

دور الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الجمهور الصحي بجائحة كورونا

د. هويدا محمد السيد عزوز*

المستخلص:

تتمثل مشكلة الدراسة في رصد وقياس وتحليل العلاقة بين مستوى اعتماد الجمهور على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي والمتمثلة في:

- الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء.
- الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان.
- الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية في مصر.

وذلك لرصد مدى قدرة هذه الصفحات على التأثير عليهم من الناحية المعرفية والوجدانية والسلوكية، كما تسعى الدراسة إلى الكشف عن العوامل والمتغيرات المؤثرة على اعتماد الجمهور على هذه الصفحات من حيث مستوى التعرض لها، وتفضيلهم لهذه الصفحات، ومدى التفاعل معها، وطبيعة الاتجاه نحوها، ودرجة الثقة فيها واتجاهاتهم نحو أداء الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء أزمة كورونا.

وتشير نتائج الدراسة إلى أن أهم الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية التي يتابعها الجمهور هي الصفحة الرسمية للمتحدثين الرسميين، يليها الصفحة الرسمية لوزارة الصحة، ويلبها الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء، وأخيرا منظمة الصحة العالمية بجمهورية مصر العربية، حيث لعبت هذه الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي دورا هاما كمصدر لنفي الشائعات المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بما له تأثيره الإيجابي على الجمهور، أي أنها كان لها دورا إدارية الأزمات ومعالجتها سواء كان ذلك بشكل منفرد أو بسبب تأثيرها المباشر في زيادة الوعي بمخاطر فيروس كورونا، مما يزيد من مصداقيتها وتأثيرها على مستخدمي هذه الصفحات.

* مدرس بقسم الصحافة المطبوعة والإلكترونية بكلية الإعلام - جامعة المنوفية

The role of official pages of government institutions on social networks in forming the public's health awareness of the Corona pandemic

The problem of the study is represented in monitoring, measuring and analyzing the relationship between the level of public dependence on the official pages of government institutions on social media, represented in :

- The official page of the Presidency of the Council of Ministers .
- Official page of the Ministry of Health and Population .
- The official page of the World Health Organization in Egypt .

In order to monitor the extent of the ability of these pages to influence them in terms of cognitive, emotional and behavioral, the study also seeks to uncover the factors and variables that affect the audience's dependence on these pages in terms of the level of exposure to them, their preference for these pages

The results of the study indicate that the most important official pages of government institutions that the public follow are the official page of official spokespeople, followed by the official page of the Ministry of Health, followed by the official page of the Council of Ministers, and finally the World Health Organization in the Arab Republic of Egypt, where these official pages of government institutions are played on websites Social communication has an important role as a source to deny rumors circulating through social media, with its positive impact on the public

مقدمة :

أثرت مواقع التواصل الاجتماعي تأثيرًا واسع النطاق في التعامل مع أزمة جائحة فيروس كورونا، حيث كانت وسيلة أساسية للجهات الحكومية المنظمات الدولية لنشر المعلومات والتعليمات الصحية، فقد حاولت كثير من الصفحات المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي نشر فيديووات تتعلق بالفيروس المستجد وكيفية التعامل معه لكبح أساليب انتشاره.

ومن خلال رصد محتوى الصفحات الرسمية لوزارة الصحة رئاسة مجلس الوزراء وحسابات منظمة الصحة العالمية في مصر على مواقع التواصل الاجتماعي علي مدار ثلاثة أشهر، نجد أن نشر البيان الأول لوزارة الصحة بشأن تسجيل أول حالة إصابة بالفيروس، هو نقطة التحول في تغيير شكل الصفحات وزيادة التفاعل مع كل منشور أو تدوينة أو حتى فيديو، حيث بلغ هذا التفاعل ذروته يوميًا مع نشر وزارة الصحة التقرير اليومي لإجمالي حالات الإصابة وعدد الوفيات وعدد المتعافين من الفيروس.

وأعلنت وزارة الصحة والسكان عن تعاون الوزارة مع مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك-تويتر-إنستجرام) من خلال مبادرة لنشر التوعية بشأن فيروس كورونا (كوفيد 19) بين المواطنين المصريين وغير المصريين المقيمين داخل مصر، حيث جاءت تلك المبادرة بعد إعلان الرئيس التنفيذي لفيس بوك مارك زوكربيرج أن الشركة ستدعم وزارات الصحة بدول العالم المختلفة ومنظمة الصحة العالمية لنشر الوعي بفيروس كورونا المستجد ومكافحة الشائعات المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي.

كما تولت صفحة رئاسة مجلس الوزراء على مواقع التواصل الاجتماعي نشر الإجراءات الوقائية التي اتخذتها الحكومة لمجابهة فيروس كورونا، فضلاً عن نشر البيان اليومي لوزارة الصحة والسكان، كما أثرت أزمة كورونا علي زيادة التفاعل علي الصفحة، وحسب ما أظهرته أداة social blade فإن عدد متابعي الصفحة زاد حوالي نصف مليون تقريباً منذ الثاني عشر من مارس 2020.

كما حظيت حسابات منظمة الصحة العالمية في مصر باهتمام متزايد من رواد مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تفاعل المصريون مع منشوراتها التي تتضمن معلومات عن كوفيد 19 المستجد التعليمات المتتالية خلال تلك الفترة، و تخطي عدد متابعيها مائتي ألف متابع.

كما قامت مواقع التواصل الاجتماعي بفرض عدة قيود على المحتوى المنشور حول كورونا، فبدأت شركة "فيس بوك" في حظر جميع الإعلانات المتعلقة بفيروس كورونا، سواء كان ذلك علي موقع "فيس بوك" أو على المنصات الاجتماعية

الأخرى التي تمتلكها الشركة مثل "انستجرام"، كما أن الشركة سوف تقوم بمسح التعليقات التي تحتوي على تفسير تأمري أو معلومات مغلوطة، مع إضافة زر جديد خاص بالمعلومات المثارة حول كورونا ومشكوك في صحتها للتحقق من صحة هذه المعلومات Fact Check، حتى يدرك الزوار أن هذه المعلومات تحتاج إلي مصدر للتأكد من صحتها.

وقامت أيضاً مواقع التواصل الاجتماعي بعمل مبادرة لإنشاء مركز معلومات إلكتروني عبر موقعها يحتوي علي المعلومات الموثوق فيها حول الفيروس والتي يؤول مصدرها في الأساس لمنظمة الصحة العالمية وبيانات وزارات الصحة في دول العالم المختلفة، وعند قيام أحد الأشخاص بمحاولة البحث عن أي موضوعات تتعلق بكورونا يتم تحويله مباشرة إلي مركز المعلومات وصفحة منظمة الصحة العالمية التي تحوي مساحة إعلانية مجانية تقوم من خلالها بوضع الإعلانات التوعوية التي تراها المنظمة المناسبة.

وأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تضم الأدوات التكنولوجية الحديثة لتقديم النصائح والإرشادات، وهو ما جعلها وسيلة أساسية للجهات الحكومية والمنظمات الدولية لنشر المعلومات والتعليقات الصحية، لتجنب هذا الوباء، كما أصبحت طريقة يعتمد عليها الأفراد للحصول على المستجدات التي تتعلق بكوفيد 19.

وحاولت كثيرٌ من الصفحات والمؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي نشر فيديوهات تتعلق بالفيروس الجديد لحث الأفراد على ضرورة الالتزام بالتعليمات الصحية باتباع الإجراءات السليمة للوقاية منها، ومجابهة المعلومات المضللة، و يمكن اتخاذ عددٍ من الخطوات للرد علي المعلومات المضللة، وهي على النحو التالي:

1- التأكد من أن الأشخاص يتقون بالمعلومات الصادرة من الحكومة الرسمية أو قنوات الاتصال الموثوق فيها.

2- تحديد المعلومات المضللة أو المعلومات الخاطئة التي تتم مشاركتها علي نطاق واسع من خلال مراقبة وسائل التواصل الاجتماعي والتأكد من مواجهتها وإيجاد حلول لها.

3- إدانة وتسمية الشخصيات العامة التي تروج لانتشار الأخبار المزيفة أولئك الذين يحاولون استغلال كوفيد 19.

4- ضرورة تعليم الناس التحقق من مصدر الأخبار التي تتم مشاركتها و التحقق منها ، وعدم نشر أو ترويج المعلومات المحتمل أن تكون خاطئة¹.

لم يقف التطور والتحول لمواقع التواصل عند هذا الحد بل أرغمت وسائل الإعلام التقليدية كالصحف والمجلات والبرامج التليفزيونية علي الاعتماد عليها في الحصول علي المعلومة وتكوين الخبر، بما يزيد من حجم تأثيرها و انتشارها، وبات بإمكان أي

من المستخدمين ، ممن لديه دراية بصنع مادة إعلامية، نشر وجهة نظره و تحيزاته، ولعل أزمة وباء فيروس كورونا المستجد كوفيد 19 أحد أبرز الأزمات العالمية التي شهدت انتشارًا وأثارت جدلاً واسعًا على مواقع التواصل الاجتماعي.

دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية:

شهدت التوعية الصحية تطورًا مستمرًا من حيث الوسائل والأشكال، حيث تتغير بتغير وسائل الاتصال والنظم الاجتماعية، فأصبحت التوعية الصحية تستخدم وسائل الإعلام الإلكتروني والتي تمثل مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع الفيس بوك²، حيث تعد التوعية الصحية موضوعًا من موضوعات الإعلام الصحي والوقائي وهدفهما المشترك هو خلق وعي صحي يمكن الناس من تجنب الأمراض الخطيرة، وتحدد علاقة التوعية الصحية بالإعلام على مستويين هما:

مستوى تعاوني: توظيف الإعلام بغية تحقيق تنمية الثقافة الصحية، والتعريف ببرامج الإعلام الصحي والوقائي.

مستوى وظيفي: تبني سياسة إعلامية تواصلية تحترم عقيدة المجتمع وثقافته من خلال معرفة الخبر الصادق والإحاطة بالقضايا الصحية، ونشر القيم الصحية بين أفراد المجتمع³.

وتؤدي مواقع التواصل الاجتماعي دورًا مهمًا في تحقيق التفاعلية حول الموضوعات الصحية التي يتابعونها، ويهتم بها مستخدمو هذه المواقع، سواء عبر الحسابات الخاصة أو عبر الصفحات والمجموعات من خلال أساليب وطرق التفاعل من مساهمات ونشر وإعادة نشر هذه الموضوعات، وهو ما يُظهر اهتمام جمهور هذه المواقع بالموضوعات الصحية بما يعكس وعيه بطبيعته⁴.

والتوعية الصحية التي نعنيها هنا هي مجموعة المعلومات والخبرات والمدرجات التراكمية التي يحصل عليها الإنسان من المصادر الموثوق فيها حول الحقائق والآراء الصحية والتي تُشكّل عاملاً مهمًا في الوقاية من المرض ورافدًا من روافد تحسين الصحة وترقيتها، وبما يضمن جودة الخدمات الصحية المقدمة.

أهمية التوعية الصحية:

- تمكين الأفراد من التمتع بنظرة علمية صحيحة تساعدهم في تفسير الظواهر الصحية وتجعلهم قادرين علي البحث عن أسباب الأمراض وعللها بما يمكنهم من تجنبها والوقاية منها.
- تكوين رصيد معرفي يستفيد منه الإنسان من خلال توظيفه لها وقت الحاجة في اتخاذ قرارات صحيحة صائبة إزاء ما يعترضه ويواجهه من مشكلاتٍ صحية⁵.

- خلق روح الاعتزاز والتقدير والثقة بالعلم والعلماء.
- خلق الرغبة لدى الفرد في الاستطلاع وتغرس فيه حب اكتشاف مزيد من مواد التوعية، كونها نشاطاً غير جامد يتسم بالتطور المتسارع⁶.

تنمية الوعي الصحي عبر وسائل الإعلام الجديد:

أسهمت وسائل الإعلام الجديد في زيادة قدرات التواصل وتبادل المعلومات بين المؤسسات الصحية والجمهور، مما يعزز الفعل التوعوي من خلال إنشاء المحتوى ونشر التوعية والتثقيف الصحي عبر دمج عناصر الوسائط المتعددة في الاستراتيجية العامة للتوعية، وتعزيز دافعية سريان المعلومات في اتجاهين أو الاتصال متعدد الاتجاهات بين المؤسسات الصحية والجمهور، إذ أصبحت السياسات التوعوية الصحية الحديثة تعتمد على دمج المنصات الإلكترونية بعضها مع البعض الآخر، مثل "اليوتيوب" و"الفيس بوك"، مما يسهل للمنظمات الصحية إدارة المواد أو الصور أو الرسائل أو الصوت والفيديوهات الخاصة بها، وكذلك التفاعل مع مستخدمي الإعلام الجديد، ومساعدتهم في العثور على المعلومات المطلوبة في أشكال مختلفة، كما أن استخدام القنوات الإعلامية والشبكات الاجتماعية يخلق فرصة كبيرة لتسهيل تدفق المعلومات الصحية بحكم البيئة الديناميكية والمتطورة للشبكات على مختلف منصات شبكات التواصل الاجتماعي، مما يرفع المساهمة في زيادة وعي الجمهور والخدمات ذات الصلة من خلال سرعة تبادل المعلومات، كما أن اتجاهات الاستراتيجيات الحديثة للمنظمات الصحية في استخدام شبكات الإعلام الجديد ترتبط ارتباطاً وثيقاً بمفهوم الإدارة الحديثة وبناء صورة ذهنية إيجابية للمؤسسات الصحية لدى المجتمع المحلي، حيث تؤدي وسائل الإعلام الجديد في الوقت الراهن دوراً كبيراً في استراتيجيات إدارة الانطباع والسمعة على شبكة الإنترنت، مما يعزز الخدمات الصحية للمنظمات الصحية، وتحسين مصداقيتها، وزيادة الوعي حيال الأمراض والبرامج الوقائية، وتوليد انطباعات وسائل الإعلام الجديدة وكسب مزيد من اهتمام المستخدمين، وبالتالي تحقيق الأهداف التوعوية للمنظمات الصحية، كما أصبحت وسائل الإعلام الجديدة أكثر جاذبية وأهمية لقطاعات الصحة البرامج التوعوية واستراتيجيات محو الأمية الصحية، مما يمكّن تكنولوجيات الاتصال الجديدة من نطاق الفرص التوعوية لمساعدة الناس على زيادة المعرفة الصحية وتطوير مهارات البحث عن المعلومات المناسبة، وسد الفجوة الصحية التي تعد موضوعاً كبيراً في حقل التواصل الصحي وتحقيق الأهداف التوعوية للمنظمات الصحية، مما يستدعي من المؤسسات الصحية توظيف الخصائص التفاعلية للمنصات الإلكترونية الجماهيرية (يوتيوب-تويتر-فيسبوك)، وتفعيل برامج التوعية الصحية والوصول إلى عدد أكبر من المستخدمين على شبكة الإنترنت وتعزيز البرامج الصحية الوقائية⁷.

ولم يعد الأمر مقتصرًا على الإنترنت وصفحاته ومواقع التواصل الاجتماعي فحسب كعناصر للإعلام الرقمي في عصرنا الحالي، بل أيضًا أضيف إليها تطبيقات الهواتف الذكية، التي انتشر استخدامها بين أفراد المجتمع بشكل كبير، مما جعل شركات الهواتف الذكية تتسابق على وضع التطبيقات والبرامج التي تهتم بالصحة الفردية وباللياقة البدنية، ما بين قياس السرعات الحرارية لكل ما يتناوله صاحب الهاتف الذكي، إلى عدد الخطوات التي يمشيها، و بالتالي احتساب الوحدات الحرارية التي يتم حرقها، كما نجد برامج أخرى تشرح المصطلحات الطبية، ويتزايد استخدام هذه التطبيقات في العالم، و باتت فوائدها الصحية من تنظيم مواعيد تناول الأدوية وشرائها إلى التدريب الطبي، وقد يقوم منظار الهاتف الذكي بالتقاط صور مكبرة من بعض مناطق الجسم لكشف لإصابة ببعض الأمراض⁸، حيث قدمت منظمة الصحة العالمية خدماتها المعرفية المجانية عبر منصة "واتساب"، وتعد هذه المنصة المصدر الأكثر ثقة في العالم حول تطورات فيروس كورونا، وتكمن أهمية هذا التطبيق في أنه يسهم في محاربة الأخبار المضللة، التي يكون لها آثارٌ سلبية على جهود مكافحة الفيروس عالمياً⁹.

أدوار مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي بجائحة كورونا:

- نشر الأخبار والمعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا في مصر، عن طريق نشر الرسائل التوعوية المعتمدة من وزارة الصحة ومنظمة الصحة العالمية، وتقديم الإحصاءات الخاصة بنسب الإصابة والوفاة والشفاء من فيروس كورونا.
- القيام بالأنشطة التي تهدف إلى رفع الوعي الصحي وغرس السلوكيات الصحية السليمة لدى الأفراد من خلال بث الفيديوهات القصيرة والصور الجذابة التي تتعلق بمواد التطهير والتعقيم.
- إجراء البحوث والدراسات فيما يحقق إيجاد لقاح لفيروس كورونا، وإيجاد علاج لهذا الفيروس للتعرف على التحديات و العوائق و طرح الحلول و التوصيات.
- تعزيز الشراكة والتواصل مع مصادر الإعلام الأخرى والمؤسسات المختلفة والاستفادة من تجاربهم في تقديم المعلومات الصحيحة والتحذير من الشائعات والمعلومات الخاطئة، حيث قامت وزارة الصحة والسكان المصرية بالتعاون مع منظمة الصحة العالمية بإمداد "فيس بوك" بالمحتوي العلمي التوعوي، ويقوم "فيس بوك" بدوره بإيصاله إلى أكبر عدد من المصريين وغير المصريين المقيمين داخل مصر، كما تعاملت مواقع التواصل الاجتماعي مع المعلومات المغلوطة حول جائحة كورونا، حيث قام "يوتيوب" بإزالة أي محتوى أو فيديوهات مغلوطة عن فيروس كورونا،

ويقوم الموقع بترشيح الفيديوهات الصادرة من الجهات الرسمية الموثوق بها، والتي يأتي علي رأسها منظمة الصحة العالمية ووزارات الصحة في البلدان المختلفة، كما قام موقع "تويتتر" بالإجراءات نفسها من خلال حذف المحتوى المغلوط وتضييق انتشار الهشتاجات الخاصة بكورونا مع توجيه الزوار إلى موقع منظمة الصحة العالمية، كما أن شركة "فيس بوك" قامت بفتح التعليقات التي تحتوي على تفسير تأمري أو معلومات مغلوطة، مع إضافة زر جديد خاص بالمعلومات المثارة حول كورونا ومشكوك في صحتها وهو Fact Check حتى يدرك الزوار أن هذه المعلومات خاطئة أو مغلوطة¹⁰.

- إبراز الجهود الرائدة والمبادرات الفاعلة لدى الأفراد والمؤسسات العاملة في المجال الصحي، وذلك في صفحات وزارة الصحة المصرية وصفحة رئاسة مجلس الوزراء وصفحة منظمة الصحة العالمية بمصر، بوضع خطة لنشر الإجراءات الوقائية التي اتخذتها الحكومة لمجابهة الفيروس ونشر البيان اليومي لوزارة الصحة و السكان.

مشكلة الدراسة:

أدى انتشار فيروس كورونا وتطور الأزمة إلي قيام المؤسسات الصحية والهيئات الحكومية في كل دولة باستخدام منصاتها الإعلامية علي مواقع التواصل الاجتماعي، لتكون مصدرًا لنشر البيانات الرسمية عن حالات الإصابة، وكذلك للقيام بالدور التوعوي لمواطنيها لمحاولة السيطرة علي الفيروس.

وبالتالي تتمثل مشكلة الدراسة في رصد وقياس وتحليل العلاقة بين مستوى اعتماد الجمهور علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي والمتمثلة في:

- الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء.
- الصفحة الرسمية لوزارة الصحة و السكان.
- الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية في مصر.

وذلك لرصد مدى قدرة هذه الصفحات علي التأثير عليهم من الناحية المعرفية والوجدانية والسلوكية، كما تسعى الدراسة إلى الكشف عن العوامل والمتغيرات المؤثرة علي اعتماد الجمهور علي هذه الصفحات من حيث مستوى التعرض لها، وتفضيلهم لهذه الصفحات، ومدى التفاعل معها، وطبيعة الاتجاه نحوها، ودرجة الثقة فيها واتجاهاتهم نحو أداء الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي شبكات التواصل الاجتماعي أثناء أزمة كورونا.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة الحالية فيما يأتي:

- محاولة الوصول إلى حقيقة التأثيرات (المعرفية – الوجدانية – السلوكية) التي تُحدثها الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي في خصوصية اكتساب المعلومات الصحية عن فيروس كورونا.
- معرفة مستويات اعتماد الجمهور على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية عن فيروس كورونا.
- الكشف عن دور الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي في تثقيف وتنمية الوعي الصحي لخلق درجة كافية من الوعي والإدراك والمعرفة حول المعلومات الصحية والوقاية من الإصابة بفيروس كورونا، والتي تسهم في تشكيل الرأي العام، وصنع القرار والبحث عن الأدوات الفعالة والطرق السليمة للحيلولة دون الوقوع في الإصابة بفيروس كورونا.
- تزايد دور الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي بعد ظهور جائحة كورونا في شهر مارس 2020، وخاصةً صفحة رئاسة مجلس الوزراء و صفحة وزارة الصحة والسكان و صفحة منظمة الصحة العالمية في مصر وتزايد أعداد مستخدمي هذه الصفحات يوماً بعد يوم.

أهداف الدراسة:

تحددت أهداف الدراسة الحالية فيما يأتي:

- التعرف على مدى تعرض الجمهور للصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية (صفحة رئاسة مجلس الوزراء، صفحة وزارة الصحة والسكان، صفحة منظمة الصحة العالمية في مصر) على موقع التواصل الاجتماعي.
- التعرف على درجة اعتماد الجمهور على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- التعرف على آراء الجمهور في الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة ومدى تأثيرها عليهم.

- التعرف على أسباب ودوافع متابعة الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- تحديد دور الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعرفة الصحية بجائحة كورونا، وتأثيرها على آرائهم واتجاهاتهم.
- رصد وسائل ووسائل الاتصال الحديثة التي يفضلها مستخدمو الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- التعرف على مدى رضا الجمهور عن مضمون الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- رصد أسباب ثقة الجمهور في المعلومات والمضامين الخاصة بجائحة كورونا المنشورة على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي.
- تحديد المقترحات التي يقدمها الجمهور لتطوير الخدمة المقدمة من قِبَل الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي.

تساؤلات الدراسة:

تمثلت تساؤلات الدراسة في عددٍ من التساؤلات، وذلك على النحو التالي:

- ما معدل تعرض الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما معدل تعرض الجمهور للصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية لمواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا؟
- ما مدى وجود فروق بين أفراد العينة في تعرضهم للصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا؟
- ما أسباب ودوافع اعتماد الجمهور على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا؟
- ما السلوكيات الخاطئة التي أفلح عنها الجمهور بعد التعرض للمعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا التي تعرضها الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما القضايا والموضوعات الخاصة بجائحة كورونا التي يُفضل الجمهور متابعتها على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما مدى ثقة الجمهور في المعلومات والمضامين الصحية التي تقدمها الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما أسباب ثقة الجمهور في المعلومات والمضامين الصحية الخاصة بجائحة كورونا المعروضة على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما أسباب عدم ثقة الجمهور في المعلومات والمضامين الصحية الخاصة بجائحة كورونا التي تقدمها الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما تأثيرات اعتماد الجمهور على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات الخاصة بجائحة كورونا؟
- ما تقييم الجمهور لتغطية الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي للمعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا؟
- ما أهم المقترحات لتطوير الخدمة المقدمة من الصفحات الرسمية لمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي لتغطية المعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا؟

فروض الدراسة:

تمثلت فروض الدراسة في الفروض الآتية:

الفرض الأول:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين التعرض للصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة اعتماد الجمهور عليها كمصدر للمعلومات الصحية عن جائحة كورونا.

الفرض الثاني:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين التعرض للصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة ثقة الجمهور في المعلومات الصحية المقدمة عن جائحة كورونا.

الفرض الثالث:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين التعرض للصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي ودوافع اعتماد الجمهور في الحصول على المعلومات الصحية المقدمة عن جائحة كورونا.

الفرض الرابع:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين التعرض للصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرات اعتماد الجمهور للحصول على المعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا (معرفية – وجدانية – سلوكية).

الفرض الخامس:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين التعرض للصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي وتقييم الجمهور لتغطية هذه الصفحات للقضايا والمعلومات الصحية عن جائحة كورونا.

الإطار النظري للدراسة:

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

إن فكرة الاعتماد على وسائل الإعلام ارتبطت بقدرتها على تحقيق التأثير والانتشار الواسع في عديد من المجتمعات مما أدى إلى جعلها محررًا أساسيًا وعنصرًا مهمًا من العناصر التي تؤثر على آراء الأفراد داخل المجتمع الواحد، لذلك أسهمت وسائل الإعلام في تغيير سلوك الأفراد والنهوض بثقافتهم الإعلامية، و خصوصًا مع التطورات التكنولوجية المرتبطة بدور شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في نقل الأخبار وتوصيلها للأفراد في وقت قصير، مما أسهم في تعزيز فكرة الاعتماد على وسائل الإعلام في عديد من المجالات الإخبارية¹¹.

الفرضيات التي تقوم عليها النظرية:

تفترض النظرية أنه كلما زاد اعتماد الفرد على إشباع حاجاته من خلال استخدام الوسائل الإعلامية، زادت أهمية الدور الذي تؤديه الوسائل في حياة الفرد، ولذلك سيزيد تأثير هذه الوسائل على الفرد. ومن منظور مجتمعي واسع، إذا كان هناك أفراد كثيرون يعتمدون على الوسائل، فإن التأثير الكلي للوسائل يرتفع ويصبح دور الوسائل في المجتمع أساسيًا بشكل كبير¹².

وقدمت النظرية مجموعة من الافتراضات العلمية التي سعت دراسات لاحقة لاختبارها في بيانات مختلفة، ومن تلك الافتراضات:

- وجود علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها أو مع أحد مكوناتها.
- كلما زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في استقاء المعلومات زادت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لتلك الوسائل¹³.

تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور نتيجة الاعتماد عليها:

الآثار المعرفية:

وتشمل كشف الغموض الناتج عن نقص المعلومات في حدث معين يترتب عليه عدم معرفة التفسير الصحيح للحدث من قِبَل الجمهور، وتكشف وسائل الإعلام الغموض

من خلال تقديم التفسير الواضح للحدث من قِبَل الجمهور، وتكشف وسائل الإعلام الغموض من خلال تقديم التفسير الواضح للحدث أو زيادة المعلومات في هذه القضية أو المشكلة.

الآثار الوجدانية:

المقصود بها المشاعر مثل العاطفة، وتشمل الفتور العاطفي، فالتعرض لوسائل الإعلام يؤدي بالفرد إلى الشعور بالفتور العاطفي، وعدم الرغبة في مساعدة الآخرين.

الآثار السلوكية:

وتشمل التنشيط الذي يعني قيام الفرد بنشاط ما نتيجة التعرض لوسائل الإعلام، والخمول ويعني العزوف عن العمل ويحدث نتيجة التغطية المبالغ فيها مما يسبب الملل¹⁴.

مجالات تأثير الإعلام الجديد على المجتمع :

التأثيرات المعرفية:

تتمحور هذه التأثيرات حول تجاوز الغموض، الذي ينتج لدى الأفراد تجاه ظروف معينة في أزمة معينة، والذي يحدث أساساً من خلال التناقضات في المعلومات التي يتلقاها الفرد، كما أنه قد يحدث الغموض نتيجة تناقض عرض أو إنتاج الرسائل الإعلامية من طرف وسائل الإعلام، قد يكون الموضوع واحداً و المعلومات كثيرة ومختلفة إلى درجة التناقض الذي يشكل الغموض لدى أفراد المجتمع، كما أنه قد يحدث التأثير على مستوى الاتجاهات؛ فالتناقض المطروح في المعلومات والتقارير الإعلامية يحدث عنه تأثير اتجاهات الأفراد.

التأثيرات الوجدانية:

ويشمل هذا كل ما ينطوي تحت مصطلح الوجدان من حب و كره وفرح وحزن، حيث يقوم الإعلام الجديد بتقديم رسائل إعلامية متعددة ومختلفة التأثير على مشاعر الأفراد واستجاباتهم بالإضافة إلى إحداث القلق والخوف للمتلقين جراء حادثة أو موضوع ما مثل فيروس كورونا، فيتعرض الأفراد للرسائل الإعلامية التي تنتجها وسائل الإعلام الجديد، وهو ما يؤثر بدرجة كبيرة على مشاعرهم ووجدانهم.

التأثيرات الأخلاقية والمعنوية:

وتعني الرسائل الإعلامية وطبيعة المعلومات التي تؤثر على نمط أخلاق الجماهير ومعنوياتهم، حيث إن الدعم المعنوي لا يمكن تصويره دون تأثيرات نظم

الاتصال، كما أن وسائل الإعلام الجديد من شأنها أن تغير من الأخلاق والقيم الأخلاقية للجماهير أو تقوم بتعزيزها.

التأثيرات السلوكية:

جميع التأثيرات السابقة من شأنها التأثير في سلوكيات وأفعال الأفراد بوجود فعالية لفعل معين، وعلى هذا الأساس يمكننا اعتبار أن التأثيرات السلوكية هي في الأخير نتيجة التأثيرات المعرفية والوجدانية والأخلاقية¹⁵.

ويمر اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام بأربع مراحل:

المرحلة الأولى: أن القائمين بالاختيار الذين يتسمون بالنشاط، يُعرضون أنفسهم لمحتوى وسائل الإعلام، ويُعرضون أنفسهم لمحتويات وسائل الإعلام، مما يدعو لتوقع أنها سوف تساعدهم على تحقيق هدف أو أكثر من الفهم أو التوجيه أو التسلية.

المرحلة الثانية: تصبح جوانب أخرى من عملية الاعتماد ذات أهمية، فليس كل الأشخاص الذين يعرضون لأنفسهم بطريقة مختارة لمحتويات وسائل إعلام معينة، سوف يفعلون ذلك بالقدر نفسه من الاعتماد، كما أنه ليس كل الأشخاص تتحرك بواعث اهتمامهم في خلال فترة تعرض عارضة.

المرحلة الثالثة: يعد الاشتراك مفهوماً أساسياً، والأشخاص الذين أُثيروا إدراكياً وعاطفياً سوف يشتركون في نوع التنسيق الدقيق للمعلومات بعد التعرض.

المرحلة الرابعة: أن الأشخاص الذين يشتركون بشكل مكثف في تنسيق المعلومات أكثر احتمالاً بالتأثر بتعرضهم لمحتويات وسائل الإعلام¹⁶.

الاعتماد المتبادل بين الأفراد ونظم وسائل الإعلام:

إن الأفراد مثل النظم الاجتماعية، يُقيمون علاقات اعتماد على وسائل الإعلام، لأن الأفراد توجههم الأفراد، وبعض أهدافهم تتطلب الوصول إلى مصادر تسيطر عليها وسائل الإعلام، ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف الآتية:

1- الفهم مثل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات، والفهم الاجتماعي من خلال معرفة الأشياء عن العالم أو الجماعة.

2- التوجيه: ويشتمل على توجه العمل مثل أن تقرر ماذا تشتري وكيف ترتدي ثيابك، وتوجيه تفاعلي مثل: الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة.

3- التسلية: وتشتمل على التسلية المنعزلة مثل الراحة والاسترخاء والاستثارة والتسلية الاجتماعية مثل الذهاب إلى السينما أو الاستماع إلى الموسيقى مع الأصدقاء، أو مشاهدة التلفزيون مع الأسرة.¹⁷

وفيما يتعلق بالاعتماد على الإنترنت، هناك مجموعة من الأسباب في الاتصال بالآخرين، البحث عن العمل، الاسترخاء، التعرف على أصدقاء جدد، التحدث مع أفراد لهم نفس الاهتمامات، مشاركة الآخرين في الأفكار، التسلية، العمل، الحصول على معلومات جديدة، الدعم العاطفي، والحصول على معلومات شخصية.¹⁸

وأشار هيندلمان وآخرون إلى ضرورة دراسة كيفية تشكيل معلومات الأفراد وعلاقة ذلك بالبيئة الاجتماعية المحيطة بهم؛ فالأفراد والمجموعات تختلف في طريقة حصولها على المعلومات وتعاملها مع الوسائل التي يمكن الحصول منها على هذه المعلومات، وبالتالي فإن تأثير وسائل الإعلام يرتبط بهذه العوامل، وبالتالي تكون العلاقة الارتباطية بين كل من المجتمع ووسائل الإعلام والأفراد بين كل من المجتمع ووسائل الإعلام والأفراد الذين يختلفون بدورهم في سماتهم الديموجرافية والمعرفية.¹⁹

توظيف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في الدراسة الحالية وحدود الاستفادة منها:

يرجع أسباب اختيار هذه النظرية لدراسة دور صفحات المؤسسات الحكومية على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الجمهور تجاه جائحة كورونا في مصر إلى ما يأتي:

- تسعى هذه الدراسة للتعرف على حدود وطبيعة تأثير هذه الصفحات الخاصة بالمؤسسات الحكومية على شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل معارف الجمهور المصري واتجاهاتهم نحو جائحة كورونا.
- ويتفق هذا مع الهدف الرئيس للنظرية التي تسعى إلى تفسير لماذا يكون لوسائل الإعلام أحياناً آثاراً قوية ومباشرة وأحياناً تأثيرات ضعيفة على الجوانب المعرفية.
- ويمكن تلخيص الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على النحو التالي "أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل مكثف".

أما فيما يتعلق باعتماد الجمهور المصري على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار والمعلومات الخاصة بجائحة كورونا على زيادة التفاعل على صفحة رئاسة مجلس الوزراء المصري، حيث وصل عدد المتابعين لها نحو 2 مليون و 100 ألف متابع، حيث تولت صفحة رئاسة مجلس الوزراء نشر الإجراءات الوقائية التي اتخذتها الحكومة لمجابهة الفيروس، فضلاً عن نشر البيان اليومي لوزارة الصحة والسكان.

كما حظيت حسابات منظمة الصحة العالمية في مصر على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تفاعل المصريون علي منشوراتها التي تتضمن معلومات عن كوفيد 19 والتعليمات المتتالية خلال فترة أزمة كورونا، حيث تخطى عدد متابعيها 200 ألف متابع، كما أعلنت وزارة الصحة والسكان عن تعاون وزارة الصحة والسكان في مصر مع مواقع التواصل الاجتماعي من خلال مبادرة لنشر التوعية بشأن فيروس كورونا المستجد (كوفيد-19) بين المواطنين المصريين وغير المصريين المقيمين داخل مصر، حيث وصل عدد متابعي صفحة وزارة الصحة على "فيس بوك" إلى أكثر من 6 مليون متابع أثناء أزمة جائحة كورونا.

الدراسات السابقة :

1- دراسات اعتمدت على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

- [دراسة سماح محمد محمد محمدي (2019) ²⁰، "اعتماد الشباب المصري على صفحات المتحدثين الرسميين للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي الفاسبوك : دراسة ميدانية: "

تتمثل مشكلة الدراسة في رصد وقياس و تحليل العلاقة بين مستوي اعتماد الشباب المصري علي صفحات المتحدثين الرسميين) كمتغير مستقل (بالتطبيق علي عدد من المؤسسات الحكومية و الموجودة علي موقع الفاسبوك كما تسعى الدراسة إلي الكشف عن العوامل والمتغيرات المؤثرة علي اعتماد الشباب علي هذه الصفحات من حيث مستوي التعرض لها ، وتفضيلا تهم لهذه الصفحات ، و مدي التفاعل معها ، وطبيعة الاتجاه نحوها ، ودرجة الثقة فيها ، واتجاهاتهم نحو أداء المؤسسات الحكومية.

و توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :

وجود علاقة طردية متوسطة القوة بين متغيري دوافع الاعتماد علي صفحات المتحدثين الرسميين للمؤسسات الحكومية علي موقع الفاسبوك و التأثيرات المختلفة للاعتماد) المعرفية – الوجدانية – السلوكية (، بمعنى أنه كلما ارتفعت دوافع التعرض لصفحات المتحدثين الرسميين لدي الشباب المصري ، زاد تحقق التأثيرات الثلاثة للاعتماد) المعرفية – الوجدانية و السلوكية (، و ثبت أيضا أن متغير التأثيرات المعرفية وهو الأكثر تحققا .

2- دراسة داليا عثمان إبراهيم (2019) ، "اتجاهات المرأة المصرية نحو استخدام الإعلام الرقمي في المجال الصحي " :

تحددت مشكلة الدراسة في التعرف علي اتجاهات المرأة المصرية نحو استخدام وسائل الإعلام الرقمية في المجال الصحي ، حيث تم الاعتماد علي أسلوب العينة العمدية المتاحة من السيدات والفتيات المصريات من مستخدمي وسائل الإعلام الرقمية اللاتي يتعرضن للمضمون الصحي عبر وسائل الإعلام الرقمي ، حيث بلغ إجمالي العينة 226 مفردة.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :

يتضح من مناقشة نتائج الدراسة ضرورة التأكيد علي أهمية الوعي الصحي باعتباره العنصر الرئيس في الخدمات الصحية و لا سبيل لتحقيق رفع الوعي الصحي إلا بتحديث و تطوير وسائل الإعلام الصحي ، و يتحقق ذلك من خلال العمل علي تكثيف بث برامج توعية صحية عبر وسائل الإعلام الرقمي التي تساعد علي تغيير نمط حياة أفراد المجتمع وتشجيع المبادرات المجتمعية التي تسعى لتحقيق هذه الأهداف.

3- دراسة منة الله مجدي محمد بهجت (2018)²¹، "اعتماد الشباب المصري علي الصفحات الإخبارية في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية: "

سعت الدراسة للتعرف علي مدي اعتماد الشباب المصري علي الصفحات الإخبارية علي مواقع التواصل الاجتماعي للحصول علي المعلومات حول الأحداث الجارية ، والوقوف علي الدور الذي تؤديه هذه الصفحات في إمداد الشباب بالمعلومات وخاصة السياسية ، ودراسة المتغيرات التي تؤثر في هذه العلاقة لقياس مدي فاعلية هذه الصفحات في المعرفة السياسية لدي الشباب ، بالإضافة إلي التعرف علي مستويات التفاعلية في هذه الصفحات وتأثيرها علي اتجاهات الشباب و آرائهم حول القضايا المختلفة ، و اعتمدت هذه الدراسة علي منهج المسح ، حيث تم إجراء الدراسة علي عينة عمدية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الشباب المصري و قوامها 400 مفردة .

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :

-وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيا بين الاعتماد علي الصفحات الإخبارية علي مواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات) المعرفية – الوجدانية – السلوكية (المنحقة من الاعتماد

-وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيا بين التعرض للصفحات الإخبارية علي مواقع التواصل الاجتماعي والاعتماد عليها في الحصول علي المعلومات حول القضايا والأحداث.

4- دراسة فاتن عبد الرحمن (2017) ²²، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف واتجاهات المغتربين المصريين نحو قضايا الإرهاب في مصر خلال عام: " 2015

سعت الدراسة للتعرف علي حدود وطبيعة تأثير وسائل الإعلام الجديدة) شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف المغتربين واتجاهاتهم نحو الأحداث الإرهابية في مصر 2015 ، بالتطبيق علي عينة من المصريين المقيمين بالمملكة العربية السعودية لتكون أنموذجا للمغتربين المصريين بالخارج ، سعيا لتقييم ذلك التأثير ، وتمثلت عينة الدراسة في اختيار عينة عشوائية متعددة المراحل ، قوامها 400 مفردة من خمس مدن سعودية ممثلة للمملكة) جدة - الطائف - المدينة - مكة المكرمة)

و توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

تعددت التأثيرات المعرفية و الوجدانية و السلوكية لأفراد العينة ، وكان من أهم التأثيرات المعرفية) التعرف بأحداث و قضايا جديدة - التعرف علي ما يحدث داخل مصر - ساعد علي تكوين آراء عن القضايا و الأحداث - ساعد علي تعزيز الآراء من خلال المناقشة مع الآخرين (، ومن أهم التأثيرات الوجدانية) أحب متابعة الموضوعات المطروحة بمواقع التواصل الاجتماعي - أثارت تعاطفي مع شهداء العمليات الإرهابية - تدعيم التواصل المعنوي مع الوطن - الاهتمام بشئون الوطن ، ومن أهم التأثيرات السلوكية) استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الاطلاع علي الإعلانات و التسويق - المشاركة بكتابة الآراء عبر الإنترنت من خلال التعليقات حول الأحداث - المناقشة بكتابة الآراء عبر الانترنت من خلال التعليقات حول الأحداث - المناقشة مع الأصدقاء في الموضوعات المطروحة وتبادل الآراء معهم - الذهاب للإدلاء معهم - الذهاب للإدلاء بأصواتهم في انتخابات مجلس النواب.

5- دراسة نادية محمد عبد الحافظ (2016) ²³، "تأثير الاعتماد علي وسائل الإعلام التقليدية و الجديدة في نشر الثقافة الصحية: دراسة ميدانية علي عينة من الجمهور: "

سعت الدراسة لمعرفة مستويات اعتماد الجمهور علي وسائل الإعلام التقليدية و الجديدة في تنمية الوعي الصحي ونشر الثقافة الصحية ، و كذلك التعرف علي أسباب ودوافع الاعتماد علي هذه الوسائل ، ومدى الثقة في المعلومات الصحية التي تقدمها ، ورصد وتقييم أفراد المجتمع لمعالجة وسائل الإعلام التقليدية و الجديدة والقضايا الصحية والتوعية بها ، ومقترحاتهم لتطوير الخدمة الصحية ، تحددت عينة الدراسة الميدانية في عينة عشوائية قوامها 400 مفردة من أفراد المجتمع .

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

تفوق القنوات التليفزيونية و الفضائية في وسائل الإعلام التقليدية ، من حيث درجة الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات الصحية.
-عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في القضايا والموضوعات الصحية.

6-دراسة(2011) ،²⁴ "الاتصالات الوبانية الإدراك الصحي والسلوكي والاعتماد على المعلومات"

سعت الدراسة إلي رصد التأثيرات المعرفية والسلوكية للرسائل الاتصالية المختلفة في موضوع وباء انفلونزا الخنازير علي الشباب الجامعي ، و من النتائج التي أظهرتها هذه الدراسة وجود علاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي و بين التأثيرات السلوكية التي رفعت بعض الطلاب إلي أخذ اللقاح الواقي من المرض .

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

-أن النقاشات علي شبكات التواصل الاجتماعي المباشرة عبر الإنترنت، بالإضافة إلي التفاعل الشخصي من خلال الشبكات الاجتماعية في المجتمع ، قد ساعدت في مجملها علي تحفيز الطلاب سلوكيا لأخذ اللقاح الخاص بالمرض.
-دراسات اعتمدت علي العلاقة بين التغطية الإعلامية التقليدية و الحديثة للوعي الصحي:

7- دراسة وليد محمد عبد الحليم محمد عاشور(2020)²⁵، "تأثير وسائل الإعلام على التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا" covid-19 دراسة ميداني "

سعت الدراسة إلي البحث في مستوي الوعي لتأثير وسائل الإعلام في التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا covid-19 ، و ذلك من خلال إلقاء الضوء علي مدى إسهام الوسائل الإعلامية في التنبؤ و زيادة الوعي لمواجهة فيروس كورونا ، و أيضا الكشف عن الفروق المرتبطة بمتغير السن في درجات الوعي لمواجهة فيروس كورونا إعلاميا.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

أوضحت الدراسة أن التأثير يتحقق في ضوء تقديم معلومات كافية لفيروس وإنتاج برامج طبية و ثقافية لمواجهة و نجاح الحظر للمواطنين من خلال حملة " الزم بيتك " و تقديم نماذج من المصابين وأسره و الطاقم الطبي المعالج لإبراز المعاناة التي

يعانونها ، و ضرورة حماية أفراد الأسرة من الفيروس و مواجهته ، مع بيان الأضرار المترتبة في حالة انتشار الفيروس.

8- دراسة (2020) 26، نمذجة ديناميكيات انتقال الإنفلونزا من خلال بيانات التغطية الإعلامية لانتشار فيروس عام 2009 في كوريا H1N1

لا يزال تفشي فيروس الإنفلونزا المتكرر يشكل تهديدا صحيا خطيرا في جميع أنحاء العالم ، حيث أصبح دور وسائل الإعلام مهما بشكل متزايد في نمذجة ديناميكيات انتقال الأمراض المعدية ، لأنه لا يمكن أن يوفر معلومات الصحة العامة التي تؤثر علي إدراك المخاطر و السلوكيات الصحية بدافع من تفشي جائحة إنفلونزا الخنازير عام 2009 في كوريا الجنوبية ، تم تطوير نموذج رياضي في هذا العمل ، تم تعديل نموذج سابق لانتقال الإنفلونزا ، من خلال دمج مصطلحين مختلفين لتأثير الوسائط كدلالة لمعدل النقل.

و توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

مصطلحات تأثير الوسائط المستندة إلي النظرية و البيانات تستند إلي نفس التأثير تقريبا علي ديناميكيات الإنفلونزا تحت تأثير المعاملات الإحصائية ، و التي تم الحصول عليها في هذه الدراسة ، تشير علي ديناميكيات الإنفلونزا ، يؤدي المزيد من التغطية الإعلامية إلي تقليل حجم الذروة و الحجم النهائي لوباء الإنفلونزا.

9- دراسة عرين عمر الزغبى (2020) 27، "تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا العالمية: دراسة ميدانية: "

هدفت الدراسة إلي معرفة طبيعة تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا العالمية ، حيث استخدمت الباحثة في هذه الدراسة المنهج المسحي ، و من خلاله تم توظيف أسلوب مسح الجمهور بالعينة ، و قد تم توزيع الاستبانة علي عينة قوامها (228) مفردة من النخب العربية) سياسيون – أكاديميون – إعلاميون (وفق أسلوب العينة المتاحة.

توصلت الدراسة إلي جملة من النتائج أهمها :

- أظهرت النتائج أن غالبية أفراد العينة المبحوثين يتابعون أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية بدرجة كبيرة .
- دلت النتائج علي أن أفراد النخبة العربية يفضلون متابعة أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية المحلية.
- أشارت النتائج إلي أن التغطية الإخبارية الخاصة تصدرت قائمة الأشكال الإخبارية المفضلة لأفراد النخبة العربية في متابعة أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية.

10- دراسة (2019) 28، "تقييم مصداقية المعلومات الصحية على وسائل التواصل الاجتماعي"

سعت هذه الدراسة للتعرف على المعايير التي يستخدمها الناس للحكم على مصداقية المعلومات الصحية على وسائل التواصل الاجتماعي من خلال إجراء تحليل محتوى بشكل عشوائي على معلومات صحية مختارة ، حيث اكتشفت الدراسة مجموعة واسعة من عوامل المصداقية و تفعيلها والتحقق من سلطاتها التمييزية في التنبؤ بالمصداقية.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :

أظهرت نتائج هذه الدراسة إمكانية اختبار نموذج قائم على النظرية باستخدام نموذج لعلوم البيانات ، و أخيرا تقدم هذه الدراسة رؤية ذات مغزى للمرحلة التالية من المصداقية ، حيث تحتاج إلى نماذج للمصداقية التكوينية و التشخيصية .

11- دراسة خالد فيصل القرم (2017) 29، "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة تطبيقية على المدن الطبية :"

تحددت مشكلة الدراسة في تقييم الدور الاتصالي للمؤسسات الصحية في التوعية حيال مرض كورونا من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة توعوية في ظل وجود خطر وبائي متمثل في فيروس كورونا ، اعتمدت عينة الدراسة على الحصر الشامل للشبكات الاجتماعية (يوتيوب - تويتر - فيسبوك) لكافة المدن الطبية و مستشفياتها الكبرى المعروفة في مدينة الرياض ، وتمثلت العينة في تحليل مضمون الرسائل التوعوية المنشورة عبر الحسابات الرسمية للمدن الطبية الخمس ومستشفياتها في الشبكات الاجتماعية الثلاث (اليوتيوب - فيسبوك - تويتر)

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :

أوضحت الدراسة أن 60% من المدن الطبية بمدينة الرياض لم تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية حول مرض كورونا ، مما يعني غياب استراتيجيات صحية و وطنية ، تسهم من خلالها كافة المدن الطبية ، و مستشفياتها الحكومية في الانخراط في الجهد الوطني الصحي ، كما توضح الدراسة أيضا ضعف استخدام المدن الطبية و مستشفياتها الحكومية لاستخدام المنظومة الاتصالية الحديثة للتوعية و التواصل مع المجتمع المحلي ، وتعزيز الثقافة الصحية والطب والطب الوقائي ، مما يعني أيضا التقريط بتوظيف الشبكات الاتصالية الفاعلة خلال الأمراض و الأوبئة مما يعزز من حجم الخسائر الوطنية.

12- دراسة (2016) 30، "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من خلال التواصل الحكومي عبر الفاسبوك "

يعد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة قوية للتواصل الصحي مجالاً من مجالات الاهتمام البحثي الحالي ، كان هدفنا وصف استخدام الفاسبوك من قبل أقسام الصحة الحكومية في الولايات المتحدة ، و علاقتها ببيانات نظام مراقبة ، ، عوامل

الحظر السلوكية الخاصة بمراكز مكافحة الأمراض و الوقاية منها ، حيث قامت الباحثة بإجراء دراسة تحليلية شارك بها نحو 1800 بالغ.

و توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :

-الاستخدام المتكرر للإنترنت بشكل عام ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص لا يزيد من مستويات الضغوط النفسية لدي الشخص.

-تشير الدراسة إلي أن هناك ظروفًا تجعل الاستخدام الاجتماعي للتكنولوجيا الرقمية يزيد الوعي للأحداث المؤدية للضغط النفسي وحياة الآخرين.

13-دراسة(2010) ³¹،"دور المصدر و العوامل التي يعتمد عليها الجمهور في تقييم مصداقية التي يعتمد عليها الجمهور في تقييم مصداقية المعلومات الصحية"

استهدفت أثر مصداقية المتحدث الرسمي علي مستوي ثقة الجمهور في المعلومات الصحية المقدمة عبر وسائل المتحدث الرسمي للتوعية الصحية ، و عبر استطلاع رأي ، أجريت الدراسة علي عينة قوامها 400 مفردة من الجمهور العام ، كشفت قبول الرسالة تصديق الجمهور للمعلومات الصحية المقدمة إليهم عبر رسائله .

و توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :

-ينظر إلي الممارسين من الأطباء كمصادر موثوق فيها للمعلومات الصحية ، وأن الجمهور يأخذ مسارا واعيا إلي حد ما في تقييماتهم لمصداقية المصدر.

-دراسات اعتمدت على دور الصفحات الحكومية الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي في الأزمات.

14- دراسة مرتضى البشير عثمان الأمين ، خالد عبد الحفيظ(2020) ³²،"وسائل التواصل الاجتماعي و تعزيز الوعي الصحي للوقاية من فيروس كورونا: صفحة الفاسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية أنموذجا :"

سعت هذه الدراسة للكشف عن إسهامات شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الصحي لدي المجتمع السوداني للوقاية من فيروس كورونا ، اعتمدت الدراسة علي المنهج الكيفي ، و يتكون مجتمع الدراسة من رسائل التوعية الخاصة بفيروس كورونا المستجد في صفحة الفاسبوك ، أما العينة فهي عينة الحصر الشامل لكل الرسائل علي صفحة الفاسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية لمدة سبعة أيام تبدأ من 8/4/2020 ، و هي فترة تصاعد جائحة كورونا في السودان.

و توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

اهتمام صفحة الفاسبوك بموقع الوزارة بتعزيز الوعي الصحي بنشر الأخبار المستمرة عن فيروس كورونا ، و كذلك نشر رسائل التوعية الصحية بمختلف أشكالها و

باستخدام أساليب متنوعة و الاعتماد علي مصادر مختلفة، وأوصت الدراسة بالمحافظة علي استمرارية نشر الأخبار عن الفيروس والاستفادة من التفاعل الجمهور مع هذه الرسائل و التشجيع علي مشاركتها ، والبحث عن أساليب جديدة بديلا لرسائل الصورة الثابتة لعدم فاعليتها في التوعية الصحية .

15- دراسة (2018) ³³ ، "الاستجابة لإعلان الخدمة العامة لفيروس نقص المناعة البشرية : الدور الوسيط للموقف تجاه الإعلان و تحديد المصدر "

أشارت الدراسة إلي أن هوية المتحدث المستخدم بالحملة وطبيعة الاتجاه نحو الرسالة الاتصالية التي يقدمها ، قد لعبا دور المتغير الوسيط في تحديد درجة مصداقية المتحدث الرسمي ، ودرجة قبول الرسالة و مدي الاقتناع بمحتواها ، و قد اعتمدت الباحثة علي المنهج التجريبي بأسلوب التحليل العاملي من نمط. 2×2

مشارك مطبقة علي 2522 من طلاب الجامعة ، واستخدمت الباحثة إعلانات توعية صحية لفيروس نقص المناعة المكتسبة (الإيدز).

و توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :

قدمت هذه الدراسة نموذج معالجة مزدوج المسار حول كيفية معالجة المستهلكين العرقيين لخصائص المصدر ، أي التقييمات الإيجابية بأنه ليس لدي المتحدث الرسمي علاقة مباشرة بقبول الرسائل ، ولكن كان له وسط من خلال تحديد المصدر والموقف تجاه الإعلان.

16- دراسة نها نبيل محمد الأسد ودي (2018) ³⁴، "استراتيجيات مواجهة الأزمات لدى الحكومة المصرية: دراسة في تحليل خطاب المتحدث الرسمي"

سعت مشكلة الدراسة لرصد و تحليل و تقويم الاستراتيجيات الاتصالية التي يستخدمها لمتحدث الرسمي في خطاب الأزمة عبر البيانات الرسمية التي يصدرها لتعبر عن موقف الحكومة من الأزمات التي حدثت ، واعتمدت الدراسة علي منهج المسح بشقيه الوصفي و التحليلي ، كما اعتمدت الدراسة علي أسلوب تحليل الخطاب و استمارة تحليل المضمون.

و توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :

- حرص المتحدثين الرسميين علي نشر رسائل المعالجة الإعلامية للأزمة وإصدار البيانات الإعلامية حولها عبر المواقع الرسمية للوزارة وصفحاتها علي مواقع التواصل الاجتماعي.
- من أهم المشكلات التي تواجه الوزارة في استخدام الإنترنت في إدارة الأزمات ، فهي محاولة لبعض الهجوم علي الوزارة ، ونشر الأخبار المغلوطة عن طريق

الإنترنت ، مما يؤدي إلى إشاعة البلبلة، بالإضافة إلى بعض التعليقات السلبية التي قد تؤثر سلبا في إدارة الأزمات .

17- دراسة سهير عثمان عبد الحليم(2015) ³⁵، "توظيف مضمون الصفحات الرسمية بمواقع التواصل الاجتماعي في الصحافة المصرية خلال المرحلة الانتقالية : دراسة ميدانية على عدد من المحررين العسكريين في الصحف القومية الخاصة"
سعت الدراسة إلى كيفية توظيف الصحف المصرية القومية و الخاصة بالمعلومات الواردة من الصفحات الرسمية علي موقع الفاسبوك ، وتحديدًا صفحة المتحدث الرسمي للقوات المسلحة ، و كيفية توظيف المحتوى الوارد منها إخباريا ، وأوجه الاختلاف و الاتفاق بين صحف العينة ودلالات و تفسيرات ذلك من خلال دراسة ميدانية علي المحررين العسكريين في هذه الصحف محل الدراسة .

التعليق على الدراسات السابقة :

-ركزت الدراسات التي اعتمدت علي نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام علي دراسة بعض تأثير شبكات التواصل الاجتماعي علي الجوانب المعرفية و الإدراكية و السلوكية كجزء من خصائص الوسيلة في التوعية الصحية أو التوعية بالأزمات.

-كما تناولت بعض الدراسات عن دور وسائل الإعلام الحديثة في التوعية الصحية أو التنقيف الصحي من مداخل نظرية متعددة ومنها) تحليل الخطاب - تحليل الأطر – الاستخدامات والإشباع.

-قلة الدراسات العربية التي تناولت اعتماد الجمهور علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات في الأزمات وخاصة الأزمات الصحية.

مدى الاستفادة من الدراسات السابقة :

-البناء المنهجي للدراسة و صياغة التساؤلات والفروض.

-المقارنة بين نتائج الدراسات التي تناولت وسائل الإعلام الحديثة كمصدر للمعلومات الصحية من جهة النتائج.

-تفسير نتائج الحالية من خلال معطيات الدراسات السابقة من حجم الاعتماد علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات الصحية.

الإجراءات المنهجية للدراسة :

تتضمن الإجراءات المنهجية للدراسة توضح الخطوات المنهجية التي تم اتباعها في إجرائها ، و متضمنة منهج البحث ، و أسلوب اختيار العينة و أسلوب جمع العينة و الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليلها .

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف و تحليل ظاهرة صفحات المؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي ، من حيث درجة اعتماد الجمهور المصري عليها ، ودورها في إمدادهم بالمعلومات حول جائحة كورونا .

منهج البحث :

و قد اعتمدت هذه الدراسة علي منهج المسح الإعلامي الذي ينتمي إلى البحوث الوصفية ، ويعد جهدا علميا منظما ، يساعد على وصف الظاهرة من خلال جمع المعلومات و الملاحظات عنها ، واستخدمت الباحثة في إطار منهج المسح ، مسح الجمهور المصري عينة الدراسة للوقوف على دور الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الجمهور الصحي بجائحة كورونا .

متغيرات الدراسة :

يعد الاعتماد علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي هو المتغير المستقل و الحصول علي المعلومات حول جائحة كورونا هو المتغير التابع ، درجة الاهتمام و المتغيرات الديموغرافية مثل النوع ، السن ، المستوي التعليمي ، معدل التعرض (هي المتغيرات الوسيطة .

مجتمع الدراسة :

مجتمع الدراسة الميدانية يتمثل في الجمهور المصري من مستخدمي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي التي ازداد دورها لنشر التوعية من الإصابة بفيروس كورونا المستجد و من هذه الصفحات.

- الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء
- الصفحة الرسمية لوزارة الصحة والسكان.
- الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية بمصر .

عينة الدراسة :

أجريت الدراسة على عينة عمدية من مستخدمي صفحات المؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي من الجمهور المصري ، و قوامها 250 مفردة.

اختبارا الصدق و الثبات :

تم إجراء اختبارات الصدق و الثبات على الاستمارة من خلال تحكيم الاستمارة من الأساتذة المتخصصين في الإعلام ، و تمت مراجعة التعديلات طبقا لرأي المحكمين .

اختبار الثبات :

قامت الباحثة بإجراء اختبار الثبات للاستمارة ، باستخدام Test Re Test فتم تطبيق الاختبار على عينة بلغت نسبتها (20 مفردة) من إجمال العينة ، ثم أعيد تطبيق الاختبار على نفس العينة بعد أسبوعين من تطبيق الاختبار القبلي، وتم حساب معامل الارتباط بين التطبيق الأول و الثاني ، و بلغ معامل الثبات 90 ، مما يدل على ثبات الاستمارة .

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة :

قامت الباحثة باجر التحليل الإحصائي لبيانات هذه الدراسة باستخدام برنامج spss والمعروف اختصارا بحزمة البرامج الإحصائية للعلم الاجتماعية Statistical Package for social Science .

- التكرارات البسيطة و النسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية .
- الوزن المرجح الذي يحسب بضرب التكرارات بوزن معين ، يقرره الباحث ، ثم تجمع مراتب الضرب لكل بند للحصول على الأوزان المرجحة ، ثم تحسب النسب المئوية لبنود السؤال كلها .
- اختبار كا 2 لجداول التوافق لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين المتغيرين .
- معامل ارتباط بيرسون .

النتائج العامة للدراسة :

جدول رقم(1)

مدي الاعتماد علي مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية عن جائحة كورونا

الوزن المرجح	بشكل قليل		بشكل متوسط		بشكل كبير		الموقع مدي الاعتماد
	%	ك	%	ك	%	ك	
65.3	38.4%	96	18.8%	47	42.8%	107	فيسبوك
55.4	2%	5	60.4%	151	37.6%	94	تويتر
55	14.8%	37	35.2%	88	50%	125	يوتيوب
61.2	21.2%	53	40 %	100	38.8%	97	انستغرام
	-	-	-	-	-	-	لينكد إن
54	11.6%	29	39.6%	99	48.8%	122	واتساب

تشير نتائج الجدول السابق اعتماد أفراد عينة الدراسة علي مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية عن جائحة كورونا إلي اهتمام أفراد العينة بمتابعة الموضوعات الصحية الخاصة بجائحة كورونا علي مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث جاء اعتمادهم علي الفاسبوك في المرتبة الأولى بوزن نسبي (65.1) ، و يليه اعتمادهم علي انستغرام في المرتبة الثانية بوزن نسبي (61.2) ، و جاء في المرتبة الثالثة اعتمادهم علي تويتر بوزن نسبي (55.4) ، و جاء في المرتبة الرابعة اعتماد الجمهور علي اليوتيوب بوزن نسبي (55) ، ثم جاء في المرتبة الأخيرة واتساب بوزن نسبي (54)

ويرجع إقبال الباحثين (أفراد العينة) علي الفاسبوك و ذلك للدور المتنامي للصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا ، حيث وصل عدد متابعي الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء المصري علي الفاسبوك ، حيث وصل عدد المتابعين 2 مليون و 100 ألف شخص، و زاد عدد متابعي الصفحة الرسمية لوزارة الصحة نصف مليون متابع ، بينما وصل عدد متابعي صفحة وزارة الصحة و السكان علي تويتر 414 ألف متابع ، ويرجع ذلك أيضا أن الفاسبوك هو المنصة الأكثر استخداما في مصر ، حيث وصل عدد مستخدميها في مصر أكثر من 39 مليون شخص ، كما أن عدد الساعات التي يقضيها الشخص علي الفاسبوك أكبر منه علي اليوتيوب وتويتر ، كما أن تصفح الفاسبوك لا يستهلك عددا كبيرا من البيانات مثل يوتيوب.

واتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة **Rajvikram Madurrai**³⁶ و **Elavarasan** التي أشارت إلي أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة المحتملة في الإنترنت و مواقع التواصل الاجتماعي ، كانت العامل الأبرز في نشر الوعي بين

الجماهير ، و إمدادهم بتطور الوضع فيما يتعلق بانتشار فيروس كورونا ، الأمر الذي أسهم في الحد من انتشار فيروس كورونا.

واختلفت نتيجة الجدول السابق مع دراسة " زينب مثنى أبو طالب " 37 التي توصلت إلي أن اليوتيوب هو أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الجمهور السعودي في الحصول علي المعلومات الصحية ، يليها تويتر ، ثم الفاسبوك .

جدول رقم(2)

مدى الاعتماد على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي عن المعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا

النسبة	التكرار	درجة الاعتماد
54%	135	اعتمد بدرجة كبيرة
30%	75	اعتمد بدرجة متوسطة
16%	40	اعتمد بدرجة ضعيفة
100%	250	المجموع

توضح نتائج الجدول السابق الخاص بمدى متابعة أفراد العينة للصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي ، و تبين أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة تتابع هذه الصفحات بدرجة كبيرة بنسبة 54% ، بينما يتابع أفراد العينة هذه الصفحات بدرجة متوسطة بنسبة 30% ، بينما يتابع أفراد العينة هذه الصفحات بدرجة ضعيفة بنسبة 16% ، أي بدرجة اعتماد بسيطة ، و عادة ما يكون متابعة هذه الصفحات جاء بالصدفة ، أو في حالة وجود أمر يتطلب ذلك.

و يرجع إقبال أفراد العينة على الاعتماد على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي ، نظرا لرغبة الجمهور في التعرف على تقارير أعداد المصابين و أعداد الوفيات و التعرف على آخر المستجدات الخاصة بجائحة كورونا ، أحدث الإحصائيات و طرق الوقاية ، و التعرف أيضا على القرارات المهمة الصادرة من مجلس الوزراء بشأن إجراءات حظر التجوال .

و تتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة " عرين عمر الزعبي " و التي تشير إلى أن غالبية أفراد العينة يتابعون أزمة كورونا عبر القنوات الفضائية الإخبارية بدرجة كبيرة بنسبة 43.9% ، يليها من يتابعونها بدرجة متوسطة بنسبة (40.5%) ، وتلتها في المرتبة الثالثة الذين يتابعون بدرجة ضعيفة بنسبة مئوية (11.8%)

جدول رقم(3)

مدى متابعتك للصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي :

الوزن النسبي	الإجمالي		أتابعها نادرا		أتابعها إلى حد ما		أتابعها بانتظام		أهم الصفحات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
57.6	100%	250	15.2%	38	40.8%	102	44%	110	الصفحة الرسمية لوزارة الصحة
55.4	100%	250	12%	30	42%	105	46%	115	الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء
54.1	100%	250	11.6%	29	40%	100	48.4%	121	الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية بمصر
58.2	100%	250	10.4%	26		132 52.8%		92 26.8%	الصفحات الرسمية للمتحدثين الرسميين
-	-	-	-	-		-		--	غير ذلك

يتضح من بيانات الجدول السابق، أن الصفحات الرسمية للمتحدثين الرسميين جاءت في المقدمة الصفحة الرسمية للمتحدثين الرسميين كأكثر الصفحات التي يتابعها أفراد عينة الدراسة بوزن نسبي (58.2) ، تلاه الصفحة الرسمية لوزارة الصحة بوزن نسبي (57.6) ، و في الترتيب الثالث ، جاءت الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء بوزن نسبي (55.4) ، و في الترتيب الرابع جاءت الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية بجمهورية مصر العربية بوزن نسبي . (54.1)

وعلى مستوى المتابعة المنتظمة بين أن الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية بمصر في المرتبة الأولى ، تلاها الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء ، ثم الصفحة الرسمية لوزارة الصحة ، و يرجع اهتمام أفراد العينة بمتابعة الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية في مصر باهتمام رواد مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث تفاعل الجمهور علي منشوراتها التي تتضمن معلومات عن كوفيد 19- المستجد والتعليمات المتتالية خلال هذه الفترة ، حيث تخطي عدد متابعيها ال 200 ألف متابع .

و على مستوى المتابعة المتوسطة للصفحات محل الدراسة هي الصفحات الرسمية للمتحدثين الرسميين جاءت في المرتبة الأولى، و تلاها الصفحة الرسمية لوزارة الصحة ثم الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية في مصر .

تختلف نتائج هذه الدراسة مع دراسة " أسماء مسعد عبد المجيد " 38 ، حيث تمثلت أهم الصفحات في صفحة وزارة الصحة و السكان الرسمية التي حصلت على أعلى استجابة بين المبحوثين ، و الصفحة الرسمية للمتحدث الرسمي باسم وزارة الصحة ، ويليهما في الترتيب صفحة الطب الوقائي بنسبة % 41.8 كصفحات رسمية

حكومية ، أما صفحة منظمة الصحة العالمية و الفرع المصري منها فحصلت على 45.7% و 31.5% على الترتيب.

جدول رقم (4)

دوافع اعتماد أفراد العينة على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي.

الوزن النسبي	الإجمالي		بشكل قليل		بشكل متوسط		بشكل كبير		أسباب الاعتماد
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
50.6	100%	250	10%	25	30%	75	60%	150	1-الامتيازها بالسرعة في نقل الأخبار و البيانات الخاصة بجائحة كورونا.
67.3	100%	250	24%	60	52.8%	132	23.2%	58	2-تساعدني هذه الصفحات من خلال الفيديوهات قصيرة و صور جذابة تتعلق بمواد التطهير و التعقيم و سبل الوقاية من الإصابة بفيروس كورونا.
62.2	100%	250	17.6%	44	51.2%	128	31.2%	78	3-تساعدني هذه الصفحات في التعرف على البيان اليومي لوزارة الصحة و السكان بأعداد المصابين بفيروس كورونا.
65.6	100%	250	27.2%	68	39.2%	98	33.6%	84	4-تمكنتني هذه الصفحات من متابعة القرارات و البيانات التي تصدرها الحكومات لمجابهة جائحة كورونا.
48.5	100%	250	6.4%	16	31.6%	79	62%	155	5-متابعة التحديثات و التعليقات بحثا عن معلومات بشأن فيروس كورونا.
51.1	100%	250	8.4%	21	36.4%	91	55.2%	138	6-سعت هذه الصفحات لمحاربة الشائعات و

									القضاء علي تداول المعلومات الصحية غير الدقيقة بشأن الإصابة بفيروس كورونا.
52.2	100%	250	6.7%	19	40.4%	101	52%	130	7-البحث عن الالفوجراف التي تنشرها هذه الصفحات للتوعية بخطر الإصابة بفيروس كورونا.
51.3	100%	250	5.2%	13	41.2%	103	53.6%	134	8-لمصادقية المحتوى الإعلامي الخاص بجائحة كورونا المتوفر عليها مقارنة بالصفحات الأخرى.
50.4	100%	250	10.8%	27	28.8%	72	60.4%	151	9-وتساعدني هذه الصفحات في القضاء علي التوتر و القلق .

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أفراد العينة أكدوا علي أن أهم دوافع اعتمادهم علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية كانت كالتالي :

تساعدني هذه الصفحات من خلال الفيديوهات قصيرة و صور جذابة تتعلق بمواد التطهير و التعقيم و سبل الوقاية من الإصابة بفيروس كورونا بوزن نسبي (67.3)، و يرجع ذلك إلي تأثير مواقع التواصل الاجتماعي تأثيرا واسع النطاق في التعامل مع أزمة كورونا ، حيث كانت وسيلة أساسية للجهات الحكومية و المنظمات الدولية لنشر المعلومات و التعليمات و الصحية ، فقد حاولت كثير من الصفحات و المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي نشر فيديوهات تتعلق بالفيروس ، و يليها في الترتيب الثاني" تمكني هذه الصفحات من متابعة القرارات و البيانات التي تصدرها الحكومات لمجابهة جائحة كورونا" بوزن مرجح(65.6) ، و يرجع ذلك إلى حرص تلك الجهات الحكومية علي إعطاء معلومات و تقارير دقيقة و صحية عن انتشار الفيروس و حرص تلك الجهات أيضا علي تفعيل الصفحات الرسمية لها علي مواقع التواصل الاجتماعي لمحاربة الشائعات و القضاء علي تداول المعلومات الصحية غير الدقيقة بشأن انتشار فيروس كورونا ، و يليها في الترتيب الثالث" تساعدني هذه الصفحات في التعرف علي البيان اليومي لوزارة الصحة و السكان بأعداد المصابين بفيروس كورونا" بوزن مرجح (65.2) ، حيث حرصت الصفحات الرسمية لوزارة الصحة و رئاسة مجلس الوزراء علي مواقع التواصل الاجتماعي علي نشر البيان اليومي لأعداد المصابين و أعداد الوفيات و نسب الشفاء يوميا ، و يابها في الترتيب

الرابع" البحث عن الانفوجراف التي تنشرها هذه الصفحات للتوعية بخطر الإصابة بفيروس كورونا " بوزن مرجح(52.2) ، و يرجع ذلك إلي حرص الصفحة الرسمية لوزارة الصحة بنشر الانفوجراف توضيحية لطرق الحماية من الإصابة بفيروس كورونا و غالبا ما يكون الانفوجراف منقولاً عن منظمة الصحة العالمية ، ومن أهم دوافع اعتماد الجمهور أفراد العينة علي الصفحات الرسمية للجهات الحكومية أثناء جائحة كورونا هو " لمصداقية المحتوى الإعلامي الخاص بجائحة كورونا المتوفر عليها مقارنة بالصفحات الأخرى " بوزن مرجح (51.3)، و أخيراً يأتي " تساعدني هذه الصفحات في القضاء علي التوتر و القلق "بوزن مرجح . (50.4)

جدول رقم (5)

مدي الثقة في عينة الدراسة في المعلومات الصحية بشأن فيروس كورونا

مدي الثقة	التكرار	%
أثق فيها بدرجة كبيرة	116	46.4%
أثق فيها بدرجة متوسطة	80	32%
لا أثق فيها علي الإطلاق	54	21.6
الإجمالي	250	100%

يتضح من بيانات الجدول السابق أن الدراسة سعت إلي قياس مدي ثقة الجمهور المصري في المنشورات الموجودة علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي محل الدراسة ، و بشكل عام تفاوتت درجات الثقة في الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية ، إلا أنه بشكل عام ترتفع درجة الثقة في الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية بين الجمهور المصري عينة الدراسة ، حيث إن النسبة الأكبر من أفراد العينة يثقون بدرجة كبيرة في المعلومات الصحية المقدمة بشأن فيروس كورونا التي تقدمها الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (46.6%) ، و نسبة 32% من أفراد العينة يثقون فيها بدرجة متوسطة ، و نسبة 21.6% من أفراد العينة لا يثقون مطلقاً في المعلومات الصحية التي تقدمها وسائل الإعلام.

و تتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة رالا عبد الوهاب (2018) ³⁹،و التي أشارت إلى ارتفاع معدلات الثقة في صفحة المتحدث العسكري و ما تقدمه من منشورات.

جدول(6)

أسباب ثقة أفراد العينة في المعلومات الصحية الخاصة بفيروس كورونا على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي.

الوزن النسبي	معارض		محايد		موافق		العبارات
	%	ك	%	ك	%	ك	
57.6	17.2%	43	36%	90	46.8%	117	تساعدني في تصحيح المعلومات الخاطئة المتعلقة بفيروس كورونا
64.7	20.8%	52	51.6%	129	27.6%	69	يساعدني في تصحيح السلوك الوقائي.
43.2	3.6%	9	23.2%	58	73.2%	183	نشر المفاهيم و المعارف الصحيحة السليمة.
46.8	3.2%	8	32.4%	81	64.4%	161	تتبنى هذه الصفحات نشر المعلومات الخاصة بالتوعية الصحية.
62.9	17.6%	44	51.2%	128	31.2%	78	تساعد هذه الصفحات في ترسيخ السلوك الصحي السليم.

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أفراد العينة كانوا موافقين علي أسباب الثقة في المعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا و المقدمة علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي.

- تساعدني في تصحيح المعلومات الخاطئة المتعلقة بفيروس كورونا بوزن نسبي (57.6)
- تساعدني في تصحيح السلوك الوقائي بوزن نسبي (64.7)
- نشر المفاهيم و المعارف الصحيحة السليمة بوزن نسبي (43.2)
- تتبنى هذه الصفحات نشر المعلومات الخاصة بالتوعية الصحية بوزن نسبي (46.8)
- تساعد هذه الصفحات في ترسيخ السلوك الصحي السليم بوزن نسبي (62.9)

و تشير النتائج السابقة إلي تحقيق الجمهور للأهداف التي تناولتها نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام في أثناء تغطية هذه الجائحة ، حيث أشارت العبارات السابقة تشير إلي أن هدفي الفهم و التوجيه بصورهم المختلفة قد تحققا لأفراد العينة نتيجة الاعتماد علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي حيث تزودهم بالمعلومات التي تمكنه من مناقشة الآخرين ، كما أن إرشاد جمهور وسائل الإعلام لمواجهة المشكلات و المواقف المختلفة و مساعدته علي تكوين رأي أو موقف تجاه القضايا يمثل جوهر الهدف الثاني من أهداف الاعتماد المتبادل علي وسائل الإعلام و هو التوجيه و تبقي هذه الأهداف خاضعة لطبيعة الظروف و احتياجات الفرد من وسائل الإعلام .

جدول (7)

أسباب عدم الثقة عينة الدراسة في المعلومات الصحية المقدمة من الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي بشأن فيروس كورونا.

العبارات	موافق	محايد	معارض	الوزن النسبي
تناولت هذه الصفحات الموضوعات الصحية الخاصة بفيروس كورونا بشكل سطحي	22 41%	25 47%	7 13%	58.5
لغة هذه الصفحات معقدة	58 23.2%	28 52%	60 24%	55.1
تروج عديد من الأدوية دون التأكد من صحتها	90 36%	45 18%	115 46%	57.2

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أفراد العينة كانوا موافقين علي أسباب عدم الثقة في المعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا و المقدمة علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي .

- تناولت هذه الصفحات الموضوعات الخاصة بفيروس كورونا بشكل سطحي بوزن نسبي (58.5)
- لغة هذه الصفحات معقدة بوزن نسبي (55.1)
- تروج للعديد من الأدوية دون التأكد من صحتها بوزن نسبي(57.2)

جدول (8)

طبيعة تفاعل عينة الدراسة مع منشورات الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي :

العبارات	موافق		محايد		معارض		الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	
أسجل إعجابي بالمنشور أو التويته أو الفيديوهات	106	42.4%	113	45.2%	31	12.4%	57.1
أقوم بعمل متابعة للصفحة.	58	23.2%	132	52.8%	60	24%	67.4
أقوم بعمل مشاركة للمنشور أو Retweet	90	36%	45	18%	115	46%	70.1
أقوم بكتابة تعليق علي المنشورات أو التويته.	168	67.2%	75	30%	7	2.8%	45.5
دعوة الأصدقاء لمتابعة الصفحة.	130	52%	101	40.4%	19	7.6%	52.8
أقوم بالرد علي تعليقات المتابعة. replay	124	49.6%	76	30.4%	50	20%	57.9
إرسال رسالة للمسئول عن الصفحة. Admin	92	36.8%	80	32%	78	31.2%	65.3

أوضحت نتائج الجدول السابق تنوع أشكال تفاعل أفراد العينة مع الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة ما يتم نشره علي هذه

الصفحات ، وأوضحت نتائج الجدول السابق مدي موافقة أفراد العينة علي أشكال التفاعل مع هذه الصفحات ، ويتم تقسيم أشكال التفاعل إلي قسمين :

تفاعلات مع منشورات الصفحة ، و تتمثل فيما يلي:

- أسجل إعجابي بالمنشور أو التويته بوزن مرجح(57.1)
- أقوم بعمل مشاركة للمنشور أو Retweet أو نشر الفيديوها بوزن مرجح(70.1)
- أقوم بكتابة تعليق على المنشورات أو التويتات بوزن مرجح (45.5)

تفاعلات مع الصفحة ككل ، و تتمثل فيما يلي :

- أقوم بعمل متابعة للصفحة بوزن مرجح. (67.4)
 - دعوة الأصدقاء لمتابعة الصفحة بوزن مرجح (52.8)
 - أقوم بالرد علي تعليقات المتابعة replay بوزن مرجح (57.9)
 - إرسال رسالة للمسئول عن الصفحة Admin بوزن مرجح(65.3)
- نتيجة لازدياد اعتماد الجمهور بصفة عامة على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما أكدته دراسة "سماح المحمدي" 2020⁴⁰ بارتفاع مستوى اهتمام الشعوب على اختلافها بالصفحات الرسمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، حيث أثبتت الدراسات و الإحصائيات ارتفاع تفاعل موقع الفاسبوك عامة و مع الصفحات الرسمية لرسومية خاصة ، حيث وفرت مواقع التواصل الاجتماعي خصائص تميزها كوسيلة اتصالية تفاعلية ناجحة عن وسائل الاتصال التقليدية، مثل توافر خاصية التفاعلية ، حيث إمكانية معرفة ردود فعل المواطنين على المنشور، أو خاصية إعادة نشر مقاطع الفيديو والصور والنصوص المتعلقة بالأداء الحكومي ، مما يساعد في ارتفاع مستوى نشر المعلومة .

جدول رقم(9)

الآثار الناتجة من اعتماد أفراد العينة على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية

الوزن النسبي	الإجمالي		بشكل قليل		بشكل متوسط		بشكل كبير		العبارات	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
43.1	100%	250	3.6%	9	23.2%	58	73.2%	183	زيادة معرفتي بأعراض الإصابة و الوقاية من فيروس كورونا	الآثار المعرفية
48.6	100%	250	3.2%	8	38%	95	58.8%	147	معرفة طرق الوقاية من فيروس كورونا	
59.3	100%	250	9.2%	23	57.2%	143	33.6%	84	تزويدي بمادة استفيد منها في مناقشتي مع زملائي و أصدقائي.	
65.2	100%	250	20.4%	51	55.2%	138	24.4%	61	تزويد معلوماتي عن فيروس كورونا	الآثار الوجدانية
61.8	100%	250	27.6%	69	29.2%	73	43.2%	108	تشكيل اتجاهاتي و قناعاتي عن الإصابة بفيروس كورونا.	
69.2	100%	250	36.8%	92	32%	80	31.2%	78	زيادة مخاوفي من الإصابة بفيروس كورونا	
63.1	100%	250	15.2%	38	57.2%	143	27.6%	69	تغيير بعض سلوكياتي غير المفيدة صحيا	الآثار السلوكية
65.7	100%	250	20.4%	51	55.2%	138	24.4%	61	8-إصابتي متابعتي للصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي بالخمول السلوكي اتجاه أزمة كورونا.	

توضح نتائج الجدول السابق الآثار الناتجة من اعتماد الجمهور علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا ، و يوضح الجدول السابق أن هذه الآثار انقسمت إلي ثلاثة أنواع ، و هي) الآثار المعرفية ، الآثار الوجدانية ، الآثار السلوكية (، و جاءت التأثيرات الوجدانية في الترتيب الأول بوزن مرجح(65.5) ، و تلاها بفارق بسيط التأثيرات السلوكية في الترتيب الثاني بوزن مرجح(64.4) ، و في الترتيب الثالث جاءت التأثيرات المعرفية بفارق كبير بوزن مرجح. (54.1)

و من بيانات الجدول السابق يمكن استخلاص النتائج التالية :

أولاً : التأثيرات المعرفية : طبقاً لإجابات أفراد العينة ، فإن أول التأثيرات المعرفية لاعتمادهم علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا ، هي أنها "تقوم بتزويد معلوماتي عن فيروس كورونا " بوزن مرجح(65.7) ، و يليها في الترتيب الثاني" تزويدي بمادة استفيد منها في مناقشتي مع الأصدقاء و الزملاء " بوزن مرجح (65.1) ، ثم يليها في الترتيب الثالث " معرفة طرق الوقاية من فيروس كورونا " بوزن مرجح(48.) ، و أخيراً" زيادة معرفتي بأعراض الإصابة و طرق الوقاية منها " بوزن مرجح (43.1)

ثانياً : التأثيرات الوجدانية : طبقاً لإجابات أفراد العينة ، فإن أول التأثيرات الوجدانية اعتمادهم علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا ، هي أنها " زيادة مخاوفي من الإصابة بفيروس كورونا "بوزن مرجح(69.2) ، و يليها" تشكيل اتجاهاتي و قناعاتي عن الإصابة بفيروس كورونا " بوزن مرجح (61.8).

ثانياً : التأثيرات السلوكية : طبقاً لإجابات أفراد العينة ، فإن أول التأثيرات السلوكية اعتمادهم علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا ، هي أنها - "أصابنتي متابعتي للصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي بالخمول السلوكي اتجاه أزمة كورونا". بوزن مرجح(65.7) ، و يليها " تغيير بعض سلوكياتي غير المفيدة صحياً "بوزن مرجح (63.1)

جميع التأثيرات السابقة من شأنها أن تؤثر في سلوكيات و أفعال الأفراد بوجود فعالية أو عدم وجود فعالية لفعل معين ، و على هذا الأساس يمكننا اعتبار أن التأثيرات السلوكية هي في النهاية نتيجة للتأثيرات المعرفية و الوجدانية و الأخلاقية.⁴¹

جدول (10)

تقييم الجمهور لتغطية الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي .

الوزن النسبي	معارض		محايد		موافق		العبارات
	%	ك	%	ك	%	ك	
61.1	26.4%	66	30.8%	77	42.8%	107	تقديم معلومات بسيطة بشأن فيروس كورونا.
67.5	30%	75	42%	105	28%	70	تقديم معلومات صحيحة بشأن فيروس كورونا.
56.2	14.4%	36	39.2%	98	46.4%	116	تقديم الجديد في أعراض الإصابة و الوقاية بشأن فيروس كورونا.
63.4	16.4%	41	57.2%	143	26.4%	66	تقديم معلومات متناقضة بشأن فيروس كورونا.
58.7	10.4%	26	53.2%	133	36.4%	91	اللغة التي تقدم بها تغطية هذه الصفحات بشأن فيروس كورونا صعبة الفهم.

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أفراد العينة يقيمون دور الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا تتمثل في الأدوار التالية :

تقديم معلومات بسيطة بشأن فيروس كورونا بوزن مرجح (61.1)

تقديم معلومات صحيحة بشأن فيروس كورونا بوزن مرجح (67.5)

تقديم الجديد في أعراض الإصابة و الوقاية بشأن فيروس كورونا بوزن مرجح (56.2)

-تقديم معلومات متناقضة بشأن فيروس كورونا بوزن مرجح(63.4)

اللغة التي تقدم بها تغطية هذه الصفحات بشأن فيروس كورونا صعبة الفهم بوزن مرجح(58.7)

و يتضح من بيانات الجدول السابق تقييم الباحثون أفراد العينة لدور الصفحات الرسمية أثناء جائحة كورونا أنه جاء في الترتيب الأول " تقديم معلومات صحيحة بشأن فيروس كورونا " بوزن مرجح(67.5)،و يرجع ذلك إلى بحث الجمهور عن المعلومات الصحيحة و خاصة بعد انتشار الشائعات و الأخبار المضللة على مواقع التواصل الاجتماعي و ذلك بعد انتشار حالة من الذعر و الخوف بين الناس ، مما دفع الجمهور للتحقق بآية معلومات صحيحة . و يليها في الترتيب الثاني لتقييم الجمهور لتغطية الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي "تقديم معلومات متناقضة فيروس كورونا " بوزن مرجح(63.4) ، و يرجع ذلك إلى حزمة القرارات و التدابير التي اتخذتها اللجنة العليا لإدارة الأزمات و منها العزل

و الحجر الصحي ،التباعد الاجتماعي ، المنع من السفر ، الإغلاق التام لعدد من مؤسسات الدولة) المدارس – الجامعات – الشركات – المصانع – الأماكن الترفيهية –شركات السياحة (، مما دفع بعض من جمهور مواقع التواصل الاجتماعي بنشر أخبار مفبركة و مضللة عن هذه القرارات ، و إنشاء بعض الصفحات المفبركة على مواقع التواصل الاجتماعي و التي تتحدث بلسان بعض الصفحات الرسمية الحكومية ، و يليها في الترتيب الثالث" تقديم معلومات بسيطة بشأن فيروس كورونا" بوزن مرجح (61.1) حيث سعت الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية لتقديم معلومات مبسطة للجمهور بشأن الإجراءات الوقائية من الإصابة بفيروس كورونا في شكل انفوجراف ، بالإضافة إلى عمل تلخيص دائم للقرارات التي ورد ذكرها في قرارات لجنة إدارة أزمة كورونا ، حتى يسهل علي الناس استيعابها و اتعرف على القرارات .

فروض الدراسة :

الفرض الأول :

توجد علاقة ارتباطيه بين ثقة الجمهور في الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي ، و مستوى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات الصحية عن جائحة كورونا.

جدول رقم (11)

معنوية الارتباط بين ثقة الجمهور في الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي ، و مستوى اعتمادهم عليها كمصادر للمعلومات الصحية عن جائحة كورونا

متغيرات الدراسة	معامل الارتباط	مستوي الدلالة
مدي الثقة في المعلومات الصحية المقدمة بشأن فيروس كورونا علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي	0,840	0,01

للتحقق من صحة الفرض الأول استخدمت الباحثة معامل بيرسون للارتباط بين المتغيرات محل الدراسة ، و الذي أظهرت قيمه المحسوبة النتائج التالية :

معنوية الارتباط بين اعتماد أفراد العينة علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا ، و بين درجة ثقتهم في المعلومات الصحية المقدمة بشأن فيروس كورونا علي هذه الصفحات ، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0,840 و هي قيمة دالة إحصائيا عند مستوي معنوية 0,01

و بالتالي ثبت صحة الفرض الأول القائل بأنه" توجد علاقة ارتباط بين ثقة الجمهور في الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي ، و مستوي اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات الصحية عن جائحة كورونا .

الفرض الثاني

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموجرافية لأفراد العينة ، و درجة اعتمادهم على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول(12)

دلالة الفروق بين المتغيرات الديموجرافية لأفراد العينة و درجة اعتمادهم على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي

مستوي المعنوية	كا2	المجموع	مستوي الاعتماد علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي						المتغيرات الديموجرافية النوع	
			ضعيف		متوسط		كبير			النوع
			%	ك	%	ك	%	ك		
0.0587	5.671	100	18%	18	19%	19	63%	63	ذكور	
		150	22,6%	34	29,3%	44	48%	72	إناث	
0.009	17.053	25	20%	5	36%	9	44%	11	أقل من 20سنة	
		60	13,3%	8	28.3%	17	58,3%	35	من-20 سنة 29سنة	
		75	10.6%	8	18.6%	14	70.6%	53	من 30 إلى 39 سنة	
		90	21.1%	19	38.8%	35	40%	36	40سنة فأكثر	
0.00	53.798	45	15,5%	7	20%	9	64.4%	29	تعليم متوسط	
		123	6.5%	8	21.9%	27	71.5%	88	تعليم جامعي	
		82	30.4%	25	47.5%	39	21.9%	18	تعليم فوق الجامعي	
0.4151	3.934	50	22%	11	36%	18	42%	21	مرتفع	
		135	14.1%	19	28.1%	38	57.7%	78	متوسط	
		65	15.3%	10	29.2%	19	55.3%	36	منخفض	
		250		40		75		135	المجموع	

للتحقق من صحة الفرض الثاني استخدمت الباحثة كا2 لمعرفة الفروق بين المتغيرات الديموجرافية ، و درجة اعتمادهم علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي

- تكشف بيانات الجدول السابق عن عدم وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيا بين الذكور و الإناث من حيث اعتمادهم علي الصفحات الرسمية علي مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث كانت قيمة كا (5.671)2، و هي قيمة غير دالة عند مستوي معنوية(0.0587)
- كما كشفت بيانات الجدول السابق عن وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيا بين الفئات العمرية لأفراد العينة من حيث اعتمادهم علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي .، حيث كانت قيمة كا(17.053)2 و قيمة دالة إحصائيا عند مستوي معنوية (0.00)
- كما أوضحت نتائج الجدول السابق عن وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيا بين مستوي التعليم لأفراد العينة و مستوي اعتمادهم علي الصفحات الرسمية للمؤسسات لحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث كانت قيمة كا(53.79)2، و هي قيمة دالة عند مستوي(0.00).
- كما كشفت الدراسة عن عدم وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين المستوي الاقتصادي لأفراد العينة و مستوي اعتمادهم علي الصفحات الرسمية للجهات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث كانت قيمة كا (3.934) 2 و هي قيمة غير دالة عند مستوي معنوية (0.4151).
- بالتالي تم التحقق من صحة الفرض الثاني جزئيا و هو ما يوضح أن متغيري نوع المبحوث و المستوي الاقتصادي لم يكن له دلالة في مستوي اعتماد أفراد العينة علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية) عينة الدراسة(أثناء جائحة كورونا ، علي عكس متغيرات أخرى ثبت دورها في اعتماد أفراد عينة الدراسة علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي و هما متغيرا) الفئات العمرية – مستوي التعليم).

الفرض الثالث :

توجد علاقة دالة إحصائيا بين التأثيرات المعرفية و الوجدانية و السلوكية لأفراد العينة ، و بين درجة اعتمادهم علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي .

جدول(13)

معنوية الارتباط بين التأثيرات المعرفية و الوجدانية و السلوكية ، و درجة اعتمادهم على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي

متغيرات الدراسة	معامل الارتباط	مستوي المعنوية
التأثيرات المعرفية	0,457	0,01
التأثيرات الوجدانية	0,627	0,01
التأثيرات السلوكية	0,422	0,01

للتحقق من صحة الفرض الثالث استخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرات محل الدراسة و الذي أظهر قيمه المحسوبة النتائج التالية:

- معنوية الارتباط بين اعتماد الجمهور علي المعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي و حدوث التأثيرات المعرفية ، حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0,457) و ذلك عند مستوي معنوية الارتباط بين اعتماد الجمهور علي المعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي و حدوث التأثيرات الوجدانية ، حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0,627) و ذلك عند مستوي معنوية (0,01)
- معنوية الارتباط بين اعتماد الجمهور علي المعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي و حدوث التأثيرات السلوكية ، حيث كانت قيمة معامل الارتباط (0,422) و ذلك عند مستوي معنوية(0,01)
- مما يعني أن متغير) التأثيرات الوجدانية(هو الأكثر تحققا من التأثيرات الاتصالية نتيجة ارتفاع مستوي اعتمادهم علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي ، و الذي يعني أنه كلما زاد مستوي اعتمادهم علي هذه الصفحات أكثر كلما زاد مستوي تحقق الإمتاع الوجداني و تشكيل الاتجاه نحو هذه الصفحات.
- و في الترتيب الثاني جاء متغير) التأثيرات المعرفية (من التأثيرات الاتصالية نتيجة ارتفاع مستوي اعتماد أفراد العينة علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي أثناء

جائحة كورونا ، و الذي يعني أنه كلما ارتفعت نسبة الاعتماد علي هذه الصفحات أكثر كلما زاد مستوي تحقق مستوي المنفعة أي اكتساب المعلومات عن جائحة كورونا .

- و في الترتيب الثالث ، جاء متغير) التأثيرات السلوكية (من التأثيرات الاتصالية نتيجة ارتفاع مستوي اعتماد أفراد العينة علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا ، و الذي يعني أنه كلما ارتفعت نسبة الاعتماد علي هذه الصفحات أكثر كلما زاد مستوي السلوك الذي تتخذه أفراد عينة الدراسة نحو الالتزام بالإجراءات الوقائية أثناء جائحة كورونا .
- و من ثم ثبت صحة الفرض الثالث جزئيا حيث توجد علاقة دالة إحصائيا بين التأثيرات المعرفية و الوجدانية و السلوكية لأفراد العينة ، و بين درجة اعتمادهم علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي

الفرض الرابع :

توجد علاقة دلالة إحصائيا بين تقييم أفراد العينة لتغطية الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي بشأن مجابهة فيروس كورونا ، و درجة اعتمادهم علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي .

جدول(14)

معامل الارتباط بين بين تقييم أفراد العينة لتغطية الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية ، و درجة اعتمادهم علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي

متغيرات الدراسة	معامل الارتباط	مستوي المعنوية
تساعدني في تصحيح المعلومات الخاطئة المتعلقة بفيروس كورونا.	0,910	0,01
يساعدني في تصحيح السلوك الوقائي	0,816	0,01
نشر المفاهيم و المعارف الصحيحة السليمة.	0,711	0,01
تتبنى هذه الصفحات نشر المعلومات الخاصة بالتوعية الصحية.	0,376	0,01
تساعد هذه الصفحات في ترسيخ السلوك الصحي السليم.	0,476	0,01

أي أن اعتماد أفراد عينة الدراسة علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي المعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا تؤثر علي تقييمهم لدور هذه الصفحات في إمدادهم بالمعلومات الصحية ،

للتحقق من صحة الفرض الرابع استخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون للارتباط بين المتغيرات محل الدراسة , و الذي أظهر قيمة المحسوبة:

• معنوية الارتباط بين اعتماد أفراد العينة علي المعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي و مدي إيجابية أفراد العينة " تساعدني في تصحيح المعلومات الخاطئة المتعلقة بفيروس كورونا " حيث كان معامل الارتباط(0,910) ، هي دالة إحصائيا عند.(0,01)

• معنوية الارتباط بين اعتماد أفراد العينة علي المعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي و مدي إيجابية أفراد العينة " يساعدني في تصحيح السلوك الوقائي " حيث كان معامل الارتباط(0,816) ، هي دالة إحصائيا عند.(0,01)

• معنوية الارتباط بين اعتماد أفراد العينة علي المعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي و مدي إيجابية أفراد العينة " نشر المفاهيم و المعارف الصحيحة السليمة " حيث كان معامل الارتباط(0,711) ، هي دالة إحصائيا عند (0,01).

• معنوية الارتباط بين اعتماد أفراد العينة علي المعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي و مدي إيجابية أفراد العينة " تتبني هذه الصفحات نشر المعلومات الخاصة بالتوعية الصحية " حيث كان معامل الارتباط(0,376) ، هي دالة إحصائيا عند.(0,01)

• معنوية الارتباط بين اعتماد أفراد العينة علي المعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا علي الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي و مدي إيجابية أفراد العينة " تساعد هذه الصفحات في ترسيخ السلوك الصحي السليم " حيث كان معامل الارتباط(0,476) ، هي دالة إحصائيا عند (0,01).

• و بالتالي ثبت صحة الفرض الرابع القائل بأنه " توجد علاقة دلالة إحصائيا بين تقييم أفراد العينة لتغطية الصفحات الرسمية

للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي بشأن
مواجهة فيروس كورونا ، و درجة اعتمادهم على الصفحات
الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي .

الخاتمة و مناقشة نتائج الدراسة :

سعت هذه الدراسة إلى رصد وقياس و تحليل العلاقة بين مستوى اعتماد الجمهور على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي ، و تتمثل هذه الصفحات في :

- الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء
 - الصفحة الرسمية لوزارة الصحة و السكان
 - الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية في جمهورية مصر العربية .
- ولتحقيق هذا الهدف و الأهداف الفرعية ، اعتمدت الدراسة على صحيفة الاستبيان ، حيث تم تطبيقها على عينة عمدية مقدارها 250 مفردة من متابعي هذه الصفحات ، وفي ضوء أهداف و تساؤلات و فروض الدراسة ، تمت بلورة النتائج العامة للدراسة .
- بالنسبة لمدى الاعتماد الجمهور المصري على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية عن جائحة كورونا ، جاء اعتمادهم على الفاسبوك في المرتبة الأولى ، ويليهما انستغرام ، و يليها تويتر ، وهذا ما أكدته دراسة (نشوة سليمان 2020)⁴² بأن الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية ، و صفحة مجلس الوزراء على موقع الفاسبوك ، كانتا أكثر المصادر المعلوماتية محلا للمتابعة حول أخبار فيروس كورونا .
- كما أكدت دراسة (أسماء فؤاد حافظ 2020)⁴³ أن أغلب الخبراء أجمعوا على أن وسائل التواصل الاجتماعي الإعلام المصرية التي اعتمد عليها الجمهور كفاعل اتصالي له تأثيره في إدارة أزمة فيروس كورونا لدي الجمهور ، و أغلب هذا الرأي على الفئات الثلاثة من خبراء الدراسة (الأكاديميين من خبراء الإعلام و من التخصصات الأخرى و كذلك الإعلاميين و الصحفيين)
- أما فيما يخص الاعتماد على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي عن المعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا ، تبين من النتائج من متابعة النسبة الأكبر من المبحوثين عينة الدراسة لهذه الصفحات بنسبة كبيرة

و بالنظر إلى البيانات ، نجد أن أغلب المبحوثين اتجهوا لمتابعة أزمة كورونا من خلال الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية ، حيث نجد أن الجمهور وقت الأزمة ينتظر منها نشر المعلومات و الأخبار التي تعينه على كيفية التعامل مع الأزمة ، حيث قامت المؤسسات الحكومية بتوظيف الخصائص التفاعلية للمنصات الإلكترونية الجماهيرية (يوتيوب - تويتر - فيسبوك) و تفعيل برامج التوعية الصحية ، و الوصول إلى عدد أكبر من المستخدمين على شبكة الإنترنت ، وتعزيز البرامج الصحية الوقائية ، مما يرفع المساهمة في زيادة وعي الجمهور و الخدمات ذات الصلة من خلال سرعة تبادل المعلومات .

و بالنسبة إلى أهم الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية التي يتابعها الجمهور هي الصفحة الرسمية للمتحدثين الرسميين ، و يليها الصفحة الرسمية لوزارة الصحة ، و يليها الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء ، و أخيرا منظمة الصحة العالمية بجمهورية مصر العربية ، حيث لعبت هذه الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي دورا هاما كمصدر لنفي الشائعات المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، بما له تأثيره الإيجابي على الجمهور ، أي أنها كان لها دورا إدارة الأزمة و معالجتها سواء كان ذلك بشكل منفرد أو بسبب تأثيرها المباشر في زيادة الوعي بمخاطر فيروس كورونا ، مما يزيد من مصداقيتها و تأثيرها على مستخدمي هذه الصفحات .

- أما عن دوافع اعتماد أفراد العينة على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي جاءت كالتالي :

- "تساعدني هذا الصفحات من خلال الفيديوهات القصيرة و الصور الجذابة التي تتعلق بمواد التطهير و التعقيم "، و يليها "تمكنني هذه الصفحات من متابعة القرارات و البيانات التي تصدرها الحكومة لمجابهة جائحة كورونا "

- و فيما يخص ثقة المبحوثين أفراد العينة فيما يتم نشره على صفحات المؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي ، و تراوحت درجة الثقة ما بين الكبيرة و المتوسطة ، في حين انخفضت نسبة من لا يثقون فيها على الأطلاق ، و يمكن تفسير هذه النتيجة إلى اهتمام الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل بنشر معلومات صادقة و فورية و مباشرة للتوعية بخطورة انتشار فيروس انتشار فيروس كورونا ، كما تميزت تلك الصفحات بقدرتها على التأثير في اتجاهات الجماهير نحو اتباع الإجراءات الوقائية و الاحترافية و التي تعمل على الحد من انتشار هذا الفيروس .

أما عن أسباب ثقة أفراد العينة في المعلومات الصحية الخاصة بجائحة كورونا على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي فكانت كالتالي (الأسباب مرتبة طبقاً لتكرارها بين أفراد العينة)

- تساعدني هذه الصفحات في تصحيح السلوك الوقائي
- تساعدني هذه الصفحات في ترسيخ السلوك الوقائي
- تساعدني في تصحيح المعلومات الخاطئة المتعلقة بفيروس كورونا
- تتبني هذه الصفحات نشر المعلومات الخاصة بالتوعية الصحية السليمة .
- أما فيما يخص الآثار الناتجة من اعتماد أفراد العينة على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث انقسمت هذه الآثار إلى ثلاثة أنواع هي (الآثار المعرفية – الآثار الوجدانية – الآثار السلوكية)
- و من أهم الآثار المعرفية الناتجة عن اعتماد أفراد العينة على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي هي بالترتيب كالتالي :
- "تزويد أفراد العينة بمادة يستفيدون منها في مناقشتهم مع زملائهم و أصدقائهم "
- "معرفة طرق الوقاية من فيروس كورونا "
- "زيادة معرفة أفراد عينة بأعراض الإصابة بفيروس كورونا "
- " زيادة معرفة أفراد العينة بأعراض الإصابة بفيروس كورونا "
- حيث قامت الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية و بالأخص الصفحة الرسمية لوزارة الصحة و الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية بنشر فيديو جراف يوجه سلسلة من النصائح للجمهور عن التواجد في التجمعات أو زيارة الأقارب ، و أيضا نشرت العديد من الفيديوهات التوضيحية للتدابير الوقائية و الاحترازية للحد من انتشار فيروس كورونا.
- و من الآثار الوجدانية الناتجة عن اعتماد أفراد العينة على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي ، و هي بالترتيب تبعا لتكراراتها عند أفراد العينة كالتالي :
- "زيادة مخاوفي من الإصابة بفيروس كورونا "
- "تشكيل اتجاهاتي و قناعاتي عن الإصابة بفيروس كورونا "

و يرجع ذلك إلى نشر الخوف و الفرع بين العديد من المواطنين ، مما أدى توهم البعض بإصابتهم بالمرض ، و لذلك حرصت الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي في تخفيف حالة الهلع الجماعي لدى المواطنين ، و تشكيل اتجاهات و قنوات أفراد العينة الخاصة بالإصابة بفيروس كورونا .

أما الآثار السلوكية الناتجة عن اعتماد أفراد العينة على الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي و هي بالترتيب كالتالي :

- " أصابتنى متابعتي للصفحات الرسمية بالخمول السلوكي اتجاه أزمة كورونا "

- " تغيير بعض سلوكياتي غير المفيدة صحيا "

و يرجع ذلك إلى دور الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي ، و خاصة الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية و الصفحة الرسمية لوزارة الصحة بنشر العديد من المنشورات و الفيديو جراف الخاصة بضرورة اتباع العادات الغذائية السليمة لتفادي الإصابة بفيروس كورونا .

أما عن تقييم أفراد العينة لتغطية الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي ، فجاءت ترتيبها كالتالي :

- " تقديم معلومات صحيحة بشأن فيروس كورونا "

- "تقديم معلومات بسيطة بشأن فيروس كورونا "

- "تقديم معلومات متناقضة بشأن فيروس كورونا "

- "تقديم الجديد في أعراض الإصابة و الوقاية بشأن فيروس كورونا"

و يرجع ذلك إلى تعدد الأدوار التي لعبتها الصفحات الرسمية للمؤسسات الحكومية على مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث حرصت هذه الصفحات على إمداد الجمهور المصري بالمعلومات و الأخبار التي يحتاجها الجمهور بشكل أساسي أثناء الأزمة ، و منها شرح كيفية التعامل مع الأزمة و الإجراءات الواجب اتخاذها ، و مساعدة الجمهور ودعمه نفسيا للتكيف مع آثار الأزمة "

فعلى سبيل المثال ،قامت الصفحة الرسمية لوزارة الصحة و السكان المصرية باستخدام العديد من عناصر الجذب كالصور و مقاطع الفيديو و الاستعانة متخصصة تشرح للمواطن البسيط المعلومات العلمية و الطبية المعقدة ، كما تم استخدام الخرائط التوضيحية و الرسوم البيانية في عرض الإعداد و التفاصيل الخاصة بالأزمة ، و التي جعلتها من أنجح لوسائل التي يتابعها الجمهور .

توصيات الدراسة :

- إجراء دراسات مستقبلية حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف الجمهور أثناء الأزمات .
- زيادة الاهتمام من جانب وزارة الصحة المصرية بشبكات التواصل الاجتماعي ، وبث الرسائل التوعوية من خلالها.
- ضرورة تفعيل قانون ينظم عملية النشر الإلكتروني على شبكات التواصل الاجتماعي .

الهوامش والمراجع

- 1- دليل عملي للسياسيين للتعامل مع جائحة كورونا فيروس كورونا المستجد COVID-19 ، خطة التعامل مع الأزمة ، المعهد الديمقراطي الوطني ، متاح علي
<https://www.ndi.org/sites/default/files/A%20practical%20toolkit%20for%20politicians%20during%20the%20COVID-19%20pandemic%20-%20Arabic%20%281%29.pdf>
- 2 - طاهر دينا زاد ، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية "الفاسبوك" أنموذجا :دراسة ميدانية لعينة المشتركين في صفحة الفاسبوك للمؤسسة العمومية الاستشفائية" ،رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عبد الحميد بن باديس – كلية العلوم الاجتماعية ،2018)،ص47
- 3 - مصعب عبد السلام المعاينة ،"دور التلفزيون الأردني في التثقيف الصحي : دراسة في برنامج صحتك بالذنبيا" ،رسالة ماجستير غير منشورة ،(جامعة البترا :كلية الآداب و العلوم ،2014)،ص48
- 4 - راجعي الطاهر ، خموج وليد ،"التفاعلية في مواقع التواصل الاجتماعي و دورها في التوعية الصحية : دراسة ميدانية لعينة من طلبة علوم الإعلام و الاتصال" ،رسالة ماجستير غير منشورة ،(جامعة محمد بو صياف :كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ،2018)،ص50
- 5 - محمد الذكري ،"جهود الصحافة في نشر المعرفة الصحية : دراسة تحليلية علي الصفحات الاقتصادية" ،رسالة ماجستير غير منشورة ،(جامعة الإمام محمد بن سعود :كلية الدعوة و الإعلام)،ص54 .
- 6 - عثمان العربي ،"الإعلام و البناء الثقافي و الاجتماعي للمواطن العربي" ،المؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر ،(جامعة القاهرة :كلية الإعلام ،2007)،ص651.
- 7 - عيشة علة (2020)،"دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي الصحي و مكافحة الأزمات الصحية العالمية في ضوء انتشار فيروس كورونا (كوفيد-19)"دراسة ميدانية" ،مجلة الدراسات الإعلامية :المركز الديمقراطي العربي ،ع11، ص504.
- 8 -داليا عثمان إبراهيم ،(2019) ،"اتجاهات المرأة المصرية نحو استخدام الإعلام الرقمي في المجال الصحي" ،المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ،(جامعة القاهرة :كلية الإعلام)المجلد 18، العدد (3)2019، صص429-463.
- 9 - تطبيقات كورونا مع التقنية في مواجهة الفيروس ، متاح علي
<https://www.deutschland.de/ar/topic/alaqtsad/ttbyqat-kwrwna-m-altqnyt-fy-mwajht-alfyrws>
- 10 - إيهاب خليفة ،"كورونا في قبضة مواقع التواصل الاجتماعي " ،متاح علي :
<https://futureuae.com/ar/Mainpage/Item/5437/%D9%82%D9%88%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%BA%D8%B1%D9%8A%D8%AF-%D8%A7%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D9%87%D8%A7%D8%AA-%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9%D9%84-%D9%85%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A-%D9%85%D8%B9-%D9%83%D9%88%D8%B1%D9%88%D9%86%D8%A7>
- 11- Mc. Quail ,Denis, "Mass communication theory",6th.ed.(London:sage publications Ltd, 2010)
- 12- Baran, stanlely j. ,Dennis K. Davis,," Mass Communication Theory Foundations , Ferment , Future" third edition (CA : wads worth /Thomson learning , 2003) p.320

- 13 - مليفين ديفيلر ، ساندرا بول روكينش ، ترجمة: كمال عبد الرؤوف " نظريات وسائل الإعلام " ، ط1، (القاهرة : الدولية للنشر و التوزيع ،1993) ،ص428.
- 14 - تم الرجوع الي :
- حسين شفيق ، "نظريات الإعلام و تطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد و مواقع التواصل الاجتماعي" ، (القاهرة : دار فكر و فن الطباعة و النشر و التوزيع ،2013)ص128-152.
- Thomas ,A, Julie , M. Duck , " communication & Health Beliefs, Mass & Interpersonal influence on perceptions of risk to self & others " , **communication research** , vol. 28, 2001, p 603 .
- 15 - مسعودة فلوس ،الخنشساء تومي
- 16 - محمد صالح محمد الشيبيري، "اعتماد الجمهور اليمني علي تغطية قناة اليمن الفضائية للأزمات :حرب الحوثيين أنموذجا "رسالة ماجستير غير منشورة،(كلية الإعلام :جامعة الشرق الأوسط، 2011) ص14-15
- 17 - زينب بنت مثنى أبو طالب ، "شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية لدي الجمهور السعودي"،**المجلة العربية للإعلام و الاتصال** ، الجمعية السعودية للإعلام ، مايو 2013، ص94.
- 18 -حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين ،"الاتصال و نظرياته المعاصرة"،(القاهرة :الدار المصرية اللبنانية 1998)، ص320
- 19 - Morhan – Martin , j., Schumacher ,p., "Incidence and correlates of pathological internet use among college student " **computer in human behavior** , vol.16, No.1 , 2001, p.13. -
- 20 - سماح محمد محمدي ،"اعتماد الشباب المصري علي صفحات المتحدثين الرسميين للمؤسسات الحكومية علي مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك :دراسة ميدانية"،**المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، المجلد 18، العدد 2، 2019، ص79.
- 21 - منة الله محمد بهجت ،"اعتماد الشباب المصري علي الصفحات الإخبارية في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية"، **رسالة دكتوراه غير منشورة** ،(جامعة القاهرة : كلية الإعلام، 2018)
- 22 - فاتن عبد الرحمن ،"دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف و اتجاهات المغتربين المصريين نحو قضايا الإرهاب في مصر خلال عام 2015:دراسة في إطار نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام"،**الجمعية السعودية للإعلام و الاتصال** ، **المجلة العربية للإعلام و الاتصال**، العدد 17، مايو 2017 ، ص159-204.
- 23 - نادية محمد عبد الحافظ ،"تأثير الاعتماد علي وسائل الإعلام التقليدية و الجديدة في نشر الثقافة الصحية : دراسة ميدانية علي عينة من الجمهور"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، المجلد 15، العدد2، ص405-499.
- 24-- Lin. Carolin .A& lagoe. carolin , "pandemic communication Health cognition , Behavior and information Dependency , **paper presented at the annual conference of the international communication Association** ,May 26-30-2011. Boston MA. .
- 25 وليد محمد عبد الحلیم محمد عاشور ،"تأثير وسائل الإعلام علي التوعية الأسرية لمواجهة فيروس كورونا "دراسة ميدانية"،**مجلة الدراسات الإعلامية** ، المركز الديمقراطي العربي ، برلين ، ألمانيا ، مايو 2020 .

- 26--Kim ,Yun hwan, Barber, Ana visas, Lee, sun mi, "Modeling influenza transmission dynamics with media coverage data of the 2009 H1N1", **outbreak in Korea**, PLOS. OWE 6-11-2020
- 27 -- عرين عمر الزعبي، "تقييم النخبة العربية لتغطية القنوات الفضائية الإخبارية لأزمة كورونا العالمية: دراسة ميدانية"، **مجلة الدراسات الإعلامية**، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، العدد الحادي عشر، مايو 2020.
- 28-4-Heejum Kim , "credibility of Health information on social media :discovering credibility factors operationalization and prediction , **Pro quest**, 2019
- 29- خالد فيصل القرم، "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة تطبيقية و مستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية"، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط** : الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع2017، 1
- 30- Ayan ,jha "the use of social media by state health communication through face book ", **journal of community health** ,2016
- 31- Elizabeth Johnson Avery, "the role of source and the factors audiences rely on in evaluating credibility of health information ", **public relation review** . vol.136,march ,2010.
- 32 - مرتضى البشير عثمان الأمين، خالد عبد الحفيظ، (وسائل التواصل الاجتماعي و تعزيز الوعي الصحي للوقاية من فيروس كورونا :صفحة الفيسبوك بالموقع الرسمي لوزارة الصحة السودانية أنموذجاً"، **مجلة الدراسات الإعلامية**، المركز الديمقراطي العربي، المجلد 3، مايو 2020.
- 33- Xiao wang "Responses to H1N1. Public services Announcement: the mediating role of Attitude toward the Ad. And source Identification ", **Intercultural communication studies** , xxvii,2018, p.p.114-125.
- 34 - نها نبيل الأسد ودي، "استراتيجيات مواجهة الأزمات لدي الحكومة المصرية : دراسة في تحليل خطاب المتحدث الرسمي"، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، (جامعة الإسكندرية: كلية الآداب -2018)
- 35 - سهير عثمان عبد الحليم، "توظيف مضمون الصفحات الرسمية بمواقع التواصل الاجتماعي في الصحافة المصرية خلال المرحلة الانتقالية : دراسة ميدانية علي عدد من المحررين العسكريين في الصحف القومية الخاصة"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، ع (50) ،2015.
- 36- Rajvikram Madurai Elavarasan, " Restructured society and environment::A review on potential technological strategies control the covid-19 pandemic ", **science of the total environment** ,2020 ,p.p1-18.
- 37 - زينب مثنى أبو طالب، "دور شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحية لدي الجمهور السعودي "، مرجع سابق، ص95.
- 38 - أسماء مسعد عبد المجيد، "دور الصفحات الحكومية على الفيسبوك في رفع الوعي الصحي المصري اتجاه أزمة انتشار فيروس كورونا كوفيد19-2020"، **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام – جامعة الأزهر، العدد 54، الجزء الخامس، يوليو 2020 ---
- 39 - رالا عبد الوهاب، "بناء أجندة القضايا العربية والعسكرية في صفحات المتحدث العسكري : دراسة مقارنة بين مصر و إسرائيل 2018"، **مجلة الرأي العام**، أكتوبر – ديسمبر 2018 .
- 40 - سماح المحمدي، "استخدام الحكومة الإلكترونية لوسائل التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية من المستوى الثاني"، **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام – جامعة الأزهر، العدد الخامس و الخمسين، الجزء الثالث، أكتوبر 2020

-
- 41- مسعودة فلوس ،الخنساء تومي ،"الإعلام الجديد يهدد الصحة النفسية داخل المجتمعات جراء جائحة فيروس كورونا"،مرجع سابق .
- 42 - نشوة سليمان عقل ،"التماس المعلومات الصحية حول فيروس كورونا المستجد وعلاقته بمستوى إدراك المخاطر لدى المرأة المصرية"،مجلة البحوث الإعلامية،كلية الإعلام ،جامعة الأزهر ، المجلد54، العدد54، الجزء الرابع ، يوليو2020،ص-ص2037-2093.
- 43 - أسماء فؤاد حافظ ،"التناول الإعلامي لأزمة فيروس كورونا في مصر ،رؤى الخبراء لاستراتيجيات الأزمة"،