

**دور حملات التوعية الصحية بوسائل الإعلام في
مواجهة أهل الصعيد لبعض الأمراض والأوبئة
(فيروس كورونا نموذجاً)**

إيمان إبراهيم السيد

باحث دكتوراه

سهير سيف الدين عبده

باحث دكتوراه

ملخص الدراسة

هدف البحث إلى رصد الدور الذي تلعبه حملات التوعية الصحية في رسم معالم مواجهة أهل الصعيد للأمراض والأوبئة (فيروس كورونا نموذجًا) ، اعتمد البحث على منهج المسح الإعلامي، واستخدم صحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات الخاصة بالبحث، تكونت العينة من (٣٦٠) مفردة من سكان محافظات صعيد مصر من الحضريين والريفيين، أوضحت النتائج أن حملات الوعي الصحي تساهم في رفع الوعي الصحي بين سكان صعيد مصر حول فيروس كورونا (كوفيد١٩)، أن الفيس بوك يأتي في مقدمة الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها أهل الصعيد كوسيلة إعلامية للوصول إلى المعلومات الصحية حول فيروس كورونا (كوفيد١٩)، حين يأتي التلفزيون في المرتبة الثانية، وجاءت كل من الصحف والراديو في المرتبة الثالثة متساوين، وأشارت النتائج لاهتمام أهل الصعيد بمتابعة الموضوعات الصحية خاصة خلال فترة أزمة فيروس كورونا المستجد، كما أكدت النتائج على الدور المحوري للحملات الإعلامية في رفع الوعي الصحي والوعي لسكان الصعيد بشكل عام والتي يمكن تبنيتها كوسيلة لحل ومعالجة المشكلات التي تخص صعيد مصر.

الكلمات المفتاحية

- ١- الحملات الإعلامية ٢- الوعي الصحي ٣- فيروس كورونا ٤- كوفيد ١٩

المقدمة

يقوم الإعلام بدور محوري في حياة الشعوب حيث يقع علي عاتقه نقل الثقافات والمعارف والعلوم، وهو من أهم الوسائل التي تسهم في نشر التوعية والثقافة، فهو مصدر أساسي من مصادر المعلومات والتعليم وتعديل الاتجاهات والسلوك في المجتمعات الحديثة. ويهدف الإعلام من خلال حملات التوعية الصحية إلي مساعدة المواطنين علي خلق صورة واضحة عن طبيعة الوضع الصحي داخل المجتمع وتنمية الوعي الصحي للمواطنين من خلال التأسيس لثقافة صحية سليمة، حيث تعد القوى البشرية أساس لكل تنمية وتقدم، بالإضافة إلي أن الافتقار للوعي الصحي وانخفاضه داخل المجتمعات يعتبر بمثابة "القاتل الصامت". يمكن معالجة ذلك عن طريق سد الفجوات بين الرسائل الصحية والمرسلين الصحيين وبين الجمهور باستخدام لغة مبسطة بما في ذلك الملائمة الثقافية، خاصة في ظل تنامي الوسائط الرقمية التي يمكن الاستعانة بها في هذا المجال بالإضافة لوسائل الإعلام التقليدي، ولقد كان ظهور فيروس كورونا في نسخته (كوفيد ١٩) بمثابة نقلة نوعية في تغيير شكل حملات التوعية الصحية والتي وضعت نصب أعينها صحة المواطن ودعمه بالمعلومات اللازمة للتعريف بخطورة هذا المرض والحد من انتشاره.

مشكلة البحث

مع الاهتمام والحراك المتزايد الذي يشهده القطاع الصحي داخل المجتمعات المختلفة وفي ظل التطور النوعي للرعاية الصحية داخل المجتمعات خاصة المجتمع المصري، ولعل المتابع للحملات الإعلامية والتوجهات السياسية في الفترة الأخيرة يلحظ اهتماماً متزايداً بالصحة العامة داخل المجتمع المصري والتي ظهرت جلية في عدد من الحملات الطبية والتي واكبتها حملات إعلامية مكثفة بوسائل الإعلام المختلفة والتي مما لا شك فيه أحدثت نقلة نوعية في مستوى الحياة الصحية داخل المجتمع، ولعلنا في هذه الفترة التي يمر فيها العلم أجمع

بواحدة من أكبر المخاطر المرضية التي تهدد البشرية والتي يقف العالم متحفزاً من أجل الوصول لحلول لمواجهتها والوصول لمصل ينهاي تلك الأزمة العالمية، وقد واكب انتشار فيروس كورونا المستجد العديد من الرؤى من أهل الصعيد حول كونه حرب بيولوجية وأن مواجهة فيروس كورونا بالوسائل المختلفة لسنوات من التجارب والدراسات، كل هذا كان لافتاً للأنظار حول طبيعة تفاعل أهل الصعيد مع الحملات الإعلامية الخاصة بفيروس كورونا.

ولعل الالتزام بتدابير الحماية والحد من انتشار الفيروس يختلف من دولة لأخرى لاسيما في مصر حيث بعض محافظات الصعيد، والتي يعد بعضها من المناطق النائية، والتي ربما لا يكون لديها ثقافة أو وعى صحى ببعض الأمراض والأوبئة المنتشرة لاسيما فيروس كورونا المستجد وكيفية التعامل معه والوقاية منه، وقد تكون ثقافة ووعى تلك المناطق وعاداتهم لها دخل في التعامل مع ذلك الفيروس، قد تجعلهم يقرون بعض المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام المختلفة ويتجاهلون البعض الآخر، وقد تختلف الرؤى فيما بينهم كل حسب ثقافته، وتعليمه، ومستواه المادى والاجتماعى، وهذا ما أدى إلى القلق والتوتر لدى البعض من سكان تلك المحافظات في ظل الخوف من تفشى الفيروس وعدم القدرة على السيطرة عليه، ورغم الجهود المضنية التي تبذلها الدولة في شتى المناحي من أجل السيطرة على ذلك الفيروس وعلى رأس هذه الجهود الحملات الإعلامية التي تقدمها عبر وسائط الإعلام المختلفة من أجل بث المعلومات المختلفة عن طرق الوقاية والحث على الاجراءات الاحترازية التي يجب اتباعها للإقلال من حالات الإصابة، وكيفية التعامل مع الفيروس حال الإصابة به وإرشادهم إلى الأماكن التي يمكن التوجه إليها حال ظهور بعض الأعراض التي تم ذكرها في تلك الحملات.

ومن ثم تتحدد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي:-

ما الدور الذي تؤديه حملات التوعية الصحية في مواجهة أهل الصعيد للأمراض والأوبئة؟

أهمية البحث

يعد الوعي الصحي هو حجر الزاوية في عمليات التنمية التي يستهدفها المجتمع فالإنسان هو محور عمليات التنمية والتطوير التي يتبناها المجتمع وعليه تقوم الحضارة الإنسانية، ومن ثم اتجهت نحوه جل أساليب الرعاية والاهتمام، وتأتي الرعاية الصحية في مقدمة الأولويات بالنسبة للفرد والمجتمع.

ولعل التقرير الصادر عن المركز الوطني لمحو أمية الكبار بالولايات المتحدة الأمريكية والذي أكد أن (١٢٪) فقط من البالغين يمتلكون وعي صحي جيد، وأن تسعة من كل عشرة بالغين يفتقرون للمعلومات الصحية الأساسية، وهو ما يرتبط بسوء فهم المعلومات الصحية ، والتدهور الصحي لديهم، (Beth Ann Hackett ٢٠٢٠)

^(١)، وحيث تعتبر الحملات الإعلامية هي الشكل الأمثل الذي يمكن من خلاله الوصول لكل المجتمع علي اختلاف اطيافه وفتاته، وذلك من خلال تصميم رسائلها وتحديد استراتيجياتها التي تتناسب مع طبيعة المجتمع، ويمكنها من النفاذ إليه والتأثير فيه، وهذا إنما يدل علي الدور الحيوي والمهم الذي تلعبه الحملات الإعلامية خاصة في المجال الصحي حيث غالباً ما تتكون من رسائل قصيرة ومركزة سهلة الحفظ والتعلق بالذهن.

ومن ثم يمكن تحديد الأهمية النظرية للبحث في الآتي:-

- توضيح الدور التي تقوم به حملات التوعية الصحية داخل المجتمعات المختلفة.
- الدور المحوري الذي يؤديه الوعي الصحي في حماية المجتمعات من الأمراض.
- ترسيخ الاهتمام بأهمية الحملات الإعلامية باعتبارها أحد الوسائل الأساسية للنهوض بالوعي الصحي داخل المجتمع.

- توفير إطار نظري يبين طبيعة حملات التوعية الصحية وأهميتها في ظل ما يواجهه المجتمع من أمراض وأوبئة مستعصية تعطل الحياة.
- أما الأهمية التطبيقية للبحث فتمثل في:
 - تعزيز مفهوم الوعي الصحي، أهميته.
 - إتاحة المجال أمام المهتمين بالإعلام للتعرف علي مدى اعتماد جمهور الصعيد حملات التوعية الصحية .
 - قد تسهم نتائج البحث في التوصل إلي تعميمات جديدة حول كيفية استغلال حملات التوعية الصحية بالشكل المنوط بما يساهم في رفع مستوى الوعي الصحي .
 - لفت أنظار جماهير الصعيد لأهمية حملات التوعية الصحية داخل مجتمعاتهم.

أهداف البحث

- سعى البحث إلي:
 - الكشف عن ماهية الحملات الإعلامية.
 - التعرف علي ملامح الوعي الصحي في ضوء حملات التوعية الصحية.
 - الوقوف علي الدور الذي تلعبه حملات التوعية الصحية في حماية المجتمع من الأمراض والأوبئة .
 - رصد سبل النهوض بالوعي الصحي في الصعيد المصري.

الإطار النظري لنظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام

يرتبط تشكيل الاتجاهات لدى الجمهور بنظرية الاعتماد (مكاوي ٢٠١٠) (٢)، (فرحي ٢٠١٣) (٣)، (قاسمي ٢٠١٧) (٤) علي وسائل الإعلام والتي تأسست علي يد كل من "ملفين ديفلير" و "ساندرا بول روكيتش" في السبعينات (١٩٧٤) من القرن الماضي. ويعرف الاعتماد علي وسائل الإعلام بأنه عبارة عن المصادر التي تساعد علي توفير المعلومات أو الأخبار المرتبطة بمجال معين يهتمون بمتابعته. وتعرف أيضاً بأنها مجموعة من الأفكار التي تشير إلي اعتماد الأفراد علي وسائل الإعلام بشكل مباشر.

ومفهوم الاعتماد مفهوم مركب، قد يقصد به في جانب ما تعامل الباحثين مع هذه الوسائل، أي بمعنى السلوك الإتصالي للمبحوثين على المستويين الكمي والكيفي، وتحديد نوع الوسيلة التي يتم إستخدامها، ومعدل وحجم استخدامها، ونوعية البرامج والموضوعات التي يحرص عليها، وثقته فيها، وغيرها من المعلومات الأساسية التي تحكم علاقة المبحوث بوسائل الإتصال الجماهيري .

وتقوم نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام علي مجموعة من الفرضيات تتمثل في:

- (١) يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعاً للظروف المحيطة والخبرات السابقة.
- (٢) نظام وسائل الإعلام جزء من النسق الاجتماعي للمجتمع، ولهذا النظام علاقة بالأفراد والجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى.
- (٣) استخدام وسائل الإعلام لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي يكون فيه الجمهور ووسائل الاتصال.
- (٤) استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتفاعله معها يتأثران بما تعلمه الفرد من المجتمع ومن وسائل الاتصال ويتأثر الفرد بما يحدث نتيجة تعرضه لوسائل الاتصال.

وترتبط نظرية الاعتماد بقدرة وسائل الإعلام علي إحداث تأثيرات معرفية cognitive effects علي الأفراد الذين يعتمدون عليها بشكل أساسي والتي تساهم في تشكيل اتجاهاتهم attitude formation حيث ارتبطت فكرة الاعتماد علي وسائل الإعلام بقدرتها علي تحقيق التأثير والانتشار الواسع في المجتمعات.

ومن أهم تلك التأثيرات: (التأثيرات المعرفية، التأثيرات السلوكية ، التأثيرات الوجدانية)

التأثيرات المعرفية

وهي مجموعة من المؤثرات التي ساهمت في تعزيز نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام إذ عملت علي تشكيل الاتجاه الفكري عند الأفراد وإعادة ترتيب الأولويات تجاه الموضوعات التي يهتم بها الأفراد وبمتابعتها، خاصة تلك التي تؤثر فيهم تأثيراً مباشراً، كما أنها ساهمت في إثراء المعرفة الفردية حول العديد من الموضوعات، تشتمل الآثار المعرفية لوسائل الإعلام وفقاً لنظرية الاعتماد علي: كشف الغموض، وتكوين الاتجاهات، وترتيب أولويات الاهتمام، واتساع المعتقدات، والقيم.

التأثيرات السلوكية

هي مجموعة من التأثيرات التي ساهمت وسائل الإعلام في تعزيزها عن طريق تعزيز مجموعة من السلوكيات وإلغاء مجموعة أخرى منها مما يؤدي إلي زيادة الوعي عند الأفراد من خلال الاعتماد علي التنشيط المحفز لكل فرد، تنحصر الآثار السلوكية لاعتماد الفرد علي وسائل الإعلام - وفقاً لديفلور وروكيتش- في سلوكين أساسيين هما التنشيط والخمول.

التأثيرات الوجدانية

ويقصد بالتأثيرات العاطفية المشاعر والعواطف التي يكونها الإنسان تجاه ما يحيط به، ويظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة من خلال وسائل الإعلام، تؤثر علي مشاعر الأفراد واستجاباتهم بالتالي في الاتجاه الذي تستهدفه الرسائل الإعلامية، ويمكن التعرف علي آثار

- وسائل الإعلام على الوجدان وقياس هذه الآثار، ويحدد "ديفلير وروكيتش" هذه الآثار الوجدانية في: الفتر العاطفى أو اللامبالاة، والخوف والقلق، والدعم المعنوى والاعتراب. ويمكن إجمال أوجه الاستفادة من النظرية في ما يعنى بحثنا في الآتى:-
- بحسب مفهوم الاعتماد في النظرية والذي يتم توظيفه بمعنيين السلوك الإتصالي ومستوى ودرجة إعتبار الوسيلة المصدر الأساسى للمعلومات، ومعدل وحجم استخدامها، ونوعية الموضوعات التي يحرص علي متابعتها، ومن ثم أسهمت نظرية الاعتماد في تحديد الآتى:
١. رصد معدل استخدام أهل الصعيد لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية وتفاعلهم معها.
 ٢. بيان قوة تأثير الحملات الإعلامية في تنمية الوعى الصحي.
 ٣. تحديد نوعية النصوص التي تجذب أهل الصعيد نحو الرسائل الصحية.
 ٤. الوصول إلي طبيعة تفاعل أهل الصعيد مع الحملات الإعلامية تبعاً لنوعية الموضوعات والنصوص.
 ٥. معرفة التأثيرات السلوكية والوجدانية عند أهل الصعيد تجاه حملات التوعية الصحية.

الدراسات السابقة

المحور الأول: دراسات خاصة بالحملات الإعلامية التوعوية

- (١) دراسة إيفينج (Anietie Imo Effiong et al ٢٠٢٠) (٥) والتي سعت إلى تقييم البرنامج الجارى لهيئة التليفزيون النيجيرى وحملات التوعية ضد فيروس كورونا في نيجيريا، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامى، واعتمدت صحيفة الاستبيان كأداة للدراسة، وطبقت على عينة عشوائية قوامها (٣٢٠) مفردة من العاملين في مجال الرعاية الصحية بمستشفى كالابار التعليمى، وأسفرت أهم النتائج عن أنه يجب على المنظمات الحكومية وغير الحكومية تعزيز ورعاية برامج التوعية لعدم تفشى الأمراض
- (٧٧٠)

في الدولة، يجب على الحكومة اتخاذ تدابير تحدف إلى توفير ما يلزم دون قطع إمدادات الطاقة للجمهور.

(٢) بينما استهدفت دراسة (عبدالمحسن ٢٠١٨)^(٦) رصد المعالجة الإعلامية للقضايا الصحية والبيئية بالحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية المتخصصة لطفل ما قبل المدرسة، واعتمدت على منهج المسح بالعينة بشقيه التحليلي لمسح محتوى بعض الحملات الإعلامية والتي بلغ عددها (١٩) حملة إعلامية تم بثها عبر قنوات (الحياة، الفضائية الأولى المصرية، المحور) وتم الاعتماد على تحليل المضمون لوصف المحتوى الظاهر والصريح للحملات الإعلامية لمعرفة المعلومات والقضايا الصحية والبيئية، وذلك للإجابة على تساؤلات لدراسة وطبقاً للتصنيفات الموضوعية التي تم تحديدها في الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: تنوع القضايا الصحية التي ناقشتها الحملات الإعلامية.

(٣) واهتمت دراسة ساراف (Sarraf ٢٠١٨)^(٧) بالتعرف على دور الحملات الإعلامية في التنمية الصحية، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي واستخدمت صحيفة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، وأسفرت أهم النتائج عن أن الحملات الإعلامية الصحية هي أداة مفيدة في تعزيز الخدمات الصحية في المدن والريف، وأنها أداة هامة يمكن استخدامها في ترويج الحملات الصحية لأنها تصل إلى أكبر عدد من الجماهير، وأنها تقدم أكبر قدر من المعلومات حول القضايا الصحية المختلفة مثل فيروس نقص

المناعة البشرية، السرطان، أمراض القلب وغيرها، ومن ثم التأثير على السلوكيات والمعتقدات الضارة التي تؤثر على عدد كبير من الناس.

(٤) وسعت دراسة سعود آل سليمان (Saud Abdulaziz Alsulaiman)

(٢٠١٨)^٨ للتعرف على مواقف السعوديين تجاه الحملات الوقائية لوزارة الصحة من فيروس كورونا، اعتمدت الدراسة على نموذج المعتقد الصحي للبطل (HBM)، ومقياس ماير لمصدقية وسائل الإعلام كأدوات للدراسة، وطبقت على عينة قولها (٨٧٥) طالباً من جامعة الملك سعود، وأسفرت أهم النتائج عن أن السعوديين الذين يهتمون بأنفسهم هم الأكثر التزاماً بالتدابير الوقائية من فيروس كورونا، أن الموقع الإلكتروني لوزارة الصحة هو المصدر الأكثر مصداقية لمعلومات فيروس كورونا، يليه حساب تويتر الخاص بمنظمة الصحة العالمية ووزارة الصحة، ثم محرركات البحث على الإنترنت التي تتبعها قنوات الاتصال بوزارة الصحة مثل موقعها الإلكتروني، وصفحات التواصل الاجتماعي (تويتر وفيس بوك).

(٥) وتناولت دراسة منال حسن البدرى (٢٠١٠)^(٩) فاعلية الحملات الإعلامية في

نشر الوعي الصحي استخدمت الدراسة المنهج الوصفي واعتمدت على الملاحظة والمقابلة والاستبيان كأدوات للدراسة وطبقت على عينة عشوائية بمعكسر مانديلا، والعينة الثانية اختيرت عشوائية من المستعملات للكريمات والعينة الثالثة الخاصة باستعمال صبغة الشعر، وأسفرت أهم النتائج عن أن وسائل الاتصال الجماهيرى في السودان لا تعتمد على سياسة اتصالية معلومة ومحددة من حيث تنظيم عمليات الاتصال وتفاعلها الاجتماعى السودانى أو حتى مجموعة من القواعد والتقاليد لترشيد عمل ومؤسسات أجهزة الاتصال، وكان تأثير

التقليد والمحاكاة الأقوى وسط المبحوثات (الكريمتات) حيث بلغ تأثرهن باستخدام خلطة الكريمتات نتيجة تجارب أخريات نسبة (٤٣,٣٣٪)، أكثر من تجربتهن الشخصية التي بلغت نسبة (٣٠٪).

(٦) دراسة تري لين (٢٠١٨) (Saud A. Alsulaian & Terry Lynn) (١٠) والتي هدفت إلى التعرف على نموذج الاعتقاد الصحي والتدابير الوقائية: دراسة حملة وزارة الصحة على فيروس كورونا في السعودية، تنتمي هذه الدراسة إلى دراسات الحالة، واعتمدت على منهج المسح الاعلامي، وطبقت على عينة قوامها (٨٧٥) من الذكور والإناث، وأسفرت أهم النتائج عن أن نسبة المشاركين من الإناث بلغت (٦٥٪)، بينما كانت نسبة المشاركين من الذكور (٣٥٪)، حيث كان ما يقرب من (١٢٪) من اجمالي العينة من الطلاب في المرحلة الأولى وكان (١٧٪) من المرحلة الثانية والثالثة، و(١٦٪) من المرحلة الرابعة و(١٢٪) بالسنة الخامسة، (١٢٪) من الآباء وشكلت نسبة المتخرجين ما يقرب من (٢٦٪)، كما جاءت ضمن نتائج الدراسة أنه تم الحصول على المعلومات حول فيروس كورونا من عدة مصادر مختلفة، حيث أشار (١٠٪) من العينة أنهم سوف يذهبون إلى الإنترنت للحصول على تلك المعلومات مره أو مرتين في الشهر، وأن وسائل الإعلام التقليدية لم تحتل مرتبة عالية كقنوات للبحث عن المعلومات، حيث ذكر (٤٠٪) منها التلفزيون، (١٧٪) الراديو، (١٧٪) استشهدوا بالصحف كمصادر للمعلومات.

(٧) دراسة كريستيان (٢٠٢٠) (Christian Fuchs) (١١) والتي اهتمت برصد معالم الحياة والتواصل اليومي في زمن الكورونا والرأسمالية، استخدمت الدراسة منهج المسح

الإعلامى بشقه الميدانى، اعتمدت صحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، أكدت النتائج أن التباعد الاجتماعى أثناء فيروس كورونا لا يمنع من التواصل ولكن يمكن استبداله بطرق أخرى غير التواصل وجهًا لوجه، أن أزمة كورونا أحدثت تحولاً جذرياً في مكان العمل وأوقات الفراغ، التعليم، المجال العام والخاص، والصدقات والأسرة، وأن تقنيات الاتصال أدت دوراً مهماً في تنظيم الحياة اليومية في ظل انتشار أزمة كورونا، حيث تم تجنب استخدام وسائل التواصل الأساسية إلى حد كبير، وتم استبدال التواصل وجهًا لوجه من خلال استخدام وسائط الاتصال المختلفة مما أدى إلى وجود تحديات لأن التقارب والحب عن طريق الاتصال عبر وسيط اتصالى لا يحقق اشباع لبعض الرغبات العاطفية.

(٨) دراسة هناء زكريا وآخرون (٢٠٢٠) (Zakaria Nooh) ^(١٢) وتناولت توعية الجمهور بفيروس كورونا في منطقة الجوف بالمملكة العربية السعودية، تنمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح الإعلامى بشقه الميدانى، واعتمدت على صحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، طبقت على عينة قوامها (٣٨٤) مبحوث موزعة بالتساوى تقريباً بين الإناث والذكور، حيث بلغت نسبة الذكور (٤٧٪)، (٥٢,٩٪) من الإناث، (٦١,٥٪) ينتمون إلى المناطق الحضرية من الفئة العمرية (٢٠ - ٣٩) عاماً، (٩٥,٨٪) من سكان الحضر، أسفرت أهم النتائج عن أن معظم أفراد العينة يمتلكون معرفة متوسطة عن فيروس كورونا، أن البعض لديهم معرفة جيدة عن فيروس كورونا، ولا يوجد من بين العينة من لديهم معرفة ضعيفة أو ممتازة بفيروس كورونا، كما لم يكن هناك فرق كبير في مقدار المعرفة بين الذكور والإناث، لم يعرف الكثير من المبحوثين أن الفيروس

يرتبط بمتلازمة الجهاز التنفسي، وكانت نسبة (٨٦,٥٪) لا يعرفون أن فترة حضانة المرض تتراوح من أربع إلى خمس أيام، وأن أكثر من ثلث العينة كانوا يدركون أن الجمال والاتصال الشخصي يمكن أن ينقل المرض.

المحور الثاني: دراسات خاصة بالوعي الصحي

(١) دراسة (Liesbeth De Wit et al ٢٠٢٠)^(١٣) والتي سعت لاستكشاف وجهات النظر المحددة السياق لكبار السن والمتخصصين الصحيين في الوعي الصحي في الحياة اللاحقة في اليونان والمجر وهولندا، اعتمدنا منهجية نوعية وأجريت علي (١٢) مجموعة تكونت من (٥٠) من كبار السن و(٣٠) من المهنيين في مجال الصحة للحصول على نظرة ثاقبة، وجهات نظر فردية حول الوعي الصحي كما يقع في الرعاية الصحية وسياقات الحياة اليومية، تم استخدام نهج نظرية مستنيرة في تحليل البيانات، أكدت النتائج على أهمية الوعي الصحي خاصة أن الوعي الصحي هو إحد خصائص المجتمع ، ولهذا السبب دعت الدراسة إلى مناهج قائمة على المجتمع لتحسين الوعي الصحي.

(٢) دراسة سوزانا وآخرون^(١٤) (Susanne et al ٢٠٢٠) والتي سعت للتعرف على مستوى الوعي الصحي لدى عينة كبيرة من أمهات الأطفال حديثي الولادة في ألمانيا. وقد استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي وطبقت علي عينة قوامها (٢٤٠٣) من أمهات حديثي الولادة عبر تحليل العوامل الاجتماعية والديموغرافية والوعي الصحي (وفقاً لتقييم مقياس الرعاية الصحية HLS-EU)، وأظهرت النتائج أن ما يقرب من ٤٠٪ من الأمهات كان مستوى الوعي الصحي لديهن محدوداً، وأظهرت النتائج ارتباط الوعي

الصحي بالمستوى التعليمي لصالح ذوي التعليم العالي مقارنة بذوي التعليم المتوسط، وكذلك ارتبط الوعي الصحي لدى الأمهات بتعدد الأطفال حيث عانت الأمهات حديثي العهد بالإنجاب من انخفاض الوعي الصحي.

(٣) دراسة (زهيري، بوديه ٢٠١٩) (١٥) والتي هدفت إلى معرفة مدى مساهمة مضامين مواقع اليوتيوب في تنمية الوعي الصحي للمرأة، واعتمدت منهج المسح الإعلامي، واستخدمت صحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وطبقت على عينة من النساء العاملات وربات البيوت، وأسفرت أهم نتائج الدراسة عن تنوع الانطباعات والاقتراحات حول موقع اليوتيوب في نشر الوعي الصحي للمرأة من بينها تدعيم بالأطباء المختصين، وتنوع الحصص المتعلقة بالجانب النفسي، مراقبة صحة المعلومات المعروضة في اليوتيوب واستشارة الطبيب عن المرض.

(٤) بينما سعت دراسة (حمد ٢٠١٩) (١٦) إلى التعرف على مستوى الوعي الصحي لدى طلبة جامعة مؤتة، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي، وطبقت على عينة عشوائية قوامها (٢٩٧) طالب وطالبة من جميع طلبة جامعة مؤتة، وأسفرت أهم النتائج عن أن مستوى الوعي الصحي لدى طلبة جامعة مؤتة عالياً في مجال الصحة الشخصية والقوام ومستوى متوسط في مجال التغذية ومجال النشاط الرياضي، وأن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في التخصص لصالح التخصصات العلمية.

(٥) بينما جاءت دراسة جوديث بروشاسكا وآخرون (Prochaska ٢٠١٩) (١٧) لتتعرف على أثر استخدام وسائل الإعلام (مواقع التواصل الاجتماعي) وتكنولوجيا الهاتف

المحمول في الوقاية من السرطان وعلاجه، واعتمدت منهج المسح الإعلامي بشقه الميداني، واستخدمت مقياس الوعي الصحي كأداة لجمع البيانات، وأسفرت أهم النتائج عن أن مواقع التواصل الاجتماعي وتكنولوجيا الهاتف المحمول لها دور كبير في الوقاية من الأمراض السرطانية والكشف المبكر عنها، وكيفية علاجها بالنسبة للوسائل الأخرى.

(٦) ورصدت دراسة (أحمد جابر ٢٠١٧) (١٨) المحددات الاجتماعية للوعي الصحي في الريف المصرى، واستخدمت الدراسة منهج المسح الاجتماعي، واعتمدت صحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وطبقت على عينة قوامها (٤٧٤) ممن يزيد عمرهم عن (١٥) سنة، وأسفرت أهم نتائج الدراسة عن أن هناك تدني في مستوى الوعي الصحي بمؤشراته المختلفة لدى الريفيين، كما كشفت الدراسة عن تأثير النوع والسن والمستوى التعليمي والمستوى الاقتصادي والاجتماعي على درجة ومستوى الوعي الصحي لدى الريفيين.

(٧) دراسة هدى جرادي (٢٠١٦ Hoda Jradi) (١٩) والتي هدفت إلى تحديد أنواع ومصادر المعلومات من قبل الجمهور لتعزيز الوعي الصحي بالشرق الأوسط حول فيروس كورونا المسبب لمتلازمة التنفس في السعودية، تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات التجريبية، استخدمت المنهج التجريبي، وأسفرت أهم النتائج عن أن من أهم مصادر المعلومات المفضلة والقنوات هي الأطباء مقدمي الرعاية الصحية والأخرين مثل الممرضات بنسبة (٤٦,٥%) والمتقنين الصحيين، أن مصادر المعلومات المطلوبة من قبل المشاركين جاء الإنترنت في المرتبة الأولى، تليها المواد المطبوعة والتلفزيون ثم الملصقات.

التعليق علي الدراسات السابقة

بعد أن قامت الباحثة بالإطلاع علي العديد من الدراسات العربية والأجنبية السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة تبين لها مجموعة الحقائق الآتية :

من حيث الهدف :-

هدف عدد من الدراسات لبحث دور الحملات الإعلامية في التنمية الصحية وظهر ذلك في دراسات كل من دراسات كل من سارف و آل سليمان.

كما هدفت دراسة البدري للتعرف علي فاعلية الحملات الإعلامية في التوعية الصحية. أما دراسات كل من سوزانا، فقد اهتمت بالتعرف علي مستوى الوعي الصحي لدي امهات الأطفال حديثي الولادة، بينما سعت أحمد جابر للتعرف عي محددات الوعي الصحي في الريف

من حيث العينة :-

تنوعت العينة في الدراسات ما بين المراهقين وطلاب الجامعات، وكبار السن والأمهات، ومن ثم فسوف تستهدف الباحثتان سكان صعيد مصر من الفئات العمرية المختلفة في حدود العينة المتاحة.

من حيث المنهج والأدوات:

استخدمت معظم الدراسات المنهج التجريبي ومنهج المسح الإعلامي وتنوعت الأدوات ما بين صحف الاستبيان، الملاحظة والمقابلة، ومقياس الوعي الصحي .

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- استفادت الباحثتان من الدراسات السابقة في بلورة المشكلة البحثية، وكيفية صياغتها وتحديد المفاهيم العامة الخاصة بالدراسة.
- إمكانية تحديد المنهج الملائم للدراسة الحالية من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة.
- التعرف على الأساليب الإحصائية التي يمكن استخدامها من خلال الاطلاع على الأساليب المستخدمة في تلك الدراسات وأسباب استخدامها.
- استخدام الدراسات السابقة في الربط بينها وبين الدراسة الحالية والتعليق على نتائجها.

تعريف مفاهيم ومصطلحات الدراسة

لقد أضحت الحملات الإعلامية واحدة من أهم الموضوعات العلمية التي يجب طرحها والاهتمام بها خلال المرحلة الحالية حيث اختلفت الحملات الإعلامية من حيث المفهوم والأهمية والتأثير والتصميم خاصة في ظل العصر الرقمي، حيث باتت الوسائط الإعلامية متاحة بشكل لحظي لكافة فئات المجتمع تؤثر فيه ويتأثر بها، وتمثل حملات التوعية الصحية مجالاً ذو أهمية خاصة لدى الجماهير فهي ترتبط ارتباط وثيق بصحة الإنسان، كما أنه تجمع ما بين الاتصال الشخصي والجماهيري، وتعد الحملات الصحية جزء من الجهود الهادفة لمنع انتشار الأمراض علي نطاق واسع.

مفهوم حملات التوعية الصحية

تعتبر الحملات الاعلامية أحد الأدوات التي تستخدم في التنمية الاجتماعية وقد تعددت مسمياتها فشملت الحملات الاعلامية، إعلانات التوعية، التسويق الاجتماعي للأفكار والمستحدثات، وهي بمثابة حوار مع المستهلك يدفعه إلي الاهتمام والبحث عن

مزيد من المعلومات ويشجعه على محاولة اتخاذ سلوك معين وعادة ما تحاول الحمله الاعلاميه أن تَحْلَقَ دائماً استجابة لدى المتلقي سواء مجتمع أو مشاهد أو قارئ. وتعرفها سوزان القليني بأنها "إحدى أساليب الاتصال الاجتماعي الذي يهدف إلى إحداث تأثير معين في الجمهور المستقبل، مما يجعلنا نستخدم كافة وسائل الاتصال الجماهيري بهدف إقناع الجماهير بفكرة جديدة أو تكوين صورة ذهنية تجاه الأفكار الجديدة خلال فترة زمنية معينة" (القليني).^(٢٠)

وتعرف أيضاً بأنها "مجموعة من الجهود المنظمة لتغيير السلوكيات والاتجاهات والمعتقدات عن الصحة والظروف البيئية لمجموعة محددة من الأفراد يعانون من خطر المشكلات الصحية" (Kevin B. Wright et al ٢٠١٢) (٢١)

وتعرف حملات التوعية الصحية إجرائياً بأنها مجموعة الجهود المنظمة التي تسعى لإحداث تأثير محدد في الجمهور المستهدف، مستخدمة الوسائل الاتصالية التقليدية والرقمية، بهدف توفير التوعية الصحية المناسبة للجمهور وتحذيرهم من مخاطر الأوبئة والأمراض، ووصولاً للقيم الصحية المثلى.

أهداف حملات التوعية الصحية

تسعى حملات التوعية الصحية باعتبارها جهداً منظماً إلى إقناع مجموعة مستهدفة بقبول أفكار أو اتجاهات أو سلوكيات أو تعديلها أو الابتعاد عنها وذلك باعتماد أسلوب التأثير التراكمي (عيسى ٢٠١٢)^(٢٢)

وتتحدد أهداف الحملات الإعلامية في الآتي: (مازن ٢٠١٧)^(٢٣)

(١) إرساء قيم إيجابية معينة أو نشر مفاهيم معرفية مهمة، ككيفية الوقاية من الأوبئة والأمراض.

(٢) توضيح الحقائق وتوعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم في المجتمع.

(٣) تغيير السلوك الذي لا يتناسب مع المحيط الاجتماعي، عن طريق إقناع الفرد بعدم صحة ما يقوم به، أو بيان المخاطر الناجمة عن ذلك السلوك السليبي، وبما يحمل الفرد علي تغيير سلوكه، وتبني سلوكيات إيجابية.

أهمية الحملات الإعلامية

تُعد الحملات الإعلامية أداة مهمة للوصول إلى أكبر شريحة من الجمهور المستهدف وبتعزيز عالي، لأنها تراعي وسائل التواصل، وأماكن تواجده، واستخدام الأسلوب الأمثل للتأثير في الجمهور المستهدف، وتحقيق الأثر المراد الوصول إليه، وتكمن أهمية الحملات الإعلامية في كونها تتوجه إلى جماهير تتسم بالتنوع والاختلاف، وتعمل علي تغيير اتجاهات وسلوكيات اجتماعية مختلفة، وهذا يتطلب جهداً كبيراً يتسم بالاستمرار حيث يرفض في كثير من الأحيان الفرد تغيير أفكاره وسلوكياته وبالتالي معتقداته التي اكتسبها من قيم وعادات المجتمع. (صغير)^(٢٤)، ومن ثم نجد حملات التوعية الصحية تلعب دوراً محورياً حيث تعويض بعض الحواجز بين المعلومات الطبية المعقدة وقدرة الأفراد علي استخدام المعلومات الصحية وتناقلها، ومن هنا تكمن أهمية الحملات الخاصة بالتوعية الصحية في تفسير وتبسيط المعلومات للأفراد والبسطاء، وحيث يمكنها أن تنتج تغييرات إيجابية أو تمنع التغييرات السلبية في السلوكيات المتعلقة بالصحة بين عدد كبير من السكان. (Melanie A Wakefield)

٢٥ (et al ٢٠١٠)، والتي غالبًا ما تكون عائقًا أمام التواصل الفعال للرعاية الصحية.^{٢٦} (Veronica Lambert)

الوعي الصحي

يعد الوعي الصحي سمة أساسية للمجتمعات في العصر الحالي التي تستلزم المعرفة والتحفيز والكفاءات من المواطنين للوصول إلى المعلومات وفهمها وتقييمها وتطبيقها لإدارة الصحة والتفاعل مع الخدمات المتعلقة بالصحة والرفاهية. فالمواطنون المتعلمون الصحيون هم مصدر قوة للمجتمعات والمدن بشكل عام والاستثمار في الوعي الصحي يساعد على توفير الوقت والمال وإنقاذ الأرواح.^{٢٧} (Kristine Sørensen ٢٠١٨)

لقد ظهر مصطلح الوعي الصحي في الأدبيات الأكاديمية منذ عام ١٩٧٤ ولكنه كان يختلف كل الاختلاف عن الفهم الحالي للمفهوم، ولكن مع بداية التسعينات من القرن العشرين بدأ في الظهور بشكل جدي وشهد نمواً كبيراً منذ بدء تلك الجهود. (Hackett) ٢٠٢٠^(٢٨)، يرتبط الوعي الصحي بمحو الأمية ويستلزم معرفة الناس ودوافعهم وكفاءاتهم للوصول إلى المعلومات وفهمها وتقييمها وتطبيقها لإصدار الأحكام واتخاذ القرارات في الحياة اليومية فيما يتعلق بالرعاية الصحية والوقاية من الأمراض وتعزيز الصحة للحفاظ على جودة الحياة وتحسينها أثناء دورة الحياة " (Okan ٢٠١٩)^(٢٩)

ولقد تطور مفهوم الوعي والتثقيف الصحي عبر المراحل التاريخية المختلفة حسب آراء الناس ومفاهيمهم عن الصحة والمرض، ابتداء من الوقت الذي كانت فيه معالجة الأمور عن طريق الكوادر الصحية المتخصصة في العيادات والمستشفيات، ومروراً بالتطور في جميع مجالات

الحياة من اكتشافات واختراعات طبية، فأصبح أكثر شمولاً، وانتهاءً بتصاعد المتطلبات الاجتماعية وقيام العلاقات البناءة بين أفراد المجتمع، وبين القائمين على توفير الرعاية الصحية، لذلك ظهرت تعاريف كثيرة للتوعية والتثقيف الصحي تشترك جميعها في أن الوعي الصحي ينصب أساساً على سلوكيات الأفراد والجماعات. (مصطفى القمش وآخرون: ٢٠٠٠، ١٨١) (٣٠)

تعريف الوعي الصحي

يعتبر الوعي الصحي مفهوم واسع وقد تم تعريفه على أنه يغطي "دوافع الناس ومعرفتهم وكفاءاتهم للوصول إلى المعلومات الصحية وفهمها وتقييمها وتطبيقها من أجل إصدار الأحكام واتخاذ القرارات في الحياة اليومية المتعلقة بالرعاية الصحية والوقاية من الأمراض والصحة الترويج للحفاظ على أو تحسين نوعية الحياة" (Liesbeth de Wit et al) (٣١)

ويعرف على أنه "معرفة وكفاءة الأشخاص لتلبية المتطلبات المعقدة للعمليات الصحية".

(Kathleen ٢٠٢٠) (٣٢)

كما يقصد به "معرفة وقدرة الأشخاص على تلبية المتطلبات المعقدة للعمليات الصحية"

(Hackett ٢٠٢٠) (٣٣)

الوعى الصحى هو "الترجمة لما هو معروف ومألوف عن الصحة، فيما يتعلق بالصحة التامة للفرد أو بسلك الجماعة عن طريق العملية التنفيذية أو التعليمية" (اقبال ابراهيم مخلوف ١٩٩١ ، ١٩٩١) (٣٤).

" الوعى الصحى هو هذا الجانب من الصحة العامة الذى يتعامل مع المشاركة المتضمنة والفعالة للأفراد فى حل مشكلاتهم الصحية" (٣٥) (نفس المرجع السابق).

"هو الدعاية الصحية التى تهدف لتحسين السلوك الصحى من خلال مساعدة الناس على فهم سلوكهم، وتشجيعهم على اختيار ما يفضلونه، من أجل حياة صحية سليمة دون اجبرهم على التغيير" (نبيلة بوخبرة ١٩٩٥ ، ١٤) (٣٦)

تعريف الوعى الصحى إجرائياً:

تعرف الباحثان الوعى الصحى بأنه تلك الثقافة التى تمكن الأفراد والمجتمعات من التعامل مع بعض الأمراض المزمنة والمعدية وكيفية اتخاذ الإجراءات الإحترازية التى تمكنهم من مواجهة تلك الأمراض والأوبئة مما يؤدى إلى تمتع الأفراد بحياة صحية سليمة وخفض مستوى الإنفاق الناتج عن عدم إلمام الأفراد بالتوعية والثقافة الصحية اللازمة.

أسس الوعى الصحى

يقوم الوعى الصحى على ثلاث جوانب هى (عاشور ٢٠١٨) (٣٧):

الجانب المعرفى: ويقصد به توافر المعلومات العلمية عن الصحة ودور الفرد ومسؤوليته الشخصية عن صحته.

الجانب الوجدانى: ويتمثل فى تكوين الاتجاهات نحو الحفاظ على صحته.

الجانب السلوكي (التطبيقي): ويتمثل في كيفية التصرف في المواقف الحياتية المتعلقة بالصحة التي تواجه الفرد.

وإذا اكتملت جوانب الوعي المعرفية، والوجدانية، والسلوكية، لدى الفرد وصف بأن لديه وعياً صحياً متكاملًا بحيث تتحول ممارسته الصحية إلى عادات سلوكية تتم بصورة دائمة.

جوانب الوعي الصحي:

يعتمد الوعي الصحي علي إلمام المواطنين بالمعلومات والحقائق الصحية، وأيضاً إحساسهم بالمسئولية نحو صحتهم وصحة غيرهم، وينبغي أن تشمل عملية التوعية الصحية جميع مجالات الحياة، فلا تقتصر على جانب واحد، دون غيره، فيسعى أن يوفرها المنزل وتكون من خلال غرس القيم والآداب الصحية في أبنائها وتعوددهم على السلوك الصحي والإلتزام بالنظافة الشخصية والعامة(مالك ٢٠٠٦) (٣٨) وهذا يتطلب من كافة الجهات المعنية سواء التعليمية أو الإعلامية أو الترفيهية من نوادي وجامعات ومدارس ووسائل الاتصال المختلفة وغيرها أن تتكاتف من أجل غرس ثقافة الوعي الصحي لدى الأبناء فلا بد من تضافر جميع القوى وتعاونها في هذه المهمة الخطيرة

درجة الوعي: تعتبر درجة وضوح وبيان الوعي في الحالة العاديه متغيره للغاية، فهي مستوى الحذر من الرفيع إلى الأدنى، ونستطيع التمييز بين درجات الوعي كالاتي : (مالك ٢٠٠٦) (٣٩)

الوعي الواضح المتأمل: والذي يتطلب بعض الجهد للتركيز
الوعي العلوي: الذي يتعلق بالأحلام، والذي لا يتطلب أى جهد

ج. الوعي الباطنى (وعى غامض): الذى يسمح بتصرفات أتوماتيكية فى الحياة اليومية واللاشعور.

أهداف نشر الوعي الصحى:

الوعي الصحى هو أحد الأهداف التى تسعى التربية الصحية إلى تحقيقها من خلال برامجها المتنوعة وهو الهدف الذى تسعى المجتمعات للوصول إليه وتحقيقه بين أفرادها، ومن بين أهداف نشر الوعي الصحى ما يلى (حلاب ٢٠١٨) (٤٠):

(١) تزويد الأفراد بالمعلومات الصحية عن مجتمعاتهم والإمام بالمشكلات الصحية والأمراض المعدية المنتشرة ومعدل الإصابة بها وأسبابها وطرق انتشار العدوى الوقاية منها ووسائل مكافحتها.

(٢) فهم الفرد للمشكلات الصحية وسبل حلها والإمام بأساليب المحافظة على الصحة العامة للفرد والمجتمع انبثاقاً من كونها مسئولية الفرد قبل الخيئات والمنظمات الحكومية.

(٣) تعريف الأفراد بالخدمات والمنشآت الصحية فى مجتمعاتهم وفهم الغرض من إنشائها وكيفية الانتفاع بها بطريقة منظمة ومجدية.

(٤) إيجاد مجتمع يتبع أفرادَه الإرشادات والعادات الصحية السليمة فى كل تصرفاتهم بدافع من شعورهم ورغبتهم ويشتركون إيجابياً فى حل مشكلاتهم ويبدلون المال والجهد فى هذا السبيل.

أركان التثقيف الصحى:

تتكون أركان التثقيف الصحى من: (المشاقبة) (٤١) (٢٠١٢)

- (١) الفئات المستهدفة: وهي جميع فئات المجتمع بجميع مستوياته الاجتماعية لها مع كونها تسعى لتغيير سلوك صحي فهي أيضاً وسيلة للتذكر.
 - (٢) المثقف الصحي: وهو الذى يقوم بتوجيه الرسالة التثقيفية وقد يكون شخص أو مجموعة من الأشخاص من فريق الرعاية الصحية الأولية، يساعدهم في ذلك أفراد المجتمع أو أى فرد من المجتمع يستطيع أن يوصل الرسالة كرجال الدعاية ولإعلام، رجال الدين، المدرسين والمثقف الصحي يكون مسؤولاً عن التثقيف الصحي في المؤسسات الصحية فهو يقوم بالأعمال التالية.
- المشاركة في تحديد وقياس الحالة الصحية للمجتمع، تحليل العوامل النفسية والثقافة المؤثرة في رغبات الناس.
 - تقوية وتنشيط النشاط التثقيفى للوحدات الصحية ووضع خطة متكاملة للتثقيف الصحي تسير أهداف البرنامج الصحي.
 - التثقيف الصحي يعمل كمستشار فى لباقي أعضاء الفريق الصحي فيما يتعلق بطرق التثقيف الصحي للناس.
 - استخدام وسائل الإعلام كطريقة وأسلوب للتثقيف الصحي.
 - الإعداد للندوات والمؤتمرات والحلقات والمعارض فى مجال التثقيف الصحي كالمدارس ودور العبادة.

فيروس كورونا (كوفيد ١٩)

أن فيروس كورونا (١٩ - COVID) هو مرض تنفسي شديد العدوى حيث ينبع اسمه من حقيقة أنه يشبه التاج تحت المجهر فهو شديد العدوى وله معدل وفيات أكبر بعدة مرات من معدل وفيات الأنفلونزا الموسمية، وتكمن الأعراض الشائعة له في الجفاف وارتفاع الحرارة والسعال وضيق التنفس والتعب الشديد، وأن أغلب الحالات لديها تطور خفيف ولكن بعضها يكون التطور فيها عن طريق الالتهاب الرئوى الحاد والذي يمكن أن يهدد حياة المصاب.

تعريف فيروس كورونا (كوفيد ١٩)

فيروسات كورونا هي فصيلة كبيرة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للحيوان والانسان. وفيروسات كورونا تسبب لدى البشر حالات عدوى الجهاز التنفسي التي المعروف أن عادةً تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى الامراض الاشد وخاصة مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية والمتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (السارس)، ويسبب فيروس كورونا المكتشف مؤخرًا مرض فيروس كورونا كوفيد - ١٩ (٤٢) والفيروس التاجي الجديد، المعروف أيضًا باسم ٢٠١٩ COVID-، هو نوع من الفيروسات التي تسبب مرضًا في الجهاز التنفسي. وهذا قد يؤدي إلى التهاب وتراكم المخاط والسوائل في مجرى الهواء وفي الرئتين (الالتهاب الرئوي). هناك العديد من الفيروسات التاجية المختلفة. و معظم هذه الفيروسات تؤثر فقط في الحيوانات، ولكن في بعض الأحيان يمكن أن تتغير هذه الفيروسات وتصيب البشر (٤٣).

بدايات ظهور الفيروس

وترجع بدايات الفيروس حيث التعرف على أول حالة أصيبت بفيروس كورونا في الأول من ديسمبر لعام ٢٠١٩ في مدينته ووهان الصينية والتي يزيد عدد سكانها عن ١١ مليون نسمة في مقاطعة هوبي الصينية، وفي نهاية يناير تم الإبلاغ عن ما يقرب من ١٢٠٠٠ حالة في الصين، قد أعلنت منظمة الصحة العالمية أن فيروس كورونا أصبح وباء في مارس ٢٠٢٠، حيث كان عدد المصابين به (٦٣٨١٤٦) من إجمالي (٢٠٣) حالة في (٢٩) دولة والتي أدت إلى وفاة (٣٠١٠٥) حالة.

ولقد صنفت منظمة الصحة العالمية تفشي فيروس كورونا بوصفه وباءً عالمياً "جائحة". لسببين رئيسيين هما: سرعة تفشي العدوى واتساع نطاقها والقلق الشديد إزاء "قصور النهج الذي تتبعه بعض الدول على مستوى الإرادة السياسية اللازمة للسيطرة على هذا التفشي" للفيروس^(٤٤)

ومن ثم أخذت منظمة الصحة العالمية مجموعة من التدابير مثل إغلاق الحياة العامة، وتدابير التباعد الاجتماعي، والحظر الكلي والجزئي مناشدةً جميع دول العالم أن يلتزموا بتلك التدابير التي أشارت إليها.^(٤٥)

متغيرات البحث

المتغير المستقل: حملات التوعية الصحية.

المتغير التابع: الوعي الصحي.

المتغير الوسيط: النوع (ذكور وإناث)، محل السكن (ريف، حضر).

حدود البحث

الحدود الموضوعية: التعرف علي ماهية حملات التوعية الصحية ودورها في مجال الوعي الصحي في صعيد مصر.

الحدود البشرية: تنحصر الحدود البشرية في البحث في بعض سكان محافظات صعيد مصر (الفيوم، بني سويف، المنيا، أسيوط، سوهاج، قنا، أسوان، الأقصر، البحر الأحمر) حسب العينة المتاحة.

الحدود الزمنية: يتحدد المجال الزمني للبحث خلال الفترة من مارس ٢٠٢٠ وحتى مايو ٢٠٢٠.

تساؤلات البحث

ومن السؤال الرئيس للبحث تتفرع الأسئلة التالية:

- ما دور حملات التوعية الصحية في مواجهة أهل الصعيد للأمراض والأوبئة؟
- ما مستوى الوعي الصحي لدى أهل الصعيد من الريفين والحضرين؟
- كيف يعتمد أهل الصعيد علي الحملات الصحية كوسيلة للتوعية الصحية؟
- ما مدى مساهمة حملات التوعية الصحية في رفع الوعي الصحي لدى أهل الصعيد؟
- هل ثمة علاقة تربط أهل الريف بحملات التوعية الصحية الخاصة بفيروس كورونا؟
- لماذا تجاوزت عينة الدراسة مع حملات التوعية الصحية الخاصة بفيروس كورونا؟

فروض البحث

الفرض الأول: توجد علاقة دالة إحصائياً بين التعرض لحملات التوعية الصحية وبين مستوى الوعي الصحي لدى أهل الصعيد.

الفرض الثاني: توجد فروق دالة إحصائياً في مستوى الوعي الصحي لدى لأهل الصعيد وفق المتغيرات الديموغرافية (النوع - المرحلة العمرية المستوى التعليمي - المحافظة التي ينتمي لها المبحوث - طبيعة السكن).

الإجراءات المنهجية للدراسة

نوع البحث ومنهجها

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التي تستهدف الكشف عن السمات العامة للدور التي تقوم به حملات التوعية الصحية في رفع الوعي الصحي.

واعتمد البحث منهج المسح الإعلامي للوقوف علي أبعاد الظاهرة محل البحث. حيث أنه يعتبر المنهج الأكثر ملاءمة بالنسبة للدراسة الحالية، والتي يمكن من خلالها قياس أهداف وفروض الدراسة الحالية، حتى يمكن تقديم وصفاً دقيقاً للظاهرة موضوع الدراسة.

مجتمع وعينة البحث

العينة الميدانية: طبق البحث علي عينة قوامها (٣٦٠) مفردة من الريفيين من (الذكور والإناث) من سكان مدن وقرى الصعيد المصري من المحافظات المختلفة بدءاً من محافظة الفيوم وحتى محافظة البحر الأحمر، والذين تم التواصل معهم عبر منصات التواصل الاجتماعي (الواتس آب، الماسنجر)، ويوضح الجدول التالي الخصائص الديموغرافية للعينة:

جدول (١) خصائص العينة وفقا لمتغيرات الدراسة (ن=٣٦٠)

الاستجابة		الفئات	المتغير
%	ك		
%٤٩,٤	١٧٨	ريف	طبيعة السكن
%٥٠,٦	١٨٢	حضر	
%٤٤,٤	١٦٠	ذكور	النوع
%٥٥,٦	٢٠٠	إناث	
—	—	القيوم	المحافظة التي ينتمي لها الباحث
%٨,٦	٣١	بني سويف	
%١١,٩	٤٣	المنيا	
%١٥,٣	٥٥	أسيوط	
%٣١,٩	١١٥	سوهاج	
%١٢,٥	٤٥	قنا	
%٨,١	٢٩	أسوان	
%٥	١٨	الأقصر	
%٦,٧	٢٤	البحر الأحمر	
%١٤,٧	٥٣	مؤهل فوق الجامعي	
%٦٥,٨	٢٣٧	مؤهل جامعي	

٢٩	٨,١%	مؤهل فوق المتوسط (معهد عامين)	
٢٩	٨,١%	مؤهل متوسط (دبلوم فني)	
١٢	٣,٣%	أقل من المتوسط (إبتدائية، إعدادية)	
١٥	٤,٢%	أقل من ١٨ عاماً	الفئة العمرية
٢٢٤	٦٢,٢%	من ١٨ عاماً إلي أقل من ٣٠ عاماً	
٨١	٢٢,٥%	من ٣٠ عاماً إلي أقل من ٤٠ عاماً	
٢١	٥,٨%	من ٤٠ عاماً إلي أقل من ٥٠ عاماً	
١٠	٢,٨%	من ٥٠ عاماً إلي أقل من ٦٠ عاماً	
٩	٢,٥%	أكبر من ٦٠ عاماً	

أدوات البحث : اعتمد البحث صحيفة الاستبيان كأداة للبحث .

الصدق والثبات

تم بناء الاستبيان بعد مراجعة أدبيات الدراسات السابقة، وتم عرض الاستبانة علي المتخصصين^(١) في الإعلام للتحقق من الصدق والثبات، كما تم استخدام الأساليب

(١) أ. د. جيلان شرف، أستاذ الإذاعة والتلفزيون و رئيس قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة السويس.

(٢) د. مؤمن جبر، مدرس الإعلام، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

(٣) د. هيام أنور، مدرس الإعلام، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

(٤) أ.م.د. عمر فرج، أستاذ مساعد، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية.

(٥) د. نفيسة السعيد، مدرس الإعلام، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

الإحصائية للتحقق من الصدق والثبات، وقد تم حساب الصدق والثبات بعد تحكيم صحيفة الاستبيان من قبل المحكمين، حيث أظهرت قيمة ثبات استمارة الاستبيان الآتي:

جدول (٢) الثبات الكلي للمقياس بطريقة ألفا كرونباخ

المقياس	قيمة معامل ألفا كرونباخ
الدرجة الكلية لثبات الاستبيان	٠,٧١

يتضح من الجدول السابق أن الدرجة الكلية لثبات الاستبيان وفقاً لمعامل ألفا كرونباخ كانت (٠,٧١)، وقدرت قيمة الصدق بـ (٠,٨٤).

أساليب المعالجة الإحصائية

تم إجراء التحليلات الإحصائية اللازمة لأغراض البحث باستخدام حزم تحليل البيانات الاحصائية عبر برنامج "SPSS"، وتم اعتماد الأساليب الإحصائية الوصفية اللازمة لتحليل البيانات الكمية محل البحث والمتمثلة في الآتي:

- (١) معامل ألفا كرونباخ لحساب الثبات.
- (٢) التكرارات والنسب المئوية
- (٣) والمتوسطات والانحراف المعياري
- (٤) معامل ارتباط بيرسون.
- (٥) اختبار (ت).

(٦) أ. د. صابر حارص، أستاذ الإعلام، كلية الآداب، جامعة سوهاج.

(٧) د. نادر محمد عبد المطلب، مدرس الإعلام، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

(٨) د. ناجي الشهاوي . مدرس الصحافة، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة السويس.

نتائج البحث

قامت الباحثتان بالتحليل الكمي الدقيق لنتائج استجابات المبحوثين علي صحيفة الاستبيان والتي تمثلت في عينة مكونة من (٣٦٠) مفردة من سكان محافظات الصعيد من الريفين والحضرين، وقد أسفر هذا التحليل بعد عمليات الجدولة والتصنيف عن مجموعة من النتائج التي يمكن رصدها علي النحو التالي:

وأظهرت نتائج البحث الآتي:-

جدول (٣) رأي عينة الدراسة في الوسائل الإعلامية الأكثر اعتماداً

الوسيلة	الفيس بوك	التلفزيون	الصحف	الراديو	الاجمالي
ك	٢٥٧	٩١	٦	٦	٣٦٠
%	٧١,٥	٢٥,١	١,٧	١,٧	١٠٠
الترتيب	الأول	الثاني	الثالث	الثالث	

يتضح من الجدول السابق أن الفيس بوك يأتي في مقدمة الوسائل الإعلامية التي يعتمدها أهل الصعيد كوسيلة إعلامية بنسبة (٧١,٥٪)، في حين يأتي التلفزيون في المرتبة الثانية بنسبة (٢٥,١٪)، في حين جاءت كل من الصحف والراديو في المرتبة الثالثة متساويين بنسبة (١,٧٪) لكل منهما.

وترى الباحثتان أن هذه النسبة ربما تعود إلى أن الفيس بوك يتربع على قمة مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً، حيث أصبح مجال عام لصنع الأحداث وتشكيل الرأي العام وتبادل الآراء، الخبرات بين المستخدمين نحو القضايا المثارة على الساحة.

جدول (٣) يبين فترات متابعة عينة الدراسة للوسائل الإعلامية

النسبة	التكرار	فترات المتابعة
٪٣٣	١١٩	ثلاث ساعات فأكثر
٪٣٧,٤	١٣٥	من ساعة لساعتين
٪٢٩,٦	١٠٦	أقل من ساعة
٪١٠٠	٣٦٠	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن فترات المتابعة الإعلامية لوسائل الإعلام علي اختلافها أكثر من ثلاث ساعات بنسبة (٣٣٪)، من ساعة لساعتين بنسبة (٣٧,٤٪)، أقل من ساعة بنسبة (٢٩,٦٪).

ترى الباحثتان أن ارتفاع المتابعة الإعلامية لعينة الدراسة من ثلاث ساعات فأكثر لتواجد العينة في المنزل وذلك خلال فترة الحجر الصحي، لتطبيق الاجراءات الاحترازية للوقاية من فيروس كورونا، مما أدى إلى قضاء معظم الوقت في متابعة وسائل الإعلام، لمعرفة المستجدات الخاصة بفيروس كورونا.

جدول (٤) يبين نسب اهتمام عينة الدراسة بمتابعة الموضوعات الصحية

النسبة	التكرار	
٪٣٥,٢	١٢٧	مهتم جداً
٪٢٩,٦	١٠٧	مهتم
٪٢٧,٤	٩٨	مهتم إلي حد ما

غير مهتم	١٤	٣,٩%
غير مهتم علي الإطلاق	١٤	٣,٩%
الإجمالي	٣٦٠	١٠٠%

يتضح من الجدول السابق:

جاءت نسب الاهتمام بمتابعة الموضوعات الصحية خلال فترة أزمة فيروس كورونا المستجد مهتم جداً بنسبة (٣٥,٢٪)، مهتم بنسبة (٢٩,٦٪)، مهتم إلي حد ما بنسبة (٢٧,٤٪)، ومن ثم كانت النسب الإجمالية للاهتمام بمتابعة الموضوعات الصحية خلال فترة فيروس كورونا (٩٢,٢٪)، بينما كانت نسب عدم الاهتمام (٧,٨٪).
الزخم الإعلامي الذي صاحب ظهور فيروس كورونا المستجد (كوفيد ١٩)، والذي أسهم في حشد الجماهير لمتابعة ورصد آخر مستجدات الفيروس علي الساحتين المحلية والعالمية.

جدول (٥) يبين الإلمام بأزمة فيروس كورونا المستجد

الاستجابة	التكرار	النسبة
نعم	٣٢٠	٨٨,٨%
إلي حد ما	٣٤	٩,٥%
لا	٦	١,٧%
الإجمالي	٣٦٠	١٠٠%

يتضح من الجدول السابق:

أن نسب الإلمام بأزمة فيروس كورونا المستجد (٩٨,٣٪)، وجاءت نسب عدم الإلمام (١,٧٪).

وترى الباحثتان أن هذه النسب ناجمة عن كثافة الحملات الإعلامية التي عملت أجهزة الدولة جميعها علي بثها عبر الوسائل الإعلامية المختلفة في محاولة للحد من خطورة انتشار المرض بين أعداد كبيرة من أفراد المجتمع.

كما تري الباحثتان أنها نتيجة طبيعية وتتماشى مع الواقع الفعلي للمرحلة التي يمر بها العالم، حيث يعد فيروس كورونا من أعظم الأوبئة التي أصابت العالم بأثرة في العصر الحديث، وجعلت الكثير يفقد ذويه، وأحبابه نتيجة لهذه الجائحة، فمن الطبيعي الاهتمام بمتابعة الموضوعات الصحية حتى يمكن الوقاية من هذا الفيروس، لكي يتمكن الجميع من الإلمام بجميع ما يدور حول هذا الفيروس، ليس ذلك للوقاية أو العلاج فحسب، لكن رغبة في عودة الحياة إلى طبيعتها بعد أن شوهدت تلك الجائحة شتى مناخى الحياة.

جدول (٦) يبين المصادر المعلوماتية التي اعتمدها عينة الدراسة للحصول علي معلومات حول فيروس كورونا

النسبة	التكرار	المصدر المعلوماتي
٦٢,٦٪	٢٢٥	موقع وزارة الصحة
٥٢٪	١٨٨	مواقع التواصل الاجتماعي
٤٣,٦٪	١٥٧	التليفزيون

(٧٩٨)

٦,١%	٢٢	الصحف
١,١%	٤	الراديو

يتضح من الجدول السابق أن الوسائل التي تعتمد عليها العينة من سكان محافظات الصعيد للحصول علي معلومات عن أزمة فيروس كورونا المستجد فقد احتل موقع وزارة الصحة مواقع المركز الأول بنسبة (٦٢,٦%)، تلاها في المركز الثاني مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (٥٢%)، ثم التلفزيون في المركز الثالث بنسبة (٤٣,٦%)، واحتلت الصحف المركز الرابع بنسبة (٦,١%)، وجاء الراديو في المركز الأخير بنسبة (١,١%). وتتفق هذه النتيجة مع دراسة سعود آل سليمان التي أظهرت نتائجها أن موقع وزارة الصحة السعودية جاء في مقدمة المصادر المعتمدة للمعلومات.

وترى الباحثان أن تلك النتيجة تعكس الواقع حيث أن وزارة الصحة هي المصدر الرسمي والأساسي الموثوق بالنسبة لمعلومات المتداولة عن فيروس كورونا، وربما تعود هذه النسبة إلي ارتفاع الوعي لدى المبحوثين مما جعلهم يحصلون علي المعلومات الصحية من المصادر الرسمية لها.

جدول (٧) يبين مدى مساهمة الحملات الإعلامية في تزويد أهل الصعيد بالمعلومات حول فيروس كورونا

النسبة	التكرار	
٦٨,١%	٢٤٥	نعم
٢٣%	٨٣	إلي حد ما

٨,٩٪	٣٢	لا
١٠٠٪	٣٦٠	الاجمالي

يتضح من الجدول السابق:

اتفاق أفراد العينة علي إسهام الحملات الصحية في تزويدهم بالمعلومات الخاصة بالقضايا الصحية بنسبة (٩١,١٪).

جدول (٨) يبين أهم الحملات الصحية المقدمة حول فيروس كورونا

النسبة	التكرار	الحملة
٦٧,٦٪	٢٤٣	حملة خليك في البيت
٥١,٤٪	١٨٥	معاً ضد كورونا
٣٩,١٪	١٤١	الوقاية خير من العلاج
٢٤,٦٪	٨٩	صحتكم أهم احمي مصر

يتضح من الجدول السابق أن:

أفراد العينة اتفقوا أن من أهم الحملات المقدمة للتوعية بكيفية مواجهة فيروس كورونا المستجد حملة خليك في البيت في المرتبة الأولى بنسبة (٦٧,٦٪)، وحملة معاً ضد كورونا في المرتبة الثانية بنسبة (٥١,٤٪)، وحملة الوقاية خير من العلاج في المرتبة الثالثة بنسبة (٣٩,١٪)، وحملة صحتكم أهم احمي مصر في المرتبة الرابعة بنسبة (٢٤,٦٪). وترى الباحثتان أن تأثر أفراد العينة بالحملة الأولى ناجم عن القلق الشديد والدعر الذي سببه انتشار الفيروس في العالم مما جعلهم يفضلون البقاء بالمنزل حماية لأنفسهم وذويهم.

جدول (٩) يبين رؤية أهل الصعيد لأزمة فيروس كورونا

النسبة	التكرار	الاعتقاد
٨٢,٧%	٢٩٨	فيروس كورونا مرض خطير يجب الوقاية منه
٤١,٣%	١٤٩	غضب من ربنا
٢٥,١%	٩١	حرب بيولوجية

يتضح من الجدول السابق أن:

نتائج رؤية أهل الصعيد لأزمة فيروس كورونا المستجد جاءت كالتالي:
 فيروس كورونا مرض خطير يجب الوقاية منه في الترتيب الأول بنسبة (٨٢,٧%)، غضب
 من ربنا في الترتيب الثاني بنسبة (٤١,٣%)، حرب بيولوجية في الترتيب الثالث بنسبة
 (٢٥,١%)

وترى الباحثان أن تلك النتيجة تعكس الواقع وتظهر نجاح الحملات الإعلامية في بث
 الرسائل الصحية الصحيحة والموثوقة للجمهور المستهدف، بينما يعكس الاعتقاد الثاني
 بساطة الكثير من أهل الصعيد.

علماً بأن الباحثان لم تضعاً تلك الخيارات إلا بعد استطلاع عدد من آراء أهل الصعيد.

جدول (١٠) يبين مستوى مساهمة الحملات الإعلامية في التعريف بطبيعة

فيروس كورونا المستجد

النسبة	التكرار	الفقرات
٧٧,١%	٢٧٨	عرفتني بأعراض الإصابة

(٨٠١)

٧٥,٤%	٢٧١	وضحت لي طرق الوقاية
٥٧,٥%	٢٠٧	عرفتني بالأدوات المستخدمة في الوقاية
٥٠,٩%	١٨٣	ارشدتني إلي المستشفيات التي يمكن التوجه إليها
٢٥,٧%	٩٣	وضحت لي أرقام تليفونات المساعدة العاجلة

يتضح من الجدول السابق

أن نتائج مساهمة الحملات الإعلامية قي التعريف بطبيعة فيروس كورونا المستجد جاءت كالتالي:

مساهمة الحملات في التعريف بأعراض الإصابة في المركز الأول بنسبة (٧٧,١٪)، وجاء مساهمة الحملات في التعريف بطرق الوقاية في المركز الثاني بنسبة (٧٥,٤٪)، بينما جاءت مساهمة الحملات في التعريف بالأدوات المستخدمة في الوقاية في المركز الثالث بنسبة (٥٧,٥٪)، واحتلت مساهمة الحملات في التعريف بالمستشفيات التي يمكن التوجه إليها في المركز الرابع بنسبة (٥٠,٩٪)، وجاء في المركز الأخير مساهمة الحملات في التعريف بأرقام تليفونات المساعدة العاجلة بنسبة (٢٥,٧٪).

وترى الباحثان أن تلك النتيجة أظهرت نجاح التخطيط الإعلامي الجيد وتأثير الحملات الإعلامية المقدمة عبر الوسائل الإعلامية المختلفة في أفراد العينة مما أسهم استيعاب الجمهور المستهدف للرسائل الإعلامية المقدمة.

جدول (١١) يبين رأي العينة في قيام وزارة الصحة في الدور المنوط بها

النسبة	التكرار	
٢٠,٢%	٧٢	موافق جداً

موافق	١٧٧	٤٩,٢%
غير موافق	٧٦	٢١,٢%
غير موافق علي الإطلاق	٣٤	٩,٥%
الاجمالي	٣٦٠	١٠٠%

يتضح من الجدول السابق أن:

اتفاق أفراد العينة علي أن وزارة الصحة تقوم بالدور المنوط بها في مواجهة أزمة فيروس كورونا بنسبة (٦٩,٤%).

وترى الباحثتان أن تلك النتيجة تعكس الواقع حيث أن وزارة الصحة لم تدخر جهداً في التعريف بالمرض وأبعاده أو في تقديم الخدمات العلاجية والصحية والمعلوماتية علي مدار الساعة وعبر القنوات المختلفة.

جدول (١٢) يبين رأي العينة في أسباب تجاوب أفراد العينة مع حملات التوعية الصحية الخاصة بفيروس كورونا

النسبة	التكرار	
٦٢,٦%	٢٢٥	حتى يمكن المساهمة في انحسار المرض والقضاء عليه
٥٤,٧%	١٩٧	خوفاً من إصابة الأهل والأقارب بفيروس كورونا
٤٩,٢%	١٧٧	خوفا من الإصابة بفيروس كورونا
٢٧,٩%	١٠٠	حتى تدور عجلة الاقتصاد مرة أخرى

يتضح من الجدول السابق أن:

أسباب تجاوب أفراد العينة مع حملات التوعية الصحية الخاصة بفيروس كورونا جاءت كالتالي:

- حتى يمكن المساهمة في انحسار المرض والقضاء عليه في المركز الأول بنسبة (٦٢,٦٪).
 - خوفاً من إصابة الأهل والأقارب بفيروس كورونا في المركز الثاني بنسبة (٥٤,٧٪).
 - خوفاً من الإصابة بفيروس كورونا في المركز الثالث بنسبة (٤٩,٢٪).
 - حتى تدور عجلة الاقتصاد مرة أخرى في المركز الرابع بنسبة (٢٧,٩٪).
- وترى الباحثان أن تلك النتيجة ناجمة عن كثافة الحملات الإعلامية المقدمة عبر الوسائل الإعلامية وكذلك كثافة التعرض الناجم عن بقاء الأفراد بالمنزل لفترات طويلة أتاحت لهم متابعة واهتماماً أكثر من أي وقت.

جدول (١٣) يبين رأي العينة في قيام وزارة الصحة في الدور المنوط بها

النسبة	التكرار	
٢٠,٢٪	٧٢	موافق جداً
٤٩,٢٪	١٧٧	موافق
٢١,٢٪	٧٦	غير موافق
٩,٥٪	٣٤	غير موافق علي الإطلاق
١٠٠٪	٣٦٠	الاجمالي

يتضح من الجدول السابق أن:

جاءت نتائج الاهتمام بتنفيذ الارشادات الصحية التي تقدمها الحملات التوعوية مثل إرتداء الكمامة، واستخدام المطهرات بنسبة (٩٠,٩٪). وترى الباحثتان أن تلك النتيجة طبيعية حيث تعكس إدراك أفراد العينة لمدى وبائية الفيروس وما يترتب عليه من مخاطر.

جدول (١٤) يبين رأي العينة في أهمية حملات التوعية الصحية في التعريف والوقاية من بعض الأمراض

النسبة	التكرار	
٥٩,٣٪	٢١٣	نعم
٣١,٦٪	١١٤	إلى حد ما
٦,٨٪	٢٥	لا
٢,٣٪	٨	لا أهتم علي الإطلاق
١٠٠٪	٣٦٠	الاجمالي

يتضح من الجدول السابق أن:

رؤية أهل الصعيد لأهمية حملات التوعية الصحية في التعريف والوقاية من بعض الأمراض جاءت بنسبة (٩٠,٩٪).

جدول (١٥) يبين رأي العينة في إسهام حملات التوعية الصحية في رفع وعي أهل الصعيد بخطورة فيروس كورونا

النسبة	التكرار	
٨١٪	٢٩٢	نعم

(٨٠٥)

رما	٤٢	١١,٧%
لا	٢٦	٧,٣%
الاجمالي	٣٦٠	١٠٠%

يتضح من الجدول السابق أن:

وجاءت رؤية أهل الصعيد لإسهام حملات التوعية الصحية في رفع وعى الشعب بخطورة فيروس كورونا بنسبة (٩٢,٧٪). وترى الباحثتان أن تلك النتيجة ناجمة عن الوعى الذي بثته الحملات في نفوس أفراد العينة والمجتمع ككل.

نتائج اختبار صحة الفروض

(١) الفرض الأول: القائل بوجود علاقة دالة إحصائية بين التعرض لحملات التوعية الصحية ومستوى الوعى الصحي لدى أهل الصعيد.

جدول رقم (١٦) يوضح علاقة حملات التوعية الصحية بمستوى الوعى الصحي

المتغيرات	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	نوع العلاقة	الدلالة
حملات التوعية الصحية	٣,٠٥٠٣	٠,٥٢٥٨٧	*٠,٦٢١	طردي	إيجابية	٠,٠١
مستوى الوعى الصحي	٢,٥٥٠٠	٠,٦٢٦٩٣				

يتضح من الجدول السابق:

تحقق الفرض الأول حيث ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١) بين التعرض لحملات التوعية الصحية ومستوى الوعي الصحي لدى أهل الصعيد ، ومن ثم قبول الفرض.

(٢) الفرض الثاني: القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي الصحي لأهل الصعيد وفق المتغيرات الديموجرافية (النوع - طبيعة السكن).

جدول (١٧) يوضح العلاقة بين مكان السكن ومستوى الوعي الصحي

مستوى الوعي الصحي				المتغيرات	
الدلالة	ف				
٠,٠٥	٥,٦١٦	٢,٢٦٨٨	م	الريفيين	طبيعة السكن
		٠,١٣٥٣	ع		
		٢,٤٤٢٩	م	الحضرين	
		٠,٢٦٣٣	ع		
٠,٠١	١١,٧٥٩	٢,٩٦٦٥	م	الذكور	النوع
		٠,٥٦٣٥٥	ع		
		٣,١٥٥٠	م	الإناث	
		٠,٤٥٥٢٧	ع		

يتضح من الجدول السابق:

تحقق الفرض الثاني حيث أظهر اختبار نتائج المتوسطات بين سكان المناطق الحضرية والريفية ارتفاعاً في الوعي الصحي بين المتابعين لحملات التوعية الصحية لصالح الحضريين حيث كانت قيمة (ف) دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠٥).
وتتفق تلك النتيجة مع دراسة (أحمد ٢٠١٧) التي أظهرت نتائجها تدني مستوى الوعي الصحي لدى الريفيين.

كما أظهرت نتائج اختبار المتوسطات بين الإناث والذكور ارتفاع نسبة الوعي الصحي الناجم عن متابعة حملات التوعية الصحية الخاصة بفيروس كورونا بفارق بين المتوسطين لصالح الإناث حيث كانت قيمة (ف) دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠١.
وهذه النتيجة ربما تكون ناجمة عن مكوث الإناث وقتاً أكبر بالمنزل مما أتاح لهم فرصة التعرض لحملات التوعية الصحية والاستفادة منها وتطبيق تعليماتها أكثر من الرجال، لاسيما أن كثير من الإناث في المجتمع الصعيدي لا يعملن.

الخلاصة

- أظهرت الدراسة أهمية الوعي الصحي لدى فئات المجتمع علي اختلاف أطيافهم.
- أوضحت وجود علاقة ارتباطية بين حملات التوعية الصحية وبين ارتفاع مستوى الوعي الصحي لدى المبحوثين.
- امتلاك الإناث مستوى أعلي من الوعي الصحي الناجم عن التعرض لحملات التوعية الصحية عبر وسائل الإعلام مقارنة بالذكور.

- أكدت الدراسة علي الدور الحيوي الذي تؤديه حملات التوعية الصحية في النهوض بالوعي الصحي لدى أفراد المجتمع وخاصة علي أهل الصعيد.

التوصيات

في إطار ما توصلت له الباحثتان من نتائج، وفي نحو ما تقدم، ترى الباحثتان تقديم التوصيات واقتراح البحوث التالية:-

(١) العمل علي بث مزيداً من الاهتمام للحملات الصحية التي تتناسب مع ثقافة سكان صعيد مصر.

(٢) وضع خطة قومية تستهدف رفع الوعي الصحي لدي المصريين بشكل عام ولدي الصعيد المصري بشكل خاص.

(٣) توفير المعلومة التي تساعد الأفراد علي مواكبة أحدث أساليب المعالجة والمكافحة خاصة في ظل المخاطر التي يواجهها المجتمع.

(٤) الاهتمام بمتابعة الحملات الإعلامية والتقييم ومعرفة اتجاهات المجتمع مع مراعاة العادات والتقاليد والخلفية الثقافية للمجتمع.

البحوث المقترحة:

(١) الوعي الصحي في ضوء التربية الإعلامية

(٢) حملات التوعية الصحية وعلاقتها بتعديل السوق الصحي لدى المراهقين.

المراجع

١) Hackett, Beth Ann. ٢٠٢٠, health literacy, chapter (٢٢), in Kathleen A. Gross, ٢٠٢٠, **Advanced Practice and Leadership in Radiology Nursing**, Springer Nature Switzerland AG.

٢) مكايي، حسن عماد. السيد، ليلي حسين، ٢٠١٠، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

٣) فرحي، فيصل. (٢٠١٣)، **الاتصال الجماهيري والنخبة في الجزائر**، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام.

٤) قاسمي، أسماء. إبراهيم، نجبية. ٢٠١٧، **اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك دراسة مسحية**، رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال.

٥) Anietie Imo Effiong, Ime Robson Nseobot & Akpan Efremfon Johnny, (٢٠٢٠), **Assessment of Nigerian Television Authority (NTA) Ongoing Programme Awareness Campaigns on Corona Virus in Nigeria**, Electronic Research Journal of Social Sciences and Humanities, Vol ٢: Issue I, Jan - Mar ٢٠٢٠.

٦) عبد المحسن، إيمان فتحي. ٢٠١٨، **المعالجة الاعلامية للقضايا الصحية والبيئية بالحملات الاعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية المتخصصة لطفل ما قبل المدرسة**، مجلة **بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، العدد ١٩، عدد يونيو.

٧) Rutuja Anil Saraf. J Ba.lamurugan, ٢٠١٨. "The Role of Mass Media in Health Care Development: A Review Article, **Journal of Advanced Research in Journalism & Mass Communication**, India.

٨) Alsulaiman, Saud Abdulaziz. (٢٠١٨), "Health Crisis in the Kingdom of Saudi Arabia: A Study of Saudis' Knowledge of Coronavirus, Attitudes toward the Ministry of Health's Coronavirus Preventive Campaigns, and Trust in Coronavirus Messages in the Media", **Media and Communication Ph.D. Dissertations**. ٤٩. https://scholarworks.bgsu.edu/media_comm_diss/٤٩,

^٩ البدرى، منال حسن. ٢٠١٠، فاعلية الحملات الإعلامية في نشر الوعي الصحي، رسالة ماجستير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة أم درمان.

^{١٠}) Suad Alsulaiman & Terry Lynn Rentner, (٢٠١٨), The Health Belief Model and Preventive Measures:A Study of The Ministry of Health Campaign On Coronavirus in Saudi Arabia, **Journal of International Crisis and Risk Communication Research**, VOL (١), NO (١), p: ٢٧-٥٦

) Christian Fuchs, (٢٠٢٠), Everyday Life and Everyday **triple C journal**, ١٨ (١), p: ٣٧٥-٣٩٩, April ٢٠٢٠.

^{١١}) Hanaa Zakria Nooh, Rawan Humaidy Alshammery, Jomanh Mohammed Alenezzy, Njood Hial Alrowaili, Amani Jaded Alsharari, Njood Menwer Alenzi, Hanan E. Sabaa, (٢٠٢٠), Public Awareness of Coronavirus in Al-Jouf Region, Saudi Arabia, **Journal of Public Health: from Theory to Practice**, January ٢٠٢٠.

^{١٢}) Wit, Liesbeth. Karnaki, Pania. Dalma, Archontoula. Csizmadia, Peter. Salter, Charlotte. Winter, Andrea. and Meijering, Louise. ٢٠٢٠, Health Literacy in the Everyday Lives of Older Adults in Greece, Hungary, and the Netherlands, **international journal of environment and public health**, April ٢٠٢٠.

^{١٤}) Susanne Brandstetter, Josefine Atzendorf, Birgit Seelbach-Göbel, Michael Melter, Michael Kabesch, Christian Apfelbacher, the KUNO-Kids study group, (٢٠٢٠), Sociodemographic factors associated with health literacy in a large sample of mothers of newborn children: cross-sectional findings from the KUNO-Kids birth cohort study, **European Journal of Pediatrics** (٢٠٢٠) ١٧٩, p: ١٦٥-١٦٩

(٨١١)

^{١٥}) زهيرى، غنيمه. ٢٠١٩، مواقع التواصل الاجتماعى واكتساب الوعى الصحى للمرأة، رسالة ماجستير منشورة، جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم، كلية العلوم الانسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال.

^{١٦}) حمد، عمران عبد القادر. ٢٠١٩، "مستوى الوعى الصحى لدى طلبة جامعة مؤتة، مجلة دراسات العلوم التربوية، مجلد ٤٦، الجامعة الأردنية.

^{١٧}) Prochaska Judith J. Coughlin, Steven S. Lyons, Elizabeth J. ٢٠١٧. "**Social Media and Mobile Technology for Cancer Prevention and Treatment**", American Society of Clinical Oncology Educational Book ٣٧ October ٢٩, ٢٠١٨ ١٢٨-١٣٧.

^{١٨}) أحمد، عبد التواب جابر. ٢٠١٧، المحددات الاجتماعية للوعى الصحى فى الريف المصرى، مجلة أسبوت للدراسات البيئية، ع٤٦٤، يونيو ٢٠١٧.

^{١٩}) Jradi Hoda, (٢٠١٦), Identification of Information Type And Source by the Public for Promoting Awareness of Middle East Respiratory Syndrome Coronavirus in Saudi Arabia, **Health Education Research**, VOL (٣١), NO (١), p:١٢ -٢٣

^{٢٠}) القليني، سوزان. ٢٠٠٦ **التخطيط الإعلامى**، القاهرة، دار النهضة العربية.

^{٢١}) Kevin B. Wright ،Lisa Sparks ،H. Dan O'Hair, ٢٠١٢، Health Communication in the ٢١st Century, chapter ١٠ in **Health Campaign and Community Health Initiatives**, ٢nd edition, wiley- Blackwell.

^{٢٢}) بوكرموش، عيسى. ٢٠١٣، استراتيجية الاتصال فى الحملات الإعلامية، رسالة ماجستير، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.

^{٢٣}) مازن، عثمان. ٢٠١٧، حملات العلاقات العامة ودورها الاستراتيجي في التوعية الصحية، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

^{٢٤}) صغير، زكرياء. تصميم الحملات الإعلامية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر،

[/https://www.academia.edu](https://www.academia.edu)

^{٢٥}) Melanie A Wakefield, Barbara Loken, Robert C Hornik, (٢٠١٠), Use of mass media campaigns to change health behavior, **The Lancet**,

Volume ٣٧٦, Issue ٩٧٤٨, ٩-١٥ October ٢٠١٠, P: ١٢٦١-١٢٧.
<https://www.sciencedirect.com/>

^{٢١}) Veronica Lambert, Deborah Keogh, (٢٠١٣), Health literacy and its importance for effective communication, <https://journals.rcni.com/>

^{٢٢}) Kristine Sørensen, (٢٠١٨), Health Literacy: A Key Attribute for Urban Settings, in Papalois, V. E., & Theodosopoulou, M. (Ed.), *Optimizing Health Literacy for Improved Clinical Practices*, (pp. ١-١٧). IGI Global. <http://doi:١٠.٤٠١٨/٩٧٨-١-٥٢٢٥-٤٠٧٤-٨.ch١٠>

^{٢٣}) Hackett B. Ann, Health Literacy, chapter (٢٢) in Kathleen A. Gross, **Advanced Practice and Leadership in Radiology Nursing**, Springer Nature Switzerland AG.

^{٢٤}) Okan, O. Bauer, u. Levin-zamir, D L. pinheiro, P. and SØrensen, K. **International Handbook of health literacy**, Policy Press, ٢٠١٩. P٩

^{٢٥}) (القمش، مصطفى. المغايطة، خليل. مخامرة، سحر. (٢٠٠٠)، **مبادئ الصحة العامة، الأردن، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع.**

^{٢٦}) Wit, Liesbeth. Karnaki, P. Dalma, Archontoula. Csizmadia, Peter. Salter, Charlotte. Winter, Andrea. and Meijering, Louise. ٢٠٢٠, Health Literacy in the Everyday Lives of Older Adults in Greece, Hungary, and the Netherlands, **international journal of environment and public health**, April ٢٠٢٠.

^{٢٧}) Gross, Kathleen A. (٢٠٢٠), **Advanced Practice and Leadership in Radiology Nursing**, Springer Nature Switzerland.

^{٢٨}) Hackett, Beth Ann. ٢٠٢٠ health literacy, op cit.

^{٢٩}) مخلوف، إقبال ابراهيم. (١٩٩١)، **العمل الاجتماعي في مجال الرعاية الطبية - اتجاهات نظرية، دار المعرفة الجامعية، (د. ط).**

^{٣٠}) نفس المرجع السابق.

^{٣١}) بوخبرة، نبيلة. الاتصال الاجتماعي الصحي في الجزائر، **المجلة الجزائرية للاتصال، دار الحكمة، الجزائر، العدد ١٦٦، (جون - ديسمبر).**

- ^{٣٧} عاشور، العارم. ٢٠١٨، الخلفية السوسيوثقافية للطلاب الجامعي وعلاقتها بمستوى الوعي الصحي، رسالة ماجستير منشورة، جامعة محمد بوضياف، المسلية، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، قسم علم الاجتماع، ص ٢٥.
- ^{٣٨} مالك، شعباني. ٢٠٠٦، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي، رسالة دكتوراه، جامعة قسنطينة، ص ٢٢٢.
- ^{٣٩} مالك، شعباني. نفس المرجع السابق، ص ٢٢٤.
- ^{٤٠} حلاب، رباب. ٢٠١٨، مستوى الوعي الصحي وكيفية الحصول على المعلومات الصحية لدى طلبة جامعة محمد بوضياف بالمسلية، رسالة ماجستير، ص ٢٢.
- ^{٤١} المشاقبة، بسام عبد الرحمن. ٢٠١٢، الإعلام الصحي، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع. ص ٤٧، ٤٨.

^{٤٢}) <https://www.unrwa.org/>

^{٤٣}) <https://www.elsevier.com/>

^{٤٤}) <https://www.bbc.com/>

^{٤٥}) Fuhs, Christian. (٢٠٢٠), Everyday Life and Everyday Communication in Coronavirus Capitalism, **triple C journal**, ٢٨(١):٣٧٥-٣٩٩.

<http://www.triple-c.at>