

المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة المحلية

المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة المحلية في مواجهة تداعيات جائحة كورونا

واتجاهات الجمهور المصري نحو فاعليتها

(دراسة تطبيقية)

الباحثة/غادة كمال محمد خليل

لدرجة الماجستير في كلية الآداب قسم الإعلام شعبة العلاقات العامة

(الحملات الإقناعية) جامعة المنصورة

إشراف

د / شادي إبراهيم بهلول

مدرس العلاقات العامة

قسم الإعلام-كلية الآداب

جامعة المنصورة

أ.د.م / السيد السعيد عبد الوهاب

استاذ العلاقات العامة المساعد

كلية الإعلام

جامعة المنوفية

ملخص البحث:

تتطلب هذه الدراسة من محاولة التعرف على مدى فاعلية المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة في مواجهة تداعيات جائحة كورونا، وعلاقته باتجاهات الجمهور نحوها، والتعرف على الأدوار الاجتماعية التي تؤديها القوى الناعمة فيما يتعلق بجائحة كورونا، كما سعت للكشف عن الأساليب الإقناعية التي تستخدمها القوى الناعمة في مواجهة الجائحة، وبحث الآليات (الاستراتيجيات) التي تتبعها القوى الناعمة في التصدي لجائحة كورونا، مع تقييم فاعلية المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة في مواجهة تداعيات فيروس كورونا، والكشف عن مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها القوى الناعمة في مواجهة الجائحة. تنتمي هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية، اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي Method Survey، بشقيه الوصفي، مستندة إلى أداة استمارة استبيان للجمهور عينة الدراسة، حيث تم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية قوامها (400) مفردة من المواطنين المصريين (ذكور - إناث) بكافة التخصصات، بالحضر وأقاليم مصر، وهي محافظتي: (المنوفية - القاهرة - الغربية-الاسكندرية)، متمثل فيه كل المتغيرات الديموغرافية (نوع -مستوى تعليمي - اقتصادي- اجتماعي- التوزيع الجغرافي للعينة). واعتمدت الدراسة على نظرية المسؤولية

الاجتماعية كإطار نظري. وقد أكدت نتائج الدراسة: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير المؤهل العلمي لعينة الدراسة ورؤيتهم لدور الحملات الإعلانية الصحفية في دعم الحملات الرئاسية الصحية، حيث كانت قيمة "ف" (1.279)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (0.278)، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير العمل لعينة الدراسة ورؤيتهم لدور الحملات الإعلانية الصحفية في دعم الحملات الرئاسية الصحية.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية-القوى الناعمة-جائحة كورونا.

مقدمة:

كان هناك حديث متزايد عن أهمية القوى الناعمة لعقود من الزمن، ودورها التكميلي للقوى المادية أو بمعنى أكثر دقة، التابع لها. عرّف جوزيف ناي "القوى الناعمة" على أنها: "القدرة على تشكيل تفضيلات الآخرين، فهي أكبر من مجرد التأثير على الآخرين من خلال إقناعهم بالحجج، ولكن هي أيضًا "القدرة على الجذب"، والجذب غالبًا ما يؤدي إلى الإذعان. مع ظهور جائحة كورونا التي هاجمت جميع دول العالم، أصبحت القوى الناعمة المحلية والدولية في تحد مباشر مع هذه الجائحة وآثاره الاقتصادية والاجتماعية والصحية. وهذا ما جعل تلك القوى اختبارًا حقيقيًا لكيفية التعامل في وقت الأزمات، وجعل ممارسات المسؤولية الاجتماعية خلال هذه الجائحة فرصة كبيرة لتوظيف تلك القوى بشكل إيجابي لمواجهة جائحة فيروس كورونا المستجد، وكذلك وضعها في اختبار حقيقي. لتقييم مدى فعاليتها في ممارسة مسؤوليتها الاجتماعية.

المسؤولية الاجتماعية للأفراد والمؤسسات والدول مطلوبة في جميع الظروف، وأكثر اشتراطاً في الظروف الصعبة، فهي تشكل ركيزة أساسية ومهمة في حياة المجتمعات، وبدونها تصبح الحياة فوضى وينعدم التعاون، وتغلب الأنانية والفردية.

ومن هنا وتوجد علاقة بين جائحة فيروس كورونا المستجد والمسؤولية الاجتماعية علاقة طردية، فكلما اشتد انتشار الفيروس زادت المسؤولية الاجتماعية.

المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة المحلية
من هذا المنطلق يمكن القول إن جائحة كورونا جاءت لتسلط الضوء أكثر من أي وقت مضى على أهمية دور القوى الناعمة وضرورة تجسيدها بكافة أشكالها وعبر أبوابها الأوسع كوسيلة رئيسية وأساسية لمكافحة هذه الجائحة.

مع تزايد تداعيات جائحة كورونا وشمولية تأثيرها على كافة المجالات والميادين المختلفة وأيضاً مع تنامي تأثير القوى الناعمة وإثبات فعاليتها في كثير من الدول، تأتي هذه الدراسة التي تهتم بدراسة القوى الناعمة من حيث دورها المجتمعي في فترات الأزمات الطارئة وخاصة أزمة جائحة كورونا وتداعياتها.

الدراسات السابقة:

تم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين، حيث تناول المحور الأول الدراسات المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة في مواجهة القضايا والأزمات الصحية، بينما يتناول المحور الثاني الدراسة المتعلقة باتجاهات الجمهور نحو دور القوى الناعمة في مواجهة القضايا والأزمات الصحية، وذلك كالتالي:

المحور الأول: الدراسات المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة في

مواجهة القضايا والأزمات الصحية:

1-دراسة بسمة الحسيني (2021) ⁽¹⁾ ، بعنوان: البرامج الطبية العربية والأجنبية المترجمة في الفضائيات العربية وعلاقتها بتنمية الوعي الصحي لدى الجمهور المصري. هدفت الدراسة إلى إبراز التعرف على البرامج الطبية العربية والأجنبية المترجمة في الفضائيات العربية، ودورها في تنمية الوعي الصحي للجمهور المصري، وتحليل محتوى البرامج الطبية التي تعرض على الفضائيات العربية، وتم تصميم استمارة تحليل المضمون لتحليل البرامج الطبية (برنامج الحكيم في بيتك على قناة CBC-وبرنامج Dr Oz على قناة BeIn)، وذلك باستخدام أسلوب المسح الشامل لجميع حلقات البرنامج، وتم توزيع استمارة استقصاء على عينة عمدية من الجمهور المصري المتابعين للبرامج الطبية عينة الدراسة قوامها (400) مفردة، واعتمدت الدراسة على نظرية الغرس الثقافي ومدخل الاستخدامات والإشباع لرصد مدى قدرة تلك البرامج الطبية على غرس التوعية الصحية للمشاهدين. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: ارتفاع مستوى الوعي الصحي للذين

الباحثة/غادة كمال محمد خليل

يشاهدون هذه البرامج بنسبة 71%، وفيما يخص آراء الجمهور نحو البرامج الطبية حيث تم سؤالهم عن كون تلك البرامج مسؤولة عن زيادة الوعي الصحي بالأمراض وسبل معالجتها وجاءت النتائج كالتالي: كانت نسبة 92 % لصالح موافق في مقابل 6.5 %، محايد و1.5 %، معارض.

2-دراسة Lisa Singh, et al. (2020) ⁽²⁾، بعنوان: "نظرة أولية على تبادل المعلومات والمعلومات المضللة الخاصة بـ COVID-19 على تويتر."

هدفت الدراسة إلى رصد الخطاب الإعلامي المقدم في موقع تويتر، والمستخدم في نشر المعلومات والشائعات بين الجمهور فيما يتعلق بجائحة كورونا، كما سعت الدراسة إلى إلقاء نظرة على حجم المحادثات التي تجري على وسائل التواصل الاجتماعي، وتحديدًا Twitter، فيما يتعلق بـ COVID-19، وموضوعات المناقشة، وأين تنبثق المناقشة، والأساطير المشتركة حول الفيروس، ومدى ارتباطه بالآخرين معلومات عالية الجودة ومنخفضة الجودة على الإنترنت من خلال روابط URL المشتركة. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها وجود علاقة مكانية وزمانية ذات مغزى بين تدفق المعلومات وحالات COVID-19 الجديدة وأثناء المناقشات حول وجود أساطير وروابط لمعلومات رديئة الجودة، ووجودها أقل هيمنة من مواضيع أخرى خاصة بالأزمات. وأن الدراسة هي الخطوة الأولى نحو فهم المحادثة على وسائل التواصل الاجتماعي حول COVID-19.

3-دراسة أمل إبراهيم حسن (2019) ⁽³⁾، بعنوان: تغطية الصحافة المصرية للأوبئة والأمراض المتوطنة ودورها في التأثير على المعرفة العلمية للجمهور المصري.

هدفت الدراسة إلي رصد واقع التغطية الصحفية للأوبئة والأمراض المتوطنة والمعنية بالنتقيف الصحي للجمهور المصري، ومدى نجاح التغطية الصحفية للأوبئة في القيام بالدور الإعلامي والتعليمي والنتقيفي حيال الجمهور المصري، وتحديد الدور الأمثل المطلوب تحقيقه من خلالها في مجال النتقيف الصحي للجمهور، وذلك من خلال تحليل المادة الصحفية المقدمة واستطلاع رأي الجمهور، وكذلك استراتيجية القائم بالاتصال في بناء الرسالة الخاصة بالمضمون الصحي ومعرفة المعوقات التي تواجهه، وتوصلت الدراسة إلى

عدد من النتائج أهمها: التفوق الواضح للمواقع الإلكترونية لصحف الدراسة على الصحف الورقية الخاصة بها في حجم المضامين الطبية في الفترتين الزمنيتين للدراسة، كما أشارت الدراسة التحليلية إلى تصدر موضوعات طبية مثل مرض السكري والسرطان، بينما توارت موضوعات على قدر من الأهمية مثل أمراض القلب والعظام والصحة، كما أشارت الدراسة إلى اعتماد صحف الدراسة على أكثر من مصدر للمعلومات ومن بيانات الدراسة التحليلية يتضح أن الأطباء يأتون بالمركز الأول كمصدر للمعلومات الطبية.

4-دراسة إيمان فتحي عبد المحسن (2018) ⁽⁴⁾، بعنوان: المعالجة الاعلامية للقضايا الصحية والبيئية بالحملات الاعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية المتخصصة لطفل ما قبل المدرسة.

جاءت الدراسة لتهدف إلى رصد المعالجة الإعلامية للقضايا الصحية بالحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية لطفل ما قبل المدرسة، والتعرف على أهم القضايا الصحية التي تتناولها الحملات الإعلامية محل الدراسة، تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح بالعينة بشقه التحليلي لمسح محتوى بعض الحملات الإعلامية والتي بلغ عددها (19) حملة إعلامية. وتم الاعتماد على تحليل المضمون لوصف المحتوى الظاهر والصريح للحملات الإعلامية لمعرفة المعلومات والقضايا الصحية والبيئية. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: تنوعت القضايا الصحية التي ناقشتها الحملات الإعلامية فقد اشتملت كل حملة على معالجة أكثر من قضية من القضايا، حيث وضح ذلك واحتلت قضايا: (التدخين السلبي وآثاره السلبية على صحة الطفل) مقدمة القضايا الصحية لطفل ما قبل المدرسة التي وردت في الحملات الإعلامية عينة الدراسة، بلغ إجمالي عدد المشاهد التي تناولت هذه القضية (4) مشاهد بنسبة بلغت (13.8%)، يليها في الترتيب الثاني قضيتي (الوزن الزائد وقلة النشاط البدني والإفراط في النوم ومدى تأثيره على صحة الطفل، خطورة تناول الوجبات الجاهزة من أماكن غير صحية لأنها تضر الجهاز المناعي للجسم بواقع (3) مشاهد بنسبة بلغت (10.3%) لكل منهما.

5-دراسة محمد فاضل على (2017) ⁽⁵⁾ ، بعنوان: دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور.

جاءت دراسة لمعرفة الدور الذي يؤديه موقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) في نشر التوعية الصحية لدى الجمهور، وذلك من وجهة نظر المختصين في وزارة الصحة، والمتخصصين في تقييم مستوى نوعية وجودة المعلومات الصحية، وقياس معرفتهم وتصورهم تجاه دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية، اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي، استخدمت الدراسة أداة الاستبانة، صممت لتشمل جميع أسئلة محاور الاستبانة والتي بلغت 35 فقرة. أما عينة الدراسة فقد بلغت (273) مفردة، وجاءت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: الإشباع المتحققة من شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية كانت حسب الترتيب: زيادة الثقافة الصحية، زيادة الاهتمام بالنظافة الشخصية، اكتساب العادات الصحية السليمة، الفحص الدوري المبكر، التثقيف بالجراحات التجميلية، المهارات في الاسعافات الأولية، التوقف عن ممارسة العادات الصحية السيئة، وإن أكثر ما تتسم به موضوعات الإعلام الصحي في شبكة الفيسبوك هي ميزة " التنوع " التي تصدرت النتائج، وهناك اهتمام من قبل منشورات الشبكة بموضوعات تتصل بفوائد الغذاء، والاكتشافات الطبية الحديثة، فضلاً عن الطب العرب، ظهر أن مسألة تخفيف الوزن والبحث عن الرشاقة وطرق الحماية الغذائية من أكثر الموضوعات التي خرجت بها الدراسة.

6-دراسة نادية محمد عبد الحافظ (2016) ⁽⁶⁾ ، بعنوان: تأثير الاعتماد على الإعلام التقليدية والجديدة في نشر الثقافة الصحية الصحية.

سعت الدراسة لمعرفة مستويات اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في تنمية الوعي الصحي ونشر الثقافة الصحية، وكذلك التعرف على أسباب ودوافع الاعتماد على هذه الوسائل، ومدى الثقة في المعلومات الصحية التي تقدمها، ورصد وتقييم أفراد المجتمع لمعالجة وسائل الإعلام التقليدية والجديدة والقضايا الصحية والتوعية بها، ومقترحاتهم لتطوير الخدمة الصحية، تنتمي الدراسة من حيث المنهج والقياس إلى الدراسات والبحوث الوصفية، و تعتمد الدراسة على منهج المسح، تحددت عينة الدراسة الميدانية في عينة عشوائية قوامها 400 مفردة من أفراد المجتمع. توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: تفوق القنوات التلفزيونية والفضائية في وسائل الإعلام التقليدية، من حيث درجة

المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة المحلية

الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات الصحي، مع وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين محافظة الشرقية وبنى سويف في أسباب الثقة في المعلومات الصحية التي تقدمها وسائل الإعلام، وتفوق القنوات التلفزيونية والفضائية في وسائل الإعلام التقليدية من حيث درجة الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات الصحية، وجود تكامل بين وسائل الإعلام المختلفة في مجال التوعية والتثقيف الصحي، توافر كوادر اعلامية متخصصة في مجال الطبي.

7-دراسة نوره حمدي أبو سنة (2015) (7) ، بعنوان: علاقة التعرض للصحف السعودية الورقية والإلكترونية بمستوى المعرفة بمرض كورونا،

هدفت الدراسة لمعرفة العلاقة بين مستوى المعرفة بمرض كورونا لدى الجمهور السعودي وبين تعرضه للصحف السعودية (الورقية والإلكترونية)، ودرجات الاختلافات المعرفية لدى فئات هذا الجمهور طبقاً للمتغيرات الديموجرافية المختلفة، تعد من الدراسات الوصفية الكمية، وقد اعتمدت على منهج المسح، وتم جمع البيانات عن طريق استمارة الاستبيان مع المقابلة المباشرة لعينة الدراسة التي أجري عليها الدراسة، وهي عينة عشوائية غير منتظمة بلغت 200 مفردة بواقع 100 مفردة من الذكور، 100 مفردة من الإناث من الجمهور السعودي المراجعين للمراكز الصحية بمدينتي الطائف والباحة بالسعودية. دلت نتائج الدراسة على مدى اهتمام الباحثين بمرض كورونا وذلك يعد انعكاساً لمدى خطورة المرض وتفشيته، كما دلت النتائج على حرص الجمهور على الحصول على معلومات عن المرض بكل مستوياته المعرفة السطحية والمعرفة المتعمقة، حيث توجد فروق دالة إحصائية بين الباحثين على اختلاف متغيراتهم الديموجرافية (المستوى التعليمي-المستوى الاقتصادي المستوى الاجتماعي) في معدل التعرض للصحف الإلكترونية، فيما لم يوجد فروق دالة من حيث النوع والسن.

8-دراسة Lapointe, Ramaprasad, et al. (2014) (8) ، بعنوان: خلق الوعي الصحي: تمكين التعاون على مواقع التواصل الاجتماعي .

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في خلق الوعي بمرض السرطان، والجهود التعاونية لها الوسائل، وقد تناولت الدراسة ستة منظمات تتعلق مهمتها بالوقاية من السرطان، وتم اختيارها من حيث نوع المرض (سرطان الثدي

الباحثة/غادة كمال محمد خليل

والبروستات)، من حيث الدولة (كندا والولايات المتحدة الأمريكية) وسنة التأسيس، الحجم (عدد الموظفين)، استخدم الباحثون المنهج التحليلي للوصول إلى النتائج، وتم تحليل صفحات هذه المؤسسات مثل (الموقع الإلكتروني والفيديو) وتم استخدام المقابلات شبه المنظمة مع الرئيس التنفيذي، والموظف المسؤول عن تطوير محتوى صفحات مواقع وسائل التواصل الاجتماعي، وحلل الباحثون كيفية استخدام الأفراد والمنظمات لوسائل التواصل الاجتماعي؛ للتعاون في تعزيز الوعي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن وسائل التواصل الاجتماعي تستخدم لإنشاء مجتمع على شبكة الإنترنت يقود إلى خلق الوعي بمرض السرطان بعدة طرق مختلفة ولأغراض متعددة.

✚ المحور الثاني: الدراسات التي تناولت اتجاهات الجمهور نحو دور القوى الناعمة

في تناول القضايا والأزمات الصحية:

1-دراسة. (2021) Mol, Rajani, et al.⁽⁹⁾، بعنوان: دبلوماسية الهند الصحية كأداة قوة ناعمة تجاه إفريقيا.

هدفت الدراسة إلى تحليل كيف جعلت الهند دبلوماسية القوة الناعمة جزءًا من السياسة الخارجية COVID-19، تبحث الدراسة في كيفية استخدام الهند للدبلوماسية الصحية للمصالح الإنسانية والجيوسياسية. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج: أصبحت استجابة الهند لاحتياجات البلدان الأفريقية أكثر تعاونًا وسخاء من خلال مساعداتها الإنسانية عن طريق إرسال معدات الرعاية الصحية واللقاحات والأدوية، إلى جانب ذلك، من خلال التعاون مع المؤسسات الطبية، وتوفير التعليم الطبي وأفضل فرصة ووجهة للسياحة العلاجية، برزت الهند كلاعب مسؤول وخير في الساحة الدولية من خلال الدبلوماسية الصحية كقوتها الناعمة، أن العديد من الجهات الفاعلة الدولية لم تتفاعل بشكل كافٍ وإيجابي خلال هذه الأزمة. من ناحية أخرى، على الرغم من انخراط الصين مع يطرح النفوذ الجيوسياسي المتنامي صعوبات في المنطقة، والهند تبذل قصارى جهدها واحتواء النفوذ الصيني لحماية وتعزيز مصالحها الجيوسياسية، وأخيرًا، فإن خلصت الدراسة إلى أنه في

المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة المحلية

القرن الحادي والعشرين، تتمتع الهند بإمكانيات كبيرة وعدد كبير من فرص ذلك يمكن أن تمهد الطريق أمامها لتعزيز مكانتها على أنها "قوة عالمية ناعمة صاعدة".

2-دراسة محمد طلال عباس (2020) ⁽¹⁰⁾، اتجاهات الجمهور السعودي نحو دور وسائل الإعلام الجديد في نشر الوعي الصحي لديهم.

هدفت الدراسة إلي رصد وتوصيف اتجاهات الجمهور السعودي نحو دور وسائل الإعلام الجديد في نشر الوعي الصحي لديهم تجاه فيروس كورونا المستجد (كوفيد 19) واستخدمت الدراسة نظرية الغرس الثقافي ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، كما قامت بتوظيف منهج المسح وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة ممثلة للجمهور السعودي، بلغ عددها 400 مفردة. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع المبحوثين لمتابعة حملات التوعية الصحية لفيروس كورونا المستجد ومدى ثقة المبحوثين في الوسائل الإعلامية التي تقدم هذه الحملات التوعوية، كما توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام المبحوثين بحملات التوعية الصحية لفيروس كورونا المستجد عبر وسائل الإعلام وقوة دوافعهم لمتابعة هذه الحملات التوعوية، وتوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة رضا المبحوثين عن أداء حملات التوعية الصحية لفيروس كورونا المستجد عبر هذه الوسائل ومدى ثقتهم في هذه الوسائل لمتابعة مستجدات انتشار وباء كورونا، كما توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة رضا المبحوثين عن أداء حملات التوعية الصحية لفيروس كورونا المستجد عبر هذه الوسائل وتقييمهم لنجاح حملات التوعية الصحية عبر هذه الوسائل.

3-دراسة داليا عثمان إبراهيم (2019) ⁽¹¹⁾، اتجاهات المرأة المصرية نحو استخدام الإعلام الرقمي في المجال الصحي.

جاءت الدراسة لتهدف إلى التعرف على اتجاهات المرأة المصرية نحو الحملات الصحية المقدمة في وسائل الإعلام الرقمي، والتعرف على أكثر الوسائل الإعلامية الرقمية تأثيرًا في تشكيل الوعي الصحي لدى المرأة المصرية، والكشف عن مدى وجود عالقة بين استخدام المرأة المصرية لمصادر المعلومات الصحية الرقمية ومستوى وعيها الصحي، تنتمي الدراسة إلى مجال الدراسات الوصفية التي تعتمد على استخدام منهج المسح بالعينة، تم الاعتماد

الباحثة/غادة كمال محمد خليل

على أسلوب العينة العمدية المتاحة من السيدات والفتيات المصريات من مستخدمي وسائل الإعلام الرقمية، حيث بلغ إجمالي العينة 266 مفردة، وتم تطبيق الاستبيان خلال شهر أغسطس 2019. **ويتضح من نتائج الدراسة:** ضرورة التأكيد على أهمية الوعي الصحي باعتباره العنصر الرئيسي في الخدمات الصحية ولا سبيل لتحقيق رفع الوعي إلا بتحديث وتطوير وسائل الوعي الصحي ويتحقق ذلك من خلال العمل على تكثيف بث برامج توعوية صحية عبر وسائل الإعلام الرقمي التي تساعد على تغيير نمط حياة أفراد المجتمع وتشجيع المبادرات المجتمعية التي تسعى لتحقيق هذه الأهداف، كما تؤكد الباحثة على حاجة برامج الوعي الصحي إلى الدعم المادي والسياسي والتخطيط والمتابعة بين الجهات المعنية سواء القطاع الحكومي أو الخاص لكي تستطيع القيام بدورها التوعوي والتنموي على حد سواء.

4-دراسة (Karthik, L., et al (2018) ⁽¹²⁾ ، بعنوان: تأثير التعرض للأخبار اليومية على الحالات العاطفية.

هدفت الدراسة إلي تصحيح المعلومات الخاطئة من قبل المنظمات الصحية في أثناء تفشي الحصبة، اشتمل مجتمع البحث على 243 طالبًا، وقد تم تقسيم مجتمع الدراسة إلى مجموعتين مجموعة مؤيدة لتطعيم الحصبة، ومجموعة مترددة، وأكدت الدراسة على أن: استخدام منصات التواصل الاجتماعي ساهم في إحداث تحول جذري في العلاقة بين المنظمات الحكومية والجمهور، فتقديم المعلومات الكاملة والشفافة من منظور عاطفي تكون أكثر فعالية مما كانت عليه عندما تقدم استجابات جزئية أحادية البعد لا تعالج مخاوف الجمهور، تم العثور على فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الموثوقية المنسوبة إلى المعلومات التصحيح من قبل وزارة الصحة بين حالة المراقبة والحالة التجريبية، كما أكدت الدراسة على أن المنظمات الصحية على المستويات الدولية والوطنية والمحلية تستخدم بنشاط وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أنها تُظهر أيضًا أن هذا الاستخدام لا يزال محدودًا جدًا، لأن هذه الأدوات تعمل في المقام الأول على نشر المعلومات الجماعية.

5-دراسة خالد فيصل الفرم (2017) ⁽¹³⁾ ، بعنوان: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا.

المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة المحلية

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى استخدام وتوظيف المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي (يوتيوب - فيسبوك - تويتر) في استراتيجيات التوعية الصحية لمرض كورونا وتقييم درجة مشاركة المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بالرياض في برامج التوعية الصحية لمرض كورونا عبر شبكات التواصل الجماهيرية بالمملكة، وقد كشفت الدراسة: أن 73% من المدن الطبية بمدينة الرياض ومستشفياتها الحكومية لا تمتلك منصات على شبكات التواصل الاجتماعي (يوتيوب - فيسبوك - تويتر)، كما بينت الدراسة أن 60% من المدن الطبية بمدينة الرياض لم تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية حيال مرض كورونا، ما يعني غياب استراتيجيات صحية وطنية تسهم من خلالها كافة المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية في الانخراط في الجهد الوطني الصحي، كما توضح الدراسة أيضاً ضعف استخدام المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية لاستخدام المنظومة الاتصالية الحديثة للتوعية والتواصل مع المجتمع المحلي، وتعزيز الثقافة الصحية والطب الوقائي، مما يعني أيضاً التفريط بتوظيف الشبكات الاتصالية الفاعلة خلال الأمراض والأوبئة، مما يعزز من حجم الخسائر الوطنية. وأوصت الدراسة بأهمية تصميم استراتيجيات توعية صحية وطنية، تسهم فيها كافة مكونات المنظومة الصحية، من القطاعات الحكومية المختلفة وكذلك من قبل القطاع الصحي الخاص، وكذلك أهمية قيام المدن الطبية والمستشفيات الكبرى بتأسيس منظومة اتصالية حديثة، والقيام بدورها الوطني حيال التوعية الصحية واستخدام شبكات الإعلام الجديد في التوعية الصحية.

6-دراسة رشا عبد الحليم الخطيب (2015) (14)، اتجاهات الجمهور الأردني نحو البرامج الصحية في الإذاعة الأردنية.

هدفت الدراسة إلى معرفة اتجاهات الجمهور الأردني نحو البرامج الصحية في الإذاعة المحلية، الكشف عن مدى تأثير الجمهور الأردني ببرنامج "الصحة للجميع" الذي تقدمه الإذاعة الأردنية، تقصي كثافة الاستماع إلى البرنامج الصحي "الصحة للجميع" الذي تقدمه الإذاعة الأردنية، حيث تم استخدام المنهج الوصفي، تكون مجتمع الدراسة من مستمعي برنامج "الصحة للجميع" في العاصمة عمان، وتم اختيار عينة عمدية حصصية تكونت من (166) مفردة، توصلت الدراسة للنتائج الآتية: أن القضايا الصحية التي يطرحها البرنامج

الباحثة/غادة كمال محمد خليل

لها صلة بالواقع الصحي في المجتمع الأردني، بالتالي فإن النصائح الطبية التي يعطيها الأطباء في البرنامج تكون مهمة لشريحة كبيرة من أفراد المجتمع الأردني، وأن برامج التوعية الصحية أثرت بصورة إيجابية على معتقدات المتلقين من أفراد الجمهور وسلوكياتهم غير الصحية وقاموا بتغييرها نحو السلوكيات الصحية السليمة، كما أشارت النتائج إلى أن الثقة في مضمون حملات التوعية الصحية أدى إلى تغيرات جذرية وإلى إحداث تغيرات ايجابية في سلوكيات أفراد المجتمع السليمة، وتعتقد الباحثة أن الثقة في محتوى برنامج الصحة للجميع يزيد من اعتماد الجماهير على هذا البرنامج في تلبية الاحتياجات الصحية للمستمعين مما قد يساعد في بناء جيل جديد يتمتع بممارسات صحية وعادات سليمة.

7-دراسة Scott V. Savage (2014) ⁽¹⁵⁾، الصحة الافتراضية: الأثر المواق ذات الصلة بالصحة على الطبيب المريض التفاعلات.

سعت الدراسة إلى التعرف على تأثير المواقع الصحية على اتجاهات المريض نحو الطبيب ومدى ثقته به، وهي دراسة نوعية لثلاثة مواقع ويب متعلقة بالصحة وتحليل انحدار المربعات الصغرى العادي لبيانات المسح لاستكشاف كيفية تأطير مواقع الويب ذات الدوافع التنظيمية المختلفة للقضايا المتعلقة بالصحة وكيف تؤثر الاختلافات في أنماط استخدام الإنترنت على تصورات المرضى للمريض-تفاعل الطبيب. تكشف النتائج عن اختلافات عبر ثلاثة مواقع ويب متعلقة بالصحة وتظهر أن كلاً من عدد ونوع مواقع الويب التي يزورها المرضى تؤثر على تصوراتهم لاستجابات الأطباء، وعلى وجه التحديد، أدت زيارة مواقع الويب المتعددة إلى تقليل التصورات حول مدى جودة استماع الأطباء لأسئلة المرضى أو الإجابة عليها، في حين أدى استخدام مواقع الويب غير الربحية أو الحكومية ذات الصلة بالصحة إلى زيادة تقييمات مدى جودة استماع الأطباء للأسئلة والإجابة عليها. الاستفادة من الدراسات السابقة:

تعددت أوجه الاستفادة الباحثة من الدراسات السابقة لتتمثل في:

المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة المحلية

- 1- توفير بياناتٍ ومعلوماتٍ تساعد الباحثة في وضع الفروض، وتحديد كيفية المعالجة الإحصائية التي قد تساعد في إجراء الدراسة.
- 2- الاستفادة عن طريق استخدام الإطار النظري الملائم لموضوع الدراسة (نظرية المسؤولية الاجتماعية).
- 3- تحديد ووضوح أكبر للمشكلة البحثية، ووضوح أكبر لأهداف الدراسة.
- 4- وضع تساؤلات وفروض الدراسة الحالية.
- 5- تحديد متغيرات الدراسة بشكل يتناسب مع موضوع الدراسة، ويرتبط بفروضها بشكلٍ دقيق.
- 6- تم التأكد أن موضوع الدراسة الحالية لم يتم تناوله من قبل بهذه المعالجة، حيث ركزت الدراسات السابقة على تناول المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة من جانب الوسائل الإعلامية والتعليمية، بينما تتناول هذه الدراسة المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة من جانب الهيئات الصحية والسيادية بالدولة.

موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

- 1- تناولت الدراسات السابقة فاعلية المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة، والمتمثلة في الوسائل الإعلامية والتعليمية، بينما تتناول الدراسة الحالية فاعلية المسؤولية الاجتماعية للمواقع الإلكترونية التابعة للهيئات الصحية والسيادية.
- 2- ركزت الدراسات السابقة على رصد اتجاهات الجمهور نحو فاعلية المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة فيما يتعلق بخدمات الرعاية البديلة، ومرضى السكرى والسرطان، بينما تتناول هذه الدراسة رصد اتجاهات الجمهور نحو فاعلية المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة فيما يتعلق بجائحة كورونا.

مشكلة الدراسة:

وجاءت هذه الدراسة لتدور حول المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة على اختلاف أشكالها في مواجهة فيروس كورونا وتداعياتها، وإلقاء الضوء على اتجاهات الجمهور المصري نحو فاعلية مسؤولياتها الاجتماعية فيما يتعلق بالمرض، وبحث مدى العلاقة بين مدى فاعلية المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة في مواجهة المرض واتجاهات الجمهور

المصري نحوها، ومن تم تتحدد مشكلة الدراسة في طرحها لتساؤل رئيسي هو: ما علاقة المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة المحلية في مواجهة تداعيات جائحة كورونا واتجاهات الجمهور المصري نحو فاعليتها؟

أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة في عدة جوانب على النحو التالي:

- 1-تقدم هذه الدراسة جهدًا علميًا مميزًا، يثرى البحث العلمي في مجال دراسات المسؤولية الاجتماعية للأزمات الصحية بشكلٍ عام، وأزمة فيروس كورونا بشكلٍ خاص.
- 2-حادثة الظاهرة، حيث أن جائحة كورونا من الأزمات الصحية التي يعاني منها المجتمع المصري مؤخرًا.
- 3-أهمية دراسة اتجاهات الجمهور نحو فاعلية المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة في التصدي للجائحة.
- 4-أهمية القضية المطروحة لدى مختلف شرائح المجتمع، وتهديده لحياة المواطنين.
- 5-توعية أفراد المجتمع بأسباب انتشار فيروس كورونا، وطرق انتشاره، وأساليب العلاج، وتداعياته السلبية على حالتهم الصحية.
- 6-وضع مقترحات يمكن للقائمين على المؤسسات الصحية في مصر الرجوع إليها في التصدي للمرض.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة الحالية في التعرف على مدى فاعلية المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة في مواجهة تداعيات جائحة كورونا، وعلاقته باتجاهات الجمهور المصري نحوها، وينبع من الهدف الرئيسي الأهداف الفرعية التالية:

- 1- الأدوار الاجتماعية التي تؤديها القوى الناعمة فيما يتعلق بجائحة كورونا.
- 2- الكشف عن الأساليب الإقناعية التي تستخدمها القوى الناعمة في مواجهة الجائحة.
- 3- بحث الآليات (الاستراتيجيات) التي تتبعها القوى الناعمة في التصدي لجائحة كورونا.
- 4- تقييم فاعلية المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة في مواجهة تداعيات فيروس كورونا.
- 5- الكشف عن مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها القوى الناعمة في مواجهة الجائحة.
- 6- الوقوف على الفروق بين مجموعات الدراسة فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو فاعلية المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة في التصدي للجائحة.

- المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة المحلية
- 7- التعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على المعلومات الصادرة من مختلف القوى الناعمة بشأن الجائحة.
- 8- قياس مدى تأثير المتغيرات الديموغرافية على اتجاهات الجمهور المصري نحو فاعلية المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة فيما يتعلق بالجائحة.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية:

- ما العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة واتجاهات الجمهور المصري نحو فاعليتها فيما يتعلق بجائحة كورونا؟
- وتنبثق من هذا التساؤل الرئيس عدة تساؤلات فرعية وهي:
- 1- ما مدى فاعلية المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة في مواجهة تداعيات جائحة كورونا؟
- 2- ما الأساليب الإقناعية التي اتبعتها القوى الناعمة في التصدي للجائحة؟
- 3- ما أبرز القوى الناعمة فاعلية في التصدي لجائحة كورونا؟
- 4- كيف اختلفت اتجاهات الجمهور المصري نحو فاعلية المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة في مواجهة الجائحة؟
- 5- إلى أي درجة اعتمد الجمهور المصري على المعلومات الصادرة عن القوى الناعمة بشأن الجائحة؟
- 6- ما مدى ثقة الجمهور المصري بمصداقية المعلومات الصادرة عن القوى الناعمة فيما يتعلق بجائحة كورونا؟
- 7- إلى أي مدى تؤثر المتغيرات الديموغرافية على اتجاهات الجمهور المصري نحو فاعلية المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة فيما يتعلق بالجائحة؟

فروض الدراسة:

- 1- هناك علاقة ارتباطية بين مدى معرفة الجمهور المصري بالمسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة في مواجهة الجائحة واتجاهاتهم نحو فاعليتها.
- 2- هناك علاقة ارتباطية بين مدى اعتماد الجمهور المصري على المعلومات الصادرة عن القوى الناعمة واتجاهاتهم نحو فاعلية مسؤوليتها الاجتماعية فيما يتعلق بالجائحة.
- 3- هناك علاقة ارتباطية بين مدى ثقة الجمهور المصري بمصداقية المعلومات الصادرة عن القوى الناعمة واتجاهاتهم نحو فاعلية مسؤولياتها الاجتماعية فيما يتعلق بالجائحة.

الباحثة/غادة كمال محمد خليل

4-توجد فروق بين متوسط استجابات المبحوثين نحو فاعلية المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة في مواجهة الجائحة واتجاهاتهم نحوها.

5-توجد فروق بين المتغيرات الديموغرافية واتجاهات الجمهور المصري نحو فاعلية المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة فيما يتعلق بالجائحة.

حدود الدراسة:

تتمثل الحدود الموضوعية للدراسة حول فاعلية المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة المحلية في مواجهة تداعيات جائحة كورونا، بينما تتمثل الحدود المكانية في محافظتي (القاهرة - الشرقية).

الإطار المنهجي للدراسة:

نوع الدراسة:

تتدرج الدراسة الراهنة ضمن نوعية الدراسات الوصفية الاجتماعية، التي تسعى إلى رصد العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة واتجاهات الجمهور المصري نحو فاعليتها، فيما يتعلق بجائحة كورونا، والوقوف على الأدوار التي تلعبها تلك القوى في التصدي للجائحة، ومدى فاعلية الحملات التوعوية التي تقوم بها، إيمانًا بمسؤولياتها المجتمعية تجاه الفرد والمجتمع.

منهج الدراسة:

اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي Method Survey، بشقيه الوصفي، حيث تستخدم هذه الدراسة منهج المسح بالعينة لعينة من المواطنين المصريين، قوامها (400) مفردة، لقياس مدى تأثر الجمهور المصري بالمسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة المحلية في مواجهة تداعيات جائحة كورونا واتجاهات الجمهور المصري نحو فاعليتها.

مجتمع الدراسة:

مجتمع الدراسة الميدانية: يتمثل في المواطنين المصريين (ذكور -إناث) بكل فئاته (اجتماعية - اقتصادية - تعليمية - عمرية)، بالحضر وأقاليم مصر، وهي محافظتي (القاهرة -الشرقية).

عينة الدراسة:

العينة الدراسة الميدانية: وتشمل عينة عشوائية قوامها 400 مفردة من المواطنين المصريين (ذكور -إناث) بكافة التخصصات، بالحضر وأقاليم مصر، وهي محافظتي: (القاهرة - الشرقية)، متمثل فيه كل المتغيرات الديموغرافية (نوع - مستوى تعليمي - اقتصادي - اجتماعي - التوزيع الجغرافي للعينة).

أدوات الدراسة:

-أداة الاستبيان: وذلك لرصد تقييم المواطنين المصريين لفاعلية المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة في مواجهة تداعيات جائحة كورونا، ومدى معرفتهم بالمسؤولية الاجتماعية للقوى في مواجهتها، والكشف عن مدى اعتماد المواطنين المصريين على المعلومات الصادرة عن مختلف القوى الناعمة فيما يتعلق بجائحة كورونا، ومدى ثقتهم بمصادقيتها. وتشمل صحيفة الاستبيان عدة محاور وهي:

- 1-المعرفة بالمسؤولية الاجتماعية للقوى.
- 2-فاعلية الحملات التوعوية.
- 3-اعتماد الجمهور على المعلومات الصادرة عن القوى الناعمة.
- 4-الثقة بالمعلومات الصادرة عن القوى.
- 5-اتجاهات الجمهور نحو فاعلية المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة.

إجراءات الصدق والثبات:

قامت الباحثة بعد تصميم استمارة الاستبيان بتطبيق اجراءات الصدق والثبات عليها، للتأكد من صلاحيتها للتطبيق، وذلك على النحو التالي:

أولاً: اختبار الصدق Validity: ويقصد بالصدق صلاحية أسلوب القياس بإمكانية قياس الاختبار فعلاً وما يفترض أن يقيسه، ولتحقيق ذلك عرضت الباحثة الاستبيان على عدد من الأساتذة المحكمين والخبراء في مجال الإعلام ومناهج البحث (*)، وذلك للتعرف على صحة ومنطقية أسلوب القياس.

* أسماء السادة المحكمين، تم الترتيب طبقاً لدرجاتهم العلمية، مع مراعاة الترتيب الأبجدي لكل درجة علمية على حدة:

- 1- أ.د. علياء عبد الفتاح رمضان، رئيس قسم الإعلام ومدير المركز الإعلامي بجامعة طنطا سابقا ومدير وحدة التأهيل لسوق العمل الإعلامي.
- 2- أ.م. د. رشا عبد الرحمن حجازي إبراهيم، رئيس قسم العلاقات العامة والإعلان بالمعهد الدولي العالي للإعلام بأكاديمية الشروق.
- 3- أ.م. د. كريمة كمال عبد اللطيف توفيق، أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال بجامعة جنوب الوادي ومدير مركز بحوث الرأي العام.
- 4- أ.م. د. ماجدة عبد المنعم مخلوف، رئيس قسم العلاقات العامة والإعلان بالمعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال ب 6 أكتوبر.
- 5- أ.م. د. محمد حسني، أستاذ العلاقات العامة والإعلان المساعد بكلية الإعلام جامعة الأزهر.
- 6- أ.م. د. مروى السعيد السيد حامد، أستاذ العلاقات العامة المساعد بكلية الآداب جامعة المنصورة.
- 7- أ.م. د. وفاء صلاح عبد الرحمن، رئيس قسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الآداب جامعة الزقازيق.
- 8- د. أسماء عشري برعي محمدين، مدرس العلاقات العامة بقسم الإعلام كلية الآداب جامعة سوهاج.
- 9- د. رمضان إبراهيم، رئيس قسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام جامعة الأزهر.

الباحثة/غادة كمال محمد خليل

ثانياً: اختبار الثبات Stability

تم استخدام معامل ألفا كرونباخ، حيث يوضح الجدول التالي معاملات الثبات للاستبيان الخاص بالدراسة على النحو التالي:

جدول: (1) يوضح معامل الثبات للاستبانة

م	المحور	عدد العبارات	معامل الثبات
1	دوافع متابعة عينة الدراسة للمعلومات حول جائحة كورونا	6	0.729
2	تقييم عينة الدراسة للمعلومات التي حصلوا عليها حول فيروس كورونا وطرق الوقاية منه	4	0.893
3	أسباب الاهتمام بمتابعة المعلومات الصحية عبر نماذج القوى الناعمة	9	0.814
4	مصادقية الدور التأثيري لمصادر المعلومات الآتية بشأن كورونا	9	0.785
5	الاعتماد على المعلومات الصادرة عن تلك القوى الناعمة فيما يتعلق بالجائحة	11	0.805
6	الاتجاه نحو المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة في مواجهة الجائحة	10	0.841

10- د. شيماء عبد العاطي سعيد صابر، مدرس العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال جامعة جنوب الوادي.

11- د. ميادة محمد عرفة، مدرس العلاقات العامة والإعلان بكلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات القاهرة.

12- د. ميرفت سليمان داوود، مدرس العلاقات العامة بكلية الآداب جامعة طنطا.

المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة المحلية

0.901	20	الاتجاه نحو الدور الإعلامي في مواجهة تداعيات ومخاطر جائحة كورونا	7
0.842	69	إجمالي الثبات لجميع المحاور	

تشير قيمة معامل الثبات إلى استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه، حيث إنه إذا ما أعيدت الاستبانة على نفس العينة فإن المقياس يفترض أن يعطي نفس النتائج باحتمال مساوي لقيمة المقياس، وتشير قيم معامل ألفا كرونباخ في الجدول السابق لارتفاع قيم معاملات الثبات للاستبيان المستخدم في الدراسة، حيث بلغ معامل الثبات لإجمالي المحاور (0.842) لعدد العبارات (69)، بينما تراوحت قيم معامل ثبات المحاور من (0.729) كحد أدنى إلى (0.901) كحد أعلى، وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات مما يجعل هناك إمكانية في الاعتماد عليها في الدراسة.

مقاييس الدراسة:

1- مقياس ليكرت متعدد الاتجاهات: لقياس اتجاهات المبحوثين نحو فاعلية المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة.

2- مقاييس تجميعية لقياس:

أ. مدى المعرفة بالمسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة في مواجهة الجائحة.

ب. مدى الاعتماد على المعلومات الصادرة عن مختلف القوى الناعمة.

ج. مدى الثقة بمصداقية المعلومات.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، قامت الباحثة بترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية وذلك باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية " (Statistical Package for Social Science) "SPSS". وبناء عليه تم عمل مقاييس وصفية تشمل الجداول والتوزيعات التكرارية،

الباحثة/غادة كمال محمد خليل

والمقاييس التجميعية، وتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير من متغيرات الدراسة وفق الآتي:

- التكرارات البسيطة. Frequency والنسب المئوية Percent.
- المتوسط الحسابي Mean والانحراف المعياري Std. Deviation.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين
- اختبار (Independent Samples T Test) لمقارنة متوسطي عينتين مستقلتين والمعروف اختصاراً باختبار "ت" أو (T- Test).
- اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.
- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) لمعرفة مصدر الفروق والتباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت اختبار (ANOVA) وجود فروق دالة إحصائية بينها.
- اختبار كا² (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
- معامل التوافق (Contingency Coefficient) لقياس شدة العلاقة في حالة ثبوتها في اختبار كا².

مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة:

ستعتمد الباحثة على مستوى دلالة يبلغ 0.05، لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه، وبناء على ذلك سيتم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

نتائج الدراسة الميدانية:

نتائج التحليل الميداني لإجابات المبحوثين عينة الدراسة حول المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة في مواجهة تداعيات جائحة كورونا وعلاقتها باتجاهات الجمهور المصري نحو

المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة المحلية
 فاعليتها، حيث يتناول المحور الأول: معرفة الجمهور المصري عينة الدراسة بالمعلومات
 الرسمية والعامّة حول جائحة كورونا، المحور الثاني: متابعة الجمهور المصري عينة الدراسة
 للقوى الناعمة في دورها حول جائحة كورونا، المحور الثالث: اتجاهات عينة الدراسة نحو
 الدور المجتمعي للقوى الناعمة في جائحة كورونا، ونتائج اختبار فروض الدراسة.
**المحور الأول: معرفة الجمهور المصري عينة الدراسة بالمعلومات الرسمية والعامّة حول
 جائحة كورونا**

جدول (2)

يوضح درجة المعرفة بمصادر المعلومات الصحية المتعلقة بجائحة كورونا

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	درجة المعرفة بمصادر المعلومات الصحية المتعلقة بجائحة كورونا
0.59086	2.2725	34.75	139	بدرجة كبيرة
		57.75	231	بدرجة متوسطة
		7.50	30	بدرجة ضعيفة
		100.00	400	المجموع

تشير بيانات جدول (2) إلى درجة معرفة عينة الدراسة بمصادر المعلومات الصحية المتعلقة بجائحة كورونا حيث أفاد 57.75% من عينة الدراسة أن درجة معرفتهم بمصادر المعلومات الصحية (بدرجة متوسطة) وفي المرتبة الأولى، بينما جاءت درجة معرفتهم بالمصادر الصحية (بدرجة كبيرة) في الترتيب الثاني بنسبة 34.75%، ثم جاءت درجة معرفتهم بالمصادر الصحية (بدرجة ضعيفة) في الترتيب الثالث كمصدر للمعلومات بنسبة 7.50%. وترى الباحثة أن المعلومات الصحية باتت في الفترة الأخيرة - بعد ظهور جائحة كورونا- من الموضوعات الأساسية التي تستدعي اهتمام الجماهير على اختلاف أنواعها

الباحثة/غادة كمال محمد خليل

لارتباطه بصحة الفرد والمجتمع، كما أخذت القوى الناعمة المختلفة على عاتقها توعية فالإنسان بالجائحة فهو غاية التنمية ووسيلتها، والمحافظة على صحته وتوعيته بالقواعد الصحية السليمة يعد ضرورة مجتمعية، يجب أن تهتم بها كافة الهيئات الرسمية وغير الرسمية، حتى يمكن ضمان تمتع الأفراد بأعلى مستوى من الصحة يمكن الوصول إليه ويتم ذلك بالتأثير على معارف الأفراد واتجاهاتهم وسلوكهم وإكسابهم عادات صحية سليمة تؤدي إلى الوقاية من الأمراض وتمكنهم من المحافظة على صحتهم وتساعدهم في حل مشكلاتهم الصحية.

جدول (3)

يوضح مصادر حصول عينة الدراسة على المعلومات الصحيحة عن جائحة كورونا

مصادر عينة الدراسة للحصول على المعلومات الصحيحة عن جائحة كورونا	ك	%
موقع وزارة الصحة	273	68.33
موقع الهيئة العامة للاستعلامات	69	17.33
صفحات التواصل الاجتماعي لوزارة الصحة	211	52.67
التلفزيون	204	51.00
صفحات التواصل الاجتماعي لمجلس الوزراء	88	22.00
الصحف	77	19.33
الراديو	47	11.67
حملات التوعية من الفنانين والرياضيين	39	9.67
صفحات المشاهير عبر السوشيال ميديا	32	8.00
أنشطة المؤسسات الدينية والتعليمية	16	4.00
الجمعيات الأهلية والمجتمع المدني	11	2.67
بيت الزكاة والصدقات المصري	8	2.00

تشير بيانات جدول (3) إلى ما يلي:

- أفادت عينة الدراسة من الجمهور أن أهم مصادر المؤثرين في للحصول على المعلومات الصحية عن جائحة كورونا اعتمادهم على (موقع وزارة الصحة) بنسبة 68.33%. وهذا يوضح تزايد اهتمام الجماهير في الآونة الأخيرة بأنشطة المؤسسات الحكومية وعلى رأسها وزارة الصحة والسكان، وذلك نظراً لتزايد اهتمام الجماهير بالشؤون الصحية بعد جائحة كورونا ومحاولة الاستفادة من المبادرات الوطنية الصحية، فكان لزاماً على الوزارة أن تقوم بدورها في استخدام استراتيجيات اتصالية تُمكنها من تأدية دورها مع الجماهير بهدف بناء وتدعيم الصورة الإيجابية، ومحاولة التعرف على رجع الصدى الموجود لدى الجمهور تجاه المبادرات الصحية الوطنية التي تقدمها. وهذا ما تؤكدته دراسة (Chesser et al, 2020) (16) حيث وجدت أن الجمهور المصري يفضل استخدام قنوات ومصادر معلومات موثوقة للحصول على المعلومات الصحية، واستراتيجيات الوقاية من الأمراض.
- جاء في المرتبة الثانية لمصادر الحصول على المعلومات الصحية عن جائحة كورونا اعتمادهم على (صفحات التواصل الاجتماعي لوزارة الصحة) بنسبة 52.67%. فوزارة الصحة بعد ظهور الجائحة تسعى للتواصل والتفاعل المثمر مع الجمهور وإشراكهم في صنع القرار وتوفير أحدث أدوات المشاركة الرقمية لضمان توفير منصات تواصل فعّالة تتيح بناء حوار هادف مع الجمهور والمتعاملين، مما يساعد على تحقيق رؤية الحكومات وأهدافها الاستراتيجية؛ فيمكن لوسائل التواصل الاجتماعي أن تلبي هذا الغرض، وهو الأمر الذي أكدته دراسة (أماني ألبرت، 2016) (17) والتي توصلت إلى أن الفيس بوك هو أكثر الوسائل استخداماً من قبل وزارة الداخلية لإدارة انطباع إيجابي عنها من خلال محتوى صفحتها الرسمية على الفيس بوك، كما أنه الأكثر عدداً في الجمهور المشارك. في حين جاءت دراسة (ميرهان طنطاوي، 2015) (18) لتؤكد على استخدام المنظمات الحكومية "القيادة العامة لشرطة دبي" مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك في إدارة سمعتها، وأن شرطة دبي استحدثت ذلك في إدارة سمعتها بهدف تحقيق سمعة مميزة من

الباحثة/غادة كمال محمد خليل

خلال المعاملة الجيدة للجمهور، كما أظهرت النتائج تنوع وتعدد الإستراتيجيات الاتصالية التي توطنها شرطة دبي على صفحتها فيس بوك لإدارة سمعتها.

جدول (4)

يوضح مقياس دوافع متابعة عينة الدراسة للمعلومات حول جائحة كورونا

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	مقياس دوافع المتابعة
0.58933	2.5925	5.25	21	منخفض
		30.25	121	متوسط
		64.50	258	مرتفع
		100.00	400	المجموع

بناءً على السؤال السابق الخاص بدوافع متابعة عينة الدراسة للمعلومات حول جائحة كورونا، تم بناء مقياس لمعرفة درجة هذه الدوافع، وجاء الدوافع مرتفعة في المقدمة بنسبة 64.5%، ثم جاءت متوسطة في الترتيب الثاني بنسبة 30.25%، وأخيراً جاءت منخفضة بنسبة 5.25%.

المحور الثاني: متابعة الجمهور المصري عينة الدراسة للقوى الناعمة في دورها حول جائحة كورونا:

جدول (5)

يوضح مصداقية الدور التأثيري لمصادر القوى الناعمة حول المعلومات المتعلقة بجائحة كورونا

الانحراف	المتوسط	درجة المصداقية	مصداقية الدور التأثيري لمصادر
----------	---------	----------------	-------------------------------

المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة المحلية

المعيار	الحسابي	نادراً		أحياناً		دائماً		المعلومات لفيروس كورونا
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.54637	2.6650	3.75	15	26.00	104	70.25	281	وزارة الصحة المصرية
0.68796	2.2300	14.75	59	47.50	190	37.75	151	وسائل الإعلام
0.66094	2.2275	13.00	52	51.25	205	35.75	143	الهيئة العامة للاستعلامات
0.68845	1.8350	33.25	133	50.00	200	16.75	67	بيت الزكاة والصدقات المصري
0.70088	1.8000	36.50	146	47.00	188	16.50	66	مؤسسة مصر الخير
0.67694	1.7700	37.00	148	49.00	196	14.00	56	بنك الطعام المصري
0.67989	1.7625	37.75	151	48.25	193	14.00	56	جمعية الأورمان
0.65944	1.7150	40.00	160	48.50	194	11.50	46	صفحات مشاهير السوشيال ميديا
0.66120	1.5625	53.25	213	37.25	149	9.50	38	الأحزاب السياسية

يوضح هذا التساؤل مدى مصداقية الدور التأثيري لمصادر المعلومات بشأن جائحة كورونا، وجاءت اجاباتهم كالآتي:

- جاءت (وزارة الصحة المصرية) في المرتبة الاولى لمصداقية الدور التأثيري بمتوسط حسابي (2.6650)، وذلك بنسبة 70.25% للمصداقية الدائمة، في حين جاءت الإجابات أحياناً ما يكون لها مصداقية في الدور التأثيري بنسبة 26% كما جاءت الإجابات بندرة المصداقية في الدور التأثيري بنسبة 3.75%.
- جاءت (وسائل الاعلام) في المرتبة الثانية لمصداقية الدور التأثيري بمتوسط حسابي (2.2300)، وذلك بنسبة 37.75% للمصداقية الدائمة، في حين جاءت الإجابات أحياناً ما يكون لها مصداقية في الدور التأثيري بنسبة 47.5% كما جاءت الإجابات بندرة المصداقية في الدور التأثيري بنسبة 14.75%.
- جاءت (الهيئة العامة للاستعلامات) في المرتبة الثالثة لمصداقية الدور التأثيري بمتوسط حسابي (2.2275)، وذلك بنسبة 35.75% للمصداقية الدائمة، في حين

جاءت الإجابات أحياناً ما يكون لها مصداقية في الدور التأثري بنسبة 51.25%

كما جاءت الإجابات بندرة المصداقية في الدور التأثري بنسبة 13%.

• جاء (بيت الزكاة والصدقات المصري) في المرتبة الرابعة لمصداقية الدور التأثري

بمتوسط حسابي (1.8350)، وذلك بنسبة 16.75% للمصداقية الدائمة، في حين

جاءت الإجابات أحياناً ما يكون لها مصداقية في الدور التأثري بنسبة 50% كما

جاءت الإجابات بندرة المصداقية في الدور التأثري بنسبة 33.25%.

• لاحظت الباحثة غياب المصداقية للدور التأثري لكل من (صفحات مشاهير

السوشيال ميديا) و(الأحزاب السياسية) حيث جاء في نهاية الترتيب بمتوسطات

حسابية 1.7150 و 1.5625 على التوالي.

جدول (6)

يوضح درجة الثقة في معلومات القوى الناعمة المحلية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	درجة الثقة في معلومات القوى الناعمة
0.58763	2.1675	27.00	108	أثق فيها بدرجة كبيرة
		62.75	251	أثق فيها بدرجة متوسطة
		10.25	41	أثق فيها بدرجة منخفضة
		100.00	400	المجموع

توضح بيانات جدول (6) مدى الثقة لدى المبحوثين في المعلومات الصادرة عن القوى

الناعمة فيما يتعلق بالجائحة، وكانت نسبة 27% من عينة الدراسة يتقنون بدرجة كبيرة، في

حين جاءت نسبة 62.75% يتقنون بدرجة متوسطة في المعلومات الصادرة عن القوى

الناعمة فيما يتعلق بالجائحة، بينما جاءت نسبة من يتقنون بدرجة منخفضة 10.25%، وهذا

يدل على أهمية الدور الذي تقوم به القوى الناعمة فيما يتعلق بالجائحة. وترتبط هذه النتيجة

بنتيجة الجدول السابق رقم (5) من حيث اعتماد الجمهور على وزارة الصحة في الحصول

على المعلومات الصحية، وذلك لأن الوزارة في موقعها الإلكتروني وفي صفحتها على الفيس

بوك تعتمد على الجمع بين النص والصورة واستخدام التقارير المصورة، والأفلام التسجيلية

المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة المحلية
 وغيرها من الوسائط المتعددة التي تعمل كأداة لتوثيق المعلومات وما تقوم به من جهود وتقريبه في ذهن الجمهور ومعايشته له واقعياً، وبالتالي تسهم بشكل كبير في زيادة ثقة الجمهور فيما تنشره من حملات.
المحور الثالث: اتجاهات عينة الدراسة نحو الدور المجتمعي للقوى الناعمة المحلية في جائحة كورونا:

جدول (7)

درجة متابعة أنشطة الدور المجتمعي للقوى الناعمة في مواجهة كورونا

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	درجة متابعة أنشطة الدور المجتمعي للقوى الناعمة في مواجهة كورونا
0.62520	1.9900	19.00	76	أتابع بدرجة كبيرة
		61.00	244	أتابع بدرجة متوسطة
		20.00	80	أتابع بدرجة ضعيفة
		100.00	400	المجموع

توضح بيانات جدول (7) درجة متابعة أنشطة الدور المجتمعي للقوى الناعمة في مواجهة كورونا، وكانت نسبة 19% من عينة الدراسة تتابع أنشطة الدور المجتمعي للقوى الناعمة في مواجهة كورونا بدرجة كبيرة، في حين جاءت نسبة 61% تتابع هذه الأنشطة بدرجة متوسطة، بينما جاءت نسبة من يتابع بدرجة ضعيفة 20%، وهذا يدل على أهمية الدور المجتمعي للقوى الناعمة فيما يتعلق بالجائحة.

جدول (8)

يوضح رؤية عينة الدراية للأدوار التي حققتها القوى الناعمة فيما يتعلق بالجائحة

%	ك	رؤية عينة الدراية للأدوار التي حققتها القوى الناعمة فيما يتعلق بالجائحة
71.00	284	التوعية بالفيروس وتداعياته
60.00	240	توجيه الجمهور وإرشاده
57.67	231	شرح طرق الوقاية وتفسيرها

الباحثة/غادة كمال محمد خليل

43.33	173	التنبيه والتحذير من التهاون مع المرض
35.00	140	رصد وعرض الاحصاءات المرتبطة بالفيروس
32.33	129	مناشدة الجمهور بشكل دوري
27.33	109	نفي الشائعات المرتبطة بالجائحة
22.67	91	تقديم حلول وبدائل للتصدي للجائحة
19.33	77	تقديم مساعدات للمتضررين من الجائحة
400		جملة من سُئِلوا

تشير بيانات جدول (8) الى ما يلي:

- عند سؤال المبحوثين في سؤال أكثر من بديل عن رؤيتهم للأدوار التي حققتها القوى الناعمة فيما يتعلق بالجائحة تعددت تلك الأدوار فأكد 71% من عينة الدراسة الذين يتابعون دور القوى الناعمة أن أهم دور هو (التوعية بالفيروس وتدابيراته)، وهذا يدل على إن للتوعية الصحية بفيروس كورونا دور بارز وفاعل ليس فقط على مستوى إمداد المجتمع بالمعلومات الصحية وإنما أيضا في توعية المواطن بالبرامج المقدمة له والخدمات المتوفرة وكيفية استغلالها الاستغلال الأمثل وتفعيل الدور الذي يقوم به المواطن نفسه بجانب القوى الناعمة من أجل الحفاظ على صحته والاستفادة من الخدمات المقدمة له،
- وجاء في المرتبة الثانية دور (توجيه الجمهور وإرشاده) للأدوار التي حققتها القوى الناعمة فيما يتعلق بالجائحة بنسبة 60%، تليها في المرتبة الثالثة دور (شرح طرق الوقاية وتفسيرها) بنسبة 57.67%، ثم جاء دور (التنبيه والتحذير من التهاون مع المرض) في المرتبة الرابعة بنسبة 43.33%، وجاء في المرتبة الخامسة دور (رصد وعرض الإحصاءات المرتبطة بالفيروس) بنسبة 35%.

جدول (9)

درجة مساهمة أدوار القوى الناعمة المحلية فيما يتعلق بالجائحة

الانحراف	المتوسط	%	ك	درجة مساهمة أدوار القوى الناعمة فيما يتعلق
----------	---------	---	---	--

المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة المحلية

المعياري	الحسابي			بالجائحة
0.58383	2.4000	45.00	180	ساهمت بدرجة كبيرة
		50.00	200	ساهمت بدرجة متوسطة
		5.00	20	ساهمت بدرجة منخفضة
		100.00	400	المجموع

توضح بيانات جدول (9) درجة مساهمة أدوار القوى الناعمة فيما يتعلق بالجائحة، وكانت نسبة 45% من عينة الدراسة يرون أنها ساهمت بدرجة كبيرة، في حين جاءت نسبة 50% يرون أنها ساهمت بدرجة متوسطة، بينما جاءت نسبة من يرون أنها ساهمت بدرجة منخفضة 5%. ففي إطار سعي القوى الناعمة للحفاظ على سلامة الجمهور باتخاذ بعض الاحتياطات البسيطة والتي استفاد منها الجميع، مثل التباعد البدني ولبس الكمامة والحفاظ على التهوية الجيدة في الغرف وتلافي التجمعات وتنظيف اليدين والسعال في ثنية المرفق أو في منديل ورقي، وتنظيف الأيدي جيداً بانتظام باستخدام مطهر اليدين الكحولي أو غسلهما بالماء والصابون.

جدول (10)

مقياس الاتجاه نحو الدور الإعلامي في مواجهة تداعيات ومخاطر جائحة كورونا

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	مقياس الاتجاه نحو الدور الإعلامي في مواجهة تداعيات ومخاطر جائحة كورونا
0.50481	2.1825	5.25	21	دور ضعيف
		56.50	226	دور متوسط
		38.25	153	دور قوي
		100.00	400	المجموع

بناءً على التساؤل السابق الخاص بالعبارات التي ترصد الاتجاه نحو الدور الإعلامي في مواجهة تداعيات ومخاطر جائحة كورونا، تم بناء مقياس لمعرفة اتجاهات الجمهور نحو الدور الإعلامي في مواجهة تداعيات ومخاطر جائحة كورونا، وجاء الاتجاه المتوسط لدور

الباحثة/غادة كمال محمد خليل

الإعلام في المقدمة بنسبة 56.50%، ثم جاء الاتجاه القوي في مواجهة تداعيات ومخاطر جائحة كورونا في الترتيب الثاني بنسبة 38.25%، وأخيراً جاء الدور الضعيف بنسبة 5.25%.

جدول (11)

رؤية عينة الدراسة أبرز الاستمالات المؤثرة التي استخدمتها القوى الناعمة في التصدي للجائحة

%	ك	رؤية عينة الدراسة أبرز الاستمالات المؤثرة التي استخدمتها القوى الناعمة في التصدي للجائحة
44.00	176	عرض وجهات نظر متعددة
43.67	175	تكرار عرض المعلومات
43.67	175	التحذير
41.00	164	تقديم الشواهد والأدلة
41.00	164	ذكر تصريحات المسؤولين
38.00	152	التوجيه
15.67	63	التهريب
400		جملة من سُئلوا

تشير بيانات جدول (11) إلى ما يلي:

عند سؤال المبحوثين في سؤال أكثر من بديل عن رؤيتهم لأبرز الاستمالات المؤثرة التي استخدمتها القوى الناعمة في التصدي للجائحة فأكد 44% من عينة الدراسة الذين يتابعون دور القوى الناعمة أن استمالة هو (عرض وجهات نظر متعددة) في الترتيب الأول، وجاء في الترتيب الثاني استمالة (تكرار عرض المعلومات) بنسبة 43.67%، تلاها في الترتيب الثالث استمالة (التحذير) بنسبة 43.67%، ثم جاءت استمالاتنا (تقديم الشواهد والأدلة) و(ذكر تصريحات المسؤولين) في الترتيب الرابع بنسبة 41% لكل منهما، وجاء في الترتيب

المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة المحلية
الخامس استمالة (التوجيه) بنسبة 38%، وأخيراً جاءت استمالة (الترهيب) بنسبة
15.67%.

جدول (12)

يوضح درجة التأثير بالدور المجتمعي للقوى الناعمة فيما يتعلق بالجائحة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	درجة التأثير
0.67341	2.4125	51.75	207	دعت انطباعاتي الإيجابية عنها
		37.75	151	كونت لدى انطباعات متضاربة بعضها إيجابي وبعضها سلبي
		10.50	42	دعت انطباعاتي السلبية عنها
		100.00	400	المجموع

تشير بيانات جدول (12) إلى درجة التأثير بالدور المجتمعي للقوى الناعمة فيما يتعلق بالجائحة؛ فجاءت (دعت انطباعي الإيجابية عنها) في الترتيب الأول لدرجة التأثير بالدور المجتمعي للقوى الناعمة فيما يتعلق بالجائحة بنسبة 51.75%، تلاها في الترتيب الثاني (كونت لدى انطباعات متضاربة بعضها إيجابي وبعضها سلبي) بنسبة 37.75%، ثم جاءت (دعت انطباعاتي السلبية عنها) في الترتيب الثالث لدرجة التأثير بالدور المجتمعي للقوى الناعمة فيما يتعلق بالجائحة بنسبة 10.50%.

جدول (13)

يوضح تقييم عينة الدراسة لدور القوى الناعمة في مواجهة تداعيات جائحة كورونا

%	ك	تقييم عينة الدراسة لدور القوى الناعمة في مواجهة تداعيات جائحة كورونا
61.33	245	لعبت دوراً كبيراً في التوعية الصحية للجمهور بشأن الفيروس
41.67	167	قدمت معلومات صحية صادقة إلى حد كبير فيما يتعلق بالجائحة
31.67	127	أضافت معلومات جديدة إلى معلوماتي الشخصية بشأن الجائحة
26.33	105	سهولة متابعة المعلومات الصحية المقدمة من خلالها

21.33	85	لها شعبية كبيرة تحظى بها مقارنةً بوسائل أخرى
19.00	76	تميزت بنقل المعلومات التوعوية بسرعة فائقة
18.67	75	اتبعت سياسات واستراتيجيات خاطئة في مواجهة الفيروس
15.67	63	أسلوبها في تناول تداعيات الجائحة يغلب عليه الإثارة والتهويل
15.00	60	أهملت في مختلف حملاتها جوانب توعوية مهمة بشأن الجائحة
11.67	47	تحررت الموضوعية في تقديم المعلومات المرتبطة بالجائحة
11.33	45	لم تقدم معلومات كافية عن الجائحة وأسباب انتشارها وطرق العلاج
10.67	43	توافرت حرفية ومهنية لدى القائمين عليها
400		جملة من سُئلوا

تشير بيانات جدول (13) إلى تقييم عينة الدراسة لدور القوى الناعمة في مواجهة تداعيات جائحة كورونا:

- جاءت دورها بأنها (لعبت دوراً كبيراً في التوعية الصحية للجمهور بشأن الفيروس) في المرتبة الأولى لدور القوى الناعمة في مواجهة تداعيات جائحة كورونا بنسبة 61.33%.
- جاءت دورها بأنها (قدمت معلومات صحية صادقة الى حد كبير فيما يتعلق بالجائحة) في المرتبة الثانية لدور القوى الناعمة في مواجهة تداعيات جائحة كورونا بنسبة 41.67%.
- جاءت دورها بأنها (أضافت معلومات جديدة الى معلوماتي الشخصية بشأن الجائحة) في المرتبة الثالثة لدور القوى الناعمة في مواجهة تداعيات جائحة كورونا بنسبة 31.67%.
- جاءت دورها بأنها (سهولة متابعة المعلومات الصحية المقدمة من خلالها) في المرتبة الرابعة لدور القوى الناعمة في مواجهة تداعيات جائحة كورونا بنسبة 26.33%.

- المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة المحلية
- جاءت دورها بأنها (لها شعبية كبيرة تحظى بها مقارنة بوسائل أخرى) في المرتبة الخامسة لدور القوى الناعمة في مواجهة تداعيات جائحة كورونا بنسبة 21.33%.

جدول (14)

يوضح درجة فاعلية برامج المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة فيما يتعلق بجائحة كورونا

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	درجة الفاعلية
0.56293	2.3625	40.50	162	فعالة بدرجة كبيرة
		55.25	221	فعالة بدرجة متوسطة
		4.25	17	فعالة بدرجة منخفضة
		100.00	400	المجموع

توضح بيانات جدول (14) رؤية عينة الدراسة لمدى فاعلية برامج المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة فيما يتعلق بجائحة كورونا، وجاءت نسبة 40.50% من عينة الدراسة ترى أنها فاعلة بدرجة كبيرة، في حين جاءت نسبة 55.25% ترى أنها فاعلة بدرجة متوسطة، بينما جاءت نسبة 4.25% من عينة الدراسة ترى أنها فاعلة بدرجة منخفضة.

خلاصة النتائج الميدانية:

1- أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير السن لعينة الدراسة ورؤيتهم لدور الحملات الإعلانية الصحفية في دعم الحملات الرئاسية الصحية، حيث كانت قيمة "ف" (1.984)، وهي غير دالة عند مستوى معنوية (0.116)، أي أنه ليس هناك اختلاف بين عينة الدراسة على اختلاف مستوياتهم العمرية في رؤيتهم لدور الحملات الإعلانية الصحفية في دعم الحملات الرئاسية الصحية.

2- كما أوضحت الدراسة تنوع مستويات تعليم عينة الدراسة؛ فجاء الحاصلين على مؤهل متوسط بنسبة 7.25%، وجاءت نسبة الحاصلين على مؤهل فوق متوسط بمقدار 3.75%، وجاءت نسبة من يحملون مؤهل جامعي بمقدار 67.25%، بينما جاءت نسبة الحاصلون على مؤهل فوق جامعي (ماجستير-دكتوراه) بمقدار 21.75% من عينة الدراسة.

3- كشفت الدراسة عن درجة التأثير بالدور المجتمعي للقوى الناعمة فيما يتعلق بالجائحة؛ فجاءت (دعمت انطباعي الإيجابية عنها) في الترتيب الأول لدرجة التأثير بالدور المجتمعي للقوى الناعمة فيما يتعلق بالجائحة بنسبة 51.75%، تلاها في الترتيب الثاني (كونت لدى انطباعات متضاربة بعضها إيجابي وبعضها سلبي) بنسبة 37.75%، ثم جاءت (دعمت انطباعاتي السلبية عنها) في الترتيب الثالث لدرجة التأثير بالدور المجتمعي للقوى الناعمة فيما يتعلق بالجائحة بنسبة 10.50%.

4- أسفرت نتائج الدراسة عن رصد الاتجاه نحو الدور الإعلامي في مواجهة تداعيات ومخاطر جائحة كورونا، تم بناء مقياس لمعرفة اتجاهات الجمهور نحو الدور الإعلامي في مواجهة تداعيات ومخاطر جائحة كورونا، وجاء الاتجاه المتوسط لدور الإعلام في المقدمة بنسبة 56.50%، ثم جاء الاتجاه القوي في مواجهة تداعيات ومخاطر جائحة كورونا في الترتيب الثاني بنسبة 38.25%، وأخيراً جاء الدور الضعيف بنسبة 5.25%.

5- تشير نتائج الدراسة إلى مساهمة القوى الناعمة في (اهتمامها بحملات التوعية) في الترتيب الثالث للمساهمات التي قامت بها القوى الناعمة في مواجهة تداعيات أزمة كورونا بمتوسط حسابي 2.4950، وترى نسبة 55.75% من عينة الدراسة أنها ساهمت في ذلك بدرجة كبيرة، في حين أشارت نسبة 38% من عينة الدراسة أنها ساهمت بدرجة متوسطة في ذلك الأمر، وجاءت نسبة من يرى أنه ساهمت في هذا المر بدرجة ضعيفة بمقدار 6.25%.

6- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معرفة الجمهور بالمسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة في مواجهة الجائحة واتجاهاتهم نحو فاعليتها.

- المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة المحلية
- 7-توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الجمهور على المعلومات الصادرة عن القوى الناعمة واتجاهاتهم نحو فاعلية مسؤوليتها الاجتماعية فيما يتعلق بالجائحة.
- 8-توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ثقة الجمهور بمصداقية المعلومات الصادرة عن القوى الناعمة واتجاهاتهم نحو فاعلية مسؤولياتها الاجتماعية فيما يتعلق بالجائحة.
- 9-توجد فروق بين درجة استجابات المبحوثين نحو فاعلية المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة في مواجهة الجائحة ودرجة اتجاهاتهم نحوها.
- 10-عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الجمهور نحو فاعلية المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة ومتغيرات (النوع، الإصابة بفيروس كورونا، السن، المستوى التعليمي، مكان الإقامة، المشاركة المجتمعية)، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الجمهور نحو فاعلية المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة ومتغير (العمل).

ثانياً: توصيات الدراسة

1. ضرورة زيادة الحملات الصحية التوعوية التي تقدمها مؤسسات الدولة المختلفة في إطار التوعية بالأمراض الوبائية بشكل عام، مع ضرورة التنسيق بين أداء هذه المؤسسات، حتى تتكامل جميعها في سبيل تحقيق الهدف الرئيسي للحملات.
2. من الأهمية بمكان أن تقوم وزارة الصحة بالتطوير المستمر لموقعها الإلكتروني ولصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي، والقيام بالتحديث المستمر للمعلومات، وإطلاع الجمهور على كل ما هو جديد وما يحتاجه من معلومات، حيث أثبتت الدراسة أن موقع وصفحات وزارة الصحة يحتل مرتبة متقدمة بين الوسائل التي يعتمد عليها الجمهور في التعرف على المعلومات الصحية.
3. ضرورة التفاعل والتجاوب من قبل القوى الناعمة عبر وسائل الاتصال مع جماهيرها عبر مواقعها الإلكترونية وصفحات التواصل الاجتماعي الخاصة بها، للإجابة عن استفساراتهم وإمدادهم بالمعلومات اللازمة وعدم السماح للشائعات أن تنمو في ظل غياب المعلومات.

4. يجب على القوى الناعمة أن تلتزم بالمصادقية ومبادئ المسؤولية الاجتماعية في جميع ما يتم نشره من خلال قنواتها الرسمية، وذلك للحفاظ على درجة الثقة التي يوليها لها جمهورها، وحتى لا ينصرف الجمهور إلى جهات مجهولة الهوية قد تحمل أجندات غير معلومة تضر بالأمن القومي والسلم المجتمعي.
5. لا بد أن تستفيد القوى الناعمة من الثورة التكنولوجية وتطبيقات الإنترنت في استخدام وسائل اتصال حديثة تواكب العصر، وتمتلك إمكانيات تفاعلية عالية تمكنها من أداء مهمتها والوصول إلى جمهورها بشكل أكبر كفاءة.
6. أهمية قيام القوى الناعمة بحملات توعوية وتثقيفية مستمرة في المدارس والجامعات والمؤسسات الخدمية والإنتاجية في القطاعين العام والخاص، وذلك للتوعية الميدانية بالقضايا الاجتماعية والصحية.
7. استخدام استراتيجيات اتصالية متنوعة للتواصل مع الجمهور، طبقاً لكل حالة وكل قضية على حدة، ويفضل استخدام استراتيجيات الحوار لإعطاء الفرصة للجمهور لتوضيح وجهة نظره، وكذلك تبرير وتوضيح وشرح القرارات التي تقوم الجهات المعنية باتخاذها في قضية ما.
8. القياس المستمر للرأي العام للتعرف على كل ما يطرأ عليه من مستجدات وما يشغله من قضايا والتفاعل معها.

ثالثاً: رؤية مستقبلية للدراسة

1. ضرورة الاستعانة بنتائج ومعطيات البحوث العلمية والاسترشاد بها في تحسين مستوى الخدمة للقوى الناعمة، وتوظيف ما توصلت إليه من مقترحات تسهم في تطوير المسؤولية الاجتماعية لتلك القوى في مواجهة كل تحدي يداهمها.
2. العمل على إقامة دورات تدريبية للعاملين بصفحات مواقع وزارة الصحة وصفحات وزارة الصحة على وسائل التواصل الاجتماعي، بغرض تطوير مهاراتهم، مع ضرورة الاعتماد على العناصر المتدربة، بالإضافة إلى استغلال الإمكانيات التقنية الحديثة وتعريف العاملين بها بضرورة.

المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة المحلية

3. العمل على تطوير صفحات وزارة الصحة من خلال إعطاء مساحات متوازنة للمضامين المتعددة بأن تحتوي علي أكبر قدر من المعلومات حول الجائحة، بشكل يحقق رغبات الفئات المختلفة، والتواصل أكثر مع الجمهور وتبسيط المادة المقدمة قدر الإمكان.
4. تسليط الضوء من قبل الإعلام على تطورات الجائحة في الوطن العربي، وتشجيع الجمهور على القراءة من خلال توعيتهم بخطورة الجائحة، وأن تكون هناك صلات بين وزارة الصحة والجمهور.
5. زيادة دعم القوي الناعمة لمساعدتها على تبني مبادرات تدعو للإقبال على التعرف على الجائحة، والتفاعل مع الجمهور من خلال إجراء بعض الأنشطة التفاعلية، والإفادة من التطبيقات الإلكترونية الحديثة في التواصل مع الجمهور.
6. تبني القوي الناعمة مسؤولياتها الاجتماعية نحو مواجهة تداعيات جائحة كورونا والتصدي للتحديات المختلفة، خاصة مع انتشار الجائحة، وتناول مواد تسهم في توعية الجمهور حول مخاطر تلك الجائحة.
7. إجراء المزيد من الدراسات حول دور القوي الناعمة في التوعية بالقضايا المختلفة، مثل المبادرات الرئاسية، والقضايا الاقتصادية الملحة، ودور القوي الناعمة في التعامل مع الأزمات، مثل أزمة سد النهضة، أزمة الحرب الروسية الأوكرانية، القضية الفلسطينية.

مراجع الدراسة:

() بسمة الحسيني، 2021، البرامج الطبية العربية والأجنبية المترجمة في الفضائيات العربية وعلاقتها بتممية الوعي الصحي لدى الجمهور المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الإعلام.

(²) Lisa Singh, et , 2020 "A first look at COVID-19 information and misinformation sharing on Twitter." **Paper Presented in University of Minnesota**, Compiled April 1. ArXiv preprint arXiv.13907.

(³) أمل إبراهيم حسن، 2019، تغطية الصحافة المصرية للأوبئة والأمراض المتوطنة ودورها في التأثير على المعرفة العلمية للجمهور المصري دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

(⁴) إيمان فتحي عبد المحسن، 2018، المعالجة الإعلامية للقضايا الصحية والبيئية بالحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية المتخصصة لطفل ما قبل المدرسة، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد 19، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ص 123 - 166.

(⁵) محمد فاضل على، 2017، دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور - دراسة مسحية من وجهة نظر المختصين في وزارة الصحة الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، الأردن: كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط.

(⁶) نادية محمد عبد الحافظ، 2016، تأثير الاعتماد على الإعلام التقليدية والجديدة في نشر الثقافة الصحية "دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصري"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 15، العدد 2، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص 405-494.

(⁷) نوره حمدي أبو سنة، 2015، علاقة التعرض للصحف السعودية الورقية والإلكترونية بمستوى المعرفة بمرض كورونا، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 43، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ص 85-166.

(⁸) Lapointe, L., Ramaprasad, J., & Vedel, I. (2014). Creating health awareness: a social media enabled collaboration. **Health and Technology**, 4(1), 43-57.

(⁹) محمد طلال عباس، 2020، اتجاهات الجمهور السعودي نحو دور وسائل الإعلام الجديد في نشر الوعي الصحي لديهم: دراسة ميدانية بالتطبيق على الأزمة الصحية لفيروس كورونا المستجد (كوفيد 19)، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، العدد 20، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ص 141 - 197.

المسؤولية الاجتماعية للقوى الناعمة المحلية
(¹⁰) داليا عثمان إبراهيم، 2019، اتجاهات المرأة المصرية نحو استخدام الإعلام الرقمي في المجال الصحي، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد 18، العدد 3، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ص 429-463.

(¹¹) Gesser-Edelsburg, A., Diamant, A., Hijazi, R., & Mesch, G. S. (2018). Correcting misinformation by health organizations during measles outbreaks: **a controlled experiment**. *PloS one*, 13(12), e0209505. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.>

(¹²) خالد فيصل الفرم، 2017، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، العدد 14، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ص 205-225.

(¹³) رشا عبد الحليم الخطيب، 2015، اتجاهات الجمهور الأردني نحو البرامج الصحية في الإذاعة الأردنية - دراسة ميدانية، رسالة ماجستير منشورة، الأردن: كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط.

(¹⁴) Scott V. Savage, (2014): Virtual Health: The Impact of Health Related Websites on Patient – Doctor Interactions Technology, Communication, Disparities and Government Options in Health and Health Care Service, **Sociology of Health Care Journal**, V32, N4.

(¹⁵) بسمة الحسيني، 2021، البرامج الطبية العربية والأجنبية المترجمة في الفضائيات العربية وعلاقتها بتنمية الوعي الصحي لدى الجمهور المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الإعلام.

(¹⁶) Lisa Singh, et , 2020 "A first look at COVID-19 information and misinformation sharing on Twitter." **Paper Presented in University of Minnesota**, Compiled April 1. ArXiv preprint arXiv.13907.

Chesser, A., Drassen Ham, A., Keene Woods, N. (2020).

Abstract:

This study starts from an attempt to identify the effectiveness of the social responsibility of soft powers in facing the repercussions of the Corona pandemic, and its relationship to the public's attitudes towards it, and to identify the social roles played by soft forces in relation to the Corona pandemic, It also sought to reveal the persuasive methods used by soft powers in confronting the pandemic, and to discuss the mechanisms (strategies) followed by soft powers in addressing the Corona pandemic, while evaluating the effectiveness of the social responsibility of soft powers in facing the repercussions of the Corona virus, and revealing the sources of information on which soft powers relied. In the face of the pandemic. This study belongs to the descriptive studies. The researcher relied on the Method Survey, in both its descriptive form, based on a questionnaire tool for the public sample of the study, where the study was applied to a random sample of (400) single Egyptian citizens (males - females) in all disciplines. In urban areas and the regions of Egypt, which are my governorates: (Menoufia - Cairo - Gharbia - Alexandria), It represents all demographic variables (type - educational level - economic - social - geographical distribution of the sample). The study relied on the theory of social responsibility as a theoretical framework. The results of the study confirmed: There are no statistically significant differences between the educational qualification variable of the study sample and their vision of the role of press advertising campaigns in supporting health presidential campaigns, where the value of "p" was (1.279), and it is not significant at the level of significance (0.278), and there are differences Statistically significant between the work variable of the study sample and their vision of the role of press advertising campaigns in supporting health presidential campaigns.

Keywords: social responsibility - soft powers - the corona pandemic.