دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي بمخاطر انتشار فيروس كورونا

" دراسة ميدانية "

د. غادة صقر*

الملخص:

تعتبر جائحة كورونا من أهم الأزمات التي يمر بها العالم والوطن العربي حاليًا حيث إن سرعة انتشار المرض وتحوله سريعة جدًا وإلى الآن لا يزال المرض قيد الدراسة ولم يتم التوصل إلى علاج أكيد، حيث إن اللقاحات تُستخدم للحد من مخاطر الإصابة بالمرض والآثار المترتبة عليه وليس في القضاء عليه، ومن هنا تعاظم دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات بالوعي الصحي بكورونا؛ وتهدف الدراسة إلى التعرف على مدي تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على التوعية الصحية بأزمة فيروس كورونا، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، واعتمدت على أداة الاستبيان، ومن أهم النتائج أن "الفيس بوك" حصل على المرتبة الأولى في وسائل التواصل الاجتماعي لنشر الوعي الصحي؛ ويرجع ذلك لكثرة مستخدمي "الفيس بوك" بنسبة (٣٩.٥٤%) واهتمام مستخدمي "الفيس بوك" بنشر القضايا التي تهم المستخدمين، وسرعة تبادل المعلومات والتفاعل معها.

Summary:

The considered as Corona pandemic is one of the most important crises that the world and the Arab world are currently going through. Whereas the speed of the spread of the disease and its transformation is very fast, and so far, the disease is still being studied No definitive cure has been found. whereas vaccines are used to reduce the risk of contracting the disease and its effects , and not eliminate it. Hence the intension role of social media in disseminating information regarding health awareness of Corona; The study aims to identify the impact of social media on health

* الأستاذ المساعد بقسم الإعلام بكلية التربية النوعية – جامعة دمياط.

awareness of the Corona virus crisis. The study used the descriptive approach, and relied on the questionnaire tool , the most important results is that "Facebook" ranked first in social media To spread health awareness, ; This is due to the large number of Facebook users (39,54%). And the interest of "Facebook" users to publish issues of interest to users, and the speed of information exchange and interaction with them.

مقدمة:

تعد الأزمات والكوارث والأمراض المستوطنة مادة خصبة لوسائل التواصل الاجتماعي، حيث تحظى بتغطية على نطاق واسع، فالأمراض الوبائية لا تقتصر على مجال الصحة العامة والطب السريري فقط، بل هي قضية اجتماعية ، ومسألة أمنية عالمية تُهدد الأمن العالمي، وتُهدد حياة الإنسان واستقراره وأمنه الاقتصادي، ويحفل التاريخ بالكثير من التجارب السابقة للانتشار الواسع للجائحات والأوبئة عبر الدول، والتي يمكن من خلالها أن نعرف أن مثل هذه الصدمات الكبرى تُعطل الأنظمة الاقتصادية والسياسية، وتُغير مجرى العلاقات الدولية؛ فقد ارتبطت الأزمات الناتجة عن الجائحات بتأثيرات سلبية هائلة على صحة واقتصاد وأمن المجتمعات الوطنية والعالمية، ولقد تم تسجيل العديد من حالات تفشي الأمراض والأوبئة الهامة عبر التاريخ، كالطاعون والكوليرا، وأنواع مختلفة من الإنفلونزا، ومؤخرًا سارس وأنفلونزا الطيور، وحاليًا كورونا. (١)

وتعتبر جائحة كورونا من أهم الأزمات التي يمر بها العالم والوطن العربي حاليًا حيث إن سرعة انتشار المرض وتحوله سريعة جدًا وإلى الآن لا يزال المرض قيد الدراسة ولم يتم التوصل إلى علاج أكيد، حيث إن اللقاحات تُستخدم للحد من مخاطر الإصابة بالمرض والآثار المترتبة عليه وليس في القضاء عليه.

ومن هنا يتعاظم الدور الإعلامي خاصة الدور المعلوماتي لوسائل التواصل الاجتماعي بوصفها أهم الوسائل التي يتعرض لها الجمهور في أوقات الأزمات، ولا سيما الأزمات الصحية التي تأخذ الصفة الدولية، وذلك من خلال كثرة الجدل حولها، وتقديم انطباعات وتصورات مختلفة حول طبيعة المرض، والإجراءات التي يجب أن تُتبع لمواجهته والحد من خطورته، وتزيد حاجة الجمهور إلى المعلومات؛ لفهم ومعرفة ما الذي يحدث حوله فتكون تلك المواقع المصدر الأول الذي يلجؤون إليه لاستقاء معلوماتهم بشأن تلك الأزمة، باعتبارها أسهل الوسائل وأيسرها وأسرعها .(٢)

تعد الأوبئة من الخبرات الاجتماعية التي تترك تأثيرات طويلة المدى، وتظل انعكاساتها لسنوات، وقد تساهم في تغيير الملامح الاجتماعية للدول، وخاصة مع زخم التفاعلات التي تصاحب فترة وجود الوباء، وعلى الرغم من أن الأزمة الحالية التي يمر بها العالم تأتي في سياق مغاير تمامًا للأزمات المشابهة التاريخية، حيث تلعب الحلول التكنولوجية عاملًا مركبًا آخر بين نشر الوعي والشائعات وتخفيف حدة "التباعد الاجتماعي" الذي يطبق حاليًا، فإن الفترة القادمة سوف تشهد ظهور تغيرات في السلوكيات، وتوجهات استجابة للتغيرات التي تحدث في الوباء استجابة للوضع الجديد.(٣)

أهمية الوعي الصحي:

يمكن تحديد أهمية الوعي الصحي في النقاط الآتية:(٤)

- تمكن الأفراد من التمتع بنظرة علمية صحيحة تساعدهم في تفسير الظواهر الصحية، وتجعلهم قادرين على البحث عن أسباب الأمراض وعللها بما يمكنهم من تجنبها والوقاية منها.
- أنها رصيد من المعرفة يستفيد منه الإنسان من خلال توظيفه لها وقت الحاجة له في اتخاذ قرارات صحية صائبة إزاء ما يعترضه ويواجهه من مشكلات صحية.
- خلق روح الاعتزاز والتقدير والثقة بالعلم.
- أنه يولد لدى الفرد الرغبة في الاستطلاع، ويغرس فيه حب اكتشاف المزيد منها كونها نشاط غير جامد يتسم بالتطور المتسارع.

علاقة التوعية بالإعلام:

تتحدد علاقة التوعية الصحية بالإعلام في مستويين، وهما: (٥)

أولا: المستوى التعاوني: توظيف الإعلام بهدف تنمية الثقافة الصحية، والتعريف ببرامج الإعلام الصحي الوقائي.

ثانيًا: المستوى الوظيفي: تبني سياسة إعلامية تواصلية تحترم عقيدة المجتمع وثقافته من خلال نشر القيم الصحية بين أفراد المجتمع، ومعرفة الخبر الصادق والإحاطة بالقضايا الصحية.

وسائل التواصل الاجتماعي:

هي مجموعة التقنيات المتاحة على الشبكة العنكبوتية التي يستخدمها الناس بهدف التواصل والتفاعل، ويبقي هذا المفهوم يُطلق على جميع وسائل التواصل الإلكتروني

المتاحة في القرن الحادي والعشرين، ويستعمل بعض الأفراد مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي على نحو واسع؛ وذلك لوصف مختلف أنواع الظواهر الثقافية التي تنطوي على التواصل وليس تقنيات التواصل فقط، ففي كثير من الأحيان يستعمل الأشخاص مصطلح وسائل التواصل الاجتماعية بالحديث عن المحتوى الذي يقدمه المستخدمون سواء بالكتابة، أو النشر، أو المشاركة باستخدام وسائل النشر الإلكتروني، ومن الجدير بالذكر أن غالبية وسائل التواصل الاجتماعية هي إلكترونية ، وتُعطي للمستخدمين القدرة على التواصل والتفاعل مع بعضهم البعض باستخدام أجهزة الحاسوب، والهواتف الذكية، وشبكة الانترنت، و المواقع الاجتماعية الأخرى، مثل: الفيس بوك، وتوتير، بين تربست.[٦]

خصائص وسائل التواصل الاجتماعي:

يمكن تحديد أهم الخصائص التي تُميز وسائل التواصل الاجتماعي: [٧]

- **المشاركة:** تعمل وسائل التواصل الاجتماعي على إزالة الحدود بين الوسيلة الإعلامية والجمهور من خلال تشجيع المستخدمين على المساهمة، وتقديم التغذية الراجعة حول الموضوعات والقضايا المختلفة.
- **الانفتاح:** أزالت وسائل التواصل القيود المرتبطة بالوصول للمحتوى والانفتاح على المشاركة في صورة تصويت، وتعليقات، ومشاركة معلومات.
- **المحادثة:** وهي على عكس وسائل الاتصال التقليدية، حيث تركز وسائل التواصل الاجتماعي على المحادثة والاتصال ثنائي الاتجاه.
- **المجتمع:** تسمح وسائل التواصل الاجتماعي بتفاعل أنواع مختلفة من المجتمعات بسرعة والتواصل بشكل فعال.
- **الاتصال:** تترابط وسائل التواصل الاجتماعي مع بعضها البعض، وتحتوي عادة على روابط للمواقع والمجتمعات الإلكترونية الأخرى.

الآثار المترتبة على اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام:

يمكن تحديد أهم الآثار فيما يلي: [٨]

- **الآثار المعرفية:** حيث تشتمل الآثار المعرفية على اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في كشف الغموض، وتكوين الاتجاهات، وترتيب أولويات الاهتمام، واتساع المعتقدات والقيم.

- **الآثار الوجدانية:** ومن الآثار الوجدانية الناتجة عن الاعتماد على وسائل الإعلام الفتور العاطفي: أي الشعور بالتبلد واللامبالاة تجاه الأحداث، والخوف والقلق من مظاهر العنف التي تعرضها وسائل الإعلام، ورفع الروح المعنوية للمواطنين، أو زيادة شعورهم بالعزلة والاغتراب.
- **الآثار السلوكية:** حيث تنحصر الآثار السلوكية في اعتماد الفرد على وسائل الإعلام في سلوكين أساسيين، وهما: (١) التنشيط: بمعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة تعرضه لوسائل الإعلام. (٢) الخمول: أي عدم النشاط، وتجنب القيام بالفعل.

تنقسم وسائل التواصل الاجتماعي الإلكترونية إلى ثلاثة أنواع رئيسة، وهي : [٩]

- **نوع أساسي:** وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة، مثل: المراسلات الشخصية، ومشاركة الصور، ومشاركة الملفات الصوتية والمرئية، والروابط، والنصوص، والمعلومات بناءً على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة والعمل أو النطاق الجغرافي، مثل: فيس بوك.
- **نوع مرتبط بالعمل:** وهو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية، وهو يربط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات، ويتضمن: ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم، وما قاموا به في سنوات دراستهم، ومَنْ قاموا بالعمل معهم؟، مثل: لينكد إن.
- **نوع يعطي مميزات إضافية:** هناك بعض وسائل التواصل الاجتماعي توفر مميزات أخرى مثل: التدوين المصغر.

أشهر وسائل التواصل الاجتماعي:

تويتر Twitter: هو أحد أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية، يقدم خدمة التدوين المصغر، ويسمح لمستخدميه بإرسال "تغريدات" عن حالتهم أو عن أحداث حياتهم بحد أقصى ١٤٠ حرف للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر، أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة SMS، أو برامج المحادثة الفورية، أو التطبيقات التي يقدمها المطورون، مثل: الفيس بوك، وTwitBird، وTwitterrific، وTwhirl، وTwitterfox، وتظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم، ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي، وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات عن طريق البريد الإلكتروني، وخلاصة الأحداث RSS عن طريق الرسائل النصية القصيرة SMS. [١٠]

الفيس بوك: يعرف موقع الفيس بوك على أنه أحد شبكات التواصل الاجتماعية العالمية التي تتيح للأصدقاء الالتقاء والتواصل عبر صفحاتها الموجودة على الإنترنت، وتسمح لهم بتبادل المعلومات ومتابعة أخر المستجدات، والأخبار السياسية والمناسبات الاجتماعية بالإضافة إلى الميزات الأخرى التفاعلية التي أتاحتها، وتعمل كل يوم على تحديثها وتطويرها كتبادل الصور، ومقاطع الفيديو، وغيرها.(١١)

أسباب إقبال المستخدمين على الفيس بوك:

يمكن تحديد أسباب إقبال المستخدمين على الفيس بوك في النقاط الآتية:(١٢)

العزلة الاجتماعية: نتجت العزلة الاجتماعية بسبب نمط الحياة المعاصرة؛ لأن أفراد الأسرة يعملون خارج المنزل، وفي الوقت نفسه يبحث الأفراد عن شخص يُخبرونه بما يحدث لهم، فوجدوا كل ذلك في الشبكات الاجتماعية.

حرية الرأي: من المعروف أن هذه المواقع تسمح للأشخاص بحرية التعبير عن آرائهم وقضاياهم سواء كان هذا الرأي إيجابيًا أو سلبيًا.

انتشار البطالة أو الرغبة في تحسين الظروف المهنية: تعمل بعض الشبكات الاجتماعية على إتاحة فرصة للحصول على وظيفة مناسبة، أو تساعد في تسهيل إنجاز عمل ما.

الحصول على المعلومات واكتساب خبرة: تُمكن الشبكات الاجتماعية المثقفين خاصة من الحصول على أحدث الاتجاهات الثقافية والتجارية، وقد تكون أكثر تحديثًا للكتب والدوريات.

الدعاية والإعلان: تعد الشبكات الاجتماعية مراكز دعاية وإعلان مؤثرة؛ لأنها تولد لدى الشخص الرغبة المُلِحة لمعرفة ما يتحدث عنه الناس.

اليوتيوب: هو موقع ويب يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية مجانًا، ومشاهدتها عبر البث الحي (بدلًا من التنزيل)، والتعليق عليها، وغير ذلك.(١٣)

الإنستجرام: هو تطبيق مجاني يسمح للمستخدمين بنشر ومشاركة وتبادل الصور، ومقاطع الفيديو مع المتابعين أو مع مجموعة مختارة من الأصدقاء، والتعليق على المشاركات التي ينشرها أصدقاؤهم والإعجاب بها، ويمكن تحميلها على الأجهزة ذات نظام تشغيل آبل، أو نظام تشغيل آندرويد، أو نظام تشغيل ويندوز، كما يمكن لأي شخص يبلغ من العمر ١٣ عامًا أو أكثر إنشاء حساب عن طريق تسجيل عنوان البريد الإلكتروني، وتحديد اسم المستخدم.(١٤)

المدونات: هي صفحات ويب تتمحور حول موضوع أو جانب واحد غالبًا، وتتسم بالتفاعلية واللا تزامنية، حيث تتيح للجمهور التعليق على المنشورات سواء بشكل فورى أو في وقت غير متزامن مع نشر الموضوع، وتعرف بأنها: مواقع إلكترونية مخصصة لكتابة المذكرات الشخصية، ويتم ترتيب الموضوعات المكتوبة حسب تاريخ كتابتها من الأحدث إلى الأقدم، ويقوم بتحريرها أفراد من الجمهور ذوي اهتمامات متباينة، ويمكن لأي فرد أن يمتلك مدونة خاصة به. (١٥)

مشكلة الدراسة:

انطلاقا من الوضع الذي يعيشه العالم الآن من مخاوف بسبب انتشار فيروس كورونا وتهديده للبشرية بأسرها ، ومع زيادة أعداد المصابين والوفيات بفيروس كورونا ، وحرص الدولة على الصحة العامة للشعب المصري واتخاذها كافة الإجراءات الاحترازية التي تحفظ البلاد والشعب والتي كان من ضمنها ما تسبب في الإضرار بالاقتصاد المصري، ونتيجة لذلك تزايد اهتمام وسائل الإعلام التقليدية والحديثة بنشر الوعي الصحي لتخطي أزمة كورونا والتخفيف من حدة انتشار المرض حفاظًا على مقدرات البلاد وشعبها، ومن هنا تعاظم دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات بالوعي الصحي بكورونا، وترجع أهمية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في سرعتها في نشر المعلومات وأيضًا القدرة على تحديد مدي استجابة الجمهور للموضوعات المنشورة عليها.

أهداف الدراسة:

- التعرف على مدي تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على التوعية الصحية بأزمة فيروس كورونا.
- التعرف على حجم اهتمام وسائل التواصل الاجتماعي بالتوعية الصحية بفيروس كورونا.
- تحديد الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بفيروس كورونا.

الأهمية العلمية للدراسة: أكدت الكثير من الدراسات على دور وسائل التواصل الاجتماعي في قدرتها على نشر المعلومات بسرعة، مما يدعوا إلى الاهتمام بدورها في نشر الوعي الصحي أثناء أزمة فيروس كورونا.

الأهمية التطبيقية: يمكن الاستفادة من نتائج الدراسة في التعرف على أهم وسائل التواصل الاجتماعي التي يمكنها دعم ونشر معلومات توعوية تهدف إلى احتواء أزمة فيروس كورونا والتقليل من حدة مخاطرها.

الدراسات السابقة:

١- **دراسة (السروجي : ٢٠٢١)[١٦] بعنوان: " العوامل المؤثرة على تبني العملاء لخدمات مواقع التواصل الاجتماعي : دراسة تطبيقية على عملاء موقع اليوتيوب بجمهورية مصر العربية "** هدفت الدراسة إلى : التعرف على طبيعة علاقة الارتباط بين العوامل المستقلة الستة هي: (الأمان المُدرك، سهولة الاستخدام المُدركة، التفاعل المُدرك، الثقة المُدركة، الجودة المُدركة للمعلومات، المتعة المُدركة) وبين تبنى العملاء لخدمات موقع اليوتيوب بجمهورية مصر العربية، وقياس تأثير العوامل المستقلة الستة: (الأمان المُدرك، سهولة الاستخدام المُدركة، التفاعل المُدرك، الثقة المُدركة، الجودة المُدركة للمعلومات، المتعة المُدركة) على تبنى العملاء لخدمات موقع اليوتيوب في جمهورية مصر العربية، وتحديد الاختلاف، وتوصلت الدراسة إلى: ضرورة التركيز على عاملي: "المنفعة، والترويج" من أجل زيادة مستوى تبني العملاء لخدمات مواقع التواصل الاجتماعي، وضرورة مراعاة عامل الجودة، الذي يشمل سرعة خدمات مواقع التواصل الاجتماعي، والأمان في استخدام خدمات مواقع التواصل الاجتماعي، والحصول على معلومات دقيقة، والاهتمام به؛ لرفع مستوى تبني العملاء لخدمات مواقع التواصل الاجتماعي.

٢- **دراسة (Abbas, J., Wang, D., Su, Z., & Ziapour, A. :2021)[١٧] بعنوان " دور وسائل التواصل الاجتماعي أثناء ظهور فيروس كورونا : إدارة الأزمات وتحديات الصحة النفسية والآثار المترتبة عليها "** هدفت الدراسة إلي: التعرف على كيف يمكن أن يساعد تثقيف الأشخاص من خلال منصات التواصل الاجتماعي في تقليل عواقب الصحة العقلية لإدارة الأزمة الصحية العالمية الناتجة عن فيروس كورونا، واستخدمت المنهج التحليلي ، وتوصلت الدراسة إلى استكشاف الآثار الضارة لفيروس كورونا على الصحة العامة العالمية وأكدت على الدور الذي لا غنى عنه لوسائل التواصل الاجتماعي؛ لتوفير المعلومات الصحيحة في الأزمة الصحية لفيروس كورونا .

٣- دراسة (**Su, Z., McDonnell, D., Wen, J., Kozak:2021**): [١٨]"بعنوان آثار التغطية الإعلامية لفيروس كورونا على الصحة النفسية: الحاجة إلى ممارسات فعالة للاتصال في الأزمات " هدفت الدراسة إلى: التعرف على الطرق التي تستخدمها وسائل الإعلام القديمة في الإبلاغ عن فيروس كورونا، وكيف يمكن أن تؤدي المعلومات المعروضة على وسائل التواصل الاجتماعي إلى إظهار مخاوف تتعلق بالصحة العقلية، وتوصلت الدراسة إلي أنه يجب على

منظمات الصحية الإقليمية والوطنية والدولية والوكالات الحكومية أن تستمر في تغطية الإعلام حول فيروس كورونا، والتأكيد على مساعدة الأشخاص من خلال الموارد المتاحة أثناء انتشار الوباء.

٤- **دراسة (عقل: ٢٠٢٠)[١٩] بعنوان: " التماس المعلومات الصحية حول فيروس كورونا المستجد وعلاقته بمستوى إدراك المخاطر لدى المرأة المصرية"** هدفت الدراسة إلى: التعرف على العلاقة بين سلوك التماس المعلومات الصحية لدى المرأة المصرية مع انتشار وباء كورونا ومستوى إدراكها للمخاطر المحيطة، حيث طبقت صحيفة الاستبانة على عينة قوامها ٤٥٠ مفردةً، وتوصلت النتائج إلى أن النسبة الأكبر من النساء محل الدراسة أبدت سلوكًا متناميًا في التماس المعلومات، كما أن الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية، وصفحة مجلس الوزراء المصري على الفيس بوك كانتا من أكثر المصادر المعلوماتية محلًا للمتابعة حول أخبار فيروس كورونا، وكانت الإجراءات الوقائية لمواجهة الفيروس أكثر المعلومات التي تسعى لمعرفتها، كما وجدت الدراسة أن النساء قد أبدين شعورًا مرتفعًا بإدراك المخاطر التي قد تواجهم جراء انتشار الفيروس.

٥- **دراسة (عبد الحافظ : ٢٠٢٠)[٢٠] بعنوان: "الجمهور المصري نحو معالجة وسائل الإعلام الجديدة لجائحة فيروس كورونا المستجد "** هدفت الدراسة إلى: رصد وتحليل وتفسير اتجاهات الجمهور المصري نحو المعالجة الإعلامية لجائحة فيروس كورونا، وتقييمه لقرارات مكافحة فيروس كورونا ، واعتمدت الدراسة على: منهج المسح الإعلامي، وأداة الاستبانة لجمع المعلومات ، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: جاء موقع اليوم السابع من أهم المواقع الإخبارية التي تحرص عينة الدراسة على متابعتها على الفيس بوك، وتُوصي الدراسة باستخدام أساليب معالجة ذات طابع تفسيري تحليلي واستقصائي حواري قادر على تقديم رؤية متكاملة ومتوازنة لأزمة فيروس كورونا.

٦- **دراسة (بريك: ٢٠٢٠)[٢١] بعنوان:" دور صحافة الهاتف المحمول في توعية الجمهور السعودي بتطورات أزمة جائحة كورونا، دراسة ميدانية"**، واستهدفت الدراسة رصد دور صحافة الهاتف المحمول في توعية الجمهور السعودي بتطورات أزمة جائحة كورونا، وذلك من خلال التعرف على أنماط ومعدل استخدام الجمهور السعودي لصحافة الهاتف المحمول، والدوافع والإشباعات المتحققة، وأشكال صحافة الهاتف المحمول، وأهم الموضوعات المتعلقة بأزمة كورونا التي يحرص الجمهور على متابعتها، ومدى ثقتهم فيها، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي ودراسة العلاقات المتبادلة ، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع معدل اعتماد

الجمهور السعودي على صحافة الهاتف المحمول في متابعة جائحة فيروس كورونا المستجد، وجاءت تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة أنواع صحافة الهاتف المحمول التي يحرص الجمهور السعودي على متابعتها، ويليها التطبيقات الصوتية والمرئية، ثم تطبيقات الأخبار.

٧- **دراسة (أحمد:٢٠٢٠)[٢٢] بعنوان:" دور برامج الواقع الاجتماعي في تعزيز القيم الإنسانية لدى الشباب المصري: دراسة تطبيقية مقارنة بين الفضائيات والمنصات الرقمية"** التي هدفت إلى: التعرف على دور برامج الواقع الاجتماعي في تعزيز القيم الإنسانية لدى الشباب المصري، وكذلك التعرف على نوعية القيم المعروضة وتأثيرها، والتعرف على الفروق بين المنصات الرقمية والفضائيات في أنماط العرض والمُشاهدة ومدى تأثير كلاً منهم على الجمهور المتلقي، كما اعتمدت الدراسة على "منهج المسح، والمنهج المقارن"، وتوصلت الدراسة إلى: - استحواذ القيم الإيجابية على برامج الواقع الاجتماعي بالفضائيات والمنصات الرقمية - عدم وجود تدخل من جانب إدارة البرامج في سير الأحداث مما يؤكد على واقعية هذه البرامج.- أهم الخصائص التي يتميز بها برامج الواقع الاجتماعي هي خاصية الواقعية، حيث يشارك في هذا النوع من البرامج أشخاص حقيقيون دون معرفتهم أنهم محط أنظار الكاميرات.

٨- دراس**(singh:2020)** [٢٣] **بعنوان: " نظرة أولية على نشر المعلومات والشائعات بين الجمهور على Twitter فيما يتعلق بفيروس كورونا "**، حيث هدفت الدراسة إلى: التعرف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي twitter في نشر الوعي بين الجماهير فيما يتعلق بفيروس كورونا، و حجم المناقشات التي تحدث على twitter فيما يتعلق بأزمة كورونا ، واعتمد الباحث في دراسته على منهج المسح، حيث قام بالاستعانة باستمارة تحليل المضمون لتحليل عينة قوامها (٦٤٤٨٧) تغريدة، بالإضافة إلى استخدام استمارة الاستقصاء للحصول على بيانات من (٣٥٠) من الجمهور في مدينة نيويورك بالولايات المتحدة الأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى: أنه من خلال تحليل مضمون ٣٦,٣٥٢ تغريدة صحيحة تم نشرها، بالإضافة إلى ١,١٣٥ تغريدة مضللة ولا تستند على الحقائق في تقديمها للمعلومات.

٩- **دراسة(chen : 2020)** [٢٤] **بعنوان: "فتح الصندوق الأسود: كيفية تعزيز مشاركة المواطنين من خلال وسائل التواصل الاجتماعي الحكومية أثناء أزمة فيروس"(covid -19)** وهدفت الدراسة إلى: الكشف عن دور وسائل التواصل الاجتماعي، وأهمية استخدامها في خطط الاتصال المختلفة للدولة أثناء مواجهتها

لفيروس كورونا، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: أهمية الحملات الإعلامية التي اتبعتها الحكومات في العديد من الدول، كما أوضحت الدراسة أنه من بين الاستراتيجيات التي تستخدمها الدول في محاولة دمج المجتمع في مواجهة فيروس كورونا COVID – ١٩ هي محاولة استخدام وسائل التواصل القريبة والمتاحة لدى الجمهور والمتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تعتبر من أكثر الوسائل استخدامًا بين جميع شعوب العالم، وبذلك تضمن الحكومات التواصل المستمر مع الجماهير، وإمدادهم بتطور الفيروس والوضع الصحي العام في الدولة.

١٠- **دراسة (Nquyen: 2020)[٢٥] بعنوان: "التخصيص مقابل إضفاء الطابع الشخصي وتأثيرات المعلومات الصحية الرقمية على نتائج معالجة المعلومات"**يتم نقل المعلومات الصحية بشكل متزايد إلى المرضى بتنسيقات رقمية، مثل: مواقع الويب الصحية، وبوابات المرضى، والسجلات الصحية الإلكترونية ؛ لكي يتمكن الأشخاص من معالجة المعلومات بشكل فعال، ويجب تقديم المعلومات بتنسيق مناسب، وتبحث هذه الدراسة في فعالية الاستراتيجيات المختلفة؛ لتكييف طريقة العرض (أي استخدام التنسيقات النصية، والمرئية، والسمعية ، والبصرية) على نتائج معالجة المعلومات بين الجماهير المختلفة (على سبيل المثال: المتعلمون الصحيون الأقل مقابل الأعلى، والأصغر سنًا [٢٥ -٤٥ سنة] مقابل كبار السن [٦٥ سنة]) في تجربة عبر الإنترنت، شاهد المشاركون إما موقعًا متخصصًا أو غير متخصص (غير متطابق) بناءً على التفضيلات الفردية لوضع العرض التقديمي، قام بتحليل ٣ (حالة) × ٢ (مستوى محو الأمية الصحية) × ٢ (الفئة العمرية) بين تصميم الموضوعات، ودراسة التأثيرات على: الوقت المستغرق على الإنترنت، والانتباه، والأهمية المتصورة، ومشاركة موقع الويب، ورضا الموقع، واسترجاع المعلومات نتائج (N = ٤٩٠) وتصميم الوضع من خلال التخصيص، ويكون أكثر فاعلية من عدم وجود خياطة، بناءً على متغير النتيجة أي: (الانتباه، ورضا موقع الويب، واسترجاع المعلومات)، أو مستوى محو الأمية الصحية، والفئة العمرية، وتظهر استراتيجيات التصميم المختلفة تأثيرات مختلفة، كما يجب على مصممي المعلومات الصحية الرقمية التفكير بشكل استراتيجي في استخدام أوضاع المعلومات الشخصية أو جعل الأشخاص يقومون بتخصيص مواد المعلومات الخاصة بهم.

١١- دراسة **(Al-Dmour, H., Masa'deh, P. R., Salman : 2020):**[٢٦] بعنوان " تأثير منصات التواصل الاجتماعي على حماية الصحة العامة من فيروس

كورونا (COVID-١٩) من خلال التأثيرات الوسيطة للتوعية بالصحة العامة والتغيير السلوكي: نموذج متكامل" هدفت الدراسة إلى: فحص تأثير منصات وسائل التواصل الاجتماعي على حماية الصحة العامة من فيروس كورونا من خلال التوعية بالصحة العامة والتغيرات السلوكية للصحة العامة كعوامل وسيطة في الأردن ، استخدام المنهج الكمي، وتوصلت إلى أن استخدام منصات وسائل التواصل الاجتماعي كان له تأثيرًا إيجابيًا كبيرًا على حماية الصحة العامة من فيروس كورونا من خلال اعتباره وباء، كما أن الوعي بالصحة العامة والتغيرات السلوكية للصحة العامة بمثابة وسطاء جزئيين في هذه العلاقة؛ لذلك ، يجب عند وضع أي خطة استراتيجية لتعزيز الصحة في فهم أفضل الآثار المترتبة على استخدام تدخلات وسائل التواصل الاجتماعي في حماية الصحة العامة من فيروس كورونا مع أخذ في الاعتبار أن الوعي الصحي العام والتغيرات السلوكية يعتبران كوسيط.

١٢- **دراسة (Jiang, S., & Street, R. L.: 2016)[٢٧]: بعنوان "سُبل ربط المعلومات الصحية عبر الإنترنت التي تسعى إلى تحسين الصحة: دراسة وساطة معتدلة"** هدفت الدراسة إلى: التعرف على التماس الصينيين للمعلومات الصحية عبر شبكة الإنترنت ودوره في تحسين الحالة الصحية لديهم، استخدمت منهج المسح وأداة الاستبانة التي طبقت علي عينة عمدية قوامها ٤٢٣ مفردة من مستخدمي الإنترنت، وتوصلت إلى أن البحث عن المعلومات الصحية عبر شبكة الإنترنت من شأنه أن يعزز الكفاءة الذاتية للتعامل مع الأمراض، وقد تم الاعتراف بالإنترنت كوسيلة من شأنها أن تحسن الحالة الصحية للأفراد من خلال توفير كمية كبيرة من المعلومات الصحية والدعم الاجتماعي والموارد الصحية، وقد أفادت أن حوالي ٣٣,٢% من الصينيين البالغين استخدموا الإنترنت لأغراض صحية؛ وذلك نظرًا لصعوبة المواعيد مع الطبيب المختص وقصر مدة التشاور.

التعليق على الدراسات وأوجه الإفادة منها:

بعد استعراض الدراسات السابقة يتضح الآتي:

١- قلة الدراسات التي تناولت دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات الصحية بفيروس كورونا.

٢- ركزت بعض الدراسات على كيفية معالجة وسائل الإعلام عامة لأزمة كورونا، وتأثيرها على الجمهور، مثل دراسة: (عبد الحافظ: ٢٠٢٠).

٣- استفادت هذه الدراسة من بعض الدراسات السابقة التي أوضحت أهمية التوعية الصحية بفيروس كورونا، وتأثير الإعلام على عملية نشر المعلومات عن أزمة فيروس كورونا.

مصطلحات الدراسة:

وسائل التواصل الاجتماعي: هي تطبيقات تعتمد على الويب، وتوفر هذه التطبيقات سرعة التواصل والتفاعل بين المستخدمين عن طريق استخدام الرسائل: المكتوبة، أو الصوتية، أو المرئية، وتتيح إمكانية مشاركة الأفكار والآراء والأخبار والمقترحات بين المستخدمين.(٢٨)

التوعية الصحية: وتعرف بأنها "مستوى تحصيل ومعالجة، وفهم المعلومات والخدمات الصحية الأساسية؛ لاتخاذ قرارات صحية مناسبة، والقدرة على قراءة المعلومات الصحية وفهمها وتنفيذها".(٢٩)

الإطار النظري

نظرية التماس المعلومات Information Seeking :

التماس المعلومات عملية تعرف بأنها تلك العملية التي يقوم من خلالها الفرد ببذل جهد متعمد للتغيير من حالته المعرفية من خلال بذل المزيد من الجهد والوقت لتوفير معرفته بموضوع ما، وقد تتم عملية التماس المعلومات من خلال الانضمام لمجموعة، وفي هذه الحالة يساعد أفراد المجموعة على الإفادة من خبرات بعضهم البعض والتعاون فيما يتعلق باكتساب المعلومات، وتتأثر عملية التماس المعلومات بالعديد من العوامل على المستويين الفردي والجمعي، ويشتمل المستوى الفردي على الاتجاهات والمركز الاجتماعي والعوامل الديموغرافية ، بينما يشتمل المستوى الجمعي على نمط الاتصال والانفتاح على المجموعة وتأثير السياق على سلوك الفرد في عملية الالتماس.(٣٠)

كما أوضح "هايد جارد" أن عملية التماس المعلومات تشتمل على ستة مراحل، وهي:(٣١)

الشروع أو البدء: ويمثل مرحلة تحديد الهدف من التماس المعلومات.

الاختيار: ويمثل المرحلة التي يقوم فيها المشاركون بمناقشة كيفية تقسيمهم لعملية التماس المعلومات، ثم الشروع بالبحث والالتماس.

الاستكشاف: ويتم التخطيط على عدد من أسئلة التي يستخدمها فريق ما.

الصياغة: وهي المرحلة التي يتم فيها بلورة طريقة البحث عن المعلومات.

الجمع: وهي مرحلة تجميع المعلومات التي يتم الحصول عليها من عملية البحث.

التقديم أو العرض: وتتمثل في الاستجابة التي يقوم الأفراد بها بعد تعرضهم للمعلومات التي تم جمعها.

نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال:

إن نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال تفترض أن درجة اعتماد الأفراد على المعلومات التي تنقلها وسائل الاتصال في المجتمع الحديث، وتأتى من كون هذه الوسائل أصبحت جزءًا أساسيًا في حياتهم ولا يمكن الاستغناء عنها، ومما سبق يتضح أن هذه الدرجة من الاعتماد تعد متغيرًا أساسيا لفهم متى ولماذا تبدل وسائل الاتصال معتقدات ومشاعر وسلوك الأفراد. (٣٢)

وأوضح "شيفجر" مقياس تفسير مصداقية وسائل الإعلام من خلال ستة مستويات مختلفة يمكن عرضها على النحو التالي:(٣٣)

- **القائم بالاتصال:** حيث يقوم الجمهور بتقييم القائم بالاتصال ومصداقيته.
- **مصدر الحدث:** وهو المصدر الذي استقى منه القائم بالاتصال معلوماته، مثل: شهود عيان، أو وكالات أنباء، أو تصريحات مسئولين.
- **مستوى الموضوع:** مثل: الباب المنشور به الموضوع على موقع الإنترنت، أو وحدة البرنامج التليفزيوني، أو الفقرة الإخبارية.
- **مستوى الوسيلة ذاتها:** ويقصد به الثقة في المحطة الإعلامية التي تقدم المعلومات.
- **المستوى الخاص بالتمويل ونمط الملكية:** بما يؤثر على توجهات التغطية الخاصة بتلك الوسيلة.
- **نوع الوسيلة:** وهو إدراك مصداقية المواقع الإخبارية، أو الصحيفة، أو التليفزيون، أو الإنترنت.

الإطار المنهجي للدراسة:

تساؤلات الدراسة:

١- ما مدي تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على التوعية الصحية بأزمة فيروس كورونا؟

٢- ما حجم اهتمام وسائل التواصل الاجتماعي بالتوعية الصحية بفيروس كورونا؟

٣- ما الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية بفيروس كورونا؟

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث تستهدف الدراسات الوصفية جمع الحقائق والبيانات عن ظاهرة معينة مع محاولة تفسير هذه الحقائق، بل تتجه إلى تصنيف البيانات والحقائق وتحليلها تحليلا دقيقا كافيًا، ثم الوصول إلى تعميمات بشأن الظاهرة موضوع الدراسة، وبالتالي تقوم هذه الدراسة برصد دور وسائل التواصل الاجتماعي، والتعرف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي بمخاطر انتشار فيروس كورونا.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وذلك بالتطبيق على عينة الجمهور المصري كمنهج أساسي في جمع وتحليل كافة البيانات والمعلومات من قبل المبحوثين.

أداة الدراسة:

اعتمدت الدراسة في جمع البيانات على أداة الاستقصاء الإلكتروني Questionnaire-E باعتباره شكلًا من أشكال التصميم المنهجي الذي يتفق مع المستحدثات الرقمية، وذلك من خلال الاستبانة الرقمية التي يقدمها موقع Drive Google.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في أفراد المجتمع المصري من الذكور والإناث، والأعمار المختلفة، والمؤهلات العلمية المتعددة، وقد قامت الباحثة بتوزيع الاستبانة بطريقة العينة المتاحة؛ لأن المسح الإلكتروني لا يتيح آلية لسحب عينة عشوائية من مفردات عينة الدراسة، وقد بلغ حجم العينة ١٥٣ فردًا قابلة للتحليل، ومن خلال تصميم مسح إلكتروني Survey Online على موقع Drive Google وتوزيع رابط الاستبانة عبر البريد الإلكتروني، وموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، ومجموعات الواتساب، والتليجرام.

صدق وثبات الاستبيان:

صدق الاستبيان:

وللتحقق من الصدق الظاهري للاستمارة تم عرضها على مجموعة من المحكمين[34] في مجال الإعلام، وتم تعديل الاستمارة وفقًا لما أبدوه من ملاحظات.

- **الصدق المقياس (الاتساق الداخلي):**

تم حساب الصدق الاتساق الداخلي للمقياس وذلك عن طريق حساب معامل الارتباط بين درجة كل محور مع الدرجة الكلية للمقياس، فجاءت قيم معاملات الارتباط الناتجة دالة عند مستوى ٠,٠١ – ٠,٠٥ مما يشير إلى اتساق المحور الفرعية وصدق محتواها في قياس ما وضعت لقياسه.

جدول (١)

معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور والدرجة الكلية للاستبانة

المحاور		رقم العبارة	معامل الارتباط مع الدرجة الكلية للمحور	معامل الارتباط مع الدرجة الكلية للاستبانة
المحور الأول: آراء المبحوثين حول مدي معرفة بروتوكولات العلاج وأماكن العزل.		1		0.910 **
المحور الثاني: آراء المبحوثين حول مدي المتابعة لوسائل التواصل الاجتماعي التي تقوم بالتوعية الصحية بفيروس كورونا من حيث بدايات المرض والأسباب والأعراض وتداعيات الفيروس	بدايات المرض	2	0.888**	0.941**
	الأسباب والاعراض	3	0.673**	0.456*
	تداعيات فيروس كورونا	4	0.888**	0.891**
المحور الثالث: آراء المبحوثين حول مدي المتابعة لوسائل التواصل الاجتماعي التي تقوم بالتوعية الصحية بفيروس كورونا من حيث الوضع الدولي والمحلي	الوضع الدولي	5	0.739**	0.939**
	الوضع المحلي	6	0.694**	0.409*
المحور الرابع: آراء المبحوثين حول مدي المتابعة لوسائل التواصل الاجتماعي التي تقوم بالتوعية الصحية بفيروس كورونا من حيث الموجه الأولى والثانية والثالثة	الموجه الأولى	7	0.895**	0.939**
	الموجه الثانية	8	0.693**	0.443*
	الموجه الثالثة	9	0.855**	0.824**
المحور الخامس: آراء المبحوثين حول مدي الاهتمام الآن بالبحث عن المعلومات الخاصة بالتوعية الصحية بفيروس كورونا		10		0.913 **

جدول (٢)

يوضح معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور والدرجة الكلية لاستبانة.

المحاور	معامل الارتباط للدرجة الكلية للمحور مع الدرجة الكلية للاستبانة
المحور الأول: آراء المبحوثين حول مدي معرفة بروتوكولات العلاج وأماكن العزل.	0.910**
المحور الثاني: آراء المبحوثين حول مدي المتابعة لوسائل التواصل الاجتماعي التي تقوم بالتوعية الصحية بفيروس كورونا من حيث بدايات المرض والأسباب والأعراض وتداعيات الفيروس	0.935**
المحور الثالث: آراء المبحوثين حول مدي المتابعة لوسائل التواصل الاجتماعي التي تقوم بالتوعية الصحية بفيروس كورونا من حيث الوضع الدولي والمحلي	0.817**
المحور الرابع: آراء المبحوثين حول مدي المتابعة لوسائل التواصل الاجتماعي التي تقوم بالتوعية الصحية بفيروس كورونا من حيث الموجه الأولى والثانية والثالثة	0.824**
المحور الخامس: آراء المبحوثين حول مدي الاهتمام الآن بالبحث عن المعلومات الخاصة بالتوعية الصحية بفيروس كورونا	0.913**

- **ثبات الاستبيان:**

تم إجراء اختبار الثبات لاستمارة الاستبيان عن طريق إعادة تطبيق الاستمارة **Retest** عبر فترة زمنية من إجاباتهم عليها، وذلك على عينة التقنين وقوامها ٢٠ مفردة، وذلك بعد مرور خمسة عشر يومًا من التطبيق الأول للاستمارة، وقد اعتمدت الباحثة في حساب ثبات نتائج الاستبيان على حساب نسبة الاتفاق بين إجابات المبحوثين في التطبيق الأول والثاني وكانت قيمة معامل الثبات ٠,٨٨٩، وهو معامل ثبات مرتفع يدل على عدم وجود اختلاف كبير في إجابات المبحوثين، كما يدل على صلاحية الاستبيان للتطبيق.

جدول (٣): يوضح معاملات الثبات

المحاور	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
المحور الأول: آراء المبحوثين حول مدي معرفة بروتوكولات العلاج وأماكن العزل.	1	
المحور الثاني: آراء المبحوثين حول مدي المتابعة لوسائل التواصل الاجتماعي التي تقوم بالتوعية الصحية بفيروس كورونا من حيث بدايات المرض والأسباب والأعراض وتداعيات الفيروس	3	0.750
المحور الثالث: آراء المبحوثين حول مدي المتابعة لوسائل التواصل الاجتماعي التي تقوم بالتوعية الصحية بفيروس كورونا من حيث الوضع الدولي والمحلي	2	0.054
المحور الرابع: آراء المبحوثين حول مدي المتابعة لوسائل التواصل الاجتماعي التي تقوم بالتوعية الصحية بفيروس كورونا من حيث الموجه الأولى والثانية والثالثة	3	0.627
المحور الخامس: آراء المبحوثين حول مدي الاهتمام الآن بالبحث عن المعلومات الخاصة بالتوعية الصحية بفيروس كورونا	1	
الاستبانة ككل	10	0.889

المعالجة الإحصائية للبيانات:

اعتمدت الدراسة في عمليات التحليل الإحصائي على برنامج SPSS V.١٧ حيث تم إدخال البيانات على الكمبيوتر، وتمت المعالجة الإحصائية لهذه البيانات عبر تطبيق العديد من المعاملات الإحصائية، وقد تنوعت المتغيرات بين متغيرات اسمية Nominal، وترتيبية Ordinal ، وترتيبية Scale ، وبناءً على ذلك فقد قامت الدراسة بتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير على النحو التالي:

- **المقاييس الوصفية، وتشمل:** الجداول، والتوزيعات التكرارية، ومتوسط الوزن المرجح.
- **أسلوب التحليل الكيفي:** وذلك لأهميته في تفسير النتائج الكمية التي أسفر عنها التطبيق الميداني.

النتائج العامة للدراسة:

١- خصائص عينة الدراسة:

جدول (٤) يوضح خصائص عينة الدراسة التعليم والسن والوظيفة والنوع

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية	الترتيب
النوع			
ذكر	**75**	**49%**	2
انثي	**78**	**51%**	1
السن			
أقل من ٢٠ سنة	9	5,9%	4
من ٢٠ سنة لأقل من ٣٠سنة	30	19,6%	3
من ٣٠ سنة لأقل من ٥٠ سنة	69	45,1%	1
من ٥٠ فأكثر	45	29,4%	2
التعليم			
أقل من المتوسط	12	7,8%	3
متوسط	3	2%	4
جامعي	57	37,3%	2
فوق الجامعي (دراسات عليا)	81	52,9%	1
الوظيفة			
طالب	15	9,8%	2
يعمل	129	84,3%	1
لا يعمل	3	5,9%	3
إجمالي العينة	**153**	**100%**	

يتضح من النتائج أن النسبة الأكبر لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي وتتبعهم لمنشورات وأخبار التوعية الصحية بفيروس كورونا من الإناث بنسبة (٥١%)

وهذا يتفق مع دراسة (عقل :٢٠٢٠) التي أكدت على أن النساء قد أبدين شعورًا مرتفعًا بإدراك المخاطر التي تواجههم جراء انتشار الفيروس، وذلك يعود إلى عدة أسباب، ومنها: أن غالبية العاملين في قطاع الرعاية الصحية والاجتماعية ورعاية الأسرة من النساء مما يضعهم في الخطوط الأمامية لمحاربة المرض مما يجعلهم أكثر اهتمامًا بموضوعات العدوة والتدابير الوقاية الضرورية، وتوفير المستلزمات الأساسية للحماية من المرض مما يجعلهم أكثر اهتمامًا بتتبع وسائل التواصل الاجتماعية؛ للاستفادة من برامج التوعية الصحية بفيروس كورونا المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي، وأن الفئة العمرية من (٣٠ سنة لأقل من ٥٠ سنة) هي الأكثر تتبعًا لمعلومات التوعية الصحية لفيروس كورونا من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وهي الفئة التي تمتلك حسابات بكثرة على وسائل التواصل الاجتماعي، وقد حصلت على المرتبة الأولى بنسبة (٤٥,١%)؛ ويرجع لأن أكبر نسبة إصابة بالمرض لكبار السن وأصحاب المرض ويقع على هذه الفئة العمرية رعاية الأشخاص المسنين والمرضي، ومن هنا كان الاهتمام الأكبر بتتبع موضوعات التوعية الصحية بفيروس كورونا على وسائل التواصل الاجتماعي، ويليها في المرتبة الثانية (من ٥٠ سنة فأكثر) بنسبة (٢٩,٤%)جاءت في المرتبة الثانية؛ لأنهم أكثر عرضة للإصابة بفيروس كورونا، وهذا يتفق مع دراسة (**Nquyen** :**2020**): حيث أكدت على أنه يجب على مصممي المعلومات الرقمية التفكير بشكل استراتيجي في استخدام أوضاع المعلومات الشخصية أو جعل الأشخاص يقومون بتخصيص مواد المعلومات الخاصة بهم، ويتركز المستخدمون في الفئة التعليمية فوق الجامعي (دراسات عليا) بنسبة (٥٢,٩%) وذلك بفارق واضح عن بقية مستخدمي وسائل التواصل الاجتماع، ويليها في المرتبة الثالثة التعليم الجامعي بنسبة (٣٧,٣%)، وهذا يدل على أنه كلما زاد المستوي التعليمي زاد الاهتمام بالتعرف علي كيفية الحماية من فيروس كورونا، وتتبع كيفية اتخاذ الاجراءات الوقاية والاهتمام بموضوعات التوعية الصحية بفيروس كورونا، كما أن الوظيفة أثرت بشكل كبير في تتبع موضوعات التوعية الصحية حيث أن النسبة الأكبر كانت للأشخاص الذين يعملون، وذلك بنسبة (٨٤,٣%).

٢- السؤال الأول: ما مدى الوعي الصحي لدى المبحوثين بمخاطر انتشار فيروس كورونا؟

جدول (٥) يوضح آراء المبحوثين حول مدي معرفة بروتوكولات العلاج وأماكن العزل

جيده		إلى حد ما		لا اعلم		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة الأهمية
ك	%	ك	%	ك	%				
66	43,1%	81	52,9%	6	3,0%	2,39	0,564	79,7	كبيرة

تشير بيانات الجدول من وجهة نظر عينة الدراسة إلى أن معرفة العينة ببروتوكلات العلاج وأماكن العزل إلى حد ما وليست معرفة جيدة ولكنها متوسطة، حيث حصلت على نسبة (٥٢,٩%)، ومتوسط حسابي بنسبة (٢,٣٩)، وانحراف معياري (٠,٥٦٤) بوزن نسبي (٧٩,٧) ويرجع ذلك لأن المرض جديد ويتحور بشكل سريع وتنشر معلومات كثيرة وغير مؤكدة علي وسائل التواصل الاجتماعي بأنواع البروتوكلات المستخدمة في العلاج.

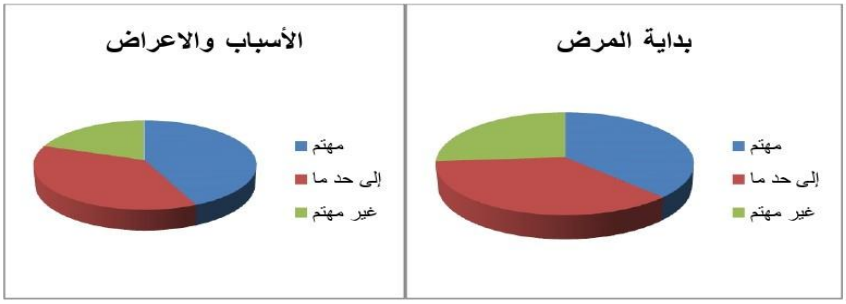
شكل (١) حول آراء المبحوثين حول مدي معرفة بروتوكولات العلاج وأماكن العزل.

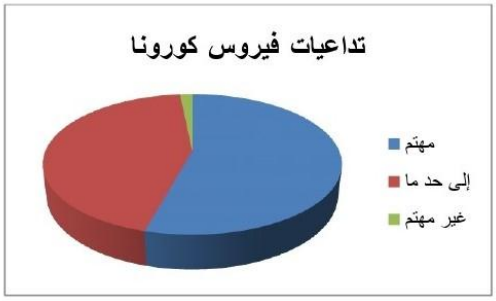
جدول (٦) آراء المبحوثين حول مدي المتابعة لوسائل التواصل الاجتماعي التي تقوم بالتوعية الصحية بفيروس كورونا من حيث بدايات المرض والأسباب والأعراض وتداعيات فيروس كورونا

	مهتم		إلى حد ما		غير مهتم		المتوسط	الوزن النسبي	الترتيب	مستوى الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%				
بدايات المرض	٦٩	٤٥.٠٩	٥٧	37.25	٢٧	17.64	2.27	75.8	١	مرتفع
الأسباب والأعراض	٦٦	٤٣.١٣	٥٧	37.25	٣٠	19.60	2.23	74.5	٢	مرتفع
تداعيات فيروس كورونا	٤٨	٣١.٣٧	39	25.49	٦٦	43.13	1.88	62.7	٣	متوسط

يوضح الجدول السابق أن عينة الدراسة أعطت اهتمامًا كبيرًا في بدايات المرض، حيث حصل الاهتمام ببدايات المرض علي المرتبة الأولى بنسبة (٧٥,٨%)، ويليها الأسباب والأعراض بنسبة (٧٤,٥%)، وقد جاءت نسبة (مهتم) في بداية المرض بالمرتبة الأولي بنسبة (٤٥,٠٩%)، ويليها في المرتبة الثانية الأسباب والأعراض بنسبة (٤٣,١٣%)، كما جاءت تداعيات كورونا بأن العينة (غير مهتم) بتداعيات المرض، حيث حصلت علي أعلي نسبة إلى غير مهتم بنسبة (٤٣,١٣%)، ونتيجة هذا الجدول تدل على أن متابعة بداية المرض له تأثير عالي علي مجتمع العينة؛ ويعود ذلك بسبب الظهور المفاجئ للمرض، وضعف المعلومات عن كيفية الوقاية وعلاج، وأن المرض كان سريع الانتشار ونسبة الوفيات كانت عالية مما أثار الزُعر في المجتمع وجعل الاهتمام كبير بفيروس كورونا، وهذا يوضح أن وسائل التواصل الاجتماعي قد اسهمت بشكل فعال في التوعية الصحية بفيروس كورونا في بداية المرض، وكانت عبارة عن حلقة وصل وتبادل معلومات بين المؤسسات الصحية والجمهور.

شكل (٢) آراء المبحوثين حول مدي المتابعة لوسائل التواصل الاجتماعي التي تقوم بالتوعية الصحية بفيروس كورونا من حيث بدايات المرض والأسباب والأعراض وتداعيات فيروس كورونا .





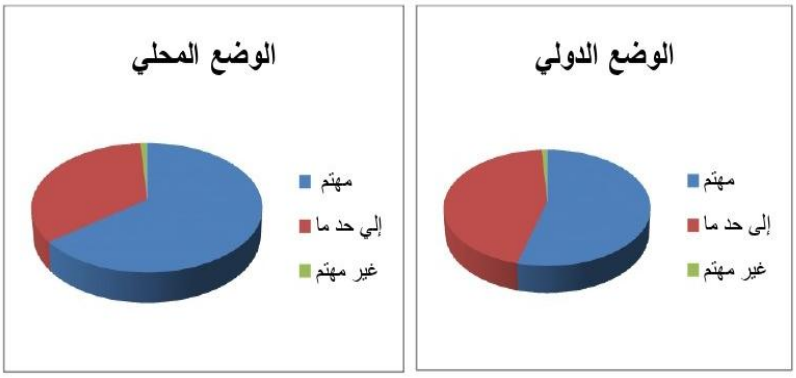
جدول (٧) يوضح آراء المبحوثين حول مدي المتابعة لوسائل التواصل الاجتماعي التي تقوم بالتوعية الصحية بفيروس كورونا من حيث الوضع الدولي والمحلي

	مهتم		إلى حد ما		غير مهتم		المتوسط	الوزن النسبي	الترتيب	مستوى الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%				
الوضع الدولي	٧٥	٤٩,٠١	٦٢	٤٠,٥٢	١٦	١٠,٤٥	٢,٣٨	٧٩,٥٢	٢	مرتفع
الوضع المحلي	٨٤	٥٤,٩٠	٤٥	٢٩,٤١	٢٤	١٥,٦٨	٢,٣٩	٧٩,٧٣	١	مرتفع

يتضح من الجدول السابق رقم (٤) أن المبحوثين مهتمين بالتوعية الصحية الموجودة على وسائل التواصل الاجتماعي، ولكن تركز اهتمام العينة على الوضع المحلي بنسبة (٧٩,٧٣%)؛ ويعود ذلك لأن الظروف الصحية تختلف في مصر عن الدول الأوربية والصين والوضع الدولي بشكل عام ، كما أن نسبة الإصابات تختلف، ولذلك ركز المبحوثين على الوضع المحلى لما يعود له من سرعة انتشار المعلومات على وسائل التواصل الاجتماعي المحلية وسرعة تتبعها، ثم جاءت أعلي نسبة في

الوضع المحلي إلى (مهتم) حيث حصلت على نسبة (٥٤,٩٠%)، ويليها الوضع الدولي بنسبة (٤٩,٠١%). وهذا يوضح أن كثرة الوسائط المتعددة المحلية المنشوورة على وسائل التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير في تعزيز الاتصال بين المبحوثين، كما أن توسع نطاق التوعية المحلي كان له أثر كبير في زيادة فرص التوعية الصحية بفيروس كورونا وسد الفجوة الصحية، وتحقيق أهداف التوعية الصحية المحلية كما عززت صفحات المواقع الإخبارية على صفحات التواصل الاجتماعي الوضع المحلي للتقليل من حدة انتشار المرض.

شكل (٣) يوضح آراء المبحوثين حول مدي المتابعة لوسائل التواصل الاجتماعي التي تقوم بالتوعية الصحية بفيروس كورونا من حيث الوضع الدولي والمحلي



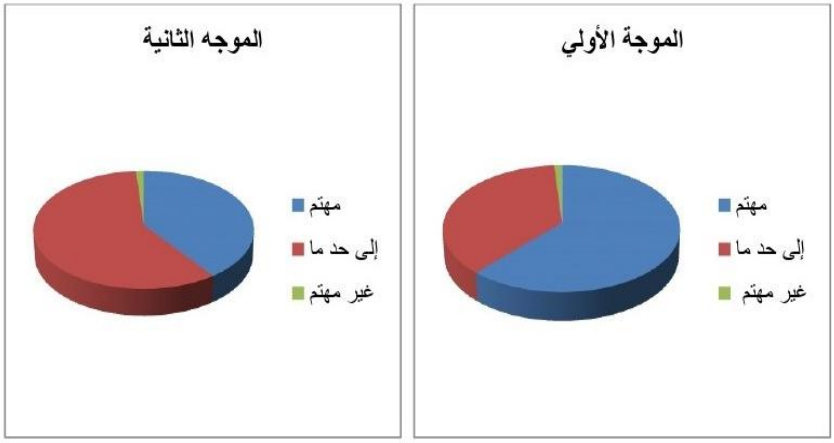
جدول (٨) يوضح آراء المبحوثين حول مدي المتابعة لوسائل التواصل الاجتماعي التي تقوم بالتوعية الصحية بفيروس كورونا من حيث الموجه الأولى والثانية والثالثة

	مهتم		إلى حد ما		غير مهتم		المتوسط	الوزن النسبي	الترتيب	مستوى الاتجاه
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%				
الموجه الأولى	٧٥	٤٩,٠١	٤٥	٢٩,٤١	٣٣	٢١,٥٦	٢,٢٧	٧٥,٨١	١	مرتفع
الموجه الثانية	٤٥	٢٩,٤١	٦٦	٤٣,١٣	٤٢	٢٧,٤٥	٢,٠١	٦٧,٣٢	٢	متوسط
الموجه الثالثة	٤٢	٢٧,٤٥	٦٩	٤٥,٠٩	٤٢	٢٧,٤٥	٢,٠٠	٦٦,٦٦	٣	متوسط

حدد المبحوثون في الجدول السابق أن درجة متابعتهم لوسائل التواصل الاجتماعي التي تقدم معلومات بالتوعية الصحية بفيروس كورونا كانت درجة المتابعة في الموجة الأولى مرتفعة حيث حصلت على المرتبة الأولى بنسبة (٧٥,٨١%)، ويرجع ذلك

لأهمية التوعية الصحية بالسلوكيات الصحية التي يجب أن يتبعها الناس أثناء تفشي المرض وعملية احتواءه، كما أن اتباع العادات القديمة، مثل: الاختلاط، والتقارب، وغيرها تؤثر بشكل سلبي على صحة الانسان، ومن هنا جاءت نشرات التوعية بالمرض في الموجة الأولى على اهتمام المبحوثين بهدف التعرف على طرق الوقائية والعادات الصحية التي يجب اتباعها أثناء انتشار المرض؛ للتقليل من أخطار الإصابة بالمرض، ويليها الموجه الثانية ، وأخيرًا الموجه الثالثة وذلك من حيث المتابعة لمعلومات التوعية الصحية بفيروس كورونا من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، كما حصلت الموجه الأولى علي اهتمام المبحوثين وذلك بنسبة (٤٩,٠١%)، بينما اختلفت الموجه الثالثة من حيث أصبح اهتمام المبحوثين أقل، وحصلت علي المرتبة الأولى (إلي حد ما) بالتوعية الصحية بفيروس كورونا بنسبة (٤٥,٠٩%) ، ثم جاءت الموجة الثانية بالمرتبة الثانية حيث حصلت (إلى حد ما) علي نسبة (٤٣,١٣%).

شكل (٤) يوضح آراء المبحوثين حول مدي المتابعة لوسائل التواصل الاجتماعي التي تقوم بالتوعية الصحية بفيروس كورونا من حيث الموجه الأولى والثانية والثالثة .

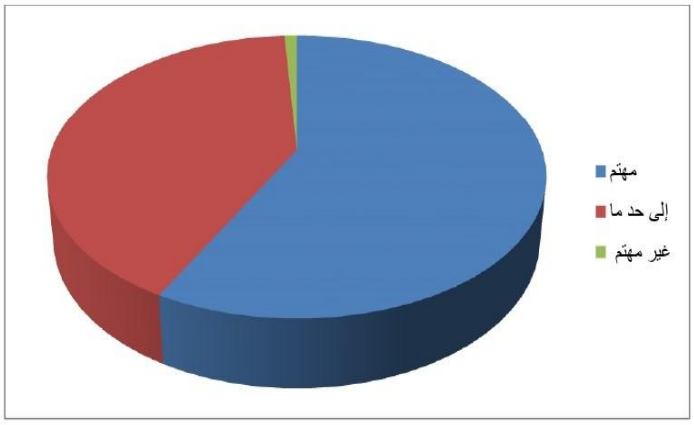


جدول (٩) يوضح آراء المبحوثين حول مدي الاهتمام الآن بالبحث عن المعلومات الخاصة بالتوعية الصحية بفيروس كورونا

مهتم		إلى حد ما		غير مهتم		المتوسط	الوزن النسبي	مستوى الاتجاه
التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%			
٨٤	%٥٤.٩	٦٠	%٣٩.٢	٩	%٥.٩	٢.٤٩	٨٣.٠٠	مرتفع

أوضح الجدول السابق آراء المبحوثين حول مدى الاهتمام الآن بالبحث عن المعلومات الخاصة بالتوعية الصحية بفيروس كورونا، وتُشير النتائج إلى أن غالبية المبحوثين حاليًا وصلت نسبة اهتمامهم بالمعلومات الخاصة بفيروس كورونا (إلى حد ما)، حيث حصلت على المرتبة الأولى بنسبة (٣٩,٢%) وهذا يوضح تعايش مجتمع العينة مع فيروس كورونا، وقلة اهتمامه بتتبع أخبار فيروس كورونا على وسائل التواصل الاجتماعي، ويليها في المرتبة الثانية (مهتم) بنسبة (٥٤,٩%)، وجاءت غير مهتم في المرتبة الأخيرة بنسبة (٥,٩%).

شكل (٥) يوضح آراء المبحوثين حول مدي الاهتمام الآن بالبحث عن المعلومات الخاصة بالتوعية الصحية بفيروس كورونا



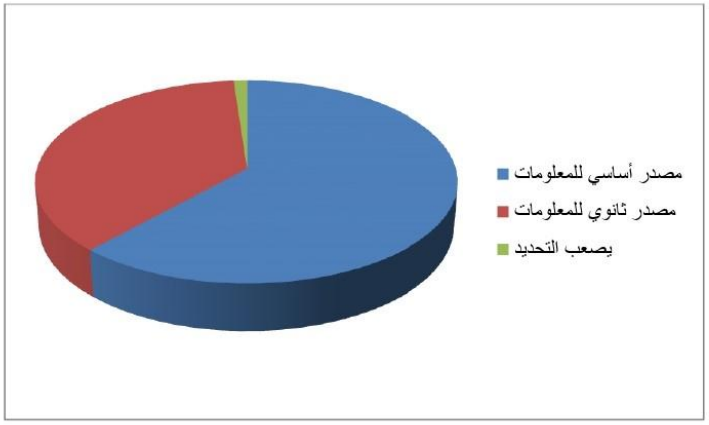
٣- السؤال الثاني: ما المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون للحصول على معلومات حول فيروس كورونا؟

جدول (١٠) يوضح آراء المبحوثين حول الاعتماد في الحصول على معلومات التوعية الصحية بفيروس كورونا من خلال صفحات وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بالجهات الحكومية والرسمية

البدائل	التكرار	النسبة	الترتيب
مصدر أساسي للمعلومات	٧٥	٤٩%	١
مصدر ثانوي للمعلومات	٤٥	٢٩,٤%	٢
يصعب التحديد	٣٣	٢١,٦%	٣
الإجمالي	١٥٣	١٠٠%	

أظهرت النتائج أنه (٤٩%) يوجد من المبحوثين مَنْ يحصلون على معلومات الخاصة بالتوعية الصحية بفيروس كورونا من على صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالجهات الحكومية كمصدر أساسي للمعلومات، وهذا يوضح أهمية ما أوصت به دراسة (**Su, Z., McDonnell, D., Wen, J., Kozak**:٢٠٢١) التي أوصت بأنه يجب على منظمات الصحية الإقليمية والوطنية والدولية أن تستمر في تغطية الإعلامية حول فيروس كورونا، والتأكيد على مساعدة الأشخاص من خلال الموارد المتاحة أثناء انتشار الوباء، ومن خلال نتيجة الدراسة الحالية يتضح أن: المصادر الحكومية هي المصدر الأكثر ثقة لدى عينة الدراسة؛ ويرجع ذلك لوجود رقابة وتدقيق على المواد المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، كما أنها تتحلي بالحيادية والموضوعية في نقل المعلومات الخاصة بالتوعية الصحية وذلك بهدف التصدي وتقليل من انتشار فيروس كورونا؛ ويرجع ذلك لتأثير هذه المعلومات على المجالات الحيوية الاجتماعية، والاقتصادية، والصحية، والأمنية في البلاد، ويليها اعتبارها مصدر ثانوي للمعلومات بنسبة (٢٩,٤%)، ويليها يصعب التحديد بنسبة (٢١,٦%).

شكل (٦) يوضح آراء المبحوثين حول الاعتماد في الحصول على معلومات التوعية الصحية بفيروس كورونا من خلال صفحات وسائل التواصل الاجتماعى الخاصة بالجهات الحكومية والرسمية

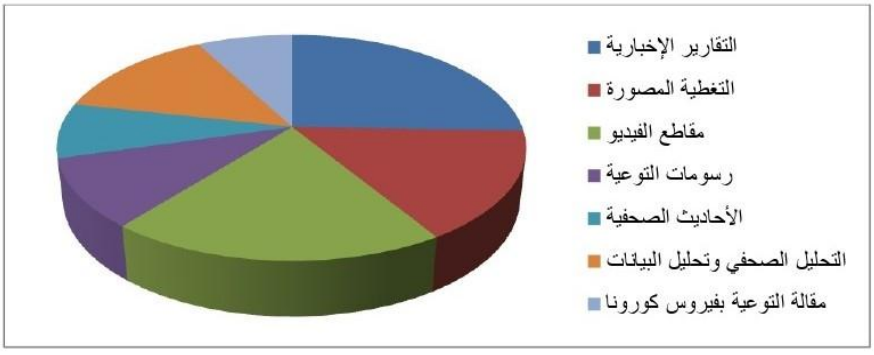


جدول (١١) يوضح آراء المبحوثين حول أي من فنون الصحافة التي يتم متابعتها أكثر على وسائل التواصل الاجتماعي.

البدائل	التكرار	النسبة	الترتيب
التقارير الإخبارية	٣٩	%٢٥,٥	١
التغطية المصورة	٢٤	%١٥,٧	٣
مقاطع الفيديو	٣٠	%١٩,٦	٢
رسومات التوعية	١٥	%٩,٨	٥
الأحاديث الصحفية	١٢	%٧,٨	٦
التحليل الصحفي وتحليل البيانات	٢١	%١٣,٧	٤
مقالة التوعية بفيروس كورونا	١٢	%٧,٨	٦
الإجمالي	**153**	**100%**	

يشير الجدول السابق إلي نوع فنون الصحافة التي يتم تتبعها علي وسائل التواصل الاجتماعي التي تمد المبحوثين بالمعلومات التوعية الصحية بفيروس كورونا، ويتضح أن التقارير الإخبارية التي تم نشرها علي وسائل التواصل الاجتماعي حصلت علي المرتبة الأولى بنسبة (٢٥,٥%)، وذلك يوضح الاهتمام بالتقارير الإخبارية إلا أنها تعطي معلومات مفصلة عن عدد الحالات المصابة والوفيات، ويليها في المرتبة الثانية مقاطع الفيديو التي تنشر معلومات عن التوعية الصحية بفيروس كورونا بنسبة (١٩,٦%)، ثم جاءت التغطية المصورة في المرتبة الثالثة بنسبة (١٥,٧%)، ويليهم التحليل الصحفي وتحليل البيانات في المرتبة الرابعة بنسبة (١٣,٧%)، ويليهم رسومات التوعية في المرتبة الخامسة بنسبة (٩,٨%)، وجاءت في المرتبة الأخيرة كل من مقالة التوعية بفيروس كورونا والأحاديث الصحفية بنسبة (٧,٨%).

شكل (٧) يوضح آراء المبحوثين حول أي من فنون الصحافة التي يتم متابعتها أكثر على وسائل التواصل الاجتماعي.



٤- السؤال الثالث: ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي بمخاطر انتشار فيروس كورونا؟

جدول (١٢) يوضح آراء المبحوثين حول أساليب التفاعل مع معلومات التوعية بفيروس كورونا على وسائل التواصل الاجتماعي

البدائل	التكرار	النسبة	الترتيب
إعجاب	٤٢	٢٧.٥%	٣
كتابة تعليق	١٥	٩.٨%	٤
إنتاج ونشر معلومات	١٥	٩.٨%	٤
مشاركة وإعادة نشر	٥١	٣٣.٣%	١
مشاركة في استطلاعات الآراء والبحوث	٣٠	١٩.٦%	٢
الإجمالي	١٥٣	١٠٠%	

تشير بيانات الجدول السابق إلى آراء المبحوثين حول أساليب التفاعل مع معلومات التوعية بفيروس كورونا على وسائل التواصل الاجتماعي، وجاءت مشاركة وإعادة النشر للمعلومات في المرتبة الأولى بنسبة (٣٣,٣%)، ويليها مشاركة في استطلاعات الآراء والبحوث في المرتبة الثانية بنسبة (١٩,٦%)، ويليهم الإعجاب بالموضوعات المنشورة في المرتبة الثالثة بنسبة (٢٧,٥%)، ويليهم كل من كتابة تعليق وإنتاج ونشر معلومات في المرتبة الأخيرة بنسبة (٩,٨%)، ويوضح ذلك أن المشاركة وإعادة النشر كانت الأكثر أهمية لما تعود له من محاولة توسيع عملية نشر المعلومات الصحيحة الخاصة بفيروس كورونا.

شكل (٨) يوضح آراء المبحوثين حول أساليب التفاعل مع معلومات التوعية بفيروس كورونا على وسائل التواصل الاجتماعي

جدول (١٣) يوضح دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الصحي بفيروس كورونا.

١- آراء المبحوثين حول أي من وسائل التواصل الاجتماعي التي يعتبرها مصدر معلومات موثوق به في عملية نشر الوعي الصحي بفيروس كورونا										
البدائل	تويتر	اليوتيوب	انستجرام	الفيس بوك	سناب شات	الواتس آب	مدونات	القنوات الإلكترونية الإخبارية	لينكد إن	مجموع
التكرار	12	3	6	63	0	21	0	45	3	153
%	%7,8	%2	%3,9	%41,2	0	%13,7	0	%29,4	%2	%100
الترتيب	4	6	5	1	7	3	7	2	6	
٢- آراء المبحوثين حول أي من وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر في عملية نشر الوعي الصحي بفيروس كورونا										
البدائل	تويتر	اليوتيوب	انستجرام	الفيس بوك	سناب شات	الواتس آب	مدونات	القنوات الإلكترونية الإخبارية	لينكد إن	مجموع
التكرار	15	12	3	78	3	9	12	21	0	153
%	%9,8	%7,8	%2	%51	%2	%5,9	%7,8	%13,7	0	%100
الترتيب	3	4	6	1	6	5	4	2	0	
٣- آراء المبحوثين حول أبرز وسائل التواصل الاجتماعي التي تنشر معلومات صحية خاطئة عن فيروس كورونا										
البدائل	تويتر	اليوتيوب	انستجرام	الفيس بوك	سناب شات	الواتس آب	مدونات	القنوات الإلكترونية الإخبارية	لينكد إن	مجموع
التكرار	9	9	9	45	18	21	21	21	0	153
%	%5,9	%5,9	%5,9	%29,4	%11,8	%13,7	%13,7	%13,7	0	%100
الترتيب	4	4	4	1	3	2	2	2	5	
٤- آراء المبحوثين حول أي من وسائل التواصل الاجتماعي التالية تقدم اشاعات خاطئة عن لقاح فيروس كورونا.										
البدائل	تويتر	اليوتيوب	انستجرام	الفيس بوك	سناب شات	الواتس آب	مدونات	القنوات الالكترونية الإخبارية	لينكد إن	مجموع
التكرار	3	27	9	36	6	45	21	6	0	153
%	%2	%17,6	%5,9	%23,5	%3,9	%29,4	%13,7	%3,9	0	%100
الترتيب	7	3	5	2	6	1	4	6	8	

٥- آراء المبحوثين حول أي هذه المواقع يسهم في تقليل نسبة الأمية الصحية بمخاطر فيروس كورونا.										
البدائل	تويتر	اليوتيوب	انستجرام	الفيس بوك	سناب شات	الواتس آب	مدونات	القنوات الإلكترونية الإخبارية	لينكد إن	مجموع
التكرار	9	12	6	69	9	9	0	36	3	153
%	%5,9	%7,8	%3,9	%45,1	%5,9	%5,9	0	%23,5	%2	%100
الترتيب	4	3	5	1	4	4	7	2	6	
٦- آراء المبحوثين حول أي من وسائل التواصل الاجتماعي التالية تكون أسرع في تقديم تحديثات صحية عن أزمة فيروس كورونا.										
البدائل	تويتر	اليوتيوب	انستجرام	الفيس بوك	سناب شات	الواتس آب	مدونات	القنوات الإلكترونية الإخبارية	لينكد إن	مجموع
التكرار	6	15	9	72	3	3	12	30	3	153
%	%3,9	%9,8	%5,9	%47,1	%2	%2	%7,8	%19,6	%2	%100
الترتيب	6	3	5	1	7	7	4	2	7	

تشير بيانات الجدول السابق إلى الآتي:

- نتيجة آراء المبحوثين حول أي من وسائل التواصل الاجتماعي التي يعتبرها مصدر معلومات موثوق به في عملية نشر الوعي الصحي بفيروس كورونا حيث اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة (**Abbas, J., Wang, D., Su, Z., & Ziapour, A.** : ٢٠٢١) التي أكدت على الدور الذي لا غني عنه لوسائل التواصل الاجتماعي لتوفير المعلومات الصحيحة في الأزمة الصحية لفيروس كورونا ، وقد جاءت الاستجابة على النحو الآتي: حيث أن حصل "الفيس بوك" على المرتبة الأولى بنسبة (٤١,٢%)، ويليه "القنوات الإلكترونية الإخبارية" في المرتبة الثانية بنسبة (٢٩,٤%)، ويليهم "الواتس آب" في المرتبة الثالثة بنسبة (١٣,٧%)، ويليهم في المرتبة الرابعة "تويتر" بنسبة (٧,٨%)، ثم حصل "الانستجرام" على المرتبة الخامسة بنسبة (٣,٩%)، وجاء كل من "اليوتيوب، ولينكد إن" في المرتبة السادسة بنسبة (٢%)، وفي المرتبة الأخيرة كل من "سناب شات، ومدونات".
- كما جاءت نتيجة آراء المبحوثين حول أي من وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر في عملية نشر الوعي الصحي بفيروس كورونا على النحو الآتي: حيث حصل "الفيس بوك" على المرتبة الأولى بنسبة (٥١%)، ويليه في المرتبة الثانية "القنوات الإلكترونية الإخبارية" بنسبة (١٣,٧%)، ويليهم في المرتبة الثالثة "تويتر" بنسبة

(٩,٨%)، ثم جاء "اليوتيوب" في المرتبة الرابعة بنسبة (٧,٨%)، وجاء "الواتس آب" في المرتبة الخامسة بنسبة (٥,٩%)، ثم جاء كل من "انستجرام، وسناب شات" في المرتبة السادسة بنسبة (٢%).

- كما أوضحت نتيجة المبحوثين حول أبرز وسائل التواصل الاجتماعي التي تنشر معلومات صحية وخاطئة عن فيروس كورونا على النحو الآتي: حيث حصل "الفيس بوك" على المرتبة الأولى بنسبة (٢٩,٤%)، ويليه في المرتبة الثانية كل من "الواتس آب، ومدونات، والقنوات الإلكترونية الإخبارية" بنسبة (١٣,٧%)، ويليهم في المرتبة الثالثة "سناب شات" بنسبة (١١,٨%)، ثم جاء كل من "تويتر واليوتيوب، وانستجرام" في المرتبة الرابعة بنسبة (٥,٩%)، ولم يحصل "لينكد إن" على أي من آراء المبحوثين، واختلف الدراسة الحالية مع دراسة (**Singh**: ٢٠٢٠) التي أكدت على أن الجمهور الأمريكي يستخدم "تويتر" أكثر من غيره من الوسائل التواصل الاجتماعي في تتبع المعلومات الصحيحة والخاطئة حول فيروس كورونا.
- كما أوضحت نتيجة المبحوثين حول أي من وسائل التواصل الاجتماعي التالية تقدم إشاعات خاطئة عن لقاح فيروس كورونا على النحو الآتي: حيث حصل "الواتس آب" على المرتبة الأولى بنسبة (٢٩,٤%)، ويليه في المرتبة الثانية كل من "الفيس بوك" بنسبة (٢٣,٥%)، ويليهم في المرتبة الثالثة "اليوتيوب" بنسبة (١٧,٦%)، ثم جاءت "المدونات" بنسبة (١٣,٧%)، ويليهم في المرتبة الخامسة "انستجرام" بنسبة (٥,٩%)، ويليهم في المرتبة السادسة كل من "سناب شات، والقنوات الإلكترونية الإخبارية" بنسبة (٣,٩%) ، ثم جاء في المرتبة السابعة "تويتر" بنسبة (٢%)، ولم يحصل "لينكد إن" على أي من آراء المبحوثين.
- كما أوضحت نتيجة المبحوثين حول أي هذه المواقع يُسهم في تقليل نسبة الأمية الصحية بمخاطر فيروس كورونا على النحو الآتي: حيث حصل "الفيس بوك" على المرتبة الأولى بنسبة (٤٥,١%)، ويليه في المرتبة الثانية "القنوات الإلكترونية الإخبارية" في المرتبة الثانية بنسبة (٢٣,٥%)، ويليهم في المرتبة الثالثة "اليوتيوب" بنسبة (٧,٨%)، ثم جاءت كل من "تويتر، وسناب شات، والواتس آب" في المرتبة الرابعة بنسبة (٥,٩%)، ويليهم في المرتبة الخامسة "انستجرام" بنسبة (٣,٩%)، ويليهم في المرتبة الساسة "لينكد إن" بنسبة (٢%)، ثم جاء في المرتبة السابعة "تويتر" بنسبة (٢%)، ولم تحصل "المدونات" على أي من آراء المبحـوثين.

- كما أوضحت نتيجة المبحوثين حول أي من وسائل التواصل الاجتماعي التالية تكون أسرع في تقديم تحديثات صحية عن أزمة فيروس كورونا على النحو الآتي: حيث حصل "الفيس بوك" على المرتبة الأولى بنسبة (٤٧,١%)، ويليه في المرتبة الثانية "القنوات الإلكترونية الإخبارية" بنسبة (١٩,٦%)، ويليهم في المرتبة الثالثة "اليوتيوب" بنسبة (٩,٨%)، ثم جاءت "المدونات" في المرتبة الرابعة بنسبة (٧,٨%)، ويليهم في المرتبة الخامسة "انستجرام" بنسبة (٥,٩%)، ويليهم في المرتبة السادسة "تويتر" بنسبة (٣,٩%)، ثم جاء في المرتبة الأخيرة كل من "سناب شات، والواتس آب، "ولينكد إن" بنسبة (٢%) ، ولم تحصل "المدونات" على أي من آراء المبحوثين.

جدول (١٤) يقارن بين وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة ومدي تأثيرها على تنمية الوعي الصحي بفيروس كورونا:

البدائل	العبارة ١	العبارة ٢	العبارة ٣	العبارة ٤	العبارة ٥	العبارة ٦	مجموع التكرارات للبديل	%	الترتيب
	التكرار								
تويتر	١٢	١٥	٩	٣	٩	٦	٥٤	%٥,٨٨	٦
اليوتيوب	٣	١٢	٩	٢٧	١٢	١٥	٧٨	%٨,٤٩	٤
انستجرام	٦	٣	٩	٩	٦	٩	٤٢	%٤,٥٧	٧
الفيس بوك	٦٣	٧٨	٤٥	٣٦	٦٩	٧٢	٣٦٣	%٣٩,٥٤	١
سناب شات	٠	٣	١٨	٦	٩	٣	٣٩	%٤,٢٤	٨
الواتس آب	٢١	٩	٢١	٤٥	٩	٣	١٠٨	%١١,٧٦	٣
مدونات	٠	١٢	٢١	٢١	٠	١٢	٦٦	%٧,١٨	٥
القنوات الإلكترونية الإخبارية	٤٥	٢١	٢١	٦	٣٦	٣٠	١٥٩	%١٧,٣	٢
لينكد إن	٣	٠	٠	٠	٣	٣	٩	%٠,٩٨	٩
الإجمالي	١٥٣	١٥٣	١٥٣	١٥٣	١٥٣	١٥٣	١٥٣	%١٠٠	

ومن خلال الجدول السابق يتضح أن "الفيس بوك" حصل على المرتبة الأولى في وسائل التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك لكثرة مستخدمي "الفيس بوك" بنسبة (٣٩,٥٤%)، واهتمام مستخدمي "الفيس بوك" بنشر القضايا التي يهتم بها المستخدمين، وسرعة تبادل المعلومات والتفاعل معها، ثم جاءت في المرتبة الثانية "القنوات الإلكترونية الإخبارية" بنسبة (١٧,٣%)؛ وذلك لما تحمله من مصداقية في نشر الأخبار

التي تتناول للتوعية الصحية بفيروس كورونا، ثم جاء في المرتبة الثالثة "الواتس آب" بنسبة (١١,٧٦%)، ويليهم في المرتبة الرابعة "اليوتيوب" بنسبة (٨,٤٩%)، ثم جاءت "المدونات" في المرتبة الخامسة بنسبة (٧,١٨%)، ويليهم في المرتبة السادسة "تويتر" بنسبة (٥,٨٨%)، وجاء في المرتبة السابعة "انستجرام" بنسبة (٤,٥٧%)، وجاء في المرتبة الثامنة "سناب شات" بنسبة (٤,٢٤%)، وجاء في المرتبة الأخيرة "لينكد إن" بنسبة (٠,٩٨%)، ويرجع ذلك لطبيعة "لينكد إن" حيث إنها متخصصة في نقل معلومات الخاصة بالعمل فقط.

شكل (٩) يقارن بين وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة ومدي تأثيرها على تنمية الوعي الصحي بفيروس كورونا

أبرز نتائج الدراسة:

- إن معرفة العينة ببروتوكلات العلاج وأماكن العزل إلى حد ما بنسبة (٥٢,٩%) وهذه النسبة ليست جيدة.
- إن متابعة بداية المرض لها تأثير عالٍ على مجتمع العينة؛ ويعود ذلك للظهور المفاجئ للمرض، وضعف المعلومات عن كيفية الوقاية والعلاج؛ ولأن المرض كان سريع الانتشار، ونسبة الوفيات كانت عالية أو مرتفعة، مما أثار الزعر في المجتمع وجعل الاهتمام كبيرًا بفيروس كورونا.

- ركز اهتمام العينة على الوضع المحلي بنسبة (٧٩,٧٣%)؛ ويعود ذلك لأن الظروف الصحية تختلف ونسب الاصابات تختلف، ولذلك ركز المبحوثون على الوضع المحلى لما يعود له سرعة انتشار المعلومات على وسائل التواصل الاجتماعي المحلية وسرعة تتبعها.
- حصلت الموجه الأولى على اهتمام المبحوثين، وذلك بنسبة (٤٩,٠١%).
- أن غالبية المبحوثين حاليًا نسبة اهتمامهم بالمعلومات الخاصة بفيروس كورونا (إلى حد ما)، حيث حصلت على المرتبة الأولى بنسبة (٣٩,٢%)، وهذا يوضح تعايش مجتمع العينة مع فيروس كورونا، وقلة اهتمامه بتتبع أخبار فيروس كورونا على وسائل التواصل الاجتماعي.
- أظهرت النتائج أن (٤٩%) من المبحوثين يحصلون على معلومات الخاصة بالتوعية الصحية بفيروس كورونا من على صفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بالجهات الحكومية كمصدر أساسي للمعلومات.
- أن "التقارير الإخبارية" التي تم نشرها على وسائل التواصل الاجتماعي حصلت على المرتبة الأولى بنسبة (٢٥,٥%)، وذلك يوضح الاهتمام بالتقارير الإخبارية إلا أنها تُعطي معلومات مفصلة عن عدد الحالات المصابة والوفيات.
- أن مشاركة وإعادة النشر كانت الأكثر أهمية لما تعود له من محاولة توسيع عملية نشر المعلومات الصحية الخاصة بفيروس كورونا.
- أن "الفيس بوك" حصل على المرتبة الأولى في وسائل التواصل الاجتماعي؛ ويرجع ذلك لكثرة مستخدمي "الفيس بوك" بنسبة (٣٩,٥٤%) واهتمام مستخدمي "الفيس بوك" بنشر القضايا التي تهم المستخدمين، وسرعة تبادل المعلومات والتفاعل معها.

التوصيات:

- ضرورة الاهتمام بنشر المعلومات الخاصة بالتوعية الصحية لموجه الثالثة، وتوضيح الوضع الحالي وأهم مخاطر فيروس كورونا في الفترة الحالية.
- أهمية توفير أداة تحد من نشر المعلومات الخاطئة على كل من "الفيس بوك، والواتس آب" الذي يقوم بنشر إشاعات خاطئة عن لقاح فيروس كورونا.

قائمة المراجع:

١- الطاهر، ولاء (٢٠٢٠). "المعالجة الإخبارية للأمراض الوبائية بالقنوات الفضائية: دراسة تحليلية لوثائقيات Coved ١٩ بقناتي الجزيرة والعربية على موقع اليوتيوب." المجلة المصرية لبحوث الأعلام، ع٧٢، ص٣٢٢.

٢- علي، فودة محمد علي (٢٠٢٠). "اعتماد الشباب السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات حول أزمة كورونا، مجلة البحوث الإعلامية، ع٥٥، ح ج ٦، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ص٣٢٥٧.

٣- مهرية، خليدة (٢٠٢١). تداعيات أزمة كورونا والحجر الصحي على الصحة النفسية للفرد، المجلة العربية للآداب والدراسات الانسانية، ع١٦، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، ص٤٨٩.

٤- أبو سنة، نورة حمدي محمد (٢٠١٥). علاقة التعرض للصحف السعودية الورقية والإليكترونية بمستوى المعرفة بمرض كورونا، مجلة البحوث الإعلامية، ع٤٣، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ص١٠٧.

٥- يحيى، فتيحة، بزوح، إبتسام (٢٠٢١). دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لذوي الاحتياجات الخاصة، المجلة العلمية للتربية الخاصة، مج٣، ع١، المؤسسة العلمية للتربية الخاصة، ص ص ٣٠٦-٣٠٧.

٦- حسب الله، النوراني محمد الحسن البشير (٢٠٢٠): تأثير جودة مواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز الصورة الذهنية لشركات الاتصالات دراسة وصفية تحليلية على صفحة شركة MTN للاتصالات على فيس بوك، مجلة الدراسات الإعلامية، ع١٢، المركز الديمقراطي العربي، ص٣٩٤.

٧- المدني، أسامة بن غازي زين (٢٠٢٠). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بقضايا التنمية المستدامة " دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعتي أم القري والملك عبد العزيز، مجلة الاعلام والاتصال، ع٢٣، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، مايو، ص ص٢٩-٣٠.

٨- جبريل، محمد بسيوني (٢٠٢٠). توظيف مقاطع الفيديو التشاركية في التوعية بجائحة كورونا والوقاية منها " دراسة ميدانية على عينة من سكان المملكة العربية السعودية "، مجلة البحوث الإعلامية، ع٥٤، ح٤، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ص٢٢٤٩.

٩- محمد، أحمد محمد عبد الحليم، وآخرون (٢٠٢١): أثر شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية في مصر، مجلة البحوث المالية والتجارية، ع١، جامعة بورسعيد، ص١٣٠.

١٠- علال، حنان، عيادي، منير (٢٠١٦). شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الإخبارية في المؤسسة السمعية البصرية في الجزائر – الفيسبوك والتويتر أنموذجًا-دراسة ميدانية على عينة من صحفي القنوات الجزائرية الخاصة، مجلة الصورة والاتصال، ع١٧، مج٥، ص٣٠٠.

١١- كيم، سمير (٢٠٢٠): دور الفيسبوك في نشر الوعي السياسي لدي الشباب الجزائري: دراسة ميدانية لعينة من المشاركين في الحراك الشعبي، مجلة الدراسات الإعلامية، ع١٢، المركز الديمقراطي العربي، ص٢٠٠.

١٢- محمد، منى سمير (٢٠٢١): دور الفيس بوك في تغيير النسق القيمي للشباب المصري (دراسة مسحية)، مجلة البحوث الإعلامية، ع٥٦، ج١، جامعة الأزهر، ص٣٢٩.

١٣- فوال، إيمان، لفزة، سلمي (٢٠٢٠): دور قنوات اليوتيوب الجزائرية في الترويج للسياحة في الجزائر – دراسة وصفية تحليلية لقنوات، مجلة الدراسات الإعلامية، ع١٠، المركز الديمقراطي العربي، ص٩٢.

١٤- بو عافية، محمد صالح، إيدر، عائشة (٢٠٢١): دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي في الجزائر، مجلة دفاتر السياسة والقانون، مج١٣، ع١، جامعة قاصدي مرباح ورقله، ص٥٠٦.

١٥- حافظ، أسماء فؤاد، اللبان، شريف درويش (٢٠١٨): صحافة المواطن: جدلية المصطلح وإشكاليات التطور، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع١٤، ج٢، جامعة القاهرة، ص٢٤٦.

١٦- السروجي، داليا محمود أحمد محمد (٢٠٢١). العوامل المؤثرة على تبني العملاء لخدمات مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة تطبيقية على عملاء موقع اليوتيوب بجمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير، كلية التجارة، جامعة المنصورة.

17- Abbas, J., Wang, D., Su, Z., & Ziapour, A. (2021). The role of social media in the advent of COVID-19 pandemic: crisis management, mental health challenges and implications. *Risk management and healthcare policy*, *14*, 1917.

18- Su, Z., McDonnell, D., Wen, J., Kozak, M., Abbas, J., Šegalo, S & Xiang, Y. T. (2021). Mental health consequences of COVID-19 media coverage: the need for effective crisis communication practices. *Globalization and health*, *17*(1), 1-8.

١٩-عقل، نشوة سليمان (٢٠٢٠). التماس المعلومات الصحية حول فيروس كورونا المستجد وعلاقته بمستوى إدراك المخاطر لدى المرأة المصرية، مجلة البحوث الإعلامية، ع ٥٤، ج٦، جامعة الازهر.

٢٠-عبد الحافظ، نادية محمد .(2020) الجمهور المصري نحو معالجة وسائل الإعلام الجديدة لجائحة فيروس كورونا المستجد "، مجلة البحوث الإعلامية، ع٥٤، ج٤، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.

٢١-بريك، أيمن محمد إبراهيم .(2020) دور صحافة الهاتف المحمول في توعية الجمهور السعودي بتطورات أزمة جائحة كورونا، دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، ع ٥٤، ج ٦، جامعة الأزهر.

٢٢-أحمد، منى رمضان حسن محمود (٢٠٢٠). دور برامج الواقع الاجتماعي في تعزيز القيم الإنسانية لدى الشباب المصري: دراسة تطبيقية مقارنة بين الفضائيات والمنصات الرقمية، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة المنصورة.

23- Singh, L., Bansal, S., Bode, L., Budak, C., Chi, G., Kawintiranon, K., & Wang, Y. (2020). A first look at COVID-19 information and misinformation sharing on Twitter. arXiv preprint arXiv:2003.13907.

24- Chen, Q., Min, C., Zhang, W., Wang, G., Ma, X., & Evans, R. (2020). Unpacking the black box: How to promote citizen engagement through government social media during the COVID-19 crisis. Computers in human behavior, 110, 106380.

25- Nguyen, Minh Hao, Nadine Bol, and Andy J. King. "Customisation versus Personalisation of Digital Health Information: Effects of Mode Tailoring on Information Processing Outcomes." European Journal of Health Communication 1.1 (2020): 30-54.

26- Al-Dmour, H., Masa'deh, P. R., Salman, P. A., Abuhashesh, D. M., & Al-Dmour, D. R. (2020). The Influence of Social Media Platforms on Public Health Protection against Coronavirus (COVID-19) Pandemic Disease via the Mediating Effects of Public Health Awareness and Behavioral Change: An Integrated Model. Journal of Medical Internet Research.

27- Jiang, S., & Street, R. L. (2016). Pathway linking Internet health information seeking to better health: a moderated mediation study. Health Communication, 32(8), 1024-1031.

٢٨-البادي، وليد بن علي بن سالم :(2017) تحليل مضمون وسائل التواصل الاجتماعي :قراءة في الأدوات والأبعاد، المؤتمر الثامن والعشرون: شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها في مؤسسات المعلومات في الوطن العربي، الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، ص٣.

٢٩-الصعيدي، طارق محمد .(2020) اعتماد الشباب على صحافة الموبايل ودورها في التوعية الصحية بجائحة كورونا في مصر .دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، ع٥٤، ح٤، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ص٢١٩٠.

٣٠-أبو ستة، نورة حمدي محمد (٢٠٢١): التماس الطفل السعودي المعلومات من الإعلام التقليدي والرقمي عن جائحة فيروس كورونا المستجد وإدراكهم لها، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع٧٤، جامعة القاهرة، ص٣٠٩.

٣١-عيد، منى عيد محمد (٢٠١٩): الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعية حول المؤسسات الأمنية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها: دراسة ميدانية، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، ع٩، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، ص ص٧١٥، ٧١٦.

٣٢-قاسم، حسن على (٢٠٢٠): اتجاهات الجمهور نحو مصداقية الإعلام التقليدية والحديثة في معالجة الأزمات: سد النهضة نموذجًا، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، ع١٤، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، ص٤١٧.

٣٣-السمان، أحمد حمدي :(2019) مصداقية المواقع الإخبارية الأجنبية الصادرة باللغة العربية لدى طلاب كليات الإعلام :دراسة مقارنة على الجامعات الحكومية والخاصة في إطار نظرية التماس المعلومات، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع١٧، جامعة القاهرة، ص٣٦٦.

٣٤-محكمي استمارة الاستبيان الآتي أسماؤهم:

- أ.د/ حسن على محمد علي (أستاذ الإعلام المتفرغ، كلية الإعلام، جامعة السويس).
- أ.د/ عبد العزيز السيد عبد العزيز (أستاذ الإعلام، كلية الإعلام، جامعة بني سويف).
- أ.د/ عبد الرحيم درويش (أستاذ في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة بني سويف).
- أ.د/ محمود ابراهيم خليل (أستاذ دكتور الصحافة – كلية الإعلام – جامعة القاهرة).
- أ.د/ جمال النجار (أستاذ الصحافة – كلية الإعلام – جامعة الأزهر).