

المخلص

تعد عبارات البحث الشائعة واحدة من أهم المؤشرات على أهمية الموضوعات، ومستوى جذبها لإهتمامات المستخدمين على مستوى العالم؛ خاصةً بعد أن نال فيروس كورونا الجديد (COVID-19) تغطية كبيرة في وسائل الإعلام العامة والأخبار العالمية، وتهدف الدراسة إلى التعرف على طبيعة الإستفسارات حول هذا الفيروس التي يتناولها مستخدمي الإنترنت؛ بالإضافة إلى رسم خرائط بالكلمات المفتاحية لمصطلحات البحث الشائعة حول فيروس كورونا باللغة العربية خلال الفترة الزمنية (٣١ ديسمبر ٢٠١٩ / ٣١ ديسمبر ٢٠٢٠) باستخدام مؤشرات Google Trends.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها: أن عبارة البحث (كورونا) هي الأكثر شيوعاً في البحث عن المعلومات حول هذا المرض بالنسبة للمستخدم المصري، وأن هناك ترابط قوي بين عبارة (فيروس) و(كورونا) خلال المدة الزمنية المحددة لأنها البداية الحقيقية لظهور فيروس كورونا في معظم دول العالم؛ كما تتميز مؤشرات Google Trends باحتوائها على معلومات حول نسبة كبيرة من مستخدمي الإنترنت لتحليل اتجاهات استخداماتهم والوصول الى نتائج عمليات البحث الخاصة بعبارة البحث المختارة ، كما أنها تعد مصدراً معلوماتياً يمكن الوثوق به، ومحاولة استثمارها في تحسين الوصول الى المعلومات المناسبة.

الكلمات المفتاحية

- الأمراض الوبائية؛ فيروس كورونا؛ جوجل تريند.

تمهيد

يشهد العالم أزمة انتشار فيروس كورونا (كوفيد-١٩) منذ ٣١ ديسمبر عام ٢٠١٩، وهو التاريخ الذي تم فيه الإعلان الرسمي عن وجود مؤشرات لإصابات مرضية بهذا الفيروس في مقاطعة ووهان الصينية^١، وعلى الرغم من خطورة هذا المرض إلا أن الدول لم تعر لها اهتماماً بسبب تصريح منظمة الصحة العالمية بأنه لا يُصنف كوباء^٢، ويمكن للصين والدول الأخرى أن تسيطر عليه؛ لذا لم يكن المواطن المصري يُتابع جيداً ما يحدث في البلاد، حتى تم الإعلان عن أول حالة بمصر في ٥ مارس عام ٢٠٢٠^٣، واضطرب الوضع، وبدأت وزارة الصحة المصرية في السعي لعدد من الإجراءات باهتمام كامل من مجلس الوزراء مع قرار إنشاء مستشفى للحجر الصحي في مرسى مطروح، وأصبح من المهم للمواطن المصري متابعة المعلومات الخاصة بانتشار الوباء من أرقام واحصائيات ومعدلات الإصابة في مصر والدول الأخرى من خلال الرابط الخاص بفيروس كورونا الذي اطلقتها الحكومة المصرية ممثلة في وزارة الصحة^٤، وطرق انتشار المرض، وكيفية الوقاية منه على محركات البحث المختلفة، وأن شبكة الإنترنت ومحركاتها البحثية تحولت من أدوات بحث تقليدية إلى مرجع تقني يمكن من خلاله الوصول إلى المعلومات في كل وقت للحصول على جواب لأي استفسار.

١ الإطار المنهجي

١/١ ظاهرة الدراسة

تتمثل ظاهرة الدراسة فيما لاحظته الباحثة من لجوء عدد هائل من مستخدمي الإنترنت إلى محركات البحث لتقصي الحقائق حول فيروس كورونا، والوقوف على كل ما له علاقة به؛ للتعرف على هذا المرض، وأعراضه، وكيف ينتشر، وطرق الوقاية منه.

وانطلاقاً من ضرورة مواكبة البحث العلمي للمشكلات، والأزمات المعاصرة يمكن القول بأن أنشطة التفاعل اليومي للأفراد المعبره عنها بالإستفسارات البحثية التي تتم تحت رقابة محركاتها البحثية؛ يمكن التعرف من خلالها على عبارات البحث الراجعة أو عبارات البحث الأكثر شيوعاً، والتي يُعبر عنها بلغة الإنترنت (Trending) التي تكتسب أهمية خاصة؛ لأنها ببساطة تعد مرآة تعكس طبيعة اهتمام البشر واتجاهاتهم.

٢/١ أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة في معرفة حجم الإهتمام المصري بهذا الفيروس، وكذلك العبارات التي يوظفها المستخدم المصري لمحركات البحث في مرحلة جمع المعلومات عن هذا المرض الذي كان له تأثير سلبي على انهيار الأسواق، والبورصات العالمية، وتراجع النمو الإقتصادي لجميع دول العالم تقريباً؛ فضلاً عن تأثيره المباشر على البرامج التعليمية والتربوية، وذلك من خلال مؤشرات (Google Trends) التي ظهرت عام ٢٠٠٥ باعتبارها خدمة عامة مقدمة من شركة جوجل لإظهار الإحصائيات الخاصة بمصطلحات معينة، وارتباطها بعدد مرات الإستخدم في مناطق مُختلفة من العالم بلغات متعددة؛ حيث تسمح هذه الأداة بمتابعة الكلمات المفتاحية، والعبارات الأكثر رواجاً واستخداماً في بيئة الإنترنت، كما أنها تُعطي فكرة عن تطور المفاهيم والموضوعات التي يتم البحث عنها خلال فترة زمنية معينة، ويُمكن من خلالها إجراء المقارنات بين الموضوعات والمفاهيم المختلفة، وتصفية أو فلترة نتائج البحث حسب دولة مُعينة خلال فترة زمنية مُحددة مثل (الساعة، اليوم، الأسبوع، الشهر والسنة)، علماً بأن الكثير من القياسات العالمية للمعلومات اليوم تعتمد على حركة المُستخدمين، ومعدل زيارتهم اليومية لمواقع المؤسسات لوضعها في رُتب متقدمة؛ لذلك أصبح موضوع فيروس كورونا ظاهرة تستحق الوقوف عنها ودراساتها ليس من منظور طبي فقط؛ وإنما من منظور اقتصادي واجتماعي، فضلاً عن منظورنا نحن المتخصصون في مجال المعلومات.

٣/١ أهداف الدراسة

١. رصد عبارات البحث الشائعة حول فيروس كورونا على Google Trends.
٢. تصميم خرائط بالكلمات المفتاحية لمصطلحات البحث الشائعة حول فيروس كورونا باللغة العربية، ومحاولة استثمارها في تحسين الوصول إلى المعلومات المناسبة على Google Trends.
٣. الكشف عن الترابط الموضوعي بين عبارة (فيروس) وعبارة (كورونا) على Google Trends.
٤. دراسة تحليلية للعبارات والموضوعات الأكثر صلةً بموضوع الدراسة بمحافظة مصر Google Trends.

٤/١ تساؤلات الدراسة

١. ما العبارات الشائعة التي يوظفها المستخدم المصري لمحركات البحث حول فيروس كورونا على Google Trends ؟
٢. ما الموضوعات ذات الصلة بفيروس كورونا على Google Trends ؟
٣. ما خرائط الكلمات المفتاحية لمصطلحات البحث الشائعة حول فيروس كورونا باللغة العربية على Google Trends ؟
٤. ما أهم المحافظات ذات الإهتمام بفيروس كورونا على Google Trends ؟

٥/١ منهجية الدراسة وأدوات جمع البيانات

تستخدم الدراسة المنهج الوصفي التحليلي؛ لأنه الأنسب لهذه الدراسة حيث يتم وصف الظواهر وحل المشاكل العلمية المختلفة، والإجابة على التساؤلات التي تقع في دائرة البحث العلمي؛ ثم يتم تحليل البيانات التي تم جمعها عن طريق المنهج الوصفي؛ لإعطاء التفسير والنتائج المناسبة عن تلك الظاهرة.

وقد اعتمدت الدراسة على واحدة من الأدوات المهمة التي يقدمها محرك البحث جوجل هي مؤشرات [Google Trends]؛ التي تُعد بمثابة موقع لقياس المعلومات المرتبطة بعبارات البحث الراجعة لمستخدمي الإنترنت التي تُستخدم في تحليل الإستفسارات اليومية والإطلاع على الرسم البياني "مستوى الإهتمام على مدار الوقت" عند المقارنة بين عبارات البحث، والتعرف على خريطة "مستوى الإهتمام حسب المنطقة" عند المقارنة بين عبارات البحث.

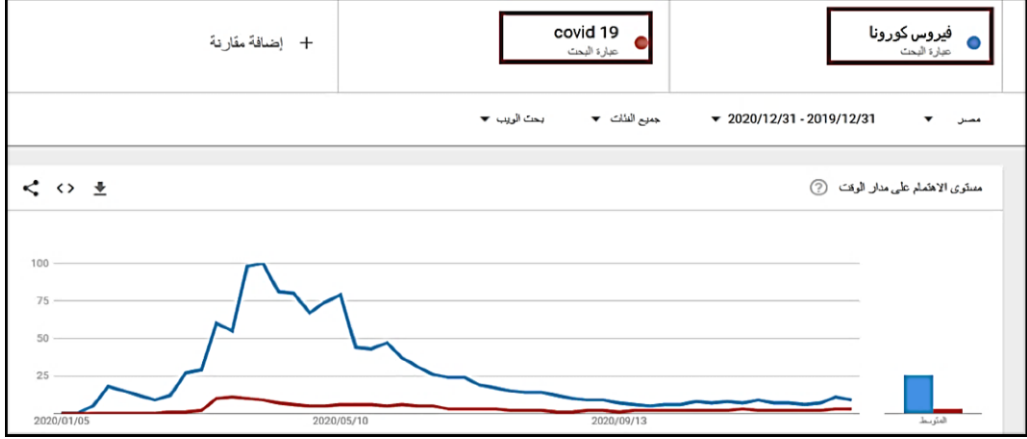
٦/١ مجتمع الدراسة

اعتماداً على مؤشرات Google Trends أمكن حصر عبارات البحث الأكثر شيوعاً حول فيروس كورونا من قبل مستخدمي الإنترنت في جميع محافظات جمهورية مصر العربية البالغ عددها (٢٧) محافظة وهي (سوهاج- أسيوط- بني سويف- الوادي الجديد- قنا- المنيا- الفيوم- المنوفية- أسوان- الشرقية- الأقصر- كفر الشيخ- القليوبية- البحيرة- الغربية- الدقهلية- الإسماعيلية- مطروح- السويس- الجيزة- دمياط- البحر الأحمر- شمال سيناء- الإسكندرية- بورسعيد- القاهرة- جنوب سيناء).

٧/١ حدود الدراسة

- ١/٧/١ الحدود الموضوعية تتمثل الحدود الموضوعية في التعرف على حجم الإهتمام المصري بهذا الفيروس من خلال مؤشرات (Google Trends)، والعبارات الراجعة المُستخدمة في مرحلة جمع المعلومات عن هذا المرض، ومحاولة استثمارها في تحسين الوصول إلى المعلومات المناسبة على Google Trends.
- ٢/٧/١ الحدود الزمنية تم جمع البيانات من محرك البحث جوجل في الفترة الزمنية من ٣١/١٢/٢٠١٩ إلى ٣١/١٢/٢٠٢٠، وهو الإعلان الرسمي عن فيروس كورونا مروراً بالذروة الأولى والثانية من موجة كورونا، وما طرأ فيهما من تغييرات جذرية على كافة المستويات.
- ٣/٧/١ الحدود اللغوية من خلال البحث عن موضوع الدراسة باستخدام مؤشر Google Trends باللغتين العربية (فيروس كورونا) والأجنبية (covid 19) تبين من خلال المُقارنة بينهما أن (فيروس كورونا) تم استخدامها (١٢٧٧) خلال (٥٢) أسبوع، وبلغ المتوسط الحسابي لها (٢٥%)؛ في حين أن عبارة (covid 19) تم استخدامها (١٥٦) خلال (٥٢) أسبوع؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (٣%) وذلك من خلال تقسيم مجموع قيمة عبارات البحث الراجعة الأسبوعية على عدد الأسابيع

خلال المدة الزمنية المحددة لكل من عبارتي (فيروس كورونا- covid 19) بعد تصدير البيانات على برنامج EXCEL، وهذا لأن مجتمع المستفيدين من المتوقع أن يبحثوا عنها باللغة العربية داخل جمهورية مصر العربية كما هو موضح بالشكل رقم (١).



شكل (١) المقارنة بين عبارتي (فيروس كورونا، covid 19)

- ٤/٧/١ الحدود المكانية تم جمع عبارات البحث الرائجة بجميع محافظات جمهورية مصر العربية على مؤشرات Google Trends.

٨/١ المراجعة العلمية

تنوعت وتعددت اتجاهات الإنتاج الفكري المنشور حول موضوع الدراسة، ولقد أسفر البحث بأدلة وأدوات ضبط الإنتاج الفكري العربي والعالمي عن توزيع الإنتاج الفكري على أربع محاور هما: دراسات تناولت استخدام Google Trends في مجال الاقتصاد، ودراسات تناولت استخدام بيانات Google Trends في تقييم مواقع الجامعات والمؤسسات التعليمية، ودراسات تناولت استخدام بيانات Google Trends في مجال الطب، ودراسات تناولت استخدام بيانات Google Trends في الحصول على معلومات حول فيروس كورونا.

١/٨/١ المحور الأول الدراسات التي تناولت استخدام بيانات Google Trends في مجال الاقتصاد

دراسة Preis, Tobias, Helen Susannah Moat, and H. Eugene Stanley (2013)^٧ تهدف إلى استخدام مؤشرات Google Trends للتعرف على أكثر المصطلحات المستخدمة في بيئة الإنترنت في أسواق الأوراق المالية، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك (٩٨) مصطلح تُعتبر الأكثر رواجاً في الأسواق المالية، وأنه بمرور الوقت تبين أن معدلات عمليات البحث بالمصطلحات الشائعة على Google Trends تتغير قليلاً ما بين الإرتفاع والإنخفاض، والتي تعكس مدى اهتمام الجمهور بموضوع التمويل.

ودراسة Gawlik, Evan, Hardik Kabaria, and Shagandeep Kaur (2012)^٧ تناولت استخدام Google Trends للتنبؤ بمعدلات السياحة في هونج كونج؛ حيث تهدف الدراسة إلى مقارنة نتائج البحث عن الصور وبحث الويب لمدينة هونج كونج، وتوصلت الدراسة إلى أن مؤشرات Google

Trends يُمكن أن تساعد في وضع استراتيجية لجذب السياح من المناطق التي لا يبدو أنها مصدر جيد لهم، وبالتالي يعتبر Google Trends مصدراً واعداً للمعلومات التي يُمكن الوثوق بها والإعتماد عليها.

ثم دراسة (2013) Carrière-Swallow, Yan, and Felipe Labbé^٨ التي تهدف إلى استخدام Google Trends في التنبؤ بمستقبل الأسواق الناشئة، وقد تم التطبيق على مبيعات السيارات في الأسواق الناشئة في تشيلي، وتوصلت الدراسة إلى أن فهرس Google Trends للسارات تُظهر ينتائج تتفوق في الأداء على المواصفات المعيارية المتنافسة؛ مما يؤدي إلى تحسين مستوى الخدمة في تلك الأسواق، وأن مؤشرات Google Trends تُتيح معلومات حول نسبة كبيرة من مستخدمي الإنترنت.

ودراسة (2017) Coble, David, and Pablo M. Pincheira^٩ تهدف إلى استخدام مؤشرات Google Trends للتنبؤ بتراخيص البناء في الولايات المتحدة، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة إيجابية بين استعلامات البحث على الإنترنت وتصاريح البناء؛ باعتبار أن هذه المؤشرات تتيح للمستخدم معرفة عدد المرات التي يتم فيها الإستعلام عن كلمات مفتاحية وموضوعات و عبارات محددة خلال فترة زمنية محددة.

٢/٨/١ المحور الثاني الدراسات التي تناولت استخدام بيانات Google Trends في تقييم مواقع الجامعات والمؤسسات التعليمية

دراسة (2015) Vaughan, Liwen, and Yue Chen^{١٠} م) تهدف إلى المقارنة بين مؤشرات Google Trends ومحرك بحث Baidu المُنصف رقم ١ في الصين والثالث عالمياً، وتوصلت الدراسة إلى أن بيانات كلاً من المصدرين يمكن استخدامها للتنبؤ بجودة الجامعات والشركات الصينية بالرغم من اختلاف أساليب معالجة اللغة في كل منهما، وكانت بيانات حجم البحث في المصدرين مرتبطة إلى حد كبير، ولم يؤدي الجمع بينهما إلى تحسين النتائج.

ثم دراسة طلال ناظم الزهيري (٢٠١٨)^{١١} التي تناولت تقييم مواقع الجامعات العراقية باستخدام أسلوب عبارات البحث الرانجة على مؤشرات Google Trends، وتوصلت الدراسة إلى أن معظم مواقع الجامعات العراقية لا تزال دون المستوى في مجال جذب اهتمام المستفيدين منها.

ودراسة نورا أحمد عبد الحميد زايد (٢٠٢٠)^{١٢} التي تهدف إلى ترتيب ومقارنة الجامعات المصرية وفقاً لأسلوب عبارات البحث الرانجة على Google Trends، وتصنيف Webometrics وتصنيف و4 ICU توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها: أن مواقع الجامعات المصرية تحتاج إلى بذل مزيد من الجهد لجذب اهتمام المستفيدين منها، وأن هناك علاقة بين ترتيب الجامعات باستخدام عبارات البحث الرانجة على Google Trend وتصنيف 4ICU حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.٣٥)، أما العلاقة بين ترتيب الجامعات باستخدام عبارات البحث الرانجة على Google Trend، وتصنيف Webometrics علاقة طردية متوسطة حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0.٦).

٣/٨/١ المحور الثالث الدراسات التي تناولت استخدام Google Trends في مجال الطب

دراسة (2017) Vasconcellos-Silva, Paulo Roberto, et al)^{١٣} التي تهدف إلى استخدام مؤشرات Google Trends للتعرف على أهم الدورات الخاصة بفحص الثدي؛ للكشف المبكر عن سرطان الثدي التي يرغب الجمهور في إجرائها على مدار الخمس سنوات الماضية؛ من خلال مقارنة البيانات التي تم جمعها من الإستيبيانات التي تم طرحها على السكان ومؤشرات Google Trends حول هذا الموضوع، وتوصلت الدراسة إلى أن عمليات البحث عن التصوير الشعاعي للثدي ارتفعت خلال شهر

أكتوبر، وانخفضت خلال شهري ديسمبر ويناير؛ لذلك أوصت الدراسة بأن الوقت المناسب لبدء حملات الفحص العام على الندى تكون خلال أكتوبر إلى بداية كل عام .

ودراسة (Tijerina, Jonathan D., et al (2019)^{١٤} تهدف إلى تحديد الإستفسارات البحثية الأكثر رواجاً حول عمليات التجميل التالية (استئصال الندي الوقائي، تحسين الشفاه، تغيير الجنس، نحت الجسم) باستخدام مؤشرات Google Trends، وتوصلت الدراسة إلى أن العبارات الأكثر رواجاً حول عمليات التجميل هي استئصال الندي الوقائي، وذلك لتقليل خطر الإصابة بسرطان الندي؛ مما يدل على أن Google Trends مفيد في تقديم معلومات كثيرة لجراحي التجميل .

ثم دراسة (Paguio, Joseph Alexander, et al (2020)^{١٥} التي تناولت مدى الإهتمام بسرطان المثانة في الولايات المتحدة الأمريكية على مدار ١٥ عاماً الماضية ما بين يناير ٢٠٠٤ إلى يونيو ٢٠١٩ على Google Trends، وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر المصطلحات ذات الصلة بسرطان الندي ارتفعت خلال شهر مايو من كل عام؛ لذلك سمى هذا الشهر (بشهر التوعية بسرطان المثانة في الولايات المتحدة).

١/٨/٤ المحور الرابع الدراسات التي تناولت استخدام بيانات Google Trends في الحصول على معلومات حول فيروس كورونا

دراسة (Strzelecki, Artur, and Mariia Rizun (2020)^{١٦} والتي تناولت أهمية مؤشرات Google Trends في الحصول على المعلومات المتعلقة بفيروس كورونا في الفترة من (٣١ ديسمبر- ٢٠ مارس) لعام ٢٠٢٠، وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر عبارات البحث الراجعة حول هذا الفيروس هما ثلاث كلمات، وهم على التوالي (فيروس كورونا- الفيروس التاجي، فيروس السارس) وأن هناك صلة بين هذه الموضوعات سواء في طريقة نفشي المرض وطرق انتقاله وأثاره المدمرة على المجتمع، كما توصلت الدراسة أيضاً إلى أن هناك علاقة ارتباط بين نتائج مؤشرات Google Trends حول مدى اهتمام المناطق الجغرافية الصينية بالبحث عن فيروس كورونا ونسبة نفشيه في هذه البلدان.

ثم دراسة (Husain, Iltifat, et al (2020)^{١٧} التي تناولت مدى اهتمام المجتمع بفيروس كورونا في الولايات المتحدة الأمريكية، عن طريق استخدام مؤشرات Google Trends لتحليل حجم عمليات البحث على الإنترنت داخل الولايات المتحدة فيما يتعلق بالفيروس، مع التركيز على التواريخ بين (٣١ ديسمبر- ٢٤ مارس) عام ٢٠٢٠، وتوصلت الدراسة إلى أنه خلال شهري (يناير وفبراير) لعام ٢٠٢٠م كان هناك اهتمام محدود بالبحث عن فيروس كورونا داخل الولايات المتحدة؛ ثم انخفض مستوى الإهتمام بعد ٢١ يوماً من شهر فبراير، كما لوحظ أن هناك ارتفاع سريع في الإهتمام بالبحث خلال شهر مارس، وارتبط هذا الارتفاع في الإهتمام مع ارتفاع الحالات الإيجابية لفيروس كورونا داخل الولايات المتحدة.

ودراسة (Venkatesh, U., and Periyasamy Aravind Gandhi (2020)^{١٨} التي تناولت استخدام مؤشرات Google Trends في التنبؤ بنفشي فيروس كورونا في الهند من خلال التعرف على مصطلحات البحث الأكثر رواجاً وهي على التوالي (فيروس كورونا- كوفيد- كوفيد-١٩- كورونا- فيروس)، وقد تم استخدام معامل الارتباط سبيرمان لتحديد الارتباط بين الحالات الإيجابية لفيروس كورونا ومصطلحات البحث الأكثر استخداماً في بيئة الإنترنت، وتوصلت الدراسة إلى أن المصطلحات الأكثر استخداماً من قبل متصفح الإنترنت في الهند من (٣٠ يناير-١٥ مارس) عام ٢٠٢٠ هما على التوالي (فيروس كورونا- كورونا)، وأن معامل الارتباط بين هذين المصطلحين تساوى (٠,٧)، كما ساعد استخدام مؤشرات Google Trends على التنبؤ بنفشي الفيروس في الهند خلال أسبوعين أو ثلاثة من المراقبة الروتينية للأمراض.

وإدراسة (2020) Sousa-Pinto, Bernardo, et al^{١٩} التي تناولت تأثير التغطية الإعلامية على عمليات البحث في بيئة الإنترنت في ظل أزمة كورونا، وتوصلت الدراسة باستخدام مؤشرات Google Trends إلى أن ذروة عمليات البحث عن فيروس كورونا في دولة البرتغال كانت خلال شتاء عام ٢٠٢٠، كما ظهرت ذروة عمليات البحث أيضاً عن فيروس كورونا في أوقات مماثلة في ١٧ دولة مختلفة، وارتفعت أيضاً عمليات البحث عن فقدان حاسة الشم في نفس الأسبوع أو بعد أسبوع واحد من تحديدها في وسائل الإعلام كأعراض لفيروس كورونا، وعندما تم تحليل البيانات قبل ١٦ مارس لعام ٢٠٢٠، وجد أن هناك ارتباطاً وثيقاً بين مؤشرات Google Trends والتغطية الإعلامية أكثر من ارتباطها بالاتجاهات الوبائية.

وإدراسة (2020) Effenberger, Maria, et al^{٢٠} التي تناولت تحليل حجم البحث باستخدام مؤشرات Google Trends حول مدى اهتمام الجمهور في جميع أنحاء العالم بفيروس كورونا، والتنبيه بزيادة الحالات المصابة حديثاً باعتبارها واحدة من أكثر الأدوات استخداماً لهذا الغرض، وذلك لأنها متاحة بشكل يومي، وتوصلت الدراسة إلى أنه بدأ الإهتمام العالمي بفيروس كورونا في ٢٠ يناير عام ٢٠١٩، ووصل ذروته الأولى في ٣١ يناير لنفس العام، وذلك بعد أيام قليلة من انتشار المرض في ووهان الصينية؛ ثم تزايدت أعداد الحالات حول العالم بعد الإعلان الرسمي لمنظمة الصحة العالمية عن تفشي فيروس كورونا باعتباره وباءً في ١١ مارس عام ٢٠٢٠.

ثم دراسة طلال ناظم الزهيري (٢٠٢٠)^{٢١} والتي تناولت خرائط الكلمات المفتاحية لأسئلة البحث الأكثر شيوعاً حول كورونا، وتوصلت الدراسة إلى أن عبارة البحث (فيروس كورونا) هي الأكثر شيوعاً في البحث عن المعلومات حول هذا المرض بالنسبة للمستخدم العربي.

٥/٨/١ التحليل اللاحق للمراجعة العلمية

بعد العرض السابق للإنتاج الفكري الذي تناول مؤشر Google Trends يتضح أن هذا الإنتاج تم توزيعه على أربع مجالات موضوعية رئيسية، ويوضح ذلك الجدول رقم (١) هذه المجالات وعدد الدراسات بها وسنوات نشرها.

جدول (١) معالجة المراجعة العلمية

م	المجال الموضوعي	سنة النشر	عدد الدراسات	النسبة المئوية
١	فيروس كورونا	٢٠٢٠	٦	٣٧,٥%
٢	المجال الإقتصادي	٢٠١٢-٢٠١٣-٢٠١٧	٤	٢٥%
٣	المجال الطبي	٢٠١٧-٢٠١٩-٢٠٢٠	٣	١٨,٧٥%
٤	مواقع الجامعات	٢٠١٥-٢٠١٨-٢٠٢٠	٣	١٨,٧٥%

من خلال تحليل بيانات الجدول السابق تبين أن:

- عدد الدراسات التحليلية محل البحث ذات الصلة بموضوع الدراسة (١٦) دراسة جميعها أتيح لها النص الكامل، منها (١٣) دراسة صدرت باللغة الأجنبية بنسبة بلغت (٨١,٢٥%)، و(٣) دراسات صدرت باللغة العربية بنسبة بلغت (١٨,٧٥%)، كما تبين أيضاً من خلال تحليل بيانات الجدول السابق أن الدراسات التحليلية الصادرة حول موضوع البحث تعد حديثة نسبياً؛ إذ أن أغلبها يعود إلى عام (٢٠٢٠) بواقع (٨) دراسات بنسبة بلغت (٥٠%)، ودراسة واحدة في كل من عام (٢٠١٨، ٢٠١٩) على التوالي بنسبة بلغت (١٢,٥%) لكل منهما، ودرستان في عام (٢٠١٧) بنسبة (١٢,٥%) لكل منهما، ودرستان أيضاً في عام (٢٠١٣) بنسبة بلغت (١٢,٥%) لكل منهما، وأخيراً

دراسة واحدة في كل من عام (٢٠١٥-٢٠١٢م) بنسبة بلغت (١٢,٥%) لكل منهما، وقد يرجع السبب إلى أن (٥٠%) من الدراسات صدرت في عام ٢٠٢٠ لأن معظم هذه الدراسات متعلقة بفيروس كورونا المستجد الذي تم الإعلان عنه في آخر عام ٢٠١٩، وبدء تسجيل الوفيات بسبب هذا الفيروس في عام ٢٠٢٠.

- كما يلاحظ أيضاً من خلال تحليل الإتجاهات الموضوعية لهذه الدراسات أن هناك مجالات متعددة استخدمت مؤشر Google Trends للتنبؤ باتجاهات البحث في المستقبل، ومعرفة اتجاهات المستفيدين، حيث تم استخدامه في المجال الطبي والإقتصادي وترتيب مواقع الجامعات.
- تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في الفترة الزمنية؛ حيث أن أغلب الدراسات السابقة تناولت البحث عن العبارات الراجعة حول فيروس كورونا في الفترة الواقعة ما بين ٣١ ديسمبر لعام ٢٠١٩ وهو الإعلان الرسمي عن فيروس كورونا إلى منتصف شهر مارس لعام ٢٠٢٠م بواقع ثلاثة أشهر ونصف تقريباً؛ في حين أن الدراسة الحالية تناولت البحث عن العبارات الأكثر شيوعاً من تاريخ الإعلان الرسمي عن فيروس كورونا منذ (٢٠١٩/١٢/٣١ - ٢٠٢٠/١٢/٣١) مروراً بالذروة الأولى والثانية من موجة كورونا، وما طرأ فيهما من تغييرات جذرية على كافة المستويات؛ كما أن جميع الدراسات السابقة تناولت فقط البحث عن أكثر العبارات الراجعة حول فيروس كورونا في الدول بشكل عام، دون تحديد أى المناطق الأكثر بحثاً عن فيروس كورونا؛ وأما الدراسة العربية الوحيدة التي تناولت معرفة العبارات الأكثر رواجاً باستخدام أسلوب Google Trends فهي دراسة طلال ناظم الزهيري حيث أنها تختلف عن الدراسة الحالية في كونها تناولت مجتمعاً مختلفاً هو المجتمع العراقي، وهذا المجتمع له خصائصه وسماته تميزه عن المجتمع المصري، وأن جميع الدراسات السابقة اتفقت مع الدراسة الحالية في استخدام Google Trends.

٢ الإطار النظري للدراسة

يتناول الإطار النظري للدراسة مؤشر Google Trend وأهميته والطرق المستخدمة في حسابه.

١/٢ مؤشر Google Trend

هي أداة تم إعدادها في عام ٢٠٠٥ بواسطة جوجل التي تسمح بمتابعة المفاهيم والعبارات التي يبحث عنها المستخدمون بكثرة عبر الانترنت^{٢٣}، ويُمكن الاستفادة منها في الإستعلام عن عدد مرات البحث حول المصطلحات والكلمات المفتاحية؛ لذا هي تعطي فكرة عن تطور أرقام البحث حول أحد المفاهيم الخاصة بالأعمال التجارية أو الموضوعات التي تريد البحث عنها عبر فترة زمنية معينة؛ كما يُمكن أيضاً من خلال (مؤشرات جوجل) إجراء مقارنة بين الكلمات الأكثر رواجاً^{٢٤}، وتقييم مدى موسمية موضوع من الموضوعات؛ حيث أن كل هذه الأمور تتم بُناء على بيانات البحث التي تأتي من جوجل نفسه باعتباره محرك البحث الأكثر استخداماً على مستوى العالم^{٢٥}، كما هو موضح بالشكل رقم (٢).



شكل (٢) الصفحة الرسمية لموقع Google Trends

٢/٢ أسباب اعتماد الدراسة على مؤشر Google Trends

- إنتاج المحتوى حول مجال معين من مجالات المعرفة البشريه عن طريق التعرف على الموضوعات التي تجد طلباً كبيراً عليها، وقادرة على جذب اهتمام الجمهور.
- إمكانية الحصول على التنبيهات الخاصة بالموضوعات الأكثر تداولاً (Trends) عن طريق إرسالها إلى البريد الإلكتروني الخاص بالمستخدم.
- التخطيط للحملات الإعلانية عن طريق تحليل نقاط الذروة التي تقوم حول موضوع معين يمكن استغلالها في الحملات التسويقية.
- تُعتبر إحدى أسرار التميز في مجال الأداء لأنها تعمل على مراقبة الإتجاهات السائدة في الأسواق.
- يمكن تحديد الموضوع عن طريق البحث السريع عن أي بلد أو الحصول على أفضل المواضيع على مستوى المنطقة شهرياً، ليتم تسليمها مباشرة إلى صندوق البريد الوارد.
- من خلال Google Trends يمكن تحسين مستوى ونوعية الخدمات التي تقدمها.
- المساعدة على فهم سلوكيات المستهلكين أكثر وكذلك نوع المنتج أو الخدمة التي يبحثون عنها.
- إجراء عدة مقارنات ضمن مواضيع مختلفة أو تصنيفات حسب الدولة أو حسب أنحاء العالم.

٣/٢ طريقة حساب بيانات Google Trends

يتم قسمة كل نقطة من نقاط البيانات على إجمالي عمليات البحث في النطاق الجغرافي والزمني الذي تمثله عمليات البحث؛ لمقارنة مستوى الشهرة لموضوع ما في نطاق زمني وجغرافي محدد؛ حيث تأتي في أعلى الترتيب الأماكن التي تسجل أعلى معدل من حيث حجم البحث؛ ثم يتم بعد ذلك تقريب الأرقام الناتجة على نطاق يتراوح بين (١٠٠،٠٠) ؛ حيث يُمثل رقم (١٠٠) ذروة الرواج البحثي لعبارة مُعينة؛ بينما (٠) يعني عدم توافر بيانات كافية عن عبارة البحث، و(٥٠) تمثل نصف معدل الرواج لهذه العبارة، وتُعرض النتائج على محورين هما المحور الصادي الذي يُمثل معدل الإهتمام بعبارة البحث، والمحور السيني الذي يُمثل الفترة الزمنية والمنطقة الجغرافية المحددة؛ كما يقوم هذا المؤشر بفلتر بعض أنواع محددات البحث مثل إزالة عمليات البحث المُكررة التي يجريها نفس الشخص خلال فترة زمنية محددة؛ كما أن عبارات البحث قليلة الحجم تكون قيمتها (٠) ^{٤٧}

٣ الإطار التطبيقي للدراسة

يتناول الجزء التالي عرضاً للدراسة التطبيقية الكلمات المفتاحية في بيئة الإنترنت لعبارات البحث الراجعة حول فيروس كورونا المستجد في مصر، ويتم ذلك على ثلاث مراحل يتم من خلالها تحقيق أهداف الدراسة، والإجابة على تساؤلاتها.

١/٣ المحور الأول: رصد عبارات البحث الأكثر رواجاً حول فيروس كورونا باستخدام Google Trends

تم اختيار مجموعة من العبارات والمفاهيم وكذلك المصطلحات التي لها علاقة بعبارة البحث؛ للكشف عن العبارات الأكثر ارتباطاً بكلمة الفيروس من خلال محرك البحث جوجل؛ كما هو موضح بالشكل رقم (٣).



شكل (٣) اختيار عبارة البحث الأكثر شيوعاً على جوجل

- لتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام أداة Google Trends لرصد عبارات البحث الشائعة حول مصطلح (فيروس كورونا)، ومصطلح (كورونا) على مستوى جمهورية مصر العربية خلال الفترة الزمنية التالية (٢٠١٩/ ١٢/ ٣١ إلى ٢٠٢٠/ ١٢/ ٣١)؛ لأنها المدة التي اكتسبت فيها عبارات البحث المختارة رواجاً كبيراً؛ بسبب الانتشار الواسع لهذا الفيروس على مستوى جمهورية مصر العربية؛ فضلاً عن تغير الأعداد الخاصة بكل منطقة جغرافية داخل هذه الدولة لتشمل جميع الأنحاء موزعة على جميع الفئات.
- من خلال تحليل الشكل رقم (٣) تبين أن عبارتي البحث (فيروس كورونا، كورونا) هي الأكثر رواجاً على جوجل؛ لذلك لا بد من الكشف عن خرائط الكلمات المفتاحية التي تُحدد طبيعة الإستفسارات الأكثر شيوعاً من قبل المُستخدمين، والعمل على تحليلها زمنياً وجغرافياً من خلال (Google Trends) في جميع المحافظات.
- إنشاء خريطة بالكلمات المفتاحية، والتي تُعرف بالمصطلحات والكلمات التي يستخدمها الباحثون في محركات البحث مثل جوجل Google للإستعلام عن شيء ما، وتكمن أهمية الكلمات المفتاحية في

إيجاد واستخراج معلومات قيمة حول الإستفسارات التي يبحث عنها الجمهور؛ فهي الطريقة الوحيدة التي تخبرنا ماذا يكتب الباحثون على محركات البحث مثل جوجل، وهناك شكلان من الكلمات المفتاحية ويتم استخدامهما بشكل دائم، وهما (كلمات مفتاحية قصيرة Short-tail Keywords، كلمات مفتاحية طويلة Long-tail Keywords)؛ أما عن طريقة البحث عن الكلمات المفتاحية التي اتبعتها الباحثة للتوصل إلى قائمة بالمصطلحات حول موضوع الدراسة؛ كانت من خلال عصف ذهني حول أهم المواضيع ذات الصلة بفيروس كورونا؛ لأنها الأساس في عملية البحث عن الكلمات الرئيسية أو المفتاحية كما هو موضح بالشكل رقم (٤).

<input type="checkbox"/> ▼ Keywords ⓘ
<input type="checkbox"/> فيروس كورونا في مصر
<input type="checkbox"/> فيروس كورونا المستجد
<input type="checkbox"/> فيروس كورونا وزارة الصحة
<input type="checkbox"/> فيروس كورونا ويكيبيديا
<input type="checkbox"/> فيروس كورونا الجديد
<input type="checkbox"/> فيروس كورونا المتحور
<input type="checkbox"/> فيروس كورونا في امريكا
<input type="checkbox"/> فيروس كورونا وزارة الصحة والسكان اليوم
<input type="checkbox"/> فيروس كورونا يبحث الأشخاص أيضًا عن
<input type="checkbox"/> فيروس كورونا يصيب الاطفال
<input type="checkbox"/> فيروس كورونا ينتقل عن طريق
<input type="checkbox"/> فيروس كورونا يظهر في الدم

شكل (٤) الكلمات المفتاحية حول فيروس كورونا

من خلال تحليل بيانات الشكل السابق نجد أن فيروس كورونا يتضمن العديد من المصطلحات والمفاهيم والمناطق الجغرافية المختلفة التي قد تبدو في البداية أنها من المستحيل تصنيفها أو تنظيمها بطريقة متماسكة؛ نظراً لأنها متعددة التخصصات؛ لذلك كان لا بد من تصميم خريطة بالكلمات المفتاحية عن طريق تجاهل عبارات البحث المتكررة لتتشكل لنا خريطة بالكلمات المفتاحية كما هو موضح بالشكل رقم (٥).



شكل (٥) خريطة الكلمات المفتاحية المُختارة.

من خلال تحليل بيانات الشكل السابق نجد أن:

- عبارة البحث (فيروس كورونا) كانت لها الصدارة من قبل المستخدمين بنسبة بلغت (٤٧%)؛ تلاها بعد ذلك عبارة البحث (كورونا المستجد) بنسبة بلغت (٤١%) باعتباره مرض معد يسببه آخر فيروس تم اكتشافه من سلالة فيروسات كورونا، ولم يكن هناك أي علم بوجود هذا الفيروس الجديد ومرضه قبل بدء تفشيه في مقاطعة ووهان الصينية؛ ثم جاءت بعد ذلك باقي الكلمات المفتاحية التي سيتم عرضها بعد ذلك.
- هناك علاقة بين كلاً من عبارتي (فيروس، كورونا)؛ لذلك كان لا بد من الكشف عن مدى الترابط والعلاقة بينهما من خلال مقارنتهما ببعضهما البعض باستخدام مؤشرات Google Trends.

٢/٣ المحور الثاني الكشف عن الترابط الموضوعي بين عبارة (فيروس) وعبارة (كورونا) على Google Trends

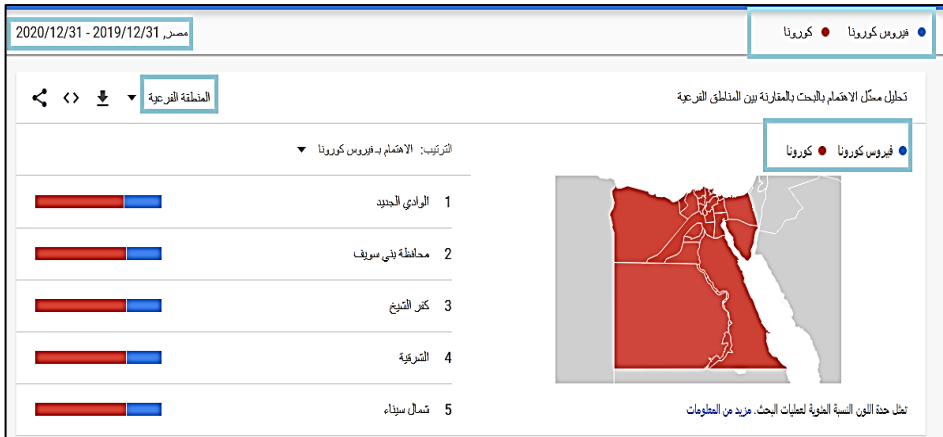
- تبين من خلال الدراسة التحليلية للعبارة الشائعة والأكثر رواجاً واستخداماً من قبل المستخدم المصري أن هناك ترابط قوي بين عبارة (فيروس) و(كورونا) خلال المدة الزمنية المحددة من (٢٠١٩/١٢/٣١) إلى (٢٠٢٠/١٢/٣١) لأنها البداية الحقيقية لظهور فيروس كورونا في معظم دول العالم، وما خلف وراءه من تعدد الإصابات وحالات الوفاة.
- عند تتبع مؤشر البحث نجد أن البحث عن عبارة (كورونا) يتعد عن عبارة (فيروس)، وقد يرجع ذلك إلى أن المُستخدم بدأ يختزل عبارة البحث الكبير لعبارة (كورونا) التي اكتسبت دلالاتها من كونه بدأ يعرف المزيد من المعلومات عن هذا الفيروس عن طبيعته نشأته وأي السلالات ينتمي، وطرق انتشاره وكيفية الوقاية منه، وهذا يدل على التردد (التريند) العالي في عمليات البحث؛ الأمر الذي دفع المُستخدمين إلى تجاهل العبارة الأولى (فيروس)، ويوضح ذلك الشكل رقم (٦).



شكل (٦) الترابط بين عبارتي البحث

- لقياس اتجاهات البحث باستخدام عبارتي البحث (فيروس كورونا أو كورونا) وفقاً للمناطق الجغرافية التي انطلقت منها هاتين العبارتين تبين أن:

عبارة البحث (كورونا) احتلت المرتبة الأولى في العبارات الراجعة حول موضوع الدراسة؛ حيث تم استخدامها (١٧٦٦ مرة) خلال (٥٢)، وبلغ المتوسط الحسابي لها (٣٤%)؛ في حين أن عبارة (فيروس كورونا) تم استخدامها (١٢٧٧) خلال (٥٢) أسبوع؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (٢٥%) وذلك من خلال تقسيم مجموع قيمة عبارات البحث الراجعة الأسبوعية على عدد الأسابيع خلال المدة الزمنية المحددة لكل من عبارتي (كورونا- فيروس كورونا) بعد تصدير البيانات على برنامج EXCEL، ويوضح ذلك الشكل رقم (٧).



شكل (٧) بؤرة النطاق الجغرافي لعبارة البحث (كورونا، فيروس كورونا).

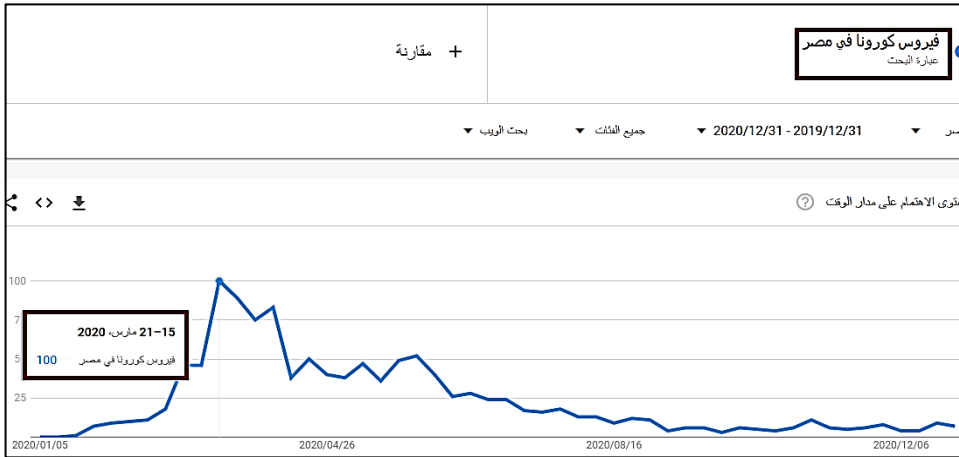
- قامت الباحثة بتحليل باقي العبارات الراجعة وفقاً للشكل رقم (٥) بعنوان خريطة الكلمات المفتاحية المُختارة على النحو التالي:

- عبارة (فيروس كورونا اليوم)؛ بلغ أعلى تردد لهذه العبارة بتاريخ (٥-١١ إبريل) لعام ٢٠٢٠، وقد يرجع السبب في ذلك أن معدلات الإصابة والوفيات التي سجلتها مصر بهذا الفيروس في هذا الوقت مجموع ما سجلته في شهرى مارس وإبريل، ويوضح ذلك الشكل رقم (٨).



شكل (٨) بؤرة النطاق الجغرافي لعبارة البحث (فيروس كورونا اليوم).

- عبارة (فيروس كورونا في مصر)؛ بلغ أعلى تردد لهذه العبارة بتاريخ (١٥-٢١ مارس) ٢٠٢٠، وقد يرجع السبب في ذلك إلى أن وزارة الصحة والسكان بجمهورية مصر العربية قد أعلنت عن ارتفاع معدلات الإصابة بكورونا إلى ٨٠ حالة بينهم حالة وفاة لسيدة مصرية من الدقهلية تبلغ ٦٠ عاما في ٢٠٢٠/٣/١٢، وهذا أمر طبيعي نتيجة للبحث المستمر من قبل مستخدمي الإنترنت عن طرق انتشار هذا الفيروس وكيفية الوقاية منه^{٢٩}، ويوضح ذلك الشكل رقم (٩).



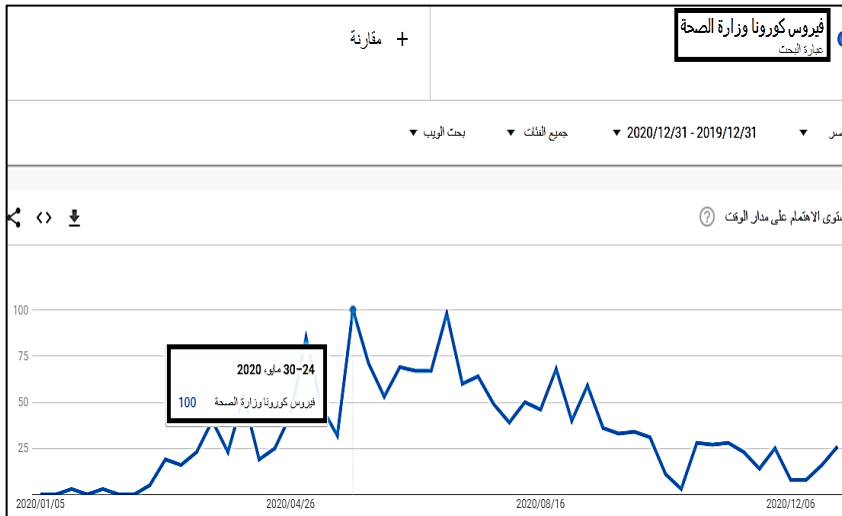
شكل (٩) بؤرة النطاق الجغرافي لعبارة البحث (فيروس كورونا في مصر).

- عبارة (فيروس كورونا المُستجد)؛ بلغ أعلى تردد لها بتاريخ (١٥ - ٢١ مارس) لعام ٢٠٢٠، وقد يرجع السبب في ذلك إلى أن وزارة الصحة والسكان بجمهورية مصر العربية قد أعلنت عن ارتفاع عدد الإصابات بكورونا إلى ٨٠ حالة بينهم حالة وفاة لسيدة مصرية من الدقهلية تبلغ ٦٠ عاماً، ويوضح ذلك الشكل رقم (١٠).



شكل (١٠) بؤرة النطاق الجغرافي لعبارة البحث (فيروس كورونا المستجد).

- عبارة (فيروس كورونا وزارة الصحة)^{٣٢}؛ بلغ أعلى تردد لهذه العبارة بتاريخ (٢٤-٣٠ مايو) لعام ٢٠٢٠، نظراً لارتفاع معدلات الإصابة بكورونا، وبما أن وزارة الصحة هي المسؤولة عن إدارة الأزمات التي تمر بها البلاد فقامت باتخاذ بعض القرارات الرسمية من توقف الدراسة، وفرض حظر التجوال، وتحويل معظم المُستشفيات إلى عزل وحجر صحي، ويوضح ذلك الشكل رقم (١١).



شكل (١١) بؤرة النطاق الجغرافي لعبارة البحث (فيروس كورونا وزارة الصحة).

- عبارة (فيروس كورونا في أمريكا) حصلت هذه العبارة على (٠) بمعنى أن ليس لها رواجاً بسبب عدم توافر البيانات الكافية عن عبارة البحث، وقد يرجع السبب في ذلك إلى أن الولايات المتحدة الأمريكية يبحثون بالمصطلح العلمي الأجنبي المقابل لفيروس كورونا وهو (COVID-19)؛ كما هو موضح بالشكل رقم (١٢).



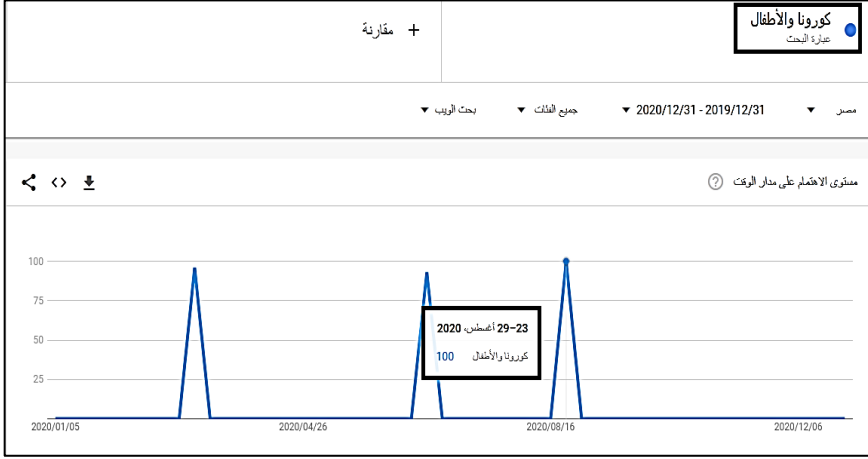
شكل (١٢) بؤرة النطاق الجغرافي لعبارة البحث (فيروس كورونا في أمريكا).

- عبارة (فيروس كورونا في السعودية) بلغ أعلى تردد لهذه العبارة بتاريخ (٧-١٣ يونيو) لعام ٢٠٢٠م، وذلك عقب البيان التي أصدرته وزارة الحج والعمرة بالسعودية بإقتصار الحج للمقيمين بالمملكة فقط، وأشار هذا البيان إلى "خطورة تفشي العدوى في التجمعات والحشود البشرية، والتنقلات بين دول العالم، وازدياد معدلات الإصابات عالمياً"، ويوضح ذلك الشكل رقم (١٣).



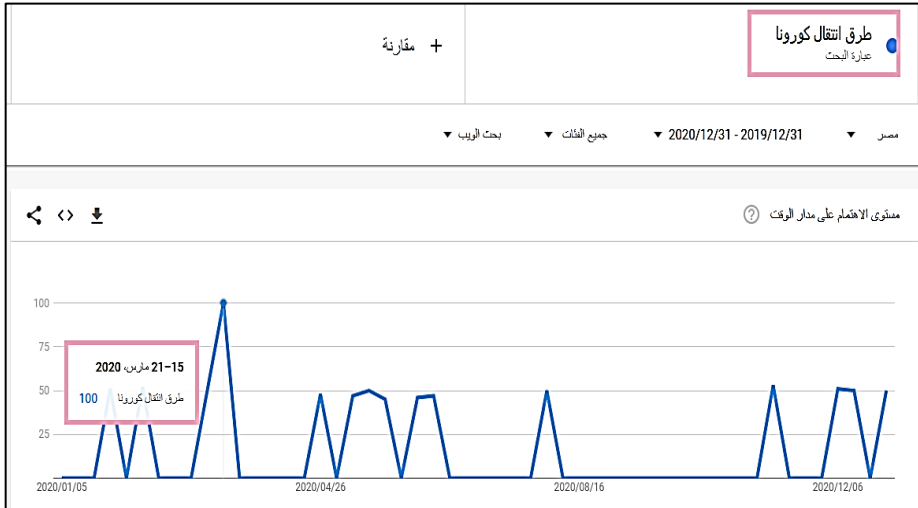
شكل (١٣) بؤرة النطاق الجغرافي لعبارة البحث (فيروس كورونا في السعودية).

- عبارة (كورونا والأطفال)؛ بلغ أعلى تردد لها بتايخ (٢٣- ٢٩ أغسطس) لعام ٢٠٢٠ ، وقد يرجع السبب في ذلك إلى أن الموجة الأولى من فيروس كورونا كانت أمنة على الأطفال؛ لكن الموجة الثانية لم تعد آمنة عليهم بعد تسجيل إصابات بل ووفيات للأطفال بكورونا؛ حيث أكدت منظمة الصحة العالمية أن هناك احتمالات إصابة الأطفال والمراهقين بعدوى كورونا، مشددة على أن إمكانية نشرهم للعدوى لا تختلف عن الفئات العمرية الأخرى، ويوضح ذلك الشكل رقم (١٤).



شكل (١٤) بؤرة النطاق الجغرافي لعبارة البحث (كورونا والأطفال).

- عبارة (طرق انتقال كورونا)؛ بلغ أعلى تردد لها بتايخ (١٥- ٢١ مارس) لعام ٢٠٢٠ ، وقد يرجع السبب في ذلك إلى ازدياد حالات الإصابة والوفيات؛ فكان لا بد من التعرف على طرق انتشار هذا الوباء^{٣٤}، ويوضح ذلك الشكل رقم (١٥).



شكل (١٥) بؤرة النطاق الجغرافي لعبارة البحث (طرق انتقال كورونا).

يستنتج مما سبق أن العبارات الأكثر صلة بموضوع الدراسة هي عبارة (كورونا) بنسبة بلغت ١٠٠%؛ ثم يأتي بعد ذلك عبارتي (فيروس كورونا، فيروس كورونا في مصر) وهذا أمر طبيعي في البحث لأن المستخدم للعبارات الأكثر صلة هو مستخدم مصري، مروراً بعد ذلك بعبارات أخرى شديدة الصلة بفيروس كورونا مثل التعرف على أعراض هذا المرض، وطرق علاجه، ونصائح للوقاية منه؛ ثم متابعة آخر الأخبار المتعلقة بعدد حالات الإصابة والوفاة في مصر، وأخيراً عندما أصبحت الصورة واضحة أمام المستفيدين بأن هذا المرض أصبح وباءً ويُسبب في وفاة الكثير من المرضى؛ كان لابد من الرجوع إلى أصل المرض وموطنه ونشأته واستخدام عبارة (فيروس الصين)؛ بسبب أن أول ظهور رسمي لفيروس كورونا كان في مقاطعة ووهان الصينية.

٣/٣ المحور الثالث: دراسة تحليلية للعبارات والموضوعات الراجعة بمحافظة مصر على Google Trends

لكي يتم تحقيق المحور الثالث للدراسة تم حصر الموضوعات ذات الصلة بفيروس كورونا، والتي غالباً ما تؤدي إلى زيادة رغبة المُستفيد في الإحاطة الشاملة للموضوعات ذات الصلة بعبارة البحث الراجعة على Google Trends^{٣٥}، كما هو موضح بالشكل رقم (١٦).



شكل (١٦) الموضوعات ذات الصلة بعبارة البحث.

- يُستنتج من خلال العرض السابق لقائمة الموضوعات الأكثر صلة بعبارة البحث الراجعة حول فيروس كورونا؛ أنها تتلخص في محاولة التعرف على أعراض هذا الوباء، وطرق انتقاله، والدول العربية التي شهدت أعلى معدلات الإصابة، وحالات الوفاة، وكيف واجهت وزارة الصحة مثل هذه الأزمات.

١/٣/٣ إحصائيات المحافظات المصرية على Google Trends باستخدام أسلوب عبارات البحث الراجعة

تم جمع إحصائيات المحافظات المصرية محل الدراسة من Google Trends عن الفترة الزمنية من ٢٠١٩/١٢/٣١ إلى ٢٠٢٠/١٢/٣١ لمدة ٥٢ أسبوع من خلال تقسيم مجموع قيمة عبارات البحث الراجعة الأسبوعية على عدد الأسابيع خلال المدة الزمنية المحددة، وتم تنزيل بياناتها على برنامج EXCEL من أجل سهولة التعامل معها إحصائياً؛ ثم جمع هذه الإحصائيات في الجدول رقم (٢)؛ الذي

يوضح إسم المحافظة، ومتوسط معدل عبارة البحث الراجعة (كورونا)، وتم ترتيب الجدول ترتيباً تنازلياً من الأكبر في قيمة المتوسط إلى الأصغر.

جدول (٢) متوسط عبارة البحث الراجعة بمحافظات مصر.

م	اسم المحافظة	متوسط عبارة البحث الراجعة
١	الوادي الجديد	٣٩
٢	القليوبية	٣٦
٣	الجيزة	٣٥
٤	الإسماعيلية	٣٥
٥	قنا	٣٥
٦	سوهاج	٣٤
٧	البحر الأحمر	٣٤
٨	القاهرة	٣٣
٩	شمال سيناء	٣٣
١٠	المنيا	٣٣
١١	الاقصر	٣٣
١٢	الشرقية	٣٣
١٣	السويس	٣٢
١٤	دمياط	٣٢
١٥	المنوفية	٣٢
١٦	الفيوم	٣٢
١٧	كفر الشيخ	٣١
١٨	الغربية	٣١
١٩	الإسكندرية	٣١
٢٠	الدقهلية	٣١
٢١	اسيوط	٣٠
٢٢	البحيره	٣٠
٢٣	أسوان	٣٠
٢٤	بورسعيد	٢٧
٢٥	مطروح	٢٦
٢٦	بني سويف	٢٤
٢٧	جنوب سيناء	٢١

يتضح من الجدول السابق أن إجمالي المحافظات التي ظهر لها مؤشر على Google Trends (٢٧) محافظة، وأن محافظة (الوادي الجديد) احتلت المرتبة الأولى في البحث عن فيروس كورونا؛ بينما محافظة (جنوب سيناء) احتلت المرتبة الأخيرة في البحث عن فيروس كورونا، وأن هناك بعض المحافظات تساوت في قيمة متوسط الرواج البحثي لفيروس كورونا على مستوى (٥٢) أسبوعاً في المحافظات التالية:

- (الجيزة- الإسماعيلية- قنا) بقيمة (٣٥).

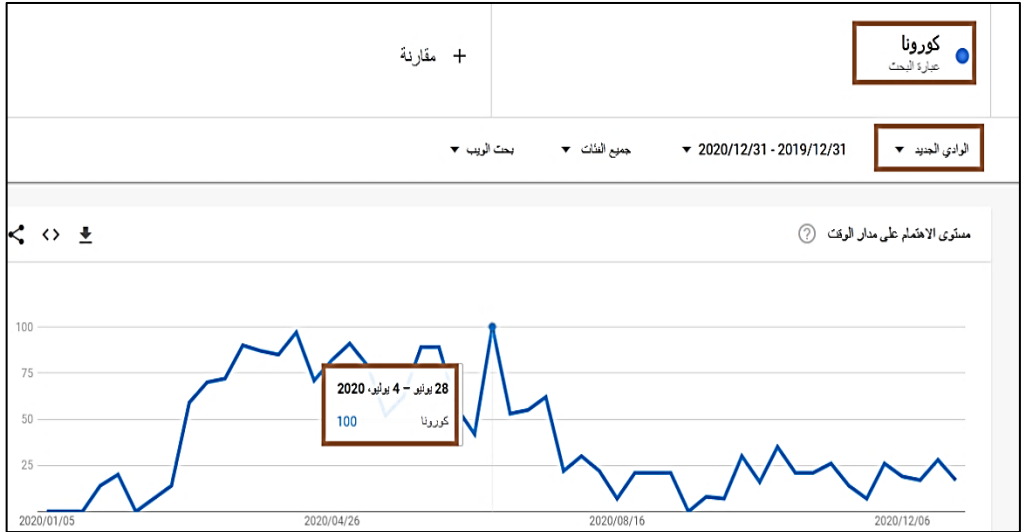
- (سوهاج- البحر الأحمر) بقيمة (٣٤).
- (القاهرة- الشرقية- الأقصر- شمال سيناء- المنيا) بقيمة (٣٣).
- (السويس- دمياط- المنوفية- الفيوم) بقيمة (٣٢).
- (كفر الشيخ- الغربية- الإسكندرية- الدقهلية) بقيمة (٣١).
- (اسيوط- البحيرة- أسوان) بقيمة (٣٠).

وعلى الرغم من اختلاف قيمة متوسط عبارة البحث الرائجة بمحافظة مصر؛ إلا انها قريبة من بعضها، وترى الباحثة أن هذا أمر طبيعي لأن جمهورية مصر العربية بل العالم كله يشهد أزمة انتشار وباء كورونا المستجد، والذي أثر على جميع نواحي الحياة (الإقتصادية- الإجتماعية- الصحية)، وأن هناك حالة من التخبط يواجهها المواطن المصري بسبب انتشار الوباء ونقص المعلومات لديه عن هذا المرض.

وفيما يلي عرض لبيانات المحافظات المصرية الخمس التي حصلت على أعلى نسبة متوسط رواج بحثي لموضوع الدراسة على Google Trends.

١/١/٣/٣ معدل عبارة البحث الرائجة في محافظة الوادي الجديد

من خلال تتبع عبارة البحث الرائجة (كورونا) على Google Trends في محافظة الوادي الجديد نجد أنها قد حصلت على أعلى من ٥٠%، وكانت قيمته كالتالي (١٠٠- ٩٧- ٩١- ٩٠- ٨٩ مرتان- ٨٧- ٨٥- ٨٢- ٧٩- ٧٢- ٧١- ٧٠- ٦٢ مرتان- ٥٩- ٥٦- ٥٥- ٥٣- ٥٢)؛ أما متوسط الرواج البحثي لها فقد بلغ (٣٩%) وهي أقل من ٥٠%، وأن أعلى رواج بحثي لعبارة (كورونا) كان خلال الفترة الزمنية من (٢٨ يونيو-٤ يوليو) لعام ٢٠٢٠، كما هو موضح بالشكل رقم (١٧)

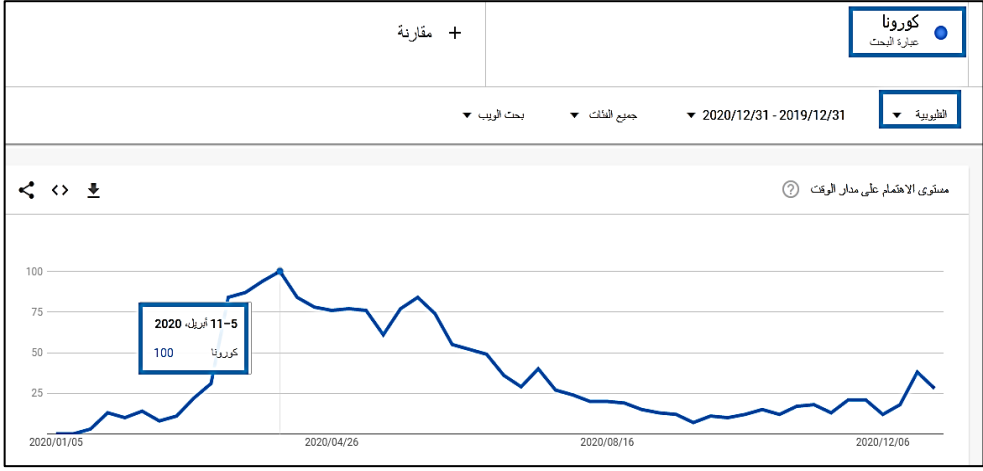


شكل (١٧) الرسم البياني لعبارة البحث في محافظة الوادي الجديد

٢/١/٣/٣ معدل عبارة البحث الرائجة في محافظة القليوبية

من خلال تتبع عبارة البحث الرائجة (كورونا) على Google Trends في محافظة القليوبية نجد أنها قد حصلت على معدل أعلى من ٥٠%، وكانت قيمته كالتالي (١٠٠- ٩٤- ٨٧- ٨٤ مرتان- ٧٨- ٧٧ مرتان- ٧٦- ٧٤- ٧١- ٦١- ٥٥)؛ أما متوسط الرواج البحثي لها فقد بلغ (٣٦%) وهي أقل من ٥٠%، وأن

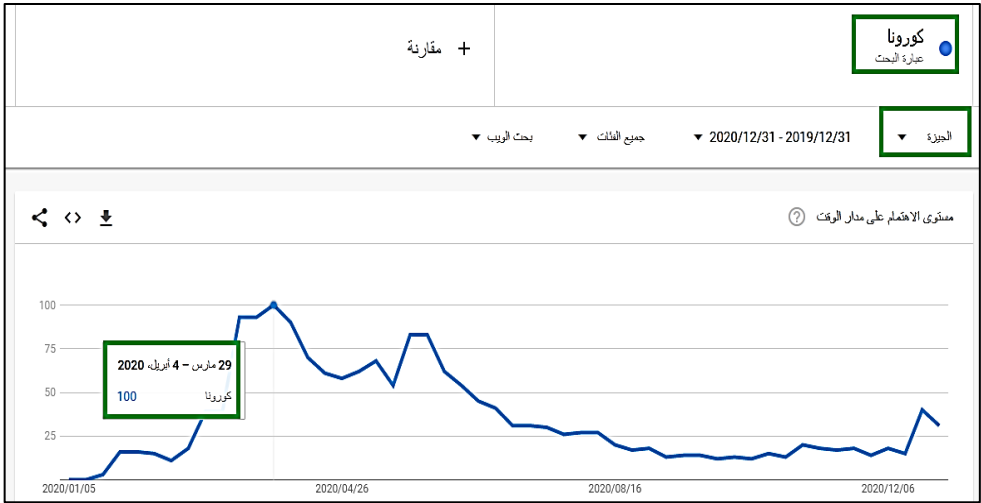
أعلى رواج بحثي لعبارة كورونا كان خلال الفترة الزمنية من (٥-١١ إبريل) لعام ٢٠٢٠م كما هو موضح بالشكل رقم (١٨)



شكل (١٨) الرسم البياني لعبارة البحث في محافظة القليوبية.

٣/١/٣/٣ معدل عبارة البحث الرائجة في محافظة الجيزة

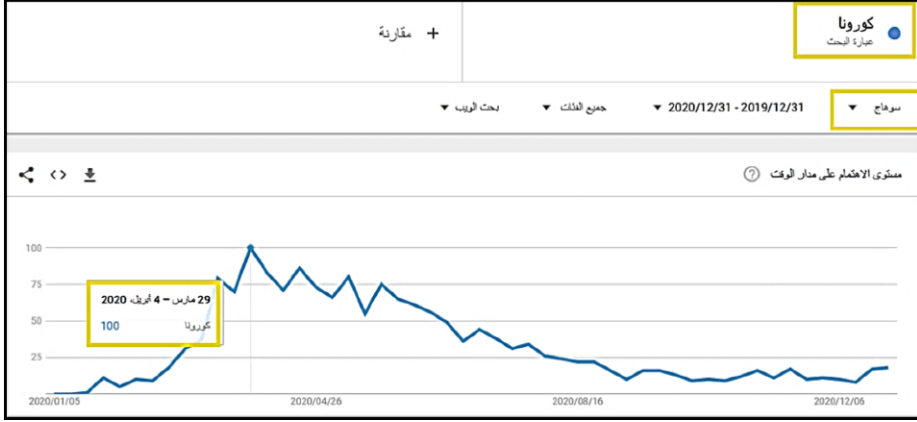
من خلال تتبع عبارة البحث الرائجة (كورونا) على Google Trends في محافظة الجيزة نجد أنها قد حصلت على معدل أعلى من ٥٠%، وكانت قيمته كالتالي (١٠٠-٩٣ مرتان-٩٠-٨٣ مرتان-٧٠-٦٨-٦٢ مرتان-٦١-٥٨-٥٤ مرتان)؛ أما متوسط الرواج البحثي لها فقد بلغ (٣٥%) وهى أقل من ٥٠%، وأن أعلى رواج بحثي لعبارة كورونا كان خلال الفترة الزمنية من (٢٩ مارس-٤ إبريل) لعام ٢٠٢٠، كما هو موضح بالشكل رقم (١٩)



شكل (١٩) الرسم البياني لعبارة البحث في محافظة الجيزة.

٤/١/٣/٣ معدل عبارة البحث الرائجة في محافظة سوهاج

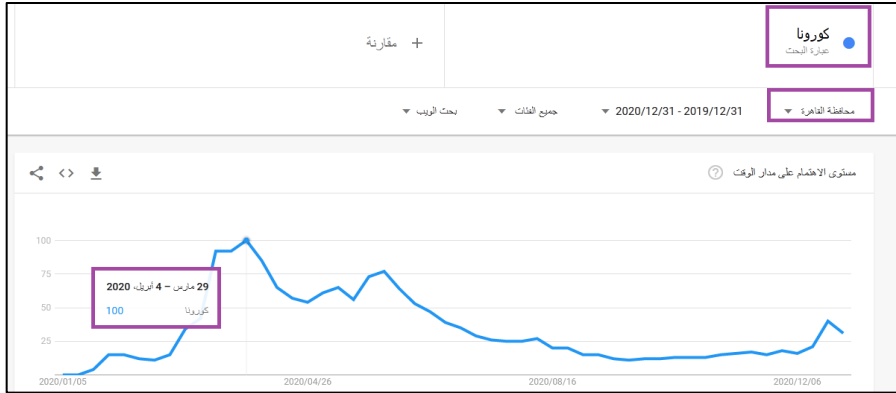
من خلال تتبع عبارة البحث الرائجة (كورونا) على Google Trends في محافظة سوهاج نجد أنها قد حصلت على معدل أعلى من ٥٠%، وكانت قيمته كالتالي (١٠٠-٨٦-٨٣-٨٠-٧٩-٧٥-٧٣-٧١-٧٠-٦٦-٦٥-٦١-٥٦)؛ أما متوسط الرواج البحثي لها فقد بلغ (٣٤%) وهي أقل من ٥٠%، وأن أعلى رواج بحثي لعبارة كورونا كان خلال الفترة الزمنية من (٢٩ مارس-٤ إبريل) لعام ٢٠٢٠، كما هو موضح بالشكل رقم (٢٠)



شكل (٢٠) الرسم البياني لعبارة البحث في محافظة سوهاج.

٥/١/٣/٣ معدل عبارة البحث الرائجة في محافظة القاهرة

من خلال تتبع عبارة البحث الرائجة (كورونا) على Google Trends في محافظة المنوفية نجد أنها قد حصلت على معدل أعلى من ٥٠%، وكانت قيمته كالتالي (١٠٠-٩٢-مرتان-٨٥-٧٧-٧٣-٦٥-مرتان-٦٤-٥٧-٦١-٥٤-٥٣)؛ أما متوسط الرواج البحثي لها فقد بلغ (٣٣%) وهي أقل من ٥٠%، وأن أعلى رواج بحثي لعبارة كورونا كان خلال الفترة الزمنية من (٢٩ مارس-٤ إبريل) لعام ٢٠٢٠، كما هو موضح بالشكل رقم (٢١)



شكل (٢١) الرسم البياني لعبارة البحث في محافظة القاهرة

من خلال التعليق على الرسوم البيانية السابقة (١٥-١٦-١٧-١٨-١٩) تبين أن:

الفترة الزمنية للمحافظات الخمس اللاتي حصلن على أعلى رواج بحثي لعبارة البحث (فيروس كورونا)؛ تراوحت ما بين (نهاية شهر مارس حتى بداية شهر يوليو لعام ٢٠٢٠)، حيث تُمثل هذه الفترة نقطة تحول ومرحلة حاسمة في حياة المصريين؛ مُذ أن تم الإعلان عن أول حالة وفاه في مصر لشخصية أجنبية قادمة من الصين كانت في (٥ مارس لعام ٢٠٢٠)، وأول حالة وفاه لشخصية مصرية كانت في (١٢ مارس لعام ٢٠٢٠)؛ يتبعه قرار رئيس الوزراء في شهر إبريل من نفس العام إعلان حالة الطوارئ؛ نظراً للظروف الصحية التي تمر بها البلاد لمواجهة فيروس كورونا المستجد، فكان لا بد من التعرف على أعراض هذا المرض، وطرق علاجه، وكيفية الوقاية منه عن طريق البحث على محركات البحث وخاصةً بعد الإغلاق الكلي في جميع أنحاء جمهورية مصر العربية.

٤ النتائج والتوصيات

يعد مؤشر عمليات البحث على Google Trends مقياس عادل للتعرف مستوى حركة المرور ومستوى جذب اهتمام الجمهور، ومن خلاله يمكن معرفة نقاط القوة ومواطن الضعف بهذا الموقع، فمعظم الأوقات التي سجلت تردد عالي للبحث عن كورونا؛ كانت أوقات أزمة لانتشار فيروس كورونا، وبناءً على ما سبق فقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج وهي:-

١/٤ النتائج

- أكثر العبارات الراجعة حول موضوع الدراسة هي عبارة (كورونا).
- هناك ترابط قوي بين عبارة (فيروس) و(كورونا) خلال المُدة الزمنية المحددة لأنها البداية الحقيقية لظهور فيروس كورونا في معظم دول العالم.
- تعتبر مؤشرات Google Trends أداة مجانية تخبرنا بما يبحث عنه الأشخاص في الوقت الحالي.
- يمكن استخدام بيانات Google Trends لقياس الإهتمام بالبحث في موضوع معين، وفي مكان معين، وفي وقت معين.
- تشتمل مؤشرات Google Trends على قسم (الإستكشاف، عمليات البحث الراجعة، البحث هذا العام، الإشتراكات).
- عند تتبع مؤشر البحث نجد أن عبارة (كورونا) تبتعد عن عبارة (فيروس)، وقد يرجع ذلك إلى أن المُستخدم بدأ يختزل عبارة البحث الكبير لعبارة (كورونا) بعد معرفته بالمزيد من المعلومات عن هذا الفيروس.
- أن العبارات الأكثر صلة بموضوع الدراسة هي عبارة (كورونا) بنسبة بلغت ١٠٠%.
- احتلت محافظة (الوادي الجديد) المرتبة الأولى في البحث عن (كورونا) بمتوسط قيمته (٣٩)؛ بينما محافظة (جنوب سيناء) احتلت المرتبة الأخيرة بمتوسط قيمته (٢١).
- بداية عمليات البحث كانت تركز على المحافظات التي تعرضت لحالات إصابة كبيره مقارنة بالمحافظات الأخرى.
- خريطة الكلمات المفتاحية المرتبطة بعبارة البحث الأكثر رواجاً بلغت (٧) عبارات أساسية.

- من المتوقع خلال الأيام القادمة أن تزداد عمليات البحث المتعلقة بعلاج أو لقاح لكورونا بعد الأخبار التي روجت إلى وجود أكثر من لقاح.
- من خلال فحص مؤشرات Google Trends تبين أن أكثر مستخدمي محركات البحث؛ يُعدّلون عباراتهم البحثية تدريجياً للوقوف على عبارات البحث الأكثر صلةً بموضوع الدراسة.

٢/٤ توصيات الدراسة

- بناءً على ما توصلت إليه الدراسة من نتائج فقد خرجت الدراسة بالعديد من التوصيات وهي:
- توظيف عبارات البحث الراجعة حول فيروس كورونا لأغراض تنظيم البحوث والمقالات حول هذا الموضوع، وتحسين دقة الإسترجاع.
- على المؤسسات التعليمية أن تستخدم مؤشرات Google Trends في نشر موضوعات توعوية حول فيروس كورونا على مواقعها الرسمية لضمان تحقيق أعلى نسب مشاهدة.
- على وزارة الصحة الإستفادة من خرائط الكلمات المفتاحية التي توصلت إليها الدراسة في تحسين الأخبار والبيانات حول هذا الفيروس.
- استخدام مؤشرات Google Trends في إجراء دراسات مقارنة بين الموضوعات المختلفة.
- توعية الطلاب وأعضاء هيئة التدريس بأهمية مؤشرات Google Trends في العملية التعليمية.

٣/٤ دراسات مُقترحة

- العبارات الراجعة وأهميتها في تنظيم المعرفة الرقمية حول فيروس كورونا المستجد.
- إدارة الأزمات لدول العالم في ظل وباء كورونا العالمي (دراسة مقارنة).
- الوظيفة المعلوماتية والتكيف مع الأزمات.
- وضع آليات لرقمنة البيانات الإحصائية لضمان سهولة وسرعة الوصول إليها وقت الأزمة.
- دور الصفحات الحكومية على الفيس بوك في رفع الوعي الصحي تجاه أزمة انتشار فيروس كورونا المستجد.
- تأثير تفشي جائحة كورونا المستجد على طلاب المراحل التعليميه بأنواعها المختلفة.
- البحث العلمي ما بعد كورونا.

قائمة المصادر

1. <https://www.who.int/ar/news/item/04-09-1441-who-timeline---covid-19> Access at 26-1-2021
٢. مؤتمر صحفي تيدروس أدهانوم جيبريسوس المدير العام لمنظمة الصحة العالمية بتاريخ الاثنين ٢٤ فبراير ٢٠٢٠م، بعد ارتفاع حالات الإصابة في كل من إيران وإيطاليا وكوريا الجنوبية، <https://news.un.org/ar/story/2020/02/1049831>

3. http://www.mohp.gov.eg/?fbclid=IwAR0vTlpmxAkCy809wp5PQckhq8FSE22gbTu8iutjV9GFZEH-_plx_got4-s Access at 26-1-2021
4. <https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>. 19 Access at 26-1-2021
5. محمد عوض العائدي. اعداد وكتابة البحوث والرسائل الجامعية مع دراسة عن مناهج البحث.. ١. القاهرة. شمس المعارف، ٢٠٠٥. ص٦٩.
6. <https://trends.google.com/trends/explore?date=2019-12-31%202020-12-31&geo=EG&q=%D9%81%D9%8A%D8%B1%D9%88%D8%B3%20%D9%83%D9%88%D8%B1%D9%88%D9%86%D8%A7,covid%2019>. Access at 26-1-2021
7. Preis, Tobias, Helen Susannah Moat, and H. Eugene Stanley. "Quantifying trading behavior in financial markets using Google Trends." *Scientific reports* 3 (2013): 1684.
8. Gawlik, Evan, Hardik Kabaria, and Shagandee Kaur. "Predicting tourism trends with Google Insights." Accessed December 1 (2011): 2012
9. Carrière-Swallow, Yan, and Felipe Labbé. "Nowcasting with Google Trends in an emerging market." *Journal of Forecasting* 32.4 (2013): 289-298
10. Coble, David, and Pablo M. Pincheira. "Now-casting building permits with Google trends." Available at SSRN 2910165 (2017).
11. Vaughan, Liwen, and Yue Chen. "Data mining from web search queries: A comparison of google trends and baidu index." *Journal of the Association for Information Science and Technology* 66.1 (2015): 13-22.
<https://asistdl.onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/asi.23201>
١٢. طلال ناظم الزهيري. "فاعلية المواقع الرسمية للجامعات العراقية: دراسة مقارنة بالاعتماد على عبارات البحث الراجعة في محركات البحث ضمن مؤشرات Google Trends". *المجلة العراقية لتكنولوجيا المعلومات* ٨، ٤ (٢٠١٨): ٨٠-٩٥.
<file:///C:/Users/start/AppData/Local/Temp/4-.pdf>
١٣. نورا أحمد عبد الحميد زايد. "ترتيب مواقع الجامعات المصرية باستخدام أسلوب عبارات البحث الراجعة على مؤشر Google Trends". *المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات*. ٢٠٢٠.
14. Vasconcellos-Silva, Paulo Roberto, et al. "Using Google Trends data to study public interest in breast cancer screening in brazil: why not a Pink February?." *JMIR Public Health and Surveillance* 3.2 (2017): e17.
15. Tijerina, Jonathan D., et al. "Celebrity influence affecting public interest in plastic surgery procedures: Google Trends analysis." *Aesthetic plastic surgery* 43.6 (2019): 1669-1680

16. Paguio, Joseph Alexander, et al. "Bladder Cancer and Google Trends: Associations Between US Search Patterns and Disease Outcomes May Show Need for Improved Awareness Strategies." *Journal of Cancer Education* (2020): 1-7
17. Strzelecki, Artur, and Mariia Rizun. "Infodemiological study using google trends on coronavirus epidemic in Wuhan, China." (2020): 139-146. file:///C:/Users/start/AppData/Local/Temp/13531-45393-2-PB.pdf .
18. Husain, Iltifat, et al. "Fluctuation of public interest in COVID-19 in the United States: retrospective analysis of google trends search data." *JMIR public health and surveillance* 6.3 (2020): e19969. <https://publichealth.jmir.org/2020/3/e19969/>
19. Venkatesh, U., and Periyasamy Aravind Gandhi. "Prediction of COVID-19 outbreaks using google trends in India: A retrospective analysis." *Healthcare informatics research* 26.3 (2020): 175-184. file:///C:/Users/start/AppData/Local/Temp/Prediction_of_COVID-19_Outbreaks_Using_Google_Tren.pdf
20. Sousa-Pinto, Bernardo, et al. "Assessment of the Impact of Media Coverage on COVID-19–Related Google Trends Data: Infodemiology Study." *Journal of medical Internet research* 22.8 (2020): e19611 <https://www.jmir.org/2020/8/e19611/>
21. Effenberger, Maria, et al. "Association of the COVID-19 pandemic with internet search volumes: a google trendstm analysis." *International Journal of Infectious Diseases* (2020). file:///C:/Users/start/AppData/Local/Temp/Effenberger_AssociationoftheCOVID-19pandemicwithInternetSearchVolumes-AGoogleTrendsTMAAnalysis.pdf
٢٢. طلال ناظم الزهيري. "جرائط الكلمات المفتاحية في بيئة الإنترنت لأسئلة البحث الأكثر شيوعاً حول فيروس كورونا." *مجلة أريد الدولية لقياسات المعلومات* ١, ١ (اللغة العربية) (٢٠٢٠). <https://portal.arid.my/Publications/5a058ad8-3748-4d39-9cce-0a58fb22e0c3.pdf>
23. Blazquez, Desamparados, and Josep Domenech. "Big Data sources and methods for social and economic analyses." *Technological Forecasting and Social Change* 130 (2018): 99-113
24. Yu, Lean, et al. "Online big data-driven oil consumption forecasting with Google trends." *International Journal of Forecasting* 35.1 (2019): 213-223.
25. Google Trends .<https://www.wordstream.com/google-trends>. Access at 16-1-2021
26. Choi, Hyunyoung, and Hal Varian. "Predicting the present with Google Trends." *Economic record* 88 (2012): 2-9. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1475-4932.2012.00809.x>

27. Google Trends . <https://support.google.com/trends/answer>. Access at 16-1-2021
28. Google Trends. <https://trends.google.com.eg/trends/explore?date=2019-12-31%202020-12-31&geo=EG&q=%D9%81%D9%8A%D8%B1%D9%88%D8%B3%20%D9%83%D9%88%D8%B1%D9%88%D9%86%D8%A7%20%D8%A7%D9%84%D9%8A%D9%88%D9%85>. Access at 16-1-2021
29. Google Trends. <https://trends.google.com.eg/trends/explore?date=2019-12-31%202020-12-31&geo=EG&q=%D9%81%D9%8A%D8%B1%D9%88%D8%B3%20%D9%83%D9%88%D8%B1%D9%88%D9%86%D8%A7%20%D9%81%D9%8A%20%D9%85%D8%B5%D8%B1> Access at 16-1-2020.
30. Google Trends . www.mohip.gov.eg/JobDetails.aspx?job_id=45. Access at 16-1-2021
31. Google Trends. <https://trends.google.com.eg/trends/explore?date=2019-12-31%202020-12-31&geo=EG&q=%D9%81%D9%8A%D8%B1%D9%88%D8%B3%20%D9%83%D9%88%D8%B1%D9%88%D9%86%D8%A7%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AC%D8%AF>. Access at 22-1-2021
32. Google Trends. <https://trends.google.com.eg/trends/explore?date=2019-12-31%202020-12-31&geo=EG&q=%D9%81%D9%8A%D8%B1%D9%88%D8%B3%20%D9%83%D9%88%D8%B1%D9%88%D9%86%D8%A7%20%D9%88%D8%B2%D8%A7%D8%B1%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D8%A9>. Access at 22-1-2021
33. Google Trends . <https://www.haj.gov.sa/>. Access at 16-1-2021
34. <https://www.care.gov.eg/EgyptCare/StaticContent/About.aspx>. Access at 4-2-2021
35. Google Trends. <https://trends.google.com/trends/explore?date=2019-12-29%202020-12-29&geo=EG&q=%D9%81%D9%8A%D8%B1%D9%88%D8%B3%20%D9%83%D9%88%D8%B1%D9%88%D9%86%D8%A7>. Access at 18-1-2021