦.٥%، تلاه (ضعيف) بنسبة بلغت ٣٠.٣%، ثم (قوي) بنسبة بلغت ٣.٣%، أما فيما يخص الرضا فجاء في المرتبة الأولى (قوي)

بنسبة بلغت ٥٠.٥%، تلاه (متوسط) بنسبة بلغت ٤٤.٥%، وأخيرًا جاء (ضعيف) بنسبة بلغت ٥%، وتؤكد هذه النتيجة ما ذهب إليه **كيم وروبين** ( Kim & Rubin. 1997)[٨٠]، حيث خلصت دراستهما إلى أن التعرض الانتقائي يقوي كلاً من تأثيرات الرضا عن الرسائل الاتصالية وتأثيرات التفاعل مع شخصيات الوسيلة.

**الشكل رقم (٨) يوضح أهم جوانب القصور في صفحة وزارة الصحة**




يبين الشكل رقم (٨) أهم جوانب القصور في صفحة وزارة الصحة، وجاءت في المرتبة الأولى (قلة التطبيقات والخدمات الإخبارية على الصفحة) بنسبة بلغت ٤٣.٥%، ثم تساوى في المرتبة الثانية كلٌّ من (التهوين من الأمر والتقليل من آثارها)، و(نقص المعلومات وعدم كفايتها) بنسبة بلغت ٣٩.٨%، ثم جاء في المرتبة الثالثة (عدم تحديث المعلومات وفقًا لتطورات الأحداث) بنسبة بلغت ٣٦%، ثم جاءت في المرتبة الأخيرة (المبالغة وتضخيم الأمر) بنسبة بلغت ٩.٨%.

**الجدول رقم (٢٦) يوضح مقترحات العينة البحثية لتحسين صفحة وزارة الصحة على الفيسبوك**

| مقترحات عينة الدراسة لتحسين صفحة وزارة الصحة | ك | % |
|---|---|---|
| اتباع التغطية الفورية والشاملة للأحداث | ٢٠٧ | ٥١.٨ |
| التوسع في تناول الموضوعات الصحية وأسبابها وتداعياتها | ١٩٢ | ٤٨.٠ |
| التركيز على تقديم الأخبار والمعلومات بطرق جاذبة للانتباه | ١٨٠ | ٤٥.٠ |
| تبسيط المادة المقدمة عن كورونا | ١٦٥ | ٤١.٣ |
| الاستفاده من الصفحات الناجحة في إدارة الأزمات في المؤسسات المشابهة | ١٦٥ | ٤١.٣ |
| الاعتماد على كوادر مدربة لإدارة الصفحة | ١٥٦ | ٣٩.٠ |
| تطويع الاستفادة من التطور التكنولوجي الحديث في عرض المحتوى | ١٢٣ | ٣٠.٨ |
| التحديث في القوالب التحريرية والفنية المستخدمة | ١١٤ | ٢٨.٥ |
| **الإجمالي** | ٤٠٠ | |

يوضح الجدول رقم (٢٦) مقترحات العينة البحثية لتحسين صفحة وزارة الصحة على الفيسبوك، وجاء في المرتبة الأولى (اتباع التغطية الفورية والشاملة للأحداث) بنسبة بلغت ٥١.٨%، تلاه في المرتبة الثانية (التوسع في تناول الموضوعات الصحية وأسبابها وتداعياتها) بنسبة بلغت ٤٨%، ثم جاء في المرتبة الثالثة (التركيز على تقديم الأخبار والمعلومات بطرق جاذبة للانتباه) بنسبة بلغت ٤٥%، تلاه في المرتبة الرابعة كلٌّ من (تبسيط المادة المقدمة عن كورونا)، (الاستفادة من الصفحات الناجحة في إدارة الأزمات في المؤسسات المشابهة) بنسبة بلغت ٤١.٣%، ثم جاء في المرتبة الخامسة (الاعتماد على كوادر مدربة لإدارة الصفحة) بنسبة بلغت ٣٩%، تلاه في المرتبة السادسة (تطويع الاستفادة من التطور التكنولوجي الحديث في عرض المحتوى) بنسبة بلغت ٣٠.٨%، وجاء أخيرًا (التحديث في القوالب التحريرية والفنية المستخدمة) بنسبة بلغت٢٨.٥%.

## ثانياً: نتائج اختبار فروض الدراسة:

**جدول رقم (٢٧) يوضح العلاقة بين كثافة تعرض المبحوثين لصفحة وزارة الصحة أثناء أزمة كورونا واتجاههم نحوها**

| كثافة تعرض المبحوثين لصفحة وزارة الصحة / الاتجاه نحو الصفحة | معامل ارتباط بيرسون | مستوى المعنوية | الدلالة |
|---|---|---|---|
| | ٠.٥٦١** | ٠.٠٠٠ | دال |
| حجم العينة | ٤٠٠ | | |

يوضح الجدول رقم (٢٧) العلاقة بين كثافة تعرض المبحوثين لصفحة وزارة الصحة أثناء أزمة كورونا واتجاههم نحوها، حيث:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائيًا بين كثافة تعرض المبحوثين لصفحة وزارة الصحة أثناء أزمة كورونا واتجاههم نحوها.
- جاء معامل ارتباط بيرسون **٠.٥٦١**، **ومستوى معنوية ٠.٠٠٠**، وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (٠.٠٥)، حيث تبين أنه كلما زادت كثافة تعرض المبحوثين لصفحة وزارة الصحة أثناء أزمة كورونا كان اتجاههم إيجابيًا نحو هذه الصفحة.

**جدول رقم (٢٨) يوضح العلاقة بين اعتماد عينة الدراسة على صفحة وزارة الصحة ودرجة ثقتهم فيها**

| اعتماد عينة الدراسة على صفحة وزارة الصحة ودرجة ثقتهم فيها | معامل ارتباط بيرسون | مستوى المعنوية | الدلالة |
|---|---|---|---|
| | ٠.٥٥٤** | ٠.٠٠٠ | دال |
| حجم العينة | ٤٠٠ | | |

يوضح الجدول رقم (٢٨) العلاقة بين اعتماد عينة الدراسة على صفحة وزارة الصحة ودرجة ثقتهم حيث تبين أنه:

- توجد علاقة ارتباطية بين اعتماد عينة الدراسة على صفحة وزارة الصحة ودرجة ثقتهم فيها.
- جاء معامل ارتباط بيرسون **٠.٥٥٤**، **ومستوى معنوية** ٠.٠٠٠، وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

**الجدول رقم (٢٩) يوضح العلاقة بين تعرض عينة الدراسة لصفحة وزارة الصحة وبين تصديقهم للأخبار المنشورة عليها**

| تعرض عينة الدراسة على صفحة وزارة الصحة تصديقهم للأخبارالمنشورة عليها | معامل ارتباط بيرسون | مستوى المعنوية | الدلالة |
|---|---|---|---|
| | **٠.٣٧٠** | ٠.٠٠٠ | دال |
| **حجم العينة** | ٤٠٠ | | |

يوضح الجدول رقم (٢٩) العلاقة بين تعرض عينة الدراسة لصفحة وزارة الصحة وبين تصديقهم للأخبار المنشورة عليها، حيث:

- تبين أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض عينة الدراسة لصفحة وزارة الصحة وبين تصديقهم للأخبار المنشورة عليها، حيث جاء معامل ارتباط بيرسون ٠.٣٧٠، **ومستوى معنوية** ٠.٠٠٠، وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

**الجدول رقم (٣٠) يوضح العلاقة بين اعتماد عينة الدراسة**

**على صفحة وزارة الصحة المصرية على مواقع التواصل والمتغيرات الديموجرافية**

| اعتماد عينة الدراسة على الإطلاع على صفحة وزارة الصحة المصرية / البيانات الديموجرافية | | العدد | المتوسط | الانحراف المعياري | مؤشرات إحصائية | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | الاختبار | درجة الحرية | مستوى المعنوية |
| النوع | ذكور | ٢٠٠ | ١.٦٣ | ٧٣٢. | ت= ٤.٦٦٦ | ٣٩٨ | ٠.٠٠٠ دال |
| | إناث | ٢٠٠ | ٢.٠٣ | ٩٦٦. | | | |
| السن | من ١٨سنة – أقل من ٣٨ سنة | ٣٠٥ | ١.٨٨ | ٩١٤. | ف= ٨.٧٩٢ | ٣ ٣٩٦ | ٠.٠٠٠ دال |
| | من ٣٨ سنة – أقل من ٤٨ سنة | ٦٣ | ١.٩٠ | ٧٥٦. | | | |
| | من ٤٨ سنة – أقل من٥٨ سنة | ٢٦ | ١.٠٠ | ٠٠٠. | | | |
| | من ٥٨ سنة فأكثر | ٦ | ٢.٠٠ | ٠٠٠. | | | |
| | الإجمالي | ٤٠٠ | ١.٨٣ | ٨٧٩. | | | |
| المستوى التعليمي | متوسط | ٢٩ | ٢.١٧ | ٨٠٥. | ف= ٤.١٧٦ | ٢ ٣٩٧ | ٠.٠١٦ دال |
| | جامعي | ٢٨٢ | ١.٨٥ | ٩٢٠. | | | |
| | دراسات عليا | ٨٩ | ١.٦٥ | ٧٢٥. | | | |
| | الإجمالي | ٤٠٠ | ١.٨٣ | ٨٧٩. | | | |

| البيانات الديموجرافية / اعتماد عينة الدراسة على الإطلاع على صفحة وزارة الصحة المصرية | | العدد | المتوسط | الانحراف المعياري | مؤشرات إحصائية | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | الاختبار | درجة الحرية | مستوى المعنوية |
| الحالة الوظيفية | طالب | ١٠٣ | ١.٧٨ | ٧٢٧. | ف= ٠.٧٩١ | ٤ ٣٩٥ | ٠.٥٣٢ غير دال |
| | قطاع حكومي | ٤٨ | ١.٧١ | ٨٧٤. | | | |
| | قطاع خاص | ١٤٢ | ١.٩٢ | ١.٠٢٨ | | | |
| | لا يعمل | ٨٣ | ١.٨٦ | ٨٧١. | | | |
| | اعمال حرة | ٢٤ | ١.٧١ | ٤٦٤. | | | |
| | الإجمالي | ٤٠٠ | ١.٨٣ | ٨٧٩. | | | |
| المستوى الاقتصادي الاجتماعي | ضعيف | ١٣١ | ١.٨٨ | ٨٤١. | ف= ٢.٣٩٤ | ٢ ٣٩٧ | ٠.٠٦٨ غير دال |
| | متوسط | ١٩٥ | ١.٨٦ | ٩٥٦. | | | |
| | قوي | ٧٤ | ١.٦٦ | ٧٠٨. | | | |
| | الإجمالي | ٤٠٠ | ١.٨٣ | ٨٧٩. | | | |

يوضح الجدول رقم (٣٠) العلاقة بين اعتماد عينة الدراسة على صفحة وزارة الصحة المصرية على مواقع التواصل والمتغيرات الديموجرافية، حيث تبين أنه:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اعتماد عينة الدراسة على الاطلاع على صفحة وزارة الصحة المصرية على مواقع التواصل والمتغيرات الديموجرافية فيما يخص كلاً من النوع والسن والمستوى التعليمي.
- ففيما يخص النوع جاءت "ت" بنسبة بلغت (٤.٦٦٦)، ومستوى معنوية (٠.٠٠٠)، ودرجة حرية (٣٩٨)، وهى فروق ذات دلالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (٠.٠٠)، وتأتي الفروق لصالح الإناث مما يعني أنهن الأكثر اعتمادًا على صفحة وزارة الصحة للحصول على معلومات عن أزمة كورونا ويليها الذكور.
- أما فيما يخص السن، فجاءت "ف" بنسبة بلغت (٨.٧٩٢)، ومستوى معنوية (٠.٠٠٠)، وهى دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (٠.٠٠)، وتأتي الفروق لصالح الفئة العمرية من ٥٨ سنة فأكثر، تليهم الفئة العمرية من ٣٨- إلى أقل من ٤٨، ثم الفئة العمرية من ١٨ إلى ٣٨ سنة، وأخيرًا الفئة العمرية من ٤٨-٥٨ سنة.
- بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اعتماد عينة الدراسة على الاطلاع على صفحة وزارة الصحة المصرية على مواقع التواصل والمتغيرات الديموجرافية فيما يخص كلاً من (الحالة الوظيفية- المستوى الاقتصادي الاجتماعي).
- فيما يخص المستوى التعليمي، فقد جاءت "ف" بنسبة بلغت (٤.١٧٦)، ومستوى معنوية (٠.٠١٦)، وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (٠.٠٠).
- أما فيما يخص الحالة الوظيفية، فقد جاءت "ف" بنسبة بلغت (٠.٧٩١)، ومستوى معنوية (٠.٥٣٢)، وهى علاقة ارتباط ضعيفة وغير دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (٠.٠٠).

- أما فيما يخص المستوى الاقتصادي الاجتماعي، فقد جاءت "ف" بنسبة بلغت (٢.٣٩٤)، ومستوى معنوية (٠.٠٦٨)، وهى علاقة ارتباط ضعيفة وغير دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (٠.٠٠).

**الجدول رقم (٣١) يوضح دوافع استخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك وأنماط النشاط الداعم لهم في الحصول عن المعلومات عن أزمة كورونا**

| دوافع استخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك / وأنماط النشاط الداعم لهم في الحصول عن المعلومات عنأزمة كورونا | معامل ارتباط بيرسون | مستوى المعنوية | الدلالة |
|---|---|---|---|
| الانتقائية | ٠.٤٨٩** | ٠.٠٠٠ | دال |
| الانتباه | ٠.٥٧١** | ٠.٠٠٠ | دال |
| الاستغراق | ٠.٧٥٠** | ٠.٠٠٠ | دال |
| حجم العينة | ٤٠٠ | | |

يوضح من الجدول رقم (٣١) دوافع استخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك وأنماط النشاط الداعم لهم في الحصول عن المعلومات عن أزمة كورونا، حيث تبين أنه:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائيًا بين دوافع استخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك وأنماط النشاط الداعم (الانتقائية – الانتباه– الاستغراق) لهم في الحصول عن المعلومات عن أزمة كورونا، حيث جاء معامل ارتباط بيرسون فيما يخص الانتقائية ٠.٤٨٩، **ومستوى معنوية** ، ٠.٠٠٠وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

- فيما يخص الانتباه، جاء معامل ارتباط بيرسون **٠.٥٧١**، **ومستوى معنوية** **٠.٠٠٠**، وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (٠.٠٥).
- فيما يخص الاستغراق، جاء معامل ارتباط بيرسون **٠.٥٧٠**، **ومستوى معنوية** **٠.٠٠٠**، وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

**جدول رقم (٣٢) يوضح دوافع استخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك وأنماط النشاط المعيق لهم في الحصول عن المعلومات عن أزمة كورونا**

| دوافع استخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك / وأنماط النشاط المعيق لهم في الحصول عن المعلومات عن أزمة كورونا | معامل ارتباط بيرسون | مستوى المعنوية | الدلالة |
|---|---|---|---|
| الشك | ٠.٠٣٨ | ٠.٤٥١ | غير دال |
| تحويل الانتباه | ٠.٠٠٨ | ٠.٨٦٨ | غير دال |
| التجنب | ٠.٠٢٠ | ٠.٦٨ | غير دال |
| حجم العينة | ٤٠٠ | | |

يوضح الجدول رقم (٣٢) دوافع استخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك وأنماط النشاط المعيق لهم في الحصول عن المعلومات عن أزمة كورونا، حيث تبين أنه:

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائيًا بين دوافع استخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك وأنماط النشاط المعيق (الشك – تجويل الانتباه– التجنب) لهم في الحصول عن المعلومات عن أزمة كورونا.

- فيما يخص الشك، جاء معامل ارتباط بيرسون فيما يخص الانتقائية ٠.٠٣٨، ومستوى معنوية ٠.٤٥١، وهى علاقة غير دالة إحصائيًا.
- فيما يخص تحويل الانتباه، جاء معامل ارتباط بيرسون فيما يخص الانتقائية ٠.٠٠٨، ومستوى معنوية ٠.٨٦٨، وهى علاقة غير دالة إحصائيًا.
- أما فيما يخص التجنب، فجاء معامل ارتباط بيرسون٠.٠٢٠، ومستوى معنوية ٠.٠٠٦٨، وهى علاقة غير دالة إحصائيًا.
- نخلص من ذلك إلى أن انماط النشاط الداعم من خلال التعرض لصفحة وزارة الصحة أكثر تأثيرًا من أنماط النشاط المعيق، وتتفق هذه النتيجة مع **دراسة (ليث عبد الستار، عيادة اللهيبي، ٢٠١٩)**[٨١].

**الجدول رقم (٣٣) يوضح دوافع استخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك (الطقوسية – الهادفة) و(التأثيرات المعرفية)**

| التأثيرات المعرفية / دوافع استخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك | معامل ارتباط بيرسون | مستوى المعنوية | الدلالة |
|---|---|---|---|
| الهادفة | ٠.٣٦٦** | ٠.٠٠٠ | دال |
| الطقوسية | ٠.٢٠٦** | ٠.٠٠٠ | دال |
| حجم العينة | ٤٠٠ | | |

يوضح الجدول رقم (٣٣) دوافع استخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك (الطقوسية – الهادفة) و(التأثيرات المعرفية)، حيث تبين أنه:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائيًا بين دوافع استخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك (الطقوسية – الهادفة) و(التأثيرات المعرفية).

- فيما يخص الدوافع الهادفة، جاء معامل ارتباط بيرسون ٠.٣٦٦، **ومستوى معنوية** ٠.٠٠٠، وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (٠.٠٥).
- فيما يخص الدوافع الطقوسية، جاء معامل ارتباط بيرسون ٠.٢٠٦، **ومستوى معنوية** ٠.٠٠٠، وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

**الجدول رقم (٣٤) يوضح دوافع استخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك (الطقوسية – الهادفة) والتأثيرات الوجدانية**

| التأثيرات الوجدانية / دوافع استخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك | معامل ارتباط بيرسون | مستوى المعنوية | الدلالة |
|---|---|---|---|
| الهادفة | **٠.٢٧١ | ٠.٠٠٠ | دال |
| الطقوسية | **٠.٣٠٣ | ٠.٠٠٠ | دال |
| حجم العينة | ٤٠٠ | | |

يوضح الجدول رقم (٣٤) دوافع استخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك (الطقوسية – الهادفة) والتأثيرات الوجدانية، حيث تبين أنه:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائيًا بين دوافع استخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك (الطقوسية – الهادفة) والتأثيرات الوجدانية.
- فيما يخص الدوافع الهادفة، جاء معامل ارتباط بيرسون ٠.٢٧١، ومستوى معنوية ٠.٠٠٠، وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

- أما فيما يخص الدوافع الطقوسية، فجاء معامل ارتباط بيرسون ٠.٣٠٣، ومستوى معنوية ٠.٠٠٠، وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

**الجدول رقم (٣٥) يوضح دوافع استخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك (الطقوسية – الهادفة) والتأثيرات السلوكية**

| التأثيرات السلوكية / دوافع استخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك | معامل ارتباط بيرسون | مستوى المعنوية | الدلالة |
|---|---|---|---|
| الهادفة | ٠.١٨٢** | ٠.٠٠٠ | دال |
| الطقوسية | ٠.٠٥٣ | ٠.٢٨٧ | غير دال |
| حجم العينة | ٤٠٠ | | |

يوضح الجدول رقم (٣٥) العلاقة بين دوافع استخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك (الطقوسية – الهادفة) والتأثيرات السلوكية، حيث تبين أنه:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائيًا بين الدوافع (الهادفة) لاستخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك والتأثيرات السلوكية، حيث جاء معامل ارتباط بيرسون ٠.١٨٢، ومستوى معنوية ٠.٠٠٠، وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (٠.٠٥).
- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائيًا بين الدوافع (الطقوسية) لاستخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك والتأثيرات السلوكية، حيث

جاء معامل ارتباط بيرسون ٠.٠٥٣، ومستوى معنوية ٠.٢٨٧، وهى علاقة ارتباط غير قوية وغير دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

**الجدول رقم (٣٦) يوضح العلاقة بين أنماط النشاط الداعم في الحصول على المعلومات والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن التعرض لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك**

| أنماط النشاط الداعم في الحصول على المعلومات / التأثيرات الاتصالية | معامل ارتباط بيرسون | مستوى المعنوية | الدلالة |
|---|---|---|---|
| الرضا | ٠.٣٨٤** | ٠.٠٠٠ | دال |
| التفاعل الاجتماعي | ٠.٣٥١** | ٠.٠٠٠ | دال |
| الواقعية | ٠.٢٠٨** | ٠.٠٠٠ | دال |
| حجم العينة | ٤٠٠ | | |

يوضح الجدول رقم (٣٦) العلاقة بين أنماط النشاط الداعم في الحصول على المعلومات والتأثيرات الاتصالية (التفاعل الاجتماعي- الواقعية-الرضا)، حيث اتضح من الجدول:

- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنماط النشاط الداعم في الحصول على المعلومات الخاصة بكورونا عند تعرض الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك والتأثيرات الاتصالية (التفاعل الاجتماعي- الواقعية-الرضا) الناتجة عن التعرض.

- فيما يخص الرضا، جاء معامل ارتباط بيرسون ٠.٣٨٤، **ومستوى معنوية** ٠.٠٠٠، وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (٠.٠٥).
- أما فيما يخص التفاعل الاجتماعي، فجاء معامل ارتباط بيرسون **٠.٣٥١**، **ومستوى معنوية** ٠.٠٠٠، وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (٠.٠٥).
- أما فيما يخص الواقعية، جاء معامل ارتباط بيرسون ٠.٢٠٨، **ومستوى معنوية** ٠.٠٠٠، وهى علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

وتتفق هذه الدارسة مع **نتيجة (بكير، ٢٠٠٨)**[٨٢] حيث أثبتت الدارسة إيجابية العلاقة بين كافة التأثيرات والنشاط الداعم للجمهور.

**الجدول رقم (٣٧) يوضح العلاقة بين أنماط النشاط المعيق في الحصول على المعلومات والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن التعرض لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك**

| أنماط النشاط المعيق في الحصول على المعلومات / التأثيرات الاتصالية | معامل ارتباط بيرسون | مستوى المعنوية | الدلالة |
|---|---|---|---|
| الرضا | ٠.٤١ | ٠.٤١٦ | غير دال |
| التفاعل الاجتماعي | ٠.٠٠٦ | ٠.٩٠٠ | غير دال |
| الواقعية | ٠.٠٠٧ | ٠.٨٨٧ | غير دال |
| حجم العينة | ٤٠٠ | | |

يوضح الجدول رقم (٣٧) العلاقة بين أنماط النشاط المعيق في الحصول على المعلومات والتأثيرات الاتصالية (الرضا- التفاعل الاجتماعي- الواقعية) الناتجة عن التعرض لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك، ويتضح من الجدول السابق ما يلي:

- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين انماط النشاط المعيق في الحصول على المعلومات الخاصة بكورونا عند تعرض الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن التعرض.
- فيما يخص الرضا، جاء معامل ارتباط بيرسون ٠.٤١، **ومستوى معنوية** ٠.٤١٦، وهى علاقة ارتباط ضعيفة وغير دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (٠.٠٥).
- أما فيما يخص التفاعل الاجتماعي، فجاء معامل ارتباط بيرسون ٠.٠٠٦، **ومستوى معنوية** ٠.٩٠٠، وهى علاقة ارتباط ضعيفة وغير دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (٠.٠٥).
- فيما يخص الواقعية، جاء معامل ارتباط بيرسون ٠.٠٠٧، **ومستوى معنوية** ٠.٨٨٧، وهى علاقة ارتباط ضعيفة وغير دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (٠.٠٥).

## النتائج العامة للدراسة:

كشف الدراسة الحالية عن مجموعة من المؤشرات والنتائج العامة، نعرضها على النحو التالي:

- أبدى ٩٢.٣% من أفراد العينة حرصهم على التعرض دائمًا لمواقع التواصل الاجتماعي، وأكد ٧٩% من أفراد العينة البحثية أنهم يقضون ثلاث ساعات فأكثر يوميًا في الاطلاع عليه، وجاء الفيسبوك كأهم المواقع التي تقضي عليها العينة البحثية وقتها بنسبة بلغت ٨٩.٣%.
- كانت أهم المواقع والصفحات الإلكترونية المتخصصة قي الجانب الصحي التي تفضلها العينة البحثية صفحة وزارة الصحة على الفيسبوك بنسبة بلغت ٨٦%، تلاها موقع منظمة الصحة العالمية بنسبة بلغت ٦٢%، كما أكد ٥٨.٨% من عينة الدراسة على حرصهم الدائم على الاطلاع على صفحة وزارة الصحة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي أثناء أزمة كورونا.
- أكد أفراد العينة البحثية اعتمادهم على صفحة وزارة الصحة المصرية في الحصول على المعلومات عن فيروس كورونا، وكانت أهم أسباب الاعتماد (الاطلاع على الإحصائيًات الجديدة اليومية) تلته (سرعة الحصول منها على كافة المعلومات المرتبطة بالأزمة).
- بينما أكد ٦.٨% من أفراد العينة البحثية أنهم لا يعتمدون على صفحة وزارة الصحة مطلقًا وكانت أسباب عدم الاعتماد أن (معلوماتها عن الأزمة سطحية)، و(لعدم دقة بياناتها).
- فيما يتعلق بأسباب الثقة فى الأخبار المنشورة على صفحة وزارة الصحة فيما يخص أزمة كورونا، جاء في المرتبة الأولى أنها (تناقش موضوع أزمة كورونا بحيادية)، تلاها في المرتبة الثانية (توضيح الحقائق للرأى العام حول أزمة كورونا والتحديات التي تواجه الدولة المصرية).

- فيما يتعلق بأسباب عدم الثقة فى الأخبار المنشورة على صفحة وزارة الصحة جاء في المرتبة الأولى أن (محتوياتها غير كافية ولا تواكب الأحداث) تلتها (صعوبة الحصول على المعلومات المهمة).
- كانت أهم العوامل التي تحدد مدى ثقة المبحوثين في صفحة وزارة الصحة (درجة التفاعلية) تلاها (تضمين الخبر لفديوهات وصور).
- فيما يتعلق بأهم الموضوعات التي تفضل العينة البحثية تصفحها عبر صفحة وزارة الصحة جاءت في المرتبة الأولى (موضوعات تخص أحدث التطورات في مرض كورونا حول العالم) تلتها (موضوعات حول وسائل الوقاية من كورونا) ثم (موضوعات تخص حجم الإصابة وعدد الوفيات ونسبة الشفاء).
- أكدت العينة أن أهم الدوافع الهادفة لاستخدام صفحة وزارة الصحة أثناء أزمة كورونا كانت (للحصول على الأخبار والمعلومات الجديدة عن أزمة كورونا)، تلاها (فهم وتفسير الأحداث من حولي)، أما فيما يخص الدوافع الطقوسية لاستخدام العينة البحثية لصفحة وزارة الصحة أثناء أزمة كورونا فجاءت في المرتبة الأولى (إمكانية استخدامها من خلال التطبيقات على التليفون المحمول في أي وقت)، ثم (تعودت على متابعتها).
- أشارت النتائج إلى أن أهم التأثيرات المعرفية الناتجة عن التعرض المبحوثين لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك، تمثلت في (ساعدتني على التعرف على توجيهات وإرشادات الأطباء حول مسببات وأعراض وكيفية التعامل مع مرض كورونا)، و(التعرف على كيفية عمل العزل المنزلي)، وكانت أهم التأثيرات الوجدانية الناتجة عن التعرض لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك (زيادة الشعور بالمسئولية تجاه نفسي والمحيطين بي)، و(تغيرت اتجاهاتي السلبية نحو المصابين بمرض كورونا)، أما التأثيرات السلوكية الناتجة عن التعرض لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك، فجاءت في المرتبة (أثرت

على سلوكي تجاه العناية الشخصية) تلاها (تبادل النقاش مع الآخرين حول كيفية مواجهة مرض كورونا).

- اعتماد الجمهور على صفحة وزارة الصحة أثناء أزمة كورونا كان الأعلى في التأثيرات المعرفية وفي التأثيرات السلوكية، لتأتي في المرتبة الثانية التأثيرات الوجدانية.
- تمثلت أهم جوانب القصور في صفحة وزارة الصحة (قلة التطبيقات والخدمات الإخبارية على الصفحة) تلاها كلٌّ من (التهوين من الأمر والتقليل من آثارها)، و(نقص المعلومات وعدم كفايتها)، وجاءت أهم مقترحات العينة البحثية لتحسين صفحة وزارة الصحة على الفيسبوك (اتباع التغطية الفورية والشاملة للأحداث) و(التوسع في تناول الموضوعات الصحية واسبابها وتداعياتها).
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائيًا بين كثافة تعرض المبحوثين لصفحة وزارة الصحة أثناء أزمة كورونا واتجاههم نحوها، كما تبين وجود علاقة ارتباطية بين اعتماد عينة الدراسة على صفحة وزارة الصحة ودرجة ثقتهم فيها.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تعرض عينة الدراسة لصفحة وزارة الصحة وبين تصديقهم للأخبار المنشورة.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اعتماد عينة الدراسة على الاطلاع على صفحة وزارة الصحة المصرية على مواقع التواصل والمتغيرات الديموجرافية فيما يخص كلاً من النوع والسن والمستوى التعليمي، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اعتماد عينة الدراسة على الاطلاع على صفحة وزارة الصحة المصرية على مواقع التواصل والمتغيرات الديموجرافية فيما يخص كلاً من (الحالة الوظيفية- المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائيًا بين دوافع استخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك وأنماط النشاط الداعم (الانتقائية – الانتباه– الاستغراق) لهم في الحصول عن المعلومات عن أزمة كورونا.
- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائيًا بين دوافع استخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك وأنماط النشاط المعيق (الشك – تجويل الانتباه– التجنب) لهم في الحصول عن المعلومات عن أزمة كورونا.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائيًا بين دوافع استخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك (الطقوسية – الهادفة) و(التأثيرات المعرفية).
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائيًا بين الدوافع (الهادفة) لاستخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك والتأثيرات السلوكية، مقابل عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائيًا بين الدوافع (الطقوسية) لاستخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك والتأثيرات السلوكية.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائيًا بين دوافع استخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك (الطقوسية – الهادفة) والتأثيرات الوجدانية.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائيًا بين الدوافع (الهادفة) لاستخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك والتأثيرات السلوكية، مقابل عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائيًا بين الدوافع (الطقوسية) لاستخدام الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك والتأثيرات السلوكية.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنماط النشاط الداعم في الحصول على المعلومات الخاصة بكورونا عند تعرض الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك والتأثيرات الاتصالية (التفاعل الاجتماعي– الواقعية–الرضا) الناتجة عن التعرض.

- عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنماط النشاط المعيق في الحصـــول على المعلومات الخاصة بكورونا عند تعرض الجمهور لصفحة وزارة الصحة على الفيسبوك والتأثيرات الاتصالية الناتجة عن التعرض.

## التوصيات:

من خلال ما توصلت إليه هذه الدراسة من نتائج، يمكن التوصية بالآتي:

- زيادة الاهتمام من جانب وزارة الصحة بشبكات التواصل الاجتماعي وخاصة الفسيبوك في نشر رسائل التوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا، وذلـــك لفاعلية هذه الوسائل وسرعتها في نشر المعلومات لتتناسب مع سرعة انتشـــار الفيروس.
- ضرورة اهتمام القائمين على صفحة وزارة الصـــحة بالمضـــمون لاجتـــذاب الجماهير من خلال تقديم أفضل تغطية وقت الأزمات.

# مراجع الدراسة


(١) نسرين عبد الله محمود: دور الصحافة السعودية في التعامل مع الأزمات والكوارث: دراسة تحليلية لصحيفة عكاظ والرياض والوطن، ***رسالة ماجستير***، الأردن، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، ٢٠١١.

(٢) سها عبد المجيد عطية: التحديات التي تواجه إعلام الأزمات والكوارث وتأثيرها في الأعراف المهنية: دراسة مقارنة بين الصحافة الورقية والإعلام الجديد، ***مؤتمر إعلام الأزمات والكوارث: الفرص والتحديات***، جامعة الشارقة، الإمارات العربية، ١٤-١٥ ديسمبر ٢٠١٠، ص: ١.

(٣) ساري حلمي: التواصل الاجتماعي، عمان، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، ٢٠١٦، ص: ٢٠٨.

(٤) محمود إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، القاهرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط١، ٢٠٠٣، ص: ٢٧٩.

(٥) منار المزاهرة: نظريات الاتصال، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ٢٠١٢، ص: ٢١٣.

(6) DevisStanely J. Baran, Dennis (2003): Mass Communication Theory: foundations, ferment and future,3ed (USA: Wadsowrth), pp: 320-322.

(7) Miller, Katherine: Communication Theories : Perspectives, Process, and Context, McGraw Hill, Boston, 2002 p: 274.

(٨) هيام عبد الرحمن عبد الله: أثر الإعلان التليفزيوني على السلوك الشرائي للمراهقين السعوديين، ***رسالة ماجستير***، جامعة عين شمس، كلية التجارة، ٢٠٠٢.

(9) Shoe Maker ,J.pamela ,Schooler ,Caroline Danieison ,A., Wayne involvement With the media: Recall versus recognition of election information communication research .V.16, No.1.

(10) Kim, .Jungle and Rubin .M. Alam the variable influence of Audience Active on Media effects, ***Communication Research***, Vol. 24, No.2 April 1997, p: 107-135.

(11 )Bose,R., et al ., (2018): Sentiment Analysis on Online Product Reviews, ICT4SD 2018, 30 – 31st August 2018, ***Retrieved from***:

https://www.researchgate.net/publication/326816109_Sentiment_Analysis_on_Online_Product_Reviews

(١٢) صفا فوزي: استخدامات الأسر المصرية للمسلسلات العربية التي يعرضها التلفزيون المصري وتأثيراتها عليه، ***رسالة دكتوراه***، جامعة القاهرة، كلية إعلام، ٢٠٠٦، ص: ١٦١.

(١٣) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط٣، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٤، ص.ص: ٣٠٢-٣٠٣.

(١٤) حسن مكاوي، ليلي السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط٤، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٣، ص: ٣٢٩.

(١٥) ليث عبد الستار، عيادة اللهيبي: شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها الاتصالية على الأمن الفكري في المجتمع كما تراها النخب العراقية: دراسة مسحية، ***مجلة آداب المستنصرة***، العدد ٨٨، كانون الأول ٢٠١٩، ص: ٤٢٨-٤٢٩.

(١٦) طارق محمد محمد الصعيدي: اعتماد الشباب على صحافة الموبايل ودورها في التوعية الصحية بجائحة كورونا في مصر: دراسة ميدانية، ***مجلة البحوث الإعلامية***، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد الرابع والخمسون، الجزء الرابع، يوليو ٢٠٢٠.

(١٧) حسام فايز عبد الحي: اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديد في استقاء المعلومات والأخبار عن جائحة كورونا كوفيد١٩ وعلاقته بالاندماج الأكاديمي لديهم، مجلة الأزهر، ٢٠٢٠.

(١٨) صلاح محمد الحراري الشيباني: اعتماد اللجئين الليبيين على وسائل الإعلام وقت الأزمات: دراسة حالة على قضيتي الارهاب واللجئين ***رسالة دكتوراه***، كلية الآداب، قسم علوم الاتصال والإعلام، جامعة عين شمس، ٢٠١٨.

(١٩) سلمة حسن سعد زيدان: العوامل المؤثرة على اعتماد الجمهور الليبي على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات: دراسة استطلاعية على عينة من سكان مدينة بنغازي، ***مجلة كلية الفنون والإعلام***، السنة الثانية، العدد الرابع، يونيو ٢٠١٧.

(٢٠) سائد رضوان: اعتماد الشباب الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للأخبار وقت الأزمات: دراسة ميدانية، ***رسالة ماجستير***، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، ٢٠١٦.

(٢١) مصطفى صابر محمد عطية النمر: اعتماد الشباب الجامعى المصرى والسعودى على وسائل الإعلام أثناء الأزمات: العملية العسكرية على اليمن "عاصفة الحزم" نموذجا"، ***مجلة الرأي العام***، المجلد ١٤، العدد ٢، الربيع ٢٠١٥، ص: ٣٠٥-٣٦٤.

(٢٢) ترنيم خاطر: اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة: دراسة ميدانية، ***رسالة ماجستير***، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، ٢٠١٤.

(٢٣) إسماعيل أحمد برغوث: اعتماد الشباب الفلسطيني على الشبكات الاجتماعية في أوقات الأزمات، ***رسالة ماجستير***، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٤.

(24) Sahni,H,. &Sharma ,H., (2020) Role of social media during the COVID-19 pandemic: Beneficial, destructive, or reconstructive? Vol. 6, Issue 2, 2020, pp: 70-75. ***Retrieved from***: http://www.ijam-web.org/article.asp?issn=2455-5568;year=2020;volume=6;issue=2;spage=70;epage=75;aulast=Sahni

(25 )AfiqIzzudin A. Rahim ,et al. (2019): Health Information Engagement Factors in Malaysia: A Content Analysis of Facebook Use by the Ministry of Health in 2016 and 2017, ***Int J Environ Res Public Health***. 2019 Feb; 16(4): 591. doi: 10.3390/ijerph16040591. ***Retrieved from***:

https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6406840/

(26 )Jingyuan Shi, ThanomwongPoorisat, Charles T Salmon (2018). The Use of Social Networking Sites (SNSs) in Health Communication Campaigns: Review and Recommendations.***Health Communicationjournal***. 2018 Jan;33(1):49-56. doi: 10.1080/10410236.2016.1242035. Epub 2016 Nov 18. ***Retrieved from***:

https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/27858464

(27) Parackal ,M.,et al. (2017).The Use of Facebook Advertising for Communicating Public Health Messages: A Campaign Against Drinking During Pregnancy in New Zealand.***JMIR Public Health Surveill***. 2017 Aug 10;3(3):e49. doi: 10.2196/publichealth.7032. ***Retreived from***:

https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28798011/

(28 )Bhattacharya,S., Srinivasan,P., Polgreen,P.,(2017 ).Social media engagement analysis of U.S. Federal health agencies on Facebook. ***BMC Med Inform DecisMak*** .2017 Apr 21;17(1):49. doi: 10.1186/s12911-017-0447-z. ***Retreived from***: https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28431582

(29 )Yulia A Strekalova& Janice L Krieger (2017). Beyond Words: Amplification of Cancer Risk Communication on Social Media.***J Health Commun***. 2017 Oct;22(10):849-857. doi: 10.1080/10810730.2017.1367336. Epub 2017 Sep .Retreived from: https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28956723

(30 )Holly M Rus, &Linda D Cameron (2016). Health Communication in Social Media: Message Features Predicting User Engagement on Diabetes-Related Facebook Pages.***Ann Behav Med***. 2016 Oct;50(5):678-689. doi: 10.1007/s12160-016-9793-9. ***Retreived from***: https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/27059761.

(31 )Taggart,T., et al. (2015). Social Media and HIV: A Systematic Review of Uses of Social Media in HIV Communication.J Med Internet Res . 2015 Nov 2;17(11):e248. doi: 10.2196/jmir.4387. ***Retreived from***:

https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/26525289

(32 )Annie Y S Lau, et al. (2014). Social Media in Health -- What are the Safety Concerns for Health Consumers? The HIM journal 41(2):30-5 · June 2012 ,DOI: 10.1177/183335831204100204 · Source: PubMed ***Retrieved from***:

https://www.researchgate.net/publication/236934739_Social_Media_in_Health_--_What_are_the_Safety_Concerns_for_Health_Consumers

(33) Duraisamy,B., Rathinaswamy,J.,&Sengottaiyan ,K., (2020). Social Media Reigned by Information or Misinformation About COVID-19: A Phenomenological Study.***Electronic Journal*** 09(03):585-602 · April 2020, DOI: 10.2139/ssrn.3596058. ***Retrieved from***:

https://www.researchgate.net/publication/340606796_Social_Media_Reigned_by_Information_or_Misinformation_About_COVID-19_A_Phenomenological_Study

(34) ZUNAIRA, et al.(2020): Social Media Role in Relation with Covid -19 in Pakistan: A scientific and Spiritual Corpus Based Analysis. *European Scientific Journal* 8(4):220-226, April 2020 ,DOI: 10.11216/gsj.2020.04.38282 ***Retrieved from:***https://www.researchgate.net/publication/340940604_Social_Media_Role_in_Relation_with_Covid_-19_in_Pakistan_A_scientific_and_Spiritual_Corpus_Based_Analysis

(٣٥) عرين عمر الزعبي: تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية الأخبارية لأزمة كورونا العالمية: دراسة ميدانية، ***مجلة الدراسات الإعلامية***، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد الحادي عشر، مايو ٢٠٢٠، ص: ٤٦٨-٤٨١.

(٣٦) الأمين موسى: محددات تغطية الفضائيات الأخبارية لجائحة كورونا في عصر الرقمنة.. ***مركز الجزيرة للدراسات***، ٢٠٢٠، متاح على:

https://studies.aljazeera.net/ar/article/4642

(٣٧) مرتضى البشير عثمان الأمين، خالد عبد الحفيظ محمد حمد: وسائل التواصل الاجتماعي وتعزيز الوعي الصحي للوقاية من فيروس كورونا صفحة الفيسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية أنموذجًا: دارسة ميدانية، ***مجلة الدراسات الإعلامية***، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد الحادي عشر، مايو ٢٠٢٠، ص: ٥٥٢-٥٧٠.

(٣٨) وليد محمد عبد الحليم محمد عاشور: تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا Covid 19: دارسة ميدانية ميدانية، ***مجلة الدراسات الإعلامية***، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد الحادي عشر، مايو ٢٠٢٠، ص: ٥٣٥-٥٥١.

(٣٩) مسعودة فلوس، الخنساء تومي: الإعلام الجديد يهدد الصحة النفسية داخل المجتمعات جراء جائحة فيروس كورونا، ***مجلة الدراسات الإعلامية***، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد الحادي عشر، مايو ٢٠٢٠، ص: ٤٨٢: - ٤٩٥.

(٤٠) محمد محمد عبد ربه المغني: السياسات الإعلامية في الحد من مخاطر كورونا، ***مجلة الدراسات الإعلامية***، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد الحادي عشر، مايو ٢٠٢٠، ص: ٤٥٧-٤٦٧.

(٤١) عيشة علة: دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا: دراسة ميدانية، ***مجلة الدراسات الإعلامية***، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد الحادي عشر، مايو ٢٠٢٠، ص: ٤٩٦-٥١٥.

(42) Jad Ouaidatm, Mahmoud Mohamed Ahmed Mohame, 2020: University youth interact with crohn's virus prevention methods via Facebook." 'A field study on the users of my page Channel "Kingdom of Jordan", and channel "France24 Arabic, ***Journal of Media Studies***, the democratic Arabic center – Germany- Berlin the eleventh Issue,may 2020, P: 572-586

(٤٣) نادية محمد عبد الحافظ: اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة وسائل الإعـــلام الجديدة لجائحة فيروس كورونا المستجد، ***مجلة البحوث الإعلامية***، كلية الإعـــلام، جامعة الأزهر، العدد الرابع والخمسون، الجزءالرابع، يوليو ٢٠٢٠.

(44) RajvikranMadurai :Restruetured Society and environment :Areview on potential technological strategies to control the covid -19 pandemic ,science of the total Environment, 2020.

(٤٥) ريهام مرزوق إبراهيم عبدالدايم: معالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصـــرية الحكومية والخاصة لأزمة فيروس كورونا كوفيـــد ١٩: دراســـة تحليليـــة، مجلـــة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد الرابع والخمسون، الجـــزء الرابع، يوليو ٢٠٢٠.

(46) Han Woo Park et al,(2020): Conversations and Medical News Frames on Twitter: Infodemiological Study on COVID-19 in South Korea, ***Journal of Medical Internet Research***, 05 May 2020, ***Available At:***

https://www.researchgate.net/publication/340215785

(47) Roy, D., Tripathy, S., Kar, S. K., Sharma, N., Verma, S. K., & Kaushal, V., Study of knowledge, attitude, anxiety & perceived mental healthcare need in Indian population during COVID-19 pandemic. ***Asian Journal of Psychiatry***, Volume51, June 2020, 102083.

(٤٨) سمير حسين: بحوث الإعلام، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٦، ص: ٢٢٥.

(49) World Health Organization (2020). What is Feroe Corona, ***available at the following link:***

https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/q-a-coronaviruses?fbclid= IwAR32AYygcKoy-09Mhs8GbnVhPwEThS3R8.

(50) Ki.E &Nekmat,E (2014) ,Situational Crisis Communication-and Interactivity: Usage and Effectivess of Facebook for Crisis Management by fortune 500Computers in Human Behavior ,vol.35, pp: 140-147.

(٥١) نجاة بن صالح: استخدامات الجمهور لمواقع شبكات التواصل الإجتماعي، موقع الفيسبوك أنموذجًا: دراسة تطبيقية على عينة من جمهور المراهقين المتمدرسين بالجزائر، مدينة المسيلة أنموذجًا، **رسالة دكتوراه**، الجامعة العربية الألمانية للعلوم والتكنولوجيا، كلية الإعلام والاتصال، ٢٠١٦، ص: ٤٨.

(٥٢) طارق محمد محمد الصعيدي: مرجع سابق.

(53) Kyungeun Jang & Young Min Baek, When Information from Public Health Officials is Untrustworthy: The Use of Online News, Interpersonal Networks, and Social Media during the MERS Outbreak in South Korea. **Health Communication Journal**. VOL.34. NO. 9. 2019, P: 991–998.

(٥٤) أكرم عيساوي: اعتماد الشباب الجزائري على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار: دارسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال، ***رسالة ماجستير***، جامعة العربي التبسي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ٢٠١٦.

(٥٥) يحيي اليحياوي: الشبكات الاجتماعية والمجال العام بالمغرب، مظاهر التحكم والدمقرطة، دراسة إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، قطر، ٢٠١٥، ص: ٤.

(٥٦) ماطر عبد الله حمدي: اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات: دراسة مسحية في جامعة تبوك السعودية، ***رسالة ماجستير***، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، ٢٠١٨.

(٥٧) ترنيم خاطر: اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة: دراسة ميدانية، ***رسالة ماجستير***، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، ٢٠١٤.

(٥٨) محمد السيد حلاوة، رجاء على عبد العاطي: العلاقات الاجتماعية للشباب، بين دردشة الانترنت والفايس بوك، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية،ط ١، ٢٠١١.

(٥٩) إيمان عاشور سيد حسين: التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بكوفيد ١٩ عبر المواقع الاجتماعية وعلاقته بالمناعة النفسية لديهم، ***مجلة البحوث الإعلامية***، جامعة الأزهر، العدد الرابع والخمسون، الجزء الرابع، يوليو ٢٠٢٠.

(٦٠) دعاء عادل، ليلى عبده شبيلى، علياء عادل محمود، مروة محمد بكرى: اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا، (Covid-19) في منطقة جازان، ***مجلة البحوث الإعلامية***، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد الرابع والخمسون، الجزء الرابع، يوليو ٢٠٢٠.

(61) Rajvikran Madurai :Restruetured Society and environment :Areview on potential technological strategies to control the covid -19 pandemic ,science of the total Environment ,2020.

(٦٢) مرتضى البشير عثمان الأمين، خالد عبد الحفيظ محمد حمد، مرجع سابق، ص: ٤٧.

(٦٣) طارق محمد محمد الصعيدي: مرجع سابق، ص: ٣٥.

(٦٤) هشام سكيك: دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية، دراسة تحليلية وميدانية، ***رسالة ماجستير***، الجامعة الإسلامية، ٢٠١٤.

(٦٥) إسماعيل برغوث: مرجع سابق، ص: ٣٨.

(٦٦) محمد الفاتح حمدى، مسعود بوسعدية، ياسين قرناني: تكنولوجيا الإتصال والإعلام الحديثة: الإستخدام والتأثير، الطبعة الأولى، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، ٢٠١٠، ص: ٧٠.

(٦٧) إيمان عاشور سيد حسين: مرجع سابق.

(68) Rajvikram Madrai ,Op.Cit., P:321

(٦٩) سائد سعيد رضوان: مرجع سابق، ص: ٥٠.

(٧٠) إليامين بودهان: مجتمع المعلومات وظهور أنماط الإتصال الجديدة في الوطن العربي، بحث مقدم لمؤتمر الإتصال والتغيير الإجتماعي خلال الفترة من ١٨ــ٢٠/ ٣/ ١٤٣٠هـ، الرياض، المملكة العربية السعودية.

(٧١) طارق الصعيدي: مرجع سابق، ص: ٥٧.

(72) Qiang Chen :Unpacking the blac box :How to promote citizen engagement through the covid-19 crisis ,Computer in human behavior, 2020.

(٧٣) مني الحديدي: الإعلام ومواجهة الأزمات، متاح على الموقع:

https://www.arabmediasociety.com

(٧٤) خالد بن فيصل الفرم: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتوعية الصحية لمرض كورونا، دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض، ***مجلة بحوث العلاقات العامة***، الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع١٤، ٢٠١٧، ص: ٧١.

(٧٥) ماجد أحمد أبو مراد: اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على الصحافة الإلكترونية أثناء الأزمات: دراسة ميدانية، ***رسالة ماجستير***، الجامعة الإسلامية–غزة، كلية الآداب، قسم الصحافة والإعلام، ٢٠١٧.