دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل إتجاهات الجمهور المصري نحو القبول المجتمعي لتلقي لقاحات كوفيد 19

د. هويدا الدر(*)

الملخص

تهدف الدراسة إلي الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو القبول المجتمعي لموضوع تلقي لقاحات كوفيد 19من خلال إجراء دراسة مسحية علي عينه من الجمهور المصري قدرها (٤٠٠ مبحوث) بتطبيق فروض نظرية التنافر المعرفيCognitive Dissonance theory، للتعرف علي مدى تأثير المعلومات المتعارضة التي يتضمنها محتوي شبكات التواصل الاجتماعي حول موضوع لقاحات كوفيد19. وتوصلت الدراسة الي مجموعه من النتائج أهمها:-

1- كثافة تعرض عينة الدراسة لمواقع التواصل الإجتماعي من أجل الحصول علي المعلومات بشأن لقاح كوفيد-19. جاء موقع الفيس بوك Facebook في المرتبة الأولى من بين المواقع الاجتماعية، تلاه موقع تطبيق الواتس آبWhatsApp في المرتبة الثانية،ثم موقع اليوتيوبYouTube في المرتبة الثالثة وقد تمثلت ابرز أسباب كثافة التعرض في التعرف علي الآثار الصحية الجانبية لتلقي اللقاح و بنسبه (٨٠٪) من عينه الدراسة.
2- وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائية بين متابعة محتوى شبكات التواصل الاجتماعي ومستويات التنافر المعرفي لدى عينه الدراسة، كما يوجد علاقة ارتباطية عكسية بين مستويات التنافر المعرفي لدى عينة الدراسة والناتج من المعلومات المتعارضة حول لقاح كوفيد 19 بمحتوى شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاهات نحو القبول المجتمعي له.
3- مصداقية محتوي شبكات التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير على كل من مستويات التنافر المعرفي والاتجاهات نجو القبول المجتمعي للقاح كوفيد19 لدي عينه الدراسة وقد تمثلت أهم أساليب تقليل مستويات التنافر المعرفي لدى عينة الدراسة في حذف المواقع التي تقدم المعلومات المتعارضة وتوعية الاخرين من خلال التفاعل ونشر المحتوى الصحيح عن لقاح كوفيد19 من المصادر الأكثر مصداقية.
4- عدم وجود علاقة ارتباطية دالة احصائية بين كل من متغير النوع، المستوى الاقتصادي والاجتماعي، المستوي التعليمي،المنطقة السكنية لعينة الدراسة وكل من مستويات التنافر المعرفي والاتجاهات نحو القبول المجتمعي للقاح كوفيد19 فيما عدا متغير الفئة العمرية لصالح الفئة (من ٤٠ الي ٥٠ سنة) حيث كانت لديهم اتجاهات إيجابية نحو القبول المجتمعي للقاح كوفيد 19بمتوسط حسابي اعلي من الفئات العمرية الأخرى.

الكلمات المفتاحية: - لقاح كوفيد 19 -شبكات التواصل الاجتماعي-التنافر المعرفي -القبول المجتمعي

* أستاذ مساعد بقسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام جامعة المنوفية

The role of social network sites in shaping the attitudes of the Egyptian audience towards societal acceptance of covid-19 vaccines

Dr. Howayda El Derr*

Abstract

The study aims to reveal the role of social networking sites in shaping the Egyptian public's attitudes towards societal acceptance of the issue of receiving Covid-19 vaccines through conducting a survey on (400 respondents) of the Egyptian public by applying the assumptions of Cognitive Dissonance theory to identify the impact of conflicting information which included the content of social network sites about the topic of Covid 19 vaccines. The study reached to number of results, one of the most important of them are: -

1- The density of exposure of the study sample to social networking sites to obtain information about the Covid-19 vaccine. Facebook ranked first among social sites, followed by WhatsApp in second place, and YouTube in third place in terms of exposure density. The most prominent reasons for the intensity of use were the identification of side health effects of receiving the vaccine by (80%) of the study sample.
2- There is a positive statistically significant correlation between the following up of the content of social networks and the levels of cognitive dissonance in the sample of the study. In addition, there is an inverse correlation between the levels of cognitive dissonance in the study sample and the outcome of conflicting information about the Covid-19 vaccine with the content of social networks and audience attitudes towards societal acceptance of it.
3- The credibility of the content of social networks has a significant impact on both levels of cognitive dissonance and attitudes toward societal acceptance of the Covid 19 vaccine in the sample of the study. The correct information about the Covid-19 vaccine is one of the most reliable sources.
4- The absence of a statistically the economic and social level, the educational level, the residential area of the study sample and each of the levels of cognitive dissonance and trends towards societal acceptance of the Covid-19 vaccine, except for the age group variable in favor of the category (from 40 to 50 years) because they had positive attitudes towards societal acceptance of the Covid-19 vaccine with a higher mean than other age groups.significant correlation between the gender variable,

Keywords: Covid-19, Social media networks, Cognitive dissonance - societal acceptance**.**

*Assistant Professor and Head of Radio and Television Department, Faculty of Mass Communication - Menoufia University

مقدمة:-

تواجه البشرية العديد من الأزمات ذات الطابع العالمى، والتى لم تشهدها من قبل حيث ترتبط بمجموعة من التحديات على غرار تغيير المناخ، الزيادة السكانية، انتشار الأوبئة والنزاعات بصورتها الجديدة، وتمتد هذه الأزمات عبر الحدود الوطنية وتهدد الأمن والسلم العالمى وجهود التنمية المستدامة.

وقد أولت المنظمات الدولية إهتماماً بالغاً بالصحة الجيدة والرفاهية لشعوب العالم حيث أصدرت الأمم المتحدة فى تقريرها المتضمن لأهداف التنمية المستدامة السبعة عشر عام 2015 هدف التنمية المستدامة الثالث والمتعلق بالصحة الجيدة حيث ركزت من خلاله على ثلاثة عشر غاية من أهمها تخفيض معدل الوفيات ومكافحة الأمراض المعدية. وتعزيز صحة المواطنين بإعتبار الصحة الجيدة أساسية لتحقيق نجاح الخطط التنموية بمشاركة جميع القوى الفاعلة فى المجتمع والتى من أهمها القوى البشرية.[1]

وقد شهدت البشرية خلال العامين الماضيين ظهور فيروس كورونا فى نسخته (كوفيد 19) والذى شكل نقلة نوعية فى جميع مناحى الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية حيث شهد العالم إهتماماً متزايداً وحراكاً لا مثيل له فى مجال اكتشاف سبل الوقاية منذ إعلان منظمة الصحة العالمية فى مارس 2020 رسمياً أن مرض كورونا جائحة عالمية فأصبح علم الأدوية فى حرب مع الفيروس وتحوراته المتتالية من أجل توفير اللقاح والتسويق له عبر كل الوسائل والتى من أهمها مواقع التواصل الاجتماعى حيث تعتمد سياسات التطعيم واللقاحات علي النسب المرتفعة في تلقي هذه اللقاحات بالإضافة الي الحماية المباشرة للأفراد الذين تلقوا التطعيم وتجنب الاثار الجانبية للمرض لذا فان ارتفاع معدلات تغطية التطعيم تحفز الحماية غير المباشرة للمجتمع ككل وتخلق ما يسمى بمناعة القطيع وتقلل الإصابة بين أولئك الذين لا يزالون عرضة للإصابة في المجتمع[2]، كما أصبح محتوى مواقع التواصل الاجتماعى هو الأكثر سرعة للوصول إلى كافة فئات المجتمع رغم تعارض واختلاف المعلومات وإنتشار الشائعات ووجود حالة من الخوف والقلق والترقب لدى العالم وخاصة فى ظل التحورات المستمرة وغير المعلومة لهذا الفيروس مما شكل أثراً كبيراً على القبول المجتمعى فى دول العالم لتلقى اللقاح فى ظل هذه المعلومات المتعارضة عن مدى جدواه، وأثاره الصحية والتحورات المستقبلية المجهولة لهذا الفيروس.

ومن هنا تأتى هذه الدراسة للكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعى فى تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القبول المجتمعى لتلقى لقاحات كوفيد 19، فلا يكفي توفير اللقاح بل من الضروري وجود نسب كبيرة من الأفراد مستعدين لتقبل وتلقي هذا التطعيم وخاصة فى ظل استمرار الخطط الوقائية الوطنية لدى العديد من دول العالم لتفادى التحورات المستقبلية المجهولة لفيروس كوفيد 19 في ظل إعلان منظمة الأمم المتحدة إلى أنه بالنظر إلى جائحة كورونا العالمية يجب إيلاء اهتمام كبير لتحقيق الصحة الجيدة والرفاه على نطاق عالمى باعتبار أن الصحة الجيدة أساسية للتنمية المستدامة وأهداف خطة 2030. (3)

تحديد مشكلة الدراسة:-

تعد قضية لقاحات فيروس كوفيد 19 من أبرز القضايا الصحية التي أثارت جدلًا واسعاً بين فئات المجتمع حيث تمثل الهدف الأساسي لحكومات دول العالم إقناع وتوجيه الشعوب نحو أهمية تلقي اللقاحات باعتباره الحل الأمثل للحد من انتشار فيروس كورونا، فتعددت الآراء المجتمعية ما بين مؤيد ومعارض نحو قبول تلقي اللقاح، وعلي الرغم من الإعتراف باللقاح بإعتباره أحد أكثر تدابير الصحة العامة نجاحاً إلا أن عدداً متزايداً من الأفراد يعتبره غير آمن وغير ضروري، كما أن عدم الثقة في اللقاحات تشكل تهديداً لنجاح برامج التطعيمات بالإضافة الي ان القلق المرتبط بلقاحات كوفيد19 والمخاوف المتعلقة بالصحة العامة والآثار الجانبية المختلفة التي ظهرت لبعض اللقاحات ارتبطت بنسب تردد أو قبول اللقاحات في حين أظهر الخوف من العواقب الإجتماعيه والإقتصادية والنفسية النتيجة نفسها. (4)

ويلعب القبول المجتمعي للقضايا المحورية التي تشغل المجتمعات البشرية دوراً هاماً ومؤثراً في تشكيل الرأي العام وتوجهاته نحو تسيير خطط التنميه المستدامه او إعاقتها وخاصة في أوقات الأزمات، ويؤدي الإعلام بقنواته المتعدده دوراً حيوياً في القبول المجتمعي وتشكيل الرأي العام ويساهم بشكل كبير في إضفاء المشروعية والقبول المجتمعي للقضايا الشائكه ومكافحة المعلومات المضللة من خلال الطرح والمناقشة.

وتشكل مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً أساسياً للمعلومات لدى الجمهور بكافة فئاته بإعتبارها الوسيله الأسرع والأسهل إنتشارًا وتأثيراً على ثقافة ووعي المواطن وتشكيل اتجاهاته وسلوكياته بما يتفق او يختلف مع توجهات الدوله وخططها التنمويه في شتى المجالات. وقد لعبت هذه المواقع دوراً فعالاً نحو تلقي اللقاحات، وهذا الدور قد اتسم بالايجابية من حيث أنها أتاحت فرصة للناشطين المناهضين للتلقيح لنشر محتواهم الرقمي،

وعلي الجانب الآخر انتشرت الشائعات والأساطير والمعتقدات غير الدقيقة فيما يتعلق باللقاح والتي كان لها تأثير سلبي علي قبول اللقاح في الواقع، بالإضافة الي ذلك مشاركه الأفراد لتجاربهم الشخصيه في التطعيم حيث تضيف هذه الآراء بعداً جديداً من خلال رؤى شخصية قد تكون ذات توجه سلبي أو إيجابي لدي البعض نحو الاتجاه لتلقي اللقاح .

وهكذا فقد شهدت قضية لقاحات فيروس كوفيد 19 انتشار العديد من المعلومات والآراء المتعارضة حول فاعلية اللقاح وتأثيراته المستقبلية علي الصحة العامة والمستجدات المستمرة حول أنواع اللقاحات من خلال محتوي شبكات التواصل لاجتماعي والتي مثلت مصدراً أساسيا للمعلومات وخاصة في ظل الإحترازات بالعزل وغياب قنوات الإتصال الشخصي المواجهي، وقد مثل هذا الجدل حالة من الخوف والقلق والتردد في قبول المجتمع لتلقي اللقاح، وأثرت هذه الحالة علي شتي مجالات الحياة الإقتصادية والإجتماعية وشكلت تهديداً لجهود التنمية المستدامة والتي تعد صحة المواطن من أهم مقوماتها.

وقد ثار الجدل بصورة متزايدة حول القضيه في ظل الوجود النشط والغير منضبط لوسائل التواصل الإجتماعي وسهولة التعامل معها بلا رقيب، فأنتشرت العديد من المعلومات من جانب المختصين والغير مختصين للإدلاء بدلوهم في القضيه العلميه مما مثل خطورة علي الإدراك والوعي العام للجمهور المتلقي حيث كشفت الدراسات الإعلامية وجود علاقه بين كثافة التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي والقبول المجتمعي للقضايا الشائكه من خلال الإنسياق الغير واعي وراء ما ينشر دون تدقيق والمبادره بمشاركته مع الآخرين والترويج له كأنه حقائق دامغة. (5)

ومن هنا تحددت مشكلة الدراسه في محاولة التعرف علي دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو القبول المجتمعي لموضوع تلقي لقاحات كوفيد **19** من خلال إجراء دراسه مسحية علي عينه من الجمهور المصري للتعرف علي مدى تأثير المحتوي الإعلامي الخاص بموضوع لقاحات كوفيد**19** والذي تم تقديمه من خلال مواقع التواصل الاجتماعي علي اتجاهاتهم نحو القبول المجتمعي لقبول تلقي اللقاح ، وكيف أثر هذا المحتوى الرقمي أيضا علي مستويات التنافر المعرفي لديهم بالاعتماد علي تطبيق فروض نظرية التنافر المعرفي كإطارا نظريا للدراسة .

أهمية الدراسة:-

(1) الأهمية المتزايدة لشبكات التواصل الاجتماعى فى المجتمعات العربية والعالمية حيث يزداد التعرض والتفاعل من خلالها يوماً بعد الآخر وأصبحت تسيطر على الأفراد وخاصة فى تشكيل الرأى العام واتخاذ القرارات المجتمعية الهامة وخاصة فى إطار أهمية توحيد الآراء والاتجاهات لتحقيق جهود التنمية المستدامة وخاصة فى مجال الرعاية الصحية للمواطن.

(2) أهمية التثقيف الصحى والتوعية من خلال المصادر الموثوقة للتحقق من مخاوف الجمهور بشأن أساليب الوقاية والعلاج من الأوبئة والأمراض المستوطنة.

(3) مساهمة الدراسة فى تقييم تأثير الاستراتيجيات الوقائية من خلال محتوى مواقع التواصل الاجتماعى والتى تعد الأكثر فاعلية وتأثيراً بين المجتمعات وخاصة فى مرحلة ما بعد فيروس كورونا وما تتطلبه هذه المرحلة من إعادة توجيه كافة الجهود والموارد لتحقيق أهداف التنمية المستدامة والاستقرار المجتمعى بتطبيق استراتيجيات فعالة في مجال الإعلام الصحي الرقمي .

(4) تأتى الدراسة فى إطار استمرار الجهود الوقائية الوطنية لتلقى الجرعة الثالثة من لقاح كوفيد 19 مما يساهم فى وضع استراتيجيات اتصالية تلائم المرحلة القادمة من الإجراءات الوقائية خاصة بعد رفع الإجراءات الاحترازية وبداية ظهور فيروس كورونا فى الصين مرة أخرى وإتباعها إجراءات العزل لبعض المناطق ومطالبة منظمة الصحة العالمية باستمرار الإجراءات الاحترازية ومتابعة الأوضاع الراهنة.

- الدراسات السابقة:-

تعد الدراسات السابقة مرجعاً أساسياً للدراسات الحالية وقد قامت الباحثة بتقسيم الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة إلى محورين رئيسين:-

(1) المحور الأول: دراسات تناولت القبول المجتمعى لموضوع لقاح فيروس كوفيد 19

(2) المحور الثانى: دراسات تناولت معالجة مواقع التواصل الاجتماعى لموضوع فيروس كوفيد 19 وتأثيراتها المختلفة على الجمهور المتلقى.

المحور الأول: دراسات تناولت القبول المجتمعى لموضوع لقاح فيروس كوفيد 19:

وقد تطرقت فيه الباحثة للدراسات العربية والأجنبية التي تناولت القبول المجتمعى لموضوع لقاح فيروس كوفيد **19** سواء تمت هذه الدراسات من خلال دراسات ميدانية أو بحوث تحليلية لرصد القبول من خلال تفاعلات ومشاعر الجمهور.

(1) **دراسة سمير سيف، إيمان السيد، عن "دور حملات التوعية الصحية بوسائل الإعلام في مواجهة أهل الصعيد لبعض الأمراض والأوبئة بالتطبيق علي فيروس كورونا (كوفيد 19)" (2022)**[6] تهدف الدراسة إلي التعرف على دور حملات التوعية الصحية بوسائل الإعلام في مواجهة أهل الصعيد لبعض الأمراض والأوبئة بالتطبيق علي فيروس كورونا (كوفيد 19) من خلال إجراء دراسة ميدانية علي عينة قدرها (٣٦٠ مفرده) من سكان ومدن الصعيد وتوصلت الدراسة إلي أن موقع الفيس بوك يأتي في مقدمة الوسائل الإعلامية التي يعتمدها أهل الصعيد للحصول علي معلومات عن فيروس كورونا كما توصلت الدراسة إلي ارتفاع نسبه الوعي في المناطق الحضريه ولدى الإناث عن الذكور بالإضافة إلي وجود علاقة ارتباطية بين الحملات الإعلاميه وارتفاع درجات الوعي الصحي لدى عينة الدراسة .

(2) **دراسة مارلينا شولى، وداريا كيوس, Marilena, Choli & Daria, J. Kuss عن "إدراك اللوم على وسائل التواصل الاجتماعى خلال جائحة كورونا" (2021)** [7] تهدف الدراسة إلى الكشف عن الإدراك المجتمعى ونسبة إلقاء اللوم على شبكات التواصل الاجتماعى وفقاً للتصور العام للجمهور حول أصل وانتشار أزمة فيروس كورونا من خلال دراسة تحليلية موضوعية لبيانات منصة تويتر Twitter لعينة قدرها (1395) تغريدة فى الفترة من يناير إلى مارس 2020 تتضمن والتى تتعلق باللوم على وسائل التواصل الاجتماعى أثناء جائحة كورونا (نظريات المؤامرة – مراقبة الحدود، وسائل الإعلام، أسواق الغذاء، هيئة الصحة العالمية، الحكومة الوطنية، الرعاية الصحية، الأخبار الكاذبة، نداء الحجر الصحى – القادة السياسيين). وتوصلت النتائج إلى أن أبرز التغريدات الخاصة باللوم كانت موجهة للحكومات الوطنية بنسبة (66٪) تلا ذلك نظريات المؤامرة (13٪) ثم وسائل الإعلام بنسبة (7٪)، كما أضافت الدراسة أن محتوى وجودة المعلومات المقدمة من خلال وسائل التواصل الاجتماعى تؤثر بشكل كبير على الإدراك العام والترويج للخوف والانتشار المتعمد للذعر لدى الجمهور..

(3) **دراسة راشيل، بلتش، Rachael, Plitch, عن "أثر القنوات المعلوماتية على تقبل لقاح كوفيد19" (2021)**[8] وهدفت الدراسة إلى الإجابة عن تساؤلين رئيسين وهما مدى ثقة الأفراد فى المعلومات المتاحة بشأن اللقاحات من خلال القنوات المعلوماتية المختلفة وما

العلاقة بين القنوات المعلوماتية وتقبل الأفراد لتلقى اللقاح، ، وقد اعتمدت الدراسة على استطلاع للرأى العام من خلال تطبيقات الهاتف المحمول لعينة قدرها (2650 مفردة) من المستخدمين فى الولايات المتحدة الأمريكية وتوصلت الدراسة إلي أن أغلب مفردات العينة (61٪) تلقوا المعلومات حول كوفيد 19 من قنوات التليفزيون المحلى فى حين تلقى (37.8٪) من مفردات العينة معلوماتهم حول اللقاح من وسائل التواصل الاجتماعى، كما أكد (53.6٪) منهم أن المعلومات التي تلقوها كانت فى الغالب معلومات إيجابية فى حين أفاد (25.3٪) منهم أنها كانت معلومات سلبية، كما توصلت الدراسة إلى وجود فروق فى تقبل اللقاحات حسب الجنس ومستوى التعليم حيث كانت الإناث أكثر تقبلاً للحصول على اللقاح مقارنة بالذكور (41٪ مقابل 38٪)، وكان أولئك الذين حصلوا على تعليم ما بعد الجامعى أقل تقبلاً للحصول على اللقاح (37٪) مقابل (41٪) لدرجة البكالوريوس والتعليم الثانوى (39.5٪) وأكدت الدراسة على أهمية استخدام القنوات المعلوماتية الأكثر شيوعاً مثل التليفزيون الوطنى والصحف الوطنية لنشر المعلومات الصحيحة بشأن درجة أمان اللقاح.

(4) **دراسة Zidian, Xie, & Xueting, Wang & AL. عن "الإدراك العام لموضوع لقاحات كوفيد 19 على تويتر فى الولايات المتحدة الأمريكية" (2021)**[9] تهدف الدراسة إلى الكشف عن الإدراك العام للجمهور من خلال مناقشته لموضوع لقاحات كوفيد 19 على شبكة تويتر فى الولايات المتحدة الأمريكية حيث تم جمع بيانات الدراسة من خلال التغريدات التي تم نشرها عبر واجهة التطبيقات المتدفقة على تويتر فى الفترة من 5 مارس إلى 25 يناير (2021) وتم استخدام نموذج تحليل المشاعر وبلغت العينة (18227984) تتعلق بموضوع لقاحات كوفيد 19 خلال فترة الدراسة، وتوصلت أهم النتائج إلى أن مناقشة موضوع لقاحات كورونا 19 بين مستخدمى تويتر قد بلغت ذروتها بنهاية عام 2020، وظل متوسط درجة المشاعر للتغريدات مستقر نسبياً باستثناء ارتفاع المشاعر الإيجابية والتفاؤل بشأن تطوير اللقاحات بنسبة (34٪) ذلك المشاعر السلبية والقلق بنسبة (32.8٪) ثم المشاعر المحايدة بنسبة (32.8٪)، كما توصلت الدراسة أن نشر أخبار عن اللقاحات أو زيادة عدد الوفيات يؤثر فى تغير حالة المشاعر لدى المستخدمين كما تتأثر ذروة ارتفاع المشاعر الإيجابية والسلبية وفقاً للنوع والتركيبة السكانية والموقع الجغرافى.

(5) دراسة Kumar, Rahul & Bhanu, Raj. Jindal et al., عن "تحليل تعليقات الجمهور حول موضوع لقاح كوفيد 19 عبر تويتر Twitter" (2021) [10] هدفت الدراسة إلى الكشف عن تعليقات الجمهور وانطباعاتهم حول موضوع لقاح كوفيد 19 من

خلال تحليل التغريدات المتعلقة بلقاح كوفيد 19، وقد تم الاعتماد على صندوق أدوات التعلم الآلى وأدوات الذكاء الاصطناعى لتحديد الموضوعات الأكثر شيوعاً من خلال تحليل المشاعر وبلغت عينة الدراسة التحليلية (989.557) فى الفترة من 1 نوفمبر إلى 16 ديسمبر 2020 وتوصلت النتائج إلى أن الجماهير قد تحدثت عن مشاعرهم فى وسائل التواصل الاجتماعى وتمثلت أهم هذه المشاعر فى الخوف والقلق من انتشار الفيروس وتزايد عدد الحالات يومياً وأنه يجب على الحكومات توفير اللقاح للعالم بأسرع وقت ممكن للقضاء على مشاعر القلق والاضطرتاب لدى الجمهور.

(6) **دراسة Fengyi, Hasd Wang, Bokun et al., عن الاتجاهات نحو لقاحات كوفيد 19 مقارنة بين الأفراد الطبيعيين وذوى الأمراض النفسية" (2021)** [11] تهدف الدراسة إلى الكشف عن تأثير الإكتئاب والقلق لدى عينة من المرضى النفسيين فى بعض المقاطعات فى الصين على المواقع نحو انتشار الوباء واللقاحات والمخاطر المتصورة للإصابة، الضوابط الصحية، وقد تم تطبيق الدراسة من خلال عينة قدرها (213 شخصاً) باستخدام استبيان لقاح كوفيد التابع لجامعة سنغافورة الوطنية وتوصلت النتائج الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى العمر والجنس والحالة الاجتماعية ومستوى التعليم فى مدى قبول اللقاح الخاص بكوفيد 19 حيث كان معدل القبول (100٪) لدى الأشخاص الطبيعيين و(96.2٪) لدى الأشخاص الذين يعانون من الاكتئاب وقد ارتبط الارتفاع فى معدل قبول اللقاح بالثقة العالية فى نظام الرعاية الصحية العام.

(7) **دراسة عن "مدخل دقيق لوسائل التواصل الاجتماعى لتقليل التردد على لقاح كورونا 19 فى مجتمعات تيبستي المهمشة" (2021)** [12] تهدف الدراسة إلى وضع بروتوكول صحى لممارسات الصحة العامة لكسب الثقة بين السكان من خلال حملة الثقة فى اللقاح على وسائل التواصل الاجتماعى فى مجمعات تيبستي فى الولايات المتحدة الأمريكية التي تعانى من نقص فى الخدمات، واستهدفت الدراسة إلى وصف كيفية معالجة قضية التردد فى تلقى اللقاح من خلال تصميم نموذج إجتماعى بيئى عبر وسائل التواصل الاجتماعى Social ecological Model (SEM) وتقييم المشروع خلال ستة أشهر للتعرف نتائج التأثير من خلال وسائل التواصل من خلال تحليل البيانات الكيفية والنوعية وتحليل التعبيرات فى المنشورات بين المتفاعلين والمتابعين وتوصلت النتائج إلى أن المنشورات الخاصة بالصيادلة من خلال وسائل التواصل الاجتماعى كانت من أهم المؤثرات الدقيقة للحد من التردد فى تلقى اللقاح المرتبط بكوفيد 19 بالإضافة إلى موافقة المشاهير والحكومة والتى

ساعدت على ترسيخ فكرة تلقى اللقاح فى المجتمع، كما توصلت الدراسة إلى أن الرسائل المضادة لتلقى اللقاح تمكنت من إيصال حجة ذات جانب واحد ولم تلقى معارضة من الأشخاص المؤثرين فى الرأى العام وبالتالى فإن استخدام شبكات التواصل الاجتماعى فى تقديم رسائل مناهضة للقاح لن تكون ذات جدوى والأفضل منح المستخدمين الفرصة لتقييم كلا الجانبين المؤيد والمعارض لتشكيل الآراء الخاصة بهم حول موضوع اللقاح.

(8) **دراسة Wang, Jiahac & Rize, Jing et al. عن قبول لقاحات كوفيد 19 خلال تفشى فيروس كورونا فى الصين" (2021)** [13] هدفت الدراسة إلى تقييم قبول لقاح كوفيد 19 فى دولة الصين وتقديم اقتراحات لوضع استراتيجيات التطعيم وبرامج التحصين وفق لذلك وتم إجراء الدراسة من خلال استخدام الاستبيان على عينة من البالغين الصينيين بواقع (2058 مشاركاً) للتعرف على مستوى إدراك المخاطر والمواقف والقبول والتفضيلات للقاح كوفيد 19 أثناء الوباء. وتوصلت الدراسة إلى قبول (91.3٪) من العينة للتطعيم فى حالة توافر اللقاح، كما أفاد (52.2٪) منهم أنهم أرادوا الحصول على التطعيم فى أسرع وقت ممكن فى حين أراد (47.8٪) تأخير التطعيم لحين التأكد من سلامة اللقاح، وأوصت الدراسة بأهمية تصميم برامج للتحقيق لإزالة الحواجز والعوائق وأهمية التثقيف الصحى والتواصل مع المصادر الموثوقة بهدف التقليل من مخاوف الجمهور بشأن سلامة اللقاح.

(9) **دراسة Hanjia, Iyu & Junda, Wang et al. عن دراسة وسائل التواصل الاجتماعى للآراء العامة حول لقاحات كوفيد 19 المحتملة.. إعلام المعارضة واختلافات النشر" (2021)**[14] تهدف الدراسة إلى الكشف عن الآراء العامة حول لقاحات كوفيد 19 من خلال تطبيق دراسة تحليلية على عينة من تغريدات المستخدمين عبر شبكة تويتر لمليون مستخدم وتم تصنيف الآراء إلى ثلاث مجموعات مؤيد للقاح، متردد للقاح، مضاد للقاح، وتوصلت النتائج ارتباط درجة تأييد أو رفض اللقاح بالمجتمعات المحرومة اجتماعياً واقتصادياً التي رجحت الآراء لتبنى اللقاح، كما ارتبط تأييد اللقاح أو رفضه بالتجارب السابقة والتى زادت من مستوى قبول اللقاح، كما توصلت الدراسة إلى أن النساء وكبار السن كانوا أكثر تردداً بشأن اللقاح.

(10) **دراسة موسى شيباني، محمد امين ، الزبيبى وآخرون عن: "قبول لقاح كوفيد 19 بين السكان السوريين: دراسة وطنية" (2021)**[15] تهدف الدراسة إلى التعرف على معدلات قبول لقاح كوفيد 19 بين سكان سوريا خلال الفترة من يناير إلى 17 مارس 2021 من خلال تطبيق استبيان الكترونى على عينة من المرضى ومرافقيهم والعاملين فى

المستشفيات العامة (7531 مبحوث)، وتوصلت الدراسة إلى أن المشاركون كان لديهم معدل للقبول للتطعيم بدرجات سلبية وذلك بسبب الخوف من الآثار الجانبية المحتملة للقاح بنسبة (62.4٪) تلاه عدم الثقة فى تركيبة اللقاح بنسبة (58.8٪)، كما ارتبطت نية التطعيم بشكل كبير بالجنس والإقامة والوضع المالى والمستوى التعليمي والأصل الجغرافى، وتمثلت أهم مصادر المعلومات فى العاملون فى الرعاية الصحية بنسبة (59٪) تلا ذلك وسائل التواصل الاجتماعى وبنسبة (46.3٪) ,وأوصت الدراسة بأهمية بذل الكثير من الجهود لتصحيح المعلومات الخاطئة حول اللقاح والإجابة على كافة الأسئلة المتعلقة به.

(11) **دراسة Chod A., Melton & Olufunto A., Olu Sanya et al. عن "تحليل المشاعر العامة عن الموضوعات المتعلقة بلقاحات كوفيد 19 على منصة التواصل الاجتماعى Reddit دعوة من أجل تعزيز الثقة باللقاح" (2021)**[16] تهدف الدراسة إلى التحقق من مواقف الجمهور من لقاح كوفيد 19 من خلال إجراء دراسة تحليلية للمناقشات والمشاعر والبيانات النصية عبر منصة Reddil فى الولايات المتحدة الأمريكية والتى ركزت على موضوع لقاح كوفيد 19، وقد تم إجراء الدراسة التحليلية في الفترة من 1 ديسمبر 2020 إلى 15 مايو 2021 بواقع 1800 مشاركة باستخدام منهجية تحليل المشاعر للكشف عن التعبيرات لدى المواطنين خلال فترة الدراسة حول موضوع اللقاح، وتوصلت الدراسة إلى أن مجتمعات التواصل الاجتماعى قد عبرت عن المشاعر الإيجابية نحو موضوع لقاح كوفيد 19 أكثر من المشاعر السلبية حيث بلغت نسبة المشاركات الإيجابية (56.6٪) والسلبية (27.6٪) فى حين بلغت المشاركات المحايدة (15.6٪) مما يدعم تعزيز الثقة العامة فى اللقاحات وقد ارتبطت المشاعر السلبية بالأشخاص الذين لم يتلقوا اللقاح والذين عبروا عن المخاوف بشأن الإصابة بالأمراض والأثار الجانبية والتوحد.

(12) **دراسة Sallam, Malik & Dababseh, Deema et al. عن "ارتباط معتقدات المؤامرة مع مستويات المعرفة والقلق العام حول كوفيد 19 بين طلبة الجامعة الأردنية" (2020)**[17] تهدف الدراسة إلى تقييم الآثار المتبادلة للاعتقاد بأن كوفيد 19 جاء نتيجة مؤامرة عالمية على مستويات القلق والمعرفة لدى طلبة الجامعة الأردنية من خلال إجراء مسح الكترونى على عينة قدرها (1540 مفردة) من كليات الصحة والعلوم والإنسانيات فى الجامعة الأردنية للكشف عن مستويات المعرفة، مصادر المعلومات حول المرض ، الموقف تجاه الأفكار الخاطئة بأن كوفيد 19 مؤامرة عالمية ،وتوصلت النتائج إلى ان (70.1٪) من عينة الدراسة ترى أن مرض كوفيد 19 هو مرض خطير بدرجة متوسطة

وارتبطت مستويات القلق العليا بالاعتقاد بأن الفيروس جزءاً من المؤامرة الذى ارتبط بدوره بالمعلومات الخاطئة حول توافر اللقاح والاستخدام العلاجى للمضادات الحيوية ، هذا وقد مثلت شبكات التواصل الاجتماعى المصادر الأولية للمعلومات والمعرفة وأوصت الدراسة بأهمية مراعاة التوعية عبر منصات الوسائط المختلفة حول فيروس كوفيد 19 لتقليل المعتقدات حول كوفيد مؤامرة عالمية.

(13) **دراسة "الجامعة البرتغالية الكاثولوكية" عن "القلق يتزايد من لقاح كوفيد 19" (2020)**[18] هدفت الدراسة إلى الكشف عن مبررات القلق المتزايد لدى الجمهور فى البرتغال من اتخاذ القرار بشأن التطعيم والتأثيرات المتوقعة على الصحة الفعلية من خلال تصميم استبيانين مختلفين بمشاركة (1018) شخصاً من (18 : 67 عاماً) وقد خصص الاستبيان الأول للمعتقدات الصحية والاستبيان الثانى تم تخصيصه لقياس مستويات القلق لدى الجمهور، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أنه (71.8٪) من المبحوثين كانوا قلقين بشأن احتمال الإصابة بكوفيد 19، كما يؤيد (90.8٪) منهم التطعيم بشكل عام باعتباره سيقلل من فرصة الإصابة بالفيروس، كما أكد (67٪) منهم المخاوف من الآثار الجانبية للتطعيم، وأضافت النتائج إلى أن مستويات القلق قد انخفضت فى أشهر الصيف وارتفعت بعد ذلك وأوصت الدراسة بأهمية وضوح المعلومات، زيادة التثقيف الصحى باعتبارها عوامل تؤثر فى قرار تلقى اللقاح.

(14) **دراسة J. Garcy, R. & M. J. Sabellano". عن "تصورات الآراء المؤيدة للقاح من منشورات وسائل التواصل الاجتماعى باستخدام تحليل المشاعر" (2019)**[19] هدفت الدراسة إلى تحليل الرؤى والمشاعر للحركات المناهضة لتلقى لقاحات كوفيد 19 من خلال شبكات التواصل حيث تم تحليل المنشورات والتغريدات باستخدام خوارزمية التجميع K-mean من خلال Vader لتحليل المشاعر السائدة والمرتبطة بالحالة المزاجية ،وتوصلت النتائج إلى تعدد الرؤى المؤيدة للقاح من خلال تغريدات تويتر والتى من أهمها الآثار الجانبية للقاح، عدم الفعالية، الأضرار الناجمة عن مكونات اللقاح تعزيز الحق فى عدم التطعيم، المكونات السامة للقاح، تعظيم أرباح الصيدليات، القضايا الصحية المترتبة على أخذ اللقاح.

المحور الثاني:- وقد تطرقت الباحثة من خلاله عرض نتائج الدراسات العربية والأجنبية التي استهدفت معالجة وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعى لفيروس كورونا وتأثيراتها المختلفة على الجمهور

(1) **دراسة Featherston, Jieyun Ding عن "استراتيجيات تصحيح المعلومات المضللة عن لقاح كوفيد 19 فى منشورات وسائل التواصل الاجتماعى وتأثيراتها" (2021)**[20] تهدف الدراسة فحص استراتيجيات تصحيح المعلومات المضللة عن لقاح كوفيد 19 فى محتوى وسائل التواصل الاجتماعى وتأثيراتها على نوايا المستخدمين للتطعيم ومن خلال تفنيد ملصقات التصحيح على تويتر وإرجاء دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين. وقد توصلت النتائج إلى أن طرق تصحيح المعلومات المضللة حول كوفيد 19 من خلال ملصقات تويتر أدت إلى زيادة نوايا التطعيم والموقف الايجابى له مما يدل على فاعلية تصحيح المعلومات من خلال وسائل التواصل الاجتماعى وخاصة من خلال المؤسسات الطبية والجامعات والمراكز البحثية التي لديها خبرة أكثر فى مجال لقاحات كوفيد 19.

(2) دراسة J. Brailue Skoia, J. Margral عن "العلاقة بين العبء الناجم عن فيروس كوفيد 19 واستخدام وسائل التواصل الاجتماعى والشعور بالقلق والإدمان" (2021)[21] تهدف الدراسة إلى التعرف على علاقة العبء الناتج عن كوفيد 19 بإدمان شبكات التواصل الاجتماعى من خلال جمع بيانات من عينة مكونة من (550 مفردة) من المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعى فى ألمانيا ربيع 2020 للتعرف على العواقب المحتملة لأزمة كوفيد فى إدمان شبكات التواصل الاجتماعى والشعور بالقلق. وتوصلت الدراسة إلى أن العبء الناتج عن الوباء كان لديه القدرة على تعزيز مستوى الإدمان لوسائل التواصل الاجتماعى وقد ارتبط العبء العام بشكل كبير بالإدمان والقلق بشكل كبير حيث عزز التباعد الاجتماعى للجلوس فى المنازل وفقدان العمل وتعزيز الهروب إلى عالم الانترنت لتلبية الاحتياجات المختلفة والبحث عن المشاعر الإيجابية وتقليل المشاعر السلبية والشعور بالوحدة.

(3) دراسة هنيدة قنديل أبو بكر عن فاعلية الرسائل الإعلامية فى إدارة الأزمات (إدارة تفشى فيروس كورونا Covid-19 نموذجاً: دراسة تحليلية" (2021) [22] تهدف الدراسة إلى تحديد العلاقة بين مضامين الرسائل الإعلامية لتفشى فيروس Covid 19 وفعاليتها فى مواجهة الأزمات والوقوف على الكيفية التي تعالج بها وسائل الإعلام للأزمات أزمة تفشى فيروس كورونا على وجه الخصوص من خلال دور مضامين الرسائل الإعلامية التلفزيونية فى تحقيق السلامة النفسية للجمهور أثناء إدارة تطورات فيروس كورونا كوفيد 19 من خلال تحليل عينة من برامج القنوات العربية (قناة العربية، B.B.C، سكاى نيوز عربية) وتوصلت النتائج إلى أغلب موضوعات البرامج (عينة الدراسة) ركزت على معلومات تناولت تفشى

الفيروس حول العالم، ثم معلومات عن طبيعة الفيروس، وأساليب الوقاية من الإصابة والتعامل مع الوباء. وتمثلت أهم طرق الدعم النفسى للمشاهدة ذكر كلمات تعزز الإطمئنان النفسى مع التركيز على عرض المعلومات العلمية. وأوصت الدراسة بأهمية الاهتمام بالجانب النفسى عند تعظيم الأحداث الخاصة بالأزمات والاهتمام ببث الإيجابية ومكافحة الإحباط الناتج عن سيطرة الشائعات والمعلومات المضللة.

(4) دراسة A Priadana & SP Tahalea عن "أنشطة الهاشتاج وأطر الرسائل: تحليل وسائل التواصل الاجتماعى من خلال تفشى جائحة كورونا 19 فى أندونيسيا" (2021) [23] تهدف الدراسة إلى الكشف عن العلاقة الارتباطية بين استخدام الهاشتاج من خلال منصة الانستجرام وتفشى المعلومات حول فيروس كورونا والتحقق من العلاقة بين المستخدمين وعلامات التصنيف الخاصة بهم من خلال قياس سمات الشبكة ومقاييس المركزية للعثور على المستخدمين الأكثر تأثيراً فى الشبكة حيث تم تحليل (10.403) مشاركة على الانستجرام فى الفترة من 28 فبراير إلى 18 مايو 2020، وتوصلت النتائج إلى أن لعلامات التصنيف والهاشتاجات دوراً كبير فى نشر المعلومات ومن أهمها استخدام هاشتاج Corona Virus – Virus Corona Corona-Covid 19 حيث حقق هاشتاج Wabah Corona أعلى هاشتاج بأعلى درجة مركزية فى تدفق المعلومات تلاه هاشتاج dirumahsaja المتعلق بالبقاء فى المنزل وبالتالى فإن الهاشتاج يلعب دوراً كبيراً فى نشر المعلومات حول فيروس كورونا.

(5) دراسة نشوى ،عقل عن"التماس المعلومات الصحية حول فيروس كورونا المستجد وعلاقته بمستوى إدراك المخاطر لدى المرأة المصرية" (2020)[24] تهدف الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين سلوك التماس المعلومات الصحية لدى المرأة المصرية مع انتشار وباء كورونا ومستوى إدراكها للمخاطر المحيطة حيث تم تطبيق الاستبيان على عينة قوامها (450 مفردة)، وتوصلت الدراسة إلى أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة قد أبدت سلوكاً متنامياً لالتماس المعلومات ومثلت الصفحة الرسمية لمنظمة الصحة العالمية، وصفحة مجلس الوزراء المصرى المصادر الأولية لمتابعة أخبار الفيروس وأوصت الدراسة إلى أن مصداقية منشورات وسائل التواصل الاجتماعى قد تراجعت أمام صفحات ومواقع الجهات الرسمية على الإنترنت واتضح وجود علاقة ارتباطية إيجابية ضعيفة بين مستوى سلوك التماس المعلومات ومستوى إدراك المخاطر. بالإضافة إلي وجود علاقة ارتباطية إيجابية

بين مستوى الاهتمام بمتابعة معلومات الوباء ومستوى النوايا السلوكية لمواجهته وبين مستوى مصداقية مصادر المعلومات حول الأزمة ومستوى الثقة فى أطراف الأزمة.

(6) دراسة نادية ،الصعيدى عن "اتجاهات الجمهور المصرى نحو معالجة وسائل الإعلام الجديد لجائحة فيروس كورونا المستجد (2020)[25] تهدف الدراسة إلى رصد وتحليل وتفسير اتجاهات الجمهور المصرى نحو المعالجة الإعلامية لجائحة فيروس كورونا المستجد وتقييمه لقرارات مكافحة الفيروس من خلال رصد وتحليل وتفسير اتجاهات الجمهور نحو معالجة المواقع الإخبارية والبرامج الحوارية المصرية لجائحة فيروس كورونا باستخدام منهج المسح الميدانى على عينة عشوائية (400 مفردة) وتوصلت النتائج إلى أن شبكات التواصل الاجتماعى جاءت فى مقدمة الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها الجمهور المصرى فى الحصول على معلومات حول جائحة كورونا. تلا ذلك المواقع الإخبارية ثم المواقع القضائية وجاء موقع اليوم السابع من أبرز المواقع التي تم الاعتماد عليها فى الحصول على الأخبار حول جائحة كورونا، وأوصت الدراسة بأهمية استخدام أساليب معالجة ذات طابع تفسيرى تحليلى واستقصائى وحوارى بهدف تقديم رؤية متكاملة ومتوازنة لأزمة كورونا

(7) دراسة محمد ،خيرة عن "الإعلام الصحى وإدارة أزمة كوفيد 19 فى ظل انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع الميديا الاجتماعية "(2020)[26] تهدف الدراسة إلى التعرف على كيفية معالجة الإعلام الصحى لأزمة كوفيد 19 فى ظل تناول الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعى من خلال الكشف عن أهمية الإعلام الصحى واستكشاف أشكال التغطيات الإعلامية للإعلام الصحى لجائحة كوفيد 19 ورصد آليات وأساليب انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعى وخلصت الدراسة إلى ضرورة التزام الإعلام الصحى بمبادئ أخلاقيات المهنة الإعلامية فى معالجته وتغطيته للجائحة.

(8) دراسة حسين ،خليفة عن "التغطية الإعلامية لجائحة كورونا ودورها فى تشكيل اتجاهات الرأى العام البحرينى حو أداء المؤسسات الصحية (2020) [27] استهدفت الدراسة تقصى الدور الذى قامت به التغطية الإعلامية لجائحة كورونا فى تشكيل الأنساق المعرفية والوجدانية للرأى العام البحرينى نحو أداء المؤسسات الصحفية بالمملة فى مواجهتها لآثار جائحة كورونا والحد من خطورة إنتشارها. بالاعتماد على نظرية التهدئة المعرفية، وقد استخدمت الدراسة أسلوب الاستقصاء لعينة حصصية قوامها (588 مفردة) من الرأى العام البحرينى وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة التقييمات الإيجابية لأدوار المؤسسات الصحفية فى التعامل مع جائحة كورونا قد بلغت (19.3٪) وأن الرأى العام يتابع الجائحة على وسائل الإعلام بنسبة (68.7٪) وجاءت مواقع التواصل الاجتماعى فى مقدمة وسائل الإعلام

وبنسبة (88.7٪)، كما أشارت النتائج أن الرأى العام لديه مصداقية بنسبة (74.3٪) فى تغطية وسائل الإعلام للجائحة وجاء موقع وزارة الصحة كأثر هذه الوسائل مصداقية بنسبة (89.3٪).

(9) دراسة إيمان عاشور ،سيد حسين عن "التماس الجمهور المصرى للمعلومات المتعلقة بكوفيد 19 عبر المواقع الاجتماعية وعلاقته بالمناعة النفسية لديهم" (2020) [28] تهدف الدراسة إلى التعرف على قياس درجة التماس الجمهور المصرى للمعلومات المتعلقة بكوفيد 19 من خلال مواقع التواصل الاجتماعى وعلاقة ذلك بالمناعة النفسية لديهم بالإضافة إلى رصد دوافع ونوع ومستوى المعرفة التي تم تحقيقها من خلال مواقع التواصل الاجتماعى للتعرف على اسهامها فى رفع المناعة النفسية لدى عينة الدراسة، وقد طبقت الباحثة دراستها على عينة قوامها 358 مفردة من الجمهور المصرى وتضمنت الاستمارة مقياس (50 عبارة). وتوصلت الدراسة إلى تصدر الواتس آب المرتبة الأولى بالنسبة لمصادر المعلومات التي تعرضت لها عينة الدراسة وبنسبة 90٪ تلاه الفيس بوك ثم اليوتيوب، كما توصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعى للحصول على معلومات وأخبار حول فيروس كورونا والمناعة النفسية للجمهور المصرى.

(10) دراسة حسام فايز عبد الحى، عن "اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديد فى استقاء المعلومات والأخبار عن جائحة كورونا "كوفيد 19" وعلاقته بالاندماج الأكاديمى لديهم" (2020)[29] استهدفت الدراسة إلى قياس العلاقة بين اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديد فى استيفاء المعلومات عن جائحة كورونا وعلاقته بالاندماج الأكاديمى لديهم من خلال دراسة وصفية باستخدام الاستبيان على عينة عشوائية من طلبة الجامعات الحكومية والخاصة قوامها (450 مفردة) ،وتوصلت الدراسة إلى أن (99.3٪) من عينة البحث تابعوا الأخبار والمعلومات عن كوفيد 19 من خلال شبكات التواصل الاجتماعى، كما توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين درجة متابعة أخبار فيروس كورونا عبر وسائل الإعلام الجديد لصالح الذكور والكليات النظرية والحكومية وكان مستوى الاندماج الأكاديمى منخفضاً فى ظل جائحة كورونا.

(11) دراسة نرمين على عجوة عن "استراتيجيات اتصالات المخاطر الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعى إزاء جائحة كورونا (دراسة تحليلية على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية)" (2020)[30] تهدف الدراسة إلى التعرف على استراتيجيات اتصال

المخاطر التي استخدمتها وزارة الصحة والسكان المصرية فى الاتصال بالجمهور المصرى عبر موقع الفيس بوك انتشار جائحة كورونا والمراحل المختلفة للأزمة واعتمدت الدراسة على منهج المسح للدراسات السابقة ومسح لمضمون منشورات وزارة الصحة والسكان من خلال الموقع الرسمى على الفيس بوك ، وتوصلت الدراسة إلى أنه تم استخدام استراتيجية توضيح الإجراءات الحكومية فى أغلب المنشورات واستعدادات التعامل مع الأزمة تلاها استراتيجية الطمأنة ثم استراتيجية التحذيرات من المخاطر كما تم استخدام استراتيجية تصحيح الشائعات وسوء الفهم وخاصة خلال مرحلة الأحداث الأولية للأزمة، وفى مرحلة الأزمة، غلب استخدام استراتيجية تخفيض الغموض وترويج السلوكيات الفعالة وتوعية الجمهور للوقاية من الوباء وعدم الإضرار بالآخرين من خلال استراتيجية تقديم النصائح.

التعليق العام على الدراسات السابقة :-

من خلال العرض السابق للدراسات السابقة اتضح للباحثة تركيز الدراسات علي معالجة وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي لقضية فيروس كورونا من خلال دراسات تحليلية في اغلبها دون التطرق بالدراسة لموضوع لقاح كورونا كما لوحظ قله الدراسات المسحية علي الجمهور ،ومن هنا حاولت الدراسة ان تتكامل مع الدراسات السابقه وتقدم إضافة علمية من خلال التطرق لدراسة القبول المجتمعي لعينه من الجمهور العام لموضوع اللقاحات وأثر معلومات مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور من خلال تطبيق فروض نظرية التنافر المعرفي .

الإطار النظرى للدراسة:-

نظرية التنافر المعرفى Cognitive Dissonance

(أ) الأصول – المراجعات – النظريات البديلة:-

تعد نظرية التنافر المعرفى واحدة من أهم النظريات التي ظهرت فى حقل الدراسات الإعلامية والتى لازالت ذات فاعلية وتأثير فى مجال قياس اتجاهات الجمهور نحو الرسائل المضادة لوسائل الإعلام، وتنص النظرية التي صاغها كورت لوبين وطورها فيستنجر Festinger (1957) إلى أنه إذا تكون لدى الفرد إدراكان لا يتفقان مع بعضهما البعض، فإنه سوف يعانى من التنافر المعرفى حيث يمثل الإدراك عنصر من عناصر المعرفة التي يمتلكها الأفراد حول سلوكهم ومواقفهم وبيئتهم، وترى النظرية أن الإدراكان يمكن أن يكونا مرتبطين أو غير مرتبطين وحتى فى حالة إرتباطهما فإنهما إما متناغمين أو متناقضين، ويحدث التناغم عندما يتبع أحد الإدراك الآخر، ويحدث التنافر عندما يكون أحد الإدراكان عكس للآخر. (31)

وتنص النظرية إلى أن الشخص الذى يتولد لديه إدراكان غير متفقان فإنه سوف يعانى من التنافر، وسوف يحاول تقليل هذا التنافر بأحد الطرق الآتية:

(أ) تغيير عنصر إدراكى سلوكى.

(ب) إضافة عناصر معرفية جديدة.

(جـ) تجنب سماع الآراء غير المتجانسة التي تقلل من الانزعاج وما يطلق عليه التعرض الانتقائى كجزءٌ من الاستراتيجية.

(د) التعبير عن الذات والمعتقدات واقناع الآخرين بها وبالتالى تعزيز أهمية إدراك معين وهو ما يطلق عليه الإدراك العاطفى. [32]

ويعد علم النفس الاجتماعى والفردى السياق الرئيسى لهذه النظرية والذى أدى إلى إجراء العديد من الأبحاث لفهم عملية الاتساق المعرفى ودراسة سلوك المجموعة من خلال تحسين عمليات علم النفس الأكلينكى وشرح عملية الانتكاس التي يقع فيها الأفراد فى مجال الآراء والمعتقدات والسلوكيات، كما تبنى علماء الإدارة والتسويق نظرية التنافر المعرفى واستخدمها الباحثون المهتمون بنظرية المنظمة واستراتيجيتها وسلوكها لدراسة إدارة التغيير وسلوك ريادة الأعمال وأخلاقيات العمل، وبالرغم من ذلك لم يتم دمج نظرية التنافر المعرفى فى مجموعة واسعة من الدراسات بسبب مشكلات عملية قياس التنافر المعرفى.[33]

وعلى الرغم من اتفاق العديد من الباحثين فى مجال التنافر حول الملاحظة السلوكية لقياس التنافر، إلا أن هناك جدلاً حول الدافع وراء تأثيرات التنافر. لذلك فقد تم مراجعة النظرية عدة مرات وتم تطوير العديد من المداخل البديلة حيث يرى آرونسون (1968) أن التنافر هو نتيجة للصراع بين مفهوم الذات لدى الأفراد وأفعالهم حيث يحاول الأفراد الحفاظ على شعور إيجابى لهم، وأنهم يشعرون بالتنافر إذا قاموا بالتصرف بطريقة تتعارض مع تصورهم لأنفسهم[34]، كما قدم Cooper & Fazio كوبر وفازيو (1984) منظوراً آخر يشير إلى أن الأفراد يشعرون بالمسئولية عندما يتصرفون بطريقة تؤدى إلى نتائج غير مرغوب فيها ومن هنا ينشأ التنافر، ووفقاً لمنظورهم فإنه إذا لم ينتج عن القرار عواقب غير مرغوب فيها، فإن التناقض بين المدركات لن يؤدى إلى التنافر[35]، وتوصل Steel ستيل (1988) إلى أن التنافر هو نتيجة التصرف بطريقة تتعارض مع إحساس الفرد بالنزاهة الأخلاقية، وتأكيد الذات. [36]

وقد تم تطوير بعض النظريات البديلة لنظرية التنافر المعرفى مثل نظرية الإدراك الذاتى التي طورها بيم (1972) والتى تنص على أن الأفراد يلاحظون أفعالهم كما لو كانوا غرباء ويستنتجون موقفهم الأساسى من تحليل سلوكهم والظروف المحيطة بالسلوك وتتولد لديهم دوافع وحوافز لتقليل حالة التنافر وأنه يمكن قياس هذه الدوافع وبالتالى تنفى النظرية وجود حالة توتر نفسى أو فسيولوجى[37]، وطور Tedeschi et al. تدشى وزملائه (1971) أحد البدائل "نظرية إدارة الانطباع" والتى تنص على أن الأفراد يغيرون مواقفهم لأنهم يريدون إدارة نظرة الآخرين إليهم على وجه التحديد من خلال خلق انطباعات إيجابية عن الآخرين وتجنب الانطباعات السلبية من خلال تطوير المواقف التي تتوافق مع سلوكهم[38]. وقدم ستون و كوبر Stone & Cooper (2021) نموذج المعايير الثلاثة للتنافر المعرفى الذى يقيم ثلاث وجهات نظر حول عملية التنافر المعرفى وهم تأكيد الذات، الاتساق الذاتى، المظهر الجديد، حيث أن التنافر وفقاً لهذا النموذج يتم بسبب التناقض بين نتيجة الفعل والمعايير التي تتم مقارنتها بها حيث تحدد نوع المعايير مستوى الدافع لتقليل التنافر لدى الفرد. [36]، كما أشار شيرلى و واكسلاك Cheryl. J. & Wakslak (2012) فى محاولة التوصل لدور مستوى تفسير القضايا لدى الأفراد من التحقيق من عملية التنافر حيث أفاد المشاركين فى الدراسة إلى أن الأفراد الذين لديهم مستوى عال من التفسير للقضية المسببة للتنافر كانوا أكثر قوة فى التقليل من درجات التنافر من الأفراد ذوى التفسيرات المنخفضة عن القضايا، كما أن درجة أهمية القضية لدى الشخصية ساهمت بقدر كبير فى خفض درجات التنافر سواء ارتبط ذلك بتفسيرات مرتفعة أو منخفضة لدى الفرد عن القضية المثارة. [40]

وعلى الرغم من أن نظرية التنافر المعرفى قد تم تحديدها بشكل كبير من خلال المراجعات والنظريات البديلة إلا أن هناك دعماً قوياً للنسخة الأصلية على الرغم من أن هذه النظريات حاولت شرح جميع الأدلة حول عملية التنافر المعرفى، وعلى الرغم من أن هذه المحاولات قدمت منظوراً جديداً للتنافر المعرفى إلا أن الباحثون يستخدمونها لشرح الظواهر البشرية ذات الصلة والتنبؤ بسلوكيات الفرد نحو التنافر المعرفى. [41]

(ب) نظرية التنافر المعرفى ومواقع التواصل الاجتماعى:

أصبح استخدام مواقع التواصل الاجتماعى جزءاً لا يتجزأ من حياة الأفراد، حيث يتمكن الأفراد من خلالها الوصول إلى أنواع مختلفة من المعلومات، كما يمكنهم نشر الآراء بحرية وبأقل التكاليف مما أدى إلى طمس الحدود الاجتماعية بين مختلف المجموعات الغير متجانسة عبر منصات التواصل الاجتماعى[42]، و يرى Bennett & Lyengar (2008)

أن الأفراد يكونون أكثر نشاطاً عبر شبكات التواصل الاجتاعى حيث يصادفون العديد من المعلومات المختلفة والمتكررة بما فى ذلك الآراء التي تتعارض مع وجهة نظرهم الخاصة والتى يطبق عليها عدم تجانس محتوى شبكات التواصل الاجتماعى[43]، كما أشارت دراسة Kim, Hsu & Gilde Zunige (2015) إلى أن مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعى سيواجهون آراء مخالفة لآرائهم بشكل متكرر عندما يكونون أكثر انخراطاً فى استخدام وسائل التواصل الاجتماعى[44]، كما أشارت دراسة موتز Motez (2002) إلى القوة المؤثرة لمثل هذا التباين على تنمية المدارك العقلية للمستخدمين. وخاصة الجوانب الإيجابية فى حالة تعرضهم لأنواع مختلفة من الرسائل الغير متجانسة فيكونوا أكثر شمولاً للآراء المختلفة وتطوير مداركهم.[45] وعلى الجانب الآخر، اظهرت دراسة Tsang (2017) أن تعرض الأفراد لمنشورات غير منسقة عبر الإنترنت مع المواقف فإنهم قد يواجهون صراعاً من المعتقدات ويشكلون مشاعر سلبية وأنهم سوف يسعون فى حالة المعاناة من التنافر إلى الحصول على معلومات متطابقة أو يتهربون من المواقف لتقليل درجات التنافر لديهم.[46] كما توصلت دراسة Tud Oroui, 2014 إلى أن الأفراد عند تعرضهم لمعلومات معاكسة فإنهم يتعاملون بشكل مختلف من حيث المشاركة النشطة للمحتوى، وأشار Weeks & Gil de Zuniga (2017) أن الأفراد لديهم طريقة أخرى لتقليل التنافر يتمثل فى التعبير عن آرائهم الخاصة وإظهار النوايا العاطفية والمواقف والسلوكيات لتحقيق درجات الاندماج والتقليل من التنافر، ويمكن أن يصل السلوك إلى الاستجابة بشكل أكبر فاعلية للمعلومات المضادة ومحاولة اقناع الآخرين الذين لديهم آراء مختلفة حيث أشار ويكسنر Weiksner إلى أن مجرد التعبير عن المشاكل هو استراتيجية لإقناع الآخرين. [47]

وتعد المصداقية أحد العناصر الهامة فى تفسير بعض الفروض الخاصة بنظرية التنافر المعرفى، وتعنى المصداقية المؤشرات والمعايير الى تحدد مدى صدق المضمون من كذبه، وهى مجرد قابلية الوسيلة للتصديق أو الاعتماد على صدقها والثقة فى هذه الوسيلة وإمكانية الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات والآراء مقارنة بتميزها عن الوسائل، وتتعدد أبعاد المصداقية لتشمل ثلاثة أبعاد هامة هى:

(أ) مصداقية المضمون ووضوح الرسالة

(ب) مصداقية القائم بالاتصال والموضوعية.

(جـ) مصداقية الوسيلة واعتمادها على المصادر الموثوقة.

كما أن هناك مجموعة من الأنماط التي ينظر بها الناس إلى مصداقية محتوى الإنترنت والتى من أهمها الصدق، حب الجمهور، الجودة، الدقة، ووضوح الأفكار والاتجاهات. [48]

تطبيق نظرية التنافر المعرفي على موضوع الدراسه :-

اعتمدت الباحثة علي نظريه التنافر المعرفي كإطارا نظريا حيث هدفت الي التحقق من فروض النظريه في عده مجالات أهمها مجال تعرض الجمهور للمعلومات المتعارضة حول موضوع الدراسه (لقاحات كوفيد19) وهو من الموضوعات التي ثار عليها الجدل بين الجمهور للوصول الي قرار تلقي اللقاح والقبول المجتمعي له، كما قامت الباحثة بقياس مستويات التنافر المعرفي ومحاولة التحقق من العلاقات الارتباطية بين مستويات التنافر المعرفي ومتابعة المحتوى الذي قدمته مواقع التواصل الاجتماعي حول قضية لقاحات كوفيد بالإضافة إلي محاولة التحقق من العلاقه الارتباطيه بين مصداقيه المحتوى والقبول المجتمعي هذا الي جانب قياس الأساليب التي اتبعها الجمهور نحو المعلومات المتعارضة للتقليل من درجات التنافر المعرفي وعلاقة ذلك بالاتجاهات نحو القبول المجتمعي .

نوع البحث ومنهجه:

اتبعت الدراسة المنهج الوصفي والذي يعد من أبرز المناهج المستخدمة فى البحوث الإعلامية ، وهو طريقة لدراسة الظواهر أو المشكلات العلمية من خلال القيام بالوصف بطريقة علمية، ومن ثم الوصول إلى تفسيرات منطقية لها دلائل وبراهين تمنح الباحث القدرة على وضع أطر محددة للمشكلة، ويتم استخدام ذلك في تحديد نتائج البحث، وفى إطار المنهج الوصفي استخدمت الباحثة اسلوب المسح بالعينة .

عينة الدراسة: -

قامت الباحثه بتطبيق الدراسة علي عينه من الجمهور المصري قدرها (٤٠٠ مفردة) باستخدام أسلوب العينه المتاحه ويوضح الجدول التالي خصائص عينه الدراسة :-

جدول رقم (١) خصائص عينة الدراسة

خصائص العينة		ك	٪
النوع	ذكر	133	٪33.2
	أنثى	267	٪66.8
الفئة العمري	من 18 لأقل من 20 سنة	102	٪25.5
	من 20 لأقل من 30 سنة	129	٪32.2
	من 30 لأقل من 40 سنة	71	٪17.8
	من 40 لأقل من 50 سنة	52	٪13
	50 سنة فأكثر	46	٪11.5
المستوي التعليمي	تعليم أساسي	8	٪2
	مؤهل متوسط	25	٪6.3
	مؤهل جامعي	288	٪72
	ماجستير/ دكتوراه	79	٪19.7

خصائص العينة		ك	٪
المستوى الاقتصادي	منخفض	115	٪28.8
	متوسط	194	٪48.5
	مرتفع	91	٪22.7
النطاق الجغرافي للسكن	ريف	121	٪30.2
	حضر	279	٪69.8
المحافظة	القاهرة	122	٪30.5
	الجيزة	117	٪29.2
	محافظات الوجه البحري	126	٪31.6
	محافظات الوجه القبلي	35	٪8.7

جدول رقم (٢) موقف عينة الدراسة من حيث تلقي لقاحات كوفيد 19

موقف عينة الدراسة من تلقي لقاحات كوفيد ١٩		ك	٪
تلقي اللقاح	نعم	337	94.2
	لا	23	5.8
عدد الجرعات	جرعة واحدة	48	٪12.7
	جرعتان	290	٪76.9
	ثلاث جرعات	39	٪10.4
نوع اللقاح	فايزر	67	٪17.8
	استرازينكا	105	٪27.9
	موديرنا	6	٪1.6
	سينافورم	50	٪13.3
	سينوفاك	130	٪34.5
	جونسون	11	٪2.9
	سيبوتنيك	9	٪2.4
أسلوب الحصول علي اللقاح	مقر العمل	125	٪33.2
	التواصل الخاص	256	٪67.9
توافر النيه للحصول علي جرعات مستقبلية	نعم	240	٪64.7
	لا	131	٪35.3

أدوات الدراسة:-

قامت الباحثة بتصميم استبيان الكتروني لجمع بيانات الدراسة وقد تضمن الاستبيان (٢١ سؤالاً) تشمل جميع محاور الدراسة وتم توزيع الاستبيان في مجموعات الكترونيه متنوعة في الفتره من ٢ /٢ الي١٠ /٣/ ٢٠٢٢ .

تساؤلات الدراسة:-

1- ما معدلات متابعه مواقع التوصل الاجتماعي للحصول علي معلومات عن لقاحات كوفيد19؟

٢- ما اكثر المواقع الاجتماعية متابعة لدي العينه الدراسه للحصول علي معلومات عن لقاحات كوفيد19؟

٣- ما أسباب متابعة عينه الدراسه لمواقع التواصل الاجتماعي للحصول علي معلومات عن لقاحات كوفيد19؟

٤- ماهي اتجاهات المبحوثين نحو القبول المجتمعي لتلقي لقاح كوفيد19؟

٥- ما هي اتجاهات المبحوثين نحو المعلومات المتعارضة عن لقاح كوفيد19 من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ؟

٦- ما الأساليب التي استخدمتها عينة الدراسة للتقليل من درجات التنافر المعرفي الناتجه من المعلومات المتعارضة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي عن لقاح كوفيد19 ؟

فروض الدراسة :-

١- توجد علاقة ارتباطيه داله احصائياً بين كثافه تعرض الجمهور للمعلومات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي عن موضوع لقاح كوفيد19 ومستويات التنافر المعرفي لديهم.

٢- توجد علاقة ارتباطيه داله احصائياً بين مستويات التنافر المعرفي لدي الجمهور من خلال معلومات شبكات التواصل الاجتماعي عن لقاح كوفيد19 والاتجاهات نحو القبول المجتمعي له.

٣- توجد علاقة ارتباطيه داله احصائياً بين نوع موقع التواصل الاجتماعي الذي يقدم معلومات عن لقاح كوفيد 19 ومستويات التنافر المعرفي لدي الجمهور من خلال معلومات شبكات التواصل الاجتماعي عن لقاح كوفيد19.

٤- توجد علاقة ارتباطيه داله احصائيا بين نوع موقع التواصل الاجتماعي الذي يقدم معلومات عن لقاح كوفيد 19 والاتجاهات نحو القبول المجتمعي له.

٥- توجد علاقه ارتباطيه داله احصائيا بين مصداقيه معلومات مواقع التواصل الاجتماعي عن لقاح كوفيد19 و مستويات التنافر المعرفي لديهم.

٦- توجد علاقه ارتباطيه داله احصائيا بين مصداقيه معلومات مواقع التواصل الاجتماعي عن لقاح كوفيد 19 والاتجاهات نحو القبول المجتمعي له.

٧- توجد علاقه ارتباطيه داله احصائيا بين أساليب الجمهور للحد من التنافر المعرفي حول معلومات مواقع التواصل الاجتماعي عن لقاح كوفيد 19 والاتجاهات نحو القبول المجتمعي له.

٨- توجد فروق ذات دلاله احصائيه بين مستويات التنافر المعرفي وفقا المتغيرات الديموجرافيه (النوع - الفئه العمرية- المستوي التعليمي-المستوي الاقتصادي الاجتماعي) والاتجاهات نحو القبول المجتمعي للقاح كوفيد 19.

مقاييس الدراسة-:

1) كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات عن لقاحات كوفيد 19

تم قياسه من خلال ثلاثة أسئلة، الأول عن مدى الاستخدام ببدائل إجابة (دائما 3 درجات، وأحيانا درجتين، ونادرا درجة واحدة)، والثاني عن عدد أيام الاستخدام أسبوعيا ببدائل إجابة (ثلاثة أيام فأكثر 3 درجات، ومن يومين إلى ثلاثة أيام درجتين، ويوم واحد درجة واحدة)، والثالث عن عدد ساعات الاستخدام اليومي ببدائل إجابة (ثلاثة ساعات فأكثر 4 درجات، ومن ساعتين لأقل من ثلاث ساعات 3 درجات، ومن ساعة لأقل من ساعتين درجتين، وأقل من ساعة درجة واحدة). لتتراوح الدرجة الكلية للمقياس بين 3 و10. وتم تصنيف المبحوثين وفق درجاتهم إلى ثلاث مجموعات على النحو التالي:

- منخفض (3-5 درجات)
- متوسط (6-7 درجات)
- مرتفع (8-10 درجات)

2) دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات عن لقاحات كوفيد 19

تم قياسه من خلال ثماني عبارات يحدد المبحوث موقفه منها على مقياس ثلاثي، هو: (دائما 3 درجات، وأحيانا درجتين، ونادرا درجة واحدة)، لتتراوح الدرجة الكلية للمقياس بين 8 و24. وتم تصنيف المبحوثين وفق درجاتهم إلى ثلاث مجموعات على النحو التالي:

- منخفض (8-13 درجة)
- متوسط (14-18 درجة)
- مرتفع (19-24 درجة)

3) مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم المعلومات حول موضوع اللقاحات المضادة لكوفيد 19

تم قياسه من خلال سبع عبارات يحدد المبحوث موقفه منها على مقياس ثلاثي، هو: (موافق 3 درجات، ومحايد درجتين، ومعارض درجة واحدة)، لتتراوح الدرجة الكلية للمقياس بين 7 و21. وتم تصنيف المبحوثين وفق درجاتهم إلى ثلاث مجموعات على النحو التالي:

- منخفض (7-11 درجة)
- متوسط (12-16 درجة)
- مرتفع (17-21 درجة)

4) القبول المجتمعي

تم قياسه من خلال ثلاث عشرة عبارات يحدد المبحوث موقفه منها على مقياس ثلاثي، هو: (موافق 3 درجات، ومحايد درجتين، ومعارض درجة واحدة)، لتتراوح الدرجة الكلية للمقياس بين 13 و39. وتم تصنيف المبحوثين وفق درجاتهم إلى ثلاث مجموعات على النحو التالي:

- منخفض (13-21 درجة)
- متوسط (22-30 درجة)
- مرتفع (31-39 درجة)

5) الاتجاهات نحو المعلومات المتعارضة التي ترد من خلال مواقع التواصل الاجتماعي حول لقاح كوفيد 19

تم قياسه من خلال عشر عبارات يحدد المبحوث موقفه منها على مقياس ثلاثي، هو: (موافق 3 درجات، ومحايد درجتين، ومعارض درجة واحدة)، لتتراوح الدرجة الكلية للمقياس بين 10 و30. وتم تصنيف المبحوثين وفق درجاتهم إلى ثلاث مجموعات على النحو التالي:

- سلبي (24-30 درجة)
- محايد (17-23 درجة)
- إيجابي (10-16 درجة)

اختبارات الصدق والثبات:

المقصود بالصدق مدى صلاحية أدوات القياس لما وضعت لقياسه ومدى صلاحيتها لتحقيق أهداف الدراسة، وقد قامت الباحثة بإجراء اختبار لصدق الاستمارة الميدانية من خلال عرضها على عدد من المحكمين وتم تعديل بعض البنود بناء على ما ابدوه من ملاحظات كما تم إجراء اختبار قبلى Pre-testعلى عينة تمثل 10٪ من حجم العينة الاصلى وهى (20

مفردة) وتم تعديل بعض المقاييس والبدائل والأسئلة لتسهيل الفهم والاستجابة ثم قامت الباحثة بإجراء إعادة تطبيق الاستمارة على (10٪) من عينة الدراسة بعد أسبوعين من التطبيق الأول, وبلغت نسبة الثبات (93٪) وهى نسبة جيدة يمكن الوثوق بها .

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع البيانات اللازمة للدراسة، تم إدخالها -بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم SPSS اختصاراً لـ: Statistical Package for the Social Sciences (Version 23)، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

2- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

3- حساب الوزن النسبي للبنود المُقاسة على مقياس ليكرت، وذلك عن طريق حساب المتوسط الحسابي لها، ثم ضرب النتائج X 100، ثم قسمة النتائج على الحد الأقصي لدرجات المقياس.

4- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio). وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.4 ، ومتوسطة ما بين 0.4-0.7 ، وقوية إذا بلغت 0.7 فأكثر.

5- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مستقلتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).

6- تحليل التباين ذو البعد الواحد (One way Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).

7- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (LSD: Least Significance Difference) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائياً بينها.

وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95٪ فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

نتائج الدراسة :-

استعرضت الباحثة نتائج الدراسة من خلال محورين رئيسيين :-

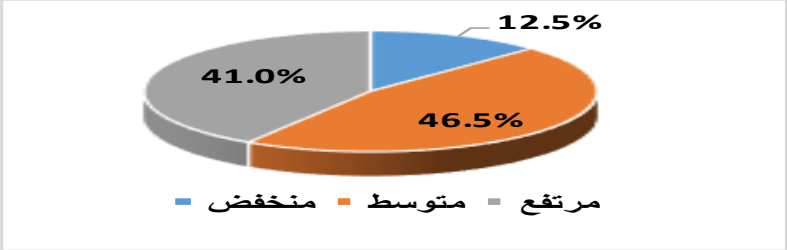
المحور الاول: - النتائج العامة للدراسة .

المحور الثانى: - نتائج اختبار فروض الدراسة

وفيما يلى عرضاً لهذه النتائج:-

المحور الأول:- النتائج العامة للدراسة

1- متابعة عينه الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات عن لقاحات كوفيد 19:-



شكل رقم (١) متابعة عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعى

تشير بيانات الشكل البياني السابق ارتفاع معدلات متابعة عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعى فى الحصول على المعلومات عن لقاحات كوفيد 19 حيث اتضح من المقياس لكثافة التعرض ارتفاع نسبة المتابعه لها لتصل إلى (57.2٪)، وجاءت المتابعة بنسبة متوسطة بنسبة (32.5٪) ثم المتابعة بنسبة منخفضه تصل إلي (10.3٪).

وتتفق نتيجة الدراسة فى هذا الصدد مع العديد من الدراسات التي توصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعى كانت من المصادر الأولية للمعلومات حول كوفيد 19 مثل دراسة مليك سالم Malik, Sallam (2020) ودراسة نادية الصعيدى (2020) والتى توصلت إلى أن شبكات التواصل الاجتماعى جاءت فى مقدمة الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها الجمهور المصرى فى الحصول على معلومات حول جائحة كورونا ودراسة حسين خليفة (2020)

والتى توصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعى قد جاءت فى مقدمة وسائل الإعلام من حيث متابعة جائحة كورونا وبنسبة (88.7٪)، وتوصلت دراسة حسام فايز 2020 إلى أن (99.3٪) من عينة البحث تابعوا أخبار والمعلومات عن كوفيد 19 من خلال شبكات التواصل الاجتماعى، فى حين اختلفت نتائج الدراسة فى هذا الصدد مع دراسة راشيل، وبليتش Rachel, Piltch (2021) والتى توصلت إلى أن (61٪) من عينة الدراسة بالولايات المتحدة الأمريكية قد تلقوا المعلومات حول كوفيد 19 من قنوات التليفزيون المحلى فى حين تلقى (37.8٪) معلوماتهم من شبكات التواصل الاجتماعى، واختلفت نتائج الدراسة أيضاً مع دراسة شيبانى، الزيبيبي (2021) على السكان بسوريا والتى توصلت إلى أن أهم مصادر المعلومات حول لقاح فيروس كورونا لدى عينة الدراسة تمثلت فى العاملون فى الرعاية الصحية وبنسبة (50.9٪).

2- درجة متابعة مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات عن لقاحات كوفيد 19

جدول رقم (٣) درجة متابعة مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات عن لقاحات كوفيد 19

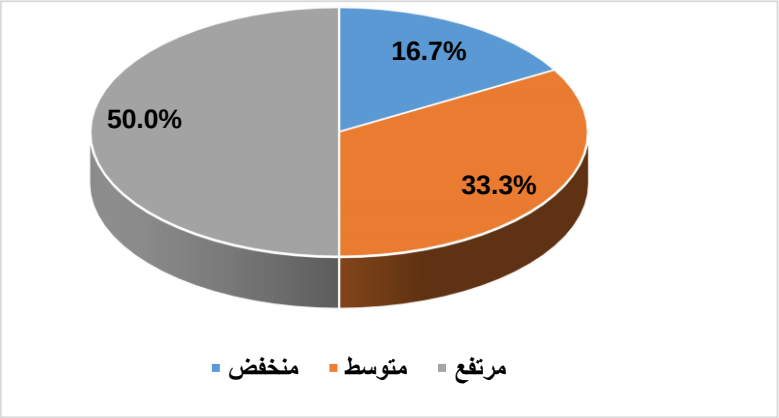
درجة المتابعة / المواقع	دائمًا		أحيانًا		نادرًا		لا أستخدمه		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
فيسبوك	230	٪57.5	116	٪29	35	٪8.8	19	٪4.7	2.39	٪79.8
واتساب	166	٪41.5	91	٪22.8	81	٪20.2	62	٪15.5	1.90	٪63.4
يوتيوب	79	٪19.8	142	٪35.5	109	٪27.2	70	٪17.5	1.58	٪52.5
انستجرام	71	٪17.7	106	٪26.5	103	٪25.8	120	٪30	1.32	٪44
تويتر	51	٪12.8	73	٪18.2	94	٪23.5	182	٪45.5	0.98	٪32.8
لينكد إن	24	٪6	39	٪9.8	93	٪23.2	244	٪61	0.61	٪20.3
سناب شات	20	٪5	48	٪12	86	٪21.5	246	٪61.5	0.60	٪20.2
كلوب هاوس	10	٪2.5	33	٪8.2	78	٪19.5	279	٪69.8	0.44	٪14.5

تتضح من بيانات الجدول السابق أبرز مواقع التواصل الاجتماعى التي تم متابعتها من جانب عينة الدراسة فى الحصول على معلومات عن لقاحات كوفيد 19 حيث تصدر موقع الفيسبوك المرتبة الأولى وبوزن نسبى قدره (79.8٪) تلا ذلك الاعتماد على تطبيق الواتساب فى المرتبة الثانية وبوزن نسبى قدره (63.4٪). أما موقع اليوتيوب فقد جاء الاعتماد عليه فى المرتبة الثالثة وبوزن نسبى قدره (52.5٪) تلاه موقع الانستجرام فى المرتبة الرابعة وبوزن نسبى قدره (44٪)، ثم جاء الاعتماد على موقع تويتر فى المرتبة الخامسة وبوزن نبسبى

قدره (32.8٪) تلا ذلك كل من السناب شات واللينكدإن بأوزان نسبية متقاربة بلغت حوالى (20٪) وأخيراً ورد متابعة موقع كلوب هاوس فى المرتبة الأخيرة وبنسبة (14.5٪) وذلك للحصول على معلومات بشأن لقاحات كوفيد 19.

وقد اتفقت نتائج الدراسة فى هذا الصدد من حيث تصدر موقع الفيس بوك قائمة مواقع التواصل الاجتماعى كمصدر هام للاعتماد عليه فى الحصول على المعلومات حول لقاح كوفيد 19 مع دراسة سمير عبده، إيمان السيد (2022) والتى وصلت إلى أن الفيس بوك يأتى فى مقدمة الوسائل الإعلامية التي بعضها أهل الصعيد كوسيلة إعلامية وبنسبة (71٪) من عينة الدراسة. فى حين اختلفت نتائج الدراسة فى دراسة زيدان، وانج Zidian & Wang (2021) والتى توصلت إلى أن مناقشة موضوع لقاحات كورونا بين مستخدمى موقع تويتر قد بلغت ذروتها فى نهاية عام 2020، كما أشارت دراسة كيومار وباهنو Kumar & Bhanu (2021) إلى أن الجماهير قد تحدثت عن مشاعر الخوف والقلق حول توفير لقاح كوفيد للعالم من خلال موقع تويتر بنسبة أكبر من مواقع التواصل الاجتماعى الأخرى. كما اختلفت النتائج مع دراسه شيباني (2021) حيث تمثلت أهم مصادر المعلومات للمواطن السوري فى العاملون فى الرعاية الصحية بنسبة (59٪) تلا ذلك وسائل التواصل الاجتماعى وبنسبة (46.3٪).

٣- موقف المبحوثين من العبارات الخاصة بأسباب متابعة مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات لقاحات كوفيد 19



شكل رقم (٢) أسباب متابعة مواقع التواصل الاجتماعي

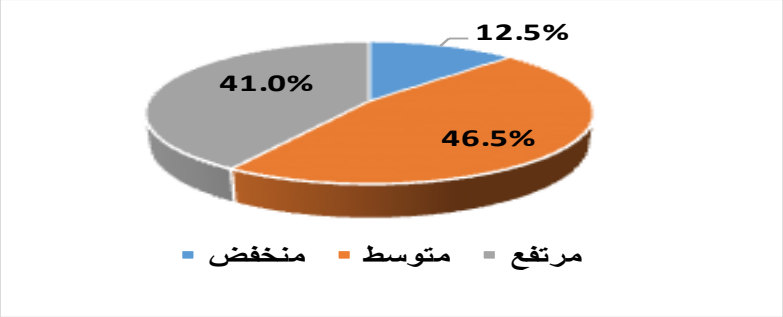
يتضح من هذا الشكل البياني رقم (٢)، ان نصف العينة بنسبة 50٪ من ذوي الدرجة المرتفعة من دوافع متابعة وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات عن لقاحات

كوفيد19، يليهم من حيث العدد المبحوثين ذوي الدرجة المتوسطة للدوافع بنسبة 33.3٪، في حين بلغت نسبة المبحوثين ذوي الدرجات المنخفضة على مقياس الدوافع 16.7٪ من إجمالي العينة.

وقد ظهرت هذه الدوافع في موقف المبحوثين من العبارات الخاصة بأسباب متابعتهم مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات لقاحات كوفيد 19، حيث جاء في الترتيب الأول "التعرف على الاثار الجانبية للقاح" بمتوسط حسابي 2.40 ووزن نسبي 80٪، يليه "الرغبة في الحصول على آخر المستجدات عن اللقاح" بمتوسط حسابي 2.31 ووزن نسبي 76.9٪، ثم "التعرف على مدي فاعليه اللقاح المستقبلية" بمتوسط حسابي 2.27 ووزن نسبي 75.5٪.

وقد اتفقت نتائج الدراسه في هذا الصدد مع دراسة الجامعة الكاثولوكية البرتغالية (2020)ودراسة J.Garay et al.(2019) والتي توصلت إلي أن اكثر من نصف عينة الدراسة 67% كان ليهم خوف وقلق من الآثار الجانبيه للقاح من حيث الضرر الجسدي والمكونات السامة والتفاعل مع الادوية والشلل والقتل والعصبية والذي ظهر بشكل اكبر لدي المتابعين لوسائل التواصل الاجتماعي مما أثر علي التردد في قبول اللقاح ومقاومته .

٤- اتجاهات المبحوثين نحو مصداقية محتوي مواقع التواصل الاجتماعي)عن اللقاحات المضاده لكوفيد 19 :-

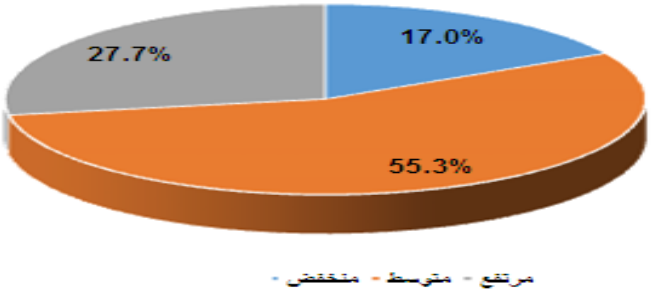


شكل رقم (٣) اتجاهات المبحوثين نحو مصداقية محتوي مواقع التواصل الاجتماعي

كما يتضح من بيانات الشكل البياني رقم (٣)، ان (46.5٪) من عينة الدراسة لديهم اتجاهات محايدة نحو مصداقية محتوي شبكات التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالمعلومات عن لقاحات كوفيد 19، يليهم من حيث العدد المبحوثين ذوي الاتجاهات الايجابية بنسبة (41٪)، في حين بلغت نسبة المبحوثين ذوي الاتجاهات المعارضة على مقياس الاتجاهات (12.5٪) من إجمالي العينة.

وقد ظهرت الاتجاهات المحايدة للمبحوثين من العبارات الخاصة بمصداقية محتوي شبكات التواصل الاجتماعي عن معلومات لقاحات كوفيد 19، حيث جاء في الترتيب الأول تقديم مواقع التواصل الاجتماعى للمعلومات التفصيلية بمتوسط حسابي (٢.٣٧) وبوزن نسبى قدره (79.5٪) تلا ذلك عنصر الشمول من خلال تقديم كل المستجدات بمتوسط حسابي (٢.٣٤) وبوزن نسبى قدره (78.9٪)، ثم ورد عنصر الوضوح والبساطة للمعلومات المتخصصة فى المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٢.٣٤) وبوزن نسبى قدره (77.8٪) ،تلا ذلك "عنصر توازن المعلومات " فى المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٢.١٩) وبوزن نسبى قدره (73.1٪)، أما عنصر "فورية المعلومات" فقد جاء فى المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٢.١٤) وبوزن نسبي قدره (73.1٪)، تلاه عنصر "تقديم كل الأدلة والبراهين" فى المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (٢.١٠)وبوزن نسبى قدره (70٪)، أما "عنصر دقة المعلومات" فقد ورد فى المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (٢.٠٣) وبوزن نسبى قدره (67.6٪)، وتتفق نتيجة الدراسه في هذا الصدد مع دراسة حسين خليفة التي توصلت الي ان الجمهور لديه درجات مرتفعه من الثقه نحو معلومات التواصل الاجتماعي بخصوص كوفيد 19 وخاصة القنوات الحكوميه الرسميه .

٥- اتجاهات المبحوثين نحو القبول المجتمعي للقاحات كوفيد 19



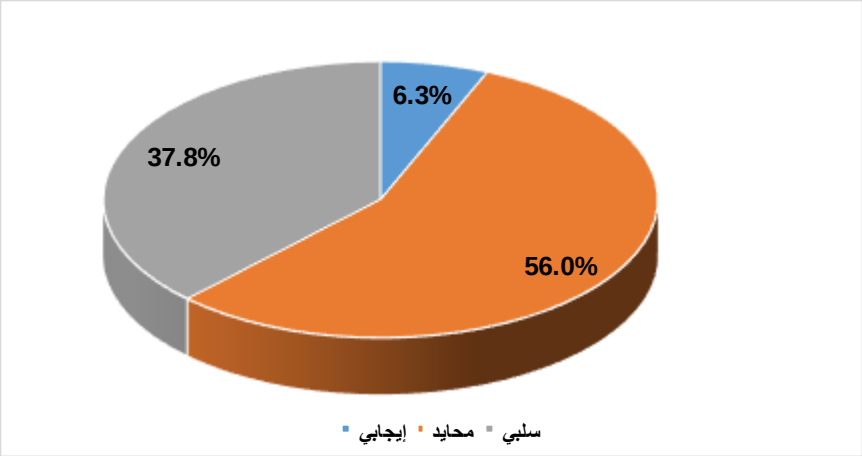
شكل رقم (٤) اتجاهات المبحوثين نحو القبول المجتمعي

كما يتضح من بيانات الشكل البياني رقم (٤)، ان (٥٥.٣٪) من عينة الدراسة لديهم اتجاهات محايدة نحو القبول المجتمعي لموضوع لقاحات كوفيد 19، يليهم من حيث العدد المبحوثين ذوي الاتجاهات الإيجابية بنسبة (٢٧.٧٪)، في حين بلغت نسبة المبحوثين ذوي الاتجاهات المعارضة على مقياس الاتجاهات (١٧٪) من إجمالي العينة.

وقد ظهرت الاتجاهات المحايدة للمبحوثين من العبارات الخاصة بالقبول المجتمعي للقاحات كوفيد 19، حيث جاء في الترتيب الأول عبارة "تقوية المناعة الطبيعية افضل من اللقاح" بمتوسط حسابي (٢.٤٣٪) وبوزن نسبى قدره (٨٠.٩٪) تلا ذلك عبارة"أؤيد القرارات الحكومية بالزامية تلقى اللقاح لكل المواطنين" بمتوسط حسابي (٧٧.٤٪) ووزن نسبي (٢.٣٢٪) ،ثم جادت عبارة "اشجع المعارف والأصدقاء على تلقي اللقاح" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٢.٣٠٪) ووزن نسبي (٧٦.٦٪). تلاها عبارة "لدى النية لتلقى كل الجرعات المستقبلية للقاح فى المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٢.٣٠٪) ووزن نسبي (75.3٪)، أما عبارة "سارعت بالتسجيل عبر الموقع الإلكترونى لتلقى اللقاح" فقد وردت فى المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٢.٢٢٪) وبوزن نسبى قدره (٧٤٪).

جاءت عبارة "اللقاح وسيلة للربح من جانب الشركات الاستثمارية وعبارة "اللقاحات هي السبيل الأمثل للوقاية من فيروس كوفيد 19 فى المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (٢.٢٢٪) لكل منهما وبوزن نسبى قدره (73.8٪)، (72.2٪) ، تلا ذلك عبارة "فيروس كورونا متحور ولا داعى للقاح" فى المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (٢.١٥٪) وبوزن نسبى قدره (71.6٪)، فى حين وردت عبارة "مناعة القطيع هى التى ستقضى على فيروس كورونا" فقد وردت فى المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي (٢.٠٦٪) وبوزن نسبى قدره (68.8٪) ،تلاها عبارة "اتخاذ الإجراءات الاحترازية يمنع الإصابة ولا داعى للقاح فى المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (٢.٠٢٪) وبوزن نسبى قدره (67.4٪) تلا ذلك عبارة "اللقاح لا قيمة له فالإصابات متزايدة" فى المرتبة العاشرة وبمتوسط حسابي (١.٩٣٪) وبوزن نسبى قدره (64.2٪) وأخيراً حصلت عبارة "اللقاح يسبب الأمراض المزمنة والوفاة" على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (١.٩٠٪) وبوزن نسبى قدره (63.3٪). وتتفق نتيجه الدراسه في هذا الصدد مع دراسة الجامعه البرتغاليه الكاثوليكيه (٢٠٢٠) و التي توصلت الي ان نصف المبحوثين يرون ان التطعيم سيقلل من معدلات الاصابه وبلغت معدل القبول للقاح لديهم ١٠٠٪.

٦ - اتجاهات المبحوثين نحو المعلومات المتعارضة من خلال مواقع التواصل الاجتماعى حول لقاح كوفيد 19 (التنافر المعرفى):-



شكل رقم (٥) اتجاهات المبحوثين نحو المعلومات المتعارضة من خلال مواقع التواصل الاجتماعى (التنافر المعرفى)

- كما يتضح من بيانات الشكل البياني رقم (٥)، ان(٥٦٪) من عينة الدراسة لديهم اتجاهات محايدة نحو التنافر المعرفي الناتج لديهم من معلومات شبكات التواصل الاجتماعي عن موضوع لقاحات كوفيد19، يليهم من حيث العدد المبحوثين ذوي الاتجاهات الإيجابية بنسبة (٣٧.٨٪)، في حين بلغت نسبة المبحوثين ذوي الاتجاهات المعارضة على مقياس الاتجاهات (٦.٣٪) من إجمالي العينة.

وقد ظهرت الاتجاهات المحايدة للمبحوثين من العبارات الخاصة بقياس الاتجاهات نحو التنافر المعرفي حيث جاءت عبارة "ابحث دائماً عن صحة الأخبار والمعلومات الواردة عن لقاح كوفيد فى المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٢.٥٦٪) وبوزن نسبى قدره (85.3٪)، تلا ذلك عبارة "أشعر بالانزعاج من تكرار المعلومات المتعارضة فى المرتبة الثانية وبمتوسط حسابي (٢.٥٢٪) وبوزن نسبى قدره (84٪)، وجاءت عبارة "أشعر بالقلق الشديد عند تلقى المعلومات المتعارضة فى المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٢.٤٤٪) وبوزن نسبى قدره (81.2٪) ثم جاءت عبارة "أقارن بشكل مستمر بين معلومات مواقع التواصل حول اللقاح وما يحدث فى الواقع" فى المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (٢.٣٦٪) وبوزن نسبى قدره (78.6٪) تلتها عبارة "اتعجب من اختلاف سياسات بعض حكومات الدول حول استمرار الإجراءات الاحترازية فى المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (٢.٣٢٪) وبوزن نسبى قدره (77.3٪) تلتها عبارة "أعانى من صراع داخلى لتعارض المعلومات عن اللقاح وعدم فاعليته" وعبارة "افكر دائماً فى مستقبل تحورات كورونا" فى

المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (٢.٢٩٪) وبوزن نسبى قدره (67.4٪) ، (٧٦.٣٪) ، فى حين وردت عبارة "أتابع احصائيات الوفيات والإصابات فى حالة قلق مستمر" فى المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (٢.٠٩٪) وبوزن نسبى (٦٩.٧٪)، تلا ذلك عبارة "تحتل المعلومات عن اللقاح أولويات البحث الخاص بى من خلال مواقع التواصل الاجتماعى" فى المرتبة الثامنه بمتوسط حسابي (٢.٠١٪) وبوزن نسبى (67.1٪) ، وأخيراً وردت عبارة "أعانى من اضطرابات النوم بسبب الصراع والخوف من تأثيرات اللقاح نظراً للمعلومات المتعارضة من التأثيرات المستقبلية فى المرتبة الأخيرة" بمتوسط حسابي (١.٦١٪) وبوزن نسبى (53.6٪). وتتفق نتيجة الدراسة في هذا الصدد مع دراسة Ki. Myeong & Zo.Hangjung et al., (2019)التي توصلت الي انه كلما زاد استخدام الافراد لشبكات التواصل الاجتماعي زاد تعرضهم للآراء المتعارضة وزاد شعورهم بعدم الارتياح من أجل حل المشاعر الغير مريحة ،كما توصلت دراسة فيرارا (2020) ان منصات التواصل الاجتماعي كانت مملوءة بالروبوتات والحاسبات الالية التي من شأنها تضخيم موضوعات معينة للمناقشة علي حساب موضوعات اخرى حيث كشفت الدراسة عن استخدام الريبوت للترويج لنظرية المؤامرة السياسية والدعاية فيما يتعلق بفيروس كورونا في الولايات المتحده الامريكية .(49)

٧- أساليب الحد من التنافر المعرفى الناتج عن تلقى المعلومات المتعارضة عن لقاحات كوفيد 19 من خلال مواقع التواصل الاجتماعى لدى عينة الدراسة :-

جدول رقم (4) أساليب الحد من التنافر المعرفي (ن=٤٠٠)

أساليب الحد من التنافر المعرفي	ك	٪
عدم التفاعل والمشاركة لمنشورات المواقع	269	٪67.3
أحرص على الانتقاء للمواقع ذات الموثوقية في المستقبل	209	٪52.3
أحذر الاخرين من خلال النشر والمشاركة والتفاعل لتوعيتهم	99	٪24.8
حذف الأصدقاء الذين يقومون بمشاركة منشورات تلك المواقع	44	٪11

يتضح من بيانات الجدول السابق أن عدم التفاعل مع المواقع الاجتماعية التى تقدم المعلومات المتعارضة قد ورد فى المرتبة الأولى لدى عينة الدراسة كأسلوب للحد من درجات التنافر المعرفى وبنسبة (67.3٪)، تلا ذلك "الحرص على الانتقاء للمواقع ذات الموثوقية وبنسبة (52.3٪)، ثم جاء "تحذير الآخرين من خلاله التفاعل والمشاركة والتوعية فى المرتبة الثالثة وبنسبة (24.8٪) وأخيراً جاء "حذف الأصدقاء المشاركين للمنشورات المتعارضة فى المرتبة الرابعة وبنسبة (11٪). وتتفق نتيجه الدراسه في هذا الصدد مع دراسه,.Ki.Myeong, & Zo. Hangjung, et al (2019) التي توصلت الي ان المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي يميلون الي التعرض الانتقائي اكثر من السلوك

العاطفي للتخلص من مشاعر عدم الارتياح الناتجة من التعرض لمنشورات شبكات التواصل الاجتماعي.

وتتفق الدراسة مع ما توصلت اليه دراسة ehrbakhsh,Nilashi&Shahla,Asadi et al. (2021) الي ان مشاركة المعلومات اثناءالكوارث الطبيعية والاحداث غير المتوقعة وحالات الطوارىءيعد احد المتطلبات الاساسية لاتخاذ قرارت فعالة ،ووفقاً لمنظمة الصحه العالمية فان المعرفة تعد مرحلة اولية مهمة حيث يتم تحويل المعرفة من العلماء الي المديرين وصانعي السياسات بإعتبار ان المنصات الاجتماعية هي جزء حيوياً في حياة الافراد وتوفر من خلال المنتديات جمع قدر كبير من البيانات وللتوعية واتخاذ القرار الصحيح .(50) ،كما تدل النتائج السابقة على ارتفاع درجات الوعي لدى الجمهور بالإضافة إلى ارتفاع درجات الانتقاء والنشاط نحو التفاعل واتخاذ أساليب فعالة إلى سبيل مواجهة التنافر المعرفى الناشئ عن التنافر المعرفى مما يؤيد فرضية النظرية فى هذا الصدد وهو سعى المتلقى إلى تقليل التنافر المعرفى بأساليب متعددة من أهمها الابتعاد والتفاعل وتوعية الآخرين ومشاركتهم المعلومات الصحيحة التى تؤدى إلى تقليل التنافر المعرفى.

ثانيا :-نتائج اختبار الفروض البحثية:-

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين كثافة تعرض الجمهور للمعلومات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي عن موضوع لقاح كوفيد١٩ ومستويات التنافر المعرفي لديهم.

جدول رقم (٥) معنوية العلاقة الارتباطية بين كثافة تعرض الجمهور للمعلومات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي عن موضوع لقاح كوفيد١٩ ومستويات التنافر المعرفي لديهم

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
**0.352	0.001
** دال عند مستوى معنوية 0.01	

تشير بيانات الجدول السابق أنه باستخدام معامل الارتباط بيرسون للعلاقة بين كثافة تعرض الجمهور للمعلومات من خلال مواقع التواصل الاجتماعى عن موضوع لقاحات كوفيد 19 ومستويات التنافر المعرفى لديهم اتضح وجود علامة ارتباطية بين كثافة التعرض ومستويات التنافر المعرفى، حيث بلغت قيمة معامل إرتباط بيرسون (0.352) وهى علاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.001) وبالتالى توجد علاقة ارتباطية طردية ضعيفة الشدة بين المتغيرين، مما يعنى أنه كلما زادت كثافة التعرض للمعومات عن لقاحات كوفيد

19 لدى عينة الدراسة من خلال مواقع التواصل الاجتماعى، كلما زادت مستويات التنافر المعرفى لديهم.

وبالتالى ثبتت صحة الفرض الأول للدراسة من حيث وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة تعرض الجمهور للمعلومات من خلال مواقع التواصل الاجتماعى عن موضوع لقاح كوفيد 19 ومستويات التنافر المعرفى لديهم. وتتفق نتائج الدراسة في هذا الصدد مع دراسة Kim, Hsu & Gilde Zunige (2015) التي توصلت الي ان مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعى سيواجهون آراء مخالفة لآرائهم بشكل متكرر عندما يكونون أكثر انخراطاً فى استخدام وسائل التواصل الاجتماعى.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مستويات التنافر المعرفي لدي الجمهور من خلال معلومات شبكات التواصل الاجتماعي عن لقاح كوفيد 19 والاتجاهات نحو القبول المجتمعي له.

جدول رقم (٦) معنوية العلاقة الارتباطية بين مستويات التنافر المعرفي لدي الجمهور من خلال معلومات مواقع التواصل الاجتماعي عن لقاح كوفيد 19 والاتجاهات نحو القبول المجتمعي له

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
**0.227-	0.001
** دال عند مستوى معنوية 0.01	

تكشف بيانات هذا الجدول أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين مستويات التنافر المعرفى لدى الجمهور واتجاهات نحو القبول المجتمعى للقاح كوفيد 19 نلاحظ وجود علاقة ارتباية دالة إحصائياً بينهما حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (-0.227) وهى علاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.001) وبالتالى توجد علاقة ارتباطية عكسية ضعيفة الشدة بين المتغيرين، مما يعنى أنه كلما ارتفعت مستويات التنافر المعرفى لدى الجمهور كلما انخفضت الاتجاهات نحو القبول المجتمعى للقاح كوفيد 19.

وبالتالى فقد ثبتت صحة الفرض الثانى القائل بوجود علاقة إرتباطية عكسية بين مستويات التنافر المعرفى لدى الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعى عن لقاح كوفيد 19 والاتجاهات نحو القبول المجتمعى له مما يحمل دلالة تأثير محتوى مواقع التواصل الاجتماعي علي الاتجاهات نحو القبول المجتمعي للقاح .

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين نوع موقع التواصل الاجتماعي الذي يقدم معلومات عن لقاح كوفيد ١٩ ومستويات التنافر المعرفي لدي الجمهور من خلال معلومات شبكات التواصل الاجتماعي عن لقاح كوفيد١٩

جدول رقم (٧) معنوية العلاقة الارتباطية بين نوع موقع التواصل الاجتماعي ومستويات التنافر المعرفي

نوع المواقع		مستويات التنافر المعرفي
موقع فيسبوك	معامل بيرسون	0.268**
	مستوى المعنوية	0.000
موقع تويتر	معامل بيرسون	-0.432**
	مستوى المعنوية	0.000
موقع يوتيوب	معامل بيرسون	0.205**
	مستوى المعنوية	0.000
موقع انستجرام	معامل بيرسون	0.290**
	مستوى المعنوية	0.000
مجموعات واتساب	معامل بيرسون	0.258**
	مستوى المعنوية	0.000
مجموعات clubhouse	معامل بيرسون	0.083
	مستوى المعنوية	0.098
موقع سناب شات	معامل بيرسون	0.047
	مستوى المعنوية	0.351
موقع لينكد	معامل بيرسون	0.050
	مستوى المعنوية	0.318

يتضح من خلال بيانات الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون للعلاقة بين نوع موقع التواصل الاجتماعى الذى يقدم من خلاله المعلومات عن لقاح كوفيد 19 ومستويات التنافر المعرفى لدى الجمهور فقد اتضح ما يلى:

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين التعرض لموقع الفيس بوك Face book ومستويات التنافر المعرفى لدى الجمهور حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.268) وهى علاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.000)، وبالتالى توجد علاقة ارتباطية طردية ضعيفة. الشدة بين المتغيرين، مما يعنى أنه كلما زاد تعرض عينة الدراسة لموقع الفيس بوك كلما زادت مستويات التنافر المعرفى لديهم لقاح كوفيد 19.

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين التعرض لموقع تويتر Twitter ومستويات التنافر المعرفى لدى الجمهور حول موضوع لقاح كوفيد 19. حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (-0.432) وهى علاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.000)، وبالتالى توجد علاقة ارتباطية عكسية متوسطة الشدة بين المتغيرين، بما يعنى أنه كلما زاد تعرض عينة الدراسة لموقع تويتر كلما قلت مستويات التنافر المعرفى لديهم عن لقاح كوفيد 19.

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين التعرض لموقع اليوتيوب YouTube ومستويات التنافر المعرفى لدى الجمهور حول موضوع لقاح كورونا 19 حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.205) عند مستوى معنوية (0.000)، وبالتالى توجد علاقة ارتباطية طردية

ضعيفة الشدة بين التعرض لموقع اليوتيوب ومستويات التنافر المعرفى لدى الجمهور حول موضوع لقاح كوفيد 19.

- توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين التعرض لموقع الإنستجرام Instagram ومستويات التنافر المعرفى لدى الجمهور حول معلومات موضوع لقاح كوفيد 19 حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.290) عند مستوى معنوية (0.000) وبالتالى توجد علاقة ارتباطية طردية ضعيفة الشدة بين التعرض لموقع الانستجرام ومستويات التنافر المعرفى لدى الجمهور حول موضوع لقاح كوفيد 19، فكلما زاد التعرض للمعلومات حول لقاح كوفيد من خلال الانستجرام زادت مستويات التنافر المعرفى حول اللقاح.

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين التعرض لتطبيق الواتس آب Whatsapp ومستويات التنافر المعرفى لدى الجمهور حول معلومات موضوع لقاح كوفيد 19 حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.258) عند مستوى معنوية (0.000) وهى علاقة طردية ضعيفة الشدة، حيث أنه كلما زاد تعرض عينة الدراسة لتطبيق الواتس آب كلما زادت مستويات التنافر المعرفى لديهم حول لقاح كوفيد 19.

- لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين التعرض لتطبيق Club House ومستويات التنافر المعرفى لدى الجمهور حول معلومات موضوع لقاح كوفيد 19 حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.083) عند مستوى معنوية (0.098) وهى قيمة غير دالة إحصائياً.

- لا توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين التعرض لموقع سناب شات Snapchat ومستويات التنافر المعرفى لدى الجمهور حول معلومات لقاح كوفيد 19 حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.047) عند مستوى معنوية (0.351) وهى قيمة غير دالة إحصائياً.

- لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين التعرض لموقع لينكد Linked ومستويات التنافر المعرفى لدى الجمهور حول معلومات موضوع لقاح كوفيد 19 حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.050) عند مستوى معنوية (0.318) وهى قيمة غير دالة إحصائياً.

وبالتالى فقد ثبتت صحة الفرض الثالث من حيث وجود علاقة ارتباطية بين نوع موقع التواصل الاجتماعى الذى يتم التعرض له للحصول على معلومات عن كوفيد 19 ومستويات التنافر المعرفى لديهم حيث اتضح وجود علاقة ارتباطية طردية الشدة بين التعرض لكل من مواقع الفيس بوك، الانستجرام، الواتس آب)، كما اتضح وجود علاقة إرتباطية عكسية الشدة بين التعرض لموقع تويتر ومستويات التنافر المعرفى لدى عينة الدراسة، فى حين لم تثبت

الاختبارات الإحصائية وجود علاقة ارتباطية بين كل من مواقع (السناب شات، اللينكد، مجموعات Club house) ومستويات التنافر المعرفى لدى عينة الدراسة.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين نوع موقع التواصل الاجتماعي الذي يقدم معلومات عن لقاح كوفيد ١٩ والاتجاهات نحو القبول المجتمعي له.

جدول رقم (٨) معنوية العلاقة الارتباطية بين نوع موقع التواصل الاجتماعي والاتجاهات نحو القبول المجتمعي للقاح كوفيد 19

نوع المواقع		القبول المجتمعي
موقع فيسبوك	معامل بيرسون	0.331**
	مستوى المعنوية	0.000
موقع تويتر	معامل بيرسون	0.252**
	مستوى المعنوية	0.000
موقع يوتيوب	معامل بيرسون	0.203**
	مستوى المعنوية	0.000
موقع انستجرام	معامل بيرسون	0.219**
	مستوى المعنوية	0.000
مجموعات واتساب	معامل بيرسون	0.306**
	مستوى المعنوية	0.000
مجموعات clubhouse	معامل بيرسون	0.052
	مستوى المعنوية	0.299
موقع سناب شات	معامل بيرسون	0.183**
	مستوى المعنوية	0.000
موقع لينكد	معامل بيرسون	0.120*
	مستوى المعنوية	0.016

يوضح الجدول السابق أنه باستخدام معامل بيرسون لقياس العلاقة بين نوع موقع التواصل الاجتماعى الذى تتعرض له عينة الدراسة للحصول على معلومات عن لقاح كوفيد 19، والاتجاهات نحو القبول المجتمعى له اتضح ما يلى:

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تعرض عينة الدراسة لموقع الفيس بوك Face book للحصول على معلومات عن لقاح كوفيد 19 والاتجاهات نحو القبول المجتمعى له حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.331) عند مستوى معنوية (0.000) وهى علاقة طردية ضعيفة الشدة حيث أنه كلما زاد التعرض لموقع الفيس بوك بهدف الحصول على معلومات عن كوفيد 19، كلما زادت الاتجاهات نحو القبول المجتمعى له.

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تعرض عينة الدراسة لموقع تويتر Twitter بهدف الحصول على معلومات عن لقاح كوفيد 19 والاتجاهات نحو القبول المجتمعى له حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.252) عند مستوى معنوية (0.000)، وهى علاقة

طردية ضعيفة الشدة حيث أنه كلما زاد التعرض لموقع تويتر بهدف الحصول على معلومات عن كوفيد 19، كلما زادت الاتجاهات نحو القبول المجتمعى له.

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تعرض عينة الدراسة لموقع اليوتيوب Youtube بهدف الحصول على معلومات عن لقاح كوفيد 19 والاتجاهات نحو القبول المجتمعى له، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.203) عند مستوى معنوية (0.000)، وهى علاقة طردية ضعيفة الشدة حيث أنه كلما زاد التعرض لموقع اليوتيوب بهدف الحصول على معلومات عن كوفيد 19، كلما زادت الاتجاهات المؤيدة القبول المجتمعى له.

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تعرض عينة الدراسة لموقع الإنستجرام Instagram لهدف الحصول على معلومات عن لقاح كوفيد 19 واتجاهاتهم نحو القبول المجتمعى له، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.219) عند مستوى معنوية (0.000) وهى علاقة طردية ضعيفة أى أنه كلما زاد التعرض لموقع الإنستجرام للحصول على معلومات عن كوفيد 19، كلما زادت الإتجاهات المؤيدة نحو القبول المجتمعى له.

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تعرض عينة الدراسة لمجموعات الواتس آب للحصول على معلومات عن لقاح كوفيد 19 والاتجاهات نحو القبول المجتمعى له، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.306) عند مستوى معنوية (0.000)، وهى علاقة طردية ضعيفة، أى أنه كلما زاد التعرض لمجموعات الواتس آب للحصول على معلومات. عن كوفيد 19، كلما زادت الإتجاهات المؤيدة نحو القبول المجتمعى له.

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تعرض عينة الدراسة لموقع السناب شات Snapchat للحصول على معلومات عن لقاح كوفيد 19، والاتجاهات نحو القبول المجتمعى له، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.183) عند مستوى معنوية (0.000) وهى علاقة طردية ضعيفة أى أنه كلما زاد تعرض عينة الدراسة لموقع السناب شات عن لقاح كوفيد 19، كلما زادت الاتجاهات نحو القبول المجتمعى له.

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تعرض عينة الدراسة لموقع اللينكيد linked للحصول على معلومات عن لقاح كوفيد 19، والاتجاهات نحو القبول المجتمعى له، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.120) عند مستوى معنوية (0.016)، وهى علاقة طردية ضعيفة، حيث أنه كلما زاد التعرض لموقع اللينكيد lineked بهدف الحصول على معلومات عن لقاح كوفيد 19، كلما زادت الاتجاهات نحو القبول المجتمعى له.

- لا توجد علاقة ارتباطية حالة إحصائياً بين تعرض عينة الدراسة لمجموعات Clubhouse بهدف الحصول على معلومات عن لقاح كوفيد 19، والاتجاهات نحو القبول المجتمعى له.

وهكذا، يتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين نوع موقع التواصل الاجتماعى الذى تتعرض له عينة الدراسة بهدف الحصول على المعلومات عن لقاح كوفيد 19 والاتجاهات نحو القبول المجتمعى له، حيث اتضحت هذه العلاقة بين التعرض لموقع (الفيس بوك، تويتر، الإنستجرام، سناب شات، اللينكيد، وهى علاقة طردية ضعيفة الشدة، فكلما زاد

التعرض لهذه المواقع بهدف الحصول على معلومات عن كوفيد 19. كلما زادت الاتجاهات نحو القبول المجتمعى له.

فى حين لم تثبت صحة الفرض فى حالة التعرض لمجموعات Clubhouse حيث لم تثبت الاختبارات الاحصائية وجود علاقة بين التعرض لهذا الموع بهدف الحصول على معلومات عن لقاح كوفيد 19 الاتجاهات نحو القبول المجتمعى له.

جدول رقم (٩) معنوية العلاقة الارتباطية بين مصداقية معلومات شبكات التواصل الاجتماعي عن لقاح كوفيد١٩ ومستويات التنافر المعرفي لديهم

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
**0.195-	0.001
** دال عند مستوى معنوية 0.01	

توضح بيانات الجدول السابق أنه باستخدام معامل بيرسون لقياس العلاقة بين مصداقية معلومات شبكات التواصل الاجتماعى عن لقاح كوميد 19 ومستويات التنافر المعرفى لديهم اتضح ما يلى:-

- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مصداقية معلومات مواقع التواصل الإجتماعى عن لقاح كوفيد 19 ومستويات التنافر المعرفى لدى عينة الدراسة حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (-0.195) عند مستوى معنوية (0.001) وهى علاقة دالة إحصائياً (علاقة عكسية ضعيفة الشدة) حيث أنه كلما زادت درجة المصداقية لدى المبحوثين لمعلومات مواقع التواصل الاجتماعى عن لقاحات كوفيد 19، كلما انخفضت مستويات التنافر المعرفى لديهم.

- وبالتالى ثبتت صحة الفرض الخامس القائل بوجود علاقة ارتباطية عكسية دالة إحصائياً بين مصداقية معلومات مواقع التواصل الاجتماعى عن لقاح كوفيد 19 ومستويات التنافر المعرفى لدى عينة الدراسة. وتتفق الدراسه في هذا الصدد مع دراسة Kenneth c.Hohmeier et al.(2021) التي توصلت الي ان مصداقية المعلومات حول لقاح كورونا كانت مصدر قلق اكبر من الاثار السلبية للقاح او مخاطره .

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مصداقية معلومات شبكات التواصل الاجتماعي عن لقاح كوفيد والاتجاهات نحو القبول المجتمعي له.

جدول رقم (١٠) معنوية العلاقة الارتباطية بين مصداقية معلومات شبكات التواصل الاجتماعي عن لقاح كوفيد١٩ والاتجاهات نحو القبول المجتمعي له

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
**0.309	0.001
** دال عند مستوى معنوية 0.01	

توضح بيانات الجدول السابق إنه باستخدام معامل بيرسون لقياس العلاقة بين متغيرين اتضح وجود علاقة ارتباطية بين مصداقية معلومات التواصل الاجتماعى عن لقاح كوفيد 19 والاتجاهات نحو القبول مواقع المجتمعى له حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0.309) وهى علاقة دالة عند مستوى معنوية (0.001)، حيث توجد علاقة ارتباطية طردية ضعيفة الشدة فكلما زادت مصداقية معلومات مواقع التواصل الاجتماعى عن لقاح كوفيد 19 زادت الاتجاهات نحو القبول المجتمعى له.

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين أساليب الجمهور للحد من التنافر المعرفي حول معلومات شبكات التواصل الاجتماعي عن لقاح كوفيد 19 والاتجاهات نحو القبول المجتمعي له.

جدول رقم (١١) معنوية العلاقة الارتباطية بين أساليب الجمهور للحد من التنافر المعرفي حول معلومات شبكات التواصل الاجتماعي عن لقاح كوفيد 19 والاتجاهات نحو القبول المجتمعي له

الأساليب	معامل بيرسون	مستوى المعنوية
عدم التفاعل مع تلك المواقع	0.211**	0.001
حذف الأصدقاء الذين يقومون بمشاركة منشورات تلك المواقع	0.172*	0.004
أحرص على الانتقاء للمواقع ذات الموثوقية في المستقبل	0.209**	0.001
أحذر الاخرين من خلال المشاركة والتفاعل لتوعيتهم	0.153*	0.035
* دال عند مستوى معنوية 0.05		

الفرض الثامن: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقًا لخصائصهم الديموغرافية (النوع، والفئة السنية، والمستوي التعليمي، والمستوي الاقتصادي، والنطاق الجغرافي للسكن) في الاتجاهات نحو القبول المجتمعي للقاح كوفيد 19

جدول رقم (١٢) معنوية الفروق بين المبحوثين وفقًا لخصائصهم الديموغرافية (النوع، والفئة السنية، والمستوي التعليمي، والمستوي الاقتصادي، والنطاق الجغرافي للسكن) في الاتجاهات نحو القبول المجتمعي للقاح كوفيد 19

خصائص العينة		العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
النوع	ذكر	133	26.62	5.666	T= 0.44-	398	0.659
	أنثى	267	26.88	5.596			
الفئة العمرية	من 18 لأقل من 20 سنة	102	26.17	5.690	F= 4.336	4 395	0.002
	من 20 لأقل من 30 سنة	129	26.35	5.244			
	من 30 لأقل من 40 سنة	71	27.62	5.128			
	من 40 لأقل من 50 سنة	52	29.27	5.750			
	50 سنة فأكثر	46	25.35	6.198			
المستوي	تعليم أساسي	8	23.88	5.566	F=	3	0.444

خصائص العينة		العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
التعليمي	مؤهل متوسط	25	27.04	3.995	0.895	396	
	مؤهل جامعي	288	26.74	5.604			
	ماجستير/ دكتوراه	79	27.22	6.072			
المستوى الاقتصادي	منخفض	115	27.31	5.129	F= 0.866	2 397	0.421
	متوسط	194	26.45	5.564			
	مرتفع	91	26.87	6.276			
النطاق الجغرافي للسكن	ريف	121	26.43	5.371	T= 0.85-	398	0.395
	حضر	279	26.95	5.718			

توضح بيانات هذا الجدول رقم (١٢) تبين ما يلي :-

- عدم معنوية الفروق بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو القبول المجتمعي للقاح كوفيد 19 بحسب النوع، حيث بلغت قيمة إحصائي الاختبار (ت) -0.44، وهي قيمة غير دالة إحصائيا (P>0.05).

- عدم معنوية الفروق بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو القبول المجتمعي للقاح كوفيد 19 بحسب المستوى التعليمي ، حيث بلغت قيمة إحصائي الاختبار (ف) 0.895 وهي قيمة غير دالة إحصائيا(P>0.05).

- عدم معنوية الفروق بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو القبول المجتمعي للقاح كوفيد 19 بحسب المستوى الاقتصادي ، حيث بلغت قيمة إحصائي الاختبار (ف) 0.866 وهي قيمة غير دالة إحصائيا(P>0.05).

- عدم معنوية الفروق بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو القبول المجتمعي للقاح كوفيد 19 بحسب النطاق الجغرافي للسكن ، حيث بلغت قيمة إحصائي الاختبار (ت) -0.856 وهي قيمة غير دالة إحصائيا(P>0.05).

- معنوية الفروق بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو القبول المجتمعي للقاح كوفيد 19 بحسب الفئة السنية، حيث بلغت قيمة إحصائي الاختبار (ف) 4.336، وهي قيمة دالة إحصائيا عند درجتي حرية 4 و395، وقد كانت هذه الفروق لصالح مجموعة من 40 لأقل من 50 سنة بمتوسط 29.27، تليها مجموعة من 30 لأقل من 40 سنة بمتوسط 27.62، ثم مجموعة من 20 لأقل من 30 سنة بمتوسط 26.35، ثم مجموعة من 18 لأقل من 20 سنة بمتوسط 26.17، وأخيرا جاءت مجموعة 50 سنة فأكثر بمتوسط 25.35.

- ولاختبار مصدر الفروق بين المبحوثين في الاتجاهات نحو القبول المجتمعي للقاح كوفيد 19 بحسب الفئة العمرية قامت الباحثة بإجراء اختبار بعدي PostHoc بطريقة LSD، والذي أسفر عن النتيجة التي يعرض لها الجدول التالي:

جدول رقم (١٣) مصدر الفروق بين المبحوثين وفقًا للفئة العمرية في الاتجاهات نحو القبول المجتمعي للقاح كوفيد 19

المجموعة	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	الخطأ المعياري	مستوى المعنوية
من 18 لأقل من 20 سنة	من 20 لأقل من 30 سنة	0.182-	0.732	0.804
	من 30 لأقل من 40 سنة	1.453-	0.853	0.089
	من 40 لأقل من 50 سنة	*3.103-	0.941	0.001
	50 سنة فأكثر	0.819	0.981	0.404
من 20 لأقل من 30 سنة	من 30 لأقل من 40 سنة	1.271-	0.816	0.120
	من 40 لأقل من 50 سنة	*2.920-	0.907	0.001
	50 سنة فأكثر	1.001	0.948	0.292
من 30 لأقل من 40 سنة	من 40 لأقل من 50 سنة	1.650-	1.008	0.103
	50 سنة فأكثر	*2.272	1.045	0.030
من 40 لأقل من 50 سنة	50 سنة فأكثر	*3.921	1.118	0.001
* دال عند مستوى معنوية 0.05				

توضح بيانات هذا الجدول رقم (١٣) معنوية الفروق بين المبحوثين فى الاتجاهات نحو القبول المجتمعى للقاح كوفيد 19 بين (مجموعة من 18 لأقل من 20 سنة) ومجموعة من (40 لأقل من 50 سنة).

وقد اختلفت نتيجة الدراسه في هذ الصدد مع دراسة راشيل، بلتش، (2021) والتي توصلت إلى وجود فروق فى تقبل اللقاحات حسب الجنس ومستوى التعليم حيث كانت الإناث أكثر تقبلاً للحصول على اللقاح مقارنة بالذكور (41٪ مقابل 38٪)، وكان أولئك الذين حصلوا على تعليم ما بعد الجامعى أقل تقبلاً للحصول على اللقاح (37٪) مقابل (41٪) لدرجة البكالوريوس والتعليم الثانوى (39.5٪).ودراسة موسى شيباني، محمد امين ، الزبيبى(2021)، حيث ارتبطت نية التطعيم لدي المواطن في سوريا بشكل كبير بالجنس والإقامة والوضع المالى والمستوى التعليمي والأصل الجغرافى. كما اختلفت النتائج في هذا الصدد أيضا مع دراسة Zidian. Xie,et al., (2021) والتي توصلت الي ان تصور اللقاح وتقبله كان اكثر إيجابية للذكور من الإناث وان النقاش العام وتصور لقاحات كورونا قد اختلف بناءاً علي الجغرافية والتركيبة السكانية لمستخدمي شبكة تويترواختلفت نتيجه الدراسه ايضا مع دراسه الجامعه البرتغالية الكاثوليكية (2020) والتي توصلت الي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الجنس والحالة الاجتماعيه وملكية السكن ومستوي التعليم ودرجات قبول اللقاح ودراسة Wang,Jiahac et al. (2020) التي توصلت الي ان ادراك مخاطر العدوي والايمان بفاعلية لقاح كوفيد قد ازداد لدي الذكور المتزوجين ،اما من حيث السن كعامل ديموجرافي مؤثر في قبول اللقاح وهو ما توصلت له الدراسه فقد اتفقت في هذا الصدد مع دراسة Hanjia.Lye,et al., (2021) من حيث ان الأكبر في السن كان اكثر

ترددا في قبول اللقاح.واتفقت النتائج ايضا مع دراسة Kenneth c.Hohmeier et al.(2021)التي توصلت الي ان التردد بشان اللقاحات بين البالغين كان مصدر قلق في جميع انحاء الولايات المتحدة الامريكية .

الفرض التاسع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقًا لخصائصهم الديموغرافية (النوع، والفئة العمرية، والمستوي التعليمي، والمستوي الاقتصادي، والنطاق الجغرافي للسكن) في مستويات التنافر المعرفي لديهم

جدول رقم (١٤) معنوية الفروق بين المبحوثين وفقًا لخصائصهم الديموغرافية (النوع، والفئة السنية، والمستوي التعليمي، والمستوي الاقتصادي، والنطاق الجغرافي للسكن) في مستويات التنافر المعرفي لديهم

خصائص العينة		العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	إحصائي الاختبار	درجة الحرية	مستوى المعنوية
النوع	ذكر	133	22.38	4.175	T= 0.36-	398	0.716
	أنثى	267	22.54	4.245			
الفئة السنية	من 18 لأقل من 20 سنة	102	21.69	3.823	F= 3.694	4 395	50.00
	من 20 لأقل من 30 سنة	129	22.23	3.866			
	من 30 لأقل من 40 سنة	71	23.59	4.732			
	من 40 لأقل من 50 سنة	52	23.71	4.612			
	50 سنة فأكثر	46	21.87	4.214			
المستوي التعليمي	تعليم أساسي	8	23.88	4.673	F= 0.383	3 396	0.765
	مؤهل متوسط	25	22.44	3.489			
	مؤهل جامعي	288	22.52	4.271			
	ماجستير/ دكتوراه	79	22.24	4.228			
المستوى الاقتصادي	منخفض	115	22.14	3.661	F= 0.726	2 397	0.484
	متوسط	194	22.52	4.348			
	مرتفع	91	22.85	4.587			
النطاق الجغرافي للسكن	ريف	121	21.91	4.155	T= 1.80-	398	0.072
	حضر	279	22.73	4.227			

توضح بيانات هذا الجدول رقم (١٤) ما يلي :-

- عدم معنوية الفروق بين المبحوثين في مستويات التنافر المعرفي نحو معلومات مواقع التواصل الاجتماعي عن لقاح كوفيد 19 بحسب النوع، حيث بلغت قيمة إحصائي الاختبار (ت) -0.36، وهي قيمة غير دالة إحصائيا (P>0.05).

- عدم معنوية الفروق بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو معلومات مواقع التواصل الاجتماعي عن لقاح كوفيد 19 بحسب المستوى التعليمي ، حيث بلغت قيمة إحصائي الاختبار (ف) 0.383 وهي قيمة غير دالة إحصائيا (P>0.05).

- عدم معنوية الفروق بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو معلومات مواقع التواصل الاجتماعي عن لقاح كوفيد 19 بحسب المستوى الاقتصادي ، حيث بلغت قيمة إحصائي الاختبار (ف) 0.726 وهي قيمة غير دالة إحصائيا (P>0.05).

- عدم معنوية الفروق بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو معلومات مواقع التواصل الاجتماعي عن لقاح كوفيد 19بحسب النطاق الجغرافي للسكن ، حي بلغت قيمة إحصائي الاختبار (ت) -1.80 وهي قيمة غير دالة إحصائيا (P>0.05).

- معنوية الفروق بين المبحوثين في مستويات التنافر المعرفي بحسب الفئة العمرية، حيث بلغت قيمة إحصائي الاختبار (ف) 3.694، وهي قيمة دالة إحصائيا عند درجتي حرية 4 و395، وقد كانت هذه الفروق لصالح مجموعة الفئة العمرية (40لأقل من 50 سنة) بمتوسط 23.71 تلا ذلك الفئة العمرية (30 لأقل من 40 سنة) بمتوسط 23.59 ثم الفئة العمرية(من 20 لأقل من 30 سنة)بمتوسط 22.23، تليها مجموعة الفئة العمرية (50 سنة فأكثر) بمتوسط 21.87 ، وأخيرا جاءت مجموعة (18 لأقل من 20 سنة)بمتوسط21.69

ولاختبار مصدر الفروق بين المبحوثين في مستويات التنافر المعرفي نحو معلومات مواقع التواصل الاجتماعي عن لقاح كوفيد 19 بحسب الفئة العمرية، قامت الباحثة بإجراء اختبار بعدي PostHoc بطريقة LSD، والذي أسفر عن النتيجة التي يعرض لها الجدول التالي:

جدول رقم (15) مصدر الفروق بين المبحوثين وفقًا للفئة العمرية في مستويات التنافر المعرفي لديهم

المجموعة	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	الخطأ المعياري	مستوى المعنوية
من 18 لأقل من 20 سنة	من 20 لأقل من 30 سنة	0.546-	0.551	0.322
	من 30 لأقل من 40 سنة	*1.905-	0.643	0.003
	من 40 لأقل من 50 سنة	*2.025-	0.709	0.005
	50 سنة فأكثر	0.183-	0.739	0.804
من 20 لأقل من 30 سنة	من 30 لأقل من 40 سنة	*1.359-	0.615	0.028
	من 40 لأقل من 50 سنة	*1.479-	0.684	0.031
	50 سنة فأكثر	0.363	0.715	0.612
من 30 لأقل من 40 سنة	من 40 لأقل من 50 سنة	0.120-	0.760	0.875
	50 سنة فأكثر	*1.722	0.788	0.029
من 40 لأقل من 50 سنة	50 سنة فأكثر	*1.842	0.842	0.029
* دال عند مستوى معنوية 0.05				

توضح بيانات هذا الجدول رقم (15) مايلي :-

- معنوية الفروق بين المبحوثين فى مستويات التنافر المعرفي نحو معلومات مواقع التواصل الاجتماعي عن لقاح كوفيد 19 بين مجموعة الفئة العمرية (من 30 لأقل من 40 سنة) ومجموعة الفئة العمرية من (40 لأقل من 50 سنة).

- معنوية الفروق بين المبحوثين فى مستويات التنافر المعرفي نحو معلومات مواقع التواصل الاجتماعي عن لقاح كوفيد 19 بين مجموعة الفئة العمرية (من 30 لأقل من 40 سنة) ومجموعة الفئة العمرية من (40 لأقل من 50 سنة). مما يعني ان مستويات التنافر المعرفي تزداد بزيادة الفئة العمرية.

مناقشة النتائج: -

- هدفت الدراسه الي التعرف علي دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو القبول المجتمعي للقاح كوفيد19من خلال إجراء دراسة مسحية باستخدام أداة الاستبيان الالكتروني وقد تم تطبيق المسح باستخدام أسلوب العينه المتاحه من الجمهور قدرها (٤٠٠ مفردة)،وقد توصلت الدراسة الي الدور الهام لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القبول المجتمعي لتلقي اللقاح وخاصة موقعي الفيس بوك وتطبيق الواتس آب ، كما ارتفعت مستويات التنافر المعرفي لدى اغلب مفردات العينة جراء المعلومات المتعارضة عن لقاح كوفيد19 من خلال تعرضهم لمواقع التواصل الاجتماعي .

- اختبرت الدراسة تسعه فروض علمية وثبتت صحتها فيما عدا الفرضين المتعلقين بتأثير المتغيرات الديموجرافية علي الاتجاهات نحو القبول المجتمعي لقبول اللقاح،حيث لم تثبت الإختبارات الإحصائية وجود علاقة بين المتغيرات الديموغرافية والاتجاهات نحو القبول المجتمعي او مستويات التنافر المعرفي لدي عينة الداسه فيما عدا متغير السن لصالح الفئه العمرية الأعلى، ولعل توحيد الاتجاهات نحو القبول المجتمعي علي الرغم من الاختلافات الديموجرافية كالنوع والمستوي التعليمي والاقتصادي ومكان السكن تحمل دلاله عن قدرة مواقع التواصل الاجتماعي المتزايدة علي تشكيل الراي العام خلال الازمات بالرغم من غموض المعلومات وتعارضها حول اللقاح .

- اتضح من خلال النتائج ان الجمهور قد اتجه للعديد من الأساليب للحد من درجات التنافر المعرفي من المعلومات التي تم تلقيها من مواقع التواصل الاجتماعي عن لقاح كوفيد ،19مما يحمل دلالة ارتفاع وعي الجمهور وادراكه الإنتقائي وقت الازمات، وهذا يتطلب جهداً مضاعفاً من القائمين على إدارة وصناعة المحتوي الرقمي الصحي.

توصيات الدراسة: -

١- أهمية وجود حوار شفاف ومستمر بين الحكومات الوطنية والجمهور وتفعيل استراتيجية الرسائل الاتصالية ذات الجانب الثنائى Two-sides message strategies لضمان التفاعل المستمر مع الجمهور أثناء فترة انتشار الأوبئة والأمراض والشائعات الالكترونية في مجال الإعلام الصحي الرقمي.

٢-أهمية الرصد المستمر للمعلومات المنشوره عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال مرصد متخصص يعمل به افراد ذوي مهارات اتصالية إحترافية في إدارة المحتوى بمنهجية علمية.

٣-دراسة الخصائص التقنية المميزة لكل مواقع التواصل الاجتماعي من اجل توظيفها بالشكل المناسب لنشر المحتوي والوصول لقطاعات عريضه من الجمهو المستهدف وتفعيل الهاشتاج كمؤثر اجتماعي للوصول لعدد لا متناهي من الجماهير.

٤- رصد المجموعات الالكترونية والمواقع الصحية العشوائية والمواقع التي تهدف إلي تأطير الأخبار لصالح أهداف جماعات معينة .

٥- دراسه خصائص الجمهور من اجل تبسيط المحتوي العلمي الطبي بما يتناسب مع إدراكهم وقدراتهم المعرفية .

٦- الإستعانة بالأطباء والمتخصصين في صناعة محتوى الإعلام الصحي الرقمي من خلال تقديم الأدلة الطبية والبراهين من المصادر الموثوقة.

٧- استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوي الصحي الرقمي للوصول بالرسائل التوعوية الصحية الي قطاعات عريضة من الجماهير .

مراجع الدراسة:-

(1) wikipedia.org

(٢) هند ، السيد ، " التردد تجاه لقاحات كوفيد19 : دلالات وتفسيرات سيكوسسيولوجية " في مجلة *"دراسات"* (القاهرة: مركز الاهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية ، يوليو ٢٠٢١) ص.٢

(3) "Good health and well being", *"A report published by UNDP"* من خلال الموقع الإلكترونى *www.undp.org* بتاريخ ١٢ /٣/ ٢٠٢٢

(٤) هند ،السيد، *" مرجع سابق "* ص.٦

(٥) سمر، اشرف، "الوعي الجمعي ومناعة القطيع :رفض لقاحات كورونا بين الأسباب والتداعيات " *من خلال الموقع الالكترونى* ***www scientific American.com.*** بتاريخ ٢٠٢١/٦/١٤

(٦) سيف الدين، سمير ، إيمان إبراهيم، السيد، "دور حملات التوعية الصحية بوسائل الإعلام فى مواجهة أهل الصعيد لبعض الأمراض والأوبئة (فيروس كورونا نموذجاً" فى *"المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيرى"*، (المجلد الثالث، العدد الأول، 2022) ص.ص.763-814.

(7) Choli, Marilena, Kuss J. Daria, "Perception of blame of Social media during the Corona Virus pandemic" In *"Computers in Human Behavior* " (Vol. 124, 2021).

(8) Piltch, Rachael, "Examining the effect of Information Channel on Covid-19 Vaccine acceptance ***تم الاقتباس من***"

- دراسة نورا ،حسن أحمد، "تأثير المعلومات على القبول المجتمعى لتلقى لقاحات كورونا" فى *"مجلة أفاق اجتماعية"*، (مجلس الوزراء المصرى، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار،العدد الثانى، أغسطس،2021).

(9) Xie, Zidian, Wang, Xueting, JiangYan, Chen, Yuhan, Huang, Shengyuan, Huoxuan, Anand, Ajay, Dongmei Li., "Public Perception of Covid-19 Vaccines on Twitter in the united states" *من خلال الموقع الإلكترونى* ***https://doi.org/10.1101/2021, 10.16.21265097.***

(10) Rahul, Kumar, Jindal, Bhanu, Singh, Kulvinder, Meel Priyanka., "Anaysing Public Sentiments Regarding Covid-19 Vaccine on Twitter" Paper Presented in 7th Conference on Advanced Computing and Communication Systems (ICACCS, 2021).

(11) Hao,Fengyi, Bokun, Tan, Syeda ,Fabeha Husain, Wanqiu, Roger S. Mciatyra et al, "Attitudes Towards Covid-19 Vaccination and Willingness to pay: Comparison of People with and without mental disorders in China" In"*B Jpsych open"*, London, (Vol. 7, No. 5, Sep. 2021).

(12) C. Hohmeier, Kenneth, Barenie, Rachel E., Hagemann, Tracy. M, Renfrochelsea, Xing. Kuan, Phillips, Auston, Allen Rachel, Fiscus, Michelle D., Chisholm – Burns, Marie, Gat wood. Justin, "A Social media microinfluence,

interverstion to reduce Coronavirus disease 2019 Baccine hesitancy in underserved Tonnessee Communities: A protocol paper" In *"Journal of the American Pharmacists Association XXX"* 2021, p. p. 1-8.

(13) Jiahao, Wang, Lai, Rize Jing, Xiaozhen, Haijun, Zhang, Yun, Lyu et al, "Acceptance of Covid-19 Vaccination during the Covid-19 Pandemic in China" In *"Vaccines, Basel"* (Vol. 8, No. 3, 2021)

(14) Jiahao, Wang, Lai, Rize Jing, Xiaozhen, Haijun, Zhang, Yun, Lyu et al, "Acceptance of Covid-19 Vaccination during the Covid-19 Pandemic in China" In *"Vaccines, Basel"* (Vol. 8, No. 3, 2021)

(15) Shibani, Mosa, Alzabibi.AbdEl Fattah, Marah. Mouhandes, Nawras. Alhalabi. Marprawi , Habib. Mhd Baraaa, Albuni. Mhd, Kutaiba et al.,"Covid 19 Vaccination acceptance among Syrian population: Anationwide cross-sectional study"In (Shibani et sal. BMC public heaith, 2021) *https://obi.org./1001186/s*

(16) Melton, Chod A. & Olusanya, A., Olufunto et al. "Public sentiment analysis and topicmodeling regarding Covid 19 vaccines on the Reddit social media platform: Acallto action for strengthening vaccine confidence." In *"journal of Infection and Public Health"*(Vol.14,No.10,October2021)

(17) Malik. Sallam, Deema, Dababseh et al." Conspiracy beliefs are associated with lower knowledge and higher anxiety levels regarding covid-19 among students at the university of Jordan. In *"International Journal of Environmental Research and Public Health"* (No.14.2020)

(18) "Anxiety about Covid-9 Vaccine is increasing, Study Finds", "*Content Engine LLC.CE Noticias Finan cieras"*. (English ed., Miami, Dec. 2020)

(19)) Garay, J., Yap, R., and M.J. Sabellano, "An analysis on the insights of the anti-vaccine movement from social media posts using K-means clustering algorithm and VADER Sentiment anslyzer" Paper presented In *"The International conference on Information Techncl*ogy *and Digital Applications"* (JOP Canf. Series: Materials science and Engineeing 482 (2019).

(20) Featherstone, Jieyn Ding, "Correction Strategies and Effects for Combatting Vaccine Misinformation on Social Media" (University of California, Davis, Proquest Dissertations Publishing, 2021)

(21) BrailovsKaia, Julia, Truskauskaite – Kuneviciene, Inga, Margrof, Jurgen, KazlausKas, Evaldas, "CoronaVirus (Covid-19) Outbreak: Addictive Social Media

use, depression anviety and stress in quarantine – an exploratory study in Germany and Lithuania" In *"Journal of Affective Disorders Reports"* (Vol. 5, 2021).

٢٢- هنيدة، أبو بكر ، "فعالية الرسائل الإعلامية فى إدارة الأزمات (إدارة تفشى فيروس كورونا Covid-19 نموذجاً: دراسة تحليلية فى *"المجلة المصرية لبحوث الإذاعة والتليفزيون"*، العدد 23، يوليو – ديسمبر 2021، ص ص317-347.

(23) Priadana, A.& Tahalea, S.p.," Hashtag activism and message frames: Social network analysis of instagram during the Covid-19 pandemic outbreak in Indonesia" In *"Journal of physics: conference series: 1836012031*" 2021

(24) نشوى ،عقل،"إلتماس المعلومات الصحية حول فيروس كورونا المستجد وعلاقته بمستوى إدراك المخاطر لدى المرأة المصرية" فى *"مجلة البحوث الإعلامية"*، (جامعة الأزهر ،كلية الإعلام، العدد 254، الجزء الرابع، يوليو 2020) ص ص2037-2094.

(25) نادية ،الصعيدى ، "اتجاهات الجمهور المصرى نحو معالجة وسائل الإعلام الجديد لجائحة فيروس كورونا المستجد" فى *"مجلة البحوث الإعلامية"* (كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 254، الجزء الرابع، يوليو 2020، ص ص2093-2168).

(26) محمد، خيرة، "الإعلام الصحى وإدارة أزمة كوفيد 19 فى ظل إنتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع الميديا الاجتماعية" فى "*مجلة التمكين الاجتماعى"* (المجلد 2، العدد 3، سبتمبر 2020، ص ص34-56)

(27) حسين، خليفة، "التغطية الإعلامية لجائحة كورونا ودورها فى تشكيل اتجاهات الرأى العام البحرينى نحو أداء المؤسسات الصحية" فى *"المجلة المصرية للعلاقات العامة"* (المجلد الثامن، العدد 29، الجزء الأول، ص. ص279-317).

(28) إيمان، عاشور، "إلتماس الجمهور المصرى للمعلومات المتعلقة بكوفيد 19 عبر مواقع التواصل الاجتماعى وعلاقته بالمناعة النفسية لديهم" فى *"مجلة البحوث الإعلامية"*(جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد 254، الجزء الرابع، يوليو 2020، ص. ص2537 -2604).

(29) حسام، فايز، "اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديد فى استقاء المعلومات والأخبار عن جائحة كورونا كوفيد 19 وعلاقته بالاندماج الأكاديمى لديهم" فى *"مجلة البحوث الإعلامية"* (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد 254، الجزء الرابع، يوليو 2020) ص ص2605-2656).

(30) نرمين، عجوة، "استراتيجيات إدراك المخاطر الصحية عبر مواقع التواصل الاجتماعى إزاء جائحة كورونا: دراسة تحليلية على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة المصرية" فى *"مجلة البحوث الإعلامية"*، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد 254، الجزء الرابع، يوليو 2020، ص ص2433-2494).

(31) E. Eser, Telci . Ceyda, Madend. Deniz, Kantur, A., "The Theory of Cognitive dissonance: A Marketing and Management Perspective" In *"Procedia Social and behavioral sciences" (*Vol. 24, 2011) pp. 378-386.

(32) Myeong,ki, Jeong, & Chul, Ho-lee, & Yasin, Ceran, "Feeling displeasure from online social Media posting: A study using cognitive dissonance theory" In *"Computers in human behavior"*, (Vol. 97, 2019) p.p. 231-240.

(33) Teki, E. Eser, , & Ceyda, Maden, *Op.cit.*, p. 379.

(34) Aronson, E. "Dissonance theory: Progress and problems" in "A belson R. Aronson, E., McGuire W., NewComb T., Rosenberg M. and Tannenbaum, P. editors," Theory of Cognitive Consistency: A Source book" (Chicago: Rand McNally, 1968) p.p. 5-27.

(35) Cooper J., Fazio R., "A new look at dissorance Theory" In*" Advances in Experimental Social Psychology"*, (Vol. 17, 1984) p.p. 66-229.

(36) Steels, C., "The Psychology of Self-affirmation: Sustaining the integrity of the self", In" *Advances in Experimental Social Psychology"*, (vol. 21, 1988) p.p. 261-346.

(37) Bem D. J., "Self Perception Theory" In *"Advances in Experimental Social Scychology"* (Vol. 6, 1972) p.p. 1-61.

(38) Tedeshi, J.T., Schenker P.R., Bonorma, T.V., "Cognitive Dissonance: Private ratiocination or public spectacle? In *"American Psychologists*" (Vol. 26, 1971) p.p. 95-680.

(39) Stone, J., Cooper, J., "A self-standards Model of Cognitive dissonance" In "*Journal of Experimental Social Psychology"* (Vol. 37, 2001) pp. 43-228.

(40) Cheryl. J. Wakslak, "The expenence of Cognitive dissonance in important and trivial domains: A Construal level theory approach" In *"Journal of experimental social psychology"* (Vol. 48, 2012) p.p. 1361-1364.

(41) Veauvois, J.L., Joule, R.L., "A radical dissonance theory" (London: Taylor and Francis, 1996).

(42) Myeongki, Jeong & Chul, Ho-Lee & Yasin, Crean, *Op.cit*., p. 231.

(43) Benneti , Lyengar, "A new era of minimal effects? The changing foundations of political communication" In *"Journal of Communication*" (Vol. 58, No. 4, 2008) p.p. 707-731.

(44) Kim, Hus, & Gil de Zunige H., "Influence of Social media use on discussion network heterogeneity and Civic engagement: The moderating role of personality traits" In *"Journal of Communication"* (Vol. 63, No. 3, 2013) pp. 498-516.

(45) Mutez, D. C., "Cross-cutting Social networks: Testing democratic theory in practice" In *"American political science Review*", (Vol. 96, No. 1, 2002) p.p. 111-126.

(46) Tsang, S. J., "Cognitive discrepancy, dissonance, and Selective exposure" In *"Media Psychology*" (2017).

(47) Tudoroui, "Social Media and revolutionary waves: The Case of The Arab spring" In *"Political science"* (Vol. 36, No. 3, 2014) p.p. 346-365.

(48) Cheryl, J. Wakslak, *Op.cit*., p. 1361.

(49) Myeong,ki, Jeong & Chul, Ho-lee & Yasin, Ceran, *Op.cit*., p. 2.

(50) Nihashi,Mehrbakhs,Asadi,Shahla,& Minaei, Behrouz, "Recommendation agents and Information sharing through social media for coronavirus outbreak" In *"El sevier"* (Vol.61,2021) p. 2.