

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدرها كلية الإعلام بجامعة الأزهر



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ غانم السعيد - عميد كلية الإعلام، جامعة الأزهر.

نائب رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د/ فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د/ محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان، ومدير وحدة الجودة بالكلية

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتارية التحرير: د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ رامى جمال - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق لغوي: أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: أ/ محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

- الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

● العدد الرابع والخمسون - الجزء الرابع - ذوالقعدة ١٤٤١هـ - يوليو ٢٠٢٠م

● رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

● الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٢٦٨٢-٢٩٢ X

● الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٩٢٩٧-١١١٠

## قواعد النشر

- تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:
- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
  - ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
  - لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
  - يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
  - يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
  - يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
  - لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
  - تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
  - ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي عبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ محمد فياض (العراق)  
أستاذ الإعلام بكلية الإمارات للتكنولوجيا.
١١. أ.د./ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

## محتويات العدد

- التماس المعلومات الصحية حول فيروس كورونا المستجد وعلاقته بمستوى إدراك المخاطر لدى المرأة المصرية  
أ.م.د. نشوة سليمان عقل  
٢٠٣٧
- 
- اتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة وسائل الإعلام الجديد لجائحة فيروس كورونا المستجد  
أ.م.د. نادية محمد عبد الحافظ  
٢٠٩٣
- 
- اعتماد الشباب على صحافة الموبايل ودورها في التوعية الصحية بجائحة كورونا في مصر.. دراسة ميدانية  
أ.م.د. طارق محمد محمد الصعيدي  
٢١٦٩
- 
- توظيف مقاطع الفيديو التشاركية في التوعية بجائحة كورونا والوقاية منها - دراسة ميدانية على عينة من سكان المملكة العربية السعودية  
د. محمد بسيوني جبريل  
٢٢٢٧
- 
- معالجة البرامج الحوارية بالفضائيات المصرية الحكومية والخاصة لأزمة فيروس كورونا (كوفيد ١٩) «دراسة تحليلية»  
د. ريهام مرزوق إبراهيم عبدالدايم  
٢٢٩١
- 
- تقييم النخبة المصرية لاستراتيجيات الحكومة وإعلامها الرسمي في إدارة أزمة كورونا - تقييم مرحلي  
د. آمال إسماعيل محمد زيدان  
٢٣٥٣
- 
- استراتيجيات اتصالات المخاطر الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي إزاء جائحة كورونا (دراسة تحليلية على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية)  
د. نرمين علي عجوة  
٢٤٣٣

- دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا  
د. أحمد محمد صالح العميري  
٢٤٩٥
- 
- التماس الجمهور المصري للمعلومات المتعلقة بكوفيد ١٩ عبر المواقع الاجتماعية وعلاقته بالمناعة النفسية لديهم  
د. إيمان عاشور سيد حسين  
٢٥٣٧
- 
- اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديد في استقاء المعلومات والأخبار عن جائحة كورونا كوفيد ١٩ وعلاقته بالاندماج الأكاديمي لديهم  
د. حسام فايز عبد الحي  
٢٦٠٥
- 
- دور الحملات الإعلامية بقنوات الأطفال في نشر الوعي الصحي عن فيروس كورونا وتأثيراتها على طلاب المرحلة الإعدادية  
د. ولاء فايز محمد السريتي  
٢٦٥٧
- 
- اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-١٩) في منطقة جازان  
د. دعاء عادل، وآخرون  
٢٧١٣
- 
- توظيف صحافة البيانات في تناول فيروس كورونا المستجد بالمواقع الإلكترونية العربية والعالمية- دراسة تحليلية  
د. سمير محمود  
٢٧٥٥

ISSN- O	ISSN- P	نقاط المجلة (يوليو 2020)	نقاط المجلة (مارس 2020)	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2682- 292X	1110- 9207	7	6.5	جامعة الأهرام	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2314- 873X	2314- 8721	7	6	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	2
2536- 9393	2536- 9393	5	5	جامعة الأهرام الكندية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	3
2366- 9891	2366- 9891	4	4	Cairo University	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2536- 9237	2536- 9237	3.5	3.5	جامعة جنوب الوادي	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	5
2367- 0407	2367- 0407	6.5	3.5	اكاديمية الشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	6
2366- 9131	2366- 9131	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	7
2366- 914X	2366- 914X	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	8
2366- 9168	2366- 9168	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110- 6836	1110- 6836	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110- 6844	1110- 6844	6.5	3	Cairo University, Center of Public Opinion Research	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	11

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي سنكشر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس ٢٠٢٠ مطبقا على كل الأبحاث التي سنكشر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات



## اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا في منطقة جازان (Covid-19)

- **Public Attitudes towards awareness  
efforts of coronavirus (Covid-19)  
in Jazan region**

● د. دعاء عادل

أستاذ مساعد الصحافة الإلكترونية بكلية الآداب والعلوم الإنسانية جامعة جازان

د. ليلى عبده شبيلي - أستاذ مشارك بجامعة جازان

د. علياء عادل محمود - أستاذ مساعد بجامعة جازان

د. مروة محمد بكرى... أستاذ مساعد بجامعة جازان

## ملخص الدراسة

- هدفت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) في منطقة جازان بالمملكة العربية السعودية، اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتم تطبيق استمارة إلكترونية وزّعت على عينة قوامها ٧٠٥ مفردة من الجمهور بجازان، وكانت أهم النتائج:
- أوضح ٩٢,٣٪ من العينة نجاح جهود التوعية بجازان في تحقيق أهدافها؛ حيث أشار ٥٩,٤٪ أنها ناجحة و ٣٢,٩٪ أنها ناجحة جدًا.
  - أشار ٨٤,٩٪ من أفراد العينة أن جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) في جازان ساعدتهم في الوقاية من العدوى.
  - جاءت اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) إيجابية حيث جاء المتوسط العام للاتجاهات ٢,٦، وكانت التأثيرات المعرفية الأعلى والتأثيرات السلوكية الأقل.
  - تصدر حساب مديرية الشؤون الصحية بجازان على تويتر بنسبة ٣٨٪ مقدمة حسابات مواقع التواصل الاجتماعي المُفضَّلة للعينة للحصول على معلومات عن فيروس كورونا (Covid-19).
  - جاء تخصيص حساب رسمي على تويتر لنشر كل ما يتعلق بتطورات فيروس كورونا (Covid-19) بجازان واستقبال استفسارات المواطنين والرد عليها في مقدمة مقترحات العينة لتطوير جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد بنسبة ٣٣,٩٪.
- الكلمات المفتاحية: جهود التوعية - فيروس كورونا (Covid-19) - جازان.

## Abstract

This study aimed to monitor and analyze public's attitudes towards awareness efforts of Coronavirus (Covid-19) in Jazan region. The study relied on the survey method. An electronic questionnaire was applied and distributed to a sample of 705 participants from Jazan.

The most important results show the following:

- 92.3% indicated the success of Jazan awareness efforts in achieving their goals; 59.4% indicated that it is successful and 32.9% said it is very successful.
- 84.9% indicated that awareness efforts of Coronavirus in Jazan helped them prevent infection.
- The attitudes of the public towards the awareness efforts of Coronavirus (Covid 19) were positive and strong, with a general average of 2.6 .
  - Jazan Health Twitter account is the forefront of news accounts to provide the sample with information and data about Coronavirus (Covid 19) by 38%.
- To assign an official Twitter account to publish everything related to Coronavirus in Jazan and to respond to citizens' inquiries came in the forefront of the sample's recommendations by 33.9%.

**Keywords:** Awareness efforts - Coronavirus (Covid 19) – Jazan



بداية من ظهور أولى الحالات للإصابة بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد في سوق المأكولات البحرية في ووهان بالصين في ديسمبر ٢٠١٩، وتحوله من مرض محلي بالصين إلى تصنيف منظمة الصحة العالمية له كوباء عالمي وجائحة بعد تفشي انتشاره عالميًا، أصبحت جهود التوعية بطرق انتقاله والوقاية منه وكيفية التعامل مع المصابين خط الدفاع الأول لمنع تفشي الفيروس؛ حيث لا تقل أهمية عن الجهود العلمية المكثفة للتوصل إلى لقاح وعلاج.

فقد أثبتت الجهود العالمية المبذولة لمواجهة انتشار الوباء حتى الآن (٢٠٢٠) أن الدول التي لديها مجتمعات واعية بخطورة الوباء، وملتزمة بالإجراءات الوقائية التي أقرتها الحكومات هي الدول التي نجحت في أن تكون الأقل تأثرًا به من خلال التزام شعوبها الطوعي بهذه الإجراءات الاستباقية التي تحوّل دون انتشاره.<sup>(١)</sup>

ومع إعلان وزارة الصحة السعودية في ٢ مارس ٢٠٢٠ عن تسجيل أول حالة إصابة بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد بدأ الاستعداد من قبل السلطات والجهات المختصة بالمملكة لمواجهة انتشار الفيروس بكافة الطرق وأطلقت جهود ومبادرات توعية صحية إعلامية وإلكترونية في كافة مدن المملكة للتصدي لانتشار وتفشي الفيروس.

وفي منطقة جازان وهي منطقة حدودية في أقصى الجنوب الغربي للمملكة العربية السعودية وبالتوازي مع الإعلام التقليدي كانت هناك جهود توعية مكثفة للتصدي لفيروس كورونا (Covid-19) المستجد من العديد من الجهات والمؤسسات الحكومية وغير الحكومية بهدف التوعية وتقديم نصائح وإرشادات للتعامل مع فيروس كورونا (Covid-19)، ومنع انتشاره، ومحاربة الشائعات حوله؛ حيث أسهمت المؤسسات الصحية والتعليمية والأمنية في المنطقة بشكل قوي في التوعية، معتمدة بدرجة كبيرة على مواقع التواصل الاجتماعي التي باتت أحد أبرز الفاعلين في نشر طرق الوقاية والتعليمات

الصحية وكافة الإجراءات الاحترازية، ووسيلة أساسية للأفراد للحصول على المعلومات حول الفيروس.

ونظرًا لأهمية جهود التوعية في نشر الوعي الصحي بجائحة فيروس كورونا في منطقة جازان وبالتالي الحد من انتشاره والتصدي له، كونها خط الدفاع الأول يصبح من الضروري تحديد مدى نجاح جهود التوعية في تحقيق أهدافها في تعزيز الوعي الصحي والوقائي، ونشر رسالة التوعية الصحيحة حول فيروس كورونا (Covid-19) المستجد، وطرق انتقاله، وأساليب الوقاية منه، وتجنب الإصابة به والحد من تفشيه وانتشاره، ومساعدة الجمهور على تبني سلوكيات وقائية، وذلك بهدف تطوير هذه الجهود وجعلها أكثر فعالية وتأثيرًا.

### مشكلة الدراسة:

منذ انتشار فيروس كورونا (Covid-19) عالميًا وتصاعد خطورته حرصت السلطات المختصة في المملكة العربية السعودية على نشر الوعي الصحي والتصدي للشائعات لمنع تفشي الوباء، وفي منطقة جازان الحدودية التي تعد جبهة حربية ضد الحوثيين، تكتسب التوعية أهمية خاصة على المستوى الأمني فضلًا عن المستوى الصحي، حيث تضافرت جهود المؤسسات الحكومية وغير الحكومية لتنفيذ حملات ومبادرات للتوعية الصحية للوقاية من فيروس كورونا (Covid-19)، واتخاذ العديد من التدابير الاحترازية والإجراءات الوقائية خاصة وأن التوعية السليمة تؤدي دورًا حيويًا واستراتيجيًا في الوقاية من انتشار الفيروس.<sup>(٢)</sup>

وقد تنوعت أشكال ووسائل جهود التوعية للتصدي لفيروس كورونا (Covid-19) المستجد في منطقة جازان وتمثلت في ثلاثة أشكال رئيسية: أولها: الاتصال المباشر من خلال حملات التوعية في الأسواق التجارية ودورات توعية للموظفين بالهيئات الحكومية، ثانيها: دورات وورش وويبنار عبر المنصات الإلكترونية مثل زووم وبودكاست قدمتها في الغالب المؤسسات الصحية والتعليمية بالمنطقة، ثالثها: مواقع التواصل الاجتماعي التي استُخدمت على نطاق واسع للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور؛ نظرًا لحالة الحجر الصحي؛ بُثَّ من خلالها رسائل نصية إرشادية ومقاطع فيديو وصور وتصاميم إنفوجرافيك بهدف تعزيز سبل الوقاية من الإصابة بفيروس كورونا (Covid-19) ورفع الوعي بالإجراءات الوقائية اللازمة والتعريف بمخاطر الإصابة بالفيروس، بما يُسهِّم في رفع جهود التوعية لمنع انتشار وتفشي هذه الجائحة.

ونظرًا للدور الحيوي الذي تقوم به جهود التوعية بمنطقة جازان للتصدي لانتشار الفيروس يصبح من المهم تقييم تلك الجهود من وجهة نظر الجمهور لتحديد مدى نجاحها وفعاليتها، وإلى أي مدى استطاعت تحقيق أهدافها، وتعزيز الوعي الصحي، وتقديم كافة المعلومات الصحية للتصدي للفيروس ومنع انتشاره، فضلًا عن تحديد أكثر أشكال الاتصال تأثيرًا وتحديد أهم الجهات والمؤسسات المشاركة، ومعرفة إيجابيات وسلبيات جهود التوعية من وجهة نظر الجمهور ومقترحاتهم لتطويرها.

ومن هنا تتمثل مشكلة الدراسة في رصد وتحليل اتجاهات الجمهور نحو جهود

التوعية بفيروس كورونا

(Covid-19) في منطقة جازان.

أهمية الدراسة:

من الناحية الأكاديمية:

قلة الأبحاث التي تناولت اتجاهات الجمهور وتقييمه لجهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19)، فقد انصبّت غالبية الدراسات السابقة على قياس مدى وعي الجمهور بالفيروس وطرق الوقاية منه دون التطرق لأسباب ارتفاع الوعي أو تدنيه وكيفية معالجته.

من الناحية التطبيقية:

يستمد البحث أهميته من أهمية جائحة فيروس كورونا كوباء عالمي خاصة في ظل عدم وجود علاج أو لقاح حتى الآن؛ لذلك تصبح جهود التوعية هي الطريقة الوحيدة لتجنب تفشي الفيروس وانتشاره وتقليل نسبة الإصابة والعدوى؛ لذا تسعى الدراسة الحالية لتحديد اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) في منطقة جازان؛ بهدف تحديد مدى نجاح حملات التوعية، وإفادة صانعي القرار بنتائج الدراسة لتطوير وتنفيذ جهود التوعية بالمنطقة، وكذلك إمكانية الاستفادة منها في بناء برامج توعية فعالة في حالات الطوارئ والأزمات.

أهداف الدراسة:

- تحديد مدى وعي الجمهور بجازان بفيروس كورونا (Covid-19) وطرق الوقاية منه والتعامل معه.
- معرفة مدى تعرض الجمهور لجهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) في جازان بكافة أشكالها.

- معرفة إلى أى مدى حققت جهود التوعية أهدافها من وجهة نظر الجمهور بجازان؟.
- معرفة أكثر وسائل الاتصال الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي فعالية في التوعية من وجهة نظر الجمهور بجازان.
- الكشف عن تقييم الجمهور لجهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) في منطقة جازان.
- تحديد سلبيات وإيجابيات الحملات ومبادرات التوعية الخاصة بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد من وجهة نظر الجمهور بجازان.
- معرفة مقترحات الجمهور بجازان لتطوير طرق التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد.

### تساؤلات الدراسة:

١. ما مدى وعي الجمهور بجازان بفيروس كورونا (Covid-19) وطرق الوقاية منه والتعامل معه؟
٢. ما مدى تعرُّض الجمهور لجهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) في جازان بكافة أشكالها؟
٣. كيف يُقيّم الجمهور بجازان جهود التوعية وتحقيقها لأهدافها؟
٤. ما أكثر وسائل الاتصال الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي فعالية في التوعية من وجهة نظر الجمهور بجازان؟
٥. ما تقييم الجمهور لجهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) في منطقة جازان؟
٦. ما سلبيات وإيجابيات جهود التوعية الخاصة بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد من وجهة نظر الجمهور بجازان؟
٧. ما مقترحات الجمهور بجازان لتطوير طرق التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد؟

### الفرض الرئيس للدراسة:

- توجد علاقة ارتباطية بين تعرض الجمهور لجهود التوعية بمنطقة جازان ووعيه بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد.

## الدراسات السابقة / Literature Review

كان هناك ثراءٌ بحثي واضحٌ في الدراسات السابقة رغم حداثة موضوع البحث، التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) (المستجد)، فأهميته فرضت اهتمامًا مماثلًا لدى الباحثين من كافة أنحاء العالم، وانقسمت الدراسات السابقة إلى محورين: المحور الأول: ضمّ دراسات تناولت دور حملات التوعية ودور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الوعي بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد وانتشاره.

المحور الثاني: ضم دراسات تناولت تقييم وعي الجمهور بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد.

### دراسات المحور الأول:

ضمت إحدى عشرة دراسة أكدت نتائجها التأثير القوي لجهود التوعية خاصة المعتمدة على مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي بفيروس كورونا (Covid-19) وانتشاره سواءً بشكلٍ سلبي أو إيجابي:

استهدفت دراسة (Qazi, A., 2020)<sup>(٣)</sup> تحليل وتقييم تأثير مصادر المعلومات الرسمية وغير الرسمية) في باكستان على الوعي الظرفي للجمهور لاعتماد السلوكيات الوقائية الصحية مثل الابتعاد الاجتماعي أثناء وباء (Covid-19)، وتم إجراء استبانة طُبِّقت على عينة من ٨٢ فردًا، وأشارت النتائج إلى:

▪ أنه في وقت أزمة فيروس كورونا (Covid-19)، تؤدي مصادر المعلومات الرسمية وغير الرسمية دورًا مهمًا في زيادة الوعي بين الجماهير والتأثير المعرفي على تبني ممارسات الابتعاد الاجتماعي.

▪ أن زيادة الوعي في أوقات أزمة الصحة العامة باستخدام مصادر المعلومات الرسمية يمكن أن تزيد بشكل كبير من تبني السلوك الصحي الوقائي.

بحثت دراسة (Chen Q, 2020)<sup>(٤)</sup> في كيفية استخدام وكالات الحكومة المركزية الصينية لمواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز مشاركة المواطنين خلال أزمة فيروس كورونا (Covid-19) باستخدام بيانات حساب رسمي لـ Sina Weibo للجنة الصحة الوطنية في الصين، وأشارت النتائج إلى أن:

▪ حلقة الحوار التي قدمتها لجنة الصحة الوطنية على موقع التواصل الاجتماعي Weibo تسهل المشاركة وتتيح للجمهور إمكانية التحدث مع المنظمة والرد على

الأسئلة والاهتمامات العامة، وتعمل كل هذه الإجراءات على تحسين العلاقة بين المنظمة والجمهور وتعزيز مشاركة المواطنين تدريجيًا.

- تؤثر المعلومات المتعلقة بآخر الأخبار حول أزمة فيروس كورونا (Covid-19) عبر مواقع التواصل الاجتماعي الحكومية على مشاركة المواطنين.
  - تكشف نتائج الدراسة أن المنشورات التي تحتوي على صور ومقاطع فيديو مرفقة تتعلق بأحدث المعلومات حول الوباء لا تزال تجذب معظم المواطنين.
- سعت دراسة (Zhong, B. L, 2020)<sup>(٥)</sup> إلى معرفة مواقف الصينيين وممارساتهم تجاه فيروس كورونا (Covid-19) اعتمدت الدراسة على استبانة تم نشره عبر مواقع التواصل الاجتماعي (Weibo~Wechat)، كما تم نشره على مواقع الويب وحسابات Wechat الرسمية للعديد من وسائل الإعلام المحلية في مدينة هوبي.

أظهرت النتائج أن برامج التثقيف الصحي التي تهدف إلى تحسين معرفة فيروس كورونا (Covid-19) مفيدة للسكان الصينيين في التمسك بالمواقف المتفائلة والحفاظ على الممارسات المناسبة، كان لدى غالبية المستطلعين (٩٧,١%) ثقة في أن الصين يمكنها الفوز في المعركة ضد فيروس كورونا (Covid-19)، ارتدى جميع المشاركين تقريبًا (٩٨%) أقنعة عند الخروج في الأيام الأخيرة، ارتبطت درجة المعرفة بشكل كبير مع انخفاض احتمالية المواقف السلبية والممارسات الوقائية تجاه الفيروس.

سعت دراسة (عبد الحلیم، ٢٠٢٠)<sup>(٦)</sup> إلى بيان أهمية السياسات الإعلامية في تعزيز التوعية الصحية للحد من مخاطر فيروس كورونا على المجتمعات، وتعزيز الدور التوعوي بإجراءات الوقاية من الإصابة به، طبقت الدراسة على عينة من ٤٧٠ من أرباب الأسر بمدينة سوهاج بمصر، وأظهرت النتائج وجود علاقة دالة إحصائيًا بين تأثير وسائل الإعلام ووعي الأسر بكيفية مواجهة فيروس كورونا (Covid-19)، وظهر ذلك التأثير في ضوء المصابين بالفيروس أو أسر المصابين أو الطاقم المعالج للفيروس، وأهمية التعقيم والنظافة واتباع السلوكيات المثلى في التعامل مع الفيروس، وتبين التأثير في ضوء تقديم معلومات كافية عن الفيروس وإنتاج برامج طبية وثقافية لمواجهة ونجاح الحظر للمواطنين من خلال حملة "الزم بيتك".

هدفت دراسة (Hussain, T., 2020)<sup>(٧)</sup> إلى تقييم الوعي العام بين المهنيين في باكستان بشأن فيروس كورونا (Covid-19)، اعتمدت الدراسة على استبانة عبر الإنترنت شارك فيه ١١٢٢ مستجيبًا، أظهرت النتائج أن ما يزيد عن ٩٠% من الردود لديهم فهمًا وفيرًا بشأن سبب المرض وانتشاره والسيطرة عليه؛ وهو مؤشر فعال أن

الجمهور تأثر بحملات التوعية، كما أوضحت النتائج أن حملات التوعية العامة للحكومة الباكستانية المتعلقة بفيروس كورونا (Covid-19) أدت إلى وعي كبير بين الطبقة المتعلمة والمهنية،

تُحلل دراسة (La, V.-P.;2020)<sup>(٨)</sup> الاستجابة السياسية لفيتنام واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي والصحافة العلمية من أجل استدامة نظام الصحة العامة وسط تفشي فيروس كورونا (Covid-19)، قامت الدراسة على مسح الأخبار الرسمية المتعلقة بفيروس كورونا (Covid-19) بين بداية يناير ٢٠٢٠ و٤ أبريل ٢٠٢٠، مما أسفر عن بيانات تضم ١٤.٩٥٢ عنصرًا إخباريًا، أوضحت النتائج أن فيتنام أظهرت استعدادًا سياسيًا لمكافحة الوباء منذ الأيام الأولى، استجابة مواقع التواصل الاجتماعي ساعد في تعزيز الوعي العام حول فيروس كورونا (Covid-19) وكيف يمكن للناس حماية أنفسهم والمجتمعات المحيطة بهم، أدت الصحافة العلمية دورًا حاسمًا في التواصل في الوقت المناسب وتوفير معلومات فعالة وسريعة للجمهور .

هدفت دراسة (علة، ٢٠٢٠)<sup>(٩)</sup> إلى التحقق من إمكانية التنبؤ بدور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي، ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس كورونا (Covid-19) في الجزائر، تكونت العينة من ١٤٠ فردًا؛ اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وكانت أهم النتائج: يمكن التنبؤ بالدور الإيجابي لوسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي، ومكافحة الأزمات الصحية العالمية الصحية في ظل انتشار فيروس كورونا (Covid-19) في الجزائر، كما أظهرت النتائج أن هناك فروق دالة إحصائية في متوسط درجات دور وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ظل انتشار فيروس كورونا (Covid-19) في الجزائر تعزى لمتغير المجال المهني.

سعت دراسة (L. Li et al., 2020)<sup>(١٠)</sup> إلى تحديد المعلومات الظرفية أثناء تفشي فيروس كورونا (Covid-19) في الصين وفهم كيفية نشرها، تتبعت الدراسة المناقشات المتعلقة بفيروس كورونا (Covid-19) في موقع Sina Weibo (المعادل الصيني لتويتر)، وتوصلت الدراسة إلى سبعة أنواع من المعلومات ذات الصلة بفيروس كورونا (Covid-19) كمعلومات ظرفية: (الحذر والنصائح، اتخاذ الإجراءات والتدابير، التبرعات، الدعم العاطفي، المساعدة في البحث، الانتقاد والنقد، الشائعات المضادة)، كما أوضحت النتائج أن معلومات (الشك وانتقاد السلطة) حازت على قدر أكبر من إعادة النشر، وأشارت الدراسة أنه من الأفضل إيلاء اهتمامًا أكبر للمنتقدين العقلانيين الذين

لديهم عدد أكبر من المتابعين (قد يكونون قادة الرأي)، والتحقق مما إذا كانت وجهات نظرهم قيمة أم لا، إذا كان الأمر كذلك يجب الأخذ بنصائحهم لتحسين استراتيجيات الاستجابة لأزمة فيروس كورونا (Covid-19).

### دراسات ركزت على التأثير السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي على نشر الذعر أثناء تفشي فيروس كورونا (Covid-19)

سعت دراسة (Ruan,2020)<sup>(١١)</sup> للإجابة على سؤال كيف تحكمت الحكومة الصينية في المعلومات المطروحة على مواقع التواصل الاجتماعي عن فيروس كورونا (Covid-19) المستجد؟ وما تأثير ذلك على انتشار وتفشي الفيروس؟. أظهرت نتائج الدراسة أن:

- المعلومات حول فيروس كورونا (Covid-19) على وسائل التواصل الاجتماعي الصينية خضعت لرقابة حكومية صارمة، عبر مواقع التواصل (YY) وهي منصة بث مباشر في الصين، ومنصة WeChat في ٣١ ديسمبر ٢٠١٩، بعد يوم من محاولة الأطباء (بما في ذلك الراحل الدكتور لي ون ليانغ) تحذير الجمهور من الفيروس غير المعروف آنذاك، شملت المراقبة انتقاد الحكومة والشائعات ومعلومات متضاربة حول الوباء؛ وفسرت الدراسة هذا النهج بأنه قد يرجع للرغبة في تجنب الإحراج والحفاظ على صورة إيجابية للحكومة.
- أكدت نتائج الدراسة أن الرقابة على تفشي فيروس كورونا (Covid-19) مثيرة للقلق، وأن عدم الشفافية وتقييد المناقشات العامة والمعلومات الواقعية له تأثير معاكس ويحد من الوعي العام والاستجابة.
- سعت دراسة (Ahmad& Murad, 2020)<sup>(١٢)</sup> إلى تحديد كيفية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على انتشار الذعر حول فيروس كورونا (Covid-19) في إقليم كردستان العراق، تم إعداد استبانة عبر الإنترنت شارك فيه عينة من ٥١٦ من مستخدمي مواقع التواصل، وكانت أهم النتائج:
- أفاد المشاركون بأن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير على نشر الخوف والذعر المرتبط بانتشار فيروس كورونا (Covid-19) في كردستان العراق، مع تأثير سلبي محتمل على الصحة النفسية للناس ورهفهم النفسي.
- كان الفيسبوك هو شبكة التواصل الاجتماعي الأكثر استخدامًا لنشر الذعر حول تفشي فيروس كورونا (Covid-19) في العراق.



■ توجد علاقة إحصائية إيجابية كبيرة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانتشار الذعر، وتختلف طبيعة تأثير الذعر على وسائل التواصل الاجتماعي بين الأشخاص اعتمادًا على جنس الفرد وعمره ومستوى التعليم.

سعت دراسة (Depoux,2020)<sup>(١٣)</sup> لفحص دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الذعر حول تفشي فيروس كورونا (Covid-19). بهدف اكتشاف الشائعات والمفاهيم والمواقف والسلوكيات العامة حول فيروس كورونا (Covid-19)، وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ إنشاء منصة تفاعلية؛ لتقديم تنبيهات في الوقت الفعلي حول الشائعات والمخاوف بشأن انتشار فيروس كورونا (Covid-19) على مستوى العالم، من شأنه أن يمكن مسؤولي الصحة العامة وأصحاب المصلحة المعنيين من الاستجابة بسرعة بسرِّد استباقي وجذاب يمكن أن يخفف من التضليل.

المحور الثاني: دراسات تناولت تقييم وعي الجمهور بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد.

سعت دراسة (Modi,2020)<sup>(١٤)</sup> إلى تقييم الوعي بمرض فيروس كورونا (Covid-19)، وممارسات مكافحة العدوى ذات الصلة بين المتخصصين في الرعاية الصحية والطلاب في منطقة مومباي بالهند، تكونت العينة من ١٥٦٢ مستجيبًا وزَّع عليهم استبانة حول الوعي والمعرفة وممارسات مكافحة العدوى بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد، وأشارت النتائج إلى أنّ الوعي العام كان كافيًا حيث بلغ ٧١,٢٪ من الإجابات الصحيحة، وكانت أعلى نسبة من الإجابات الصحيحة من طلاب الطب الجامعيين.

هدفت دراسة (Roy, D., Tripathy, 2020)<sup>(١٥)</sup> إلى تحديد المعرفة والاتجاهات واحتياجات الرعاية الصحية المتصوّرة لدى الهنود خلال جائحة فيروس كورونا (Covid-19)، اعتمدت الدراسة على استبانة نشر عبر الإنترنت شمل ٦٦٢ مفردة، وأظهرت النتائج أنّ المستجيبين كان لديهم مستوى معتدل من المعرفة حول عدوى فيروس كورونا (Covid-19)، ومعرفة كافية حول جوانبها الوقائية، وأظهر الموقف تجاه فيروس كورونا (Covid-19) رغبة المبحوثين في اتباع المبادئ التوجيهية الحكومية بشأن الحجر الصحي والتباعد الاجتماعي، كانت هناك مستويات عالية من القلق وصعوبات في النوم ومخاوف متزايدة من العدوى بفيروس كورونا (Covid-19). كان أكثر من ٨٠٪ من الأشخاص منشغلين بأخبار عن فيروس كورونا (Covid-19)، وأفاد ٧٢٪ بالحاجة إلى استخدام القفازات والمطهرات، وأشارت الدراسة إلى أنّ هناك حاجة إلى تكثيف الوعي ومعالجة قضايا الصحة النفسية لدى أكثر من ٨٠٪ من المشاركين.

هدفت دراسة (Wolf, 2020)<sup>(16)</sup> إلى تحديد الوعي والمعرفة والمواقف والسلوكيات ذات الصلة بفيروس كورونا (Covid-19) بين البالغين في الولايات المتحدة الذين هم أكثر عُرضة لمضاعفات العدوى بسبب العمر والحالات المرضية المصاحبة، تمثلت عينة الدراسة في ٦٣٠ بالغًا، وكانت أهم النتائج:

(٢٤,٦٪) من المشاركين كانوا "قلقين للغاية" بشأن الإصابة بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد، لم يتمكن (٢٨,٣٪) ما يقرب من ثلث العينة من تحديد الأعراض بشكل صحيح أو طرق منع العدوى (٣٠,٢٪)، يعتقد واحد من كل ٤ بالغين (٢٤,٦٪) أنه "من غير المحتمل على الإطلاق" الإصابة بالفيروس، وأفاد ٢١,٩٪ أن فيروس كورونا (Covid-19) كان له تأثير ضئيل أو معدوم على روتينهم اليومي.

هدفت دراسة (Hussain, 2020)<sup>(17)</sup> إلى تقييم مستوى الوعي تجاه فيروس كورونا (Covid-19) بين المواطنين في نيبال وتحليل مواقفهم وممارساتهم تجاه الفيروس؛ حيث تم طرح استبانة على شبكة الإنترنت وشارك فيه ٧٦٠ فردًا، وأظهرت النتائج أن النطاق العام للإجابات الصحيحة كان مُرضيًا فكانت النتائج الصحيحة لاستبانة المعرفة ٦٠,٠-٩٨,٧٪، والموقف ٧٧,٩-٩٦,٤٪ والممارسة ٧٨,٢-٩٥,٠٪، ومع ذلك يفتقر عدد كبير من المشاركين إلى الثقة عند مقارنتهم بالدول الأخرى، كما أوضحت النتائج أن المستجيبين ذوي الخلفية الطبية لديهم شعور أفضل بالتصرف ضد ممارسة الوقاية من فيروس كورونا.

هدفت دراسة (Geldsetzer, P, 2020)<sup>(18)</sup> إلى تقييم معرفة وتصورات فيروس كورونا (Covid-19) بين عامة الناس في الولايات المتحدة، والمملكة المتحدة بواسطة مسح عبر الإنترنت بلغ عدد المشاركين فيه ٨٠٠٠٠ فرد، يقيم ٤٣٪ منهم تقريبًا في المملكة المتحدة، و٢٣٪ في الولايات المتحدة، وكانت أهم النتائج أن لدى عامة الناس في الولايات المتحدة، والمملكة المتحدة مفاهيم خاطئة مهمة حول فيروس كورونا (Covid-19)، لذا ينبغي استهداف تصحيح هذه المفاهيم الخاطئة في الحملات الإعلامية التي تُنظمها الهيئات الحكومية، وتوفير المعلومات من قبل الأطباء لمرضاهم، والتغطية الإعلامية.

سعت دراسة Abdelhafiz (2020)<sup>(19)</sup> إلى تقييم معرفة وتصورات وسلوك الجمهور المصري تجاه فيروس كورونا (Covid-19) حيث تم توزيع استبانة على عينة قدرها ٩٥٩ فردًا، كان متوسط درجة المعرفة ١٦,٣ من أصل ٢٣ اكتسب بشكل رئيس من وسائل التواصل الاجتماعي (٦٦,٩٪)، والإنترنت (٥٨,٣٪)، كانت المعرفة أقل بشكل

ملحوظٌ بين كبار السن، والأقل تعليمًا، والمشاركين من ذوي الدخل المنخفض، وسكان الريف، كما كان معظم المشاركين (٨٦,٩٪) قلقين بشأن خطر العدوى، كان حوالي ٧٣٪ يتطلعون إلى الحصول على اللقاح عند توفره، بشكلٍ عامٍ كان لدى المشاركين معرفة جيدة بالفيروس وموقف إيجابي تجاه تدابير الحماية، هذه المعرفة تم اكتسابها بشكلٍ أساسي من خلال القنوات الإعلامية الجديدة.

سَعَت دراسة (Reddy,2020)<sup>(٢٠)</sup> إلى معرفة فُهم واستجابة الجمهور بجنوب أفريقيا أثناء تفشي فيروس كورونا (Covid-19) لأعراض الفيروس، وطرق انتشاره وأهم مصادر معلوماتهم، واعتمدت الدراسة على إجراء مسح عبر الإنترنت وكانت أهم النتائج: حددت الأغلبية ٨٣,٤٪ بشكلٍ صحيحٍ الأعراض الرئيسة لفيروس كورونا (Covid-19)، كانت أكثر مصادر معلومات فيروس كورونا (Covid-19) انتشارًا هي المصادر الحكومية ٧٢,٩٪، والمواقع / التطبيقات الإخبارية ٥٦,٣٪، والتلفزيون الفضائي ٥١,٦٪، والتلفزيون المحلي ٥١,٤٪.

هدفت دراسة (Hou, 2020)<sup>(٢١)</sup> إلى تقييم انتباه الجمهور في الصين ووعيهم، وإدراكهم للمخاطر واستجابتهم السلوكية لتفشي فيروس كورونا (Covid-19) من خلال جمع بيانات مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر ثلاث منصات شعبية صينية: سينا ويبو (مدونة مصغرة) Weibo، ومحرك بحث بايدو، وسوق (على) للتجارة الإلكترونية، في الفترة من ١ ديسمبر ٢٠١٩، إلى ١٥ فبراير ٢٠٢٠، وكانت أهم نتائج الدراسة أن تأخر نشر المعلومات أثار المشاعر العامة السلبية لدى الجمهور، استجاب الجمهور بسرعة لإعلانات الحكومة وتبني السلوكيات الموصى بها وفقًا للمبادئ التوجيهية الصادرة، الشائعات والمعلومات الخاطئة بشأن العلاج أدت إلى انتشار الذعر أثناء تفشي الفيروس، كما أدى تصحيح الشائعات في الوقت المناسب إلى تقليل السلوك غير العقلاني بشكلٍ فعال لدى الجمهور.

### التعليق على الدراسات السابقة:

١. ضمت الدراسات السابقة طيفًا جغرافيًا واسعًا ما بين دول عربية وغربية وآسيوية وأفريقية (الصين - باكستان- الهند -فيتنام - نيبال- الولايات المتحدة - المملكة المتحدة - المملكة العربية السعودية - مصر- الجزائر- كردستان العراق - جنوب أفريقيا) مما يشير إلى اهتمام بحثي عالمي بالتوعية بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد .

٢. جاءت الدراسات السابقة جميعها لعام ٢٠٢٠ ويمكن تفسير الغزارة البحثية حول التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) نظراً لكونه وباءً عالمياً لم يحدث مثله من مائة عامٍ فضلاً عن تبعاته الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وتعد التوعية الوسيلة الوحيدة في التصدي لانتشاره.
٣. جاءت أغلب الدراسات السابقة دراسات ميدانية، وكان هناك عددٌ محدودٌ جداً من الدراسات التحليلية.
٤. اعتمدت الدراسات الميدانية السابقة على أداة الاستبانة والذي وُزِعَ في الأغلب إلكترونياً على شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي خاصة أن الاستبانة طُبِّقَ في فترات الحظر.
٥. أكدت نتائج الدراسات السابقة على أهمية جهود وحملات التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) وتأثيرها على الحد من انتشار الفيروس.
٦. اتفقت نتائج الدراسات السابقة على التأثير القوي لمواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) وانتشاره سواءً بشكلٍ سلبي أو إيجابي.
٧. أشارت نتائج مجموعة من الدراسات إلى أن جهود التوعية التي قُدِّمت عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثَّرت إيجاباً على وعي المبحوثين؛ مما أدى إلى تبنِّيهم إجراءاتٍ وقائيةٍ سليمةٍ في مواجهة جائحة فيروس كورونا.
٨. من جهةٍ أخرى أشارت نتائج مجموعةٍ أخرى من الدراسات إلى أن حجب المعلومات أو نشر معلومات خاطئة وشائعات على مواقع التواصل من شأنه نشر الذعر والقلق، وقد يؤدي إلى تفشي الفيروس.
٩. أغلب الدراسات السابقة ركزت على قياس وعي الأفراد بفيروس كورونا Covid-19 وأعراضه وطرق انتشاره، ومجموعةٍ أقل تناولت دورَ مصادر المعلومات خاصة مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بالفيروس، في حين عدد محدودٌ جداً من الدراسات السابقة تناول جهود وحملات التوعية (الرسمية وغير الرسمية) بفيروس كورونا Covid-19 ، وإن لم يتم تناول بشكلٍ كاملٍ (مدى الوعي، الجهات المشاركة، والوسائل المستخدمة، وآليات التوعية، التأثير) واتجاهات الجمهور نحوها؛ لذا تأتي هذه الدراسة بزاوية جديدة أكثر شمولاً لتقييم اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا Covid-19 في منطقة جازان، وتأثيرها عليهم ومقترحاتهم لتطويرها لجعلها أكثر فعالية وتأثيراً، ومن ثمَّ يمكن الحدُّ من انتشار الفيروس.

١٠. استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة بحثية تتسم بالشمول في رصد جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19)، كما تم الاستفادة منها في تحديد المنهج وأدوات جمع البيانات المناسبة فضلاً عن الاستفادة في إعداد الاستبانة .

## الإطار النظري: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (Theory)

تستند الدراسة الحالية إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ويمكن تعريف علاقة الاعتماد بأنها "العلاقة التي يعتمد فيها الجمهور على وسائل الإعلام مصدرًا للحصول على المعلومات لتحقيق أهداف معينة، وتعمل وسائل الإعلام على تحقيق ثلاثة أهداف هي: جمع المعلومات وتنسيقها ونشرها، ويعتمد الغرض الأساسي لنظرية الاعتماد على وجود علاقة تفاعلية بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع والنظم القائمة به، ومن خلال تحليل هذه العلاقة يمكن فهم وإدراك تأثير وسائل الإعلام على المجتمع والأفراد.<sup>(٢٢)</sup>

وتقوم نظرية الاعتماد بتحديد "طبيعة العلاقة بين الفرد ووسائل الإعلام، فكلما اعتمد الفرد على هذه الوسائل لإشباع حاجاته المعرفية، قامت هذه الوسائل بدور مؤثر في حياة الفرد النفسية والاجتماعية، وبالتالي يزداد تأثيرها، وتعمل النظرية على تعريف دور وسائل الإعلام بشكل خاص في أوقات التغير والأزمات.<sup>(٢٣)</sup>

تمثل وسائل الإعلام مصادر رئيسة يعتمد عليها أفراد الجمهور في استقاء المعلومات عن الأحداث الجارية، وتتزايد درجة الاعتماد بتعرض المجتمع لحالات من عدم الاستقرار والصراع الذي يدفع أفراد الجمهور لاستقاء المزيد من المعلومات من وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي من حولهم.<sup>(٢٤)</sup>

### الآثار المترتبة على الاعتماد على وسائل الإعلام:

يوجد مجموعة من الآثار تُنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام وهي:<sup>(٢٥)</sup>  
التأثيرات المعرفية: تتضمن تكوين الاتجاه، ترتيب الأولويات، اتساع المعتقدات، القيم.  
التأثيرات الوجدانية: تتضح من خلال الرسائل التي يتبادلها الأفراد في فئة واحدة على مواقع الشبكة أو الاتصال بالغير، حيث تدعم هذه الرسائل مشاعر القلق والخوف، وهذا يمكن أن يظهر في فترات التوتر والأزمات.

التأثيرات السلوكية: محصلة التأثيرات المعرفية والوجدانية، وتُسهِم في تأكيد الأدوار أو تجنبها أو الفعالية أو عدم الفعالية نتيجة لتشكيل الاتجاهات التي أسهمت المعرفة والشعور في تكوينها أو التأثير فيها.

❖ وتوظَّف الدراسة الحالية نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لتحديد اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) في منطقة جازان، من خلال تحديد مدى اعتماد العينة على الوسائل الإعلامية التي تنشر من خلالها المؤسسات الحكومية وغير الحكومية بجازان جهودَ التوعية المختلفة إبان فيروس كورونا (Covid-19)، وتأثير هذا الاعتماد على أفراد العينة معرفيًا ووجدانيًا وسلوكيًا في مواجهة الفيروس.

#### الإطار المعرفي:

#### فيروس كورونا (Covid-19) المستجد:

تم اكتشاف فيروس كورونا (Covid-19) في الصين ديسمبر ٢٠١٩، وفي مارس/آذار ٢٠٢٠، أعلنت منظمة الصحة العالمية (WHO) Covid-19 كجائحة، لم تقتصر خطورته على الجانب الصحي وأعداد الإصابات التي تعد بالملايين وآلاف الوفيات، وإنما امتدت خطورته إلى التبعات الاقتصادية والاجتماعية التي قد تُحدث تغيرات جوهرية عالميًا.

ووفقًا لمنظمة الصحة العالمية فإنَّ فيروس كورونا (Covid-19) ينتشر من شخص لآخر من خلال المخالطة للصيقة (ضمن ٦ أقدام، أو ٢ متر) وينتشر عن طريق الرذاذ التنفسي، وإلى الآن لا يوجد دواء أو لقاح تَبَيَّنَتْ فعاليته بشكلٍ تامٍ، ويركز نهج المعالجة على تخفيف الأعراض، وقد أوضحت منظمة الصحة العالمية ضرورة الالتزام بطرق الوقاية، فضلًا عن ضرورة البقاء في المنزل ما لم تكن هناك حاجة إلى الخروج للضرورة، وممارسة التباعد الاجتماعي (البقاء على بعد ستة أقدام على الأقل من الآخرين).<sup>(٣)</sup>

وفي ضوء تعليمات منظمة الصحة العالمية باتت الوقاية من الفيروس هي خط الدفاع الأول بل الوحيد المتاح إلى الآن وهو ما يتطلب وسائل إعلامية اتصالية فعالة؛ لنشر وتعزيز الوعي الصحي بين الأفراد والتصدي لفيروس كورونا (Covid-19) ومنع انتشاره .

#### جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد في منطقة جازان:

في مواجهة فيروس كورونا (Covid-19) المستجد كثَّفت السلطات في المملكة العربية السعودية جهود التوعية للتعامل مع الفيروس، ووظَّفت وسائل الإعلام التقليدي

المختلفة فضلاً عن منصات وزاراتها ومؤسساتها الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي لنشر التوعية بطرق الوقاية من العدوى.

في منطقة جازان كان الحرص على توفير المعلومات الصحيحة السمة الأهم والأبرز في مشهد جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد، وقد حضرت مواقع التواصل الاجتماعي كلاعب حيوي واستراتيجي لا يمكن إغفاله من المشهد، الذي أتمسم بكثير من الجدية والحرص على وقاية وسلامة المواطنين والمقيمين على حد سواء.

انصبّت جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) على المساعدة في منع انتشار الوباء، وجمعت بين أمرين: تقديم المعلومات لمنع انتشار الوباء، وفي الوقت ذاته نشر الطمأنينة؛ حتى لا يتحوّل الأمر لحالة هلع أو ذعر وأخذت جهود التوعية ثلاثة أشكال: النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والاتصال المباشر مع الجمهور (حملات توعية) سواء في الأسواق التجارية العامة، أو من خلال برامج تدريبية لموظفي المؤسسات الحكومية، وتقديم دورات وويبنار عبر المنصات الإلكترونية مثل زووم وبودوكاست.

شاركت العديد من المؤسسات الحكومية وغير الحكومية في التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد وكان أهمها:

(المديرية العامة للشئون الصحية، إمارة المنطقة، جامعة جازان، إدارة التعليم بالمنطقة، الغرفة التجارية، فرع وزارة الشئون الإسلامية والدعوة والإرشاد بجازان، محافظات المنطقة المختلفة، مديرية الدفاع المدني بمنطقة جازان، أمانة منطقة جازان، وجميع بلديات المنطقة)، حيث قامت هذه المؤسسات بتفعيل جانب التوعية من خلال حملات التوعية بالأسواق وعبر حساباتها بمواقع التواصل الاجتماعي لبتّ حزمة من رسائل التوعية والإرشاد، بالتنسيق مع وزارة الصحة في خطوة تَهْدِف إلى التكامل مع الجهات المختصة ولرفع مستوى الوعي المجتمعي للتصدي لفيروس كورونا (Covid-19).

كما قدمت الحسابات الإخبارية الخاصة بمنطقة جازان عبر تويتر وسناب شات (وهي حسابات بعضها حاصل على تصاريح رسمية، والبعض الآخر يمثل صحف إلكترونية خاصة بمنطقة جازان) دوراً مهماً في نشر التوعية كان أهمها (جازان الآن - جازان نيوز - صوت جازان - جوال منطقة جازان - أخبار جازان - سناب جازان لايف).

تنوعت طرق التوعية المقدمة ما بين فيديوهات مصورة، وإنفوجرافيك، ورسائل توعية، ورسوم بيانية عبر بثها بواسطة الأوسام (الهاشتاجات) المتداولة، وذلك سواء بنشر طرق وقائية أو توجيه حلول للمستخدمين عبر حساباتهم في مواقع التواصل الاجتماعي.

كانت جهود التوعية التي قدمتها المديرية العامة للشئون الصحية بمنطقة جازان من أهم الجهود المقدمة؛ حيث نفذت مجموعة متنوعة من الأنشطة والإجراءات وجرعة مكثفة من التثقيف الصحي والمعلومات السليمة حول كيفية حماية الأفراد لأنفسهم وأهاليهم ومجتمعهم من خطر فيروس كورونا (Covid-19) المستجد، من خلالها حسابها على موقع تويتر، وقد بلغ عدد المستفيدين من تلك البرامج ١٢٠٥٩٨٧ مستفيدًا، كما قدمت صحة جازان بالتعاون مع فرع وزارة الشئون الإسلامية والدعوة والإرشاد بجازان عددًا من برامج التوعية استهدفت توعية أكثر من ١٨٠٠٠ من الجاليات المسلمة بلغاتهم، كما تم توزيع ملصقات توعية بعدة لغات للتعريف بفيروس كورونا (Covid-19) وسبل الوقاية منه، وذلك في الأسواق ومحلات التجزئة والمجمعات التجارية الكبرى، كما تم استثمار خاصية البرودكاست في برنامج الواتساب وبرنامج السناب شات وحساب صحة جازان؛ لبث رسائل وتغريدات توعية، وكذلك التعريف بالخدمات التي يقدمها مركز الاتصالات بوزارة الصحة.<sup>(٢٧)</sup>

وشملت تلك البرامج أيضًا توعية الجمهور حول استخدام التطبيقات الذكية التي أتاحتها وزارة الصحة مثل تطبيق صحة، وكذلك التوعية بأهمية إجراء التقييم الذاتي عن طريق تطبيق موعد .

كما أطلق فرع وزارة الشئون الإسلامية بجازان، مبادرة إلكترونية للتوعية عن فيروس كورونا (Covid-19) المستجد بعنوان "الوقاية أمن وأمان" تضمنت منشورات وبورشورات توعية، ومقاطع فيديو للتحذير من خطره، وكيفية الوقاية منه، وتوضح النصائح والتوجيهات التي توصي بها وزارة الصحة لتجنب الإصابة بالعدوى.<sup>(٢٨)</sup>

من جهة أخرى قدمت غرفة جازان ١٠ مبادرات توعية تضمنت النشرات وخطوط الاتصال المباشرة بالمستفيدين والتقارير الإعلامية المبيّنة لجهود الدولة في مواجهة الفيروس ومسابقة أفضل فيديو توعية.<sup>(٢٩)</sup>

كما قدمت إدارة التطوع البلدي بالإدارة العامة للمسؤولية المجتمعية بأمانة منطقة جازان مبادرة التثقيف، والتوعية الصحية بالأسواق والمجمعات التجارية شارك فيها ١٠٠ متطوع ومتطوعة، وشاركت أيضًا مديرية الدفاع المدني بمنطقة جازان بحملة توعية تحت شعار «سلامتك بمنزلك غايتنا».<sup>(٣٠)</sup>

أما عن دور الجمعيات الخيرية والتطوعية فقد أطلقت جمعيات التنمية الاجتماعية الشبابية والجمعيات التطوعية بمنطقة جازان العديد من المبادرات التثقيفية بفيروس



كورونا (Covid-19)، عبر المواقع الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي، وكان من أبرز جهود التوعية المقدّمة المبادرة التي أطلقتها جمعية روافد للتوعية بفيروس كورونا تحت مسمى # مبادرة-روافد-للتوعية-بفيروس كورونا، عبر قنواتها في منصات التواصل الاجتماعي، كما قدمت مبادرة "تسوَّق بأمان" التي هدفت إلى تطبيق مختلف الإجراءات الاحترازية الوقائية اللازمة خلال فترة الرفع الجزئي<sup>(٣١)</sup>.

ويتضح من استعراض جهود التوعية بجازان حرص غالبية المؤسسات الرسمية وغير الرسمية على نشر الوعي الصحي بفيروس كورونا (Covid-19) بكافة الطرق الإعلامية والاتصالية للوصول إلى شرائح المجتمع المختلفة.

### الإطار المنهجي والإجرائي:

#### نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية الميدانية التي تسعى إلى وصف ظاهرة معينة وتتمثل هذه الظاهرة في تحديد اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) في منطقة جازان.

#### منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح باعتباره أنسب المناهج ملائمة للدراسات الوصفية.

#### حدود الدراسة:

حدود موضوعية: عُنيت الدراسة ببيان اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) في منطقة جازان.

حدود زمنية: الفترة من ٢٠٢٠/٥/١ إلى ٢٠٢٠/٥/٢٥

حدود مكانية: منطقة جازان.

مجتمع الدراسة: تمثّل مجتمع الدراسة في الجمهور بمنطقة جازان.

ويبلغ عدد سكان منطقة جازان وفقًا لتقرير مسح الخصائص السكانية الصادر عن الهيئة العامة للإحصاء السعودية ما يزيد عن مليون ونصف ١,٥٦٧,٥٤٧<sup>(٣٢)</sup>.

#### عينة الدراسة:

تتمثل عينة الدراسة في (٧٠٥) مفردة من الجمهور بمنطقة جازان، اعتمدت على أسلوب كرة الثلج Snowball Sample والتي تستخدم حين يصعب الوصول لكل الباحثين (حيث تم تطبيقها خلال فترة الحظر بالمملكة) وقد تم إرسال رابط الاستبانة إلى مجموعة من الباحثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي (تويتر، والواتس اب، وسناب

شأت) وطلب من الباحثين المعروفين من قبل الباحث إرسالها إلى دوائر أصدقائهم ومعارفهم، وهو تطبيق مباشر لعينة كرة الثلج التي يتم اختيار المشاركين فيها بواسطة الترشيحات أو الإحالات.

جدول رقم (أ) يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً لخصائصهم الديمغرافية

المتغير	خصائص العينة	ك	%
النوع	ذكر	٢٧٨	٣٩,٣
	أنثى	٤٢٧	٦٠,٧
العمر	٣٠-٢٠	٣٨٤	٥٤,٤
	٤٠-٣١	١٧١	٢٤,٥
	٦٠-٤١	١٤٠	٢٠
	أكثر من ٦٠	١٠	١,٤
المستوى التعليمي	ثانوية عامة	١٤٣	٢٠,٥
	جامعي	٤٥٩	٦٥,١
	فوق الجامعي	١٠٣	١٤,٧
المجموع		٧٠٥	%١٠٠

#### أدوات جمع البيانات:

- اعتمدت الدراسة على تصميم استبانة شمل أربعة محاور أساسية:
- المحور الأول: لمعرفة مدى تعرض الجمهور لجهود التوعية ووسائلها الإعلامية المفضلة لديهم.
  - المحور الثاني: لقياس وعي الباحثين بفيروس كورونا (Covid-19) وطرق الوقاية منه.
  - المحور الثالث: لقياس تقييم الجمهور لجهود التوعية ووسائلها وآلياتها والمشاركين فيها..
  - المحور الرابع: لمعرفة إيجابيات وسلبيات جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) في منطقة جازان من وجهة نظر الجمهور ومقترحاتهم لتطويرها.

## إجراءات صدق وثبات أدوات التحليل:

### ❖ صدق الاستمارة:

تم تصميم الاستبانة بالاستفادة من الدراسات السابقة، وتم اتباع إجراءات التحقق من صدق الاستمارة من خلال تحكيم مجموعة من أساتذة الإعلام\*، وتم استيفاء كافة الملاحظات التي أبدوها؛ من أجل أن تكون أسئلة الاستبانة أكثر دقةً ووضوحًا وتحقيقًا لأهداف الدراسة.

### ❖ إجراءات الثبات:

تم قياس ثبات أداة التحليل عن طريق إعادة الاختبار على ١٠٪ من عينة الدراسة أي (٧١) مفردةً

ثم حساب مُعامل الثبات (ألفا)، وقد بلغت قيمته ٠,٨٨، ٠.

### ❖ المعالجة الإحصائية للبيانات:

اعتمد التحليل الإحصائي لنتائج الدراسة على برنامج SPSS، وتم استخدام مجموعة من المعاملات الإحصائية (التكرارات والنسب المئوية- المتوسط الحسابي- الانحراف المعياري- معامل ارتباط بيرسون).

## النتائج:

جدول رقم (١) يوضح مدى وعي العينة بفيروس كورونا (Covid-19) وطرق الوقاية منه والتعامل معه

مدى وعي العينة بفيروس كورونا (Covid-19)	ك	%
لدي وعي كامل	٥٧٧	٨١,٨
لدي نقص بالمعلومات	٨٤	١١,٩
تعرضت للكثير من الشائعات	٤٤	٦,٣
المجموع	٧٠٥	١٠٠٪

يوضح الجدول السابق مدى وعي العينة بفيروس كورونا (Covid-19) وطرق الوقاية منه والتعامل معه من وجهة نظرهم، وجاء في المرتبة الأولى لَدَي وعي كامل بنسبة ٨١,٨٪، وفي المرتبة الثانية لَدَي نقص بالمعلومات بنسبة ١١,٩٪، وفي المرتبة الثالثة تعرضت لكثير من الشائعات بنسبة ٦,٣٪.

وتعكس النتائج السابقة أنَّ غالبية أفراد العينة يرون أنَّ لديهم وعيًا كاملاً بكل ما يتعلق بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد؛ وقد يرجع ذلك لكثافة جهود التوعية سواء التي بُنِّت في الإعلام التقليدي أو التي وجَّهت من داخل منطقة جازان.

جدول رقم (٢) يوضح كيف يُقيّم أفراد العينة خطورة فيروس كورونا (Covid-19)

تقييم الجمهور لخطورة جائحة فيروس كورونا	ك	%
أهم مرض مرَّ على المملكة والعالم	٤٨٢	٦٨,٣
لن يصيبني المرض فأنا حذر في تعاملاتي وقُربى من غيري	١٢٦	١٨
نعطى له أكبر من حجمه، فمصابو الإنفلونزا العادية أكبر منه	٦٠	٨,٥
نسبة إصابتي ضعيفة فهو يصيب كبار السن وأصحاب الأمراض المزمنة	٢٧	٣,٨
حتمًا سيصيبني فلن يترك أحدًا	١٠	١,٤
المجموع	٧٠٥	١٠٠%

يوضح الجدول السابق كيفية تقييم أفراد العينة خطورة جائحة فيروس كورونا، جاء في المقدمة أهم مرض مرَّ على المملكة والعالم بنسبة ٦٨,٣٪، وفي المرتبة الثانية لن يصيبني المرض فأنا حذر في تعاملاتي وقُربى من غيري بنسبة ١٨٪، وفي المرتبة الثالثة نعطى له أكبر من حجمه فمصابو الإنفلونزا العادية أكبر منه بنسبة ٨,٥٪، وفي المرتبة الرابعة نسبة إصابتي ضعيفة فهو يصيب كبار السن وأصحاب الأمراض المزمنة بنسبة ٣,٨٪، وفي المرتبة الخامسة والأخيرة حتمًا سيصيبني فلن يترك أحدًا بنسبة ١,٤٪، وتوضح النتائج السابقة إدراك غالبية المبحوثين لخطورة فيروس كورونا (Covid-19) كأهم مرض لكن دون ذعر أو هلع بحتمية الإصابة مما يدل على تلقيهم رسائل توعية متزنة بعيدة عن التهويل أو التهويل.

جدول رقم (٣)

يوضح أهم وسائل الوقاية من فيروس كورونا (Covid-19) من وجهة نظر العينة

أهم وسائل الوقاية من فيروس كورونا (Covid-19)	ك	%
الالتزام بالحجر الصحي قدر الإمكان	٥٥	٧,٨
ارتداء الكمامة والقفازات	٣٣	٤,٦
التباعد الاجتماعي أثناء التواجد في الأسواق والأماكن العامة	٢٦	٣,٧
غسل اليدين	١٨	٢,٦
جميع ما سبق مهم بنفس الدرجة	٥٦٨	٨٠,٦
لا أحتاج لأية وسائل وقاية فالموضوع بسيط	٥	٠,٧
المجموع	٧٠٥	١٠٠%

يوضح الجدول السابق أهم وسائل الوقاية من فيروس كورونا (Covid-19) من وجهة نظر العينة جاء في المرتبة الأولى جميع ما سبق مهم بنفس الدرجة بنسبة ٨٠,٦٪، وجاء في المرتبة الثانية الالتزام بالحجر الصحي قدر الإمكان بنسبة ٧,٨٪، وفي المرتبة

الثالثة ارتداء الكمامة والقفازات بنسبة ٤,٦٪، وفي المرتبة الرابعة التباعد الاجتماعي أثناء التواجد في الأسواق والأماكن العامة بنسبة ٣,٧٪، وفي المرتبة الخامسة غسل اليدين بنسبة ٢,٦٪، وفي المرتبة السادسة والأخيرة لا أحتاج لأيّة وسائل وقاية فالموضوع بسيط بنسبة ٠,٧٪.

تشير النتائج السابقة إجمالاً إلى أنّ الغالبية العظمى من العينة يرون أنّ كل طرق الوقاية من فيروس كورونا (Covid-19) لا يمكن الاستغناء عنها ولا بديل لإحداها عن الأخرى، مما يشير إلى ارتفاع وعي المبحوثين بشكلٍ كبيرٍ بوسائل وطرق الوقاية من فيروس كورونا (Covid-19) ومدى أهميتها.

جدول رقم (٤) يوضح أكثر الوسائل الإعلامية والاتصالية التي يتعرض لها أفراد العينة

للحصول على معلومات حول فيروس كورونا (Covid-19)

الوسائل الإعلامية والاتصالية	ك	%
مواقع التواصل الاجتماعي	٤٧٢	٦٧٪
الإعلام التقليدي	٢٠٢	٢٨,٧٪
الأقارب والأصدقاء	١٨	٢,٦٪
حملات التوعية في المولات والأسواق بجازان	١١	١,٦٪
المجموع	٧٠٥	١٠٠٪

يوضح الجدول السابق أكثر الوسائل الإعلامية والاتصالية التي يتعرض لها أفراد العينة للحصول على معلومات حول فيروس كورونا (Covid-19) جاء في المقدمة مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٦٧٪، وفي المرتبة الثانية الإعلام التقليدي بنسبة ٢٨,٧٪، وفي المرتبة الثالثة الأقارب والأصدقاء بنسبة ٢,٦٪، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة حملات التوعية في المولات والأسواق بنسبة ١,٦٪.

وتشير النتائج السابقة إلى اعتماد النسبة الأكبر من العينة على مواقع التواصل الاجتماعي وتصدّرها كوسائل للمعرفة والتوعية، أثناء جائحة فيروس كورونا وبفارق كبيرٍ عن الإعلام التقليدي، وهو ما يتفق مع التقارير العربية والعالمية التي تؤكد تصدّر مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر إخبارية للجمهور، ومع أزمة فيروس كورونا يتزايد هذا الاعتماد في أوقات الأزمات والطوارئ، ومن جهة أخرى توضح النتائج ضعف استفادة العينة، واعتمادها على حملات التوعية المباشرة في المولات والأسواق التجارية (تمثّلت في فرق تطوعية، وأفراد مؤهلين للتوعية) رغم اهتمام المؤسسات الرسمية وغير الرسمية

في منطقة جازان بهذا النوع من الوسائل الاتصالية؛ وقد يرجع ذلك لحدَر الجمهور من التواصل المباشر أثناء انتشار الفيروس.

جدول رقم (٥) يوضح البرامج والتطبيقات التي يستخدمها أفراد العينة للحصول على المزيد من

التوعية الصحية بفيروس كورونا (Covid-19) وآثاره النفسية والاجتماعية

البرامج والتطبيقات	ك	%
Zoom	٢٠٦	٢٩,٢
تطبيق صحة	١٥٤	٢١,٨
برودكاست	٢٥	٣,٥
لم أستخدم أيًّا منها	٣٢٠	٤٥,٤
المجموع	٧٠٥	١٠٠%

يوضح الجدول السابق البرامج والتطبيقات التي استخدمها أفراد العينة للحصول على المزيد من التوعية الصحية بفيروس كورونا (Covid-19) وآثاره النفسية والاجتماعية جاء في المقدمة من أشاروا أنهم لم يستخدموا أيًّا من البرامج بنسبة ٤٥,٤٪، وفي المرتبة الثانية برنامج ZOOM بنسبة ٢٩,٢٪، وفي المرتبة الثالثة تطبيق صحة بنسبة ٢١,٨٪، وفي المرتبة الرابعة برودكاست بنسبة ٣,٥٪.

وتشير النتائج السابقة إلى أن ما يقرب من نصف العينة لم يستخدموا أي تطبيقات إلكترونية للتوعية الصحية بفيروس كورونا (Covid-19) وآثاره النفسية والاجتماعية، ويمكن تفسير ذلك بكثافة التوعية التي قُدمت في وسائل الإعلام التقليدي ومواقع التواصل الاجتماعي التي ربما شعر الجمهور معها أنه ليس بحاجة لمزيد من التوعية.

جدول رقم (٦) يوضح مدى تعرُّض أفراد العينة لحسابات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة

بتغطية أخبار جازان التي تُقدِّم جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19)

مدى تعرُّض أفراد العينة	ك	%
مرة أو مرتين في الأسبوع	٣١	٤,٤
أقل من ساعة يوميًّا	١٢٢	١٧,٣
١-٣ ساعات يوميًّا	٣٧٧	٥٣,٥
أكثر من ٣ ساعات يوميًّا	١٧٥	٢٤,٨
المجموع	٧٠٥	١٠٠%

يوضح الجدول السابق مدى تعرُّض أفراد العينة لحسابات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بتغطية أخبار جازان التي تُقدِّم جهود التوعية بفيروس كورونا

(Covid-19) وهي حسابات إخبارية بعضها حاصل على تصاريح رسمية والبعض الآخر تمثل صحف إلكترونية خاصة بمنطقة جازان، جاء في المركز الأول 1-3 ساعات يوميًا بنسبة 53,5%، وفي المرتبة الثانية أكثر من 3 ساعات يوميًا بنسبة 24,8%، وفي المرتبة الثالثة أقل من ساعة يوميًا بنسبة 17,3%، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة مرة أو مرتين في الأسبوع بنسبة 4,4%.

وتشير النتائج السابقة إلى التعرُّض الكثيف لأفراد العينة لحسابات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بجازان التي تُقدِّم جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19)؛ وهو ما يمكن تفسيره بزيادة الاعتماد على وسائل الإعلام في أزمة فيروس كورونا (Covid-19).

جدول رقم (٧) يوضح أكثر مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بجازان فعالية في التوعية بجائحة

فيروس كورونا (Covid-19) من وجهة نظر العينة

أكثر مواقع التواصل الاجتماعي فعالية	ك	%
تويتر	394	55.90%
واتس اب	147	20.90%
سناب شات	113	16%
اليوتيوب	21	3%
انستجرام	15	2.10%
الفيسبوك	15	2.10%
المجموع	705	100%

يوضح الجدول السابق أكثر مواقع التواصل الاجتماعي فعالية في التوعية بجائحة فيروس كورونا (Covid-19) من وجهة نظر العينة، وجاء في المقدمة تويتر بنسبة 55,9%، وفي المرتبة الثانية واتس اب بنسبة 20,9%، وفي المرتبة الثالثة سناب شات بنسبة 16%، وفي المرتبة الرابعة اليوتيوب 3%، وفي المرتبة الخامسة انستجرام بنسبة 2,1%، وفي المرتبة السادسة والأخيرة الفيسبوك بنفس النسبة السابقة 2,1%.

تشير النتائج السابقة إلى أنَّ أكثر من نصف العينة يعتمدون على تويتر في التوعية بجائحة فيروس كورونا، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء أنَّ تويتر هو موقع التواصل الأول في المملكة؛ وذلك وفقًا لدراسة مُعلنة على موقع وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات السعودية، أوضحت أنَّ 41% من مستخدمي الإنترنت في السعودية يستخدمون شبكة (تويتر) وهي أعلى نسبة من إجمالي المستخدمين في العالم، كما تعد المملكة الأولى عربيًا في استخدام تويتر.<sup>(٣٣)</sup>

جدول رقم (٨) يوضح أنواع حسابات مواقع التواصل الاجتماعي بجازان التي تحصل من

خلالها العينة على معلومات حول فيروس كورونا (Covid-19)

أنواع حسابات مواقع التواصل الاجتماعي بجازان	ك	%
المنصات الإخبارية خاصة بتغطية أخبار جازان على تويتر	٢١٥	30.5
حسابات سناب شات الخاصة بتغطية أخبار جازان	١٧٧	25.1
مواقع الجهات الحكومية وغير الحكومية بجازان على تويتر	١٧٣	24.5
حسابات وسائل الإعلام التقليدية على تويتر	١٤٠	19.9
المجموع	705	100%

يوضح الجدول السابق أنواع حسابات مواقع التواصل الاجتماعي بجازان التي تحصل من خلالها العينة على معلومات حول فيروس كورونا (Covid-19)، جاء في المرتبة الأولى المنصات الإخبارية الخاصة بتغطية أخبار جازان على تويتر بنسبة ٣٠,٥٪، وفي المرتبة الثانية حسابات سناب شات الخاصة بتغطية أخبار جازان بنسبة ٢٥,١٪، وفي المرتبة الثالثة مواقع الجهات الحكومية وغير الحكومية بجازان على تويتر بنسبة ٢٤,٤٪، وفي المرتبة الخامسة حسابات وسائل الإعلام التقليدية على تويتر بنسبة ١٩,٩٪.

وتشير النتائج السابقة إلى اعتماد أفراد العينة على الحسابات السابقة بنسب متقاربة مما يعنى أهميتها وتكامل أدوارها في التوعية، وإن جاء في مقدمتها المنصات الإخبارية الخاصة بجازان على تويتر؛ كونها المنفذ الإخباري الوحيد لتغطية أخبار منطقة جازان على مدار ٢٤ ساعة.

جدول رقم (٩) يوضح حسابات مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة للعينة للحصول على معلومات عن

فيروس كورونا في جازان

الحسابات الإخبارية المفضلة	ك	%
حساب الصحة بجازان على تويتر	268	٣٨
سناب جازان لايف	251	٣٥,٦
حساب صحيفة سبق على تويتر	189	٢٦,٨
منصة جازان الآن الإخبارية على تويتر	133	١٨,٩
حساب إمارة جازان على تويتر	56	٧,٩
حساب جامعة جازان على تويتر	69	٩,٨
حساب إدارة تعليم جازان	37	٥,٢
أخرى	36	٥
ن= ٧٠٥		

(سُمح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل)



يوضح الجدول السابق حسابات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بجازان المفضلة للعينة للحصول على معلومات عن فيروس كورونا (Covid-19)، جاء في المقدمة حساب الصحة بجازان على تويتر بنسبة ٣٨٪، وفي المرتبة الثانية سناب جازان لايف بنسبة ٣٥,٦٪، وفي المرتبة الثالثة حساب صحيفة سبق على تويتر بنسبة ٢٦,٨٪، وفي المرتبة الرابعة منصة جازان الآن الإخبارية على تويتر بنسبة ١٨,٩٪، وفي المرتبة الخامسة حساب إمارة جازان على تويتر بنسبة ٧,٩٪، وفي المرتبة السادسة حساب جامعة جازان على تويتر بنسبة ٩,٨٪، وفي المرتبة السادسة حساب إدارة تعليم جازان بنسبة ٥,٢٪، وفي المرتبة السابعة أخرى تُذكر بنسبة ٥٪ وشملت سناب شات (عاجل، آخر خبر، ضد) أما على تويتر (وكالة تعليق الدراسة- حساب واس - حساب وزارة الصحة- حسابات الأصدقاء والمشاهير).

تشير النتائج السابقة إلى تقدُّم حساب مديرية الشؤون الصحية بجازان على تويتر كمصدر للمعلومات والتوعية بفيروس كورونا (Covid-19)؛ ويمكن تفسير ذلك في ضوء أنَّه الحساب الصحي الحكومي الوحيد الخاص بمنطقة جازان، مما يعكس وعي العينة بأهمية الاعتماد على مصادر حكومية موثوقة ومتخصصة، كما يتضح من النتائج أنَّ تقدُّم الحسابات الإخبارية الخاصة بجازان سواءً على تويتر أو سناب على حسابات المؤسسات الحكومية؛ وقد يرجع ذلك لسرعتها واحترافيتها في التغطية على مدار ٢٤ ساعة؛ حيث تؤدي دورًا حيويًا كمصدر للمعلومات عن الفيروس وانتشاره.

جدول رقم (١٠) يوضح أكثر أشكال التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) تأثيرًا على مواقع التواصل

#### الاجتماعي من وجهة نظر العينة

أكثر أشكال التوعية تأثيرًا على مواقع التواصل الاجتماعي	ك	%
فيديو	٣٢٦	٤٦,٣
إنفوجرافيك	١٠٠	١٤,٢
صور	٨٨	١٢,٥
هاشتاج	٦٨	٩,٦
نص	٦٥	٩,٢
رسوم بيانية	٥٨	٨,٢
المجموع	٧٠٥	١٠٠٪

يوضح الجدول السابق أكثر أشكال التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) تأثيرًا على مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أفراد العينة، جاء في المرتبة الأولى الفيديو بنسبة ٤٦,٣٪، وفي المرتبة الثانية الإنفوجرافيك بنسبة ١٤,٢٪، وفي المرتبة الثالثة الصور بنسبة ١٢,٥٪، وفي المرتبة الرابعة هاشتاج بنسبة ٩,٦٪، وفي المرتبة الخامسة نص بنسبة ٩,٢٪، وفي المرتبة السادسة والأخيرة رسوم بيانية بنسبة ٨,٢٪،

تعكس النتائج السابقة تصدُّر الفيديو كأحد أهم أشكال التأثير بنسبة تُقارب النصف، وهو ما يتفق مع الكثير من الدراسات السابقة التي أكَّدت على فعالية مقاطع الفيديو وتأثيرها على الجمهور، حيث أشارت أنَّ ثلث التفاعل وسلوك المستخدم أونلاين يتلخص في مشاهدة الفيديوهات، كما تعد المملكة العربية السعودية الدولة الأولى التي تصدر أعلى معدلات مشاهدات الفيديو على الإنترنت بنسبة تصل إلى ٩٨٪ من سكان البلد على شبكة الإنترنت<sup>(٣٤)</sup>، كما جاء الإنفوجرافيك في المركز الثاني كونه أحد العناصر الجرافيكية الجاذبة والقادرة على إيصال المعلومات بطريقة شيقة وجذابة والتي انتشرت الفترة الأخيرة في الصحافة عمومًا وفي مواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص.

#### جدول رقم (١١)

يوضح المحاور الأساسية التي ركَّزت عليها جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) في جازان

المحاور الأساسية التي ركَّزت عليها جهود التوعية	ك	%
التعريف بطرق الوقاية	٢٨٩	٤٠,٩
التأكيد على ضرورة الالتزام بالحجر الصحي	٢٤٣	٣٤,٤
التعريف بأعراض المرض وكيفية التعامل في حال الإصابة	٩٤	١٣,٣
الحرص على نشر إحصائيات الإصابة والوفاة بالمملكة وأماكنها	٧٩	١١,٢
المجموع	٧٠٥	١٠٠٪

يوضح الجدول السابق المحاور الأساسية التي ركَّزت عليها جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) في جازان من وجهة نظر أفراد العينة، جاء في المقدمة طرق الوقاية بنسبة ٤٠,٦٪، وفي المرتبة الثانية ضرورة الالتزام بالحجر الصحي بنسبة ٣٤,٥٪، وفي المرتبة الثالثة أعراض المرض وكيفية التعامل في حال الإصابة بنسبة ١٣,٣٪، وفي المرتبة الرابعة إحصائيات الإصابة والوفاة بالمملكة بنسبة ١١,٢٪.

وتشير النتائج السابقة إلى أنَّ طرق الوقاية احتلت ما يُقارب من نصف جهود التوعية بمنطقة جازان من وجهة نظر أفراد العينة في حين أنَّ التعريف بأعراض المرض وكيفية التعامل في حال الإصابة جاءت في المرتبة الثالثة وبنسبة ضعيفة وهو ما يتطلب إعادة النظر في محاور حملات التوعية وإعطاء مزيد من الاهتمام للعناصر الأخرى.

جدول رقم (١٢) يوضح شرائح المجتمع الحساسة التي استهدفتها جهود التوعية بجازان

شرائح المجتمع الحساسة	ك	%
الأطفال	٧٣	١٠,٤
ذوو الاحتياجات الخاصة	٢٣	٣,٣
غير المتعلمين	٣٧	٥,٢
جميع الشرائح السابقة	٤٧٠	٦٦,٧
لم تهتم بأي منهم	١٠٢	١٤,٥
المجموع	٧٠٥	١٠٠%

يوضح الجدول السابق شرائح المجتمع الحساسة التي استهدفتها جهود التوعية بجازان، جاء في المقدمة جميع الشرائح بنسبة ٦٦,٧٪، وفي المرتبة الثانية لم تهتم بأي منهم بنسبة ١٤,٥٪، وفي المرتبة الثالثة الأطفال بنسبة ١٠,٤٪، وفي المرتبة الرابعة غير المتعلمين بنسبة ٥,٢٪، وفي المرتبة الخامسة والأخيرة ذوو الاحتياجات الخاصة بنسبة ٣,٣٪.

وتشير النتائج السابقة إلى أن ما يزيد على نصف العينة يرون أن جهود التوعية بجازان استهدفت كافة الفئات الحساسة في المجتمع ولم تتجاهل أيًا منهم؛ وقد يرجع ذلك لتنوع القائمين على جهود التوعية وتنوع رؤيتهم واهتماماتهم ب شرائح المجتمع المختلفة ما بين مؤسسات صحية وتعليمية وأمنية وجمعيات خيرية وتطوعية.

جدول رقم (١٣) يوضح أهم المؤسسات التي شاركت في التوعية من وجهة نظر الجمهور بجازان

أهم المؤسسات التي شاركت في التوعية	ك	%
صحة جازان	569	80.7
جامعة جازان	189	26.8
إمارة منطقة جازان	181	25.6
الجمعيات الخيرية والتطوعية	167	23.6
أمانة منطقة جازان	157	22.2
إدارة التعليم بجازان	115	16.3
المولات والأسواق التجارية	115	16.3
فرع وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد بجازان	89	12.6
الغرفة التجارية بجازان	79	11.2
ن=٧٠٥		

(سمح للمبحوثين اختيار أكثر من بديل)

يوضح الجدول السابق أهم المؤسسات التي شاركت في التوعية من وجهة نظر الجمهور بجازان، جاء في المركز الأول صحة جازان بنسبة ٨٠,٧٪، وفي المرتبة الثانية جامعة جازان بنسبة ٢٦,٨٪، وفي المرتبة الثالثة إمارة منطقة جازان بنسبة 25.6٪، وفي المرتبة الرابعة الجمعيات الخيرية والتطوعية بنسبة 23.6٪، وفي المرتبة الخامسة أمانة منطقة جازان بنسبة 22.2٪، وفي المرتبة السادسة إدارة تعليم جازان بنسبة ١٦,٣٪، وفي المرتبة السابعة وبنفس النسبة المولات والأسواق التجارية بنسبة ١٦,٣٪، وفي المرتبة الثامنة فرع وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد بجازان بنسبة ١٢,٦٪، وفي المرتبة التاسعة والأخيرة الغرفة التجارية بجازان بنسبة ١١,٢٪.

وتعكس النتائج السابقة تصدُّر صحة جازان كأهم مؤسسة حكومية شاركت في التوعية وهو ما يتسق مع طبيعة عملها ومسؤوليتها ودورها حيث قدمت بالفعل جهوداً توعية مكثفة سواء عبر صفحتها على موقع التواصل الاجتماعي تويتر، أو من خلال تدريب العاملين في المؤسسات الحكومية المختلفة، وتقديم دورات توعية في الأسواق أو من خلال تقديم الدعم لجهود التوعية التي قدمتها مؤسسات أخرى.

جدول رقم (١٤) يوضح مدى نجاح جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) بجازان في تحقيق

#### أهدافها من وجهة نظر أفراد العينة

مدي نجاح جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) بجازان	ك	%
ناجحة جداً	232	٣٢,٩
ناجحة	419	٥٩,٤
غير مؤثرة	54	٧,٧
المجموع	705	١٠٠٪

يوضح الجدول السابق مدى نجاح جهود التوعية بجازان في تحقيق أهدافها من وجهة نظر أفراد العينة وجاء في المقدمة ناجحة بنسبة ٥٩,٤٪، وفي المرتبة الثانية ناجحة جداً بنسبة ٣٢,٩٪، وفي المرتبة الثالثة غير مؤثرة بنسبة ٧,٧٪، وتشير النتائج السابقة إلى أن أكثر من نصف العينة يرون أن جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) بجازان ناجحة.

جدول رقم (١٥)

يوضح إذا ما ساعدت جهود التوعية بجائحة فيروس كورونا في جازان في وقاية أفراد العينة من العدوى

إذا ما ساعدت جهود التوعية بجائحة فيروس كورونا في جازان في وقاية أفراد العينة من العدوى	ك	%
نعم	598	٨٤,٩
لا	107	١٥,١
المجموع	705	%١٠٠

يوضح الجدول السابق إذا ما ساعدت جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) في جازان في وقاية أفراد العينة من العدوى من وجهة نظرهم وجاءت (نعم) في المرتبة الأولى بنسبة ٨٤,٩% وبفارق كبير عن (لا) التي جاءت في المرتبة الثانية بنسبة ١٥,١%، وتشير النتائج السابقة إلى أن غالبية أفراد العينة يرون أن جهود التوعية قد أسهمت في إرشادهم بنجاح للوقاية من الإصابة بفيروس كورونا (Covid-19) واتباع وتبني طرق الوقاية السليمة.

جدول رقم (١٦) يوضح اتجاهات أفراد العينة نحو مجموعة من العبارات تمثل تأثير جهود التوعية بفيروس

كورونا (Covid-19) في جازان

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق	محايد	موافق	العبارات
١	٠,٤٨	٢,٧٨	٢٢	١١١	٥٧٢	وُفِّرت لى علقًا بطرق الوقاية وخطورة الفيروس
٣	٠,٥٦	٢,٧	٣٨	١٣٦	٥٢١	نشرت جهود التوعية بجازان الإحصائيات وانفوجرافيك الخاصة بعدد الوفيات والمصابين يوميًا
٤	٠,٥٤	٢,٧	٣١	١٤٦	٥٢٨	أتاحت شرحًا مبسطًا وشفافًا للقرارات المختلفة المرتبطة بالأزمة
٦	٠,٥٨	٢,٦٩	٤٧	١٢٥	٥٢٣	قدمت تصحيحًا للشائعات بشكل دائم
٨	٠,٦١	٢,٦٢	٥٠	١٦٨	٤٨٧	متابعة المعلومات ومبادرات التوعية جعلتني أشعر بالاطمئنان
٢	٠,٥	٢,٧٥	٢٥	١٢٤	٥٥٦	التوعية حرصت على عدم التهوين أو التهويل في عرض الأزمة وأبعدت عن مشاعر الذعر
٥	٠,٥٧	٢,٧	٤٣	١٢٦	٥٢٦	لا أشعر بالقلق لأنَّ الالتزام بالإجراءات الوقائية تُجنيبني الإصابة
٧	٠,٤٥	٢,٦٣	١٨	٩٠	٥٥٢	بعد التعرض للتوعية أصبحت التزم بارتداء الكمامة وغسل اليدين
٩	٠,٦٨	٢,٥٥	٧٦	١٦٧	٤٦٢	بعد التعرض للتوعية ألتزم بالتباعد الاجتماعي
١٠	٠,٦٥	٢,٤٦	٦١	١٦٧	٤٤٧	بعد التعرض للتوعية لا أخرج إلا للضرورة
2.66						المتوسط العام للاتجاه ككل

يوضح الجدول السابق اتجاهات أفراد العينة نحو تأثير جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) في جازان على الجمهور والتي تمثلت في ثلاث تأثيرات:

جاءت التأثيرات المعرفية: الأعلى ومثَّلتها الأربع عبارات الأولى التالية بمتوسط حسابي مرتفع ( وقَّرت لي علماً بطرق الوقاية وخطورة الفيروس جاءت بمتوسط حسابي ٢,٧٨، قدمت جهود التوعية بجازان الإحصائيات وإنفوجرافيك الخاصة بعدد الوفيات والمصابين يومياً جاءت بمتوسط حسابي ٢,٧٠، أتاحت شرحاً مبسطاً وشفافاً للقرارات المختلفة المرتبطة بالأزمة بمتوسط حسابي ٢,٧٠، تصحيح الشائعات بشكلٍ دائمٍ بمتوسط حسابي ٢,٦٩).

التأثيرات الوجدانية: ومثَّلتها العبارات من الخامسة إلى السابعة بمتوسطات حسابية متوسطة (متابعة المعلومات ومبادرات التوعية جعلتني أشعر بالاطمئنان جاءت بمتوسط حسابي ٢,٦٣، التوعية حرصت على عدم التهوين أو التهويل في عرض الأزمة، وأبعدت عني مشاعر الذعر بمتوسط حسابي ٢,٧٥، لا أشعر بالقلق لأن الالتزام بالإجراءات الوقائية تُجنِّبني الإصابة بمتوسط حسابي ٢,٧٠).

جاءت التأثيرات السلوكية: في المرتبة الثالثة والأخيرة ومثَّلتها العبارات من الثامنة إلى العاشرة بمتوسط حسابي أقل (بعد التعرض للتوعية أصبحت التزم بارتداء الكمامة وغسل اليدين بمتوسط حسابي ٢,٦٢، بعد التعرض للتوعية التزم بالتباعد الاجتماعي بمتوسط حسابي ٢,٥٥، بعد التعرض للتوعية لا أخرج إلا للضرورة بمتوسط حسابي ٢,٤٦).

وتشير النتائج السابقة إلى أنَّ اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) كانت الأعلى في التأثيرات المعرفية والأقل في التأثيرات السلوكية؛ وهو ما يمكن تفسيره في ضوء أنَّ المعلومات والتوعية وصلت للجميع بنجاح إلا أنَّ الالتزام بالسلوكيات الوقائية هو المرحلة الأصعب وإن كان أعلاها الالتزام بارتداء الكمامة وأقلها عدم الخروج إلا للضرورة، لأنَّ بمرور الوقت بدأ الكثيرون الشعور بالملل من الالتزام بالسلوكيات الوقائية خاصة مع طول فترة الحظر.

جدول رقم (١٧) يوضح مدى استمرارية حملات التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) بجازان

مدى استمرارية حملات التوعية	ك	%
استمرت بنفس الكثافة والقوة	٢٦٩	٢٨,٢
انحصرت مؤخرًا في التأكيد على أهمية الحجر الصحي	٢٢٥	٣١,٩
بدأت مكثفة ثم قلَّت تدريجيًا	٢١١	٢٩,٩
المجموع	705	%١٠٠

يوضح الجدول السابق مدى استمرارية حملات التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) بجازان من وجهة نظر أفراد العينة، وجاء في المرتبة الأولى استمرت بنفس الكثافة والقوة بنسبة ٢٨,٢٪، انحصرت مؤخرًا في التأكيد على أهمية الحجر الصحي بنسبة ٣١,٩٪، وفي المرتبة الثالثة بدأت مكثفة ثم قلَّت تدريجيًا بنسبة ٢٩,٩٪ وتشير النتائج السابقة إلى أنَّ النسبة الأكبر من أفراد العينة يرون أنَّ جهود التوعية مستمرة ولم تتوقف خاصة وأنَّ الفيروس مازال في مرحلة الانتشار.

جدول رقم (١٨) يوضح نوع الآثار التي كانت محل اهتمام جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19)

19) في جازان

نوع الآثار	ك	%
الآثار الاجتماعية	٤٠٢	٥٧
الآثار النفسية	١٩٦	٢٧,٨
الآثار الاقتصادية	١٠٧	١٥,٢
المجموع	705	%١٠٠

يوضح الجدول السابق نوع الآثار المترتبة على جائحة فيروس كورونا (Covid-19)، التي كانت محل اهتمام جهود التوعية في جازان، جاء في المقدمة الآثار الاجتماعية بنسبة ٥٧٪، وفي المرتبة الثانية الآثار النفسية بنسبة ٢٧,٨٪، وفي المرتبة الثالثة الآثار الاقتصادية بنسبة ١٥,٢٪.

وتشير النتائج السابقة إلى تصدُّر الآثار الاجتماعية اهتمام جهود التوعية، وقد يرجع ذلك للأوضاع الاجتماعية الخائفة والمضطربة التي تسبَّب فيها العزل الاجتماعي وعدم الاختلاط للتقليل من نسبة العدوى كذلك عدم الخروج من المنزل إلا للضرورة .

جدول رقم (١٩) يوضح إيجابيات جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد بجازان من

وجهة نظر العينة

إيجابيات جهود التوعية	ك	%
التركيز على نشر طرق الوقاية وتحديد المستشفيات المجهزة للعلاج	٣٢٥	٤٦,١
الحرص على نشر معلومات عن أماكن انتشار الفيروس داخل جازان وعدد الحالات	١٥٦	٢٢,١
توفير أرقام هاتف وواتس اب للتواصل مع الأطباء للرعاية الصحية والنفسية	١٢٧	١٨
الرد الفوري على الشائعات حول فيروس كورونا (Covid-19) المستجد	٥٦	٨
توضيح الآثار النفسية والاقتصادية لتفشي الفيروس وطرق التعامل معها	٤١	٥,٨
المجموع	705	١٠٠%

يوضح الجدول السابق إيجابيات جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد بجازان من وجهة نظر العينة، وجاء في المرتبة الأولى التركيز على نشر طرق الوقاية وتحديد المستشفيات المجهزة للعلاج بنسبة ٤٦,١٪، وفي المرتبة الثانية الحرص على نشر معلومات عن أماكن انتشار الفيروس داخل جازان وعدد الحالات بنسبة ٢٢,١٪، وفي المرتبة الثالثة توفير أرقام هاتف وواتس اب للتواصل مع الأطباء للرعاية الصحية والنفسية بنسبة ١٨٪، وفي المرتبة الرابعة الرد الفوري على الشائعات حول فيروس كورونا (Covid-19) المستجد بنسبة ٨٪، وفي المرتبة الخامسة توضيح الآثار النفسية والاقتصادية لتفشي الفيروس وطرق التعامل معها بنسبة ٥,٨٪.

وتعكس النتائج السابقة أنَّ التركيز على نشر طرق الوقاية وتحديد المستشفيات المجهزة للعلاج جاء في المقدمة وبنسبة تُقارب النصف في حين أنَّ عناصر لا تقل أهمية (توفير أرقام هاتف وواتس اب للتواصل مع الأطباء للرعاية الصحية والنفسية والرد الفوري على الشائعات) جاءت بنسب ضعيفة جدًا؛ مما يعني ضرورة إعادة النظر في استراتيجيات واهتمامات جهود التوعية بجازان لتصبح أكثر فعالية ولا تغفل عن أهداف هامة.



جدول رقم (٢٠) يوضح سلبيات جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد بجازان من

وجهة نظر العينة

سلبيات جهود التوعية	ك	%
بعض الجهود كانت مجرد تكرار لنفس المعلومات	٢٤٧	٣٥
لم تكن هناك جهة تجيب على استفسارات المواطنين فيما يتعلق بفيروس كورونا (Covid-19)	١٤٢	٢٠,١
لم يكن هناك رد فوري على الشائعات المتعلقة بفيروس كورونا في جازان	١٥٠	21.5
كانت جهودًا متفرقة وغير منظمة	٨٣	11.7
لم توضح دورَ المواطن في مواجهة الوباء	٨١	11.4
المجموع	705	١٠٠%

يوضح الجدول السابق سلبيات جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد بجازان من وجهة نظر العينة جاء في المرتبة الأولى بعض الجهود كانت مجرد تكرار لنفس المعلومات بنسبة ٣٥٪، وفي المرتبة الثانية لم تكن هناك جهة تجيب على استفسارات المواطنين فيما يتعلق بفيروس كورونا (Covid-19) بنسبة ٢١,٣٪، وفي المرتبة الثالثة

لم يكن هناك رد فوري على الشائعات المتعلقة بفيروس كورونا (Covid-19) في جازان بنسبة ٢٠,٤٪، وفي المرتبة الرابعة كانت جهودًا متفرقة وغير منظمة بنسبة ١١,٨٪، وفي المرتبة الخامسة لم توضح دورَ المواطن في مواجهة الوباء بنسبة ١١,٥٪.

وتشير النتائج السابقة إلى أن أهم السلبيات تمثلت في: تكرار نفس المعلومات مما يتطلب ضرورة التنسيق بين مبادرات وحملات التوعية المختلفة التي تُطلقها المؤسسات الحكومية وغير الحكومية بجازان حرصًا على عدم إهدار الجهود، كما تعكس النتائج عدم وجود جهة تُجيب على استفسارات المواطنين حول فيروس كورونا (Covid-19)؛ ويرجع ذلك إلى أن الهدف الرئيس لجهود التوعية انصبَّ على نشر المعلومات (الاتصال في اتجاه واحد) دون إعطاء فرصة لتلقي رسائل واستفسارات المواطنين والإجابة عليها (الاتصال في اتجاهين) وهو ما يُعدُّ إهدارًا لأهم مميزات مواقع التواصل الاجتماعي التي تتيح التفاعلية بين المرسل والمتلقي خاصة في ظل جائحة صحية أثارت الكثير من الخوف والقلق بين الأفراد.

جدول رقم (٢١) يوضح مقترحات العينة لتطوير جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد

## بجازان

مقترحات العينة لتطوير جهود التوعية	ك	%
تخصيص حساب رسمي على تويتر لنشر كل ما يتعلق بتطورات فيروس كورونا (Covid-19) بجازان واستقبال استفسارات المواطنين	٢٣٩	٣٣,٩
الاعتماد على أطباء ومتخصصين لنشر معلومات دقيقة عن الفيروس والعلاج	١٣٣	١٨,٩
أن يكون لصحة جازان دوراً أكثر فعالية في التوعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	١٣٢	١٨,٧
التركيز على خطورة عدم اتباع تعليمات التباعد الاجتماعي وإجراءات الوقاية	١٠٣	١٤,٦
تخصيص جهة بجازان لتصحيح الشائعات المتعلقة بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد وطرق الوقاية والعلاج منه	٩٨	١٣,٩
المجموع	705	١٠٠%

يوضح الجدول السابق مقترحات العينة لتطوير جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد بجازان جاء في المقدمة تخصيص حساب رسمي على تويتر لنشر كل ما يتعلق بتطورات فيروس كورونا (Covid-19) بجازان واستقبال استفسارات المواطنين بنسبة ٣٣,٩٪، وفي المرتبة الثانية الاعتماد على أطباء ومتخصصين لنشر معلومات دقيقة عن الفيروس والعلاج بنسبة ١٨,٩٪، وفي المرتبة الثالثة أن يكون لصحة جازان دوراً أكثر فعالية في التوعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ١٨,٧٪، وفي المرتبة الرابعة التركيز على خطورة عدم اتباع تعليمات التباعد الاجتماعي وإجراءات الوقاية بنسبة ١٤,٦٪، وفي المرتبة الخامسة تخصيص جهة بجازان لتصحيح الشائعات المتعلقة بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد وطرق الوقاية والعلاج منه بنسبة ١٣,٩٪.

## تحليل فرض الدراسة:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تعرض الجمهور لجهود التوعية بمنطقة جازان ووعيه بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد.

للتحقق من هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين التعرض لجهود التوعية ومستوى الوعي بفيروس كورونا (Covid-19)، وأثبتت النتائج صحة الفرض حيث توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تعرض العينة لجهود التوعية بمنطقة جازان ووعيهم بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد فكانت قيمة ارتباط بيرسون ٢٨١,٠ وهي قيمة ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة (٠,٠١).

## النتائج العامة للدراسة:

سعت الدراسة إلى رصد وتحليل اتجاهات الجمهور نحو جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) في منطقة جازان وكشفت أهم النتائج:

- أن أغلب أفراد العينة لديهم وعي بفيروس كورونا (Covid-19) وطرق الوقاية منه والتعامل معه، وهو ما يتفق مع نتائج عدد من الدراسات السابقة (Hussain, 2020), (Modi, 2020), (T., 2020), (Reddy, 2020).
- جاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة الوسائل الإعلامية والاتصالية التي يحصل من خلالها أفراد العينة على معلومات حول فيروس كورونا (Covid-19) وهو ما يتفق مع دراسة Abdelhafiz (2020)، كما ساعدت في زيادة الوعي لدى العينة وهو ما يتفق مع دراسة (La, V.-P.; 2020)، ودراسة (علة، ٢٠٢٠)، وفي المقابل لم تحظ الوسائل الأخرى سواء الإعلام التقليدي أو التي اعتمدت عليها جهود التوعية بجازان (حملات التوعية في المولات والأسواق، التطبيقات الإلكترونية مثل Zoom) بنسب كبيرة.
- جهود التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) في جازان كانت ناجحة وساعدت أفراد العينة في الوقاية من العدوى من وجهة نظرهم وهو ما يتفق مع دراسات (Chen Q, 2020), (Zhong, B. L, 2020), (Qazi, A., 2020)
- جاء حساب صحة جازان على تويتر (الحساب الرسمي للمديرية العامة للشئون الصحية بمنطقة جازان) في مقدمة حسابات مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بجازان المفضلة للعينة للحصول على معلومات عن فيروس كورونا (Covid-19)، وقد يُفسر ذلك برغبة العينة في الرجوع لمصدر رسمي ومن جهة أخرى وبمراجعة حساب صحة جازان على تويتر<sup>(٣٥)</sup> نجد أنه تميّز بالنشر اليومي والمستمر وتنوعت رسائله للتوعية والإرشاد ما بين رسائل نصية وصور ومقاطع فيديو وإنفوجرايك.
- جاء في مقدمة مقترحات العينة تخصيص حساب رسمي على تويتر لنشر كل ما يتعلق بتطورات فيروس كورونا (Covid-19) في جازان واستقبال استفسارات المواطنين، وهو ما يعكس حاجة العينة لتفادي التشتت عبر مصادر المعلومات الرسمية وغير الرسمية، وأهمية الاعتماد على مصدر رسمي مُوحَّد يُشبع حاجتهم للمعلومات السليمة الموثوقة بعيداً عن الشائعات خاصة في ظل أزمة تفشى الوباء، مع ضرورة استقبال الرد على استفسارات الجمهور تحقيقاً

للتفاعلية التي تتيحها شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي؛ أي الاعتماد على الاتصال في اتجاهين وعدم الاكتفاء بنشر رسائل التوعية دون الإجابة على تساؤلات ومخاوف الجمهور.

### التوصيات:

١. إجراء أبحاث تحليلية عن حملات ومبادرات التوعية بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد والاستراتيجيات الإعلامية للتصدي له.
٢. تطوير حساب مديرية الشؤون الصحية بجازان علي تويتر، خاصة وأنه المصدر الأول والأهم لجمهور المنطقة لكل ما يتعلق بفيروس كورونا (Covid-19) المستجد؛ بحيث يعتمد على أنموذج اتصال في اتجاهين وليس اتجاه واحد؛ أي لا يكتفي بنشر المعلومات وإنما يتفاعل ويجب على استفسارات الجمهور ورسائلهم.
٣. تطوير الحسابات الإخبارية التي تغطي أخبار منطقة جازان على مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة وأنها تؤدي دورًا استراتيجيًا كمصدر للمعلومات لجمهور المنطقة؛ بحيث تصبح أكثر احترافية والتزام بالقواعد المهنية للعمل الصحفي، وذلك بالاعتماد على متخصصين وخبراء في مجال الصحافة الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي .

## المراجع

١. أمل عبد الله الهادي، الوعي المجتمعي ومواجهة خطر وباء فيروس كورونا المستجد، موقع العين الإخبارية، ٢٠٢٠/٣/٢٩  
<https://al-ain.com/article/community-awareness-and-facing-new-corona>
٢. موقع وزارة الصحة السعودية.  
<https://www.moh.gov.sa/Ministry/MediaCenter/News/Pages/News-2020-03-19-001.aspx>
3. Qazi, A., Qazi, J., Naseer, K., Zeeshan, M., Hardaker, G., Maitama, J. Z., & Haruna, K, Analyzing Situational Awareness through Public Opinion to Predict Adoption of Social Distancing Amid Pandemic COVID-19, *Journal of Medical Virology* 1-7, 2020.
4. Chen Q, Min C, Zhang W, Wang G, Ma X, Evans R. Unpacking the black box: How to promote citizen engagement through government social media during the COVID-19 crisis, *Comput Human Behav* [published online ahead of print, 2020 Apr 12]. 2020;110:106380. doi: 10.1016/j.chb.2020.106380
5. Zhong, B. L., Luo, W., Li, H. M., Zhang, Q. Q., Liu, X. G., Li, W. T., & Li, Y, Knowledge, attitudes, and practices towards COVID-19 among Chinese residents during the rapid rise period of the COVID-19 outbreak: a quick online cross-sectional survey. *International journal of biological sciences*, vol 16(10), 2020, 1745-1752.
٦. وليد محمد عبد الحليم، تأثير وسائل الإعلام علي التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا (Covid-19) ، مجلة الدراسات الإعلامية -المركز الديمقراطي العربي- برلين- ألمانيا- العدد الحادي عشر، مايو ٢٠٢٠.
7. Hussain, T., Khan, S., Gilani, U. S., & Raza, S. M. M., Evaluation of General Awareness Among Professionals Regarding COVID-19: A Survey Based Study from Pakistan, *researchsquare*, version 1, 2020.  
<https://www.researchsquare.com/article/rs-22290/v1>
8. La, V.-P.; Pham, T.-H.; Ho, M.-T.; Nguyen, M.-H.; P. Nguyen, K.-L.; Vuong, T.-T.; Nguyen, H.-K.T.; Tran, T.; Khuc, Q.; Ho, M.-T.; Vuong, Q.-H. Policy Response, Social Media and Science Journalism for the Sustainability of the Public Health System Amid the COVID-19 Outbreak: The Vietnam Lessons. *Sustainability* 2020, 12, 2931.
٩. عيشة علة، دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي ومكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا (Covid-19)، مجلة الدراسات الإعلامية -المركز الديمقراطي العربي- برلين- ألمانيا- العدد الحادي عشر، مايو ٢٠٢٠.
10. L. Li *et al.*, (2020) "Characterizing the Propagation of Situational Information in Social Media During COVID-19 Epidemic: A Case Study on Weibo," in *IEEE*

*Transactions on Computational Social Systems*, vol. 7, no. 2, April 2020, pp. 556-562.

doi: 10.1109/TCSS.2020.2980007

11. Lotus Ruan, Jeffrey Knockel, and Masashi Crete-Nishihata, Censored Contagion How Information on the Coronavirus is Managed on Chinese Social Media.  
<https://citizenlab.ca/2020/03/censored-contagion-how-information-on-the-coronavirus-is-managed-on-chinese-social-media/>
12. Ahmad, A. R., & Murad, H. R, The Impact of Social Media on Panic During the COVID-19 Pandemic in Iraqi Kurdistan: Online Questionnaire Study. *Journal of Medical Internet Research*, 22(5), 2020.
13. Depoux, A., Martin, S., Karafillakis, E., Preet, R., Wilder-Smith, A., & Larson, H., The pandemic of social media panic travels faster than the COVID-19 outbreak. *Journal of Travel Medicine*, Volume 27, Issue 3, April 2020, taaa031,
14. Modi P D, Nair G, Uppe A, et al., COVID-19 Awareness Among Healthcare Students and Professionals in Mumbai Metropolitan Region, *Cureus* 12(4), 2020, e7514. doi:10.7759/cureus.7514  
<https://www.jhah.com/ar/news-events/news/novel-coronavirus>
15. 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*, Volume 51, June 2020, 102083
16. Wolf, M. S., Serper, M., Opsasnick, L., O'Connor, R. M., Curtis, L. M., Benavente, J. Y & Russell, A., Awareness, attitudes, and actions related to COVID-19 among adults with chronic conditions at the onset of the US outbreak: a cross-sectional survey. *Annals of Internal Medicine*. 2020 Jul 21;173(2):100-109.  
doi: 10.7326/M20-1239. Epub 2020 Apr 9.
17. Hussain, A., Garima, T., Singh, B. M., Ram, R., & Tripti, R. P., Knowledge, attitudes, and practices towards COVID-19 among Nepalese Residents: A quick online cross-sectional survey. *Asian Journal of Medical Sciences*, 11(3), 2020, pp 6-21.
18. Geldsetzer, P., Knowledge and perceptions of COVID-19 among the general public in the United States and the United Kingdom: A cross-sectional online survey. *Annals of internal medicine*, July 2020.  
<https://doi.org/10.7326/M20-0912>

19. Abdelhafiz, A. S., Mohammed, Z., Ibrahim, M. E., Ziady, H. H., Alorabi, M., Ayyad, M., & Sultan, E. A., Knowledge, Perceptions, and Attitude of Egyptians Towards the Novel Coronavirus Disease (Covid-19) . Journal of Community Health,2020, pp 1-10.
20. Reddy, S. P., Sewpaul, R., Mabaso, M., Parker, S., Naidoo, I., Jooste, S & Zuma, K, South Africans' Understanding of and Response to the COVID-19 Outbreak: An Online Survey, Human Sciences Research Council of South Africa (HSRC),2020.  
Available at : SSRN <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3576939>
21. Hou, Zhiyuan and Du, Fanxing and Jiang, Hao and Zhou, Xinyu and Lin, Leesa, Assessment of Public Attention, Risk Perception, Emotional and Behavioural Responses to the COVID-19 Outbreak: Social Media Surveillance in China, The preprint server for health sciences, 2020.  
Available at SSRN: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3551338>
٢٢. محمود إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير (الطبعة الأولى)، (القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع،٢٠٠٣)، ص ٢٧٩.
23. Stanely J. Baran, Dennis K. Devis, Mass Communication Theory: foundations, ferment and future, 3ed (USA: Wadsowrth),2020, pp.٢٢٠ – ٢٢٢.  
٢٤. مرفت الطرابيشي، عبدالعزيز السيد، نظريات الاتصال، القاهرة، دار النهضة العربية، ٢٠٠٦م.  
٢٥. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط٢، (القاهرة: عالم الكتب،٢٠١٠)، ص٣٠٧.  
٢٦. موقع المركز الوطني للوقاية من الأمراض ومكافحتها، الدليل الإرشادي لفيروس كورونا (الحجر الصحي - العزل الطبي).  
<https://Covid-19.cdc.gov.sa/ar/professionals-health-workers-ar/guideline-for-quarantine-and-isolation-ar/>
٢٧. أكثر من مليون مستفيد من برامج التوعية الصحية عن فيروس كورونا في جازان، موقع وكالة الأنباء السعودية واس، ٨/٥/٢٠٢٠.  
<https://www.spa.gov.sa/viewfullstory.php?lang=ar&newsid=2084053>
٢٨. "الوقاية أمن وأمان" مبادرة فرع الوزارة بجازان عن فيروس كورونا، موقع وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد، ١٩/٣/٢٠٢٠.  
[https://moia.gov.sa/MediaCenter/News/Pages/24071441\\_1.aspx](https://moia.gov.sa/MediaCenter/News/Pages/24071441_1.aspx)
٢٩. ٥٤ مبادرة وطنية بغرفة جازان، موقع صحيفة الوطن، ٤/٤/٢٠٢٠.  
<https://www.alwatan.com.sa/article/1041929/:D9:83:D9:88:D8:B1:D9:88:D9:86:D8:A7/54-:D9:85:D8:A8:D8:A7:D8:AF:D8:B1:D8:A9->
٣٠. ١٠٠ متطوع ومتطوعة يشاركون في توعية المتسوقين في جازان، موقع وكالة الأنباء السعودية واس، ٧/٥/٢٠٢٠.  
<https://www.spa.gov.sa/2083724>

٣١. موقع صحيفة صدى المواطن.

<https://sadaalmowaten.com.sa/291944>

٣٢. تقرير مسح الخصائص السكانية، الهيئة العامة للإحصاء السعودية، ٢٠١٧.

[https://www.stats.gov.sa/sites/default/files/population\\_characteristics\\_surveysar.pdf](https://www.stats.gov.sa/sites/default/files/population_characteristics_surveysar.pdf)

٣٣. موقع وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات السعودية.

<https://www.mcit.gov.sa/ar/media-center/news/94725>

٣٤. تقرير عن إحصائيات التسويق عبر الفيديو لعام ٢٠١٨.

<https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/03/08/video-marketing-statistics>

٣٥. الحساب الرسمي للمديرية العامة للشئون الصحية بمنطقة جازان

[https://twitter.com/jazan\\_health](https://twitter.com/jazan_health)

(\*) أسماء السادة المحكمين:

١. أ. د شريف درويش اللبان (أستاذ الصحافة وتكنولوجيا الاتصال بكلية الإعلام جامعة القاهرة)

٢. أ. د محرز حسين غالى (أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة)



# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

**Chairman: Prof. Mohamed Elmahrasawy**, President of Al-Azhar University

---

**Editor-in-chief: Prof. Ghanem Alsaad**

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

**Deputy Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin**

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Assistants Editor in Chief:

**Prof. Arafa Amer**

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Prof. Fahd Al-Askar**

- Vice-President of Imam Muhammad bin Saud University for Graduate Studies and Scientific Research (Kingdom of Saudi Arabia)

**Prof. Abdullah Al-Kindi**

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

**Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada**

- Dean of the Faculty of Mass Communication, Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

**Managing Editor: Dr. Mohamed Fouad El Dahrawy**

Lecturer at Public Relations and Advertising Department, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editorial Secretaries:

**Dr. Ibrahim Bassyouni:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mustafa Abdel-Hay:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Ramy Gamal:** Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Language checker: Omar Ghonem: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Designed by : Mohammed Kamel - Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

## Correspondences

● Issue 54 July 2020 - part 4

● Deposit - registration number at Dareknotob almasrya /6555

---

● International Standard Book Number "Paper Edition" 2682- 292X

---

● International Standard Book Number «Electronic Edition» 9297- 1110

## Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.